

أثر اعتماد المراهقين على منصة التيك توك في تشكيل الصورة الذهنية عن الفتاة المصرية

د. أسماء مسعد عبدالمجيد

المدرس بكلية الإعلام وفنون الاتصال
جامعة ٦ أكتوبر

مقدمة:

تداول الشباب في مطلع عام ٢٠٢٠م مقاطع فيديو كثيرة من موقع تيك توك الذي لاقى رواجاً واسعاً بسبب انتشار فيروس كورونا في مطلع العام نفسه، ومع تطبيق حالة الطوارئ في كل دول العالم ومنها مصر، والتي كانت تقتضي بقاء الناس بالمنزل فترات طويلة، أدت هذه الفترة إلى زيادة إقبال من سكان العالم لإنتاج المحتوى، ونشره في مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة محتوى الفيديو في موقع تيك توك، حيث تجاوزت أعداد زوار الموقع أعداد مستخدمي جوجل في شهر فبراير 2021 للمرة الأولى، وتكرر الأمر في شهري مارس ومايو، وأصبح الأول في شهر أغسطس⁽¹⁾، مما كان له أثر كبير في المجتمع.

ويعتبر تيك توك من التطبيقات الحديثة بين تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي أطلقته الصين في عام 2016م، ويتميز بسهولة الاستخدام، والسماح تقريبا لجميع الفئات العمرية باستخدامه، مما ساعد على شدة المنافسة وزيادة نسبة المشاهدة، أيضا ظهور محتوى لا يلائم المجتمع المصري، مما أدى إلي ظهور أزمة فتيات التيك توك، والقبض على بعضهن، ونسب تهمة نشر فيديوهات منافية لقيم المجتمع المصري، وتحض على الفسق والفجور لهن⁽²⁾.

بدأت سلسلة القبض على الفتيات بفتاة Tik Tok الشهيرة حنين حسام، وصولاً إلى بسنت محمد أحدث الفتيات اللاتي عرضن أنفسهن للمساءلة القانونية بسبب المحتوى الذي ينشرنه عبر منصات التواصل الاجتماعي، وانقسمت الآراء بين مؤيدين لاستمرارية التطبيق في مصر، ومعارضين دعوا لإيقافه لحماية المجتمع من شره.

الدراسات السابقة:

أ- محور الدراسات الخاصة بتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على صورة المرأة.

توصلت دراسة شفيقة مهري⁽³⁾ إلى تركيز الفيديوهات على النظرة المادية الجسدية للمرأة العربية، حيث احتل مضمون الجمال والإغراء والإثارة وتحرر المرأة أكبر نسبة من المضامين عينة الدراسة، كما استقطبت الفيديوهات القصيرة أكبر نسبة من مرات المشاهدة، فهناك عامل تساهم في استقطاب مشاهدة فيديوهات المرأة العربية تتمثل في الاهتمام، الإثارة، وطريقة عرض الموضوع، كما أن أغلب الفيديوهات حديثة ولم تتجاوز مدة نشرها السنة، وتركز في الغالب على مواد ترفيهية وتنقيفية، أما القيم الغالبة في المضمون تركز على قيم تحرر المرأة وقيم الجمال والجرأة والإغراء والعنف.

وتوصلت دراسة شيماء عبد العاطي⁽⁴⁾ إلي أن النسق الأيقوني ركز على جسد المرأة بهدف الإغواء والتأثير والنسق اللسانيوجه القارئ نحو قراءة محددة تحرك مشاعر المتلقى وتدفعه للمتابعة، ويشكلا لتركيز على صورة المرأة العصرية بالإعلان اختراقاً وتأثيراً مباشراً للقيم الاجتماعية والثقافية والدينية للبيئة العربية.

في دراسة دينا عرابي⁽⁵⁾ وافقت العينة بنسبة % 58 علي أن «مواقع التواصل الاجتماعي تضعف الحضارة المحلية والوطنية والإقليمية» أما نسبة المعارضة فكانت % 32 بينما نسبة % 10 فقط محايد، وافق الشباب بنسبة % 52 علي أن «استخدام الإنستجرام يؤثر في سماتهم الثقافية»، وكانت نسبة % 25 معارض ونسبة % 23 محايد، وهو ما يشير لوجود تأثير لاستخدام الإنستجرام على السمات الثقافي، جاءت اتجاهات العينة بنسبة % 57 موافقة

عبارة: «مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم لنشر ثقافة إعلامية عالمية» بينما نسبة 24% كانت معارضة، ونسبة 19% كانت محايدة، ويعتقد الشباب بوجود دور للانستجرام في تغيير بعض الابعاد الثقافية في المجتمع المصري ولكن ليس بشكل قوي، ولكنهم يعتقدون بقوة هذا الدور في نشر الثقافة الإعلامية العالمية.

وتوصلت دراسة سهير عثمان⁽⁶⁾ بأن مشاهدة الصور والفيديوهات التي تبثها أغلب مواقع التواصل الاجتماعي، أحد أهم أسباب تفضيل المبحوثين لهذه النوعية من الشبكات الاجتماعية.

وقد أكدت دراسة عماد الدين جابر⁽⁷⁾ على أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم بشكل كبير في تشكيل الصورة الذهنية - خاصة موضع الدراسة عن التنظيمات الإرهابية- بل وتشكيل اتجاهات الشباب العربي سلبا وإيجابا نحو موضوع الدراسة، وذلك مؤشر قوي على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية خاصة موقعي الفيس بوك واليوتيوب.

وطرحت دراسة سلمى مساعدي⁽⁸⁾ الإشكالات التي صاحبت صورة المرأة في العوالم الافتراضية حيث انتقل الخطاب المعادي لها من الواقع إلي الافتراض، حيث يمارس العنف ضد المرأة بمختلف أشكاله من تهديد وابتزاز وتحرش جنسي الكتروني واستهزاء وسخرية في أقل حالاته، فهي تصور بكل ابتذال جسدا مغريا، وسلعة تباع وتشتري بهدف الجذب الجنسي والتسلية والترفيه، وتحقيق الربح المادي، ويؤكد ذلك استخدامات بعض النساء العربيات للإعلام الجديد التي تنشر محتوى يمجد الأنثى وجمال الجسد، مما لا يعبر اطلاقا عن تطلعات وانجازات المرأة العربية، وكأنها وصلت حد التماهي مع صورة نمطية مستهلكة ومتطرفة وضعها المجتمع في اطارها، وكرستها وسائل الإعلام التقليدية، والأفلام السينمائية. في دراسة Lee & Lee⁽⁹⁾ هدفت إلي فهم العلاقة بين احترام الذات والصورة التي تظهر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ونظرية التجسيد، والمقارنة بين الشابات، وكيف يرتبط نشاط الشابات في عرض صورهن بالرضا عن أجسامهن والذي ظهر في نتيجة الدراسة بأنه كلما زاد نشاط المبحوثات في مشاركة صورهن كان ذلك انعكاسا لرضاهن عن ذواتهن وجسدهن، وهذا ما أكدت عليه دراسة كل من Gray & Meier⁽¹⁰⁾ عن ارتباط الصور على الفيس بوك بالاضطراب لدى المراهقات في صورة الجسد، وجدت الدراسة أن كلما زاد نشاط عينة الدراسة في عرض صورهن على الفيس بوك زاد اضطراب صورة الجسد لديهن، خاصة عدم الرضا عن الوزن، والاتجاه نحو النحافة فصورة الفتاة عن نفسها مهمة جدا، وتعكس مشاركتها في موقع الفيس بوك، أيضا الآثار المترتبة على هذه الصورة من أمراض مثل متلازمة الامتناع عن الأكل.

أما دراسة Sara S. Elmaghraby⁽¹¹⁾ عن المؤثرات العربية على موقع الانستجرام، خلصت إلي تصنيف المؤثرات إلى 11 نوع ما بين التمثيل، والغناء، والموضة، وغيرها... كما استخدمن إطار الأمل، والحب أكثر كوسم على صورهم، وقد ساعدت منصة الانستجرام المؤثرات على تقديم أنفسهم بطريقة إيجابية، وتجاهل الجوانب الأخرى بالتالي خلق حقائق غير واقعية عن حياتهم، فهم يستخدم الفلاتر بكثرة مع استخدام كامل للمكياج، وترتيب الشعر بشكل مثالي جدا، أما الحزن، والفشل، والأخطاء غير موجودة.

ب- محور خاص بتأثير استخدام (تطبيقات الفيديو) خاصة تيك توك على المستخدمين.
في دراسة Cell Dilon⁽¹²⁾ عن تأثير تيك توك على المراهقين، والشباب من الطلاب، والاستخدامات الشائعة له، وأبرز النتائج أن استخدام التطبيق أكثر قلقا لدى المستخدمين الذين يتابعون فقط من المستخدمين الذين يشاركون في إنتاج المحتوى حتى ولو كان لديهم تجارب سيئة معه، لكن ذلك ليس رادعا لهم لعدم استخدامه، وعكست الدراسة عدم معرفة الآباء بطبيعة المحتوى الآمن، وان كانت مشاكل المحتوى ظهرت من الجهل باستخدام التطبيق ذاته.

في دراسة Christian وآخرون⁽¹³⁾ وجدوا أن استخدام تيك توك، ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى يعتمد على طبيعة الاستخدامات والاشباع التي تحققها، ولا يقتصر على فكرة تفضيل لهذه الوسيلة، حيث تسعى الوسائل باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي إلي استقطاب جمهورها بعرض المحتوى الذي يفضله باستمرار؛ لزيادة بقاء المستخدم لفترة أطول على التطبيق.

في دراسة Liu Jiayan⁽¹⁴⁾ أظهرت النتائج أن تيك توك تنشر التردد الذي يصدر العار الجسدي physical shame، وله تأثير سلبي على الصحة الجسدية، والعضوية، والعقلية للمستخدمين، ومفاهيم الجسد mental health, body concept؛ فموقع تيك توك يتسبب في مشكلات اجتماعية عديدة؛ فالمستخدمون يقارنون بين أنفسهم، والمشاهير مما يؤثر على حياتهم في عادات الأكل التي قد تصل لحد الهوس بالانحافة مثلا، وهذا يؤدي إلى الاضطراب العقلي.

في دراسة YuxinYang⁽¹⁵⁾ كانت الإجابة عن السؤال ما الذي يجعل المستخدمين يتفاعلون عبر تيك توك، كانت الإجابة هي عدم الرضا في الحياة الواقعية، والملل؛ ما يدفع المستخدمين للتعبير عن أنفسهم من خلال إنتاج فيديو بحرية عبر التطبيق، وتكثيف استخدامهم له؛ مما يعمل على تعزيز المزاج بشكل فوري، ويشجع تيك توك المستخدمين على تغيير مسار حياتهم بطريقة دراماتيكية؛ حيث يفقد المستخدم الشعور بالوقت أثناء

استخدامه للتطبيق، مما يؤدي إلي فقدان بعض المواقف الهامة في حياته وربما تأجيل البعض منها نتيجة لإدمان استخدام تيك توك. ويملك المؤثرين أو المشاهير الصغار Microcelebrities درجة معينة من القدرة الثقافية على المستخدمين؛ فهم قادرون على تحديد اتجاه الترنندTRENDS عبر التطبيق، خصوصا في حال الترويج لأنشطة تجاريه. ويسبب استخدام التطبيق درجة معينة من الإحباط، والارتباكات في الواقع إلى جانب الجزء الخاص بالإدمان، إلا أنه يحمل بعض القيم، والآثار الإيجابية المتعلقة بتخفيف التوتر، وتقديم التسلية والمرح.

وتوصلت نتائج دراسة Irfan Sabir وآخرون⁽¹⁶⁾ إلي أن تيك توك له آثار سلبية على المستخدمين حيث يسبب العديد من الاضطرابات النفسية، فمن أجل تقديم التسلية، والترفيه، والإثارة، والمرح يتغير مفهوم السمات الشخصية السليمة والتوزيع الاجتماعي، ويزداد الابتذال حتى يحصل المستخدم على اكبر عدد من الإعجاب على الفيديو الذي يقدمه، وله تأثير سلبي على الشباب في ظهور عقد نفسية مثل العقد الشخصية، وعقد الجمال الذاتي، فهو يعزز الابتذال، والعري بين الشباب، ويتسبب في ظهور عقد التفوق، والدونية بين الشباب. وفي دراسة دعاء البنا⁽¹⁷⁾ أثر تبني الشباب المصري عينة الدراسة للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي على متابعتهم للتلفزيون التقليدي، فهي تتيح لهم الحرية الكاملة في اختيار المضمون الذي يريدونه في الوقت الذي يريدونه، ويجعلهم أكثر تحكما في المضمون، كما تتنوع أشكالها وجنسياتها، ومضامينها، ويشعرون بحرية أكبر في متابعتها، وتحددت آثار تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي على المجتمع المصري في عديد من الآثار الإيجابية، مثل الاطلاع على الثقافات الأخرى، وتبني ثقافة الاختلاف، وقبول الآخر، واعتبار المنصات الرقمية مستحدثا جديداً على المجتمع المصري يعمل على تقدمه، ويدعم تطوير وسائل الإعلام، كما يساعد على اكتساب سلوكيات إيجابية من مضمون هذه المنصات. وقد أسهم تبني هذه المنصات والمحتوى الذي تقدمه في إدراك عينة الدراسة لإيجابيات الواقع، في حين توجد عديد من الآثار السلبية لتبني عينة الدراسة لهذه المنصات ومشاهدة مضمونها، أهمها أن أغلب المضامين التي تقدمها هذه المنصات تخالف قيم، وعادات، وتقاليد المجتمع المصري، وثقافته وتعاليم الدين.

في دراسة صفا إبراهيم⁽¹⁸⁾ جاءت تطبيقات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى من استخدامات الشباب لتطبيقات المحمول الترفيهية، وأوضحت الدراسة تصاعد استخدام الشباب لتطبيق Snapchat حيث انه يمكنهم التواصل من خلاله، وارسال الرسائل، واستخدام الفلتر للصور التي أصبحت تشكل هوس للبعض، وجاء تطبيق أنغامي الأعلى استخداما في

فئة التطبيقات الموسيقية؛ حيث أنه يوفر للمستخدم كل الأغاني العربية، والأجنبية بالمجان مع مشاهدة إعلانات، أو باشتراك، ويقدم اقتراحات أيضاً للمستخدمين، أما تطبيقات الفيديو فجااء نتليكسفى المرتبة الأولى حيث توفر مضامين متكاملة الحقوق، وجودة عالية وأحدث المسلسلات، وتلاها شاهد حيث انه يوفر أيضاً مشاهدة مجانية، أو باشتراك.

أما دراسة سعاد المصري⁽¹⁹⁾ وجدت نسبة 55.3% من الشباب الريفي يروا أن أهم أنواع ملفات الفيديو التي يشاهدونها على اليوتيوب مقاطع جنسية و30.7% يشاهدون مقاطع فنية من الأفلام، والمسرحيات، والأغاني و26.7% مقاطع البرامج التلفزيونية، أيضاً وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للشباب الريفي، ودرجة التغير القيمي، والأخلاقي لديهم.

في دراسة عمرو عبدالحميد⁽²⁰⁾ أشارت النتائج أن التفاعل الاجتماعي والهروب من الواقع، وسهولة الوصول إلى المحتوى الدرامي، وقلة الإعلانات عوامل محفزة لقضاء المزيد من الوقت في المشاهدة لمنصات البث الرقمية، أيضاً أوضحت النتائج وجود منظورين لفهم المشاهدة المفرطة الأول يتعلق بالترفيه، والعواطف الإيجابية، والهروب من ضغوط الحياة، وقضاء وقت الفراغ، مع ذلك فإن المنظور الثاني يؤكد على النتائج السلبية للمشاهدة المفرطة مثل الشعور بالندم، والقلق، والإحباط، وأعراض الإدمان السلوكي.

الاستفادة من الدراسات السابقة

1. عرضت نتائج الدراسات السابقة بعض التأثيرات الخاصة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة التيك توك، فيما يتعلق بزيادة أعراض الإدمان السلوكي ومنها الإصابة بمتلازمة الإفراط في اتباع حمية للحصول على جسد ممشوق، وكلها متعلقة بمشكلات عدم الرضا عن الذات.
2. أكثر التأثيرات تتجه نحو تغير صورة الفتاة، خاصة أن فئة المراهقين هم الأكثر تأثراً نظراً لاضطرابهم النفسي والهرموني، وهذا أفاد البحث في تحديد مشكلة الدراسة الخاصة بتشكيل الصورة الذهنية عن الفتاة.
3. تزيد نسبة التأثيرات بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في فئة المراهقين والشباب ما بين 12 إلى 28 سنة وهذا ساعد في تحديد عينة الدراسة.
4. طبيعة المحتوى الذي يشاهده المستخدمين، فئة المراهقين، لا تتحدد بناء على رغبتهم في المشاهدة لمحتوى بعينه وإنما لوغاريتيمات خاصة بالبرمجة تستخدم نظام الذكاء الاصطناعي مما يساهم في زيادة نسبة إدمان مشاهدة محتوى دوناً عن غيره.
5. أغلب الدراسات السابقة اعتمدت على نظريات التأثير الإعلامية، وخاصة نظرية الاعتماد،

والصورة الذهنية، مما ساعد في تحديد الاتجاه النظري للدراسة وتحديد المتغيرات البحثية للدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة علي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والصورة الذهنية بالشكل المناسب للدراسة في الأبعاد المشتركة بين الاتجاهين النظريين بما يدعم الدراسة وفروضها.

أ- **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:** هي «نظرية بيئية» تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وترتبط فيه أجزاء من النظم الاجتماعية بروابط وعلاقات، وهي تبحث في كيفية ارتباط هذه الأجزاء ببعضها البعض، والعلاقات بينها، والتي قد تتسم بالتعاون أو الصراع، وقد تكون ثابتة ساكنة، أو ديناميكية متغيرة⁽²¹⁾. وتقوم فكرة النظرية على أنه كلما زاد اعتماد الفرد في اشباع رغباته على استخدام وسائل الاعلام كلما زادت أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في حياته، وبالتالي يزيد التأثير في المستقبل⁽²²⁾. وتتمثل هذه التأثيرات فيما يلي⁽²³⁾:

1. التأثيرات المعرفية: تشمل خمسة جوانب هي: إزالة الغموض الناتج عن قلة المعلومات، وتكوين اتجاهات لاسيما في الأمور الخاصة بالمسائل والقضايا الجدلية والدعاية للرموز، وترتيب أولويات الجمهور، وأيضا تعمل على اتساع وتنظيم المعتقدات، وتقسيمها إلى فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسة، كما توضح أهمية القيم المتفق عليها اجتماعيا، وقد تخلق قيما تطبع عليها المجتمع.

2. التأثيرات الوجدانية: وهي مختلف المشاعر والعواطف، والإنسان بطبيعته يحب ويكره ويخاف ويميل إلى شئ أو لا يميل له، وفي مجتمع يعتمد اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام في حصوله على المعلومات يمكن توقع حدوث تغير عاطفي عند تقديم الوسائل لهذه المعلومات، أن تأثير الوسائل على مشاعر المتلقين واستجاباتهم العاطفية لها هي أقل أنواع التأثير خضوعاً للبحث، كما أن المقصود بالتأثيرات الوجدانية المشاعر والأحاسيس مثل، زيادة الخوف، والتوتر والحساسية للعنف، وأيضا التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع.

3. التأثيرات السلوكية: وهي نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية وتظهر في النشاط، والتأثيرات السلوكية للإعلام تظهر في الفعل، والتنشيط، والحركة نحو قضايا، وسلوكيات معينة، أو فقدان الرغبة، وتهدة الحركة نحو القضايا، والحلول، وقد تظهر التأثيرات على شكل الخمول، ويعني تجنب القائم بعمل ما مثل المشاركة السياسية.

ب- **الصورة الذهنية:** مصطلح مكون من كلمتين هما الصورة التي تعني ظاهر الشئ

وشكله الذي يتميز به، والذهنية التي تعني الذهن أي العقل والفهم والمقصود بها فهم الشيء وتصوره، والمصطلح بشكل عام يعني الانطباع الذي يتكون في الذهن عن شخص معين، أو قيمة معينة، أو كيان معين، ومن الوسائل التي تساعد على تكوين الصورة الذهنية، وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة⁽²⁴⁾، وفي هذه الدراسة ندرس تطبيق تيك توك لمعرفة مدى تأثيره في تصورات مستخدميه خاصة المراهقين بناء على الأبعاد الخاصة بالصورة الذهنية.

أبعاد الصورة الذهنية⁽²⁵⁾:

هناك إجماع بين معظم الباحثين على أن الصورة الذهنية تشتمل على ثلاثة أبعاد أساسية:

البعد المعرفي : Cognitive component

ويقصد به المعلومات التي تتعلق بموضوع أو قضية أو شيء ما، التي تبني عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، ومستوى دقة المعلومات التي نحصل عليها عن الآخرين تؤثر في دقة الصور الذهنية التي نكونها عنهم، والأخطاء المتكونة لدى الأفراد حول الأشياء هي أخطاء ناتجة أساساً عن تلك المعلومات، والمعارف الخاطئة التي حصل عليها الإنسان.

البعد الوجداني: Affective component

وهو الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو شيء ما، في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع تشكل الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد، وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات، وعواطف الأفراد نحو الأشخاص، والقضايا، والموضوعات المختلفة سواء كانت إيجابية أو سلبية.

ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية تبعاً لمجموعة من العوامل أهمها، مصادر المعرفة المتاحة، وطبيعة التجربة، والأسلوب الذي استخدم في التجربة، ومدى قبول الفرد للشخص الذي صدرت عنه تلك المعلومات.

البعد السلوكي : Behavioral component

ينعكس سلوك الإنسان وفقاً لطبيعة الصورة الذهنية المتكونة لديه في مختلف شؤون الحياة، إذ تصبح موجهة للسلوك بصورة لا إرادية بفعل تلك الصورة بالعقل الباطن، إذ ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنها انعكاس لاتجاهاتهم الناتجة عن الصورة الذهنية المتكونة لديهم حول شؤون الحياة⁽²⁶⁾.

الاستفادة من النظريات:

- تم الاستعانة بفروض نظرية الاعتماد في صياغة الفرض الأول والثاني للدراسة مع التساؤل الأول والثاني والثالث لها.
- تم الاستعانة بالتأثيرات الخاصة بنظرية الاعتماد والأبعاد الخاصة بالصورة الذهنية في صياغة الأداة البحثية، الاستبيان، وذلك بناء على ما تم صياغته في الفرض الثالث والرابع والخامس والسادس، بما يدعم متغيرات الدراسة التي تم تحديدها بناء على ما تم استفادته من الدراسات السابقة.

مشكلة الدراسة:

تسعى الدراسة لاستيضاح الصورة الذهنية لدى المراهقين من مستخدمي موقع التيك توك باعتبارهم عنصر مهم لرؤية المرأة تبعاً للتطور المجتمعي الناتج عن استخدام تكنولوجيا تطبيقات الفيديو الحديثة، والإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة وهو: ما أثر استخدام المراهقين لمنصة تيك توك على رؤيتهم للفتاة المصرية من حيث الشكل والتصرفات والأخلاق الظاهرة في ملفات الفيديو التي يتعرض لها عينة الدراسة؟

أهمية الدراسة:

1- مع توالي الأخبار عن قيام السلطات المصرية بالقبض على فتيات يقمن بإنتاج مقاطع فيديو قصيره على موقع التيك توك، حدث نقاش مجتمعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عن طبيعة أخلاق الفتيات التي تعرض نفسها في مقاطع فيديو قصيرة لتقديم أغنية ما أو إعادة تمثيل لمقطع درامي، ووصل الأمر إلى الطعن في شرف الفتيات، وفي أسلوب التنشئة، والتربية لهن. لذا كان لابد من تقييم هذه الظاهرة بشكل علمي من خلال هذه الدراسة.

2- نسبة المشاركين في إنتاج محتوى على تطبيق تيك توك من البالغين أقل من 24 سنة وحتى 6 سنة بلغت حوالي 80%.

3- ما جاء في نتائج الدراسات العلمية العربية التي تناولت منصات الفيديو، وسلوك مستخدميها وطبيعة الصورة التي تتشكل عنهم لدى المتابعين لهم، وندرة الدراسات الخاصة بتطبيق تيك توك، وما يحتويه من مضامين تؤثر على صورة الفتاة المصرية.

أهداف الدراسة:

- تعتمد الدراسة على هدف رئيسي وهو: «التعرف على الصورة الذهنية المتشكلة عن

الفتاة المصرية لدى المراهقين الناتجة من متابعتهم حسابات الفتيات على تيك توك» وذلك من خلال بعض الأهداف الفرعية:

- قياس معدل كثافة استخدام المراهقين عينة الدراسة لمنصة التيك توك
- معرفة طبيعة المحتوى الذي يفضله المراهقين عبر تيك توك
- رصد اتجاهات المبحوثين نحو المحتوى الصادر عن الفتيات عبر حساباتهن على تيك توك.
- قياس مدى تأثير كثافة المتابعة لمنصة التيك توك على سلوك كل من الذكور، والإناث تجاه المحيطين بهم.
- معرفة طبيعة العلاقة بين اتجاهات المبحوثين نحو المحتوى المقدم عبر تيك توك، وصورة الفتاة المصرية لديهم.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى معرفة

1. ما معدل (كثافة) استخدام عينة الدراسة للمحتوى الخاص بتيك توك سواء عبر المنصة ذاتها أو منشورا بطريقة المشاركة عبر منصات تواصل اجتماعي أخرى؟
2. ما دوافع متابعة المراهقين للمحتوى عبر تطبيق تيك توك، وطبيعة هذا المحتوى، والسلوك التفاعلي تجاهه؟
3. ما طبيعة اتجاهات المبحوثين (الذكور - الإناث) نحو المحتوى الذي تقدمه الفتيات عبر تيك توك؟
4. ما شكل رد الفعل السلوكي لدى عينة الدراسة المبحوثين تجاه محتوى غير ملائم صادر من أحد الأصدقاء أو الأقارب؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين المبحوثين من حيث النوع وصورة الفتاة المقدمة في تطبيق تيك توك.
- الفرض الثاني توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري الصورة الذهنية عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهات المبحوثين (ذكور - إناث) نحو المحتوى المقدم منهن
- الفرض الثالث توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدى كل من الذكور والإناث.
- الفرض الرابع توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة

من حيث (المستوى الاجتماعي الاقتصادي ووجود اخوات بنات) وتشكل الصورة الذهنية لديهم عن الفتاة المصرية.

- الفرض الخامس توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تطبيق تيك توك وفقا للنوع
- الفرض السادس توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك ورد الفعل السلوكي لديهم وفقا لمتغير للنوع.

المنهج وأدوات الدراسة:

الدراسة الوصفية هنا اعتمدت على (منهج المسح)، من خلال تطبيق أداة الدراسة «استمارة الاستبيان»، التي تم تصميمها من خلال google survey تشمل متغيرات الدراسة:
أ- القسم الأول منها، مقياس للمتابعة لأي محتوى خاص بتيك توك سواء بوجود حساب أو بدون وجود حساب، ثم أسئلة عن عادات التعرض ونوع السلوك الذي يقوم به المبحوث في حالة الإعجاب بمحتوى في تيك توك، ثم مقياس يحدد أهداف ودوافع التعرض مكون من 12 عبارة.

ب- القسم الثاني أسئلة عن مدى متابعة المبحوثين لحسابات لفتيات عبر تيك توك ومقياس يحدد صورة الفتيات عبر تطبيق تيك توك من وجهة نظر المبحوثين جاء في 13 عبارة.
ت- القسم الثالث أسئلة خاصة بالمبحوثين من الذكور تشمل مقياس الرضى عن ما تقدمه الفتيات عبر تطبيق تيك توك جاء في 12 عبارة، ومقياس سلوكي يقوم به المبحوث تجاه أقرابه في كان 4 عبارات فقط.
ث- القسم الخامس منها مخصص للإناث شمل مقياس اتجاهات نحو ما يتم تقديمه في تطبيق تيك توك في 8 عبارات، ومقياس سلوكي تجاه بعض المواقف جاء في 5 عبارات.

مجتمع وعينة الدراسة:

- نوع عينة الدراسة: تم اختيار عينة عمدية من مستخدمي تطبيق التيك توك حيث أن طبيعة مستخدمي التطبيق يصعب توفير إطار لسحب عينة عشوائية منه.
- حجم عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة 415 مفردة تم تحديدها باستخدام برنامج (Minit-ab) الإحصائي الإصدار 16.
- معايير تحديد حجم العينة: تم تحديد حجم العينة الذي يوفر خطأ هامشي 5% ومستوي ثقة 95%.

جدول رقم (1) النوع في العينة

النوع	ك	%
ذكر	160	38.55
أنثى	255	61.45
المجموع	415	100.0

جدول رقم (2) مستوى التعليم

مستوى التعليم	ك	%
ثانوي	53	12.8
جامعي	362	87.2
المجموع	415	100.0

جدول رقم (3) المستوى الاجتماعي الاقتصادي للعينة

المستوى الاقتصادي الاجتماعي	ك	%
مستوى اقتصادي مرتفع	99	23.9
مستوى اقتصادي متوسط	267	64.3
مستوى اقتصادي منخفض	49	11.8
المجموع	415	100.0

طبقت الدراسة على عينة 415 مفردة منها 38.5% ذكور و61.45% إناث، وهذا لا يثبت أن الإناث هم الأكثر متابعة لمحتوى تيك توك باعتبارهن الأكثر استعدادا للمشاركة في الدراسة، ونسبة 12.8% تعليم ما قبل الجامعي، وحوالي 87.2% تعليم جامعي، وكانت نسبة العينة من المستوي الاقتصادي المتوسط بنسبة 64.3%، والمرتفع 23.9%، والمنخفض 11.8%، وهي مستويات تفيد في اختبار فروض الدراسة، وهي نسب غير متماثلة نظرا لتوزيع الاستمارة البحثية إلكترونيا بشكل عشوائي، وتم تطبيقها في شهر أكتوبر 2021م.

تقنين أداة الدراسة:

للحكم على مدى صلاحية الأدوات للتطبيق يتم التحقق من صدق الأداة في استنصاء موضوعها وثبات نتائج الاستجابة عن بنودها، وفيما يلي التحقق من صدق أداة الدراسة وثباتها.

1. صدق الأداة:

يتعلق موضوع صدق الاستبانة بأن تقيس الاستبانة ما وضعت لقياسه، ويعد الصدق

المؤشر على البدء في تطبيق الأداة والتأكد من ثبات نتائجها لذا فيأتي حسابه في المرتبة الأولى، ثم يليه الثبات. وللتأكد من صدق الاستبيان اتبعت الدراسة الطرق التالية:

أ. الصدق الظاهري

وقد تم حساب صدق الاستبيان في البداية باستخدام الصدق الظاهري Face Validity من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين* ذوي الاختصاص.

الصدق الذاتي:

اختبرت الدراسة صدق الاستمارة من خلال اجراء اختبار قبلي pre- test بالتطبيق على عينة ممثلة للجمهور بنسبة 10%، والتي بلغت (45 مفردة)، بحيث تم تعديل بعض المقاييس في المرحلة التالية بما يتناسب مع عينة الدراسة الكلية، ويحقق أهداف الدراسة. كذلك تم اجراء اختبار الثبات بإعادة تطبيق الاستمارة على العينة ذاتها بعد مرور (أسبوعين) من التطبيق الأول

الثبات

وقد بلغت نسبة الثبات (83.2%)، وهي نسبة ثبات جيدة، ويمكن الوثوق بها. كذلك تم احتساب الثبات للمقاييس الخاصة بالاستمارة بعد التطبيق على إجمالي عينة الدراسة والتي يمكن ملاحظتها من خلال جدول رقم (4)، وقد اتضح أن نسبة الثبات (Alpha) للاستمارة ككل بلغت (0.875)، فيما بلغ معامل الصدق الذاتي (0.935) للاستمارة ككل. وتراوحت نسبة الثبات للمقاييس المختلفة ما بين 0.766 و0.861، وهي نسبة ثبات يمكن الأخذ بها، حيث تعدّ قيم ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) المقبولة 0.70 وما فوق جيدة.

جدول (4) اختبارات الصدق والثبات لمقاييس الدراسة

البيان	معامل الثبات*(Alpha)	معامل الصدق الذاتي
س7	0.861	0.928
س8	0.812	0.901
س11	0.779	0.883
س12	0.801	0.895
س13	0.826	0.909
س14	0.766	0.875
الاستبيان ككل	0.875	0.935

ب. المعاملات الإحصائية المستخدمة:

تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقاييس الدراسة الثلاثة، واختبار (ت)

لعينتين مستقلتين لبيان الفروق بين متوسطات الدرجات. ومعامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، والذي يستخدم لمعرفة مدى إمكانية الاعتماد على قائمة الاستقصاء في بيانات تتسم بالثبات. واختبار مربع كاي لدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وذلك باستخدام برنامج SPSS الإصدار 26.

نتائج الدراسة :

أولاً- النتائج الأولية:

1- كثافة متابعة عينة الدراسة لمحتوى التطبيق

جدول رقم (5) خاص بكثافة متابعة عينة الدراسة لمحتوى تيك توك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرارات	كثافة المتابعة
Std. Deviation	Mean	58.1	241	أقل من ساعة
89160.	1.6265	28.4	118	من ساعة إلى ساعتين
معامل الالتواء Skewness		6.3	26	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
1.422		7.2	30	أكثر من 4 ساعات
		100.0	415	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق معدل متابعة المبحوثين لتطبيق تيك توك يقع بين أقل من ساعة وساعتين في نسبة بلغت 86.5% من عينة الدراسة بين 58.1% و 28.4%، وربما يرجع السبب إلي قصر زمن الفيديو المعروض على تطبيق تيك توك⁽²⁷⁾، إذ لا يتعدى زمن الفيديو 60 ثانية، مما يسمح باستعراض أكبر عدد من الفيديوهات المقدمة عبر التطبيق بدون الحاجة لتمضية فترات طويلة في المتابعة، أما العينة من فئة الأكثر متابعة كانت 13.5% بين متابعة 3 ساعات بنسبة 6.3% وأكثر من ذلك بنسبة 7.2%، وربما يرجع السبب لقيام هؤلاء المبحوثين بإنشاء محتوى عبر التطبيق من خلال التقنيات والفلتر التي يقدمها مما قد يؤدي إلي زيادة المدة التي يمضيها الشخص في تصوير ومونتاج المحتوى باستخدام التطبيق. وهذا يدعم نتائج الدراسة السابقة ل Yuxin Yang⁽²⁸⁾ حيث يضيع الوقت في المتابعة نظرا لقصر زمن الفيديو أو لاستغراق الوقت في إنتاج فيديو.

2- عادات المتابعة لمحتوى تطبيق تيك توك

جدول رقم (6) خاص بعادات المتابعة للمبحوثين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرارات	عادات المتابعة
Std. Deviation	Mean	83.9	348	بمفردي
0.558750	1.2289	6.7	28	مع الأسرة
معامل الالتواء Skewness		9.4	39	مع الأصدقاء
2.355		100.0	415	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق غلبة الجانب الفردي لمتابعة المحتوى نظرا لاعتباره تطبيق على الهاتف الخاص بالمبحوث بنسبة 84% تقريبا، وذلك يقصد به إما مجرد التعرض، أو إنشاء المحتوى بشكل فردي، أما 16% من المبحوثين اختاروا مشاركة الأسرة، والأصدقاء، ربما يقصد بذلك مشاركتهم في صناعة المحتوى مما يتطلب ضرورة المشاركة.

3- دوافع متابعة عينة الدراسة لمحتوى تطبيق تيك توك

جدول رقم (7) خاص بدوافع متابعة عينة الدراسة لمحتوى تطبيق تيك توك

م	دوافع المتابعة	موافق	محايد	معارض	Mean	Std. Deviation	ت
1	لأنها تجعلني على دراية بكل جديد	136	166	113	2.0554	0.7735	8
2	لأنها مفيدة في فهم العلاقة بين الجنسين	51	86	278	1.4530	0.7034	12
3	لأنني أتعلم منها أشياء وأفكار جديدة	128	199	88	2.0964	0.7158	3
4	أتعرف من خلالها على الواقع من حولي	131	182	102	2.0699	0.7469	7
5	لأواكب التطورات الحديثة والعصرية	125	187	103	2.0814	0.7135	4
6	تساعدني على الهروب من مشاكلي	142	184	89	2.0721	0.7341	6
7	لأنني أحب مشاركة المحتوى مع الآخرين	76	104	235	1.6169	0.7772	11
8	لأنها مسلية	259	129	27	2.5590	0.6144	1
9	لأنها ممتعة وجذابة	169	200	46	2.2964	0.6567	2
10	أشاهد بعض الشخصيات الجذابة والمثيرة	117	171	127	1.9759	0.7673	9
11	لأن أصدقائي وزملائي مشاركون فيها	92	143	180	1.7880	0.7822	10

5	0.7301	2.0747	23.1	96	46.3	192	30.6	127	لأنني أحب متابعة حياة الآخرين	12
---	--------	--------	------	----	------	-----	------	-----	-------------------------------	----

يتضح من الجدول السابق أن أكثر العبارات موافقة من وجهة نظر عينة الدراسة العبارات (8)، (9)، (3)، (5)، (12)، (6)، حيث وقعت هذه العبارات في نطاق الموافقة بدرجة كبيرة، وذلك حسب ترتيب المتوسط الحسابي، وتتص هذه العبارات على الترتيب إلى:

1- مسلية بمتوسط حسابي 2.5590، وممتعة وجذابة بمتوسط حسابي 2.296، وهي تنتمي إلي دوافع التسلية والترفيه وهذا ما أكدته دراسة Irfan⁽²⁹⁾.

2- تعلم أفكار جديدة بمتوسط حسابي 2.96، ومواكبة التطورات الحديثة بمتوسط حسابي 2.08، وهي تنتمي إلي دوافع حب المعرفة، ومسايرة التكنولوجيا. وذلك يتناسب مع نتائج دراسة سهير عبدالحليم ودعاء البنا⁽³⁰⁾ عن أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وجاء "معرفة آخر المستجدات في مرتبة متقدمة.

3- حب لمتابعة الآخرين بمتوسط حسابي 2.074، وتساعدني على الهروب من مشاكل بمتوسط حسابي 2.072، وهي تنتمي لدوافع الفضول، وسعي الفرد الدائم للخروج من واقعه المحيط حتى ولو بمتابعة محتوى افتراضي، وهذا ما ظهر في نتائج دراسة عمرو⁽³¹⁾.

بينما يتضح أيضا أن أقل العبارات موافقة من وجهة نظر عينة الدراسة من الذكور العبارات (4)، (1)، (10)، (11)، (7)، (2)، حيث وقعت هذه العبارات في نطاق الموافقة بدرجة قليلة، وذلك حسب ترتيب المتوسط الحسابي، وتتص هذه العبارات على الترتيب إلى:

1- معرفة الواقع من حولي بمتوسط حسابي 2.069 من 3 درجات، ولأنها تجعلني على دراية بكل جديد بمتوسط حسابي 2.055، وهي تنتمي لدوافع المعرفة.

2- أشاهد بعض الشخصيات الجذابة والمثيرة بمتوسط حسابي 1.975 من 3 درجات، والأصدقاء والزملاء مشاركون فيه بمتوسط حسابي 1.788، وهي تنتمي لدوافع اجتماعية لمشاركة الآخر في اهتماماته.

3- لأنني أحب مشاركة المحتوى مع الآخرين بمتوسط حسابي 1.616 من 3 درجات، ومفيدة في فهم العلاقة بين الجنسين بمتوسط حسابي 1.453 تنتمي لدوافع المشاركة، والتعامل مع الآخرين وفهمهم، وهي أقل العبارات موافقة.

4- السلوك التفاعلي الخاص بعينة الدراسة تجاه المحتوى إذا أعجبهم بتيك توك.
جدول رقم (8) خاص السلوك التفاعلي لعينة الدراسة على محتوى تيك توك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرارات	طبيعة السلوك التفاعلي
Std. Deviation	Mean	26.0	108	لا أقوم بفعل شيء
1.60588	2.6843	41.4	172	أقوم بعمل إعجاب
		0.5	2	أقوم بالتعليق عليه
معامل الالتواء		2.2	9	أقوم بمشاركته في التطبيقات والمواقع الاجتماعية الأخرى
Skewness		29.9	124	أقوم بحفظه ومشاهدته لاحقا
0.580		100.0	415	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق طبيعة الفعل التفاعلي الذي يقوم به المبحوثين في حال الإعجاب بمحتوى عبر تطبيق تيك توك، وهو في مستواه ضعيف جدا، والذي يظهر بشكل واضح من خلال التطبيق ذاته حيث يكثر إبداء الإعجاب على المحتوى، وهذا ما ظهر في استجابات المبحوثين بنسبة 41.4%، يليها الاحتفاظ بالمحتوى بنسبة 29.9%، وربما إعادة استخدامه مرة أخرى في محتوى آخر نظرا لقصر المدة الزمنية للملف الذي يتم الاحتفاظ به. وأبدي المبحوثين استجابة بنسبة 26% للإجابة بأنه لا يقوم بفعل شيء، وذلك يرجع لقصر المدة الزمنية للمحتوى والتي قد لا تقدم شيء يمكن القيام بفعل تفاعلي ردا عليه لا بالإعجاب أو التعليق، أما مشاركة المحتوى في تطبيقات أخرى فحصلت على 2.2% أغلبها بنسبة 90% تشاركه في تطبيق واتساب؛ نظرا لإتاحة التطبيق خاصية المشاركة في واتساب في واجهة استخدام التطبيق، أما التعليق فقد حصل على نسبة 0.5%، ويفسر ذلك بسرعة استعراض الفيديو الذي لا يتعدى محتواه 15 ثانية أو أقل من لذا من النادر إبداء الرأي بالتعليق.

5- النتائج الخاصة بمتابعة عينة الدراسة لمحتوى تنتجه الفتيات عبر تطبيق تيك توك أ- متابعة عينة الدراسة لحسابات فتيات عبر تيك توك

جدول رقم (9) تحديد متابعة عينة الدراسة لحسابات الفتيات عبر تيك توك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرارات	مدى متابعة حساب فتيات على تيك توك
Std. Deviation	Mean	22.2	92	دائماً
0.72787	2.0940	46.3	192	أحيانا
معامل الالتواء Skewness		31.6	131	نادراً
146.-		100.0	415	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق نسبة 68.5% من المبحوثين يتابعون حسابات لفتيات ما بين دائماً بنسبة 22.2%، وأحيانا بنسبة 46.3%، أما فئة نادرا فقد حصلت على 31.6%؛ نظرا لأنهم يتابعون المحتوى الذي يتم اقتراحه من الموقع بحسب الأكثر مشاهدة، ومعامل الالتواء قيمته - 0.146 وتعني عدم تماثل الإجابة بين عينة الدراسة من المبحوثين ذكورا وإناثا لصالح الإناث.

ب- طبيعة الحسابات الخاصة بالفتيات التي يتابعها عينة الدراسة

جدول رقم (10) خاص بجنسية الفتيات التي يفضل المبحوثين متابعتها

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرارات	جنسية الفتيات الأكثر متابعة
Std. Deviation	Mean	1.9	8	غير مهتم بجنسية معينة
1.35420	2.9566	52.0	216	مصرية
		20.7	86	عربية
معامل الالتواء Skewness		8.2	34	أمريكية
		8.4	35	أوروبية
1.152		8.2	34	آسيوية
		0.5	2	جنسيات متعددة
		100.0	415	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق متابعة عينة الدراسة لحسابات الفتيات المصريات - موضوع الدراسة- بنسبة 52%، بينما تأتي في المرتبة الثانية متابعة الفتيات العربيات بنسبة 20.7%، وبقية عينة الدراسة بنسبة 25.2% يتابعون الجنسيات الأخرى لأسباب مختلفة- يمكن

تفنيدها في دراسة أخرى- فيما علق 1.8% من المبحوثين بأنهم لا يتابعون الفتيات بحسب الجنسية بل بحسب طبيعة المحتوى المقدم بغض النظر عن الجنسية.

ج- نوع المحتوى الذي يتابعه المبحوثين لدي حسابات الفتيات

جدول رقم (11) خاص بنوع المحتوى الذي يتابعه المبحوثين لدي الفتيات عبر تيك توك

النسبة	التكرارات	طبيعة المحتوى
15.41%	201	مقاطع غنائية
13.65%	178	مقاطع تمثيلية
11.96%	156	مقاطع راقصة
11.73%	153	مقاطع للموضة والأزياء
11.20%	146	مقاطع للمكياج
8.51%	111	مقاطع طبخ
6.90%	90	مقاطع دينية
6.83%	89	مقاطع تقليد
5.83%	76	مقاطع استعراضية
3.83%	50	مقاطع رومانسية
3.68%	48	مقاطع تعبير عن النفس
0.23%	3	مقاطع متنوعة
0.23%	3	الرسم
100.0	1304	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق تفضيل عينة الدراسة لمتابعة المقاطع الغنائية بنسبة 15.41% يليها التمثيلية بنسبة 13.65% يليها المقاطع الراقصة 11.96% يليها الموضة، والأزياء، والمكياج بنسب 11.73%، 11.20%، ثم مقاطع الطبخ 8.51%، والمقاطع الدينية 6.90%، ومقاطع التقليد، والاستعراض 6.83%، 5.83%، وبقية الأنواع أخذت قيم بسيطة مثل المقاطع الرومانسية، والتعبير عن النفس، والرسم، والمنوعات.

د- رأي عينة الدراسة في مدى تقليد الفتيات لما يشاهدونه في الواقع

جدول رقم (12) رأي المبحوثين فيما إذا كانت الفتيات سيقلدن

المحتوى الذي يشاهدونه عبر تيك توك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرارات	هل تعتقد أن مشاهدة الفتيات لمقاطع فيديو التيك توك تجعلهن يقلدن ما يشاهدونه
Std. Deviation	Mean	25.5	106	موافق
0.6089	2.1253	61.4	255	محايد
Skewness	معامل الالتواء	13.0	54	معارض
070.-		100.0	415	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق استجابة المبحوث في الإجابة محايد بدون رأي تصل نسبتها 61.4% في حين وافق 25.5% على أن الفتيات يقلدن ما يشاهدونه في تطبيق تيك توك، وذلك بالإشارة إلي إتاحة التطبيق بعض التحديات في شكل Trends، وطلب مشاركة المستخدمين فيها حيث يشارك فيها المؤثرون أيضا لتحسين الترتد، وزيادة اقبال المشاركين على التحدي، والمتابع لهذه التحديات سيجد محاولة المشاركين تقليد الفيديو الذي قدمه التطبيق، وعند البعض الآخر سيجد محاولات ابتكارية لخلق محتوى يتعلق بالتحدي بدون محاولة تقليده، وان كانت استجابات المبحوثين على العبارة تتعد عن فكرة التقليد لإنتاج محتوى وانما التقليد في الحياة الواقعية.

أما نسبة 13% يرون أن الفتيات لا يقلدن ما يشاهدونه من خلال متابعتهم للحسابات عبرتيك توك لأسباب لها علاقة بطبيعة المحتوى الغالبة على تيك توك التي تختلف بطبيعة الحال عن المجتمع المصري وثقافته من حيث الملابس، وطبيعة التصرفات، والألفاظ المستخدمة، وأن محاولة تقليد ذلك صعبة جدا وستواجه بالرفض مجتمعيا؛ لذا الفتيات لا يستطعن التقليد.

وقيمة معامل الالتواء -0.070 بين عينة الدراسة ذكورا وإناثا لصالح الإناث على أغلب التقدير حيث الإناث هن الأكثر ميلا للموافقة على العبارة، وهذا يدعم فكرة النقص الوجداني عند كليمان والذي يحدث عندما يقبل الفرد التأثير لأنه يرغب في إقامة علاقة أو الاحتفاظ بعلاقة مرضية تحدد ذاته مع شخص آخر أو جماعة أخرى⁽³²⁾.

6- النتائج الخاصة بعينة الدراسة من الذكور

أ- رأي واتجاهات العينة من الذكور نحو طبيعة صورة الفتاة في المحتوى المقدم عبر تطبيق تيك توك

جدول رقم (13) خاص باتجاهات الذكور نحو المحتوى الذي تقدمه الفتيات

عبر تيك توك

م	مقياس الذكور	موافق	محايد	معارض	Mean	Std. Deviation	ت
1	لا يوجد مانع من مشاركة البنات في فيديو على تيك توك بشرط الاحترام في اللفظ والملبس	18	11.2	30	18.8	54	12
2	التيك توك أغلبه بنات ترتدي ملابس غير لائقة	55	34.4	51	31.8	54	9
3	البنات تقوم بعمل محتوى فيديو على تيك توك من أجل الشهرة والمال	54	33.8	62	38.8	44	10
4	البنات تقوم بعمل فيديو على تيك توك من أجل التعري	97	60.6	26	16.3	37	11
5	البنات تتعمد الوقفة التي تبين مناطق معينة من الجسم لاستقطاب المتابعين	102	63.7	25	15.6	33	4
6	تظهر أغلب البنات في بيوت الأهل بدون استئذان منهم	30	19.1	29	18.5	98	3
7	البنات ترتدي قميص نوم عاري في التيك توك	118	73.8	32	20.0	10	1
8	البنات المحترمات في تيك توك لديهن عدد كبير من المتابعين	42	26.3	84	52.5	34	8

2	0.708	2.550	12.5	20	20.0	32	67.5	108	البنات المحجبات في تيك توك تظهر بمظهر محترم	9
6	0.665	2.350	10.6	17	43.8	70	45.6	73	البنات تقوم بعرض أجزاء من جسمها عبر فيديو التيك توك	10
5	0.687	2.425	11.3	18	35.0	56	53.8	86	البنات تقوم بتقديم رقصات خليعة ومثيرة جنسيا على تطبيق تيك توك	11
7	0.847	2.081	31.9	51	28.1	45	40.0	64	تظهر بعض البنات مع (الأب أو أحد أفراد الأسرة) لتقديم محتوى محترم وهادف	12

يتضح من الجدول السابق يتضح من الجدول أن أكثر العبارات موافقة من وجهة نظر عينة الدراسة العبارات (7)، (9)، (6)، (5)، (11)، (10)، حيث وقعت هذه العبارات في نطاق الموافقة بدرجة كبيرة، وذلك حسب ترتيب المتوسط الحسابي، وتنص هذه العبارات على الترتيب على:

1- البنات ترتدي قميص نوم عاري في التيك توك بمتوسط حسابي 2.675 من 3 درجات، البنات المحجبات في تيك توك تظهر بمظهر محترم بمتوسط حسابي 2.550، وهذه النتيجة توضح التناقض الشديد بين آراء المبحوثين، ربما يرجع إلي أن الفتيات المحجبات التي تقدم محتوى عبر تيك توك.

2- تظهر أغلب البنات في بيوت الأهل بدون استنكار منهم بمتوسط حسابي 2.433، ثم البنات تتعمد الوقفة التي تبين مناطق معينة من الجسم لاستقطاب المتابعين بمتوسط حسابي 2.431.

3- البنات تقوم بتقديم رقصات خليعة ومثيرة جنسيا على تطبيق تيك توك بمتوسط حسابي 2.425، والبنات تقوم بعرض أجزاء من جسمها عبر فيديو التيك توك بمتوسط حسابي 2.350.

بينما يتضح أيضا أن أقل العبارات موافقة من وجهة نظر عينة الدراسة من الذكور العبارات (12)، (8)، (2)، (3)، (4)، (1)، حيث وقعت هذه العبارات في نطاق الموافقة بدرجة قليلة، وذلك حسب ترتيب المتوسط الحسابي، وتنص هذه العبارات على الترتيب على:

- 1- تظهر بعض البنات مع (الأب أو أحد أفراد الأسرة) لتقديم محتوى محترم وهادف بمتوسط حسابي 2.081 من 3 درجات، ثم البنات المحترمات في تيك توك لديهن عدد كبير من المتابعين بمتوسط حسابي 2.050
- 2- التيك توك أغلبه بنات ترتدي ملابس غير لائقة بمتوسط حسابي 2.006، والبنات تقوم بعمل محتوى فيديو على تيك توك من أجل الشهرة والمال بمتوسط حسابي 1.927.
- 3- البنات تقوم بعمل فيديو على تيك توك من أجل التعري بمتوسط حسابي 1.625، ثم لا يوجد مانع من مشاركة البنات في فيديو على تيك توك بشرط الاحترام في اللفظ والملبس بمتوسط حسابي 1.413.

ب- طبيعة السلوك الذي سيقوم به عينة الدراسة من الذكور تجاه من حوله في بعض المواقف

جدول رقم (14) خاص بسلوك عينة الدراسة الذكور نحو الآخرين في موضوع استخدام تطبيق تيك توك

م	مقياس الذكور ب	موافق	محايد	معارض	Mean	Std. Deviation			
1	أسمح ل (أختي أو زوجتي) بعمل قناة تيك توك خاصة بها	84	52.5	51	31.9	25	15.6	1.6313	0.741
2	سأقوم بضرب (أختي أو زوجتي) إذا اكتشفت وجود فيديو لها على تيك توك	97	60.6	40	25.0	23	14.4	1.5375	0.734
3	أمنع (أختي أو زوجتي) من تحميل التطبيق ومشاهدة أي فيديو علي تيك توك	28	17.5	56	35.0	76	47.5	1.5188	0.760
4	يمكن أن تشاركي (أبي أو أختي أو زوجتي) في تصوير محتوى لعرضه علي تطبيق تيك توك	26	16.3	31	19.4	103	64.4	1.7000	0.751

يتضح من الجدول السابق موافقة عينة الذكور على العبارة يمكن أن تشاركني (أمي أو أختي أو زوجتي) في تصوير محتوى لعرضه علي تطبيق تيك توك بمتوسط حسابي 1.70، ولكن قيمة هذه النتيجة لا تظهر في المتوسط الحسابي، إنما في طريقة استجابة الباحثين على العبارات، والتي توضح مدى اعتراض الباحثين على العبارة بنسبة 64.4%، على الرغم من أن التطبيق هو وسيلة إعلامية مثل الوسائل الأخرى تعرض المحتوى الذي يقدمه المستخدمين وتتبع طريقة استخدام المستخدم نفسه فهو المتحكم في المضمون الذي يتم عرضه من خلال التطبيق بما لا يخل بالأداب العامة، ولا يخالف عادات وتقاليد المجتمع،

وطبيعة الإرث الثقافي والديني، يليها العبارة أسمح ل (أختي أو زوجتي) بعمل قناة تيك توك خاصة بها بمتوسط حسابي مقداره 1.63، والتي تؤكد نفس السياق الخاص بالعبارة الأولى؛ فحصلت نسبة الموافقة على 52.5% من المبحوثين.

في حين نرى العبارتين ساقوم بضرب (أختي أو زوجتي) إذا اكتشفت وجود فيديو لها على تيك توك، وأمنع (أختي أو زوجتي) من تحميل التطبيق ومشاهدة أي فيديو علي تيك توك بمتوسط حسابي 1.53، 1.51 علي الترتيب، تعكس مؤشرات غير طيبة في سياق التعامل مع هذه المواقف؛ فالمبحوثين من الذكور بنسبة 60.6% لديهم استعداد للعنف تجاه الأخت أو الزوجة في حال اكتشاف فيديو لهن من خلال التطبيق، على الرغم من إبداء المبحوثين استجابة بعدم منعهن من تحميل التطبيق ومشاهدة المحتوى بنسبة 47.5%.

7- النتائج الخاصة بعينة الدراسة من الإناث

أ- طبيعة اتجاهات الإناث نحو المحتوى المقدم عبر تيك توك

جدول رقم (15) خاص باتجاهات عينة الإناث نحو المحتوى الخاص بالفتيات

عبر تيك توك

م	مقياس الإناث أ	موافق	محايد	معارض	Mean	Std. Deviation	ت			
1	بعض الألفاظ التي تصدر عن الفتيات عبر تيك توك غير ملائمة	196	76.9	35	13.7	24	9.4	2.675	0.639	1
2	يمكن أن أقتدي بما ترتديه الفتيات في تيك توك لأنه يواكب الموضة الحديثة	47	18.4	72	28.2	136	53.3	2.412	1.0864	4
3	أعتمد على تيك توك في نصائح المكياج والملابس من خلال حسابات الفتيات الأخريات	132	51.8	40	15.7	83	32.5	2.192	0.899	5
4	طريقة أداء الفتيات للفيديوهات عبر تيك توك فعالة في جذب انتباه الشباب	156	61.2	58	22.7	41	16.1	2.451	0.756	3

6	0.868	2.082	42.0	107	24.3	62	33.7	86	يمكن أن تشاركي أمي أو أحد أفراد العائلة في صناعة فيديو عبر تيك توك	5
2	0.619	2.631	7.5	19	22.0	56	70.6	180	محتوي ترفيهي مسلّي	6
7	0.741	1.814	19.8	50	41.9	106	38.3	97	تيك توك ملغ با لمحتوى الجنسي التي تظهر فيه الفتيات أجسادهن	7
8	0.818	1.584	62.7	160	16.1	41	21.2	54	إذا كان لي أخت صغيرة دون 15 سنة سأسمح لها بعمل حساب على تيك توك	8

يتضح من الجدول السابق يتضح من الجدول أن أكثر العبارات موافقة من وجهة نظر عينة الدراسة العبارات (6)، (1)، (4)، (2)، حيث وقعت هذه العبارات في نطاق الموافقة بدرجة كبيرة، وذلك حسب ترتيب المتوسط الحسابي، وتتص هذه العبارات على الترتيب على:

1- عبارة « بعض الألفاظ التي تصدر عن الفتيات عبر تيك توك غير ملائمة» بمتوسط حسابي 2.675، تليها «محتوي ترفيهي مسلي» بمتوسط حسابي قيمته 2.631، مما يدعم النتيجة الظاهرة في مقياس دوافع استخدام عينة الدراسة لمحتوى التطبيق عموماً جدول رقم (7) السابق عرضه.

2- «طريقة أداء الفتيات للفيديوهات عبر تيك توك فعالة في جذب انتباه الشباب» بمتوسط حسابي قيمته 2.451، حيث يتفق الإناث عينة الدراسة على بعض السلوكيات التي تقوم بها الفتيات عبر تيك توك في الفيديوهات قد تجتذب الذكور بنسبة موافقة 61.2% منهن. تليها عبارة « يمكن أن أقتدي بما ترتديه الفتيات في تيك توك لأنه يواكب الموضة الحديثة» بمتوسط حسابي 2.412، وذلك يدعم النتيجة الخاصة بجدول رقم (12) حيث وضع السؤال لحساب معامل صدق وثبات المحبوثين في الإجابة عن الاستمارة، حيث ظهرت القيمة لصالح الإناث التي لديها استعداد لتقليد المحتوى الذي تتابعه عبر حسابات الفتيات على تيك توك، والتي تكون في أغلبها خاصة بالموضة والمكياج والمطبخ.

أما أقل العبارات موافقة من وجهة نظر عينة الدراسة العبارات (3)، (5)، (7)، (8)، وذلك حسب ترتيب المتوسط الحسابي، وتتص هذه العبارات على الترتيب على:

1- حصلت عبارة «أعتمد على تيك توك في نصائح المكياج والملابس من خلال حسابات

الفتيات الأخريات» على متوسط حسابي قيمته 2.192، وهي نتيجة تدعم نتيجة الجدول رقم (12) بنسبة اتفاق 51.8% من المبحوثات، وتدعم العبارة رقم 2، حيث تعتمد الفتيات على متابعة المحتوى الذي يشبع رغبه الوصول للكمال، وقمة الجمال الأنثوي عندهن.

أما العبارة «يمكن أن تشاركني أمي أو أحد أفراد العائلة في صناعة فيديو عبر تيك توك» في المرتبة السادسة بين عبارات المقياس بمتوسط حسابي قيمته 2.082، تظهر قيمتها الفعلية في نسبة 42% من الإناث عينة الدراسة استجابوا لمعارض، وهذا يدعم فكرة حب الفتاة لصنع خصوصية لها في التعامل مع تطبيق تيك توك، إذ أنها لن تسمح بمشاركة خارجيه حتى من الأقربين، ربما لاعتبار التطبيق أحد أشكال التعبير عن الذات بدون قيود قد تكون الأبوية أعلى قمة هرما، وهذا يؤكد على الدراسة السابقة لـ (33)Dilon.

2- العبارة «تيك توك ملئ بالمحتوى الجنسي التي تظهر فيه الفتيات أجسادهن» بمتوسط حسابي قيمته 1.814 حيث تراوحت استجابات الإناث فيه بين موافق ومحاييد بنسبة 38.3%، 41.9% على الترتيب، في حين 19.8% عبرن عن اعتراضهن على العبارة، في إشارة إلي أن ليس كل محتوى تصدره الفتيات عبر فيديوهاتهن يظهر أجسادهن، أو يحمل معنى جنسي.

وأخيرا تقع العبارة «إذا كان لي أخت صغيرة دون 15 سنة سأسمح لها بعمل حساب على تيك توك» في الترتيب الثامن بين عبارات المقياس بمتوسط حسابي قيمته 1.584، يعكس اتفاقا بين الإناث عينة الدراسة في فكرة عدم خلو المحتوى عبر تطبيق تيك توك مما يفسد أخلاق الفتيات في سن صغيرة دون الـ15 سنة.

ب- طبيعة السلوك الذي ستقوم به عينة الدراسة من الإناث تجاه موقف « إذا قامت إحدى صديقاتك أو أخواتك بعمل فيديو ترتدي فيه ملابس ومكياج غير معتادة على ارتدائها ووضعه على تيك توك ما هو رد الفعل المناسب».

جدول رقم (16) خاص رد الفعل السلوكي للإناث على نشر محتوى من أخت أو صديقة

م	مقياس الإناث ب	موافق	محاييد	معارض	Mean	Std. Deviation	ت
1	أنصحها برفق بمسح الفيديو فوراً لأنه يؤثر على صورتها	226	18	11	2.843	0.468	2
2	أجبرها على مسح الفيديو وإلا سأقوم بإخبار أهلها	58	67	130	2.2824	0.812	3

5	0.627	2.6235	70.2	179	22.0	56	7.8	20	لا أهتم لأن الأمر لا يخصني	3
4	0.511	2.8039	85.5	218	9.4	24	5.1	13	أقوم بمشاركتها صناعة فيديو مشابه له لأن محتواه مسلي للآخرين ويزيد من نسبة المشاهدة	4
1	0.429	2.8606	89.2	224	7.6	19	3.2	8	أقوم بعمل مشاركة للفيديو على صفحتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتزيد نسبة المشاهدة	5

من خلال الجدول السابق يتضح أن كافة عبارات المقياس جاءت سلبية بدرجة قوية فيما عد العبارة الأولى إيجابية بدرجة قوية، وذلك كما يلي:

1. جاءت عبارة أنصحها برفق بمسح الفيديو فوراً؛ لأنه يؤثر على صورتها بدرجة موافقة بلغت 226، بمتوسط حسابي بلغ 2.843، وهي العبارة الوحيدة في المقياس التي أخذت قيمة موافق 3 درجات ومعارض بدرجة واحدة.

2. جاءت العبارة أقوم بعمل مشاركة للفيديو على صفحتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتزيد نسبة المشاهدة في المرتبة الأولى من حيث العبارات السلبية، حيث حصلت على اجمالي تكرارات بلغت 224 بمتوسط حسابي 2.86 من أصل 3، وهو ما يشير إلى امتناع عينة الدراسة عن مشاركة أي فيديوهات لصديقاتهن قد يجدن بها خدش للحياء.

3. جاءت العبارة أجبرها على مسح الفيديو وإلا سأقوم بإخبار أهلها، وهي عبارة بدلالة عكسية أيضاً حيث حصلت على درجة معارضة بلغت 130 بمتوسط حسابي بلغ 2.282.

4. ومن بعدها جاءت العبارة أقوم بمشاركتها صناعة فيديو مشابه له لأن محتواه مسلي للآخرين ويزيد من نسبة المشاهدة، بتكرارات في فئة المعارضة بلغت 218 تكرار، وبتوسط حسابي 2.0803، وهو ما يدل على امتناع الفتيات عينة الدراسة عن المشاركة في إنتاج فيديوهات من خلال هذا التطبيق.

ثانياً - اختبار الفروض والعلاقات بين متغيرات الدراسة

1- جدول خاص بصورة الفتيات اللاتي يقدمن محتوى عبر تطبيق تيك توك لدى عينة الدراسة من المبحوثين.

جدول رقم (17) خاص بصورة الفتاة التي يعكسها تطبيق تيك توك

المعنوية	اختبار ت	الانحراف المعياري	المتوسط	النوع	
				ذكر	أنثى
0.001	4.65	0.76	1.71	ذكر	شكل الفتاة في التيك توك هو الشكل المثالي للفتاة من وجهة نظرك
		0.60	1.38	أنثى	
0.053	1.93	0.78	1.60	ذكر	1. تصرفات الفتيات عبر مقاطع الفيديو تثير الغرائز
		0.68	1.45	أنثى	
0.094	-1.68	0.58	2.68	ذكر	2. تغلب مشاهد عرض الجسد على المحتوى الذي تقدمه الفتيات على تيك توك
		0.47	2.77	أنثى	
0.001	4.15	0.78	2.46	ذكر	3. الفتيات في تيك توك لديهن أجساد رائعة وقوام مثير
		0.79	2.13	أنثى	
0.003	2.95	0.73	2.49	ذكر	4. الفتيات في تيك توك تتلفظ بالفاظ إباحية وخارجة
		0.80	2.26	أنثى	
0.011	2.55	0.76	2.34	ذكر	5. الفتيات في تيك توك يرتدين أفضل الملابس التي تلائم الموضة
		0.87	2.14	أنثى	
0.001	-9.3	0.74	1.61	ذكر	6. الفتاة على تيك توك تصبح جريئة ومنفتحة ومتحضرة
		0.81	2.35	أنثى	
0.001	-4.88	0.74	1.69	ذكر	7. الفتيات في تيك توك يرتدين ملابس عادية يمكن ارتداؤها في حياتهن الطبيعية
		0.67	2.05	أنثى	
0.001	6.18	0.66	2.61	ذكر	8. أداء وحركات الفتيات على تيك توك يثير الإشمئزاز
		0.78	2.17	أنثى	
0.001	-1.78	0.80	2.21	ذكر	9. أداء الفتيات على تيك توك ملئ بالإيحاءات الجنسية
		0.80	2.36	أنثى	
0.056	1.91	0.87	1.86	ذكر	10. تكثر الفتيات من استخدام مناطق محددة بأجسادهن مثل الأرداف والصدر
		0.76	1.70	أنثى	
0.001	4.8	0.77	2.33	ذكر	11. طريقة كلام الفتيات على تيك توك تثير الغرائز
		0.87	1.93	أنثى	

0.538	-0.61	0.75	1.56	ذكر	12. تقوم الفتيات على تيك توك بتتبع أصولتهن واستخدام الأهات والتتهادات
		0.72	1.61	أنثى	
0.001	3.28	0.21	2.08	ذكر	المقياس ككل
		0.18	2.02	أنثى	

يتضح من الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في صورة الفتيات اللاتي يقدمن محتوى عبر تطبيق تيك توك لدى عينة الدراسة من المبحوثين طبقاً للنوع، حيث كانت قيمة المعنوية 0.001، وهي أقل من 0.05. وبالنظر إلى قيمة متوسط المقياس للذكور (2.08) نجد أنها أعلى من قيمة متوسط المقياس للإناث (2.02).

مما يعني قبول الفرض الأول للدراسة أي أن هناك تأثير لمتغير النوع على اتجاهات عينة الدراسة نحو صورة الفتاة المصرية على التيك توك. حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المبحوثين من حيث النوع وصورة الفتاة المقدمة في تطبيق تيك توك ومن خلال النتائج السابقة نتبين أن اتجاهات العينة تجاه عبارات مقياس صورة الفتاة المقدمة عبر تطبيق تيك توك كانت معارضة، أي أنهم يرون أن الفتيات اللاتي تظهر على التيك توك لا يتصفن بأي صفات تقترب من صورة الفتاة المثالية في أذهانهم، ولم يكن مثيرات للغرائز بالنسبة لهم على الرغم من أنهم أشاروا إلى تقديم محتويات جنسية بدرجة كبيرة؛ لذلك يمكن القول بأن هناك منطوية كبيرة في استجابة عينة الدراسة تجاه صورة الفتيات على تيك توك، خاصة وأن هذا المقياس تحديداً حصل على درجة ثبات بلغت 0.812، بينما حصل على معامل صدق ذاتي بلغ 0.901 وهو ما يجعل هذا المقياس معبراً عن الاتجاهات الفعلية لقطاع كبير من الجمهور المصري تجاه صورة الفتاة على التيك توك التي تتسم بالنظرة السلبية الخادشة للحياء، والنتائج تدعم نتائج الدراسات السابقة لكل من Irfan & others, Liu ومساعدي⁽³⁴⁾.

2- العلاقة الصورة الذهنية لدى المبحوثين عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبره.

أ- الصورة الذهنية لدى الذكور عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم منهن

جدول (18) الصورة الذهنية لدى الذكور عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم منهن

المعنوية	درجات الحرية	قيمة اختبار مربع كاي	كثافة_الاتجاهات									
			الإجمالي		كثافة اتجاه قوية		كثافة اتجاه متوسطة		كثافة اتجاه ضعيفة			
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
0.114	4	7.443	100.00%	15	0.00%	0	100.00%	15	0.00%	0	ضعيفة	جدول أ_ للذكور
			100.00%	115	10.43%	12	85.22%	98	4.35%	5	متوسطة	
			100.00%	30	0.00%	0	100.00%	30	0.00%	0	قوية	
			100.00%	160	7.50%	12	89.38%	143	3.13%	5	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق العلاقة بين الصورة الذهنية لدى عينة الذكور عن الفتيات على تطبيق التيك توك، واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم منهن، ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (143) لديهم اتجاهات متوسطة بنسبة %89.4، تليها الاتجاهات بدرجة قوية بواقع (12) مفردة بنسبة بلغت %7.5 من عينة الدراسة، وأخيراً اتجاهات بدرجة ضعيفة بواقع (5) مفردات بنسبة بلغت %3.13.

ولاختبار العلاقة بين متغيري الصورة الذهنية لدى الذكور عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم من الفتيات، تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كاي) باستخدام (Pearson Chi-Square Tests) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة كاي = 7.443 بمستوى دلالة = (0.114) عند مستوى معنوية %5 أي يتم قبول فرض الاستقلال أي أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين المتغيرين.

وبناء على النتائج السابقة يتبين رفض الفرض، إذ اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري الصورة الذهنية لدى الذكور عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم منهن.

ب- الصورة الذهنية لدى الإناث عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم منهن

جدول (19) الصورة الذهنية لدى الإناث عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم منهن

المعنوية	درجات الحرية	قيمة اختبار مربع كاي	كثافة_الاتجاهات								كثافة جدول_أ_ للبيانات
			الإجمالي		كثافة اتجاه قوية		كثافة اتجاه متوسطة		كثافة اتجاه ضعيفة		
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0.746	4	1.945	100.00%	3	0.00%	0	100.00%	3	0.00%	0	ضعيفة
			100.00%	211	2.84%	6	95.73%	202	1.42%	3	متوسطة
			100.00%	41	0.00%	0	100.00%	41	0.00%	0	قوية
			100.00%	255	2.35%	6	96.47%	246	1.18%	3	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق العلاقة بين الصورة الذهنية لدى الإناث عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم منهن. ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (246) لديهم اتجاهات متوسطة بنسبة 96.5%، تليها الاتجاهات بدرجة قوية بواقع (6) مفردات بنسبة بلغت 2.35% من عينة الدراسة، وأخيرا اتجاهات بدرجة ضعيفة بواقع (3) مفردات بنسبة بلغت 1.2%.

ولاختبار العلاقة بين متغيري الصورة الذهنية لدى الإناث عن الفتيات على تطبيق التيك توك، واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم منهن، تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كاي 2) باستخدام (Pearson Chi-Square Tests)، وجاءت قيمة $\chi^2 = 1.945$ بمستوى دلالة (0.746) عند مستوى معنوية 5% أي يتم قبول فرض الاستقلال، أي أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين المتغيرين.

وبناء على النتائج السابقة يتبين عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري الصورة الذهنية لدى الإناث عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم منهن

وبناء على النتائج السابقة يتبين رفض الفرض الثاني من فروض الدراسة، إذ اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري الصورة الذهنية عن الفتيات على تطبيق التيك توك واتجاهات المبحوثين (نكور - إناث) نحو المحتوى المقدم منهن وفي هذا السياق يشير النقد الحديث إلى أن تناسق الصورة وانسجامها يتطلب عدم

تتأخر أجزاء المادة الإعلامية أو تضارب في داخلها، ويتطلب ذلك انسجام الصور الجزئية المتجاورة مع بعضها البعض، وهكذا تستمر حتى تجيء الصورة متناسقة ومنسجمة، وبذلك تصبح المادة الإعلامية صورة واحدة متماسكة تهدف إلى إحداث أثر نفسي موحد، ولا تشرذم عقل المتلقي، وتحدد له الموقف من القضية. وأخطر ما تتعرض له الصورة أن تتعارض أجزاءها مع بعضها البعض فيعاب على الصورة عدم قدرتها على تحديد الموقف سلبيًا كان أو إيجابيًا⁽³⁵⁾. لذا ظهر عدم وجود علاقة بين اتجاهات عينة الدراسة نحو فتيات التيك توك والصورة المتكونة لديهم عن الفتيات الاتي ينتج المحتوى عبر التطبيق، وهذا ما سببته الوسيلة إذ أن تعارض الصورة؛ أدى لضياع القدرة على تحديد موقف واضح سلبيًا أو إيجابيًا.

3- العلاقة بين متغيري الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدي عينة الدراسة أ- العلاقة بين الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدي الذكور.

جدول (20) العلاقة بين الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدي الذكور

المعنوية	درجات الحرية	قيمة اختبار مربع كاي	الصورة الذهنية									
			الإجمالي		قوية		متوسطة		ضعيفة			
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
0.453	4	3.666	100.00%	54	5.56%	3	90.74%	49	3.70%	2	ضعيفة	الذكور
			100.00%	87	10.34%	9	86.21%	75	3.45%	3	متوسطة	
			100.00%	19	0.00%	0	100.00%	19	0.00%	0	قوية	
			100.00%	160	7.50%	12	89.38%	143	3.13%	5	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق العلاقة بين الصورة الذهنية وسلوك الذكور، حيث العدد الأكبر من أفراد العينة (143) لديهم صورة ذهنية متوسطة بنسبة 89.4%، تليها صورة ذهنية قوية بواقع (12) مفردة بنسبة بلغت 7.5% من عينة الدراسة، وأخيرا صورة ذهنية ضعيفة بواقع (5) مفردات بلغت 3.13%.

ولاختبار العلاقة بين متغيري الصورة الذهنية رد الفعل السلوكي، تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كاي²) باستخدام (Pearson Chi-Square Tests) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة كاي² = 3.666 بمستوى دلالة = (0.453) عند مستوى معنوية 5%، أي يتم قبول فرض الاستقلال أي أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين المتغيرين.

وبناء على النتائج السابقة يتبين عدم وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بينمتغيري الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدي الذكور .

ب- العلاقة بين الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدي الإناث

جدول (21) الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدى الإناث

			الصورة الذهنية لدى الفتيات									
			الإجمالي		قوية		متوسطة		ضعيفة			
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
المعنوية	درجات الحرية	قيمة اختبار مربع كاي	100.00%	21	0.00%	0	100.00%	21	0.00%	0	متوسطة	رد الفعل السلوكي لدى الإناث
			100.00%	234	2.56%	6	96.15%	225	1.28%	3	قوية	
			100.00%	255	2.35%	6	96.47%	246	1.18%	3	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق العلاقة بين الصورة الذهنية وسلوك الإناث. ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (246) لديهم صورة ذهنية متوسطة بنسبة %96.5، تليها صورة ذهنية قوية بواقع (6) مفردات بنسبة بلغت %2.4 من عينة الدراسة، وأخيرا صورة ذهنية ضعيفة بواقع (3) مفردات بنسبة بلغت %1.1.

ولاختبار العلاقة بين متغيري الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدى الإناث. تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كاي²) باستخدام (Pearson Chi-Square Tests) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة كاي² = 0.837 بمستوى دلالة = (0.658) عند مستوى معنوية %5 أي يتم قبول فرض الاستقلال أي أنه لا توجد علاقة ارتباطيه بين المتغيرين.

وبناء على النتائج السابقة يتبين عدم وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بينمتغيري الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدى الإناث.

وبناء على النتائج السابقة يتبين رفض الفرض الثالث من فروض الدراسة، إذ اتضح عدم وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين متغيري الصورة الذهنية ورد الفعل السلوكي لدى كل من الذكور والإناث.

4- الفروق بين المبحوثين من حيث المتغيرات الديموغرافية والصورة الذهنية لديهم عن الفتيات اللاتي يقدمن محتوى عبر تطبيق تيك توك.

جدول (22) الصورة الذهنية والمتغيرات الديموغرافية للدراسة

المعنوية	قيمة اختبار مربع كاي	الصورة الذهنية								كثافة الاتجاه	
		الإجمالي		صورة قوية		صورة متوسطة		صورة ضعيفة			
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المستوى الاقتصادي	
0.008	17.250	100.00%	50	0.00%	0	94.00%	47	6.00%	3	كثافة دوافع ضعيفة	مستوى اقتصادي اجتماعي/ امتلاك أخوات بنات ضعيف
		100.00%	139	2.16%	3	96.40%	134	1.44%	2	كثافة دوافع متوسطة	
		100.00%	26	11.54%	3	88.46%	23	0.00%	0	كثافة دوافع قوية	
		100.00%	215	2.79%	6	94.88%	204	2.33%	5	الإجمالي	
		100.00%	20	0.00%	0	100.00%	20	0.00%	0	كثافة دوافع ضعيفة	مستوى اقتصادي اجتماعي/ امتلاك أخوات بنات متوسط
		100.00%	83	3.61%	3	96.39%	80	0.00%	0	كثافة دوافع متوسطة	
		100.00%	22	13.64%	3	86.36%	19	0.00%	0	كثافة دوافع قوية	
		100.00%	125	4.80%	6	95.20%	119	0.00%	0	الإجمالي	
		100.00%	16	0.00%	0	81.25%	13	18.75%	3	كثافة دوافع ضعيفة	مستوى اقتصادي اجتماعي/ امتلاك أخوات بنات قوي
		100.00%	42	7.14%	3	92.86%	39	0.00%	0	كثافة دوافع متوسطة	
		100.00%	17	17.65%	3	82.35%	14	0.00%	0	كثافة دوافع قوية	
		100.00%	75	8.00%	6	88.00%	66	4.00%	3	الإجمالي	
		100.00%	86	0.00%	0	93.02%	80	6.98%	6	كثافة دوافع ضعيفة	الإجمالي
		100.00%	264	3.41%	9	95.83%	253	0.76%	2	كثافة دوافع متوسطة	
		100.00%	65	13.85%	9	86.15%	56	0.00%	0	كثافة دوافع قوية	
		100.00%	415	4.34%	18	93.73%	389	1.93%	8	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق العلاقة بين الصورة الذهنية، وبين المستوى الاقتصادي الاجتماعي، وامتلاك أخوات بنات، ولاختبار العلاقة بين متغيري الدراسة تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كاي²) باستخدام (Pearson Chi-Square Tests)

من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة $\chi^2 = 17.250$ بمستوى دلالة (0.008) ، عند مستوى معنوية 5% أي يتم رفض فرض الاستقلال أي أنه توجد علاقة ارتباطية بين المتغيرين.

وبناء على النتائج السابقة يتبين صحة الفرض الرابع أي أنه توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة من حيث (المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ووجود اخوات بنات) وتشكل الصورة الذهنية لديهم عن الفتاة المصرية.

5- العلاقة بين دوافع تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تيك توك
أ- دوافع التعرض لدي الذكور واتجاهاتهم نحو محتوى الفتيات عبر تيك توك

جدول (23) دوافع التعرض واتجاهات الذكور نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تيك توك

المعنوية	درجات الحرية	قيمة اختبار مربع كاي	دوافع الاستخدام								ضعيفة	متوسطة	قوية
			الإجمالي		دوافع قوية		دوافع متوسطة		دوافع ضعيفة				
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
0.009	4	13.647	100.00%	15	0.00%	0	53.33%	8	46.67%	7	ضعيفة	اتجاهات الذكور نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تيك توك	
			100.00%	115	16.52%	19	66.09%	76	17.39%	20	متوسطة		
			100.00%	30	26.67%	8	40.00%	12	33.33%	10	قوية		
			100.00%	160	16.88%	27	60.00%	96	23.13%	37	الإجمالي		

يتضح من الجدول السابق العلاقة بين دوافع تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك، واتجاهات الذكور نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تيك توك، ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (96) لديهم دوافع تعرض متوسطة بنسبة 60%، تليها دوافع التعرض الضعيفة بواقع (37) مفردة بنسبة بلغت 23.13% من عينة الدراسة، أما من لديهم دوافع تعرض قوية كانت نسبتهم 16.88% بواقع (27) مفردة.

ولاختبار العلاقة بين متغيري دوافع الاستخدام، واتجاهات الذكور نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تيك توك، تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كا²)

باستخدام (Pearson Chi-Square Tests) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة كاسا $13.647 = 2$ بمستوى دلالة (0.009) عند مستوى معنوية 5% أي يتم رفض فرض الاستقلال أي وجود علاقة ارتباطيه بين المتغيرين. وبناء على النتائج السابقة يتبين وجود علاقة ارتباطيه طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك، واتجاهات الذكور نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تيك توك، فكلما ازداد مستوى دوافع التعرض للتطبيق، كلما زادت الاتجاهات الخاصة بالذكور عينة الدراسة نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تيك توك سلبا بحسب ما ظهر في الجدول رقم (13).

ب- دوافع التعرض لدي الإناث واتجاهاتهم نحو محتوى الفتيات عبر تيك توك

جدول (24) دوافع التعرض واتجاهات عينة الدراسة الإناث نحو المحتوى المقدم من

الفتيات عبر تطبيق تيك توك

المعنوية	درجات الحرية	قيمة اختبار مربع كاي	دوافع الاستخدام								ضعيفة	متوسطة	قوية	الإجمالي
			دوافع قوية		دوافع متوسطة		دوافع ضعيفة		Cou					
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار						
0.002	4	17.262	100.00%	3	33.33%	1	0.00%	0	66.67%	2	اتجاهات الإناث نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تطبيق تيك توك			
			100.00%	211	15.64%	33	62.09%	131	22.27%	47	متوسطة			
			100.00%	41	9.76%	4	87.80%	36	2.44%	1	قوية			
			100.00%	255	14.90%	38	65.49%	167	19.61%	50	الإجمالي			

يتضح من الجدول السابق العلاقة بين دوافع تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك، واتجاهات عينة الدراسة الإناث نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تطبيق تيك توك. ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (167) لديهم دوافع تعرض متوسطة بنسبة 65.5%، تليها دوافع التعرض الضعيفة بواقع (50) مفردة بنسبة بلغت 19.6% من عينة الدراسة، أما من لديهم دوافع تعرض قوية كانت نسبتهم 14.9% بواقع (38) مفردة.

ولاختبار العلاقة بين متغيري دوافع الاستخدام، واتجاهات عينة الدراسة الإناث نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تطبيق تيك توك. تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين

(اختبار كا2) باستخدام (Pearson Chi-Square Tests) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة كا2 = 17.262 بمستوى دلالة = (0.002) عند مستوى معنوية 5% أي يتم رفض فرض الاستقلال أي وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين. وبناء على النتائج السابقة يتبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك، واتجاهات عينة الدراسة الإناث نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تطبيق تيك توك، فكلما ازدادت دوافع التعرض للتطبيق لدى الإناث كلما زادت اتجاهاتهم نحو المحتوى الذي تقدمه الفتيات عبر تيك توك. بحسب الجدول رقم (15). وبناء على النتائج السابقة يتبين قبول صحة الفرض الخامس من فروض الدراسة، إذ اتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تطبيق تيك توك وفقاً للنوع.

2- العلاقة بين كثافة الاستخدام ورد الفعل السلوكي لدى عينة الدراسة

أ- كثافة الاستخدام ورد الفعل السلوكي لدى عينة الدراسة الذكور

جدول (25) كثافة الاستخدام ورد الفعل السلوكي لدى عينة الدراسة الذكور

المعوية	درجات الحرية	قيمة اختبار مربع كاي	كثافة الاستخدام								ورد الفعل السلوكي لدى الذكور
			الإجمالي		كثافة قوية		كثافة متوسطة		كثافة ضعيفة		
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0.043	4	9.844	100.00%	54	16.67%	9	61.11%	33	22.22%	12	ضعيفة
			100.00%	87	20.69%	18	60.92%	53	18.39%	16	متوسطة
			100.00%	19	0.00%	0	52.63%	10	47.37%	9	قوية
			100.00%	160	16.88%	27	60.00%	96	23.13%	37	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق العلاقة بين كثافة تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك ورد الفعل السلوكي لدى عينة الدراسة الذكور. حيث العدد الأكبر من أفراد العينة (96) لديهم كثافة تعرض متوسطة بنسبة 60%، تليها كثافة تعرض ضعيفة بواقع (37) مفردة بنسبة بلغت 23.13% من عينة الدراسة، أما من لديهم كثافة تعرض قوية كانت نسبتهم 16.88% بواقع (27) مفردة.

ولاختبار العلاقة بين متغيري كثافة الاستخدام ورد الفعل السلوكي لدى عينة الدراسة الذكور. تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كا2) باستخدام Pearson

الاستقلال أي وجود علاقة ارتباطيه بين المتغيرين. $\chi^2 = 9.844$ بمستوى دلالة (0.043) عند مستوى معنوية 5% أي يتم رفض فرض

البناء على النتائج السابقة يتبين وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك ورد الفعل السلوكي لدى عينة الدراسة الذكور، فكلما ازدادت كثافة استخداما التطبيق كلما زاد السلوك السلبي لدى الذكور تجاه المقربين منه (أمه، أخته، زوجته)، بحسب ما ورد في الجدول رقم (14)، ولم يتم قياس رد الفعل السلوكي من الذكور تجاه زميلات الفصل أو الجامعة والأصدقاء في محيط المبحوث، والتي قد تختلف نتائجها عن المقياس المقدم في الدراسة، وذلك لأن هناك أفكار سائدة بين الذكور تتعلق بحماية أهل بيته وأسرته فقط، ربما ترتبط بعوامل اجتماعية ودينية، وأن فئة النساء الأخريات في المجتمع لهن من يحميهن، على الرغم من موافقته على استباحتهن، فالذكر العربي قد يأتي الفاحشة مع أخريات لكنه على استعداد أن يقتل إذا مس هذا الأمر أحد من أهل بيته، والذكر الذي يخرج عن هذه الفكرة يعتبر من شواذ القاعدة، سواء وافق على الفاحشة لنفسه، ولأهل بيته والآخرين، أو رفضها لنفسه ولأهل بيته، والآخرين. وهذه النتيجة تعزي إلى الفكرة التي تعتمد عليها نظرية الاعتماد حيث تقوم على أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال، وبتفاعل معها تتأثر بما نتعلمه من المجتمع⁽³⁶⁾.

ب- كثافة الاستخدام ورد الفعل السلوكي لدى عينة الدراسة الإناث

جدول (26) العلاقة بين كثافة التعرض لدي الإناث ورد الفعل السلوكي لديهن

رد الفعل السلوكي لدي الإناث	كثافة الاستخدام											
	كثافة ضعيفة			كثافة متوسطة			كثافة قوية			الإجمالي		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	قيمة مربع كاي			
متوسطة	0	0.00%	10	47.62%	11	52.38%	21	100.00%	27.127	2	درجات الحرية	المعنوية
ضعيفة	49	20.94%	158	67.52%	27	11.54%	234	100.00%				
الإجمالي	49	19.22%	168	65.88%	38	14.90%	255	100.00%				

يتضح من الجدول السابق العلاقة بين كثافة تعرض عينة الدراسة من الإناث لتطبيق التيك توك ورد الفعل السلوكي لديهن. ويتضح أن العدد الأكبر من أفراد العينة (168) لديهم كثافة تعرض متوسطة بنسبة 65.9%، تليها كثافة تعرض ضعيفة بواقع (49) مفردة بنسبة

بلغت 19.2% من عينة الدراسة، أما من لديهم كثافة تعرض قوية كانت نسبتهم 14.9% بواقع (38) مفردة.

ولاختبار العلاقة بين متغيري كثافة الاستخدام ورد الفعل السلوكي للإناث عينة الدراسة. تم إجراء اختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرين (اختبار كا²) باستخدام (-Pearson Chi Square Tests) من واقع إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، وجاءت قيمة كا² = 27.127 بمستوى دلالة = (0.000) عند مستوى معنوية 5% أي يتم رفض فرض الاستقلال أي وجود علاقة ارتباطيه بين المتغيرين.

وبناء على النتائج السابقة يتبين وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الإناث عينة الدراسة لتطبيق التيك توك، ورد الفعل السلوكي لديهن، فكلما ازدادت كثافة استخدام الإناث للتطبيق كلما زادت طبيعة الفعل السلوكي السلبي لديهن بما يدعم الجدول رقم (16).

وبناء على النتائج السابقة يتبين قبول صحة الفرض السادس من فروض الدراسة، إذ اتضح وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك ورد الفعل السلوكي لديهم وفقاً للنوع.

خلاصة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها وفروضها:

أولاً: - النتائج الأولية

1. معدل متابعة المبحوثين لتطبيق تيك توك يقع بين أقل من ساعة وساعتين في نسبة بلغت 86.5% من عينة الدراسة بين 58.1% و28.4%، أما العينة من فئة الأكثر متابعة كانت 13.5% بين متابعة 3 ساعات بنسبة 6.3%، وأكثر من ذلك بنسبة 7.2%.
2. تفضيل عينة الدراسة لمتابعة المقاطع الغنائية بنسبة 15.41%، يليها التمثيلية بنسبة 13.65%، يليها المقاطع الراقصة 11.96%، يليها الموضة، والأزياء، والمكياج بنسب 11.73%، 11.20%، ثم مقاطع الطبخ 8.51%، والمقاطع الدينية 6.90%، ومقاطع التقليد، والاستعراض 6.83%، 5.83%، وبقية الأنواع أخذت قيم بسيطة مثل المقاطع الرومانسية، والتعبير عن النفس، والرسم، والمنوعات.
3. نسبة 13% يرون أن الفتيات لا يقلدن ما يشاهدونه من خلال متابعتهن للحسابات عبرتيك توك، ووافق 25.5%، أما محايد بدون رأي تصل نسبتها 61.4%، والإناث هن الأكثر ميلاً للموافقة على أن الفتيات يقلدن ما يشاهدونه في تطبيق تيك توك.
4. متابعة عينة الدراسة لحسابات الفتيات المصريات بنسبة 52%، بينما تأتي في المرتبة الثانية متابعة الفتيات العربيات بنسبة 20.7%، وبقية عينة الدراسة بنسبة 25.2% يتابعون الجنسيات الأخرى.
5. أما استجابات المبحوثين للتعبير عن دوافعهم لاستخدام تيك توك تؤكد أنه من التطبيقات المسلية والممتعة والجذابة وهي تنتمي إلى دوافع التسلية والترفيه، يليها دوافع حب المعرفة ومسايرة التكنولوجيا، ثم دوافع الفضول ودوافع حب المعرفة عموماً، يليها الدوافع الاجتماعية الخاصة بمشاركة الآخر في اهتماماته، أخيراً دوافع المشاركة والتعامل مع الآخرين وفهمهم.

ثانياً: - اختبار الفروض

1. قبول صحة الفرض الأول للدراسة بصورة جزئية، أي أن هناك تأثير لمتغير النوع على اتجاهات عينة الدراسة نحو صورة الفتاة المصرية على التيك توك. حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المبحوثين من حيث النوع، وصورة الفتاة المقدمة في تطبيق تيك توك.
2. رفض الفرض الثاني من فروض الدراسة، إذ اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغيري الصورة الذهنية عن الفتيات على تطبيق التيك توك، واتجاهات المبحوثين (ذكور - إناث) نحو المحتوى المقدم منهن.
3. رفض الفرض الثالث من فروض الدراسة، إذ اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات

- دلالة إحصائية بينمتغيري الصورة الذهنية، ورد الفعل السلوكي لدى كل من الذكور والإناث.
4. قبول صحة الفرض الرابع أي أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة من حيث (المستوى الاجتماعي الاقتصادي ووجود اخوات بنات)، وتشكل الصورة الذهنية لديهم عن الفتاة المصرية.
5. قبول صحة الفرض الخامس من فروض الدراسة، إذ اتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك، واتجاهاتهم نحو المحتوى المقدم من الفتيات عبر تطبيق تيك توك وفقا للنوع.
6. قبول صحة الفرض السادس من فروض الدراسة، إذ اتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض عينة الدراسة لتطبيق التيك توك، ورد الفعل السلوكي لديهم وفقا للنوع.

توصيات الدراسة:

1. العمل على صياغة قانونية جيدة تحفظ أبناءنا المراهقين من أشكال الاحتيال، والابتزاز التي ظهرت عبر تطبيقات مثل تيك توك حيث يحتفظ التطبيق بنسخ من المحتوى ويستخدمها بالشكل المناسب له.
2. دراسة الإشكاليات البحثية الخاصة بالتطبيقات الترفيهية وخاصة التيك توك والتي من أهمها
 - أ- دور الآباء والأمهات في المحافظة على أباؤهم من المحتوى الغير مناسب لسنهم بطريقة تربوية.
 - ب- طبيعة المحتوى الذي يتم ترويجه عبر التطبيق ومدى ملاءمته لثقافة وعادات وتقاليد المجتمع المصري.
 - ج- مخاطر الإدمان لاستخدام هذه التطبيقات على المستوى النفسي والسلوكي.
 - د- رصد مستوى الثقافة التكنولوجية لدى الآباء ومدى مامهم بطبيعة استخدام هذه التطبيقات الجديدة التي قد يتعامل معها أبنائهم، ومعرفتهم باستخدام أنظمة الرقابة الأبوية التكنولوجية.
3. تنمية الوازع الديني والتربية الصحيحة للأبناء بما يساعدهم على الحد من سلبيات الوسائل الحديثة وأخطارها
4. على الآباء بذل جهد أكبر في قضاء أوقات مع أولادهم واستثمار أوقات فراغهم في أنشطة مفيدة لهم وللمجتمع بدلا من قضاء الوقت مع التطبيقات الترفيهية بمفردهم

مراجع الدراسة:

1. Global Web Index Report, available at: <https://www.globalwebindex.com/download-confirmation?submissionGuid=0707cf25-5e9e-415b-8ba5-33dd21d4b7cc>
2. القائمة الكاملة... التسلسل الزمني للقبض على فتيات Tik Tok، موقع في الفن، متوفر على: <https://www.filfan.com/news/119985>
3. مهري، شفيقة. (2021). صورة المرأة العربية عبر الإعلام الجديد: دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من الفيديوهات بموقع يوتيوب، حوليات جامعة الجزائر، مج35، ع1، الصفحة 765 - 747.
4. عبدالعاطي، شيماء. (2020). سيميائية التواصل لصورة المرأة في الخطاب الإعلاني عبر المواقع الإلكترونية بين بلاغة الكلمة ودلالة الصورة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المقالة 10، المجلد 19، العدد 4، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) الصفحة 517-553
5. عرابي، دينا. (2019). العلاقة بين استخدام الإنستجرام والأبعاد الثقافية للشباب في المجتمع المصري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المقالة 12، المجلد 18، العدد 4، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) الصفحة 605-623.
6. عبد الحليم، سهير عثمان. (2018). تأثير حرية تدفق المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على صورة الذات لدى الشباب المصري ومدركاتهم حول واقعهم السياسي والاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المقالة 4، العدد 62، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) الصفحة 201-260ص
7. جابر، عماد الدين. (2018). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لتنظيمات المتطرفة لدى الشباب الجامعي العربي، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج5، ع3 (جامعة عبدالحليم بن باديس، الجزائر)، صفحة 95-152.
8. مساعدي، سلمى. (2017) صورة المرأة العربية من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد: الثابت والمتغير، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 8، بحث منشور من رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهدي - أم البواقي، صفحة 52-66.
9. Lee, Minsun & Lee, Hyun-hwa. (2017). The Effects of SNS Appearance-Related Photo Activity on Women's Body Image and Self-Esteem. Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles. 41. 858-871. 10.5850/JKSCT.2017.41.5.858.

10. Meier EP, Gray J.(2014) Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychol Behav Soc Netw.* 2014 Apr;17(4):199–206. doi: 10.1089/cyber.2013.0305. Epub 2013 Nov 16. PMID: 24237288.

11. Elmaghraby,Sara S.(2018). Self–representation of Arab Female Influencers on Instagram, *Egyptian Journal of Media Research* , Article 12 , Issue 65, Page 1–30

12. Cell Dilon. (2021). Tiktok Influences on Teenagers and Young Adults Students: The Common Usages of the Application Tiktok, *American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences*, tamford International University, <http://asrjetsjournal.org>.

13. Christian, Montag., Haibo, Yang. and Jon D. Elha, (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings, *Public Health*, | <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>

14. Jiayan, Liu., (2021).The Influence of the Body Image Presented Through TikTok Trend–Videos and Its Possible Reasons, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 559.

15. Yang, Yuxin., (2020). Understanding Young Adults’ TikTok Usage, Undergraduate Honors Thesis, UCSD Department of Communication,china.

16. Sabir, Irfan. et. al., (2020). TikTok Addictions and Its Disorders among Youth of Pakistan, *SCHOLEDGE International Journal of Multidisciplinary & Allied Studies*, ISSN 2394–336X, Vol.07, Issue 06, Pg 140–146.

17. البناء، دعاء أحمد. (2021). مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وآثارها، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مجلد 10، العدد 2، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص 479–559.

18. إبراهيم، صفا محمد. (2020).العوامل المؤثرة على تبني الشباب المصري لتطبيقات المحمول الترفيهية،*المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المقالة 8، المجلد 19، العدد 2،

- (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، الصفحة 411-454.
19. المصري، سعاد محمد. (2020). دور الإعلام الجديد في التغيير القيمي والأخلاقي لدى الشباب في الريف المصري: دراسة مسحية لمستخدمي موقع اليوتيوب، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع 73، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) ص 223-273.
20. عبدالحميد، عمرو محمد. (2019). دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي وتأثيراتها على المستخدمين، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، المقالة 7، المجلد 2019، العدد 18، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، الصفحة 325-389.
21. مكاي، حسن، و العبد، عاطف، (2007). نظريات الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، ص 401 - 402.
22. Stanly J.Baran, Dennis K.Davis. (2009) Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, Fifth edition, USA, Thomson Wadsworth, P324.
23. كل من :
- Sandra Ball-Rokeach and Melevian Defleur,. (1982) Theories of Mass Communication, 4th edition, New Yourk, Longman, P. 241.
- Sandra Ball-Rokeach and Melevian Defleur,. (1985). The Origins of Individual Media System Dependency: A Sociological Framework, Communication Research, Vol.12 , PP. 485-510.
- خيرالله، هشام رشدي. (2018)، محاضرات في نظريات الإعلام، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، ص ص 178 - 182.
24. عجوة، علي، محمود يوسف. (2005). إدارة وتخطيط العلاقات العامة، ص 185، 186 متوفر على: <https://www.noor-book.com/كتاب-اداره-وتخطيط-العلاقات-العامة-pdf>
25. ندا، أيمن منصور. (2004). الصورة الذهنية والإعلامية: عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير كيف يرانا الغرب، القاهرة: المدينة برس، ص 111.
26. عجوة، علي، يوسف، محمود. إدارة وتخطيط العلاقات العامة، مرجع سابق، ص 185.
27. تيك توك سمحت برفع وتحميل فيديوهات أطول من 60 ثانية، مدتها 3 دقائق في يوليو 2021 ، هذا المحتوى متوفر على: <https://www.theverge.com/length-minutes-three-videos-tiktok/22558856/1/7/2021/com>

28. Yuxin Yang, Op.Cit

29. Sabir, Irfan. et. al, Op.Cit..

30. عبدالحليم, سهير عثمان. مرجع سابق.

الينا، دعاء أحمد. مرجع سابق.

31. عبدالحميد, عمرو محمد ، مرجع سابق.

32. عجوة، علي. العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سابق ص 55

Cell Dilon, Op.Cit. .33

34. مساعدي، سلمى. مرجع سابق.

-Jiayan Liu, Op.Cit -

- Irfan Sabir et.al, Op.Cit

35. طوالبية، محمد. (2010). الوظيفة الإعلامية في بناء الصورة الذهنية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ع4، جامعة زيان عاشور بالجلفة، صفحة 234-247.

36. هيبية، محمود منصور. (2015). دور الصحف المصرية في تكوين تصورات لدى طلاب الجامعات، المجلة العربية لبحوث الإعلام، ع18، ص3، ص43.

المراجع مترجمة:

1. Global Web Index Report, available at: <https://www.globalwebindex.com/download-confirmation?submissionGuid=0707cf25-5e9e-415b-8ba5-33dd21d4b7cc>

2. The full list... Timeline of the Tik Tok girls' arrest, FilFan website, available at: <https://www.filfan.com/news/119985>

3. Mohry, Shafiq. (2021). The image of Arab women through the new media: an analytical survey of a sample of videos on YouTube, Annals of the University of Algiers, Vol. 35, p. 1, p. 747-765.

4. Abdel-Aty, Shaima. (2020). The semiotics of communication of the image of women in advertising discourse through websites between the eloquence of the word and the significance of the image, The Egyptian Journal of Public Opinion Research, Article 10, Volume 19, Issue 4, (Cairo University: Faculty of Mass Communication) p. 517-553

5. Orabi, Dina. (2019). The relationship between the use of Instagram and the cultural dimensions of youth in Egyptian society, The Egyptian Journal of Public Opinion Research, Article 12, Volume 18, Issue 4, (Cairo University: Faculty of Mass Communication), pg. -605-623.
6. Abdel Halim, Suhair Othman. (2018). The impact of the free flow of information through social networking sites on the self-image of Egyptian youth and their perceptions about their political and social reality, The Egyptian Journal of Media Research, Article 4, No. 62, (Cairo University: College of Media) pg. 201-260
7. Jaber, Imad El-Din. (2018). The role of social networks in shaping the mental image of terrorist organizations among Arab university youth, International Journal of Social Communication, Volume 5, v3 (University of Abdel Halim Ben Badis, Algeria), p. 95-152.
8. Mosaeidy, Salma. (2017) The Image of Arab Women from Traditional Media to New Media: Fixed and Changing, Journal of Human Sciences, Issue 8, published research from a master's thesis, University of Larbi Ben M'hidi - Oum El Bouaghi, p. 52-66.
9. Lee, Minsun & Lee, Hyun-hwa. (2017). The Effects of SNS Appearance-Related Photo Activity on Women's Body Image and Self-Esteem. Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles. 41. 858-871. 10.5850/JKSCT.2017.41.5.858.
10. Meier EP, Gray J.(2014) Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. Cyberpsychol Behav Soc Netw. 2014 Apr;17(4):199-206. doi: 10.1089/cyber.2013.0305. Epub 2013 Nov 16. PMID: 24237288
- Self-representation of Arab Female. Elmaghraby, Sara S.(2018) .11 Influencers on Instagram, Egyptian Journal of Media Research , Article 12 , Issue 65, Page 1-30
12. Cell Dilon. (2021). Tiktok Influences on Teenagers and Young

Adults Students: The Common Usages of the Application Tiktok, American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences, tamford International University, <http://asrjetsjournal.org>.

13. Christian, Montag., Haibo, Yang. and Jon D. Elha, (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings, Public Health, | <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>

Jiayan, Liu., (2021).The Influence of the Body Image Presented .14

Through TikTok Trend-Videos and Its Possible Reasons, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 559.

15. Yang, Yuxin., (2020). Understanding Young Adults' TikTok Usage, Undergraduate Honors Thesis, UCSD Department of Communication,china.

16. Sabir, Irfan. et. al., (2020). TikTok Addictions and Its Disorders among Youth of Pakistan, SCHOLEGE International Journal of Multidisciplinary & Allied Studies, ISSN 2394-336X, Vol.07, Issue 06, Pg 140-146.

17. Al-Banna, Duaa Ahmed. (2021). Levels of Egyptian youth's adoption of media digital platforms for the circulation of entertainment content and its effects, The Egyptian Journal of Public Opinion Research, Volume 10, Issue 2, (Cairo University: Faculty of Media), pp. 559-479.

18. Ibrahim, Safa Muhammad. (2020). Factors affecting the Egyptian youth adoption of mobile entertainment applications, The Egyptian Journal of Public Opinion Research, Article 8, Volume 19, Number 2, (Cairo University: Faculty of Mass Communication), pg. 411-454.

19. Al-Masry, Souad Muhammad. (2020). The role of new media in the moral and ethical change of youth in the Egyptian countryside: a survey study of YouTube users, The Egyptian Journal of Public

Opinion Research, p. 73, (Cairo University: College of Media), pp. 223-273.

20. Abdel Hamid, Amr Mohamed. (2019). Motives for Excessive Viewing of Dramatic Content on Digital Broadcasting Platforms and Its Effects on Users, The Scientific Journal of Radio and Television Research, Article 7, Volume 2019, Number 18, (Cairo University: Faculty of Mass Communication), p. 325-389

21. Makkawi, Hassan, and Al-Abed, Atef, (2007). Media Theories, Cairo University, Cairo, pp. 401-402.

22. Stanly J. Baran, Dennis K. Davis. (2009) Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, Fifth edition, USA, Thomson Wadsworth, P324.

23. كل من :

- Sandra Ball-Rokeach and Melevian Defleur,. (1982) Theories of Mass Communication, 4th edition, New Yourk, Longman, P. 241.

- Sandra Ball-Rokeach and Melevian Defleur,. (1985). The Origins of Individual Media System Dependency: A Sociological Framework, Communication Research, Vol.12 , PP. 485-510.

24. Ajwa, Ali, Mahmoud Youssef. (2005). Public Relations Planning and Management, p. 185, 186 Available at: <https://www.noor-book.com/book-management-and-planning-public-relations-pdf>

25. Nada, Ayman Mansour (2004). Mental and Media Image: Forming Factors and Strategies for Change How the West Sees Us, Cairo: Al-Madina Press, p. 111.

26. Ajwa, Ali Youssef, Mahmoud. Public Relations Planning and Management, previous reference, p. 185.

27. Tik Tok allowed uploading and uploading videos longer than 60 seconds, 3 minutes in length in July 2021, this content is available:

<https://www.theverge.com/2021/7/1/22558856/tiktok-videos-three-minutes-length>.

28. Yuxin Yang, Op.Cit
29. Sabir, Irfan. et. al, Op.Cit.
30. Abdel Halim, Suhair Othman, Op.Cit.
31. Abdel Hamid, Amr Mohamed, Op.Cit.
32. Ajwa, Ali. Public Relations and Mental Image, Op.Cit, p. 55
33. Cell Dilon, Op.Cit
34. Mosaeidy, Salma, Op.Cit.
-Jiayan Liu, Op.Cit-
- Irfan Sabir et.al, Op.Cit
35. Tawalbeya, Muhammad. (2010). The media function in building a mental image, Journal of Law and Human Sciences, Vol. 4, Zayan Ashour University in Djelfa, p. 234-247.
36. Heiba, Mahmoud Mansour. (2015). The role of Egyptian newspapers in forming perceptions of university students, The Arab Journal for Media Research, p. 43.

* أ.د/ شريف درويش اللبان. أستاذ تكنولوجيا الاتصال، بكلية الإعلام جامعة القاهرة بمصر

أ.د أميمة عمران. أستاذ الصحافة، رئيس قسم الإعلام بجامعة أسيوط مصر.

أ.د/ محرز غالي. أستاذ الصحافة، كلية الاعلام جامعة القاهرة بمصر.

أ.م.د/ الأميرة سماح فرج عبدالفتاح. قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة القاهرة، مصر.

أ.م.د/ فاطمة شعبان. قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام بأكاديمية الشروق، مصر.

أ.م.د/ علي هاشم. كلية الإعلام جامعة بغداد، العراق.

د/ولاء يحيي مصطفى. مدرس العلاقات العامة بكلية الاعلام بالجامعة الحديثة بمصر.

