

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - مسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

رقم التسجيل:

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

الرقم التسلسلي:

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

دور منصة التواصل الاجتماعي تيك توك في تغيير أنماط
التعرض المضامين الاخبارية

دراسة على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

د. بلفار مصعب

إعداد:

بيساعد فوزية

عمور أمال

السنة الجامعية: 2025 / 2026

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - مسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

رقم التسجيل:

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

الرقم التسلسلي:

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

دور منصة التواصل الاجتماعي تيك توك في تغيير أنماط
التعرض المضامين الاخبارية

دراسة على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

د. بلفار مصعب

إعداد:

بيساعد فوزية

عمور أمال

نوقشت وأجيزت علنا في تاريخ: 2026/06/00

أما اللجنة المتكونة من السادة

رئيسا	جامعة محمد بوضياف - مسيلة -	د.
مشرفا ومقررا	جامعة محمد بوضياف - مسيلة -	د. بلفار مصعب
ممتحنا	جامعة محمد بوضياف - مسيلة -	د.

السنة الجامعية: 2026 / 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿... يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ

وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ...﴾

صَلَّى عَلَى اللَّهِ الْعَظِيمِ

[سورة المجادلة: الآية 11]

شكر وعرفان

الحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذا العمل والذي لولا فضله ما تحقق هذا الإنجاز.

نتقدم بخالص عبارات الشكر والتقدير والامتنان إلى كل من ساهم في إنجاز هذا البحث ولو بكلمة طيبة أو توجيه صادق.

وفي مقدمتهم، نتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى أستاذنا المشرف، " **بلفار مصعب** " الذي لم يبخل علينا بعلمه وتوجيهاته القيمة، فكان لنصائحه الأثر الكبير في إتمام هذا العمل على أحسن وجه.

كما نتقدم بالشكر إلى جميع أساتذتنا الكرام الذين أثاروا دربتنا بالعلم والمعرفة وكانوا خير مرشدين لنا طوال مسيرتنا الدراسية.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم، والحمد لله الذي وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل.

أهدي ثمرة جهدي وتخرجي إلى أغلى من سكنوا قلبي...

إلى والديّ العزيزين، من كانا نور دربي وسندي في الحياة، إلى من غرسا في نفسي حب العلم والاجتهاد، وسمرًا وتعبًا وضحيًا من أجل أن أصل إلى ما أنا عليه اليوم. كلمات الشكر تبقى عاجزة أمام عظيم فضلكما، فلكما مني كل الحب والامتنان والعرفان.

إلى زوجي العزيز، رفيق الدرب وشريك الحياة، الذي كان سندي الحقيقي في لحظات التعب والتردد، والذي منحني من دعمه وصبره وتشجيعه ما جعل الطريق أسهل والنجاح أقرب. شكرا لأنك كنت دائما إلى جانبي، مؤمنا بقدراتي، ومشاركًا لي كل خطوة نحو هذا الإنجاز.

إلى أبنائي الأحباء، زينة حياتي ونور أيامي، الذين كانوا مصدر قوتي وإصراري، والسبب الذي يدفعني دائما إلى السعي نحو الأفضل. أهدىكم هذا النجاح، وأتمنى أن يكون مثالا لكم بأن الأحلام تتحقق بالإرادة والعمل.

إلى إخوتي الأعزاء كل باسمه يوسف. يونس . محمد أمين الذين كانوا مصدر تشجيع ومساندة لي. إلى زوجة أخي واختي صفاء حفظكم الله.

إلى أساتذتي الكرام، الذين أناروا لي طريق العلم والمعرفة، وساهموا في تكويني العلمي. إلى كل الأصدقاء والزلاء الذين رافقوني خلال مشواري الدراسي وقدموا لي الدعم والندوة. وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع.

أهدي هذا الإنجاز المتواضع عربون محبة ووفاء، راجية من الله تعالى أن يجعله بداية لمزيد من النجاح والتوفيق.

والحمد لله رب العالمين.

بمساعدة فوزية

إهداء

الحمد لله وكفى والحالة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد:
الحمد لله الذي وفقنا في تبيين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية
بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى مصداقاً إلى والدي
الكرمين

إلى زوجي العزيز، سدي وداعمي في مسيرتي الدراسية الذي كان
بجانبتي بالصبر والتشجيع

إلى ابنائي الأحبة اللذين كانوا مصدر إلهام وأمل يدفعني نحو النجاح
إلى روح أمي الغالية التي لم تلدني و ربّنتني واحاطتني بحنانها أسأل الله أن
يتغمدها بواسع رحمته ويسكنها فسيح جناته

إلى اساتذتي الكرام وكل من ساهم من قريب أو بعيد في انجاز هذه
المذكرة

أهدي هذا العمل المتواضع راجية من الله أن يجعله نافعا ومثمرا

عمور أمال

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور منصة تيك توك في تغيير أنماط استهلاك الأخبار لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، في ضوء نموذج الاتصال الفائق عبر الوسائط (Hyperpersonal Model)، من خلال الكشف عن طبيعة المحتوى الإخباري المتداول عبر المنصة، والتعرف على دوافع اعتماد الطلبة عليها كمصدر للأخبار، بالإضافة إلى رصد تأثير الخوارزميات الرقمية في توجيه تعرضهم للمضامين الإخبارية وتشكيل اهتماماتهم الإعلامية. ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث أجريت الدراسة الميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال حجمها 150 طالب وطالبة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة خلال السنة الجامعية 2025/2026، واعتمدت الدراسة على الاستبيان أداة رئيسية لجمع البيانات، وبعد تحليل البيانات ومعالجتها إحصائياً تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تسهم منصة تيك توك إسهاماً ملحوظاً في تغيير أنماط استهلاك الأخبار لدى الشباب الجامعي من خلال تعزيز المحتوى الإخباري القصير والتفاعل المستمر مع المضامين الرقمية.
- يتميز المحتوى الإخباري المتداول عبر تيك توك بالاختصار والاعتماد المكثف على الصورة والفيديو، مما يزيد من جاذبيته مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.
- ترتبط دوافع اعتماد الطلبة على تيك توك كمصدر للأخبار بسهولة الوصول إليه عبر الهواتف الذكية وسرعة الحصول على المستجدات وعناصر التشويق البصري.
- تؤدي خوارزمية "صفحة لك" دوراً مهماً في توجيه تعرض المستخدمين للموضوعات الإخبارية وتشكيل اهتماماتهم الإعلامية.
- أفرز الاستخدام المتزايد للمنصة أنماطاً جديدة من استهلاك الأخبار، أبرزها المشاهدة السريعة والمتابعة العابرة للمحتوى.
- تزداد احتمالية انتشار الأخبار غير الدقيقة عبر المنصة نتيجة محدودية الرقابة التحريرية على المحتوى المنشور.
- يسهم الاعتماد المتنامي على تيك توك في تعزيز مكانة صناع المحتوى الرقمي كمصادر إخبارية بديلة لدى فئة من الشباب الجامعي.

الكلمات المفتاحية: تيك توك؛ استهلاك الأخبار؛ الشباب الجامعي؛ الإعلام الرقمي؛ نموذج الاتصال الفائق عبر الوسائط؛ الخوارزميات الرقمية.

Abstract:

This study aimed to investigate the role of the تيك توك platform in changing news consumption patterns among students of Media and Communication Sciences at Mohamed Boudiaf University of M'sila, in light of the Hyperpersonal Model. The study sought to explore the nature of news content circulated on the platform, identify the motives behind students' reliance on تيك توك as a source of news, and examine the influence of digital algorithms on directing their exposure to news content and shaping their media interests.

To achieve these objectives, the study adopted the descriptive-analytical approach, which was deemed appropriate for the nature of the research topic. The field study was conducted on a sample of 150 students from the Department of Media and Communication Sciences at Mohamed Boudiaf University of M'sila during the 2025/2026 academic year. A questionnaire was used as the primary data collection instrument.

After analyzing and statistically processing the collected data, the study yielded the following findings:

- تيك توك significantly contributes to changing news consumption patterns among university students by promoting short-form news content and encouraging continuous interaction with digital media content.

- News content circulated on تيك توك is characterized by brevity and a strong reliance on images and videos, making it more attractive than traditional media content.

- Students' reliance on تيك توك as a news source is mainly driven by its accessibility through smartphones, the speed of obtaining updates, and the platform's visual appeal.

- The "For You Page" algorithm plays a crucial role in directing users' exposure to specific news topics and shaping their media interests.

- The increasing use of تيك توك has led to the emergence of new patterns of news consumption, particularly rapid viewing and fragmented content engagement.

- The likelihood of the spread of inaccurate news increases on the platform due to the limited presence of professional editorial oversight over published content.

- Growing reliance on تيك توك contributes to strengthening the position of digital content creators as alternative news sources among university students.

Keywords: تيك توك; News Consumption; University Students; Digital Media; Hyperpersonal Model; Digital Algorithms.

الرقم	الموضوع	الصفحة
01	الآية	
02	شكر وتقدير.	2
03	الإهداء	4-3
04	الملخص باللغة العربية.	5
05	الملخص باللغة الإنجليزية.	6
06	فهرس المحتويات...	7
07	قائمة الجداول...	9
08	قائمة الأشكال...	10
	مقدمة...	15
الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية		
01	إشكالية الدراسة	20
02	فرضيات الدراسة.	21
03	أسباب اختيار الموضوع.	22
04	أهمية الدراسة.	23
05	أهداف الدراسة.	25
06	الدراسات السابقة.	26
07	منظور الدراسة.	28
08	تحديد مفاهيم الدراسة.	31
09	الإجراءات المنهجية.	32
10	مجالات الدراسة.	32
11	مجتمع الدراسة.	36
12	عينة الدراسة.	36
14	نوع الدراسة ومنهجها	38
15	أدوات جمع البيانات.	39
الفصل الثاني: الاطار المفاهيمي لموضوع الدراسة		
	تمهيد...	44
1	المبحث الأول: الإعلام الرقمي وتحولات استهلاك الأخبار	44

44	المطلب الأول: الإعلام الرقمي - المفهوم والخصائص	2
48	المطلب الثاني: تحولات استهلاك الأخبار في العصر الرقمي	3
51	المبحث الثاني: منصة التيك توك	4
51	المطلب الأول: نشأة تطبيق تيك توك وآليات عمله.	5
55	المطلب الثاني: خصائص المحتوى الإخباري على منصة تيك توك	6
59	المبحث الثالث: تيك توك وتغيير أنماط استهلاك المضامين الإخبارية	7
59	المطلب الأول: الخصائص الديموغرافية لمستخدمي تطبيق تيك توك	8
62	المطلب الثاني: دوافع استخدام تطبيق تيك توك كمصدر للأخبار	10
65	المبحث الرابع: تأثير التيك توك في تغيير أنماط الاستهلاك الإخباري	11
65	المطلب الأول: التحول نحو الأخبار القصيرة والفورية في منصة تيك توك	12
68	المطلب الثاني: إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية في ظل المنصات الرقمية تيك توك نموذجاً	13
74	خلاصة.....	
الفصل الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة وتفسيرها		
76	تمهيد.....	
76	01 عرض نتائج الدراسة وتحليلها.....	
104	02 مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها.....	
109	03 خاتمة.....	
110	04 توصيات الدراسة.....	
112	قائمة المراجع.....	
/	قائمة الملاحق.....	

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	76
02	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	77
03	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	78
04	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	79
05	توزيع إجابات الأفراد حول عبارة منذ متى تستخدم التيك توك	81
06	توزيع إجابات أفراد العينة حول عبارة ما متوسط عدد ساعات اليومية التي تقضيها على تيك توك	82
07	توزيع أفراد العينة حول أغراض استخدام التيك توك	83
08	توزيع إجابات أفراد العينة حول عبارة ما نوع الأخبار التي تتابعها غالبا على التيك توك	45
09	توزيع إجابات أفراد العينة حول عبارة إلى أي مدى تعتمد على التيك توك لمتابعة لأخبار؟	86
10	توزيع إجابات أفراد العينة حول العبارات الدالة على أسباب استخدام منصة التيك توك لمتابعة الأخبار	88
11	توزيع إجابات أفراد العينة على نسبة الثقة في مصادر الأخبار على منصة التيك توك	90
12	إجابات أفراد العينة نحو بارات العرض الانتقائي للذات والتفاعل في منصة التيك توك	93
13	توزيع أفراد العينة حول تأثير التيك توك على متابعة الأخبار	95
14	إجابات أفراد العينة حول عبارة ما مصدر الذي تعتبره الأكثر تأثيرا في طريقة تفكيرك حول الأحداث الجارية	97
15	إجابات أفراد العينة حول عبارة عندما تشاهد خبرا مهما لأول مرة على التيك توك ماذا تفعل غالبا؟	99
16	إجابات أفراد العينة حول عبارة ما المصدر الذي تعتمد عليه أكثر لمتابعة الأخبار يومي	100
17	إجابات الأفراد حول عبارة: إلى أي مدى تنثر الأخبار السلبية لديك القلق والتوتر	102
18	إجابات الأفراد حول عبارة: إلى أي مدى يؤدي استخدام التيك توك في التقليل من تفاعلك الاجتماعي الواقعي؟	103

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	77
02	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	78
03	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	79
04	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	80
05	توزيع إجابات الأفراد حول عبارة منذ متى تستخدم التيك توك	81

مقدمة

مقدمة

أحدثت التطورات المتسارعة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال خلال العقود الأخيرة تحولات عميقة في المشهد الاتصالي، انعكست بشكل مباشر على طبيعة الممارسة الإعلامية وأنماط تلقي المعلومات واستهلاكها، ففي ظل البيئة الرقمية الجديدة برزت منصات التواصل الاجتماعي كفضاءات اتصالية مؤثرة تجاوزت دورها التقليدي كوسائل للتفاعل الاجتماعي، لتصبح مصادر رئيسة للأخبار والمعلومات لدى شرائح واسعة من الجمهور، ولا سيما فئة الشباب الجامعي التي تعد من أكثر الفئات استخداماً لهذه المنصات وانخراطاً في أنشطتها المختلفة. (حسين، 2021، ص 93)

وبهذا تبرز منصة تيك توك بوصفها واحدة من أكثر المنصات الرقمية انتشاراً وتأثيراً في السنوات الأخيرة حيث استطاعت بفضل اعتمادها على المحتوى المرئي القصير وخوارزميات التوصية المتقدمة أن تستقطب أعداداً متزايدة من المستخدمين، وأن تفرض نفسها كوسيط جديد لتداول الأخبار والمضامين الإعلامية، وقد أدى هذا التحول إلى إعادة تشكيل أنماط استهلاك الأخبار من خلال الانتقال التدريجي من المصادر الإعلامية التقليدية إلى محتويات إخبارية مختصرة وتفاعلية تتوافق مع خصائص البيئة الرقمية الحديثة ومتطلبات جمهورها. (Newman et al., 2024; p35)

وتستدعي دراسة هذه التحولات الاستناد إلى أطر نظرية قادرة على تفسير طبيعة التفاعل الاتصالي داخل البيئات الرقمية، ويعد نموذج الاتصال الفائق عبر الوسائط (Hyperpersonal Model) من أبرز النماذج التي تناولت خصوصية الاتصال الإلكتروني، حيث يفترض هذا النموذج أن خصائص الاتصال عبر الوسائط الرقمية تتيح للمستخدمين فرصاً أكبر للالتقاء والعرض الذاتي وإدارة التفاعل، الأمر الذي يؤثر في إدراكهم للمضامين الإعلامية وفي تقييمهم لمصداقية المصادر التي يعتمدون عليها، ومن هذا فهو

يوفر إطارا مناسباً لفهم الكيفية التي تسهم بها منصة تيك توك في تشكيل السلوك الإخباري للمستخدمين وإعادة بناء علاقتهم بالأخبار ومصادرها. (Walther, 2007, pp. 2538)

وانطلاقاً من أهمية هذه التحولات تسعى الدراسة الحالية إلى استكشاف دور منصة تيك توك في تغيير أنماط استهلاك الأخبار لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، باعتبارهم فئة تجمع بين التكوين الأكاديمي في المجال الإعلامي والانخراط الفعلي في البيئة الرقمية، كما تهدف إلى تحليل طبيعة الاستخدامات الإخبارية للمنصة والكشف عن أثر خصائصها الاتصالية والتفاعلية في تشكيل تفضيلات الطلبة وسلوكياتهم الإخبارية، وذلك في ضوء افتراضات نموذج الاتصال الفائق عبر الوسائط، بما يسهم في تعميق الفهم العلمي للتحولات التي يشهدها استهلاك الأخبار في العصر الرقمي، وإثراء الأدبيات البحثية المرتبطة بالإعلام الجديد والجمهور الجامعي

ولتحقيق هذه الأهداف تم تقسم الدراسة إلى ثلاث فصول الفصل الأول يحتوي على الإطار المنهجي للدراسة فهو يشمل إشكالية الدراسة وتساؤلاتها بالإضافة إلى ذكر أسباب اختيار الموضوع ، وكذلك أهميتها و أهدافها ، مع التطرق إلى الدراسات السابقة ومنصور الدراسة كما تم ذكر الإجراءات المنهجية من المنهج و مجتمع البحث وعينته وأدوات المستخدمة في جمع المعلومات.

أما عن الفصل الثاني فقد خصص للجانب النظري لموضوع الدراسة وكان بعنوان الاطار المفاهيمي للدراسة حيث شمل على أربعة مباحث كل مبحث يحتوي على مطلبين، بحيث شمل المبحث الأول على الاعلام الرقمي وتحولات استهلاك الأخبار يندرج تحته مطلبين الأول عنوان الاعلام الرقمي المفهوم والخصائص أما الثاني فتناول تحولات استهلاك الأخبار في العصر الرقمي، في حين المبحث الثاني تم التطرق فيه إلى منصة التيك توك حيث تم تناول في المطلب الأول نشأة تطبيق وآليات عمله أما الثاني فتناول خصائص المحتوى الاخباري على هذه المنصة، وفيما يخص المبحث الثالث فكان حول

تيك توك وتغيير أنماط استهلاك المضامين الإخبارية ، حيث تم التطرق في مطلبه الأول إلى الخصائص الديموغرافية لمستخدمي تطبيق التيك توك، أما الثاني فتناول دوافع استخدام تطبيق تيك توك كمصدر لأخبار، وفيما يخص المبحث الرابع فتم تناول فيه تأثير التيك توك في تغيير أنماط الاستهلاك الاخباري، بمطلب أول بعنوان التحول نحو الأخبار القصيرة والفورية في منصة التيك توك أما المطلب الثاني فتم عرض فيه عملية إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية في ظل المنصات الرقمية تيك توك نموذجا.

أما الفصل الثالث فقد تم عرض فيه تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة بالإضافة إلى تفسيرها، كما تم عرض خاتمة ومقترحات للدراسة.

الفصل الأول:

إشكالية الدراسة وإجراءاتها
المنهجية

الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- إشكالية الدراسة.
- فرضيات الدراسة.
- أسباب اختيار الموضوع.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- الدراسات السابقة
- منظور الدراسة.
- تحديد مفاهيم الدراسة
- الإجراءات المنهجية
- مجالات الدراسة
- مجتمع البحث
- عينة الدراسة
- نوع الدراسة ومنهجها
- أدوات جمع البيانات

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

أدت منصة تيك توك إلى إعادة تشكيل أنماط استهلاك الأخبار، خاصة لدى الفئات الشابة، من خلال اعتمادها على المقاطع القصيرة ذات الإيقاع السريع، وهو ما جعل المتلقي يفضل المحتوى المختصر والمباشر على المتابعة التقليدية لنشرات الأخبار، لقد أصبح المستخدم يتلقى الأخبار عبر خوارزميات "صفحة لك" التي تنتقي له المضامين الأكثر انتشارا وتفاعلا، مما يوجه اهتمامه تلقائيا نحو موضوعات معينة دون غيرها. كما ساهم صانعو المحتوى في تبسيط الأخبار وتحويلها إلى قصص مرئية جذابة، الأمر الذي جعل تيك توك مجالا لتداول الأحداث بشكل لحظي ومفتوح، سواء عبر التغطيات السريعة أو التعليقات التحليلية القصيرة. ونتيجة لذلك، تغيرت علاقة الجمهور بالأخبار من المتابعة المنظمة عبر المؤسسات الإعلامية إلى استهلاك لحظي عبر مقاطع قصيرة متدفقة يختلط فيها الخبر بالرأي والترفيه، وهو ما يطرح تحديات تتعلق بالدقة، والمصداقية، وخطر انتشار الأخبار المضللة.

طرح الإشكالية العامة

إلى أي مدى تؤثر منصة تيك توك في أنماط استهلاك المضامين الإخبارية لدى طلبة جامعة المسيلة؟ وما أبرز مظاهر هذا التأثير في السلوك الإعلامي المتعلق بتلقي الأخبار والتفاعل معها ومشاركتها؟

الإشكاليات الفرعية:

1. ما طبيعة المحتوى الإخباري المتداول على منصة تيك توك؟
2. ما أبرز الدوافع التي تجعل المستخدمين يعتمدون على تيك توك في متابعة الأخبار؟
3. كيف تسهم خوارزمية "صفحة لك" في توجيه تدفق الأخبار للمستخدم؟
4. ما الأنماط الجديدة التي ظهرت في استهلاك الأخبار عبر تيك توك؟
5. ما المخاطر المرتبطة بالمحتوى الإخباري على تيك توك، خاصة فيما يتعلق بالتضليل الإعلامي؟

6. إلى أي مدى أثر الاعتماد على تيك توك على الثقة في المؤسسات الإعلامية التقليدية؟

2- أسباب اختيار الموضوع

يأتي اختيار موضوع أثر منصة تيك توك في أنماط استهلاك الأخبار لدى الشباب في سياق التحولات الرقمية العميقة التي يشهدها المجال الإعلامي، ولا سيما داخل المجتمع الجزائري، حيث أصبحت المنصات الاجتماعية تنافس وسائل الإعلام التقليدية في صناعة الرأي العام وتوجيه الاهتمامات. ويمكن تلخيص أهم المبررات العلمية والموضوعية لهذا الاختيار فيما يأتي:

1. التحول البنوي في الممارسة الإعلامية للشباب الجزائري

يشهد الواقع الجزائري انتقالا واضحا من استهلاك الأخبار عبر الصحف والقنوات التلفزيونية إلى الاعتماد المتزايد على المنصات الرقمية، وفي مقدمتها تيك توك، بما يعكس تغيرا في عادات التلقي وسرعة التفاعل وطبيعة الاهتمام بالمحتوى الإخباري.

2. الانتشار الواسع للمنصة داخل الفئة الشبابية

تعد تيك توك من أكثر التطبيقات استخداما بين الشباب الجزائري، الأمر الذي يجعلها فضاء مؤثرا في تشكيل الوعي بالأحداث المحلية والوطنية، ويمنحها قدرة فعلية على إعادة ترتيب أولويات القضايا المطروحة.

3. خصوصية الشكل الاتصالي للمنصة

يعتمد تيك توك على الفيديوهات القصيرة، والخوارزميات التنبؤية، والتفاعل اللحظي، وهي خصائص تختلف جذريا عن منطق الإعلام التقليدي، ما يستدعي دراسة علمية ترصد انعكاس هذه السمات على طرق استهلاك الأخبار ومستوى الفهم والانتقاء.

4. تنامي ظاهرة الأخبار غير الدقيقة في الفضاء الرقمي الجزائري

أصبح تداول المعلومات غير الموثوقة عبر المنصات الاجتماعية واقعا ملموسا، خاصة في غياب الضبط التحريري المهني، وهو ما يفرض ضرورة بحثية لفهم دور تيك توك في انتشار هذا النوع من المحتوى وتأثيره على إدراك الشباب للواقع.

5. محدودية الدراسات العربية والجزائرية المتخصصة في الموضوع

رغم كثافة الاستخدام، لا تزال الأبحاث الأكاديمية التي تتناول العلاقة بين تيك توك واستهلاك الأخبار في السياق الجزائري قليلة نسبيا، مما يمنح هذا الموضوع قيمة علمية إضافية ويسهم في سد فجوة معرفية قائمة.

6. الأهمية المجتمعية للموضوع

ترتبط أنماط استهلاك الأخبار ارتباطا مباشرا بتكوين الوعي المدني والسياسي لدى الشباب، ومن ثم فإن دراسة هذا التحول تساعد على فهم ديناميات الرأي العام الناشئ، وتقيد صناع القرار والمؤسسات الإعلامية في تطوير استراتيجيات تواصل أكثر فاعلية.

7. القابلية التطبيقية للنتائج المتوقعة

يمكن أن تسهم مخرجات هذا البحث في تقديم توصيات عملية تخص التربية الإعلامية الرقمية، وتعزيز التفكير النقدي لدى الشباب الجزائري، إضافة إلى دعم جهود مكافحة التضليل الإعلامي.

3- أهمية الدراسة النظرية والعملية

أولا: الأهمية النظرية

تتبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من كونها تسهم في إثراء الحقل المعرفي المتعلق بتحولات الإعلام الرقمي، ولا سيما في ما يخص إعادة تموضع المحتوى الإخباري داخل منصات تقوم في الأصل على المقاطع القصيرة والترفيه، مثل تيك توك. إذ تسعى الدراسة إلى تفكيك طبيعة الخبر في بيئة اتصالية جديدة تتسم بالسرعة، والكثافة البصرية، والتخصيص الخوارزمي، بما يسمح بإعادة النظر في المفاهيم التقليدية للتلقي الإعلامي ووظيفة الرسالة الإخبارية.

كما تكتسب الدراسة قيمتها العلمية من خلال محاولتها توظيف بعض النظريات الإعلامية الكلاسيكية، كمدخل الاستخدامات والإشباعات ونظرية البوابة الإعلامية، ضمن سياق رقمي

مستحدث يتميز بتراجع الدور التحريري المهني وصعود الخوارزميات بوصفها وسيطا مركزيا في توجيه التعرض للمحتوى. ويسهم ذلك في اختبار مدى قابلية هذه الأطر النظرية للتكيف مع بيئات إعلامية تقوم على الذكاء الاصطناعي والتفاعل اللحظي، فضلا عن إثراء الأدبيات العربية والجزائرية التي لا تزال محدودة نسبيا في تناول العلاقة بين المنصات الاجتماعية وأنماط استهلاك الأخبار.

وتزداد أهمية الدراسة نظريا في ابراز تأثير منصات التواصل الاجتماعي خاصة التيك توك على السلوك الإعلامي للشباب الجامعي وطريقة متابعتهم للأخبار

ثانيا: الأهمية العملية

على المستوى التطبيقي، تبرز أهمية الدراسة في قدرتها على استكشاف ملامح السلوك الإخباري لدى الشباب الجزائري، في ظل التحول المتزايد نحو المنصات الرقمية بوصفها مصادر أساسية لمتابعة الشأن العام. وتوفر نتائج البحث معطيات يمكن أن تستفيد منها المؤسسات الإعلامية الجزائرية لفهم اتجاهات الجمهور الجديدة، وإعادة تكييف أشكال إنتاج الأخبار وعرضها بما يتلاءم مع خصائص التلقي السريع والاعتماد المتزايد على المحتوى المرئي.

كما تسهم الدراسة في دعم صانعي السياسات الإعلامية والتربوية من خلال تقديم مؤشرات علمية حول مخاطر التضليل الإعلامي وانتشار الأخبار غير الدقيقة في الفضاء الرقمي الجزائري، الأمر الذي يساعد على صياغة استراتيجيات وقائية أكثر فاعلية، سواء على مستوى التنظيم الإعلامي أو التربية على الإعلام والمعلومات.

إضافة إلى ذلك، تكتسب الدراسة بعدا مجتمعيًا مهما، إذ ترتبط أنماط استهلاك الأخبار ارتباطا مباشرا بتشكيل الوعي المدني والسياسي لدى الشباب. ومن ثم، يمكن لنتائجها أن تسهم في تعزيز ثقافة التحقق من المصادر، وتنمية التفكير النقدي، وتشجيع الاستخدام الواعي للمنصات الرقمية، بما يخدم مسار بناء مواطنة رقمية مسؤولة داخل المجتمع الجزائري.

5- أهداف الدراسة

ترمي هذه الدراسة إلى تقديم مقارنة علمية شاملة لظاهرة استهلاك الأخبار عبر منصة تيك توك، من خلال تحليل انعكاساتها على الممارسات الإعلامية لدى الجمهور، وتسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف النظرية والتطبيقية المتكاملة، يمكن إجمالها فيما يأتي:

1. التعرف على مدى استخدام الطلبة لمنصة التيك توك.
2. معاينة درجة اعتماد الطلبة على منصة التيك توك في الحصول على الأخبار.
3. التعرف على إيجابيات وسلبيات الاعتماد على منصة التيك توك كمصدر إخباري.
4. الكشف على تأثير منصة التيك توك في أنماط استهلاك الأخبار .
5. تحديد أبرز المخاطر والتحديات المرتبطة باستهلاك الأخبار عبر المنصة، وعلى رأسها انتشار المعلومات المضللة، والخلط بين المحتوى الترفيهي والمضمون الإخباري، وانعكاس ذلك على مستوى الوعي الإعلامي لدى الشباب الجزائري.

6- الدراسات السابقة

تعد الدراسات السابقة ركيزة أساسية في بناء أي بحث علمي رصين، إذ تمثل الإطار المعرفي الذي يمكن الباحث من الإحاطة بتطور الموضوع، ورصد أهم المقاربات النظرية والمنهجية التي عالجته، وفي سياق دراسة أنماط استهلاك الأخبار عبر المنصات الرقمية، ولا سيما منصة تيك توك، تكتسب العودة إلى الأدبيات السابقة أهمية مضاعفة، لأنها تتيح فهم التحولات التي طرأت على علاقة الجمهور بالمعلومة، وتساعد على استيعاب الأبعاد الاتصالية الجديدة التي أفرزتها بيئات التواصل القائمة على الخوارزميات والمحتوى القصير. كما تسهم هذه الدراسات في بلورة المفاهيم المركزية للبحث، وتحديد المتغيرات الأكثر حضوراً في تحليل السلوك الإخباري المعاصر.

وتكمن القيمة المنهجية للدراسات السابقة في كونها تساعد على تجنب التكرار، وتوجيه مسار البحث نحو الثغرات المعرفية القائمة، فضلاً عن دعم صياغة الإشكالية والفرضيات على أسس علمية واضحة. كما تتيح للباحث مقارنة نتائج المحتملة بما توصلت إليه الأدبيات ذات الصلة،

بما يعزز من موضوعية التحليل ودقته. وفي السياق الجزائري، تزداد أهمية هذا المسار لندرة الأبحاث المتخصصة في تأثير المنصات الرقمية على استهلاك الأخبار، الأمر الذي يجعل الاستناد إلى الإطار النظري العام ضرورة منهجية، وفي الوقت نفسه يبرز قيمة الدراسة الحالية بوصفها محاولة للإسهام في سد فجوة معرفية وربط التحليل العلمي بالواقع المحلي. وأهم هذه الدراسات هي:

الدراسة الأولى: دراسة القاضي، أسماء، وفايز، فاطمة (2024) بعنوان خطاب المضامين الجادة في فيديوهات تطبيق تيك توك خلال النصف الثاني من عام 2023: دراسة تحليلية. المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام.

هدف الدراسة:

سعت الدراسة إلى تحليل طبيعة المضامين الجادة المنشورة عبر منصة تيك توك، والكشف عن كيفية توظيف الفيديوهات القصيرة في تقديم محتوى إخباري وتوعوي ومعرفي، رغم ارتباط المنصة تقليدياً بالمحتوى الترفيهي. اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون لعينة من الفيديوهات الجادة المنشورة على تيك توك خلال النصف الثاني من عام 2023.

أهم النتائج:

- تحولت منصة تيك توك من فضاء ترفيهي إلى منصة قادرة على استضافة محتويات إخبارية ومعرفية جادة.
- أسهمت خاصية الفيديو القصير في تبسيط المعلومات وجذب الجمهور، خاصة الشباب.
- تزايد اعتماد المستخدمين على المحتوى المختصر والسريع في الحصول على المعلومات مقارنة بالأشكال الإعلامية التقليدية.

الدراسة الثانية: مرزاق، سارة (2024).

بعنوان اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو فيديوهات المؤثرين على منصة تيك توك: دراسة ميدانية على طلبة الإعلام والاتصال بجامعة باتنة 1.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين الجزائريين نحو محتوى المؤثرين على منصة تيك توك، والكشف عن دوافع استخدامهم للمنصة وأنماط تفاعلهم مع المحتويات التي يقدمها المؤثرون.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، حيث تم توزيع استبيان إلكتروني على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة باتنة 1 من أجل جمع البيانات المتعلقة باستخدامهم للمنصة وتقييمهم للمحتوى المنشور عبرها.

أهم النتائج:

- ارتفاع معدلات استخدام الطلبة لمنصة تيك توك بشكل يومي .
- لم يعد استخدام المنصة مقتصرًا على الترفيه، بل امتد إلى متابعة المعلومات والأحداث والقضايا المختلفة .
- للمؤثرين دور بارز في تشكيل اهتمامات الطلبة واتجاهاتهم نحو العديد من الموضوعات المتداولة عبر المنصة .
- أصبحت المنصة مصدراً مهماً للمعلومات لدى فئة الشباب الجامعي .

الدراسة الثالثة: دراسة شيرر، إليسا؛ ناصر، صوفيا؛ ليدكي، جاكوب؛ وماتسا، كيلي إيلينا (2024).

بغنوان: كيف يتابع مستخدمو تيك توك الأخبار عبر المنصة؟ وما هي تصوراتهم عنها؟

هدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية تعرض مستخدمي تيك توك للأخبار، ومصادر الأخبار التي يعتمدون عليها داخل المنصة، وتقييمهم لمصداقية الأخبار والمعلومات التي يتلقونها.

أجرى الدراسة مركز بيو للأبحاث (Pew Research Center) بالولايات المتحدة الأمريكية بالاعتماد على مسح ميداني شمل عينة من مستخدمي منصة تيك توك، بهدف فهم طبيعة استهلاك الأخبار عبر المنصة.

أهم النتائج:

- أصبح تيك توك مصدراً مهماً ومتنامياً للحصول على الأخبار، خاصة بين فئة الشباب .

- نسبة معتبرة من المستخدمين يتابعون الأخبار بانتظام عبر المنصة .
- يعتمد المستخدمون على المؤثرين وصناع المحتوى في الحصول على الأخبار إلى جانب المؤسسات الإعلامية التقليدية .
- يرى عدد كبير من المستخدمين أنهم يطلعون عبر تيك توك على أخبار ومعلومات لا يتعرضون لها من خلال وسائل الإعلام الأخرى .
- أسهمت خوارزميات المنصة ومحتوى الفيديوهات القصيرة في تغيير الطريقة التقليدية لاستهلاك الأخبار وجعلها أكثر سرعة وتفاعلية.

1. مقارنة نتائج الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

أظهرت نتائج الدراسة الحالية توافقا كبيرا مع نتائج الدراسات السابقة، حيث اتفقت مع دراسة القاضي، أسماء، وفايز، فاطمة (2024) في أن منصة تيك توك تجاوزت دورها الترفيهي لتصبح فضاء لنشر المضامين الإخبارية، وأن طبيعة الفيديوهات القصيرة أسهمت في تعزيز جاذبية الأخبار وسرعة استهلاكها، كما انسجمت مع دراسة مرزاق، سارة (2024) التي أكدت تحول تيك توك إلى مصدر مهم للمعلومات لدى الطلبة الجامعيين، ودور المؤثرين في تشكيل اهتماماتهم، وهو ما أكدته الدراسة الحالية من خلال إبراز تنامي اعتماد الطلبة على المنصة وصناع المحتوى للحصول على الأخبار.

وكذلك اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة شيرر، إيسا، وناصر، صوفيا، وليدكي، جاكوب، وماتسا، كيلى إيلينا (2024) التي بينت أن تيك توك أصبح مصدرا متناميا للأخبار، وأن خوارزميات المنصة والفيديوهات القصيرة أسهمت في تغيير أنماط استهلاك الأخبار، وقد دعمت الدراسة الحالية هذه النتائج بإبراز الدور المحوري لخوارزمية "صفحة لك" في توجيه تعرض المستخدمين للمحتوى الإخباري وظهور أنماط جديدة للاستهلاك الإعلامي تقوم على المشاهدة السريعة والتفاعل المستمر.

ورغم هذا الاتفاق إلا أن الدراسة الحالية انفردت بتفسير هذه النتائج في ضوء نموذج الاتصال الفائق عبر الوسائط (Hyperpersonal Model)، كما أبرزت جانبا مهما يتمثل في

ارتفاع احتمالية انتشار الأخبار غير الدقيقة نتيجة محدودية الرقابة التحريرية على المحتوى، وهو ما أضفى بعدا تفسيريا يميزها عن الدراسات السابقة.

7- المنظور العلمي والمنهجي والواقعي للدراسة

تتطلب هذه الدراسة من تصور علمي يقوم على اعتبار المنصات الرقمية، وفي مقدمتها تيك توك، فاعلا اتصاليا مؤثرا في إعادة تشكيل أنماط تلقي الأخبار وبناء المعنى لدى فئة الشباب. وبناء على ذلك، تعتمد الدراسة مقارنة متعددة الأبعاد تجمع بين التحليل النظري والرصد الميداني، بما يسمح بفهم الظاهرة في سياقها التقني والاجتماعي والثقافي الجزائري.

أولا: المنظور العلمي للدراسة

ترتكز الدراسة علميا على مقارنة تواصلية-اجتماعية تنظر إلى استهلاك الأخبار بوصفه ممارسة ثقافية وسلوكية تتأثر ببنية المنصة الرقمية وآليات اشتغالها الخوارزمية، فبدل الاختصار على دراسة المحتوى الإخباري في حد ذاته، تسعى الدراسة إلى تحليل العلاقة التفاعلية بين ثلاثة عناصر مركزية: المنصة، والمحتوى، والمتلقي.

ويقوم المنظور العلمي المعتمد على دمج الأبعاد التالية:

- البعد الاتصالي: من خلال تحليل كيفية إنتاج الخبر وتداوله داخل بيئة قائمة على الفيديو القصير والتفاعل اللحظي.
 - البعد السلوكي: عبر رصد عادات المتابعة، وأنماط التلقي، ودوافع الاستخدام لدى الشباب الجزائري.
 - البعد النقدي: من خلال مساءلة آثار الخوارزميات على تشكيل الاهتمامات الإخبارية، وانتشار التضليل، وتراجع الثقة في الإعلام التقليدي.
- كما تستند الدراسة إلى تصور يعتبر المتلقي عنصرا فاعلا لا مجرد مستقبل سلبي، إذ يقوم بانتقاء المحتوى والتفاعل معه وإعادة نشره، بما يجعله جزءا من دورة إنتاج المعنى داخل الفضاء الرقمي.

ثانيا: المنظور المنهجي للدراسة

من الناحية المنهجية، تتكئ الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه الأنسب لرصد الظواهر الإعلامية المعاصرة وفهم أبعادها المتداخلة. ويستثمر هذا المنهج في وصف خصائص المحتوى الإخباري على تيك توك، وتحليل أنماط استهلاك الأخبار، وتفسير العلاقة بين الخوارزميات وسلوك المستخدم.

ويمكن للدراسة أن تعتمد أدوات ميدانية متكاملة، من قبيل:

- الاستبيان: لرصد اتجاهات الشباب الجزائري ودوافع استخدام المنصة ومستوى اعتمادهم عليها كمصدر للأخبار.
 - المقابلة شبه الموجهة: لفهم التصورات الذاتية للمستخدمين حول مصداقية المحتوى وتأثيره.
 - تحليل مضمون عينة من المقاطع الإخبارية: للكشف عن خصائص الخطاب الإخباري السائد (الاختصار، الإثارة، التمثيل البصري).
- ويتيح هذا التنوع المنهجي الجمع بين المعطيات الكمية والكيفية، بما يعزز مصداقية النتائج ويعمق تفسيرها، خاصة في ظل تعقد الظاهرة المدروسة.
- كما تعتمد الدراسة منطق الربط بين الفرضيات والمؤشرات القابلة للقياس، بحيث تحول كل فرضية إلى مجموعة أسئلة أو متغيرات ميدانية، الأمر الذي يسمح باختبارها بطريقة علمية دقيقة.

ثالثا: المنظور الواقعي التطبيقي في السياق الجزائري

ينطلق البعد الواقعي للدراسة من معاينة التحول الواضح في الممارسات الإعلامية داخل المجتمع الجزائري، حيث باتت المنصات الرقمية تشكل مصدرا أساسيا للأخبار لدى فئة واسعة من الشباب، في مقابل تراجع نسبي لدور وسائل الإعلام التقليدية.

وفي هذا الإطار، تسعى الدراسة إلى:

• فهم كيفية تشكل الوعي الإخباري لدى الطلبة الجزائريين في ظل هيمنة المحتوى القصير.

- رصد تأثير الخوارزميات في توجيه الاهتمام بالقضايا المحلية والوطنية.
- الكشف عن مظاهر الخلط بين الترفيه والخبر داخل الفضاء الرقمي.
- تشخيص مخاطر التضليل الإعلامي وانعكاساته على إدراك الواقع الاجتماعي والسياسي.

وينتظر أن تسهم النتائج في تقديم صورة دقيقة عن التحولات الجارية في علاقة الشباب الجزائري بالمعلومة، بما يفتح المجال أمام توصيات عملية موجهة إلى:

- المؤسسات الإعلامية الجزائرية لتطوير أشكال العرض الإخباري.
- الجهات التربوية لتعزيز التربية على الإعلام والمعلومات.
- صانعي السياسات للحد من انتشار الأخبار المضللة وترسيخ الاستخدام المسؤول للمنصات الرقمية

8- المفاهيم الأساسية للدراسة

تعد المفاهيم الأساسية لبنية البحث أداة مركزية لفهم الظاهرة محل الدراسة وتوجيه عملية التحليل العلمي. وفي سياق دراسة أثر منصة تيك توك في استهلاك الأخبار لدى الطلبة الجزائريين، يمكن تحديد المفاهيم الأساسية التالية:

أولاً: استهلاك الأخبار (News Consumption)

يشير هذا المفهوم إلى العملية التي يشارك فيها المتلقي في متابعة المحتوى الإعلامي، وفهمه، وتقييمه، وإعادة استخدامه أو تفاعله معه. ويركز البحث على استهلاك الأخبار عبر المنصات الرقمية الحديثة، بما يشمل سرعة التلقي، وطبيعة التفاعل (مشاهدة، مشاركة، تعليق)، ومستوى الاهتمام بالقضايا المطروحة. في السياق الجزائري، يعكس هذا المفهوم التحولات التي

طُرأت على العلاقة بين الشباب ووسائل الإعلام التقليدية، وتحول جزء مهم من المتلقين إلى المنصات الرقمية كمصدر رئيسي للمعلومة.

ثانيا: المحتوى الإخباري الرقمي (Digital News Content)

يقصد به جميع المعلومات الإخبارية المقدمة على المنصات الرقمية، والتي تتسم غالبا بالاختصار، والتركيز على الصورة والفيديو، والطابع التفاعلي. ويهتم البحث بدراسة خصائص هذا المحتوى على تيك توك، مثل المقاطع القصيرة، والتمثيل البصري، والتسلسل السردى المبسط، وتحليل كيف تؤثر هذه الخصائص في جاذبية الخبر لدى الشباب، وفي طريقة فهمهم للمعلومة.

ثالثا: المنصات الرقمية الاجتماعية (Social Digital Platforms)

تمثل هذه المنصات بيئة اتصالية قائمة على التفاعل بين المستخدمين والمحتوى الرقمي، وغالبا ما تستند إلى خوارزميات توصية لتخصيص المحتوى لكل مستخدم. ويركز البحث على تيك توك بوصفه نموذجا لمنصات تعتمد على الفيديو القصير والتخصيص الذكي، مع دراسة دورها في إعادة تشكيل اهتمامات الشباب الجزائري وسلوكهم الإخباري.

رابعا: الخوارزميات التنبؤية (Recommendation Algorithms)

تشير إلى مجموع القواعد والإجراءات التقنية التي تحدد للمستخدم المحتوى الذي يعرض له بناء على سلوكياته السابقة، واهتماماته، وتفاعلاته. في هذه الدراسة، ينظر إلى خوارزمية "For You" على تيك توك بوصفها أداة مركزية توجه اهتمامات المستخدمين، وتحدد طبيعة الأخبار التي يتلقونها، وهو ما يجعل تحليل تأثيرها على الاستهلاك الإخباري عنصرا أساسيا في الدراسة.

خامسا: الأخبار المضللة والتضليل الاعلامي

يشمل هذا المفهوم انتشار المعلومات غير الدقيقة أو المغلوطة عبر الفضاء الرقمي، سواء عمدا أو نتيجة ضعف التدقيق. وتهتم الدراسة بفهم مدى انتشار هذا النوع من المحتوى على

تيك توك في الجزائر، وانعكاسه على وعي الشباب، وثقتهم بالمصادر الإخبارية، وقدرتهم على التمييز بين الخبر الموثوق والمحتوى الترفيهي أو المغلوطة.

سادسا: الثقة في الإعلام (Media Trust)

يقصد بها مستوى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومة الدقيقة. في هذه الدراسة، يدرس كيف يؤثر اعتماد الشباب على تيك توك كمصدر رئيسي للأخبار على مستوى ثقتهم بوسائل الإعلام التقليدية في الجزائر، ومدى تقاطع هذا المفهوم مع سلوكياتهم في استهلاك الأخبار الرقمية

9- الإجراءات المنهجية

9-1- مجالات الدراسة

تستند هذه الدراسة إلى إجراءات منهجية تهدف إلى فهم الظاهرة الإعلامية المرتبطة باستهلاك الأخبار عبر منصة تيك توك، مع التركيز على السلوك الإخباري للطلبة الجزائريين. وتتطلب هذه الظاهرة معالجة متعددة الأبعاد تجمع بين التحليل النظري، والرصد الميداني، والتحليل الكمي والنوعي للبيانات. وتتمثل مجالات الدراسة الأساسية فيما يلي:

01- المجال التحليلي - تحليل المحتوى الإخباري الرقمي

يندرج هذا المجال ضمن الإجراءات المنهجية على أنه دراسة خصائص المحتوى الإخباري المتداول على المنصة، بما يشمل:

- طبيعة الخبر: الموضوعات التي تغطيها الأخبار المحلية والوطنية، والقضايا الاجتماعية والسياسية التي يركز عليها صناع المحتوى.
- الشكل البصري: درجة الاختصار، استخدام الصور والفيديوهات، وسلاسل المقاطع القصيرة التي تؤثر على فهم المعلومة.

• أسلوب العرض: توظيف الإثارة، العنوان الجاذب، لغة المبسطة والمختصرة، ونمط السرد الرقمي الذي يميز الأخبار على تيك توك.

ويتيح هذا المجال التحقق من الفرضية الأولى المتعلقة بجاذبية المحتوى الإخباري القصير للمتلقى الشبابي.

02. المجال السلوكي – دراسة أنماط استهلاك الأخبار

يشمل هذا المجال رصد سلوكيات الطالب الجزائري في التفاعل مع الأخبار على المنصة، ويغطي:

وتيرة الاستهلاك: المشاهدة السريعة، المتابعة العابرة، المشاهدة المتسلسلة للمقاطع.

دوافع الاستخدام: سهولة الوصول، السرعة، الجاذبية البصرية، والشغف بالمحتوى المحلي أو الدولي.

تفضيلات المحتوى: الموضوعات الأكثر متابعة، والمصادر التي يعتمد عليها، ومستوى التفاعل مع صناع المحتوى.

ويخدم هذا المجال الفرضيتين الثانية والرابعة المتعلقة بأنماط الاستهلاك ودوافع الاستخدام.

03. المجال الخوارزمي – أثر آليات التوصية

يركز هذا المجال على تحليل الدور الذي تلعبه خوارزمية "For You" في تحديد ما يعرض للمستخدم، ويتضمن:

– دراسة كيفية توجيه الاهتمامات وفق السلوك السابق للمستخدم.

- تحديد تأثير الخوارزمية في اختيار الموضوعات الإخبارية، وصياغة الاهتمامات، وإعادة ترتيب أولويات القضايا.

- تقييم مستوى التخصيص الذي تمارسه المنصة وكيفية تأثيره على استهلاك الأخبار ومحدودية التنوع في الاطلاع على الموضوعات.

ويتعلق هذا المجال بالفرضية الثالثة، ويتيح فهم العلاقة بين التقنية الرقمية وسلوك المتلقي.

04. المجال النقدي - تقييم مخاطر التضليل الإعلامي والثقة بالمصادر

يشمل هذا المجال رصد التحديات المرتبطة باستخدام تيك توك كمصدر للأخبار، ويغطي:

انتشار الأخبار المضللة والمعلومات غير الدقيقة.

الخط بين المحتوى الترفيهي والمضمون الإخباري، وتأثير ذلك على وعي الشباب الجزائري.

أثر الاعتماد على المنصة على مستوى الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، واستيعاب التحولات في المنظومة الإعلامية الوطنية.

ويخدم هذا المجال الفرضيتين الخامسة والسادسة، ويوفر قاعدة تحليلية للنتائج العملية والتوصيات المستقبلية.

05. المجال التطبيقي - النتائج العملية والتوصيات

يشمل هذا المجال الأبعاد العملية للدراسة، ويتمثل في:

تقديم نتائج قابلة للتطبيق للمؤسسات الإعلامية الجزائرية حول تطوير المحتوى الإخباري الرقمي بما يتلاءم مع سلوك الشباب.

توفير معطيات لصانعي السياسات الإعلامية والتربوية لتعزيز التربية على الإعلام والمعلومات وتنمية التفكير النقدي.

توجيه استراتيجيات التوعية للحد من انتشار التضليل الإعلامي وتحقيق الاستخدام المسؤول للمنصات الرقمية.

ويجعل هذا المجال الدراسة ذات قيمة عملية ملموسة، مرتبطة مباشرة بالواقع الجزائري، بما يعزز من جدواها المجتمعية

9-2- مجتمع الدراسة

يشمل مجتمع البحث مجموعة الأفراد الذين يمثلون هدف الدراسة الأساسي، أي طلاب جامعة المسيلة قسم علوم الاعلام والاتصال المتفاعلين مع منصة تيك توك كمصدر للأخبار والمعلومات. ويعد تحديد خصائص مجتمع البحث خطوة أساسية لضمان تمثيلية النتائج ودقتها، وربطها بالواقع الاجتماعي والثقافي المحلي.

01. الفئة العمرية

يتركز المجتمع البحثي على الشباب وطلاب جامعة المسيلة قسم علوم الاعلام والاتصال الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و35 سنة، باعتبارهم الفئة الأكثر نشاطا على المنصات الرقمية، والأكثر اعتمادا على تيك توك في متابعة الأخبار اليومية، سواء المحلية أو الوطنية أو الدولية.

02. المستوى التعليمي

يتضمن المجتمع أفرادا بمستويات تعليمية مختلفة، من طلاب وشباب جامعة المسيلة قسم علوم الاعلام والاتصال، ويهدف هذا التنوع إلى رصد اختلاف أنماط الاستهلاك الإخباري وفق مستوى الثقافة والوعي الإعلامي.

03. الجغرافيا

يشمل مجتمع البحث شبانا من مناطق حضرية رئيسية في المسيلة وهي طلاب جامعة مسيلة وبالأخص طلاب كلية علوم الإنسانية والاجتماعية، حيث يلاحظ انتشار واسع للهواتف الذكية والوصول السريع إلى الإنترنت، ما يعكس الواقع الرقمي الأكثر تمثيلا للاستخدام الفعلي لمنصة تيك توك.

04. الخصائص السلوكية

يتميز أفراد المجتمع البحثي بأنهم مستخدمون نشطون لمنصة تيك توك، يقومون بالاطلاع على المقاطع الإخبارية، ويتفاعلون معها من خلال المشاهدة، التعليق، المشاركة، أو إعادة النشر. كما يشمل المجتمع أولئك الذين يستخدمون تيك توك بانتظام للحصول على أخبار سريعة، سواء لأغراض التسلية، أو متابعة الشأن العام، أو الاطلاع على الأحداث الاجتماعية والسياسية.

8-2- حجم المجتمع

نظرا لطبيعة المنصة وانتشارها الواسع بين الشباب، فإن المجتمع البحثي يمتد على نطاق واسع، مما يجعل اختيار عينة ممثلة ضرورة أساسية لضمان إمكانية تعميم النتائج. سيتم تحديد العينة وفق معايير محددة تشمل العمر، المستوى التعليمي، النشاط على المنصة، والموقع الجغرافي، مع مراعاة التوازن بين الجنسين لضمان شمولية الدراسة.

01. دوافع اختيار المجتمع

اختيار هذه الفئة يعود إلى كونها الأكثر تأثرا بالتحويلات الرقمية في وسائل الإعلام، والأكثر تفاعلا مع المحتوى الإخباري عبر تيك توك، مما يجعلها الأكثر قدرة على تقديم بيانات دقيقة حول:

- أنماط استهلاك الأخبار الرقمية.
 - تأثير الخوارزميات في توجيه الاهتمامات الإخبارية.
 - مستوى الثقة بالمصادر التقليدية مقابل المنصات الرقمية.
 - التعرض لمخاطر التضليل الإعلامي والخلط بين الترفيه والمعلومة
- 8-3- عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية نظرا لطبيعة الموضوع المرتبط بالاستخدام الفعلي لمنصة تيك توك، حيث يقتصر مجال البحث على الأفراد الذين يمتلكون تجربة مباشرة في متابعة المحتوى الإخباري عبر المنصة.

وتتكون العينة من طلاب كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علو الاعلام والاتصال بجامعة مسيلة تتراوح أعمارهم بين 18 و35 سنة، باعتبار هذه الفئة العمرية الأكثر حضورا وتفاعلا في الفضاء الرقمي، والأكثر اعتمادا على تيك توك في الاطلاع على الأخبار والمستجدات اليومية، ويراعى في اختيار العينة التنوع من حيث الجنس، والمستوى التعليمي، والوضع المهني، بما يضمن تمثيلا أقرب للواقع الاجتماعي للشباب الجزائري.

معايير اختيار العينة

- اعتمدت الدراسة مجموعة من المعايير الأساسية لضبط العينة، تتمثل في:
- أن يكون المشارك مستخدما نشطا لتيك توك (بمعدل استخدام منتظم).
 - أن يكون قد اطلع على محتوى إخباري عبر المنصة خلال الأشهر الأخيرة.
 - الاستعداد للإجابة عن أسئلة الاستبيان أو المشاركة في المقابلة البحثية.
 - الانتماء إلى الفئة العمرية المحددة للدراسة.

كما روعي إشراك أفراد من خلفيات تعليمية مختلفة (طلبة جامعيون، عاملون)، بما يسمح برصد الفوارق المحتملة في أنماط استهلاك الأخبار.

حجم العينة

يقترح أن يتراوح حجم العينة بين 150 طالب وطالبة، وهو حجم كاف لإجراء تحليل وصفي واستخلاص مؤشرات عامة حول سلوك الشباب وطلاب جامعة مسيلة تجاه الأخبار الرقمية وبالأخص في منصة التيك توك،

مبررات اختيار العينة

يعود اختيار هذه العينة إلى كونها:

- الأكثر تعرضا للمحتوى الإخباري القصير.
- الأكثر تأثرا بالخوارزميات في توجيه الاهتمامات.
- الأكثر قابلية للتأثر بالأخبار المضللة والخط بين الترفيه والخبر.
- تمثل الشريحة الأساسية التي تشهد تحولا في الثقة بوسائل الإعلام التقليدية.

وعليه، تعد هذه العينة مناسبة لاختبار فرضيات الدراسة، وتحقيق أهدافها، وربط النتائج بالواقع الجزائري المعاصر

9-4- نوع الدراسة ومنهجها

أولا: نوع الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، التي تهدف إلى وصف الظواهر الاجتماعية والإعلامية كما هي قائمة في الواقع، ثم تحليلها وتفسير أبعادها المختلفة في ضوء المعطيات الميدانية والإطار النظري المعتمد. ويأتي اختيار هذا النوع من الدراسات منسجما مع

طبيعة الموضوع، الذي يسعى إلى الكشف عن أنماط استهلاك الأخبار لدى الشباب الجزائري، وفهم تأثير الخصائص التقنية للمنصات الرقمية في تشكيل السلوك الإخباري.

وتعد الدراسة كذلك من الدراسات الميدانية، لاعتمادها على جمع بيانات مباشرة من أفراد العينة، بما يسمح برصد التصورات والسلوكيات الفعلية للمستخدمين، وربطها بالسياق الاجتماعي والثقافي الجزائري، كما تحمل الدراسة بعدا استكشافيا في بعض جوانبها، نظرا لحداثة الظاهرة محل البحث، ومحدودية الأعمال الأكاديمية المحلية التي تناولت أثر المنصات القائمة على الفيديو القصير في استهلاك الأخبار.

وعليه، تجمع الدراسة بين الوصف الدقيق للظاهرة والتحليل التفسيري لمحدداتها ونتائجها، بما يتيح بناء تصور شامل حول التحولات الجارية في علاقة الشباب الجزائري بالخبر داخل البيئة الرقمية.

ثانيا: منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي بوصفه الأنسب لتحقيق أهدافها واختبار فرضياتها، حيث يسمح هذا المنهج بوصف خصائص المحتوى الإخباري وأنماط التلقي، ثم تحليل العلاقات القائمة بين المتغيرات المختلفة، مثل طبيعة المحتوى، ودوافع الاستخدام، ودور الخوارزميات، ومستوى الاعتماد على المنصة كمصدر للأخبار.

ويوظف هذا المنهج من خلال الجمع بين المعالجة الكمية والكيفية للبيانات، بما يحقق قدرا من التكامل المنهجي، فمن جهة تستخدم الأدوات الكمية لرصد اتجاهات المستخدمين وأنماط استهلاكهم للأخبار، ومن جهة أخرى تستثمر المقاربات الكيفية لفهم الدلالات العميقة لتجربة التلقي، وتفسير التصورات الذاتية المتعلقة بالمصادقية والتأثير.

كما يستند المنهج المعتمد إلى مقارنة تواصلية-اجتماعية تنظر إلى عملية استهلاك الأخبار باعتبارها ممارسة مركبة، تتداخل فيها العوامل التقنية مع المحددات الثقافية والسلوكية، وفي هذا الإطار، لا ينظر إلى المتلقي بوصفه عنصرا سلبيا، بل فاعلا يشارك في انتقاء المحتوى والتفاعل معه وإعادة إنتاجه داخل الفضاء الرقمي.

ويسهم هذا الاختيار المنهجي في تحقيق ما يأتي:

- وصف خصائص المحتوى الإخباري المتداول عبر منصة تيك توك.
- تحليل أنماط استهلاك الأخبار لدى مجتمع الدراسة.
- تفسير أثر الخوارزميات في توجيه الاهتمامات الإخبارية.
- تشخيص المخاطر المرتبطة بالتضليل الإعلامي والخلط بين الترفيه والخبر

9-5- أدوات جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة أداة بحثية لتحقيق التوازن بين المعالجة الكمية والكيفية، ويتيح فهما شاملا لظاهرة استهلاك الأخبار عبر منصة تيك توك لدى الشباب الجزائري، وقد تم اختيار هذه الأداة وفق طبيعة الإشكالية المطروحة، والفرضيات المراد اختبارها، والأهداف العلمية والتطبيقية للدراسة، ألا وهي:

الاستبيان:

يعد الاستبيان الأداة الأساسية لجمع البيانات الكمية، حيث استخدم لرصد اتجاهات الشباب الجزائري وأنماط استهلاكهم للأخبار عبر تيك توك. وقد صمم الاستبيان في ضوء الفرضيات والأهداف، واشتمل على محاور رئيسية، من بينها:

- الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (العمر، الجنس، المستوى التعليمي، الوضع المهني)
- وتيرة استخدام المنصة وأشكال التفاعل معها.

- دوافع متابعة المحتوى الإخباري عبر تيك توك.
 - درجة الاعتماد على المنصة كمصدر للأخبار مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.
 - تصورات المبحوثين حول مصداقية المحتوى الإخباري.
 - مدى التعرض للأخبار المضللة والخطأ بين الترفيه والخبر.
- وقد تم توظيف الاستبيان لقياس المتغيرات الأساسية للدراسة، واستخلاص مؤشرات عامة حول السلوك الإخباري للشباب وطلبة علوم الاعلام والاتصال.

الفصل الثاني:

الآطار المفاهيمي

لموضوع الدراسة

الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي لموضوع الدراسة

تمهيد.

المبحث الأول: الإعلام الرقمي وتحولات استهلاك الأخبار

المطلب الثاني: تحولات استهلاك الأخبار في العصر الرقمي

المبحث الثاني: منصة التيك توك

المطلب الأول: نهضة تطبيق TikTok وآليات عمله

المبحث الثالث: تيك توك وتغيير أنماط استهلاك المضامين الإخبارية

المطلب الأول: الخصائص الديموغرافية لمستخدمي تطبيق Tik

المطلب الثاني: دوافع استخدام تطبيق TikTok كمصدر للأخبار

المبحث الرابع: تأثير التيك توك في تغيير أنماط الاستهلاك الإخباري

المطلب الأول: التحول نحو الأخبار القصيرة والفورية في منصة TikTok

المطلب الثاني: إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية في ظل

المنصات الرقمية TikTok نموذجاً

خاتمة

تمهيد:

شهدت البيئة الإعلامية خلال السنوات الأخيرة تحولات عميقة نتيجة التطور المتسارع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وما صاحبها من انتشار واسع للمنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي التي غيرت من أساليب إنتاج الأخبار وتوزيعها واستهلاكها. وفي ظل هذا التحول، برزت منصة تيك توك كواحدة من أكثر التطبيقات انتشاراً وتأثيراً، خاصة لدى فئة الشباب، حيث أتاحت شكلاً جديداً من استهلاك المضامين الإعلامية يعتمد على الفيديوهات القصيرة والتفاعل الفوري والخوارزميات الذكية في اقتراح المحتوى. وقد انعكس ذلك على طبيعة العلاقة بين الجمهور والأخبار، وعلى أنماط التلقي والمتابعة الإخبارية التي أصبحت تتسم بالسرعة والاختصار والتفاعلية. ومن هذا المنطلق، يتناول هذا الفصل الإطار النظري المتعلق بالإعلام الرقمي وتحولات استهلاك الأخبار، كما يستعرض نشأة منصة تيك توك وخصائصها، ثم يناقش دورها في تغيير أنماط استهلاك المضامين الإخبارية وتأثيرها في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية.

المبحث الأول: الإعلام الرقمي وتحولات استهلاك الأخبار:

أدى التطور المتسارع في تكنولوجيات الإعلام والاتصال إلى ظهور بيئة إعلامية رقمية جديدة غيرت من أساليب إنتاج الأخبار ونشرها وتلقيها. وقد أسهم الإعلام الرقمي في توسيع فرص الوصول إلى المعلومات وتعزيز التفاعل بين الجمهور والمحتوى الإعلامي، مما انعكس بشكل واضح على أنماط استهلاك الأخبار. وعليه، يتناول هذا المبحث مفهوم الإعلام الرقمي وخصائصه، ثم يستعرض أبرز التحولات التي شهدتها استهلاك الأخبار في العصر الرقمي.

المطلب الأول: الإعلام الرقمي - المفهوم والخصائص:

يعد الإعلام الرقمي أحد أبرز مظاهر التحول التكنولوجي في المجال الإعلامي، حيث يعتمد على التقنيات الرقمية وشبكة الإنترنت في إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله. وقد ساهم هذا النمط الإعلامي في إحداث تغييرات جوهرية في عملية الاتصال من خلال السرعة والتفاعلية

وتعدد الوسائط. ومن ثم، يقتضي فهم تأثيره في استهلاك الأخبار التعرف أولاً إلى مفهومه وأهم الخصائص التي تميزه عن الإعلام التقليدي.

أولاً: مفهوم الإعلام الرقمي:

يعد الإعلام الرقمي من أبرز ملامح التحول الذي شهده ميدان الاتصال في العصر الحديث، نتيجة التطورات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، خاصة مع انتشار شبكة الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة. وقد أدى هذا التحول إلى ظهور نمط إعلامي جديد يختلف في بنيته ووظائفه عن الإعلام التقليدي.

وقد تعددت تعريفات الإعلام الرقمي بتعدد المقاربات التي تناولته، حيث يعرف بأنه منظومة إعلامية تعتمد على التقنيات الرقمية في إنتاج الرسائل الإعلامية ومعالجتها ونشرها عبر وسائط إلكترونية متعددة، بما يسمح بدمج النص والصوت والصورة والفيديو في بيئة اتصالية واحدة، ويبرز هذا التعريف الطابع التقني للإعلام الرقمي، القائم على الرقمنة وتكامل الوسائط. (المنتاج، 2022، ص. 4)

كما يعرف أيضاً بأنه نمط إعلامي يقوم أساساً على استخدام شبكة الإنترنت كوسيط رئيسي لنقل المعلومات، ويتميز بقدرته على تجاوز الحواجز الزمانية والمكانية، مما يجعله أكثر سرعة وانتشاراً مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية ويؤكد هذا التعريف على البعد الاتصالي والانتشاري. (مكاوي، 2010، ص. 35)

وفي سياق آخر، ينظر إلى الإعلام الرقمي باعتباره بيئة تفاعلية تتيح للمستخدم أن يكون مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد، حيث يشارك في إنتاج المحتوى الإعلامي وتعديله ونشره، وهو ما يمثل تحولاً جذرياً في طبيعة العملية الاتصالية، ويبرز هذا التعريف البعد التفاعلي الذي يعد من أهم مميزات الإعلام الرقمي. (عبد الحميد، 2007، ص. 112)

كما يعرف كذلك بأنه الإعلام الذي يوظف تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في خلق فضاء إعلامي مفتوح، يتيح للأفراد والمؤسسات على حد سواء المشاركة في إنتاج وتداول المعلومات، مما يؤدي إلى تنوع مصادرها وتعددتها ويبرز هذا التعريف البعد الاجتماعي والثقافي للإعلام الرقمي.

ومن خلال هذه التعريفات، يمكن القول إن الإعلام الرقمي يمثل منظومة متكاملة تجمع بين التكنولوجيا والتفاعل والمشاركة، وتؤسس لنموذج إعلامي جديد يقوم على الانفتاح والتعددية، ويعيد تشكيل العلاقة بين المرسل والمتلقي في إطار ديناميكي متغير.

ثانيا: خصائص الإعلام الرقمي:

يتميز الإعلام الرقمي بجملة من الخصائص التي جعلته يحدث تحولا نوعيا في بنية الاتصال ووظائفه، حيث لم يعد مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل أصبح فضاء تفاعليا مفتوحا يتيح إمكانيات غير مسبوقة في الإنتاج والتوزيع والتلقي. ومن أبرز هذه الخصائص:

1- التفاعلية:

تعد التفاعلية من أهم الخصائص الجوهرية للإعلام الرقمي، إذ تمثل النقطة الأساسية من الاتصال الأحادي الاتجاه إلى الاتصال التفاعلي متعدد الاتجاهات. ففي هذا النمط الإعلامي، لا يقتصر دور المتلقي على استقبال الرسالة، بل يمتد ليشمل التفاعل معها والمساهمة في إنتاجها.

وتتجلى التفاعلية في أشكال متعددة، منها التفاعل البسيط كالإعجاب والمشاركة، والتفاعل المتقدم كالنقاش المباشر والمساهمة في إنتاج المحتوى، كما هو الحال في المنصات الرقمية المختلفة. ويؤدي ذلك إلى تعزيز العلاقة بين المستخدم والوسيلة الإعلامية، حيث يصبح الاتصال أكثر حيوية وديناميكية. (عبد الحميد، 2007، ص. 113)

كما تتيح هذه الخاصية للمؤسسات الإعلامية إمكانية التعرف على توجهات الجمهور وقياس ردود أفعاله بشكل فوري، مما يساعدها على تحسين محتواها وتكييفه وفق اهتمامات المستخدمين، وبالتالي رفع كفاءة العملية الاتصالية.

2- اللاتزامنية:

تشير اللاتزامنية إلى عدم ارتباط العملية الاتصالية بزمان محدد، حيث يمكن للمستخدم الوصول إلى المحتوى الإعلامي في الوقت الذي يناسبه، دون التقيد بجدول بث معين. وتعد هذه الخاصية من أبرز مظاهر المرونة التي يتميز بها الإعلام الرقمي مقارنة بالإعلام التقليدي.

وتكمن أهمية اللاتزامنية في تمكين المستخدم من التحكم في زمن التلقي، إذ يمكنه تصفح المحتوى أو مشاهدته أو التفاعل معه في أي وقت ومن أي مكان، كما يمكنه العودة إليه مرات متعددة، مما يعزز من فرص الفهم والاستيعاب.

كما ترتبط هذه الخاصية بإمكانية تخزين وأرشفة المحتوى الإعلامي بشكل رقمي، وهو ما يسمح ببناء قواعد بيانات يمكن الرجوع إليها لاحقاً، مما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي واستمرارية الاستفادة من المعلومات.

3- التشاركية:

تعد التشاركية من الخصائص الأساسية التي يقوم عليها الإعلام الرقمي، حيث أتاحت هذه البيئة للأفراد إمكانية المشاركة الفعلية في إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره، بعد أن كان هذا الدور مقتصرًا على المؤسسات الإعلامية التقليدية.

وتظهر التشاركية من خلال ممارسات متعددة، مثل إنشاء المدونات، نشر المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي، التعليق على الأخبار، أو إنتاج مواد إعلامية متنوعة. وقد أدى

ذلك إلى ظهور مفهوم "صحافة المواطن"، الذي يعكس دور الفرد كفاعل أساسي في العملية الإعلامية.

كما تعزز التشاركية من قيم الديمقراطية الإعلامية، إذ تتيح للأفراد التعبير عن آرائهم والمساهمة في تشكيل الرأي العام، مما يؤدي إلى تعددية إعلامية أوسع، وفي المقابل تطرح هذه الخاصية تحديات تتعلق بمصداقية المعلومات وغياب الضبط المهني، مما يستدعي تعزيز الوعي النقدي لدى المستخدمين. (علم الدين، 2014، ص. 88)

ومن خلال ما سبق، يتضح أن خصائص الإعلام الرقمي لا تقتصر على الجوانب التقنية فحسب، بل تشمل أبعادا اتصالية واجتماعية وثقافية، ساهمت مجتمعة في إحداث تحول عميق في طبيعة الاتصال، وفي أدوار مختلف الفاعلين داخل العملية الإعلامية.

المطلب الثاني: تحولات استهلاك الأخبار في العصر الرقمي:

يشهد استهلاك الأخبار في العصر الرقمي تحولات عميقة نتيجة التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت، حيث لم يعد المتلقي يعتمد على الوسائل التقليدية فقط، بل أصبح فاعلا في اختيار مصادره الإخبارية والتفاعل معها. وقد أفرز هذا التحول أنماطا جديدة في تلقي الإعلامي، تستدعي الوقوف عند أبرز مظاهره وتفسيراته النظرية.

أ- الانتقال من القنوات التقليدية إلى المنصات الاجتماعية:

عرفت وسائل الإعلام التقليدية، مثل الصحافة المطبوعة والتلفزيون والإذاعة، تراجعاً نسبياً في معدلات الاعتماد عليها كمصادر أساسية للأخبار، مقابل صعود المنصات الرقمية، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي. فقد أصبح الأفراد يلجؤون إلى هذه المنصات للحصول على الأخبار بشكل سريع وفوري، مع إمكانية التفاعل والتعليق والمشاركة. (عبد الحميد، 2004، ص. 112)

ويعود هذا التحول إلى عدة عوامل، منها سهولة الوصول إلى المحتوى، وتعدد مصادر الأخبار، وتخصيص المحتوى وفق اهتمامات المستخدم. كما أن المنصات الاجتماعية أتاحت للمستخدم دوراً مزدوجاً، حيث لم يعد مجرد متلقٍ سلبي، بل أصبح منتجاً وناشراً للمعلومة، وهو ما يعرف بـ"صحافة المواطن". (مكاوي والسيد، 2010، ص. 189)

ومن جهة أخرى، ساهمت الخوارزميات الرقمية في توجيه المحتوى الإخباري، حيث يتم عرض الأخبار بناءً على سلوك المستخدم واهتماماته، مما أدى إلى ظهور ما يعرف بـ"فقاعات التصنيفية"، التي قد تحدّ من تنوع الآراء والمضامين المعروضة. (الضبع، 2015، ص. 77)

ب- النظريات المفسرة لتحولات استهلاك الأخبار:

لفهم هذه التحولات في سلوك الجمهور، اعتمد الباحثون على مجموعة من النظريات الإعلامية، من أبرزها:

1- نظرية الاستخدامات والإشباع:

تركز هذه النظرية على دور الجمهور النشط في اختيار الوسيلة الإعلامية التي تلبي حاجاته ورغباته. وفي السياق الرقمي، يتجه المستخدم إلى المنصات التي توفر له السرعة، والتفاعلية، والتنوع، بما يحقق إشباعاته المعرفية والترفيهية والاجتماعية.

2- نظرية بوابة الأخبار (حارس البوابة):

تشير هذه النظرية إلى أن هناك جهات تتحكم في تدفق الأخبار وانتقائها. وفي البيئة الرقمية، لم يعد الصحفي وحده من يقوم بدور "حارس البوابة"، بل أصبحت الخوارزميات الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي تقوم بهذا الدور، مما أثر في طبيعة الأخبار المتداولة وأولوياتها. (حسين، 2006، ص. 134)

3- نظرية دوامة الصمت:

تفترض هذه النظرية أن الأفراد يميلون إلى عدم التعبير عن آرائهم إذا شعروا أنها مخالفة للرأي السائد. وفي الفضاء الرقمي، قد تعزز المنصات الاجتماعية هذا السلوك من خلال تضخيم بعض الآراء وإخفاء أخرى، مما يؤدي إلى هيمنة اتجاهات معينة وتراجع التنوع في التعبير. (مكاوي، 2009، ص. 156)

المبحث الثاني: منصة التيك توك

أدى التطور المتسارع لمنصات التواصل الاجتماعي إلى ظهور تطبيقات رقمية جديدة غيرت أساليب إنتاج المحتوى الإعلامي واستهلاكه، ويعد تطبيق تيك توك من أبرز هذه المنصات التي حققت انتشارا واسعا على المستوى العالمي، وقد تجاوز دوره الجانب الترفيهي ليصبح فضاء لتبادل المعلومات والأخبار والتفاعل معها، مما جعله محط اهتمام الباحثين في مجال الإعلام والاتصال، وعليه يتناول هذا المبحث نشأة المنصة وخصائصها ودورها في تقديم المحتوى الإخباري

المطلب الأول: نشأة تطبيق تيك توك وآليات عمله:

يعتبر تيك توك من أكثر تطبيقات التواصل الاجتماعي نموا وانتشارا في السنوات الأخيرة، حيث استطاع استقطاب ملايين المستخدمين بفضل خصائصه التقنية المبتكرة وآليات عمله القائمة على الفيديوهات القصيرة والتوصيات الخوارزمية. وقد أسهم هذا التطور في تحويله إلى منصة مؤثرة في تشكيل اهتمامات المستخدمين وتوجيه استهلاكهم للمحتوى الرقمي. لذلك سيتم في هذا المطلب التعرف على نشأة التطبيق ومراحل تطوره وآليات عمله الأساسية.

أولاً: نشأة تطبيق تيك توك وتطوره:

يعد تطبيق تيك توك (من أبرز الظواهر الرقمية الحديثة التي أعادت تشكيل طبيعة الإعلام الجديد وأنماط الاستهلاك الإعلامي لدى الجمهور، خاصة فئة الشباب. وقد ظهر هذا التطبيق في سياق التحول العالمي نحو المنصات الرقمية القائمة على المحتوى السريع والتفاعلي، حيث لم يعد المستخدم يكتفي بالاستهلاك السلبي للمحتوى، بل أصبح جزءا من إنتاجه وتداوله.

تعود الجذور الأولى للتطبيق إلى سنة 2016، عندما أطلقت شركة ByteDance الصينية تطبيقا محليا داخل السوق الصيني تحت اسم Douyin، وهو تطبيق موجه خصيصا

للمستخدمين داخل الصين، ويقوم على نفس فكرة الفيديوهات القصيرة المصحوبة بالمؤثرات الموسيقية والبصرية وبعد النجاح الكبير الذي حققه داخل السوق المحلي، اتجهت الشركة إلى إطلاق نسخة عالمية منه سنة 2018 تحت اسم تيك توك، وذلك بهدف التوسع خارج الصين والوصول إلى الأسواق الدولية. (مكاوي والسيد، 2019، ص ص. 112-116)

وقد شكلت نقطة التحول الأساسية في مسار التطبيق سنة 2018، عندما قامت ByteDance بالاستحواذ على تطبيق **Musical.ly** ودمجه مع تيك توك، وهو تطبيق كان يحظى بشعبية واسعة بين المراهقين في الولايات المتحدة وأوروبا، مما ساهم في تسريع انتشار المنصة بشكل عالمي كبير خلال فترة قصيرة.

ويلاحظ أن هذا الانتشار السريع لم يكن وليد الصدفة، بل جاء نتيجة عدة عوامل متداخلة، من أهمها التحول في عادات الاستهلاك الإعلامي، حيث أصبح المستخدم يميل إلى المحتوى القصير، السريع، والمباشر، إضافة إلى الانتشار الواسع للهواتف الذكية وسهولة الوصول إلى الإنترنت. كما أن طبيعة الجيل الرقمي الجديد، الذي يفضل المحتوى البصري على النصي، ساهمت بشكل كبير في تعزيز مكانة التطبيق. (العساف، 2020، ص ص. 78-83)

ومن جهة أخرى، فإن التيك توك لم يعتمد فقط على فكرة النشر التقليدي للمحتوى، بل قدم نموذجاً جديداً في الإعلام الرقمي يقوم على الذكاء الاصطناعي والخوارزميات التنبؤية، حيث لم يعد المحتوى يعرض بناء على عدد المتابعين فقط، بل بناء على مدى ملاءمته لاهتمامات المستخدم، وهو ما جعل المنصة أكثر جاذبية وانتشاراً مقارنة بالتطبيقات المنافسة.

ثانياً: آليات عمل تطبيق تيك توك:

يعتمد تطبيق تيك توك على منظومة تقنية متقدمة تقوم أساساً على تحليل البيانات الضخمة (Big Data) والذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)، حيث يتم جمع

كم هائل من المعلومات حول سلوك المستخدم داخل التطبيق، بهدف بناء نموذج دقيق لاهتماماته وتفضيلاته، ومن ثم تقديم محتوى مخصص له بشكل مستمر.

ويعد هذا النموذج من أكثر النماذج تطوراً في مجال الإعلام الرقمي، لأنه لا يعتمد فقط على ما يختاره المستخدم بشكل مباشر، بل يعتمد أيضاً على تحليل سلوكه الضمني، مثل مدة المشاهدة، وسرعة التمرير، والتفاعل مع المحتوى، وحتى الفيديوهات التي يتم تجاهلها.

1 - صفحة "For You" كنواة للنظام الخوارزمي:

تعتبر صفحة (For You) العنصر الأساسي في تجربة المستخدم داخل تيك توك، حيث يتم فيها عرض محتوى يتم اختياره بشكل تلقائي بواسطة الخوارزميات، دون أن يكون شرطاً أن يكون المستخدم قد تابع صانع المحتوى. هذا النموذج يمثل تحولاً جذرياً مقارنة بمنصات التواصل التقليدية التي تعتمد على العلاقات الاجتماعية المباشرة. (عبد العزيز، 2021، ص 133-137)

وتقوم هذه الصفحة على مبدأ أساسي يتمثل في "تخصيص المحتوى بدلاً من البحث عنه"، أي أن التطبيق هو من يقترح على المستخدم ما يشاهده، وليس المستخدم من يبحث عن المحتوى بنفسه، وهو ما يعزز من زمن البقاء داخل المنصة.

2 - تحليل سلوك المستخدم:

تعتمد خوارزميات تيك توك على مجموعة واسعة من المؤشرات السلوكية، من أهمها:

- مدة مشاهدة الفيديو (Watch Time).

- نسبة إكمال الفيديو.

- التفاعل (إعجاب، تعليق، مشاركة).

- إعادة مشاهدة الفيديو أكثر من مرة.

- سرعة التمرير بين المقاطع.

- نوع المحتوى الذي يتم التوقف عنده.

وتستخدم هذه البيانات لبناء ما يعرف بـ "الملف السلوكي الرقمي" لكل مستخدم، والذي يتم تحديثه بشكل لحظي ومستمر. (النجار، 2022، ص ص. 140-145)

3- آلية التخصيص الفوري للمحتوى:

من أبرز خصائص تيك توك أنه يعتمد على نظام **التخصيص الفوري (Real-Time Personalization)**، حيث يتم تعديل المحتوى المعروض للمستخدم بشكل لحظي بناءً على تفاعلاته الأخيرة. فعلى سبيل المثال، مشاهدة عدة فيديوهات حول موضوع معين تؤدي مباشرة إلى زيادة ظهور محتوى مشابه خلال وقت قصير جداً.

وقد أدى هذا النموذج إلى ظهور ما يعرف في الدراسات الإعلامية بـ **فقاعة المحتوى (Filter Bubble)**، حيث يتم حصر المستخدم داخل دائرة من المحتوى المتشابه، مما يعزز من التفاعل لكنه قد يحد من تنوع المعلومات المعروضة.

4- آلية اختبار وانتشار المحتوى:

يعتمد تيك توك كذلك على نظام ذكي في نشر الفيديوهات، حيث لا يتم عرض المحتوى لجميع المستخدمين دفعة واحدة، بل يتم أولاً اختباره على عينة صغيرة من الجمهور. فإذا حقق الفيديو نسب مشاهدة وتفاعل مرتفعة، يتم توسيع نطاق انتشاره تدريجياً ليصل إلى جمهور أوسع.

هذا النموذج يعرف بـ **"التوزيع التدريجي للمحتوى"**، وهو ما يمنح فرصة كبيرة حتى للحسابات الجديدة لتحقيق الانتشار (Viral Content)، دون الحاجة إلى عدد كبير من المتابعين. (عبد الحميد، 2018، ص ص. 101-104)

5- عوامل ترتيب المحتوى داخل المنصة:

تعتمد خوارزمية تيك توك على مجموعة من العوامل الأساسية في ترتيب المحتوى، من أهمها:

- زمن المشاهدة الكامل للفيديو.

- معدل التفاعل العام.

- استخدام الموسيقى والوسوم (Hashtags).

- إعدادات اللغة والموقع الجغرافي.

- نوع الجهاز المستخدم.

وتعمل هذه العوامل بشكل تكاملي لإنتاج تجربة استخدام مخصصة لكل فرد، وهو ما يجعل كل مستخدم يرى محتوى مختلفا حتى لو كان في نفس اللحظة الزمنية.

يتضح من خلال ما سبق أن تطبيق تيك توك لا يمثل مجرد منصة رقمية لمشاركة الفيديوهات القصيرة، بل يعد نموذجا متقدما في مجال الإعلام الرقمي القائم على الخوارزميات الذكية. فقد ساهم في إعادة تشكيل العلاقة بين المستخدم والمحتوى الإعلامي، من خلال الانتقال من منطق "البحث عن المحتوى" إلى منطق "تقديم المحتوى المخصص"، وهو ما يعكس تحولا عميقا في بنية الإعلام الحديث وأنماط التفاعل الرقمي.

المطلب الثاني: خصائص المحتوى الإخباري على منصة تيك توك:

شهد المجال الإعلامي خلال السنوات الأخيرة تحولات عميقة بفعل صعود منصات التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها تطبيق تيك توك الذي لم يعد مجرد منصة ترفيهية، بل أصبح فضاء إعلاميا جديدا لإنتاج وتداول الأخبار. وقد أدى هذا التحول إلى ظهور نمط جديد من "المحتوى الإخباري الرقمي" الذي يتميز بخصائص مختلفة عن الصحافة التقليدية، سواء من

حيث الشكل أو أساليب السرد أو طبيعة الفاعلين الإعلاميين. وفي هذا السياق، يمكن تحديد أهم خصائص المحتوى الإخباري على تيك توك في ثلاثة محاور أساسية: الأخبار المختصرة، السرد القصير المرئي، ودور المؤثرين وصناع المحتوى.

أولاً: الأخبار المختصرة:

تعد **المعالجة المختصرة للأخبار** من أبرز السمات التي تميز المحتوى الإخباري على تيك توك، حيث يتم تقديم الحدث الإخباري في شكل مكثف للغاية، يعتمد على اختزال المعلومات الأساسية فقط دون تفاصيل موسعة. ويرتبط هذا الأسلوب بطبيعة المنصة القائمة على الفيديوهات القصيرة، والتي تفرض على صانع المحتوى الالتزام بزمان محدود يتراوح غالباً بين 15 ثانية إلى 3 دقائق.

ويؤدي هذا النمط إلى إعادة صياغة الخبر الصحفي التقليدي بطريقة مبسطة، تركز على "ماذا حدث؟" أكثر من "كيف ولماذا حدث؟"، وهو ما يجعل الأخبار أكثر سرعة في التداول، لكنها في المقابل أقل عمقا من حيث التحليل. كما أن هذا الاختصار يخدم طبيعة الجمهور الرقمي الذي يميل إلى الاستهلاك السريع للمعلومة دون الحاجة إلى قراءة مطولة أو متابعة تحليلية معمقة. (مكاوي والسيد، 2019، ص ص. 145-148)

وتشير الدراسات إلى أن منصات مثل تيك توك أصبحت تفرض منطق "الخبر السريع" أو "الخبر الفوري"، حيث يتم تقديم المعلومة في شكل مقاطع قصيرة تتناسب مع سرعة التصفح وسلوك المستخدم داخل التطبيق. (عبد الحميد، 2018، ص ص. 102-105)

ثانياً: السرد القصير والمرئي:

يتميز المحتوى الإخباري على تيك توك بكونه قائماً على **السرد القصير المرئي (Short Visual Storytelling)**، أي تقديم الخبر في شكل قصة مرئية مكثفة تجمع بين الصورة، الصوت، النصوص المختصرة، والمؤثرات البصرية.

ويختلف هذا النمط عن السرد الصحفي التقليدي الذي يعتمد على الكتابة والتحليل، حيث أصبح الخبر يروى بطريقة بصرية تعتمد على المشاهد المتتابعة، مما يعزز من قدرة التأثير والإقناع لدى الجمهور. كما أن هذا الشكل السردى يجعل الخبر أكثر جاذبية وتفاعلا، خاصة لدى فئة الشباب التي تفضل المحتوى البصري على النصي. (عبد العزيز، 2021، ص ص. 153-150)

وقد أكدت بعض الدراسات الإعلامية أن استخدام تقنيات السرد الرقمي على تيك توك ساهم في رفع مستوى التفاعل مع المحتوى، نظرا لاعتماد المنصة على الدمج بين الصورة والحركة والموسيقى، مما يجعل الخبر أقرب إلى "قصة مرئية" منه إلى نص إخباري تقليدي.

كما أن طبيعة التصميم داخل التطبيق (التمرير العمودي السريع) تدفع صناع المحتوى إلى تقديم رسائل إعلامية مركزة جدا، بحيث يتم إيصال الفكرة في ثوانٍ معدودة، وهو ما يعزز ثقافة "الاستهلاك السريع للمعلومة".

ثالثا: دور المؤثرين وصناع المحتوى:

أحد أهم التحولات التي ميزت المحتوى الإخباري على تيك توك هو بروز المؤثرين وصناع المحتوى (Content Creators) كفاعلين إعلاميين جدد، حيث لم يعد إنتاج الأخبار حكرا على المؤسسات الإعلامية التقليدية فقط، بل أصبح الأفراد يمتلكون القدرة على نقل وتفسير الأحداث.

ويقوم هؤلاء المؤثرون بدور الوسيط بين الحدث والجمهور، من خلال تبسيط الأخبار، وإعادة صياغتها بأسلوب شخصي وسريع، مما يجعلهم أكثر قربا من المتلقي مقارنة بالإعلام الرسمي. وقد ساهم هذا التحول في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والخبر، حيث أصبح التفاعل مع المؤثرين جزءا أساسيا من عملية استهلاك الأخبار. (سلمي والأخضر، 2021، ص ص. 67-70)

كما أن المؤثرين يعتمدون على أسلوب "الشرح المبسط" و "التعليق الشخصي" على الأحداث الجارية، وهو ما يمنح المحتوى طابعا إنسانيا وتفاعليا. وتشير بعض الدراسات إلى أن هؤلاء الفاعلين أصبحوا يشكلون قناة مهمة لنقل الأخبار إلى فئة الشباب، الذين يفضلون المحتوى السريع وغير الرسمي

إضافة إلى ذلك، أصبح التعاون بين المؤسسات الإعلامية والمؤثرين توجها متزايدا، بهدف الوصول إلى جمهور أوسع، خاصة في الفئات العمرية الشابة التي تميل إلى متابعة المحتوى عبر المنصات الرقمية أكثر من الوسائل التقليدية

المبحث الثالث: تيك توك وتغيير أنماط استهلاك المضامين الإخبارية:

أدى الانتشار الواسع لمنصة تيك توك إلى إحداث تغيرات ملحوظة في أساليب تلقي الأخبار واستهلاكها، خاصة لدى فئة الشباب التي تعد الأكثر استخداماً للتطبيق، وقد ساهمت الخصائص التقنية للمنصة، كالفديوهات القصيرة والخوارزميات المخصصة، في تعزيز أنماط جديدة من المتابعة الإخبارية تتسم بالسرعة والتفاعل، ومن هذا يتناول هذا المبحث الخصائص الديموغرافية لمستخدمي تيك توك، ودوافع اعتمادهم عليه كمصدر للأخبار، لفهم دوره في تغيير أنماط استهلاك المضامين الإخبارية.

المطلب الأول: الخصائص الديموغرافية لمستخدمي تطبيق تيك توك:

أصبح تطبيق تيك توك خلال السنوات الأخيرة من أهم المنصات الرقمية التي تستقطب شرائح واسعة ومتنوعة من المستخدمين عبر العالم، وهو ما جعله موضوعاً مهماً في دراسات الإعلام الرقمي. وتكمن أهمية التحليل الديموغرافي لمستخدميه في فهم طبيعة الجمهور الذي يتفاعل مع المحتوى، إذ إن معرفة الفئات العمرية، والجنس، والمجالات الاجتماعية للمستخدمين تساعد على تفسير أنماط الاستخدام، وتوجهات إنتاج المحتوى، وكذا طبيعة التأثير الإعلامي الذي تمارسه المنصة.

وتشير الدراسات الحديثة إلى أن قاعدة مستخدمي تيك توك تتميز بكونها شابة في الأساس، مع توسع تدريجي نحو فئات عمرية أكبر، إضافة إلى توازن نسبي بين الجنسين، وتنوع جغرافي وثقافي واضح يعكس الطابع العالمي للتطبيق. (العساف، 2020، ص ص. 88-92)

أولاً: الفئة العمرية لمستخدمي تيك توك:

تعد الفئة العمرية من أبرز الخصائص الديموغرافية التي تميز مستخدمي تيك توك، حيث يلاحظ أن التطبيق نشأ أساساً كمنصة موجهة للشباب والمراهقين، قبل أن يتحول تدريجياً إلى منصة أكثر شمولاً.

تشير البيانات الحديثة إلى أن الفئة العمرية بين 18 و 34 سنة تمثل النسبة الأكبر من مستخدمي التطبيق عالمياً، حيث تستحوذ على أكثر من نصف المستخدمين تقريباً، مع هيمنة واضحة للفئة ما بين 25 و 34 سنة كما تمثل فئة 18 إلى 24 سنة شريحة أساسية أيضاً، ما يعكس الطابع الشبابي للتطبيق. (عبد العزيز، 2021، ص ص. 152-155)

وفي المقابل، ورغم الطابع الشبابي الغالب، فإن التطبيق يشهد توسعاً تدريجياً في الفئات العمرية الأكبر (35 سنة فما فوق)، وهو ما يدل على انتقال تيك توك من منصة "جيل الشباب" إلى منصة جماهيرية متعددة الأعمار، خاصة مع تطور المحتوى وتنوعه ليشمل مجالات التعليم، الأخبار، والاقتصاد الرقمي.

ثانياً: التوزيع حسب الجنس:

من حيث التوزيع الجندي، تظهر الدراسات أن استخدام تيك توك يتميز بنوع من التوازن النسبي بين الذكور والإناث، مع اختلافات طفيفة حسب المناطق الجغرافية. فبعض الدراسات تشير إلى تفوق طفيف للذكور بنسبة تقارب 54% مقابل حوالي 46% من الإناث، بينما تشير دراسات أخرى إلى تقارب أكبر بين النسبتين مع ميل بسيط لصالح الإناث في بعض الأسواق. (مكاوي والسيد، 2019، ص ص. 118-121)

ويفسر هذا التوازن النسبي بكون المحتوى على تيك توك متنوعاً للغاية، إذ لا يقتصر على نوع واحد من الاهتمامات، بل يشمل مجالات الترفيه، الموضة، التعليم، الأخبار، والتكنولوجيا، مما يجعله جذاباً لكلا الجنسين دون تمييز واضح.

ثالثا: الخصائص الاجتماعية والجغرافية للمستخدمين:

إلى جانب العمر والجنس، تتميز قاعدة مستخدمي تيك توك بتنوع اجتماعي وجغرافي كبير، حيث ينتشر التطبيق في مختلف دول العالم، مع حضور قوي في آسيا، أوروبا، وأمريكا.

كما تشير الدراسات إلى أن نسبة كبيرة من المستخدمين ينتمون إلى المناطق الحضرية مقارنة بالمناطق الريفية، وهو ما يرتبط بارتفاع مستوى الولوج إلى الإنترنت واستخدام الهواتف الذكية في المدن. (العبد اللطيف، 2021، ص ص. 70-73)

ومن الناحية الاجتماعية، يغلب على مستخدمي تيك توك الطابع الرقمي الحديث، حيث ينتمي جزء كبير منهم إلى فئة "الجيل الرقمي" الذي نشأ في بيئة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يفسر سرعة التفاعل مع المحتوى القصير والبصري داخل المنصة. (عبد العزيز، 2021، ص ص. 158-160)

رابعا: دلالات الخصائص الديموغرافية:

إن الخصائص الديموغرافية لمستخدمي تيك توك تعكس عدة دلالات مهمة في المجال الإعلامي، أبرزها:

- أن المنصة تعتمد أساسا على جمهور شاب عالي التفاعل .
- أن المحتوى يجب أن يكون سريعا وبصريا ليتناسب مع طبيعة المستخدمين .
- أن التوسع في الفئات العمرية يعكس تحول تيك توك إلى منصة إعلامية شاملة .
- أن التوازن الجندري يعزز من تنوع المحتوى وعدم احتكاره لفئة معينة .

وبالتالي، فإن هذه الخصائص تفسر بشكل مباشر طبيعة المحتوى الإخباري والترفيهي داخل المنصة، وتساعد على فهم أسباب الانتشار الواسع الذي حققه التطبيق عالميا.

المطلب الثاني: دوافع استخدام تطبيق تيك توك كمصدر للأخبار:

أصبح تطبيق تيك توك في السنوات الأخيرة ليس فقط منصة للترفيه، بل أيضا مصدرا متزايد الأهمية للحصول على الأخبار ومتابعة الأحداث الجارية، خاصة لدى فئة الشباب. ويعود هذا التحول إلى تغيّر عادات الاستهلاك الإعلامي، حيث لم تعد الوسائل التقليدية (التلفزيون، الصحف، المواقع الإخبارية) تحتل المكانة نفسها لدى المستخدمين، مقابل صعود منصات الفيديو القصير التي تقدم المحتوى بسرعة وبأسلوب جذاب.

وفي هذا السياق، تتعدد دوافع استخدام تيك توك كمصدر للأخبار بين دوافع معرفية، نفسية، اجتماعية وتقنية، وهو ما يفسر التحول التدريجي للمنصة إلى فضاء إخباري بديل أو مكمل لوسائل الإعلام التقليدية. (العساف، 2020، ص ص. 95-98)

أولاً: دوافع تتعلق بسرعة الوصول إلى الخبر:

تعد السرعة في الحصول على المعلومات من أهم الدوافع التي تجعل المستخدمين يعتمدون على تيك توك كمصدر للأخبار، حيث يوفر التطبيق الأخبار في شكل مقاطع قصيرة يتم تداولها بشكل فوري تقريبا.

فالمستخدم لا يحتاج إلى البحث أو قراءة نصوص طويلة، بل تصله المعلومة بشكل مباشر عبر صفحة **For You**، مما يجعل الوصول إلى الخبر أسرع مقارنة بالمواقع الإخبارية التقليدية التي تتطلب وقتا وجهدا أكبر

كما أن طبيعة المنصة القائمة على التمرير السريع (Scrolling) تجعل المستخدم يتعرض بشكل مستمر لأخبار متنوعة في وقت قصير، وهو ما يعزز الإحساس بـ "التحديث اللحظي" للأحداث الجارية. (عبد الحميد، 2018، ص ص. 120-123)

ثانيا: الدوافع المرتبطة بسهولة الفهم والتبسيط:

من أهم أسباب استخدام تيك توك كمصدر للأخبار هو تبسيط المحتوى الإخباري، حيث يتم تقديم الأحداث بلغة بسيطة، مدعومة بالصور والفيديوهات، مما يسهل فهمها حتى لدى غير المتخصصين.

ويعد هذا العامل مهما خصوصا لدى الفئات الشابة التي تفضل المحتوى السريع وغير المعقد، حيث يتم تحويل الخبر إلى "قصة مرئية" قصيرة تحتوي على أهم عناصر الحدث دون الدخول في التفاصيل التحليلية المعقدة.

كما أن استخدام المؤثرات البصرية والصوتية يساعد على تعزيز الفهم والإدراك، مما يجعل الخبر أكثر وضوحا وسهولة في الاستيعاب مقارنة بالنصوص الإخبارية التقليدية. (مكاوي والسيد، 2019، ص ص. 125-128)

ثالثا: الدوافع النفسية (التفاعل والإثارة):

تعتبر العوامل النفسية من أبرز الدوافع التي تدفع المستخدمين إلى الاعتماد على تيك توك كمصدر للأخبار، حيث يوفر التطبيق تجربة تفاعلية تعتمد على الفيديو القصير، الذي يجمع بين الصورة والحركة والصوت، مما يزيد من عنصر الإثارة والانتباه.

كما أن خاصية التفاعل (الإعجاب، التعليق، المشاركة) تجعل المستخدم جزءا من الحدث الإخباري، وليس مجرد متلقٍ سلبي، وهو ما يعزز الشعور بالمشاركة والانخراط في النقاش العام. (العبد اللطيف، 2021، ص ص. 75-78)

إضافة إلى ذلك، فإن خوارزميات التطبيق التي تعرض محتوى مطابقا لاهتمامات المستخدم تخلق نوعا من "الارتباط النفسي" بالمحتوى الإخباري، مما يزيد من احتمالية العودة إليه بشكل مستمر. (عبد العزيز، 2021، ص ص. 170-172)

رابعاً: دور المؤثرين في تعزيز الثقة بالمحتوى:

من الدوافع المهمة أيضاً اعتماد المستخدمين على المؤثرين وصناع المحتوى كمصدر للأخبار، حيث يقوم هؤلاء بدور الوسيط بين الحدث والجمهور. ويتميز هذا النوع من المصادر الإعلامية بطابع غير رسمي وقريب من المستخدم، مما يجعل الأخبار أكثر قابلية للقبول، خاصة لدى الفئات الشابة التي تميل إلى المحتوى البسيط والمباشر أكثر من الخطاب الإعلامي التقليدي. كما أن المؤثرين غالباً ما يقدمون شرحاً مبسطاً للأحداث، أو تعليقات شخصية عليها، مما يمنح الخبر بعداً تفسيريًا يساعد المستخدم على فهم السياق العام للأحداث.

خامساً: الدوافع التقنية المرتبطة بالخوارزميات:

تلعب الخوارزميات الذكية دوراً محورياً في دفع المستخدمين نحو استخدام تيك توك كمصدر للأخبار، حيث تعتمد المنصة على تحليل سلوك المستخدم وتقديم محتوى إخباري يتوافق مع اهتماماته، هذا التخصيص الدقيق للمحتوى يجعل المستخدم يشعر بأن الأخبار التي تظهر له "مناسبة له شخصياً"، مما يزيد من اعتماده على المنصة كمصدر رئيسي للمعلومات. (النجار، 2022، ص ص. 175-178)

كما أن خاصية الانتشار السريع للمحتوى (Viral Content) تجعل الأخبار تنتشر بسرعة كبيرة، مما يعزز من حضورها داخل التطبيق ويزيد من فرص مشاهدتها من طرف عدد أكبر من المستخدمين.

يتضح مما سبق أن دوافع استخدام تيك توك كمصدر للأخبار متعددة ومتشابكة، تجمع بين السرعة في الوصول إلى المعلومة، وسهولة الفهم، والعوامل النفسية التفاعلية، إضافة إلى تأثير المؤثرين والخوارزميات الذكية. وقد أدى هذا التداخل إلى جعل المنصة ليست مجرد وسيلة ترفيهية، بل فضاء إعلامياً جديداً يعيد تشكيل علاقة المستخدم بالخبر وطرق استهلاكه للمعلوم.

المبحث الرابع: تأثير التيك توك في تغيير أنماط الاستهلاك الاخباري:

المطلب الأول: التحول نحو الأخبار القصيرة والفورية في منصة تيك توك :

يشهد المجال الإعلامي المعاصر تحولاً عميقاً في طبيعة إنتاج واستهلاك الأخبار، حيث انتقل الجمهور تدريجياً من متابعة الأخبار الطويلة والتحليلية عبر الوسائل التقليدية إلى نمط جديد قائم على الأخبار القصيرة والفورية. ويعد تطبيق تيك توك من أبرز المنصات التي جسدت هذا التحول، من خلال فرضه لمنطق "المعلومة السريعة" التي تقدم في ثوانٍ معدودة وبأسلوب بصري مكثف.

ويرتبط هذا التحول بتغيرات أوسع في البيئة الرقمية، أبرزها تسارع إيقاع الحياة، وتزايد الاعتماد على الهاتف الذكي كمصدر رئيسي للمعلومات، إضافة إلى تطور خوارزميات التوصية التي تعيد تشكيل العلاقة بين المستخدم والمحتوى الإخباري. (الحمود، 2021، ص 88-92)

أولاً: طبيعة الأخبار القصيرة في البيئة الرقمية:

يقصد بـ الأخبار القصيرة تلك الصياغة الإخبارية المكثفة التي تختزل الحدث في عناصره الأساسية دون الدخول في التفاصيل التحليلية أو السياقية الموسعة. وقد فرضت المنصات الرقمية، وعلى رأسها تيك توك، هذا النمط الجديد من التغطية الإعلامية، حيث أصبح الخبر يقدم في شكل مقطع قصير مدته لا تتجاوز عادة 60 إلى 180 ثانية.

ويقوم هذا النمط على مبدأ "التكثيف الإعلامي"، أي نقل أكبر قدر من المعلومات في أقل وقت ممكن، بما يتناسب مع طبيعة التصفح السريع للمستخدمين كما يتم الاعتماد على عناصر بصرية وصوتية قوية لتعويض غياب السرد النصي الطويل، مما يجعل الخبر أكثر مباشرة وسهولة في الاستيعاب. (بسيوني، 2019، ص ص 101-104)

ثانيا: الفورية كخاصية أساسية في استهلاك الأخبار:

أدى التطور التكنولوجي إلى بروز مفهوم الفورية الإعلامية (Real-Time News) ، حيث أصبحت الأخبار تنتشر وتستهلك في اللحظة نفسها التي تحدث فيها الأحداث. ويعد تيك توك مثالا واضحا على هذا التحول، إذ تسمح بنيته التقنية بنشر الفيديوهات الإخبارية بشكل لحظي وانتشارها السريع عبر خاصية التوصية الخوارزمية.

وتكمن أهمية الفورية في أنها تلبي حاجة الجمهور إلى "المعلومة الآن"، دون انتظار النشرات الإخبارية التقليدية أو المقالات المطولة. كما أن خاصية البث المباشر والمقاطع السريعة تعزز من حضور الحدث في لحظته، مما يخلق إحساسا دائما بالتحديث المستمر. (الحربي، 2020، ص ص. 115-118)

ثالثا: دور الخوارزميات في تعزيز الأخبار القصيرة والفورية:

تلعب الخوارزميات دورا محوريا في تكريس نمط الأخبار القصيرة والفورية، حيث تقوم منصات مثل تيك توك بتفضيل المحتوى السريع الذي يحقق نسب مشاهدة وتفاعل عالية في وقت قصير.

فالمحتوى القصير يحظى بفرص انتشار أكبر داخل النظام الخوارزمي، لأنه يتناسب مع سلوك المستخدم القائم على التمرير السريع وعدم التوقف الطويل، مما يدفع صناع المحتوى إلى تقليص الأخبار وتكثيفها بشكل أكبر.

وبذلك، لا يعود شكل الخبر خيارا صحفيا فقط، بل يصبح نتيجة مباشرة لمنطق تقني تحكمه الخوارزميات.

رابعاً: تأثير ثقافة الاستهلاك السريع على طبيعة الخبر:

ساهم انتشار الهواتف الذكية وثقافة التصفح السريع في ترسيخ ما يمكن تسميته بـ **ثقافة الاستهلاك الفوري للمعلومات**، حيث لم يعد المستخدم يبحث عن التحليل العميق بقدر ما يبحث عن المعلومة السريعة والمباشرة.

وقد انعكس ذلك على طبيعة الأخبار على تيك توك، إذ أصبح التركيز منصبا على "العنوان الإخباري المصور" أكثر من التفاصيل، مما أدى إلى تقليص البعد التفسيري للخبر لصالح البعد الإخباري السريع. (حمزة، 2021، ص ص. 140-143)

كما أن هذا التحول أفرز تحديات تتعلق بعمق المعلومة ودقتها، في ظل الضغط المتزايد نحو السرعة في النشر والتداول.

خامساً: انعكاسات التحول نحو الأخبار القصيرة:

أدى التحول نحو الأخبار القصيرة والفورية إلى مجموعة من الانعكاسات، أبرزها:

- زيادة سرعة انتشار الأخبار وتداولها بين المستخدمين.
- تقليص المسافة الزمنية بين الحدث وتلقي الخبر.
- تراجع المحتوى التحليلي لصالح المحتوى السريع.
- ارتفاع تأثير المنصات الرقمية في تشكيل الرأي العام.

وفي المقابل، يشير هذا النمط تساؤلات حول دقة المعلومات وعمقها، خاصة في ظل الاعتماد الكبير على المحتوى المختصر الذي قد لا يقدم الصورة الكاملة للحدث. (العبدلي، 2020، ص ص. 150-153)

يتضح من خلال ما سبق أن التحول نحو الأخبار القصيرة والفورية يمثل إحدى أبرز سمات الإعلام الرقمي المعاصر، وقد ساهمت منصات مثل تيك توك في ترسيخ هذا النموذج من خلال الجمع بين السرعة، والاختصار، والبنية الخوارزمية التفاعلية. غير أن هذا التحول، رغم إيجابياته في تسريع الوصول إلى المعلومة، يطرح في المقابل تحديات تتعلق بعمق المحتوى ودقته وسياقه.

المطلب الثاني: إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية في ظل المنصات الرقمية تيك توك نموذجا:

أحدثت المنصات الرقمية، وعلى رأسها تطبيق تيك توك، تحولا جذريا في طبيعة العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية، حيث انتقلنا من نموذج إعلامي تقليدي يقوم على المرسل المتحكم (المؤسسة الإعلامية) والمتلقي السلبي (الجمهور)، إلى نموذج تفاعلي جديد يتسم بتعدد الفاعلين وتداخل الأدوار. وفي هذا السياق، لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ للأخبار، بل أصبح مشاركا في إنتاجها وتداولها وإعادة صياغتها، مما أدى إلى إعادة تشكيل بنية الاتصال الإعلامي بشكل عام.

أولا: تراجع احتكار المؤسسات الإعلامية للمعلومة:

تاريخيا، كانت المؤسسات الإعلامية التقليدية (التلفزيون، الصحافة المكتوبة، الإذاعة) تحتكر إنتاج وتوزيع الأخبار، غير أن ظهور المنصات الرقمية ساهم في تفكيك هذا الاحتكار، حيث أصبح بإمكان أي مستخدم إنتاج محتوى إخباري ونشره بشكل فوري.

وقد ساهم تيك توك في تعزيز هذا التحول من خلال إتاحة أدوات بسيطة لإنتاج الفيديوهات وتداولها، مما أدى إلى ظهور ما يعرف بـ "الإعلام المواطن" الذي ينافس الإعلام التقليدي في سرعة نشر الخبر، وإن كان يختلف عنه في مستوى المهنية والتحقق. (بن عيسى، 2021، ص 55-58)

وتشير بعض الدراسات إلى أن هذا التحول أدى إلى تراجع نسبي في الاعتماد على القنوات الإعلامية التقليدية، خاصة لدى الفئات الشابة التي أصبحت تفضل المنصات الرقمية كمصدر أولي للأخبار. (بوضياف، 2022، ص ص. 102-105)

ثانيا: تحول الجمهور من متلقٍ إلى فاعل إعلامي:

من أبرز مظاهر إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والإعلام هو تحول المتلقي إلى فاعل إعلامي، حيث أصبح المستخدم لا يكتفي باستهلاك المحتوى، بل يشارك في إنتاجه من خلال التعليق، إعادة النشر، التعديل، أو حتى صناعة محتوى إخباري خاص به.

وفي منصة تيك توك تحديداً، ساهمت طبيعة التطبيق التفاعلية في تعزيز هذا الدور، حيث أصبح الجمهور جزءاً من دورة إنتاج الخبر، وليس مجرد مستقبل له، كما أن خاصية الانتشار السريع للمحتوى (Viralization) جعلت من كل مستخدم محتمل "ناشر خبر". (قارة، 2023، ص ص. 88-91)

ثالثاً: تراجع الوساطة الإعلامية التقليدية:

أدت المنصات الرقمية إلى تقليص دور "الوسيط الإعلامي التقليدي"، حيث لم يعد الصحفي أو المؤسسة الإعلامية هي الجهة الوحيدة التي تحدد ما ينشر وما لا ينشر، بل أصبح الجمهور نفسه قادراً على تجاوز هذه الوساطة.

وفي هذا السياق، تشير الدراسات المنشورة عبر البوابة الوطنية للمجلات العلمية (ASJP) إلى أن الإعلام الرقمي ساهم في إضعاف مركزية المؤسسة الإعلامية لصالح شبكات الاتصال المفتوحة، مما أدى إلى تغيير بنية السلطة الإعلامية التقليدية

رابعاً: ظهور علاقة تفاعلية قائمة على المشاركة:

تميز العلاقة الجديدة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية في البيئة الرقمية، خاصة عبر تيك توك، بكونها علاقة تفاعلية تشاركية، حيث لم تعد عملية الاتصال أحادية الاتجاه، بل أصبحت متعددة الاتجاهات.

فالجمهور يتفاعل مع المحتوى عبر التعليق والمشاركة وإعادة الإنتاج، بينما تسعى المؤسسات الإعلامية إلى التكيف مع هذا الواقع من خلال إنشاء حسابات على تيك توك وتقديم محتوى يتناسب مع طبيعة المنصة، أي محتوى قصير، بصري، وسريع الانتشار. (لعربي، 2022، ص ص. 120-123)

خامساً: تأثير الخوارزميات في إعادة تشكيل العلاقة الإعلامية:

تلعب الخوارزميات دوراً محورياً في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والإعلام، حيث لم يعد اختيار الأخبار يعتمد فقط على قرارات تحريرية بشرية، بل أصبح يعتمد على أنظمة ذكية تقوم بتحليل سلوك المستخدم وتقديم المحتوى وفق اهتماماته.

وقد أدى ذلك إلى ظهور علاقة جديدة بين الجمهور والمحتوى الإعلامي، تقوم على "التخصيص الإعلامي، حيث يتلقى كل مستخدم أخباراً مختلفة وفقاً لاهتماماته، مما يعزز من فردانية التجربة الإعلامية ويقلل من التجربة الجماعية الموحدة. (بن سالم، 2023، ص ص. 150-153)

يتضح مما سبق أن تطبيق تيك توك، في سياق المنصات الرقمية الحديثة، ساهم في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية بشكل جذري، من خلال تفكيك الاحتكار الإعلامي، وتحويل الجمهور إلى فاعل مشارك، وتقليص دور الوساطة التقليدية، وتعزيز منطق التخصيص الخوارزمي. وقد أفرز هذا التحول نموذجاً إعلامياً جديداً يقوم على التفاعل والمشاركة بدلاً من التلقي السلبي، مما يعكس تحولات عميقة في بنية الإعلام المعاصر.

المطلب الثالث: مخاطر التضليل الإخباري وانتشار الشائعات في المنصات الرقمية) تيك توك (نموذجاً:

أفرزت البيئة الرقمية المعاصرة، وخاصة عبر تطبيقات الفيديو القصير مثل تيك توك، واقعا إعلاميا جديدا يتسم بسرعة تداول المعلومات وضعف آليات التحقق في كثير من الأحيان، وهو ما جعلها بيئة خصبة لانتشار التضليل الإخباري (Disinformation) والشائعات (Rumors) وقد أدى هذا الوضع إلى بروز تحديات جدية تمس مصداقية الخبر واستقرار الرأي العام، خاصة في ظل سهولة إعادة إنتاج المحتوى وتداوله دون تدقيق أو تحقق من المصادر.

وفي هذا السياق، لم يعد الخطر مرتبطا فقط بوجود الشائعة، بل بسرعة انتشارها واتساع تأثيرها بفضل الخوارزميات التي تعزز المحتوى الأكثر تفاعلا، حتى وإن كان غير دقيق. (زيد، 2021، ص ص. 66-69)

أولاً: طبيعة التضليل الإخباري في البيئة الرقمية:

يقصد بالتضليل الإخباري ذلك المحتوى الذي يتم تقديمه على أنه خبر أو معلومة صحيحة، بينما يكون في الواقع غير دقيق أو محرف أو خارج سياقه الحقيقي. وفي المنصات الرقمية، يتخذ التضليل أشكالاً متعددة، منها:

- إعادة نشر مقاطع قديمة على أنها حديثة.
- استخدام عناوين مضللة.
- اقتطاع الفيديوهات من سياقها الأصلي.
- إعادة تركيب الأحداث بطريقة توحي بمعاني غير صحيحة.

وتعد منصة تيك توك من أكثر البيئات التي تسمح بانتشار هذا النوع من المحتوى بسبب طبيعتها القائمة على السرعة والاختصار وعدم اشتراط التحقق المهني الصارم قبل النشر. (حسن، 2022، ص ص. 88-91)

ثانيا: سرعة انتشار الشائعات عبر الفيديو القصير:

تتميز الشائعات في تيك توك بقدرتها العالية على الانتشار السريع، ويرجع ذلك إلى طبيعة المحتوى القصير الذي يسهل مشاهدته وإعادة مشاركته خلال ثوانٍ قليلة.

كما أن الاعتماد على "المؤثرات البصرية" والموسيقى الجاذبة يجعل الشائعة أكثر إقناعاً وتأثيراً، حتى وإن كانت تفتقر إلى مصادر موثوقة. وتؤكد الدراسات أن المحتوى العاطفي أو المثير للجدل هو الأكثر قابلية للانتشار داخل المنصات الرقمية. وبالتالي، فإن الشائعة لا تنتشر فقط بسبب غياب التحقق، بل أيضاً بسبب تصميم المنصة الذي يعزز المحتوى الأكثر تفاعلاً بغض النظر عن صحته.

ثالثاً: دور الخوارزميات في تعزيز المحتوى المضلل:

تلعب خوارزميات تيك توك دوراً محورياً في انتشار التضليل الإخباري، حيث تعتمد على مبدأ "تعزيز التفاعل (Engagement-Based Ranking)"، أي أن المحتوى الذي يحقق نسب مشاهدة وتفاعل عالية يتم دفعه إلى مزيد من المستخدمين. (بن يوسف، 2023، ص ص. 110-113)

هذا النظام لا يميز دائماً بين المحتوى الصحيح والمضلل، بل يركز على مدى جاذبية المحتوى للمستخدمين، مما يجعل الشائعات أحياناً أكثر انتشاراً من الأخبار الموثوقة. (عبد الله، 2022، ص ص. 120-123)

كما أن التخصيص الخوارزمي يؤدي إلى ما يعرف بـ فقاعة المعلومات، حيث يتعرض المستخدم لنوع واحد من المحتوى، مما قد يعزز تصديق الشائعات إذا كانت تتماشى مع اهتماماته أو معتقداته السابقة.

رابعاً: ضعف التحقق الإعلامي لدى المستخدمين:

من العوامل التي تساهم في انتشار الشائعات عبر تيك توك هو ضعف مهارات التحقق الرقمي لدى جزء كبير من المستخدمين، خاصة الفئات الشابة. فالمستخدم غالباً ما يستهلك المحتوى بسرعة دون الرجوع إلى مصادر أخرى، كما أن طبيعة المنصة لا تشجع على القراءة التحليلية أو التحقق المتعمق، بل على المشاهدة السريعة والتفاعل الفوري. (بن محمد، 2021، ص ص. 134-137)

ويؤدي هذا السلوك إلى قبول المعلومات المضللة بسهولة، خاصة إذا كانت مقدمة من حسابات ذات عدد كبير من المتابعين أو من مؤثرين معروفين.

خامساً: تأثير التضليل الإخباري على الرأي العام:

يمثل التضليل الإخباري خطراً حقيقياً على استقرار الرأي العام، حيث يمكن أن يؤدي إلى:

- نشر الذعر أو القلق الاجتماعي

- تشويه صورة أحداث أو جهات معينة.

- التأثير على القرارات الفردية والجماعية.

- فقدان الثقة في المؤسسات الإعلامية الرسمية.

وقد أكدت دراسات إعلامية أن الشائعات الرقمية يمكن أن تنتشر أسرع من الأخبار الصحيحة، خاصة في الأزمات والأحداث الكبرى، مما يزيد من صعوبة السيطرة عليها.

خلاصة الفصل:

خلص هذا الفصل إلى أن الإعلام الرقمي أحدث تحولات جوهرية في أنماط استهلاك الأخبار، من خلال توفير محتوى إخباري سريع ومتجدد وسهل الوصول. كما تبين أن منصة تيك توك أصبحت من أبرز المنصات الرقمية المؤثرة في المجال الإخباري بفضل اعتمادها على الفيديوهات القصيرة والخوارزميات الذكية. وأظهرت الدراسة أن المحتوى الإخباري على المنصة يتسم بالاختصار والتفاعلية والجاذبية البصرية، مما يجعله أكثر ملاءمة لاهتمامات الجمهور، خاصة فئة الشباب. كما كشفت أن السرعة وسهولة الوصول إلى المعلومات من أهم دوافع الاعتماد على المنصة كمصدر للأخبار، وأسهم تيك توك في تعزيز نمط جديد من الاستهلاك الإخباري قائم على الفورية والتفاعل المستمر مع المحتوى، وفي المقابل أعاد تشكيل العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية من خلال منح المستخدم دوراً أكبر في إنتاج الأخبار وتداوله، وعليه أصبح تيك توك فاعلاً مهماً في البيئة الإعلامية الرقمية المعاصرة ومؤثراً في عادات التلقي الإخباري.

الفصل الثالث: تحليل نتائج الدراسة والمناقشة

تمهيد.

1. عرض نتائج الدراسة وتحليلها.
2. مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها.
3. خاتمة
4. مقترحات الدراسة

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

تمهيد:

يعد عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها من أهم مراحل البحث العلمي، إذ تمثل الحلقة التي تربط بين الجانب النظري والإجراءات الميدانية للدراسة، وتسمح بالكشف عن مدى تحقق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته واختبار فرضياته، وبهذا خصص هذا الفصل لعرض النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية التي تناولت دور منصة تيك توك في تغيير أنماط استهلاك الأخبار لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وذلك بالاعتماد على البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبيان ومعالجتها إحصائياً.

وعليه، سيتم في المبحث الأول عرض نتائج الدراسة وتحليلها وفق محاور الاستبيان وتساؤلات الدراسة، من خلال تقديم الجداول الإحصائية وقراءة دلالاتها وتفسير مؤشراتنا، أما المبحث الثاني فسيخصص لمناقشة النتائج وتفسيرها في ضوء الإطار النظري للدراسة ونموذج الاتصال الفائق عبر الوسائط (Hyperpersonal Model)، مع مقارنتها بنتائج الدراسات السابقة ذات الصلة، وصولاً إلى استخلاص أهم الاستنتاجات العلمية التي تفسر طبيعة العلاقة بين استخدام منصة تيك توك وتحولات استهلاك الأخبار لدى الشباب الجامعي.

1. عرض نتائج الدراسة وتحليلها.

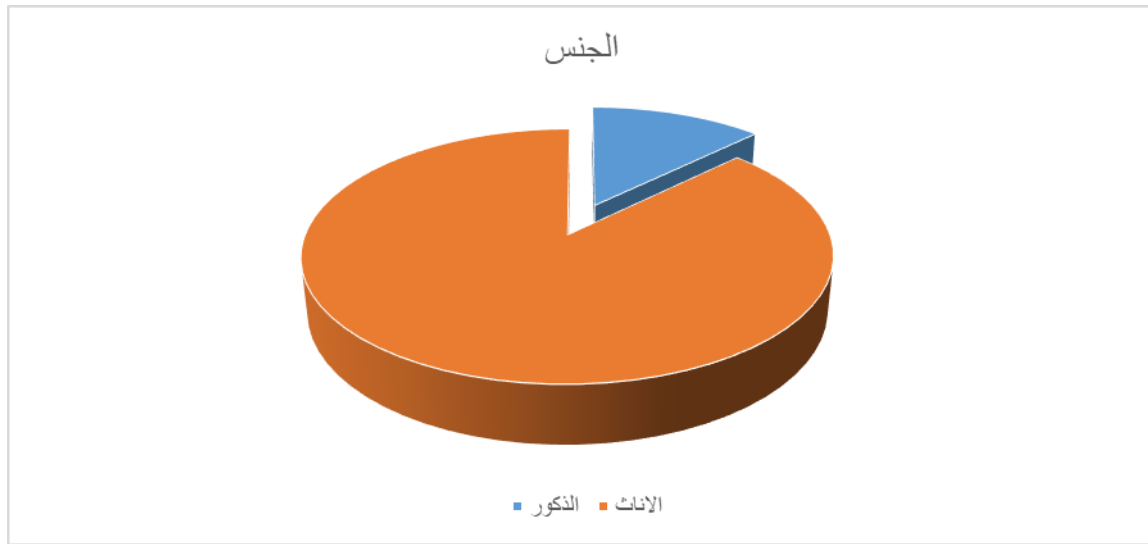
محور الأول: تحليل البيانات العامة

جدول (01) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الفئة	التكرار	النسبة المئوية%
ذكور	19	12.7
إناث	131	87.3
المجموع	150	100.0

يبين هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس والذي يتضح من خلاله أن نسبة الذكور المتمثلة في (12.7 %) بمعدل (19) من أصل 150 المبحوث هي أقل الفئة، في حين نسبة الاناث المتمثلة في (87.3 %) بمجموع أفراد 131 من أصل 150 التي تمثل أعلى نسبة في هذا التوزيع، حيث يظهر أن نسبة الذكور منخفضة جداً مقارنة بنسبة الاناث، وهذا يعكس هذا التوزيع ميل أغلبية الاناث إلى التخصصات الإنسانية والاجتماعية، والتمثيل البياني التالي يوضح ذلك

الشكل (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



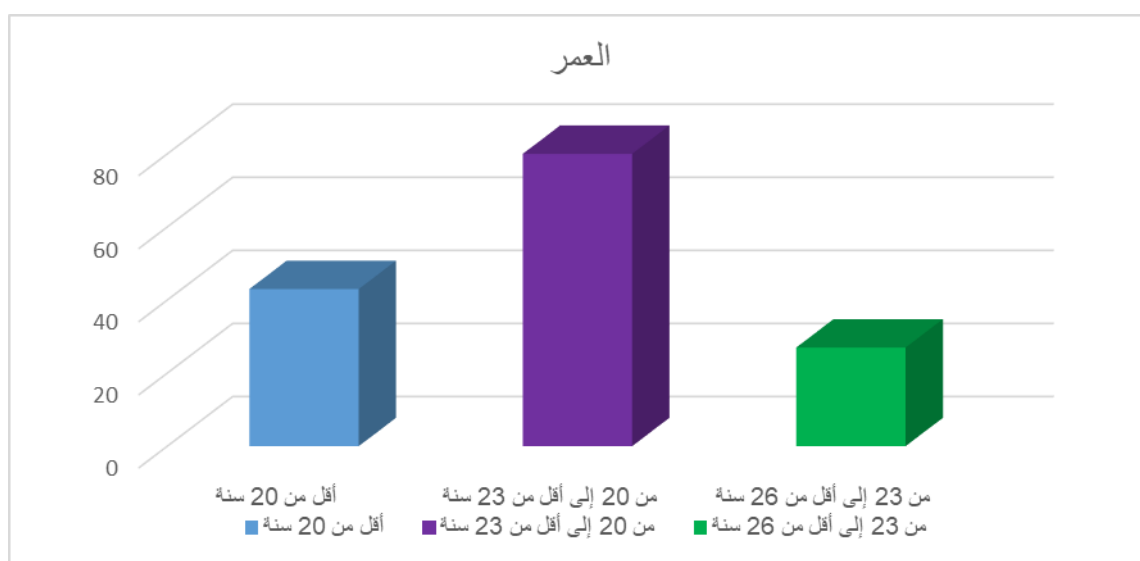
- جدول رقم (2) يوضح توزيع افراد العينة حسب العمر:

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من 20 سنة	43	28.7
من 20 إلى أقل من 23 سنة	80	53.3
من 23 إلى أقل من 26 سنة	27	18.0
المجموع	150	100.0

يبين هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير السن والذي يتضح من خلاله أن نسبة فئة الغالبية الكبرى من المبحوثين (53.3%) في الشريحة العمرية من 20 إلى أقل من 23 سنة،

وهي الفئة الأكثر إقبالا على الاستخدام النشط لمنصات التواصل الاجتماعي، أما المجموعة الأصغر سنا (أقل من 20 سنة) فتمثل ما يقارب الثلث (28.7%)، وهؤلاء نشأوا منذ طفولتهم المبكرة مع الهواتف الذكية، مما يجعل استهلاكهم للمحتوى الرقمي سلوكا فطريا لا مكتسبا، وتبقى الفئة الأكبر سنا (23-26) الأقل تمثيلا بنسبة 18%، وقد تكون أنماطها الإعلامية أكثر تنوعا وتوازنا بين الوسائل التقليدية والرقمية.

الشكل (02) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير العمر

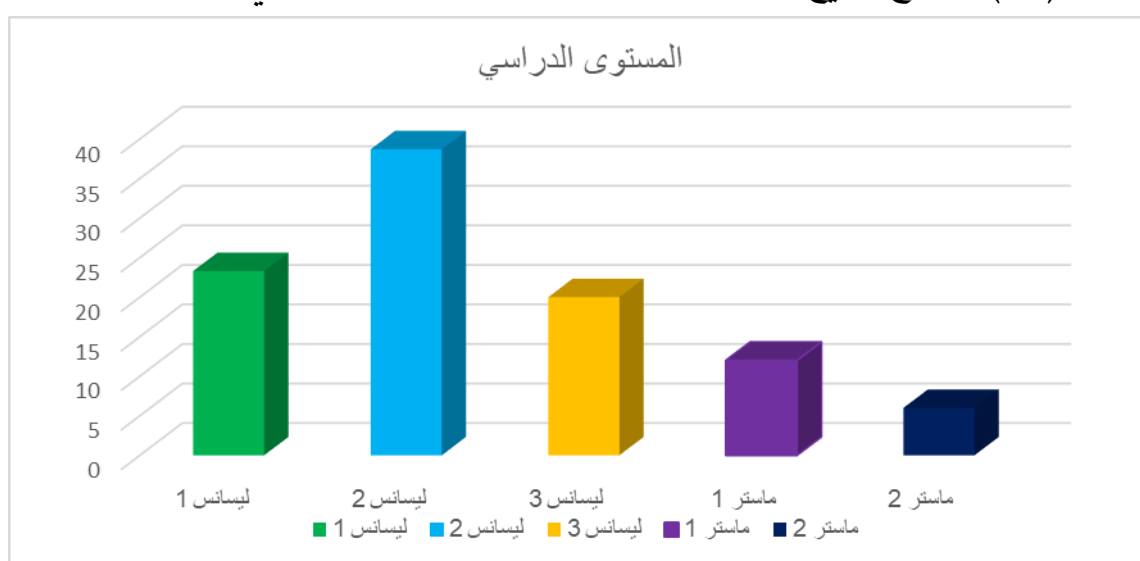


3- جدول رقم (03) يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي:

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية%
ليسانس 1	35	23.3
ليسانس 2	58	38.7
ليسانس 3	30	20.0
ماستر 1	18	12.0
ماستر 2	9	6.0
المجموع	150	100.0

يبين هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى الدراسي والذي يتضح من خلاله أن ما يقارب 38.7% منها يقع في مرحلة الليسانس 02، أما طلاب ليسانس 1 فقد بلغ 23.3 % ، ليأتي بعد هذه الفئة طلاب الليسانس 3 بحصة (20%)، في المقابل تنخفض نسبة طلاب الماستر 2 وطلاب ماستر 2 إلى 6% و 12 % فقط، وهو ما يعزى إلى صغر الدفعات في هذه المرحلة ومحدودية وقت الفراغ، والتوزيع هذا ما يعكس الثقل الديموغرافي لهذه المرحلة داخل المنظومة الجامعية الجزائرية في إطار نظام LMD.

الشكل (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي

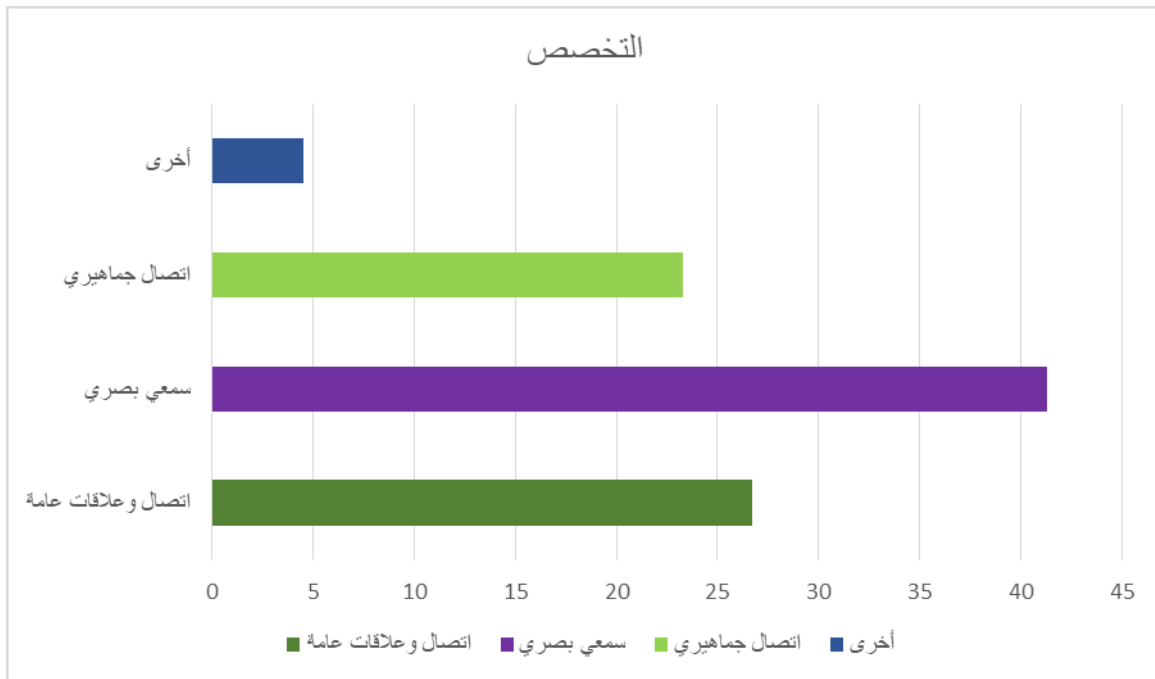


4. جدول رقم (04) يوضح توزيع افراد العينة حسب التخصص:

التخصص	التكرار	النسبة المئوية%
اتصال وعلاقات عامة	40	26.7
سمعي بصري	62	41.3
اتصال جماهيري	35	23.3
أخرى	13	8.7
المجموع	150	100.0

يبين هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص والذي يتضح من خلاله أن يتركز المبحوثين في تخصصات الإعلام والاتصال (سمعي بصري 41.3%، اتصال وعلاقات عامة 26.7%، اتصال جماهيري 23.3%)، في حين نجد 8.7 % من الطلاب في التخصصات الأخرى كعلم النفس والتاريخ وعلم الاجتماع، وهذه النتيجة توضح حساسية التخصص تجاه المحتوى المرئي والبصري، فهم الأكثر تأهيلاً لتقييم جودة الفيديوهات الإخبارية على التيك توك، كما أن اطلاعهم الأكاديمي على تقنيات التصوير والمونتاج قد يجعلهم أكثر وعياً بالحيل البصرية التي يستخدمها صناع المحتوى.

شكل (04) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

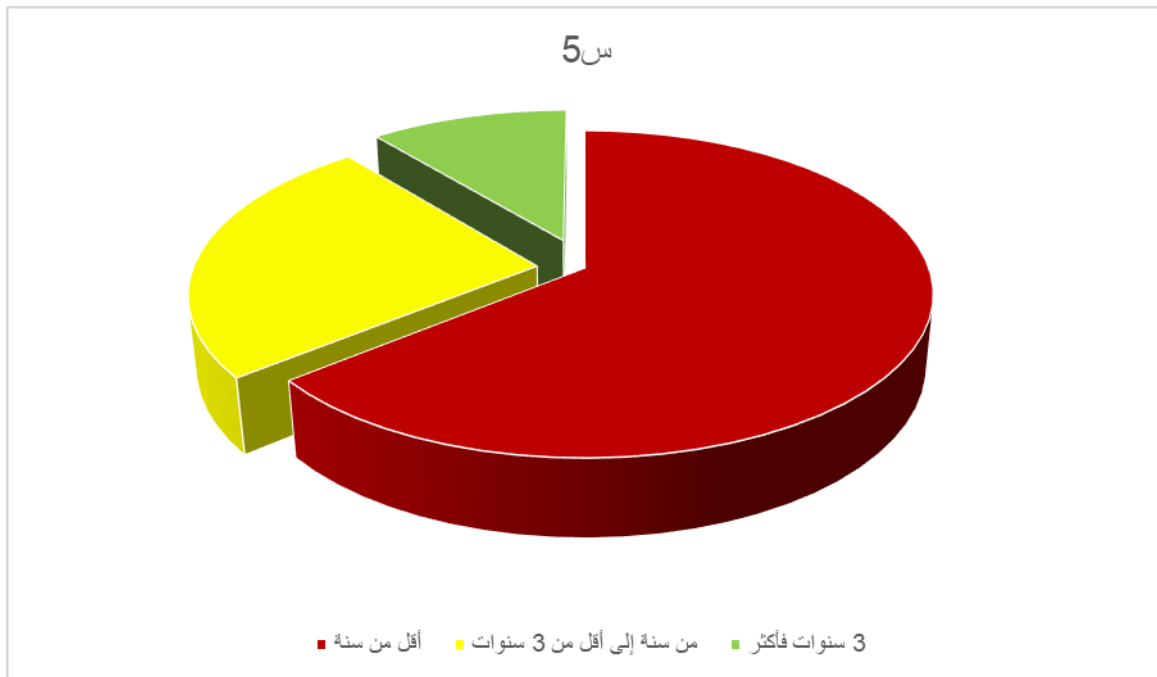


جدول رقم (5) يوضح إجابات الأفراد حول عبارة منذ متى تستخدم التيك توك:

مدة الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من سنة	32	21.3
من سنة إلى أقل من 3 سنوات	76	50.7
3 سنوات فأكثر	42	28.0
المجموع	150	100.0

يبين هذا الجدول توزيع اجابات أفراد العينة حول عبارة مدة استخدام التيك توك حيث يبين أن (50.7%) من الاستخدام المتوسط (1-3 سنوات)، في المقابل تمثل نسبة الـ 28% الأكثر قدما في الاستخدام (3 سنوات فأكثر) المتبنين الأوائل الذين دخلوا المنصة في مرحلة انطلاقها، لتحتل فئة أقل من سنة المرتبة الأخيرة بـ 21.3 %، وهذا يشير إلى أن المنصة اكتسبت جمهورا واسعا، مما يؤدي إلى أن أفراد العينة طوروا أنماط استهلاك إخبارية أكثر رسوخا وعمقا.

الشكل (05) يوضح توزيع افراد العينة حول عبارة منذ متى تستخدم التيك توك



جدول رقم (6) يوضح إجابات الأفراد حول عبارة ما متوسط عدد ساعات اليومية التي تقضيها على تيك توك:

ساعات الاستخدام اليومي	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ساعة	16	10.7
من 1 إلى أقل من 2 ساعة	39	26.0
من 2 إلى أقل من 3 ساعات	29	19.3
3 ساعات فأكثر	66	44.0
المجموع	150	100.0

يبين الجدول رقم (6) توزيع أفراد العينة حسب متوسط عدد ساعات الاستخدام اليومي لتطبيق تيك توك، حيث تشير النتائج إلى أن الفئة الأكثر تمثيلاً هي فئة "3 ساعات فأكثر"، إذ بلغ عدد أفرادها (66) فرداً بنسبة (44.0%) من إجمالي العينة، وهي أعلى نسبة مسجلة بين جميع الفئات، تليها فئة "من ساعة إلى أقل من ساعتين" بتكرار قدره (39) فرداً ونسبة (26.0%)، أما فئة "من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات" فقد بلغ عدد أفرادها (29) فرداً بنسبة (19.3%)، في حين جاءت فئة "أقل من ساعة" في المرتبة الأخيرة بتكرار (16) فرداً فقط، أي بنسبة (10.7%)، ما يشير إلى كثافة التعرض للمحتوى الرقمي الذي يوفره التطبيق، ويعود هذا إلى التحولات التي شهدتها المجتمعات المعاصرة نتيجة الثورة الرقمية وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أصبح تطبيق تيك توك أحد أهم الفضاءات الاجتماعية الافتراضية التي يقضي فيها الأفراد، وخاصة المراهقون والشباب، جزءاً كبيراً من وقتهم اليومي.

المحور الثاني: استخدام التيك توك والأغراض العامة

جدول رقم (07) يوضح أغراض استخدام التيك توك

أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
53.3%	80	33.3%	50	8.0%	12	5.3%	8	—	—	أستخدم التيك توك بشكل يومي تقريبا
37.3%	56	49.3%	74	13.3%	20	—	—	—	—	أستخدم التيك توك في أوقات الفراغ للتسلية
38.7%	58	24.0%	36	16.0%	24	16.0%	24	5.3%	8	أستخدم التيك توك للحصول على أخبار
36.0%	54	36.7%	55	12.7%	19	4.0%	6	10.7%	16	أتابع حسابات مؤثرين ومؤسسات إعلامية
36.7%	55	45.3%	68	12.7%	19	5.3%	8	—	—	أفضل الفيديوهات القصيرة على الأخبار النصية

يبين الجدول اتجاهات أفراد العينة نحو أغراض استخدام تطبيق تيك توك، من خلال مجموعة من العبارات التي تعكس أنماط الاستخدام المختلفة، وقد أظهرت النتائج ما يلي:

- تشير نتائج العبارة "أستخدم التيك توك بشكل يومي تقريبا" إلى أن غالبية أفراد العينة يستخدمون التطبيق بصورة منتظمة، حيث بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (86.6%)، مقابل (5.3%) فقط من غير الموافقين و(8%) من المحايدین، وتدل هذه النتيجة على الانتشار الواسع للتطبيق وتحوله إلى جزء من الممارسات اليومية للمبحوثين.

أما فيما يتعلق بعبارة "أستخدم التيك توك في أوقات الفراغ للتسلية" فقد سجلت أعلى نسب الموافقة، حيث بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (86.6%)، بينما بلغت نسبة المحايدون (13.3%) دون تسجيل أي نسبة للرفض، ويعكس ذلك أن الترفيه يمثل الدافع الأساسي لاستخدام التطبيق لدى أفراد العينة.

وفي عبارة "أستخدم التيك توك للحصول على أخبار" بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (62.7%)، مقابل (21.3%) من غير الموافقين و(16%) من المحايدون، وتوضح هذه النتيجة أن التطبيق لم يعد مقتصرًا على الترفيه، بل أصبح أيضًا مصدرًا مهمًا للحصول على المعلومات والأخبار.

كما أظهرت نتائج عبارة "أتابع حسابات مؤثرين ومؤسسات إعلامية" أن نسبة الموافقة بلغت (72.7%)، في حين بلغت نسبة الرفض (14.7%)، وبلغت نسبة الحياد (12.7%)، وتشير هذه النتيجة إلى الإقبال الكبير على متابعة صناع المحتوى والمؤسسات الإعلامية عبر المنصة.

أما بالنسبة لعبارة "أفضل الفيديوهات القصيرة على الأخبار النصية" فقد بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (82%)، مقابل (5.3%) من غير الموافقين و(12.7%) من المحايدون، مما يدل على ميل واضح نحو المحتوى البصري السريع مقارنة بالمحتوى النصي التقليدي.

وبصفة عامة، يتضح أن أعلى أغراض الاستخدام تمثلت في التسلية وقضاء وقت الفراغ (86.6%) يليها الاستخدام اليومي المنتظم (86.6%)، ثم تفضيل الفيديوهات القصيرة (82%)، ثم متابعة المؤثرين والمؤسسات الإعلامية (72.7%)، وأخيرًا الحصول على الأخبار (62.7%).

المحور الثالث: استهلاك الأخبار عبر التيك توك

جدول رقم (8) يوضح إجابات الأفراد حول عبارة ما نوع الأخبار التي تتابعها غالبا على التيك توك؟

نوع الأخبار	التكرار	النسبة
ثقافية وفنية	87	58.0%
رياضية	82	54.7%
اجتماعية	55	23.3%
اقتصادية	35	20.0%
سياسية	30	18.7%
دولية	28	36.7%

يبين الجدول توزيع إجابات أفراد العينة حول نوع الأخبار التي يتابعونها غالبا عبر تطبيق التيك توك، وقد أظهرت النتائج تفاوتاً واضحاً في اهتمامات الباحثين تبعاً لطبيعة المحتوى الإخباري المتابع، احتلت الأخبار الثقافية والفنية المرتبة الأولى بتكرار بلغ (87) مفردة ونسبة (58.0%)، مما يدل على أن غالبية أفراد العينة يميلون إلى متابعة المحتويات المرتبطة بالفن والثقافة والترفيه، وهو ما يتماشى مع طبيعة منصة التيك توك التي تعتمد أساساً على المحتوى الترفيهي والإبداعي.

كما جاءت الأخبار الرياضية في المرتبة الثانية بتكرار (82) ونسبة (54.7%)، الأمر الذي يعكس الاهتمام الكبير الذي يوليه الباحثون للأحداث والفعاليات الرياضية، خاصة في ظل الانتشار الواسع للمحتوى الرياضي على المنصات الرقمية.

أما الأخبار الاجتماعية فقد احتلت المرتبة الثالثة بتكرار (55) ونسبة (23.3%)، مما يشير إلى وجود اهتمام متوسط بالقضايا والأحداث الاجتماعية التي تمس الحياة اليومية للأفراد.

وفي المرتبة الرابعة جاءت الأخبار الاقتصادية بتكرار (35) ونسبة (20.0%)، وهو ما يدل على محدودية اهتمام أفراد العينة بالقضايا الاقتصادية مقارنة بالأخبار الترفيهية والرياضية.

كما سجلت الأخبار السياسية نسبة (18.7%) بتكرار (30)، وهي من أقل أنواع الأخبار متابعة، الأمر الذي قد يعكس ضعف اهتمام المبحوثين بالشأن السياسي أو ميلهم إلى تجنب المحتويات السياسية على منصات التواصل الاجتماعي.

وأخيراً، جاءت الأخبار الدولية بنسبة (36.7%) وبتكرار (28)، وتشير هذه النتيجة إلى اهتمام شريحة من أفراد العينة بالأحداث العالمية، وإن كان بدرجة أقل مقارنة بالأخبار الثقافية والفنية والرياضية.

ومن هذا يتضح أن أفراد العينة يفضلون متابعة الأخبار ذات الطابع الترفيهي والثقافي والرياضي أكثر من الأخبار السياسية والاقتصادية، وهو ما يعكس طبيعة الاستخدام السائدة لمنصة التيك توك باعتبارها فضاء للمحتوى الخفيف والجذاب بصرياً، في حين تتراجع متابعة الأخبار الجادة أو المتخصصة نسبياً، كما تكشف النتائج عن تنوع في الاهتمامات الإخبارية، مع هيمنة واضحة للمضامين المرتبطة بالترفيه والرياضة.

جدول رقم (9) يوضح إجابات الأفراد حول عبارة: إلى أي مدى تعتمد على التيك توك لمتابعة الأخبار؟

درجة الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية %
بدرجة كبيرة	19	12.7
بدرجة متوسطة	56	37.3
بدرجة ضعيفة	56	37.3
لا أعتمد إطلاقاً	19	12.7
المجموع	150	100.0

يظهر الجدول توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى اعتمادهم على تطبيق التيك توك لمتابعة الأخبار، وتبين النتائج أن أعلى نسبة من المبحوثين كانت ضمن فئتي **الاعتماد بدرجة متوسطة والاعتماد بدرجة ضعيفة**، حيث بلغ تكرار كل منهما (56) فردا بنسبة (37.3%) لكل فئة، ويعكس ذلك أن غالبية أفراد العينة يتابعون الأخبار عبر التيك توك بشكل غير مكثف ويعتبرونه مصدرا ثانويا أو مكملا للمعلومات أكثر من كونه مصدرا رئيسيا.

كما أظهرت النتائج أن نسبة الذين يعتمدون على التيك توك **بدرجة كبيرة** بلغت (12.7%) فقط، أي ما يعادل (19) فردا، وهي النسبة نفسها المسجلة لدى فئة الذين **لا يعتمدون عليه إطلاقا** في متابعة الأخبار، حيث بلغ عددهم (19) فردا بنسبة (12.7%). ويشير هذا التساوي إلى وجود انقسام محدود بين فئة ترى في التيك توك مصدرا مهما للأخبار وفئة أخرى لا تلجأ إليه نهائيا لهذا الغرض.

وبصفة عامة، يمكن الاستنتاج أن الاعتماد على التيك توك في متابعة الأخبار لدى أفراد العينة يتسم بالمستوى **المتوسط إلى الضعيف**، إذ بلغت نسبة هاتين الفئتين مجتمعيتين (74.6%) من إجمالي العينة، ويدل ذلك على أن التيك توك رغم انتشاره الواسع بين المستخدمين لم يرسخ بعد كمصدر إخباري رئيسي لدى أغلب أفراد العينة، بل يستخدم بدرجات متفاوتة إلى جانب وسائل إعلامية ومنصات أخرى للحصول على الأخبار والمعلومات.

جدول رقم (10) يوضح إجابات الأفراد حول العبارات الدالة على أسباب استخدام منصة التيك توك لمتابعة الأخبار

رقم	العبارة	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
9	ألجأ إلى تيك توك لمعرفة الأخبار قبل متابعتها بوسائل أخرى	43	28.7%	17	11.3%	22	14.7%	37	24.7%	31	20.7%
10	أتابع الأخبار عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية	12	8.0%	—	—	68	45.3%	50	33.3%	20	13.3%
11	أهتم بمحتوى إخباري لأنه جاء في فيديو قصير وجذاب	13	8.7%	2	1.3%	66	44.0%	33	22.0%	36	24.0%
12	أشاهد أخبارا على تيك توك لم أكن لأتابعها في التلفزيون	1	0.7%	50	33.3%	20	13.3%	63	42.0%	16	10.7%

يظهر جدول توزيع إجابات أفراد العينة حول أسباب استخدام منصة تيك توك لمتابعة الأخبار، وقد أفرزت النتائج تباينا في اتجاهات المبحوثين نحو العبارات المطروحة، كما يلي:

• العبارة رقم (9): "ألجأ إلى تيك توك لمعرفة الأخبار قبل متابعتها بوسائل أخرى"

تشير النتائج إلى وجود انقسام نسبي في آراء أفراد العينة؛ إذ بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (45.4%) مقابل (40.0%) من غير الموافقين وغير الموافقين بشدة، في حين بلغت نسبة المحايدون (14.7%). وتوحي هذه النتيجة بأن تيك توك أصبح بالنسبة لشريحة معتبرة من المبحوثين مصدرا أوليا أو تمهيدا للاطلاع على الأخبار قبل الرجوع إلى الوسائل الإعلامية الأخرى، إلا أن هذه القناعة لا تزال غير مستقرة لدى جميع أفراد العينة.

• العبارة رقم (10): "أتابع الأخبار عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية"

أظهرت النتائج أن نسبة الموافقة والموافقة الشديدة بلغت (46.6%)، مقابل (8.0%) فقط لعدم الموافقة الشديدة، بينما سجلت فئة المحايدون أعلى نسبة بـ (45.3%)، ويعكس ذلك الدور المهم الذي تؤديه خوارزميات المنصة والصفحة الرئيسية في تعريض المستخدمين للمحتوى الإخباري، حتى دون وجود نية مسبقة للبحث عن الأخبار، وهو ما يؤكد قوة آليات التوصية في تشكيل السلوك الإعلامي للمستخدمين.

• العبارة رقم (11): "أهتم بمحتوى إخباري لأنه جاء في فيديو قصير وجذاب"

تبين النتائج أن (46.0%) من أفراد العينة يوافقون أو يوافقون بشدة على هذه العبارة، مقابل (10.0%) فقط لا يوافقون عليها، في حين بلغت نسبة المحايدون (44.0%)، وتشير هذه النتيجة إلى أن الشكل التفاعلي المختصر والجذاب للمحتوى الإخباري على تيك توك يعد عاملا مهما في جذب اهتمام المستخدمين بالأخبار، بما ينسجم مع طبيعة استهلاك المحتوى الرقمي السريع لدى الجمهور.

• العبارة رقم (12): "أشاهد أخبارا على تيك توك لم أكن لأتابعها في التلفزيون"

سجلت هذه العبارة أعلى مستوى من الموافقة؛ حيث بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (52.7%)، مقابل (34.0%) من غير الموافقين وغير الموافقين بشدة، و (13.3%) من المحايدون، وتدل هذه النتيجة على قدرة تيك توك على توسيع دائرة التعرض للأخبار وإيصال موضوعات وقضايا قد لا تحظى باهتمام المستخدم عبر وسائل الإعلام التقليدية، مما يعزز من دوره كمنصة بديلة أو مكمل لمصادر الأخبار التقليدية.

وبهذا تكشف نتائج الجدول أن جاذبية المحتوى القصير، وآليات التوصية المعتمدة في الصفحة الرئيسية، وإمكانية الوصول إلى أخبار متنوعة لا توفرها الوسائل التقليدية بنفس الكثافة، تمثل أبرز الأسباب التي تدفع أفراد العينة إلى استخدام تيك توك لمتابعة الأخبار، كما تشير النتائج إلى أن المنصة لا تؤدي فقط دور ناقل للأخبار، بل تسهم أيضا في تشكيل أنماط التعرض للمحتوى الإخباري وتوجيه اهتمامات المستخدمين نحو موضوعات جديد.

المحور الرابع: الثقة في مصادر الأخبار على التيك توك

جدول (11) يوضح إجابات أفراد العينة على نسبة الثقة في مصادر الأخبار على منصة التيك توك.

رقم	العبارة	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
13	أثق بصناع المحتوى أكثر من بعض القنوات التلفزيونية	47	31.3%	41	27.3%	20	13.3%	20	13.3%	22	14.7%
14	أسلوب تقديم الصوت يؤثر في ثقتي بالخبر	23	15.3%	42	28.0%	23	15.3%	34	22.7%	28	18.7%
15	أسلوب تقديم الصورة يؤثر في ثقتي بالخبر	14	9.3%	55	36.7%	33	22.0%	15	10.0%	33	22.0%
16	طريقة عرض الفيديو تؤثر في ثقتي بالخبر	—	—	34	22.7%	44	29.3%	32	21.3%	40	26.7%
17	أشعر بالقرب من صناع المحتوى أكثر من الصحفيين التقليديين	31	20.7%	26	17.3%	32	21.3%	28	18.7%	33	22.0%
18	صورة صانع المحتوى تجعلني أصدق أخباره	12	8.0%	37	24.7%	2	1.3%	62	41.3%	37	24.7%

رقم	العبارة	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
19	التكرار في نفس الموضوع يجعل صانع المحتوى مرجعا	8.0%	12	30.0%	45	—	—	35.3%	53	26.7%	40

من خلال معطيات الجدول (11) الخاصة بنسبة الثقة في مصادر الأخبار على منصة التيك توك، يتضح أن نتائج العبارة رقم (13) «أثق بصناع المحتوى أكثر من بعض القنوات التلفزيونية» تبين أغلبية أفراد العينة لا يميلون إلى منح صناع المحتوى ثقة أكبر من القنوات التلفزيونية، حيث بلغت نسبة غير الموافقين بشدة (31.3%) وغير الموافقين (27.3%)، أي ما مجموعه (58.6%)، مقابل (28%) فقط من الموافقين والموافقين بشد، وتدل هذه النتيجة على استمرار احتفاظ وسائل الإعلام التقليدية بمستوى معتبر من المصداقية لدى أفراد العينة.

أما بالنسبة للعبارة رقم (14) «أسلوب تقديم الصوت يؤثر في ثقتي بالخبر»، فقد توزعت الآراء بشكل متقارب، حيث بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (41.4%) مقابل (43.3%) من غير الموافقين وغير الموافقين بشدة، مع نسبة حياد بلغت (15.3%). ويعكس ذلك وجود تأثير متوسط للصوت في تشكيل الثقة بالأخبار، دون أن يكون عاملا حاسما لدى أغلبية المبحوثين.

وفيما يتعلق بالعبارة رقم (15) «أسلوب تقديم الصورة يؤثر في ثقتي بالخبر»، فقد سجلت أعلى نسبة لدى فئة غير الموافقين (36.7%)، تليها نسبتا المحايدين والموافقين بشدة (22%) لكل منهما، بينما بلغت نسبة غير الموافقين بشدة (9.3%)، وتشير هذه النتائج إلى أن الصورة وحدها لا تمثل عاملا أساسيا في بناء الثقة لدى غالبية أفراد العينة.

أما العبارة رقم (16) «طريقة عرض الفيديو تؤثر في ثقتي بالخبر»، فقد أظهرت النتائج ميلا واضحا نحو الموافقة، إذ بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (48%)، مقابل (22.7%) من غير الموافقين، في حين بلغت نسبة المحايدين (29.3%). وتدل هذه النتيجة على أن

طريقة عرض المحتوى المرئي تعد من أهم العوامل المؤثرة في إدراك مصداقية الأخبار على منصة التيك توك.

وبالنسبة للعبارة رقم (17) «أشعر بالقرب من صناع المحتوى أكثر من الصحفيين التقليديين»، فقد جاءت النتائج متقاربة بين مختلف البدائل، حيث بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (40.7%) مقابل (38%) من غير الموافقين وغير الموافقين بشدة، مع نسبة حياد بلغت (21.3%). ويعكس ذلك وجود انقسام نسبي في آراء المبحوثين حول شعورهم بالقرب من صناع المحتوى مقارنة بالصحفيين التقليديين.

أما العبارة رقم (18) «صورة صانع المحتوى تجعلني أصدق أخباره»، فقد سجلت أعلى نسبة موافقة بين جميع العبارات، حيث بلغت نسبة الموافقين (41.3%) والموافقين بشدة (24.7%)، أي ما مجموعه (66%)، مقابل (32.7%) من غير الموافقين وتشير هذه النتيجة إلى أن الصورة الشخصية لصانع المحتوى تمثل عاملاً مهماً في تعزيز الثقة والمصداقية لدى المتابعين.

وفيما يخص العبارة رقم (15) «التكرار في نفس الموضوع يجعل صانع المحتوى مرجعاً»، فقد بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (62%) مقابل (38%) من غير الموافقين، دون تسجيل أي نسبة للحياد. وتدل هذه النتيجة على أن الاستمرارية والتكرار في تناول الموضوعات يسهمان بدرجة كبيرة في بناء صورة صانع المحتوى بوصفه مصدراً مرجعياً للمعلومات. وبهذا تكشف نتائج هذا المحور أن ثقة المبحوثين في الأخبار المتداولة عبر التيك توك لا ترتبط بالضرورة بتفوق صناع المحتوى على وسائل الإعلام التقليدية، وإنما تتأثر بدرجة أكبر بالعناصر الإخراجية والتقديمية للمحتوى، خاصة صورة صانع المحتوى وطريقة عرض الفيديو والتكرار المستمر للموضوعات. كما تظهر النتائج أن المبحوثين ما زالوا يحتفظون بقدر من الثقة في المصادر الإعلامية التقليدية، رغم التأثير المتزايد للخصائص الاتصالية التي تميز منصات التواصل الاجتماعي.

المحور الخامس: العرض الانتقائي للذات والتفاعل:

جدول (12) يوضح إجابات أفراد العينة نحو عبارات العرض الانتقائي للذات والتفاعل في منصة التيك توك:

م	العبارة	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
20	أتابع حسابات إخبارية بسبب تقديمها بصورة جذابة	11	7.3%	34	22.7%	27	18.0%	54	36.0%	24	16.0%
21	صناع المحتوى يختارون معلومات تخدم صورتهم أمام الجمهور	—	—	28	18.7%	35	23.3%	30	20.0%	57	38.0%
22	أفضل التفاعل مع صانع محتوى قريب من أفكاري	—	—	21	14.0%	27	18.0%	87	58.0%	15	10.0%
23	أحرص على إظهار نفسي مثقفا عند التعليق الإخباري	20	13.3%	25	16.7%	32	21.3%	61	40.7%	12	8.0%
24	التفاعل الجماهيري يجعل الخبر يبدو أكثر أهمية	—	—	2	1.3%	63	42.0%	34	22.7%	51	34.0%

يتضح من نتائج الخاص بعبارات العرض الانتقائي للذات والتفاعل في منصة التيك توك أن اتجاهات أفراد العينة تميل في معظمها نحو الموافقة على العبارات المطروحة، مما يعكس إدراكا واضحا لدور آليات العرض الانتقائي والتفاعل الاجتماعي في تشكيل المضمون الإخباري المتداول عبر المنصة.

ففي العبارة (20) أتابع حسابات إخبارية بسبب تقديمها بصورة جذابة، بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (52.0%) مقابل (30.0%) من غير الموافقين، بينما بلغت نسبة المحايدين (18.0%). وتشير هذه النتيجة إلى أن الجاذبية البصرية وطريقة تقديم المحتوى الإخباري تمثل عاملاً مؤثراً في جذب المستخدمين ومتابعيهم للحسابات الإخبارية على منصة التيك توك.

أما العبارة (21) صناع المحتوى يختارون معلومات تخدم صورتهم أمام الجمهور، فقد سجلت أعلى نسبة للموافقة الشديدة (38.0%)، وبلغ إجمالي الموافقين والموافقين بشدة (58.0%)، مقابل (18.7%) فقط من غير الموافقين، وهو ما يدل على وعي أفراد العينة بوجود انتقائية في عرض المعلومات من قبل صناع المحتوى بهدف تعزيز صورتهم وتحسين انطباع الجمهور عنهم.

وفيما يتعلق بالعبارة (22) أفضل التفاعل مع صانع محتوى قريب من أفكاري، فقد حصلت على أعلى نسبة موافقة بين جميع العبارات، حيث بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (68.0%)، مقابل (14.0%) من غير الموافقين و(18.0%) من المحايدين، وتعكس هذه النتيجة ميل الأفراد إلى التفاعل مع المحتوى والأشخاص الذين يتوافقون مع اتجاهاتهم وقيمهم الفكرية، وهو ما ينسجم مع مفهوم الانتقاء المعرفي والتعرض الانتقائي للمعلومات.

وبالنسبة للعبارة (23) أحرص على إظهار نفسي مثقفاً عند التعليق الإخباري، فقد بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (48.7%)، مقابل (30.0%) من غير الموافقين، و(21.3%) من المحايدين، وتشير هذه النتيجة إلى أن نسبة معتبرة من المبحوثين تهتم بإدارة الانطباع الذاتي عند التفاعل مع المحتوى الإخباري، وتسعى إلى تقديم صورة إيجابية عن ذاتها أمام الآخرين.

أما العبارة (24) التفاعل الجماهيري يجعل الخبر يبدو أكثر أهمية، فقد سجلت نسبة موافقة مرتفعة بلغت (56.7%)، مقابل (1.3%) فقط من غير الموافقين و(42.0%) من المحايدين، وتدل هذه النتيجة على أن حجم التفاعل الجماهيري يمثل مؤشراً مؤثراً لدى المستخدمين في تقدير أهمية الأخبار ومصادقيتها، مما يعكس قوة التأثير الاجتماعي في البيئة الرقمية.

وبصورة عامة، تكشف نتائج هذا المحور أن أفراد العينة يدركون تأثير آليات العرض الانتقائي للذات والتفاعل الاجتماعي على منصة التيك توك، حيث برزت تفضيلات واضحة للتفاعل مع المحتوى المتوافق مع الاتجاهات الشخصية، إلى جانب إدراكهم لدور صناع المحتوى في انتقاء المعلومات وتشكيل الانطباعات، فضلاً عن تأثير التفاعل الجماهيري في تعزيز أهمية الأخبار المتداولة، وتؤكد هذه النتائج أن العوامل النفسية والاجتماعية تلعب دوراً محورياً في توجيه سلوك المستخدمين وتفاعلهم مع المحتوى الإخباري عبر المنصات الرقمية.

المحور السادس: تأثير التيك توك في أنماط استهلاك الأخبار:

جدول (13) يوضح توزيع أفراد العينة حول تأثير التيك توك على متابعة الأخبار

م	العبارة	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
25	قل اعتمادي على التلفزيون منذ استخدام تيك توك	11	7.3%	2	1.3%	1	0.7%	68	45.3%	68	45.3%
26	قل اعتمادي على المواقع الإخبارية والصحافة المكتوبة	9	6.0%	—	—	27	18.0%	73	48.7%	41	27.3%
27	أقضي وقتاً أطول على تيك توك مقارنة بوسائل أخرى	10	6.7%	20	13.3%	—	—	53	35.3%	67	44.7%
28	أسلوب العرض القصير يجعلني أتابع مواضيع جديدة	2	1.3%	—	—	45	30.0%	58	38.7%	45	30.0%

م	العبارة	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
29	مشاركة الأخبار تشجعتني على مناقشتها مع أصدقائي	—	—	33	22.0%	32	21.3%	42	28.0%	43	28.7%

من خلال معطيات جدول (13) الخاص بتأثير تطبيق تيك توك على متابعة الأخبار لدى أفراد العينة يتضح أن العبارة رقم (25) "قل اعتمادي على التلفزيون منذ استخدام تيك توك" لها نسبة كبيرة من أفراد العينة توافق عليها، حيث بلغت نسبة الموافقين (45.3%) ونسبة الموافقين بشدة (45.3%)، أي ما مجموعه (90.6%)، مقابل نسبة ضئيلة من غير الموافقين بلغت (8.6%). وتشير هذه النتيجة إلى أن تيك توك أصبح مصدرا إخباريا بديلا لدى أغلب المبحوثين، مما أدى إلى تراجع الاعتماد على التلفزيون في الحصول على الأخبار.

أما العبارة رقم (26) "قل اعتمادي على المواقع الإخبارية والصحافة المكتوبة"، فقد أظهرت النتائج أن (76.0%) من أفراد العينة يوافقون أو يوافقون بشدة على هذه العبارة، مقابل (6.0%) فقط لا يوافقون، بينما بلغت نسبة المحايد (18.0%). وتدل هذه النتيجة على أن استخدام تيك توك أسهم في تقليل الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والمواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للأخبار.

وفيما يتعلق بالعبارة رقم (27) "أقضي وقتا أطول على تيك توك مقارنة بوسائل أخرى"، فقد بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (80.0%)، في حين بلغت نسبة غير الموافقين (20.0%)، ويعكس ذلك المكانة البارزة التي يحتلها التطبيق في الحياة اليومية للمبحوثين، حيث أصبح يستحوذ على جزء كبير من وقتهم مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.

أما العبارة رقم (28) "أسلوب العرض القصير يجعلني أتابع مواضيع جديدة"، فقد أظهرت النتائج أن (68.7%) من أفراد العينة يوافقون أو يوافقون بشدة على هذه العبارة، مقابل (1.3%) فقط لا يوافقون بشدة، بينما بلغت نسبة المحايدون (30.0%)، وتؤكد هذه النتيجة أن خاصية المحتوى القصير والسريع التي يتميز بها تيك توك تلعب دورا مهما في جذب المستخدمين وتشجيعهم على استكشاف موضوعات وأخبار جديدة.

وبالنسبة للعبارة رقم (29) "مشاركة الأخبار تشجعني على مناقشتها مع أصدقائي"، فقد بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (56.7%)، في حين بلغت نسبة غير الموافقين (22.0%)، وبلغت نسبة المحايدون (21.3%). وتشير هذه النتيجة إلى أن مشاركة الأخبار عبر تيك توك تسهم بدرجة متوسطة إلى مرتفعة في تعزيز التفاعل الاجتماعي والنقاشات بين الأصدقاء حول القضايا والأحداث المتداولة.

وبهذا تشير النتائج إلى وجود تأثير قوي لتيك توك على أنماط متابعة الأخبار لدى أفراد العينة، حيث أدى استخدامه إلى تراجع الاعتماد على التلفزيون والمواقع الإخبارية التقليدية، وزيادة الوقت المخصص لمتابعة المحتوى عبر التطبيق، كما أظهرت النتائج أن أسلوب العرض المختصر يسهم في توسيع دائرة الاهتمام بالموضوعات الجديدة، إضافة إلى دوره في تعزيز التفاعل الاجتماعي من خلال مناقشة الأخبار المتداولة، وعليه يمكن القول إن تيك توك أصبح منصة إعلامية مؤثرة تنافس الوسائل التقليدية في تشكيل السلوك الإخباري للمستخدمين.

جدول 14 يوضح إجابات أفراد العينة حول عبارة ما مصدر الذي تعتبره الأكثر تأثيرا في طريقة تفكيرك حول الأحداث الجارية

المصدر	التكرار	النسبة المئوية %
التيك توك	25	16.7
منصات أخرى (فيسبوك، انستغرام)	47	31.3
التلفزيون	2	1.3
المواقع الإخبارية	30	20.0

المصدر	التكرار	النسبة المئوية %
الأصدقاء والعائلة	46	30.7
المجموع	150	100.0

يبين الجدول (14) توزيع إجابات أفراد العينة حول المصدر الأكثر تأثيراً في طريقة تفكيرهم تجاه الأحداث الجارية، وتظهر النتائج أن منصات التواصل الاجتماعي الأخرى (فيسبوك وإنستغرام) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 31.3% وتكرار 47 فرداً، ما يدل على أن هذه المنصات تمثل المصدر الأكثر تأثيراً في تشكيل آراء واتجاهات أفراد العينة تجاه القضايا والأحداث المختلفة، ويعكس ذلك الانتشار الواسع لهذه المنصات وسهولة الوصول إلى محتواها وتنوعه.

وجاء الأصدقاء والعائلة في المرتبة الثانية بنسبة 30.7% وتكرار 46 فرداً، وهي نسبة قريبة جداً من النسبة المسجلة لمنصات التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى استمرار الدور المهم للتفاعل الاجتماعي المباشر في تكوين المواقف والأفكار، رغم التطور التكنولوجي المتسارع.

أما المواقع الإخبارية فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 20.0% وتكرار 30 فرداً، وهو ما يعكس اعتماد شريحة من أفراد العينة على المصادر الإخبارية الرقمية للحصول على المعلومات المتعلقة بالأحداث الجارية، إلا أن تأثيرها يبقى أقل من تأثير شبكات التواصل والعلاقات الاجتماعية المباشرة.

في حين جاء التيك توك في المرتبة الرابعة بنسبة 16.7% وتكرار 25 فرداً، وهي نسبة معتبرة تعكس تنامي دور هذا التطبيق في التأثير على اتجاهات الشباب والمراهقين من خلال المحتوى السريع والمرئي الذي يقدمه.

أما التلفزيون فقد سجل أدنى نسبة بلغت 1.3% فقط بتكرار 2 أفراد، مما يدل على تراجع تأثير وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بالمصادر الرقمية الحديثة ومصادر التفاعل الاجتماعي المباشر.

جدول 15 يوضح إجابات أفراد العينة حول عبارة عندما تشاهد خبرا مهما لأول مرة على التيك توك ماذا تفعل غالبا؟

المصدر	التكرار	النسبة المئوية %
أصدقاه مباشرة	2	1,3
أبحث عن مصادر أخرى للتأكد منه	62	41,3
أحتفظ به دون مشاركة	14	9,3
أعيد نشره أو أرسله للآخرين دون تحقق	16	10,7
أتجاهله	56	37,3
المجموع	150	100.0

يبين الجدول توزيع إجابات أفراد العينة حول سلوكهم عند مشاهدة خبر مهم لأول مرة عبر تطبيق التيك توك، وتشير النتائج إلى أن أعلى نسبة من أفراد العينة بلغت **41.3%** (62 فردا) أفادوا بأنهم يبحثون عن مصادر أخرى للتأكد من صحة الخبر، وهو ما يعكس مستوى جيدا من الوعي الإعلامي والتفكير النقدي لدى نسبة معتبرة من المبحوثين، حيث لا يكتفون بالمعلومات الواردة عبر المنصة بل يسعون إلى التحقق منها قبل تبنيها أو التعامل معها.

وجاء في المرتبة الثانية خيار **تجاهل الخبر بنسبة 37.3%** (56 فردا)، وهي نسبة مرتفعة نسبيا تدل على أن عددا كبيرا من الأفراد يفضلون عدم التفاعل مع الأخبار المنشورة على التيك توك، ربما بسبب ضعف الثقة في مصداقيتها أو عدم اهتمامهم بمحتواها.

أما الذين يعيدون نشر الخبر أو يرسلونه للآخرين دون التحقق من صحته فقد بلغت نسبتهم %10.7 (16 فردا)، وهي نسبة تستحق الاهتمام لأنها تمثل فئة قد تسهم في انتشار الأخبار غير الموثوقة أو الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

في حين بلغت نسبة الذين يحتفظون بالخبر دون مشاركته %9.3 (14 فردا)، مما يشير إلى وجود فئة تتعامل بحذر مع المحتوى الإخباري دون اتخاذ موقف إيجابي أو سلبي واضح تجاهه.

وسجل خيار تصديق الخبر مباشرة أدنى نسبة بلغت %1.3 فقط (فردان)، وهو ما يدل على أن غالبية أفراد العينة لا يميلون إلى قبول الأخبار المنشورة على التيك توك بشكل تلقائي دون فحص أو تحقق.

وبهذا تشير النتائج إلى أن السلوك الغالب لدى أفراد العينة يتمثل في التحقق من الأخبار عبر مصادر أخرى قبل تصديقها أو التعامل معها، وهو مؤشر إيجابي على تنامي الوعي الرقمي والإعلامي لديهم، كما أن انخفاض نسبة التصديق المباشر للأخبار يعكس درجة من الحذر تجاه المحتوى الإخباري المنشور على منصة التيك توك، رغم استمرار وجود نسبة محدودة من الأفراد الذين يعيدون نشر الأخبار دون التحقق من صحتها، الأمر الذي قد يسهم في تداول المعلومات المضللة.

جدول 16 يوضح إجابات أفراد العينة حول عبارة ما المصدر الذي تعتمد عليه أكثر لمتابعة الأخبار يوميا؟

المصدر	التكرار	النسبة المئوية %
التيك توك	26	17,3
منصات أخرى (فيسبوك، انستغرام)	46	30,7
القنوات التلفزيونية	10	6,7

المصدر	التكرار	النسبة المئوية %
المواقع الإخبارية	33	22
الصحافة المكتوبة	35	23,3
المجموع	150	100.0

يبين الجدول توزيع إجابات أفراد العينة حول المصدر الأكثر اعتماداً عليه في متابعة الأخبار اليومية، حيث تشير النتائج إلى أن منصات التواصل الاجتماعي الأخرى (فيسبوك وإنستغرام) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 30.7% وبعدها تكرارات بلغ 46 فرداً، مما يدل على أن هذه المنصات تمثل المصدر الإخباري الأكثر استخداماً لدى أفراد العينة، ويرجع ذلك إلى سهولة الوصول إليها وسرعة تداول الأخبار عبرها.

وجاءت الصحافة المكتوبة في المرتبة الثانية بنسبة 23.3% وبعدها 35 فرداً، تليها المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة 22% وبعدها 33 فرداً، وهو ما يعكس استمرار ثقة شريحة معتبرة من المبحوثين في المصادر الإعلامية التقليدية والإلكترونية المتخصصة للحصول على الأخبار والمعلومات.

أما التيك توك فقد احتل المرتبة الرابعة بنسبة 17.3% وبعدها 26 فرداً، وهي نسبة لا يستهان بها، وتؤكد تنامي دور المنصات الرقمية الحديثة في نقل الأخبار، خاصة لدى فئة الشباب الذين يقضون وقتاً طويلاً على هذه التطبيقات.

في المقابل، جاءت القنوات التلفزيونية في المرتبة الأخيرة بنسبة 6.7% وبعدها 10 أفراد فقط، مما يشير إلى تراجع الاعتماد على التلفزيون كمصدر رئيسي للأخبار مقارنة بالوسائط الرقمية الحديثة.

وبهذا فإن 70% من أفراد العينة تقريباً يعتمدون على الوسائط الرقمية (فيسبوك، إنستغرام، تيك توك، والمواقع الإخبارية الإلكترونية) في متابعة الأخبار اليومية، مقابل 30% فقط يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما يعكس التحول الواضح نحو الإعلام الرقمي بوصفه المصدر الأساسي للأخبار لدى أفراد العينة، نظراً لما يتميز به من سرعة في نقل المعلومات وسهولة الوصول إليها والتفاعل معها.

جدول رقم (17) يوضح إجابات الأفراد حول عبارة: إلى أي مدى تثير الأخبار السلبية لديك القلق والتوتر؟

درجة الاثارة	التكرار	النسبة المئوية %
بدرجة كبيرة	2	1,3
بدرجة متوسطة	44	29,3
بدرجة ضعيفة	46	30,7
لا أثير ذلك أبداً	58	38,7
المجموع	150	100.0

يبين الجدول رقم توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى إثارة الأخبار السلبية للقلق والتوتر لديهم، تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة من أفراد العينة، والمقدرة بـ (38.7%) أي ما يعادل (58) فرداً، أفادوا بأن الأخبار السلبية لا تثير لديهم القلق والتوتر إطلاقاً، تليها نسبة (30.7%) بواقع (46) فرداً ممن يرون أنها تثير لديهم القلق والتوتر بدرجة ضعيفة، كما أشار (29.3%) من أفراد العينة، أي (44) فرداً، إلى أن الأخبار السلبية تثير لديهم القلق والتوتر بدرجة متوسطة، في حين سجلت فئة "بدرجة كبيرة" أدنى نسبة بلغت (1.3%) فقط، أي ما يعادل فردين اثنين من إجمالي العينة.

وتكشف هذه النتائج أن غالبية أفراد العينة (69.4%)، وهم مجموع من اختاروا "درجة ضعيفة" و"لا تأثير ذلك أبدا"، لا يتأثرون نفسيا بالأخبار السلبية إلا بدرجات محدودة أو معدومة، مما يدل على انخفاض مستوى الاستثارة الانفعالية المرتبطة بالتعرض لهذا النوع من الأخبار، في المقابل فإن نسبة الذين يشعرون بالقلق والتوتر بدرجة متوسطة أو كبيرة بلغت (30.6%)، وهي نسبة أقل نسبيا، مما يشير إلى وجود فئة من الأفراد ما تزال تتأثر نفسيا بالمحتوى السلبي المتداول.

وبهذا فإن أفراد العينة قد طوروا نوعا من التكيف النفسي مع كثافة الأخبار السلبية المنتشرة عبر وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي جعل استجاباتهم الانفعالية أقل حدة، كما قد تعكس النتائج امتلاك معظم الأفراد لقدرة على ضبط انفعالاتهم أو التمييز بين الأخبار التي تستدعي القلق وتلك التي لا تستحق اهتماما كبيرا.

جدول رقم (18) يوضح إجابات الأفراد حول عبارة: إلى أي مدى يؤدي استخدام التيك توك في التقليل من تفاعلك الاجتماعي الواقعي؟

درجة التأثير	التكرار	النسبة المئوية %
بدرجة كبيرة	25	16,7
بدرجة متوسطة	26	17,3
بدرجة ضعيفة	21	14,0
لا أثير ذلك أبدا	78	52,0
المجموع	150	100.0

يبين الجدول رقم (18) توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى تأثير استخدام تطبيق تيك توك في التقليل من تفاعلهم الاجتماعي الواقعي.

حيث تشير النتائج إلى أن أغلبية أفراد العينة، بنسبة 52 % وبواقع 78 فرداً، يرون أن استخدام تيك توك لا يؤثر إطلاقاً في تفاعلهم الاجتماعي الواقعي، وهي أعلى نسبة مسجلة ضمن بدائل الإجابة، ويعكس ذلك اعتقاد معظم المبحوثين بأن استخدامهم للتطبيق لا يحد من تواصلهم المباشر مع الآخرين أو مشاركتهم في الأنشطة الاجتماعية الواقعية.

في المقابل، أفاد 16.7% من أفراد العينة، أي 25 فرداً، بأن استخدام تيك توك يقلل من تفاعلهم الاجتماعي بدرجة كبيرة، بينما رأى 17.3% منهم، أي 26 فرداً، أن هذا التأثير يكون بدرجة متوسطة. كما أشار 14.0% من المبحوثين، وعددهم 21 فرداً، إلى وجود تأثير بدرجة ضعيفة.

وبهذا فإن اتجاه العام يميل إلى نفي تأثير تيك توك على التفاعل الاجتماعي الواقعي، نظراً لارتفاع نسبة اختيار بديل لا يؤثر ذلك أبداً مقارنة ببقية البدائل ومع ذلك فإن تقارب نسبة الأفراد الذين أقروا بوجود تأثير (48%) مع نسبة الذين نفوا ذلك (52%) يشير إلى تباين واضح في تجارب المبحوثين، وهو ما قد يعود إلى اختلاف مدة الاستخدام، ومستوى الانخراط في التطبيق، وطبيعة العلاقات الاجتماعية لكل فرد، وعليه يمكن الاستنتاج أن تأثير تيك توك على التفاعل الاجتماعي الواقعي ليس ظاهرة عامة لدى جميع أفراد العينة، بل يختلف من فرد لآخر تبعاً لخصائصه وسلوكه الرقمي.

2- عرض ومناقشة نتائج فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: إسهام تيك توك في تغيير أنماط استهلاك الأخبار

النص: تسهم منصة التيك توك إسهاماً ملحوظاً في تغيير أنماط استهلاك الأخبار لدى الطلبة الجزائريين، من خلال تعزيز المحتوى القصير وتفعيل الخوارزميات الموجهة وترسيخ التفاعل المستمر مع صناع المحتوى.

وقد تحققت الفرضية

حيث تدعم هذه الفرضية بشكل قوي من خلال: تراجع اعتماد 90.6% من المستجيبين على التلفزيون، وتراجع اعتماد 76% على الصحافة الرقمية التقليدية، إضافة إلى تفضيل

82% للفيديو القصير، غير أن التقييد يأتي من كون 50% فقط يعتمدون على تيك توك ومتابعة الأخبار بدرجة متوسطة أو كبيرة، مما يعني أن التأثير موجود لكنه ليس مطلقا.

الفرضية الثانية: تميز المحتوى الإخباري بالاختصار والتركيز البصري

النص: يتميز المحتوى الإخباري المتداول على تيك توك في السياق الجزائري بالاختصار والتركيز على الصورة والفيديو، مما يجعله أكثر جاذبية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

وقد تحققت الفرضية

حيث يؤكد 82% تفضيلهم للفيديوهات القصيرة، بينما يقر 68.7% بأن أسلوب العرض القصير والسريع والبصري جعلهم يتابعون موضوعات جديدة، كما تدعم الفرضية بكون الأخبار الثقافية والرياضية (الأكثر قابلية للتقديم البصري المختصر) تحتل المراتب الأولى في المتابعة.

الفرضية الثالثة: دوافع الاعتماد على تيك توك مصدرا للأخبار

النص: ترتبط دوافع اعتماد الشباب الجزائري على تيك توك مصدرا للأخبار بعوامل سهولة الولوج عبر الهاتف الذكي وسرعة الوصول إلى المستجدات، إضافة إلى التشويق البصري.

وقد تحققت الفرضية

حيث يجمع 86.6% على الاستخدام اليومي عبر الهاتف الذكي، وهو ما يجسد عامل سهولة الولوج، كما يوافق 62.7% على استخدام تيك توك للحصول على أخبار، ويعزز ذلك الجاذبية البصرية التي أكدها 82% من خلال تفضيلهم للفيديو القصير.

الفرضية الرابعة: دور خوارزمية "صفحة لك" في توجيه تعرض المستخدم

النص: تؤدي خوارزمية "صفحة لك" دورا حاسما في توجيه تعرض المستخدم الجزائري لموضوعات بعينها، مما يساهم في تشكيل اهتماماته الإخبارية.

وقد تحققت الفرضية جزئيا

حيث يؤكد 46.6% أن الأخبار تظهر لهم عبر الصفحة الرئيسية دون بحث، وهو ما يعكس دور الخوارزمية في التوجيه. كما يقر 68.7% بأن أسلوب العرض جعلهم يتابعون موضوعات جديدة، وهو ما يمكن إسناده جزئياً للخوارزمية.

الفرضية الخامسة: ظهور أنماط جديدة في استهلاك الأخبار

النص: يفضل استخدام المتزايد للمنصة إلى ظهور أنماط جديدة كالمشاهدة السريعة والمتابعة العابرة.

وقد تحققت الفرضية

حيث تتقاطع عدة نتائج في دعم هذه الفرضية: تراجع الاعتماد على التلفزيون والصحافة التقليدية، وتفضيل الفيديو القصير، واللجوء إلى تيك توك بوصفه بوابة أولى للأخبار لدى 45.4%، إضافة إلى سلوك الإتجاه عند 37.3% الذي يعكس نمط المتابعة العابرة.

الفرضية السادسة: انتشار الأخبار غير الدقيقة في غياب الرقابة التحريرية

النص: تتزايد احتمالية انتشار الأخبار غير الدقيقة عبر تيك توك في غياب الرقابة التحريرية المهنية.

وقد تحققت الفرضية جزئياً

يشير 10.7% إلى سلوك إعادة النشر دون تحقق، وهو نسبة تكفي في مجتمعها لتوليد موجات من المعلومات المضللة، كما يقر 66% بأن صورة صانع المحتوى تؤثر في تصديقهم للخبر، مما يكشف عن ضعف معايير التحقق، غير أن الفرضية تبقى جزئية لأن 41.3% يبحثون عن مصادر للتأكد.

الفرضية السابعة: تراجع الثقة بوسائل الإعلام التقليدية

النص: يسهم الاعتماد على تيك توك في تراجع الثقة بوسائل الإعلام التقليدية لصالح صناع المحتوى الرقمي.

وقد تحققت الفرضية جزئيا

تتراجع الثقة بالتلفزيون من حيث الاعتماد (1.3% يعتبرونه المؤثر الأكبر)، في حين يرفض 58.7% الثقة بصناع المحتوى على حساب القنوات. وهذا يكشف عن مشهد معقد لا يسير نحو الاستبدال الكلي، بل نحو إعادة توزيع الثقة بشكل هرمي متعدد المستويات، ويمكن القول إن الثقة بوسائل الإعلام التقليدية تراجعت وظيفيا (الاعتماد) وليس بالضرورة قيميا (التصديق).

خاتمة

3. خاتمة

شهدت البيئة الإعلامية المعاصرة تحولات عميقة بفعل التطور المتسارع لتكنولوجيات الاتصال الرقمي وانتشار منصات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت تؤدي أدوارا متزايدة في إنتاج الأخبار وتداولها واستهلاكها. وفي هذا السياق برزت منصة تيك توك كإحدى أكثر المنصات تأثيرا لدى فئة الشباب، بفضل اعتمادها على المحتوى المرئي القصير والخوارزميات الذكية التي تتيح وصولا سريعا ومخصصا للمضامين، الأمر الذي أسهم في إعادة تشكيل عادات المتلقين وأنماط استهلاكهم للمعلومات والأخبار.

وانطلقت الدراسة الحالية من محاولة فهم دور منصة تيك توك في تغيير أنماط استهلاك الأخبار لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، من خلال الاستناد إلى نموذج الاتصال الفائق عبر الوسائط (Hyperpersonal Model)، وذلك بهدف الكشف عن طبيعة العلاقة التي تربط الشباب الجامعي بالمحتوى الإخباري المتداول عبر المنصة، ورصد خصائص هذا المحتوى، والتعرف على دوافع الاعتماد عليه، إضافة إلى استكشاف أثر الخوارزميات الرقمية في تشكيل التفضيلات والاهتمامات الإخبارية للمستخدمين.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن منصة تيك توك تسهم إسهاما ملحوظا في تغيير أنماط استهلاك الأخبار لدى الشباب الجزائري، من خلال تعزيز المحتوى الإخباري القصير، وتفعيل الخوارزميات الموجهة، وترسيخ التفاعل المستمر مع صناع المحتوى، كما بينت النتائج أن المحتوى الإخباري المتداول عبر المنصة يتسم بالاختصار والتركيز على الصورة والفيديو، مما يجعله أكثر جاذبية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وكشفت الدراسة كذلك أن اعتماد الشباب الجزائري على تيك توك كمصدر للأخبار يرتبط بسهولة الولوج إليه عبر الهواتف الذكية، وسرعة الوصول إلى المستجدات، وما يوفره من عناصر التشويق والجاذبية البصرية.

وأثبتت النتائج أيضا أن خوارزمية "صفحة لك" تؤدي دورا محوريا في توجيه تعرض المستخدمين لموضوعات إخبارية محددة، بما يسهم في تشكيل اهتماماتهم وتفضيلاتهم الإعلامية، كما أفرز الاستخدام المتزايد للمنصة أنماطا جديدة من الاستهلاك الإخباري، أبرزها

المشاهدة السريعة والمتابعة العابرة للمضامين، بالإضافة إلى لأنها أظهرت أن غياب الرقابة التحريرية المهنية على جزء معتبر من المحتوى المنشور يزيد من احتمالية انتشار الأخبار غير الدقيقة والمعلومات المضللة، كما يسهم الاعتماد المتنامي على المنصة في تراجع مستوى الثقة بوسائل الإعلام التقليدية لصالح صناع المحتوى الرقمي.

وعليه، تؤكد هذه الدراسة أن تيك توك لم يعد مجرد فضاء للترفيه والتفاعل الاجتماعي، بل أصبح فاعلا إعلاميا مؤثرا في تشكيل السلوك الإخباري للشباب وإعادة تعريف علاقتهم بالأخبار ومصادرها. ومن ثم تبرز الحاجة إلى تعزيز التربية الإعلامية والرقمية لدى فئة الشباب الجامعي، وتنمية مهارات التحقق من المعلومات والتفكير النقدي، بما يضمن استهلاك أكثر وعيا ومسؤولية للمضامين الإخبارية في البيئة الرقمية المعاصرة.

4. مقترحات وتوصيات الدراسة

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، يمكن تقديم مجموعة من المقترحات والمتمثلة فيما يلي:

- 1- تعزيز برامج التربية الإعلامية والرقمية داخل الجامعات الجزائرية لتنمية مهارات التفكير النقدي والتحقق من صحة الأخبار والمعلومات المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- 2- تشجيع المؤسسات الإعلامية التقليدية على تطوير استراتيجيات رقمية تتلاءم مع خصائص المنصات الحديثة، خاصة من خلال إنتاج محتوى إخباري مختصر وجذاب يناسب طبيعة استخدام الشباب لمنصة تيك توك.
- 3- توعية الشباب الجامعي بمخاطر الأخبار الزائفة والمضللة المنتشرة عبر المنصات الرقمية، وحثهم على التحقق من مصادر المعلومات قبل إعادة نشرها أو التفاعل معها.
- 4- تشجيع صناع المحتوى الإخباري على الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في إنتاج ونشر الأخبار عبر منصة تيك توك.
- 5- تعزيز التعاون بين المؤسسات الجامعية والإعلامية والهيئات المختصة في مجال الاتصال الرقمي من أجل نشر الوعي بالاستخدام المسؤول للمنصات الرقمية.
- 6- الاهتمام بدراسة تأثير الخوارزميات الرقمية على تشكيل الرأي العام والاتجاهات الإعلامية لدى فئة الشباب.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- 1- عبد الحميد، محمد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- 2- عبد الحميد، محمد. (2007). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. القاهرة: عالم الكتب.
- 3- عبد الحميد، محمد. (2018). دراسات في الإعلام الجديد وتكنولوجيا الاتصال. القاهرة: عالم الكتب.
- 4- عبد العزيز، سامي. (2021). الإعلام الرقمي وتحولات الاتصال في العصر الحديث. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 5- عبد الله، محمد. (2022). الخوارزميات الرقمية وتوجيه المحتوى الإعلامي. مجلة بحوث الإعلام الجديد، جامعة المنصورة، 120-123.
- 6- العبد اللطيف، علي. (2021). التطبيقات الذكية والإعلام التفاعلي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 7- العبدلي، علي. (2020). الإعلام الجديد وإشكالات المصادقية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 8- العساف، عبد الله محمد. (2020). الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي. الرياض: مكتبة العبيكان.
- 9- علم الدين، حسن. (2014). تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الإعلام. القاهرة: دار السحاب.
- 10- الضبع، عبد الرؤوف. (2015). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 11- الحربي، عادل إبراهيم. (2020). الصحافة الرقمية والفورية في العصر الحديث. عمان: دار اليازوري العلمية.
- 12- الحمود، فهد عبد الله. (2021). الإعلام الرقمي وتحولاته في العصر الحديث. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- 13- حسن، سامر. (2022). التضليل الإعلامي في منصات التواصل الاجتماعي. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة دمشق، 88-91.
- 14- حسين، سمير. (2006). دراسات في الإعلام والاتصال. القاهرة: عالم الكتب.

- 15- حمزة، عبد اللطيف. (2021). ثقافة الاستهلاك الإعلامي في البيئة الرقمية. الجزائر: دار هومة.
- 16- زيد، علي. (2021). الأخبار الزائفة في البيئة الرقمية: دراسة تحليلية. مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة القاهرة، 66-69.
- 17- سلمي، سميرة، والأخضر، عبد المؤمن. (2021). خصوصية المحتوى الإعلامي عبر تطبيق تيك توك. الوادي: جامعة الوادي.
- 18- بسيوني، عبد الحميد. (2019). الإعلام الجديد وتكنولوجيا الاتصال. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 19- بن سالم، عبد الرزاق. (2023). الخوارزميات وإعادة تشكيل التلقي الإعلامي. مجلة الإعلام الجديد والاتصال الرقمي، جامعة وهران 2، 150-153.
- 20- بن عيسى، عبد القادر. (2021). الإعلام المواطن في ظل المنصات الرقمية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة وهران، 55-58.
- 21- بن محمد، خالد. (2021). فقاعة المعلومات في الشبكات الاجتماعية. مجلة الدراسات الاجتماعية والإعلامية، جامعة الملك سعود، 134-137.
- 22- بن يوسف، أحمد. (2023). انتشار الشائعات في الإعلام الرقمي. مجلة الاتصال والتنمية، جامعة الجزائر 3، 110-113.
- 23- بوضياف، سمير. (2022). تحولات استهلاك الأخبار في البيئة الرقمية. مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة الجزائر 3، 102-105.
- 24- قارة، ناصر محمد. (2023). دور المنصات التفاعلية في صناعة المحتوى الإعلامي. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة قسنطينة 3، 88-91.
- 25- لعريبي، فاطمة الزهراء. (2022). التحول نحو الإعلام التفاعلي في المنصات الاجتماعية. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 2، 120-123.
- 26- مكاي، حسن عماد. (2009). نظريات الإعلام. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 27- مكاي، حسن عماد. (2010). الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

28- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين. (2010). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

29- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين. (2019). (الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

30- المنتج، عبد السلام. (2022). الإعلام الرقمي: سياق الظهور والمفهوم والخصائص. مجلة الاقتصاد والمجتمع.

31- النجار، ناصر رمضان. (2022). وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة المحتوى الرقمي . الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
المراجع باللغة أجنبية:

Newman, Nic, Fletcher, Richard, Robertson, Craig T., Eddy, Kirsten, & Nielsen, Rasmus Kleis. (2024). Digital News Report 2024, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism

Walther, Joseph B. (2007). *Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. Computers in Human Behavior, 23*(5), 2538–2557



قائمة الملاحق

ملحق رقم (01): أداة الدراسة.

استبيان الدراسة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة-

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

عزيزي الطالب / عزيزتي الطالبة،

تحية طيبة وبعد،

نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يهدف إلى التعرف على كيفية استخدامكم لتطبيق تيك توك في

متابعة الأخبار، وتأثير ذلك في عاداتكم الإخبارية، وذلك في إطار إنجاز مذكرة ماستر حول:

"دور منصات التواصل الاجتماعي تيك توك في تغيير أنماط استهلاك الأخبار لدى طلبة قسم علوم

الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة"

البيانات التي ستدلون بها سرية تماما وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

نرجو منكم الإجابة بكل موضوعية وصدق.

تحت إشراف الدكتور:

الطالبتان الباحثتان :

مصعب بلفار

فوزية بيساعد / عمور أمال

المحور الأول: البيانات العامة

يرجى وضع علامة (✓) أمام الإجابة المناسبة:

1- الجنس:

- ☐ ذكر
- ☐ أنثى

2- العمر:

- ☐ أقل من 20 سنة
- ☐ من 20 إلى أقل من 23 سنة
- ☐ من 23 إلى أقل من 26 سنة
- ☐ 26 سنة فأكثر

3- المستوى الدراسي:

- ☐ ليسانس 1
- ☐ ليسانس 2
- ☐ ليسانس 3
- ☐ ماستر 1
- ☐ ماستر 2

4- التخصص:

- ☐ اتصال وعلاقات عامة
- ☐ سمعي بصري
- ☐ اتصال جماهيري
- ☐ أخرى (حدد).....:

5_ منذ متى تستخدم التيك توك

- ☐ أقل من سنة
- ☐ من سنة إلى أقل من 3 سنوات
- ☐ 3 سنوات فأكثر

6- ما متوسط عدد الساعات اليومية التي تقضيها على تيك توك؟

- ☐ أقل من ساعة

قائمة الملاحق

- ☐ من 1 إلى أقل من 2 ساعة
- ☐ من 2 إلى أقل من 3 ساعات
- ☐ 3 ساعات فأكثر

المحور الثاني: استخدام تيك توك والأغراض العامة

يرجى وضع علامة (✓) في الخانة المناسبة أمام كل عبارة التالية وفق هذا المقياس:
المقياس = 5: أوافق بشدة | 4 = أوافق | 3 = محايد | 2 = لا أوافق | 1 = لا أوافق بشدة

الرقم	العبارة	1	2	3	4	5
1	أستخدم تيك توك بشكل يومي تقريبا	☐	☐	☐	☐	☐
2	أستخدم تيك توك في أوقات الفراغ للتسلية والترفيه	☐	☐	☐	☐	☐
3	أستخدم تيك توك للحصول على معلومات وأخبار عن الأحداث الجارية	☐	☐	☐	☐	☐
4	أتابع عبر تيك توك حسابات لأشخاص عاديين ومؤثرين ومؤسسات إعلامية	☐	☐	☐	☐	☐
5	أفضل مشاهدة الفيديوهات القصيرة على قراءة الأخبار النصية المطولة	☐	☐	☐	☐	☐
6	أخرى أذكرها:					

المحور الثالث: استهلاك الأخبار عبر تيك توك

7- ما نوع الأخبار التي تتابعها غالبا على تيك توك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ أخبار سياسية
- ☐ أخبار اجتماعية
- ☐ أخبار ثقافية وفنية
- ☐ أخبار رياضية
- ☐ أخبار دولية
- ☐ أخبار اقتصادية
- ☐ أخرى (حدد).....:

8- إلى أي مدى تعتمد على تيك توك لمتابعة الأخبار؟

- ☐ بدرجة كبيرة جدا
- ☐ بدرجة كبيرة
- ☐ بدرجة متوسطة
- ☐ بدرجة ضعيفة
- ☐ لا أعتمد عليه إطلاقا

يرجى وضع علامة (✓) في الخانة المناسبة أمام كل عبارة التالية وفق هذا المقياس:

قائمة الملاحق

المقياس: 5 = أوافق بشدة | 4 = أوافق | 3 = محايد | 2 = لا أوافق | 1 = لا أوافق بشدة

الرقم	العبارة	1	2	3	4	5
9	ألجأ إلى تيك توك أحيانا لمعرفة ما يحدث قبل متابعة الخبر في وسائل أخرى	☐	☐	☐	☐	☐
10	أتابع الأخبار على تيك توك عن طريق ظهورها في الصفحة الرئيسية	☐	☐	☐	☐	☐
11	أهتم بمحتوى إخباري أحيانا فقط لأنه جاء في فيديو قصير وجذاب	☐	☐	☐	☐	☐
12	أشاهد أخبارا على تيك توك لم أكن لأتابعها في التلفزيون أو المواقع الإخبارية	☐	☐	☐	☐	☐

المحور الرابع: الثقة في مصادر الأخبار على تيك توك (مرتبطة بنموذج الاتصال الفائق)

الرقم	العبارة	1	2	3	4	5
13	أثق في الأخبار التي يقدمها بعض صناع المحتوى على تيك توك أكثر من الأخبار في بعض القنوات التلفزيونية	☐	☐	☐	☐	☐
14	يؤثر أسلوب تقديم صانع المحتوى أثناء عرض الصوت في مدى ثقتي بالخبر	☐	☐	☐	☐	☐
15	يؤثر أسلوب تقديم صانع المحتوى أثناء عرض الصورة في مدى ثقتي					
16	يؤثر أسلوب تقديم صانع المحتوى أثناء طريقة عرض الفيديو ككل في مدى ثقتي					
17	أشعر أن بعض صناع المحتوى على تيك توك أقرب إليّ من الصحفيين في وسائل الإعلام التقليدية	☐	☐	☐	☐	☐
18	صورة صانع المحتوى في أسلوب التقديم تجعلني أصدق الأخبار التي ينشرها	☐	☐	☐	☐	☐
19	عندما يكرر صانع محتوى معين نفس الموضوع، أعتبره مع الوقت مرجعا في المجال الذي يتحدث عنه	☐	☐	☐	☐	☐

المحور الخامس: العرض الانتقائي للذات والتفاعل

الرقم	العبارة	1	2	3	4	5
20	أتابع حسابات إخبارية على تيك توك لأنها تقدم نفسها بصورة جذابة ومقنعة	☐	☐	☐	☐	☐
21	أعتقد أن صناع المحتوى الإخباري على تيك توك يختارون المعلومات والزوايا التي تخدم صورتهم أمام الجمهور	☐	☐	☐	☐	☐
22	أفضل التفاعل ومشاركة الأخبار مع صانع محتوى قريب من أفكاري ويعكس شخصيتي حسب طبيعة المحتوى.	☐	☐	☐	☐	☐

قائمة الملاحق

- 23 أحرص عند التعليق على المحتوى الإخباري في تيك توك على إظهار
نفسى بصورة مثقف ومطلع، بما ينسجم مع اهتماماتي ويحقق لي
التقدير والتفاعل من المتابعين.
- 24 التفاعل الجماهيري (التعليقات، الإعجابات، المشاركات) يجعل
الخبر على تيك توك يبدو أكثر أهمية
- المحور السادس: تأثير تيك توك في أنماط استهلاك الأخبار

- | الرقم | العبارة | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 25 | منذ أن بدأت استخدام تيك توك، قلّ اعتمادي على التلفزيون متابعة الأخبار | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 26 | منذ أن بدأت استخدام تيك توك، قلّ اعتمادي على المواقع الإخبارية أو
الصحافة المكتوبة | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 27 | أقضي وقتاً أطول في مشاهدة الأخبار على تيك توك مقارنة بوسائل الإعلام
الأخرى | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 28 | أسلوب عرض الأخبار على تيك توك (قصير، سريع، بصري) يجعلني أتابع
مواضيع لم أكن مهتماً بها سابقاً | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 29 | مشاركة الأخبار والتفاعل عليها في تيك توك تشجّعني على مناقشة هذه الأخبار
مع أصدقائي وعائلي خارج المنصة | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 30 | ما المصدر الذي تعتبره "الأكثر تأثيراً" في طريقة تفكيرك حول الأحداث الجارية؟ | | | | | |

• تيك توك ☐

• منصات تواصل أخرى (Facebook, Instagram, X...) ☐

• التلفزيون ☐

• المواقع الإخبارية ☐

• الأصدقاء والعائلة ☐

• أخرى (حدد): ☐

31- عندما تشاهد خبراً مهماً لأول مرة على تيك توك، ماذا تفعل غالباً؟

• أصدقه مباشرة ☐

• أبحث عن مصدر آخر للتأكد منه ☐

• أحتفظ به دون مشاركة ☐

• أعيد نشره أو أرسله للآخرين دون تحقق ☐

• ☐ أتجاهله

32- ما المصدر الذي تعتمد عليه أكثر لمتابعة الأخبار يوميا؟

• ☐ تيك توك

• ☐ منصات تواصل أخرى (Facebook, Instagram...)

• ☐ القنوات التلفزيونية

• ☐ المواقع الإخبارية

• ☐ الصحافة المكتوبة

• ☐ أخرى (حدد) :

33 - إلى أي مدى تثير الأخبار السلبية لديك القلق والتوتر؟

• ☐ بدرجة كبيرة جدا

• ☐ بدرجة كبيرة

• ☐ بدرجة متوسطة

• ☐ بدرجة ضعيفة

• ☐ لا تثير ذلك أبدا

34- إلى أي مدى يؤدي استخدام تيك توك في التقليل من تفاعلك الاجتماعي الواقعي؟

• ☐ بدرجة كبيرة جدا

• ☐ بدرجة كبيرة

• ☐ بدرجة متوسطة

• ☐ بدرجة ضعيفة

• ☐ لا تثير ذلك أبدا

ملحق رقم (02): مخرجات برنامج (SPSS).

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	19	12,7	12,7	12,7
	أنثى	131	87,3	87,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنة أقل من 20	43	28,7	28,7	28,7
	سنة 23 إلى أقل من 20	80	53,3	53,3	82,0
	سنة 26 إلى أقل من 23	27	18,0	18,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

الدراسي. المستوى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ليسانس 1	35	23,3	23,3	23,3
	ليسانس 2	58	38,7	38,7	62,0
	ليسانس 3	30	20,0	20,0	82,0
	ماجستير 1	18	12,0	12,0	94,0
	ماجستير 2	9	6,0	6,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

التخصص

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اتصال وعلاقات عامة	40	26,7	26,7	26,7
	سمعي بصري	62	41,3	41,3	68,0
	اتصال جماهيري	35	23,3	23,3	91,3
	أخرى	13	8,7	8,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

قائمة الملاحق

منذ متى تستخدم التيك توك

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من سنة	32	21,3	21,3	21,3
	سنوات 3 من سنة أقل من	76	50,7	50,7	72,0
	سنوات فأكثر 3	42	28,0	28,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

ما متوسط عدد ساعات اليومية التي تقضيها على تيك توك؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من ساعة	16	10,7	10,7	10,7
	ساعة 2 إلى أقل من 1 من	39	26,0	26,0	36,7
	ساعات 3 إلى أقل من 2 من	29	19,3	19,3	56,0
	ساعات فأكثر 3	66	44,0	44,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

المحور الثاني: استخدام التيك توك والأغراض العامة:

أستخدم التيك توك بشكل يومي تقريبا

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	8	5,3	5,3	5,3
	محايد	12	8,0	8,0	13,3
	أوافق	50	33,3	33,3	46,7
	أوافق بشدة	80	53,3	53,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أستخدم التيك توك في أوقات الفراغ للتسلية والترفيه

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	20	13,3	13,3	13,3
	أوافق	74	49,3	49,3	62,7
	أوافق بشدة	56	37,3	37,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

قائمة الملاحق

أستخدم التيك توك للحصول على معلومات وأخبار عن الأحداث الجارية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	8	5,3	5,3	5,3
	لا أوافق	24	16,0	16,0	21,3
	محايد	24	16,0	16,0	37,3
	أوافق	36	24,0	24,0	61,3
	أوافق بشدة	58	38,7	38,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أتابع عبر التيك توك حسابات لأشخاص عادييين ومؤثرين ومؤسسات اعلامية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	16	10,7	10,7	10,7
	لا أوافق	6	4,0	4,0	14,7
	محايد	19	12,7	12,7	27,3
	أوافق	55	36,7	36,7	64,0
	أوافق بشدة	54	36,0	36,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أفضل مشاهدة الفيديوهات القصيرة على قراءة الأخبار النصية المطولة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	8	5,3	5,3	5,3
	محايد	19	12,7	12,7	18,0
	أوافق	68	45,3	45,3	63,3
	أوافق بشدة	55	36,7	36,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

المحور الثالث: أستهلك الأخبار عبر التيك توك:

س7: ما نوع الأخبار التي تتابعها غالبا على التيك توك؟

اخبار سياسية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أتابع	30	20,0	100,0	100,0
Missing	System	120	80,0		
Total		150	100,0		

قائمة الملاحق

أخبار اجتماعية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أتباع	55	36,7	100,0	100,0
Missing	System	95	63,3		
Total		150	100,0		

أخبار ثقافية وفنية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أتباع	87	58,0	100,0	100,0
Missing	System	63	42,0		
Total		150	100,0		

أخبار رياضية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أتباع	82	54,7	100,0	100,0
Missing	System	68	45,3		
Total		150	100,0		

أخبار دولية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أتباع	28	18,7	100,0	100,0
Missing	System	122	81,3		
Total		150	100,0		

أخبار اقتصادية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أتباع	35	23,3	100,0	100,0
Missing	System	115	76,7		
Total		150	100,0		

قائمة الملاحق

إلى أي مدى تعتمد على تيك توك لمتابعة الأخبار؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	بدرجة كبيرة	19	12,7	12,7	12,7
	بدرجة متوسطة	56	37,3	37,3	50,0
	بدرجة ضعيفة	56	37,3	37,3	87,3
	لا أعتمد عليه إطلاقاً	19	12,7	12,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

الجأ إلى التيك توك أحياناً لمعرفة ما يحدث قبل متابعة الخبر في وسائل أخرى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	43	28,7	28,7	28,7
	لا أوافق	17	11,3	11,3	40,0
	محايد	22	14,7	14,7	54,7
	أوافق	37	24,7	24,7	79,3
	أوافق بشدة	31	20,7	20,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أتابع الأخبار على التيك توك عن طريق ظهورها في الصفحة الرئيسية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	12	8,0	8,0	8,0
	محايد	68	45,3	45,3	53,3
	أوافق	50	33,3	33,3	86,7
	أوافق بشدة	20	13,3	13,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أهتم بمحتوى إخباري أحياناً فقط لأنه جاء في فيديو قصير وجذاب

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	13	8,7	8,7	8,7
	لا أوافق	2	1,3	1,3	10,0
	محايد	66	44,0	44,0	54,0
	أوافق	33	22,0	22,0	76,0
	أوافق بشدة	36	24,0	24,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

قائمة الملاحق

أشاهد أخبار على التيك توك لم أكن لأتابعها في التلفزيون أو مواقع الاخبارية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	1	,7	,7	,7
	لا أوافق	50	33,3	33,3	34,0
	محايد	20	13,3	13,3	47,3
	أوافق	63	42,0	42,0	89,3
	أوافق بشدة	16	10,7	10,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

المحور الرابع: الثقة في مصادر الأخبار على التيك توك

أثق في الأخبار التي يقدمها بعض صناع المحتوى على التيك توك أكثر من الأخبار في بعض القنوات التلفزيونية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	47	31,3	31,3	31,3
	لا أوافق	41	27,3	27,3	58,7
	محايد	20	13,3	13,3	72,0
	أوافق	20	13,3	13,3	85,3
	أوافق بشدة	22	14,7	14,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

يؤثر أسلوب تقديم صانع المحتوى أثناء عرض الصوت في مدى ثقتي بالخبر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	23	15,3	15,3	15,3
	لا أوافق	42	28,0	28,0	43,3
	محايد	23	15,3	15,3	58,7
	أوافق	34	22,7	22,7	81,3
	أوافق بشدة	28	18,7	18,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

يؤثر أسلوب تقديم صانع المحتوى أثناء عرض الصورة في مدى ثقتي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	14	9,3	9,3	9,3
	لا أوافق	55	36,7	36,7	46,0
	محايد	33	22,0	22,0	68,0
	أوافق	15	10,0	10,0	78,0
	أوافق بشدة	33	22,0	22,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

قائمة الملاحق

يؤثر أسلوب تقديم صانع المحتوى أثناء طريقة عرض الفيديو كل في مدى تقني

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	34	22,7	22,7	22,7
	محايد	44	29,3	29,3	52,0
	أوافق	32	21,3	21,3	73,3
	أوافق بشدة	40	26,7	26,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أشعر أن بعض صناع المحتوى على التيك توك أقرب إلي من الصحفيين في وسائل الاعلام التقليدية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	31	20,7	20,7	20,7
	لا أوافق	26	17,3	17,3	38,0
	محايد	32	21,3	21,3	59,3
	أوافق	28	18,7	18,7	78,0
	أوافق بشدة	33	22,0	22,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

صورة صانع المحتوى في أسلوب التقديم تجعلني أصدق الأخبار التي ينشرها

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	12	8,0	8,0	8,0
	لا أوافق	37	24,7	24,7	32,7
	محايد	2	1,3	1,3	34,0
	أوافق	62	41,3	41,3	75,3
	أوافق بشدة	37	24,7	24,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

عندما يكرر صانع المحتوى معين نفس الموضوع أعتبره مع الوقت مرجعا في المجال الذي يتحدث فيه

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	12	8,0	8,0	8,0
	لا أوافق	45	30,0	30,0	38,0
	أوافق	53	35,3	35,3	73,3
	أوافق بشدة	40	26,7	26,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

قائمة الملاحق

المحور الخامس: العرض الانتقائي للذات والتفاعل

أتابع حسابات إخبارية على التيك توك لأنها تقدم نفسها بصورة جذابة ومقنعة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	11	7,3	7,3	7,3
	لا أوافق	34	22,7	22,7	30,0
	محايد	27	18,0	18,0	48,0
	أوافق	54	36,0	36,0	84,0
	أوافق بشدة	24	16,0	16,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أعتقد أن صناع المحتوى الإخباري على التيك توك يختارون المعلومات والزوايا التي تخدم صورتهم أمام الجمهور

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	28	18,7	18,7	18,7
	محايد	35	23,3	23,3	42,0
	أوافق	30	20,0	20,0	62,0
	أوافق بشدة	57	38,0	38,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أفضل التفاعل ومشاركة الأخبار مع صانع محتوى قريب من أفكاري ويعكس شخصيتي حسب طبيعة المحتوى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	21	14,0	14,0	14,0
	محايد	27	18,0	18,0	32,0
	أوافق	87	58,0	58,0	90,0
	أوافق بشدة	15	10,0	10,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أحرص عند التعليق على محتوى إخباري في التيك توك على اظهار نفسي بصورة مثقف ومطلع، ما ينسجم مع اهتماماتي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	20	13,3	13,3	13,3
	لا أوافق	25	16,7	16,7	30,0
	محايد	32	21,3	21,3	51,3
	أوافق	61	40,7	40,7	92,0
	أوافق بشدة	12	8,0	8,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

قائمة الملاحق

يجعل الخبر على التيك توك يبدو أكثر (التعليقات، الإعجابات، المشاركات) التفاعل الجماهيري أهمية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	2	1,3	1,3	1,3
	محايد	63	42,0	42,0	43,3
	أوافق	34	22,7	22,7	66,0
	أوافق بشدة	51	34,0	34,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

المحور السادس: تأثير التيك توك في أنماط استهلاك الأخبار

منذ أن بدأت استخدام التيك توك قل اعتمادي على التلفزيون لمتابعة الأخبار

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	11	7,3	7,3	7,3
	لا أوافق	2	1,3	1,3	8,7
	محايد	1	,7	,7	9,3
	أوافق	68	45,3	45,3	54,7
	أوافق بشدة	68	45,3	45,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

منذ أن بدأت استخدام التيك توك قل اعتمادي على المواقع الاخبارية والصحافة المكتوبة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	9	6,0	6,0	6,0
	محايد	27	18,0	18,0	24,0
	أوافق	73	48,7	48,7	72,7
	أوافق بشدة	41	27,3	27,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

أقضي وقتاً أطول في مشاهدة الأخبار على التيك توك مقارنة بوسائل الاعلام الأخرى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	10	6,7	6,7	6,7
	لا أوافق	20	13,3	13,3	20,0
	أوافق	53	35,3	35,3	55,3
	أوافق بشدة	67	44,7	44,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

قائمة الملاحق

يجعلني أتابع مواضيع لم أكن مهتما (قصير، سريع، بصري) أسلوب عرض الخبر على التيك توك بها سابقا

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق بشدة	2	1,3	1,3	1,3
	محايد	45	30,0	30,0	31,3
	أوافق	58	38,7	38,7	70,0
	أوافق بشدة	45	30,0	30,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

مشاركة الأخبار والتفاعل عليها في التيك توك تشجعني على مناقشة هذه الأخبار مع أصدقائي وعائلتي خارج المنصة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا أوافق	33	22,0	22,0	22,0
	محايد	32	21,3	21,3	43,3
	أوافق	42	28,0	28,0	71,3
	أوافق بشدة	43	28,7	28,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

ما المصدر الذي تعتبره الأكثر تأثير في طريقة تفكيرك حول الأحداث الجارية؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tik tok	25	16,7	16,7	16,7
	(facebook , منصات تواصل أخرى , Instag..)	47	31,3	31,3	48,0
	التلفزيون	2	1,3	1,3	49,3
	المواقع الاخبارية	30	20,0	20,0	69,3
	الأصدقاء والعائلة	46	30,7	30,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

عندما تشاهد خبرا مهما لأول مرة على تيك توك ماذا تفعل غالبا؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أصدقه مباشرة	2	1,3	1,3	1,3
	أبحث عن مصادر أخرى للتأكد منه	62	41,3	41,3	42,7
	أحتفظ به دون مشاركة	14	9,3	9,3	52,0
	أعيد نشره أو أرسله للآخرين دون تحقق	16	10,7	10,7	62,7
	أتجاهله	56	37,3	37,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

قائمة الملاحق

ما مصدر الذي تعتمد عليه أكثر لمتابعة الأخبار يوميا

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tik tok	26	17,3	17,3	17,3
	منصات تواصل أخرى (facebook , Instag..)	46	30,7	30,7	48,0
	القنوات التلفزيونية	10	6,7	6,7	54,7
	المواقع الاخبارية	33	22,0	22,0	76,7
	الأصدقاء والعائلة	35	23,3	23,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

تساهم المالى أى مدى تثير الأخبار السلبية لديك القلق والتوتر؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	بدرجة كبيرة	2	1,3	1,3	1,3
	بدرجة متوسطة	44	29,3	29,3	30,7
	بدرجة ضعيفة	46	30,7	30,7	61,3
	لا تثير ذلك أبدا	58	38,7	38,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

إلى أى مدى يؤدي استخدام التيك توك في التقليل من تفاعلك الاجتماعي الواقعي؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	بدرجة كبيرة جدا	25	16,7	16,7	16,7
	بدرجة متوسطة	26	17,3	17,3	34,0
	بدرجة ضعيفة	21	14,0	14,0	48,0
	لا تثير ذلك أبدا	78	52,0	52,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	