

مجلة

مجلة العلاقات العامة

Journal of
PR
research
Middle East

الشرق الأوسط



معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٥ = ١,٧٥ Q1

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثالثة عشرة - العدد الستون - أكتوبر/ديسمبر ٢٠٢٥ م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- غرف الصدى في التغطية الإخبارية ودورها في تشكيل السرديات الجيوسياسية
أ.م.د. ياسمين محمد إبراهيم (جامعة بني سويف)
أ.د. أماني ألبرت (جامعة بني سويف)
د. آية طارق عبد الهادي سيد (المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

- انعكاسات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعية على الجيل Z: دراسة تطبيقية على منصة التيك توك
د. فيصل كامل نجم الدين محمد (جامعة ليوا - العين)
أ.م.د. غادة محمد عثمان صالح (جامعة ليوا - العين) ... ص ١٣
- الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الاتصالات التسويقية المتكاملة
أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي (جامعة ليوا - العين) ... ص ٣٧
- التحليل السيميائي للكاريكاتير على صفحات مواقع التواصل الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية خلال العدوان على غزة: صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية نموذجًا.
د. أمل محمد محمد حنيش (جامعة الأزهر) ... ص ٩٩
- توظيف أدوات الاستماع الاجتماعي في تحليل المشاعر واتجاهات الرأي العام نحو قضايا الثانوية العامة المصرية
د. أسماء أحمد جودة الإبيهي (المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر) ... ص ١٥٥
- الإعلان التلفزيوني وسلوك الشراء لدى المراهقين في القرية المصرية: دراسة ميدانية
د. سامح السيد شراقي (جامعة الأزهر)
- استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباع المتحققة منها:
دراسة ميدانية على جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة
د. عهد ماهر موسى أبو دراز (جامعة أم القيوين) ... ص ٢٤٩
- اتجاهات الجمهور المصري نحو استخدام مقاطع الريلز كأداة للتوعية بالأمن السيبراني عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية
د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول (جامعة الأزهر)
د. شيماء أحمد محمد رفعت (جامعة الأزهر) ... ص ٢٨٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠
جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٥ @ APRA
الوكالة العربية للعلاقات العامة
www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد وحالياً رئيس قسم الإعلام الرقمي بجامعة النور في نينوى / العراق

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايغ (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

أ.د. خلود بنت عبد الله ملياني (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. طارق محمد الصعيدي (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٣٠١٩ / ٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr@epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818- 02-376-20 (+2) - 151- 14- 15- 0114 (+2) - 157- 14- 15- 0114 (+2)

فاكس : 73- 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة). والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية . الإنجليزية . الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنت (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًا فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريون والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$. على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها تسعة وخمسون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسييف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٥م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، بمعامل تأثير = ١,٧٥، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١,٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة - إثراء - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الستين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا باللغة الإنجليزية من مصر قَدَّمه: أ.م.د. ياسمين محمد إبراهيم، أ.د. أماني ألبرت، من جامعة بني سويف، ود. آية طارق عبد الهادي سيد، من المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث، بعنوان: "غرف الصدى في التغطية الإخبارية ودورها في تشكيل السرديات الجيوسياسية".

ومن جامعة ليوا بالعين نجد بحثًا مشتركًا مقدَّم من: د. فيصل كامل نجم الدين محمد، أ.م.د. غادة محمد عثمان صالح من السودان، تحت عنوان: "انعكاسات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعية على الجيل Z: دراسة تطبيقية على منصة التيك توك".

ومن جامعة ليوا أيضًا قَدَّم: أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي، من مصر، دراسة بعنوان: "الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الاتصالات التسويقية المتكاملة".

ومن جامعة الأزهر قدّمت د. أمل محمد محمد حنيش، من مصر، دراسة بعنوان: "التحليل السيميائي للكاريكاتير على صفحات مواقع التواصل الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية خلال العدوان على غزة: صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية نموذجًا".

وقدّمت د. أسماء أحمد جودة الإبشيبي، من مصر، من المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر، دراسة بعنوان: "توظيف أدوات الاستماع الاجتماعي في تحليل المشاعر واتجاهات الرأي العام نحو قضايا الثانوية العامة المصرية".

ومن جامعة الأزهر قدّم كل من: د. سامح السيد شراقي، د. أسامة مصطفى عبد الوهاب، من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "الإعلان التلفزيوني وسلوك الشراء لدى المراهقين في القرية المصرية". أما د. عهد ماهر موسى أبو دراز، من فلسطين، من جامعة أم القيوين، قدّم دراسة ميدانية على جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة بعنوان: "استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشبيعات المتحققة منها".

وأخيرًا قدّمت كل من: د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول، د. شيماء أحمد محمد رفعت من جامعة الأزهر، من مصر، دراسة ميدانية مشتركة بعنوان: "اتجاهات الجمهور المصري نحو استخدام مقاطع الريلز كأداة للتوعية بالأمن السيبراني عبر شبكات التواصل الاجتماعي".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراة والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

انعكاسات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعية على الجيل Z: دراسة تطبيقية على منصة التيك توك^(*)

إعداد

د. فيصل كامل نجم الدين ^(**) أ.م.د. غادة محمد صالح ^(***)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٢٩ أكتوبر ٢٠٢٥م، وقُبل للنشر في ٢٥ ديسمبر ٢٠٢٥م.
(**) أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام الرقمي في كلية الإعلام والعلاقات العامة – جامعة ليبيا بالعين.
(**) أستاذ الإذاعة والتلفزيون المشارك بقسم الإعلام الرقمي في كلية الإعلام والعلاقات العامة – جامعة ليبيا بالعين.

انعكاسات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعية على الجيل Z: دراسة تطبيقية على منصة التيك توك

أ.م.د. غادة محمد صالح
ghadofa47@gmail.com
جامعة ليوا

د. فيصل كامل نجم الدين
faisalkamil79@gmail.com
جامعة ليوا

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على موقع الأطفال في البيئة الرقمية والتعرف على انعكاسات مؤثري تيك توك عليهم، ويستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي في وصف الظاهرة والتعرف على تأثيراتها على جيل الأطفال، وتفسير طبيعة الأطفال بفئاتهم المختلفة؛ حيث يعد قضاء الوقت على الإنترنت أمراً مهماً لجيل الأطفال لاكتساب المهارات الفنية اللازمة التي يحتاجونها للتنقل في الإنترنت. وإنها تتيح لهم أن يكونوا مستخدمين أكفاء في عصر رقمي، حيث يمكنهم المشاركة الكاملة في المجتمع الرقمي وتعلم المهارات الاجتماعية. والتكيف مع وجود شبكة من الأصدقاء والمعارف. يستخدم الأطفال والشباب وسائل التواصل الاجتماعي بطرق مختلفة لم يفكر بها من قبل. إنها ليست مجرد وسيلة للتواصل الاجتماعي، ولكن الأطفال وجدوا طرقاً جديدة للتعبير عن أنفسهم والتفاعل مع جمهور أوسع، ويعتبر التفاعل من خلال التيك توك لغة خاصة بهذا الجيل حيث يجدون ما يفقدونه في واقعهم ويشاهدون مقاطع مؤثري التيك توك متنوعة الموضوعات ويتأثرون بها سلباً وإيجاباً. ولمواقع التواصل تأثير كبير على الأطفال بمختلف منصاتهما وأخذت مكانة كبيرة في حياة كل شخص، حيث يقضي الأشخاص عدداً كبيراً من الساعات على الهواتف الخاصة بهم، ولكن استخدام مواقع التواصل على الأطفال قد يكون له ضرر أكثر تأثيراً من الكبار، حيث أن الطفل يكون في طور التكوين ويتأثر بشكل كبير بكل ما يمر به من تجارب، وفي هذا البحث سنناقش مساوئ استخدام التيك توك بكثرة على الأطفال، وسنعرض نتائج تجدون من خلالها الحلول للتعامل مع جيل التيك توك.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعية - المؤثرون - الجيل Z - منصة التيك توك.

مقدمة:

من الملاحظات التي تلفت انتباه كل أفراد المجتمع هو مدى تأثير وتقليد الجيل Z لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً تأثير التكنولوجيا عليهم، ويساعد هذا البحث في فهم كيفية تأثير مؤثري التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية على تطور سلوك الجيل Z، من خلال دراسة واقعهم في بيئة رقمية معينة، ويمكن تحديد المخاطر والتحديات التي قد تواجههم أثناء استخدامهم لتطبيق مثل تيك توك، وبما يتركه من تأثيرات نفسية مثل القلق والاكتئاب بسبب المقارنة الاجتماعية، والتمتع الإلكتروني بالإضافة إلى فقدانهم التركيز والمشاكل الأكاديمية بسبب الاستهلاك المفرط للمحتوى فضلاً عن حماية الخصوصية والأمن المتعلق بحماية بيانات المستخدمين. من جانب آخر يقوم مؤثرو التيك

توك بمدهم معلومات جديدة ومفيدة وتعريفهم بالمهن المستقبلية والأماكن السياحية واكتساب عادات ومهارات جديدة.

من المهم توجيه بعض السياسات العامة، والاقتراحات التربوية للمساعدة في تقويم السلوكيات السلبية للجيل Z، وبفهم أعمق لواقعهم في تقليد مؤثري التيك توك، يمكن توجيه جهود التدخل التربوي وتطوير السياسات العامة المتعلقة بحمايتهم على الإنترنت وتعزيز استخدامهم الآمن للتكنولوجيا، وتحفيز الأبحاث الإضافية في هذا المجال مما يساهم في زيادة الدراسات والأبحاث التي تستكشف تأثير المؤثرين على الجيل Z.

مشكلة البحث:

انتشرت منصات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها تطبيق التيك توك انتشارًا واسعًا بين شريحة الجيل Z، حيث انعكس على ممارساتهم اليومية في الترفيه والتواصل والتعلم والتعبير عن الذات ويثير هذا الانتشار أسئلة متعددة حول طبيعة الانعكاسات التي تؤثر على هذه الشريحة من الأطفال سواء على القيم والسلوكيات أو أنماط التفاعل الاجتماعي والتفكير، وتظهر مشكلة البحث في التباين الجلي بين الإيجابيات المحتملة باستخدام التطبيق مثل تعزيز التفاعل الرقمي وتنمية الإبداع وبين السلبيات المرتبطة به كالتحديات الأخلاقية ومهددات الخصوصية والتأثيرات النفسية والاجتماعية، كما أن تطور المنصة وسرعة تغيير سياساتها وخصائصها يزيد من صعوبة تحديد هذه الانعكاسات ومن هنا تبرز مشكلة هذا البحث في محاولة الكشف عن التأثيرات المتعددة باستخدام تيك توك على الجيل Z وفهم أبعادها المعرفية والسلوكية والاجتماعية ضمن سياقاتها الرقمية المعاصرة.

أهداف البحث:

- ١- تحليل الانعكاسات الاجتماعية والثقافية لمؤثري تطبيق تيك توك على الجيل Z.
- ٢- الوصول إلى التأثيرات النفسية والسلوكية المرتبطة بمؤثري تطبيق التيك توك على أفراد الجيل Z.
- ٣- تقييم أبعاد المؤثرين الإيجابية بتيك توك ودوره في تنمية الإبداع واكتساب المعرفة وتوسيع دائرة المشاركة المجتمعية لدى الجيل Z.
- ٤- التعرف على التحديات الأخلاقية والتربوية التي يفرضها مؤثرو التيك توك على الجيل Z

تساؤلات البحث:

- ١- ما طبيعة الانعكاسات الاجتماعية والثقافية التي يتركها مؤثرو التيك توك على الجيل Z.
- ٢- كيف تؤثر محتويات مؤثري التيك توك على الأبعاد النفسية والسلوكية لدى أفراد الجيل Z.
- ٣- ما الأبعاد الإيجابية التي يمكن أن يسهم بها مؤثرو التيك توك في تعزيز اكتساب المعرفة والإبداع وتوسيع المشاركة المجتمعية لدى الجيل Z.

٤- ما أبرز التحديات الأخلاقية والتربوية التي يفرضها مؤثرو التيك توك على الجيل Z وكيف يمكن مواجهتها.

منهج البحث:

المنهج الوصفي باستخدام المسح بالعينة هو نوع من مناهج البحث يركز على وصف الظواهر المعقدة وتحليلها من خلال جمع البيانات من عينة محددة من السكان ومن ثم تحليل هذه البيانات لفهم العلاقات والاتجاهات والأنماط الموجودة. يهدف المنهج الوصفي والمسح إلى توفير صورة واضحة وشاملة للظاهرة المدروسة دون التركيز على تحديد العلاقات السببية بين المتغيرات.

أدوات البحث:

استخدم الباحثان أداة الاستبيان بهدف التعرف على انعكاسات مؤثري التيك توك على المبحوثين.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: (الحربي، ع.ع، قطب، أ.ع، ٢٠٢٥م)

هدفت الدراسة الحالية للتعرف على استخدام الشباب السعودي لتطبيق "التيك توك" ومدى تأثيراته على قيمهم الأخلاقية. استندت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع. وتم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من ٣٥٠ مفردة من الشباب السعودي من الذكور الإناث. خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام التيك توك ودوافع استخدامهم للتطبيق. كما أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام تطبيق التيك توك وتعزيز محتوى تطبيق التيك توك للقيم الإيجابية $r=0.317$ ، كذلك أكدت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام تطبيق التيك توك وتعزيز محتوى تطبيق التيك توك للقيم السلبية.

الدراسة الثانية: (غراب، سحر، ٢٠٢٤م)

تهدف هذه الدراسة إلى رصد والتعرف على منصة التيك توك والهدف من إنشائها ودراسة تحديات الموت التي انتشرت بشكل كبير بين جيل Z - ودراسة كيف تتأثر سلوكيات جيل Z بهذه التحديات، واستعانت الباحثة بنظرية التعلم الاجتماعي، كما اعتمدت على منهج الأنثروبولوجي ومنهج الوصف الإثنوجرافي، واستخدمت تحليل المضمون والمقابلات الفردية والمقابلات البؤرية Focus group discussions حتى تفسير سلوك جيل Z وترصد مدى تأثره بتحديات الموت في تطبيق التيك توك.

وخرجت الدراسة بعدد من النتائج من أهمها أولاً: أن تطبيق التيك توك سيظل الوسيلة والمنفذ الذي يعتمد عليه الشباب والأطفال للتنفيس عن غضبهم ولإثبات الذات واكتشاف مهاراتهم، ثانياً: كما أثبتت الدراسة الميدانية أن أسلوب التنشئة الاجتماعية المبني على العنف من أهم العوامل التي أدت

إلى لجوء جيل Z إلى تجربة هذه التحديات الخطيرة دون الخوف أو القلق من العواقب والنتائج.

الدراسة الثالثة: (صالح، طارق، هني، فارس، زينغ، عبد الباسط ٢٠٢٣م)

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر استخدام التيك توك على تلاميذ الطور الثانوي، اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي كما استخدمنا الاستبيان أداة لجمع البيانات والمعلومات على عينة قصدية حتى توصلنا إلى النتائج التالية: كشفت لنا الدراسة أن معظم التلاميذ يستخدمون التيك توك فترة الذروة بعد الانتهاء من الدراسة والمراجعة. من أجل تبادل المعلومات والتسلية والترفيه، وله تأثير إيجابي وسلبي في نفس الوقت للتلاميذ

الدراسة الرابعة: (بوطلة بشرى، ٢٠٢٢م) تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن إشكالية ظهور الأطفال في تطبيق تيك توك واستغلاله لكسب الشهرة وتحقيق أكبر عدد من المتفاعلين، يعالج بحثنا إشكالية ظهور المدمن للأطفال في تطبيق التيك توك، قمنا بتجسيد هذه الإشكالية في التساؤل التالي: ما هو شكل ومضمون حضور الأطفال في تطبيق التيك توك بالجزائر؟، ولدراسة هذه الإشكالية اعتمدنا على المنهج الوصفي بشقيه التحليلي، قمنا باختيار ٢٥ فيديو جزائري للتحليل وتوصلنا إلى النتائج أبرزها أن هناك ظهوراً كبيراً للأطفال في فيديوهات على تطبيق التيك توك، وأغلب ظهورهم كما ضمن المشاهد غنائية راقصة، مبالغين في التعبير عنها بالرقص والتمايل مقلدين الأشخاص الأكبر منهم سناً.

الدراسة الخامسة: (إسماعيل إسماء، ٢٠٢٢م) تهدف هذه الدراسة للتعرف على وضع استخدام الأطفال داخل تطبيق التيك توك، وأيضاً التعرف على السلوكيات والقيم التي يجسدها الطفل من خلال المقاطع القصيرة المصورة على تطبيق التيك توك، وذلك من خلال استخدام أداة تحليل المضمون، وبالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، تم اختيار ١٠٠ مقطع فيديو للأطفال المصريين على التطبيق، وتوصلت الدراسة إلى أنه يتم استخدام الأطفال بشكل كبير في صناعة مقاطع الفيديو على التيك توك، كما أن معظم ظهورهم كان في مقاطع الرقص والأغاني، وأكثر سلوك لهم هو التمايل وتقليد الكبار خاصة المشاهير.

الدراسة السادسة: (بلحاشي، عبدالحق، كاوري، فوزي، ٢٠٢٢م)

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير استخدام تطبيق التيك توك على تلاميذ الثانوية، من خلال دراسة على عينة من تلاميذ ثانوية أحمد توفيق المدني _بمدينة المشرية_ والية النعامة. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام تلاميذ الثانوية لتطبيق التيك توك الكشف عن الإشباعات المحققة من استخدام تلاميذ الثانوية لتطبيق التيك توك.

التعرف على تأثير استخدام تطبيق التيك توك على القيم الثقافية لتلاميذ الثانوية. اعتمدنا على المنهج الوصفي وقد تم جمع البيانات من خلال استمارة الاستبيان، حيث شملت العينة المبحوثة (٩٠) تم توزيعها بالطريقة القصدية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أغلب أفراد عينة الدراسة هم إناث بنسبة ٦١.١٪، أما الشريحة الأكثر استخداماً ١٧-١٨ سنة وهي أكثر فئة مقارنة بغيرها وحجم الاستخدام ٣ ساعات في اليوم، وأغلب المبحوثين مزاولين لدراساتهم في أقسام السنة الأولى ثانوي جذع مشترك علوم طبيعية وجذع مشترك آداب.

استخدام التلاميذ التيك توك واستهلاكهم للمحتويات الثقافية مثل الرقص والغناء والتسلية والترفيه والموضة وتفضيلها على المحتويات الدينية والعلمية والثقافية جعلهم يتأثرون بالعادات الغربية الدخيلة على المجتمع الجزائري مثل اللباس الغربي والسلوك الهمجي والعنف والعوانية والكلام البذيء.

الدراسة السابعة: (عبدالكريم، نهلة حلمي، ٢٠٢١م) هدفت الدراسة إلى مراقبة أولياء الأمور لاستخدام الأطفال لتطبيق التيك توك، وطبيعة السلوكيات التي يكتسبها الطفل نتيجة استخدامه لتطبيق التيك توك، ومدى تعلق الطفل واعتياده على استخدام تطبيق التيك توك، ومخاطره على الأطفال، وكيفية حماية الأطفال من استخدام هذا التطبيق، وتعد هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ويمثل مجتمع الدراسة أولياء أمور مستخدمي تكنولوجيا الاتصال الحديثة من الأطفال في الفئة العمرية من ٤ سنوات إلى ١٥ سنة وتطبيق التيك توك TIK TOK، واتجهنا لاختيار ٢٠٠ مفردة من أولياء أمور الأطفال المستخدمين لتطبيق التيك توك في المجتمع المصري، وتوصلت الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين يوافقون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تؤدي إلى تبني الطفل لقيم جديدة مغايرة للعادات والقيم الاجتماعية بنسبة ٦٨٪.

الدراسة الثامنة: (فتحي مها، ٢٠٢١م) هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة البحث في عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من طلاب الجامعات المصرية بواقع ٢٠٠ ذكور و ٢٠٠ إناث من جامعات (بني سويف النهضة المنيا دراية) اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء، وتمثلت نتائج الدراسة فيما يلي: جاءت أهم أسباب تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك Tik Tok المعروضة عبر الهواتف الذكية في الترتيب الأول من هذه الأسباب للتسلية والترفيه، ثم "التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه، أشارت النتائج إلى أهم القيم التي أبرزتها فيديوهات Tik Tok المعروضة على تطبيق الهواتف الذكية في الترتيب الأول من هذه القيم الأخلاقية"، يليها القيم الدينية، ثم "القيم الثقافية"، يليها القيم الاجتماعية وأخيراً جاءت قيم المواطنة.

الدراسة التاسعة: (جعود سماح، ٢٠٢٠م) تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على إشكالية استغلال الطفولة لكسب الشهرة وتحقيق أكبر عدد من المشاهدين في مواقع التواصل الاجتماعي، ونشر الوعي ووضع قوانين تضبط استخدام هذا التطبيق لحماية الأطفال من الانحلال الخلقي وانتهاك قيمهم الاجتماعية، واعتمدنا على المنهج الوصفي، حيث اخترنا ٩٥ فيديو جزائري بالتحليل، حيث توصلنا في النتائج إلى أن هناك ظهوراً كبيراً للأطفال في برنامج التيك توك، كما أن أغلب ظهور لهم كان في مشاهد أغاني ورقصات كما أن أكثر سلوك ظهوراً هو المبالغة في التعبير عن شعورهم والرقص والتمايل وتقليد الكبار.

التعليق على الدراسات السابقة:

تظهر الأدبيات السابقة اهتمامًا واسعًا بظاهرة مشاركة الجيل Z على منصة التيك توك، حيث ركزت بعض الدراسات (جعود، سماح، بوطلحة بشرى) على إشكالية استغلال جيل Z في محتويات ترفيهية تقتصر إلى الضوابط القانونية والأخلاقية، فيما عكست دراسة "نهلة حلمي" الأبعاد النفسية والسلوكية، غير أنها اقتصرت على رؤية أولياء الأمور دون الغوص في التجارب الذاتية للجيل Z، وركزت دراسة "إسراء إسماعيل" على ظاهرة التقليد والمبالغة، إلا أن معالجتها جاءت وصفية أكثر منها تحليلية، من جانب آخر أبرزت دراسات جزائرية (بلحاشي ورفاقه، صالح ورفاقه) أنماط الاستخدام لدى الجيل Z وعلاقتها بالتحويلات القيمية، لكنها بقيت محكومة بالمسوح الوصفية محدودة العمق، من جانب آخر قدمت "مها محمد فتحي" مساهمة مهمة بربط التعرض لمحتوى المؤثرين بتشكيل القيم الاجتماعية، إلا أنها لم تميز بوضوح بين التأثير الصادر عن المستخدمين العاديين وبين متابعي المؤثرين..

وعليه يمكن القول إن معظم الدراسات السابقة ركزت على الجوانب السلبية أو على فئات عمرية أصغر مع غياب تناول شامل وممنهج لانعكاسات المؤثرين تحديدًا على الجيل Z، ومن هنا تتحدد الفجوة البحثية التي يسعى هذا البحث إلى معالجتها عبر مقارنة نقدية متوازنة تجمع بين الأبعاد الاجتماعية والنفسية والثقافية والأخلاقية، مع التركيز على التفاعل المعقد بين المؤثرين والجيل Z في بيئة الإنترنت.

الإطار النظري:

الجيل هو مجموعة من الأفراد الذين يشتركون في فترات ميلاد متقاربة، وتجارب حياتية متشابهة وتأثيرات ثقافية مشتركة، ويعد جيل Z الجيل الحالي الذي حظي باهتمام واسع من الباحثين والممارسين على حد سواء، ويعرف هذا الجيل بأنه يضم الأفراد الذين ولدوا بعد عام ١٩٩٥، ويتميزون بكونهم مولودين في البيئة الرقمية ويمتلكون سمات فريدة تميزهم عن الأجيال السابقة. (K.A.D.U.Jayatissa,2023)

لأغراض هذه الدراسة سيتم اعتماد المصطلحات الزمنية للأجيال والفترات الزمنية التي حددها "مركز بيو" للأبحاث، ويستند اختيار هذا الإطار إلى المنهجية الواضحة التي اتبعتها "مركز بيو" في تصنيفه للأجيال، يحدد "مركز بيو" تسلسلاً لثمانية أجيال تمتد منذ عام ١٨٨٣م حتى العصر المعاصر وهي كما يلي:

الجيل الضائع (١٨٨٣ - ١٩٠٠م)، الجيل الأعظم / جي آي (١٩٠١ - ١٩٢٧م)، الجيل الصامت (١٩٢٨ - ١٩٤٥م) - جيل الطفرة السكانية (١٩٤٦ - ١٩٦٤م)، جيل أكس (١٩٦٥ - ١٩٨٠م)، جيل الألفية / الجيل واي (١٩٨١ - ١٩٩٦م)، الجيل Z (١٩٩٧ - ٢٠١٢م)، جيل ألفا من (٢٠١٣م -

الحاضر) (Pew Research Center, 2015)

يشير الارتفاع الملحوظ الأخير في استخدام تطبيق تيك توك (وخاصة في فترة الإغلاق) وعدد مستخدميهم النشطين الحالي البالغ ٨٠٠ مليون مستخدم إلى أن هذا التطبيق أصبح راسخًا ومؤثرًا بشكل

مستمر، وبالتأكيد فإن المنصة تستحق متابعة دقيقة ومستمرة، إذ تمثل مرآة لجيل كامل جيل Z، وبما أن جيل Z سُمِّلَ قريباً أكثر من ثلث سكان العالم، فإن من الضروري فهم بيئتهم وسلوكياتهم أو على الأقل التعرف على معالم حياتهم وعاداتهم. (Laura Cervi, 2021)

يُعد تطبيق تيك توك منصة إعلامية تتيح إنشاء مقاطع الفيديو القصيرة ومشاركتها بسهولة ومن منظور متعلمي الجيل Z، يمكن أن يسهم تيك توك في تعزيز التفاعل الاجتماعي، حيث يتيح لهم مشاركة تجاربهم اليومية بما في ذلك جوانب تعلمهم الأكاديمي. (Joemar G. Diaz et al., 2023)

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية: مجتمع وعينة الدراسة:

يُقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، حيث يتمثل مجتمع الدراسة في الجيل Z داخل الامارات، أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة، واستجابة (١٨١)، من أفراد العينة.

تصميم أداة البحث:

من أجل الحصول على المعلومات والبيانات الأولية لهذه الدراسة تم تصميم الاستبيان لدراسة انعكاسات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعية على الجيل Z دراسة تطبيقية على منصة التيك توك. والاستبيان هو من الوسائل المعروفة لجمع المعلومات الميدانية ويتميز بإمكانية جمع المعلومات من مفردات متعددة من عينة الدراسة ويتم تحليلها للوصول للنتائج المحددة، وقد حاول الباحثان في صياغة عبارات الاستبيان ومراعاة الحيادية الممكنة بالابتعاد عن المعاني التي يصعب فهمها أو يلتبس معناها. وبناءً على ذلك تم تصميم استمارة الاستبيان لتفي بالغرض المطلوب لمجتمع الدراسة والعينة المختارة، وبعدها تم إعداد الاستبيان في صورته النهائية واشتملت على قسمين:
القسم الأول: تضمن البيانات الأولية لأفراد العينة.

القسم الثاني: يحتوي على (٣١) عبارة:

وقد طلب من أفراد عينة الدراسة أن يحددوا إجاباتهم عما تصفه كل عبارة وفق المقياس المتدرج والذي يتكون خمس مستويات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) ولقد تم توزيع هذه العبارات على محاور الدراسة. كما تم ترميز إجابات المبحوثين حتى يسهل إدخالها في جهاز الحاسوب للتحليل الإحصائي وذلك على النحو التالي:

جدول (١)
مقياس ليكرت الخماسي المتدرج

الرقم	العبرة
٥	أوافق بشدة
٤	أوافق
٣	محايد
٢	لا أوافق
١	لا أوافق بشدة

الوسط الفرضي = مجموع الأوزان / عددها = $3 = 5/1+2+3+4+5$

والهدف من الوسط الفرضي هو مقارنته بالوسط الحسابي الفعلي للعبارة، حيث إذا زاد الوسط الفعلي عن الوسط الفرضي دل ذلك على **موافقة المبحوثين** على العبارة، أما إذا قل عن الوسط الفرضي دل ذلك على عدم موافقة المبحوثين على العبارة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة والتحقق من فرضيتها تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) والذي يشير اختصاراً إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، كما تمت الاستعانة ببرنامج الإكسل (EXCEL) لتنفيذ الرسومات البيانية المطلوبة في الدراسة. وذلك لاستخدام نتائج الأساليب الإحصائية التالية:

- التوزيع التكراري للإجابات النسب المئوية.
- المتوسط المرجح والانحراف المعياري.

تقييم أدوات القياس:

١. اختبارات صدق محتوى المقياس الظاهري:

تم إجراء اختبار صدق المحتوى لعبارات المقاييس من خلال تقييم صلاحية المفهوم وصلاحية أسئلته من حيث الصياغة والوضوح والتي قد ترجع إما إلى اختلاف المعاني وفقاً لثقافة المجتمع أو نتيجة لترجمة المقاييس من لغة إلى أخرى، حيث قام الباحثان بعرض الاستبيان على عدد من المحكمين* الأكاديميين والمتخصصين بمجال الدراسة ومن مختلف المواقع الوظيفية والتخصصات العلمية لتحليل مضامين عبارات المقاييس ولتحديد مدى التوافق بين عبارات كل مقياس ثم قبول وتعديل بعض العبارات، وبعد استعادة الاستبيان من المحكمين تم إجراء التعديلات التي اقترحت عليه، فيما أشار العدد الآخر من المحكمين أن الاستبيان بشكله الحالي مستوف لشروط الدراسة.

٢. الثبات والصدق الذاتي:

يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة، ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق اختبار ما على مجموعة من الأفراد. ورصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها يكون الاختبار ثابتاً تماماً. كما

يعرف الثبات أيضًا بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار. ومن أكثر الطرق استخدامًا في تقدير ثبات المقياس هي:

أ- طريقة التجزئة النصفية باستخدام معادلة سبيرمان - برون.

ب- معادلة ألفا - كرونباخ.

ج- طريقة إعادة تطبيق الاختبار.

د- طريقة الصور المتكافئة.

أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، وبحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات. وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح، وتم إيجاد معامل ألفا - كرونباخ. لكل المحاور التي يتضمنها هذا الاستبيان، والجدول التالي يوضح نتائج هذا الإجراء:

جدول (٢)

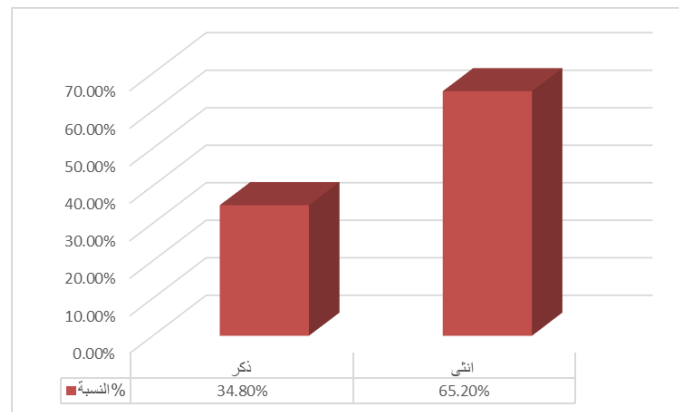
الثبات والصدق Reliability Statistics

عدد العبارات	الثبات	الصدق
31	0.953	0.98

يتضح من الجدول (٢) أن الثبات (معامل ألفا كرونباخ) لعبارات الاستبيان بلغ 0.98 صدق أي 0.953 والثبات لمحاور الدراسة، وهذا يعني أن المقياس يعطي نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة، وهذا يعني صلاحية الاستبيان للقياس.

البيانات الشخصية:

يتناول هنا تحليل المعلومات الشخصية لمعرفة درجة التجانس والتباين لعينة البحث وذلك لضمان تمثيلها للمجتمع، كما يهدف لمعرفة الترابط بين البيانات الشخصية:

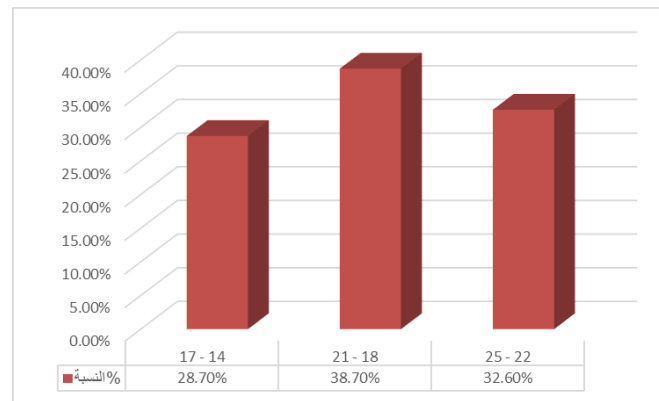


شكل (١)

توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع

من الشكل البياني أعلاه يتبين لنا أن نسبة الذكور هي (34.8%) ونسبة الإناث هي (65.2%)؛

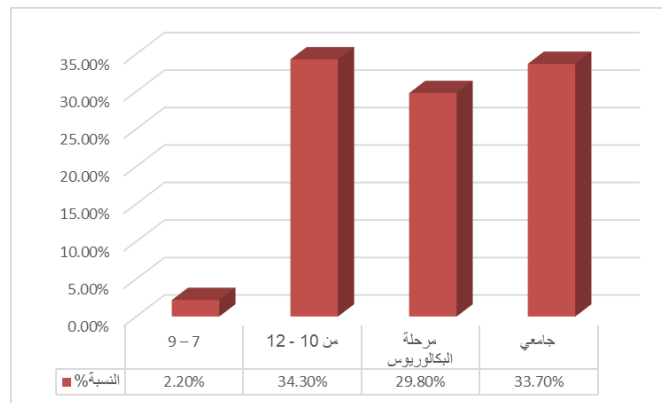
مما يعني أن أكثر متابعي التيك توك من أفراد العينة إناث.



شكل (٢)

توزيع المبحوثين حسب متغير العمر

من الشكل البياني أعلاه يتبين لنا أن نسبة الفئة العمرية (21-18 سنة) هي الأعلى بنسبة (38.7%) وحازت الفئة العمرية (14 - 17 سنة) على نسبة (28.7%) ونسبة الفئة العمرية (22-25 سنة) هي (32.6%).



شكل (٣)

توزيع المبحوثين حسب متغير المرحلة التعليمية

تشير البيانات إلى تزايد شعبية تيك توك بشكل ملحوظ مع تقدم الطلاب في المراحل التعليمية. فبينما تكون النسبة منخفضة لدى طلاب الصفوف (٧-٩) بنسبة (٢.٢٪)، يرتفع الاهتمام بشكل كبير في المرحلة الثانوية (٣٤.٣٪)، ويستمر الزخم بين طلاب البكالوريوس (٢٩.٨٪) والجامعات (٣٣.٧٪). هذا يعكس دور التيك توك كمنصة جاذبة للشباب، خاصة في الفئات العمرية الأكبر ضمن البيئة التعليمية.

تحليل محاور الدراسة:

أولاً: التوزيع التكراري لمحاور الدراسة:

المحور الأول: متغير التأثيرات المعرفية:

جدول (٣)

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
١/ بعد متابعة التوك توك تأثرت لغتي العربية إيجابياً	ك	23	38	71	34	15	1.110	محايد
	%	12.7%	21%	39.2%	18.8%	8.3%		
٢/ زودني مؤثرو توك توك بمعلومات جديدة مفيدة	ك	46	90	36	7	2	0.841	موافقة
	%	25.4%	49.7%	19.9%	3.9%	1.1%		
٣/ يعرفني مؤثرو التوك توك بمهن مستقبلية جديدة	ك	40	70	53	13	5	0.983	موافقة
	%	22.1%	38.7%	29.3%	7.2%	2.8%		
٤/ أطلع من خلال مؤثري توك توك على ثقافات جديدة	ك	46	86	38	6	5	0.916	موافقة
	%	25.4%	47.5%	21%	3.3%	2.8%		
٥/ يعرض مؤثرو توك توك ثقافات مخالفة لثقافتنا	ك	40	70	56	10	5	0.962	موافقة
	%	22.1%	38.7%	30.9%	5.5%	2.8%		
٦/ يعرفني مؤثرو توك توك على أشخاص متنوعين	ك	42	92	39	6	2	0.822	موافقة
	%	23.2%	50.8%	21.5%	3.3%	1.1%		
٧/ متابعة المؤثرين الاجتماعيين جعلني أراجع في نتائج دراستي	ك	19	37	64	37	24	1.168	لا اوافق
	%	10.5%	20.4%	35.4%	20.4%	13.3%		
٨/ تعرفت من خلال المؤثرين الاجتماعيين عبر توك توك على أماكن سياحية جميلة	ك	58	88	30	3	2	0.805	موافقة
	%	32%	48.6%	16.6%	1.7%	1.1%		
٩/ يساهم التيك توك بفرض مصطلحات جديدة	ك	53	71	41	12	4	0.985	موافقة
	%	29.3%	39.2%	22.7%	6.6%	2.2%		

من الجدول أعلاه (٣) يتضح أن:

١. تأثير توك توك على اللغة العربية: تشير النتائج إلى أن (٣٣.٧%) من المشاركين يوافقون أو يوافقون بشدة على أن متابعة توك توك أثرت إيجابياً على لغتهم العربية، بينما (٢٧.١%) يرفضون ذلك، و(٣٩.٢%) من المشاركين يعتبرون أنفسهم محايدين. بمتوسط حسابي قدره (٣.١١) وانحراف معياري (١.١١٠)، يُظهر ذلك أن هناك تبايناً في الآراء حول تأثير المنصة على اللغة، مما يدل على اتجاه عام نحو الحياد.
٢. زيادة المعلومات المفيدة: تشير البيانات إلى أن (٧٥.١%) من المشاركين يوافقون أو يوافقون بشدة على أن مؤثري توك توك زودهم بمعلومات جديدة ومفيدة. مع متوسط حسابي (٣.٩٤) وانحراف معياري (٠.٨٤١)، تعكس هذه النتائج توجهاً قوياً نحو الموافقة، مما يدل على دور المنصة كمصدر مهم للمعلومات.

٣. التعرف على المهن المستقبلية: أظهرت النتائج أن (٦٠.٧٪) من المشاركين يوافقون على أن مؤثري تيك توك يعرفونهم بمهن مستقبلية جديدة. مع متوسط (٣.٧٠) وانحراف معياري (٠.٩٨٣)، يشير ذلك إلى تأثير إيجابي على وعي المستخدمين بفرص العمل المستقبلية.
٤. الاطلاع على ثقافات جديدة: تشير النتائج إلى أن (٧٢.٩٪) من المشاركين يوافقون على أن مؤثري تيك توك يقدمون لهم ثقافات جديدة. ويظهر متوسط (٣.٩٠) وانحراف معياري (٠.٩١٦) قوة هذا الاتجاه، مما يعكس قدرة المنصة على تعزيز الفهم الثقافي لدى المستخدمين.
٥. عرض ثقافات مخالفة: أظهرت البيانات أن (٦٠.٨٪) من المشاركين يوافقون على أن مؤثري تيك توك يعرضون ثقافات مخالفة لثقافتهم. مع متوسط (٣.٧٢) وانحراف معياري (٠.٩٦٢)، يُظهر ذلك انفتاح المستخدمين على تنوع الثقافات، مما يعكس قدرة المنصة على تقديم وجهات نظر جديدة.
٦. التعرف على أشخاص متنوعين: تشير النتائج إلى أن (٧٤.١٪) من المشاركين يوافقون على أن مؤثري تيك توك يعرفونهم بأشخاص متنوعين. بمتوسط (٣.٩٢) وانحراف معياري (٠.٨٢٢)، تُظهر هذه النتائج مدى تأثير المنصة في توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية.
٧. التأثير السلبي على الأداء الأكاديمي: تشير البيانات إلى أن (٣٠.٩٪) فقط يوافقون على أن متابعة المؤثرين الاجتماعيين أثرت سلبًا على نتائج دراستهم، بينما (٣٣.٧٪) يرفضون ذلك. مع متوسط (٢.٩٤) وانحراف معياري (١.١٦٨)، يُظهر هذا توجهاً عاماً نحو عدم الموافقة على هذا التأثير السلبي، مما يدل على وعي المستخدمين بأهمية توازن الوقت بين الدراسة والأنشطة الأخرى.
٨. التعرف على أماكن سياحية جميلة: تشير النتائج إلى أن (٨٠.٦٪) من المشاركين يوافقون على أنهم تعرفوا على أماكن سياحية جديدة من خلال مؤثري تيك توك، مما يدل على فعالية المحتوى السياحي على المنصة. مع متوسط (٤.٠٩) وانحراف معياري (٠.٨٠٥)، يعكس ذلك قبولاً عاماً لهذه التجارب.
٩. فرض مصطلحات جديدة: تشير النتائج إلى أن (٦٨.٥٪) من المشاركين يوافقون على أن تيك توك يساهم في فرض مصطلحات جديدة. مع متوسط (٣.٨٧) وانحراف معياري (٠.٩٨٥)، يُظهر ذلك تأثير المنصة في تشكيل اللغة والثقافة اليومية للمستخدمين.

المحور الثاني: متغير التأثيرات السلوكية:

جدول (٤)

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
يؤثر متابعة مشاهير تيك توك في أداء صلاتي سلبياً	ك	25	28	43	46	39	1.330	محايد
	%	%13.8	%15.5	%23.8	%25.4	%21.5		
٢/ أقلد مؤثري التيك توك في متابعة الموضة	ك	13	42	67	43	16	1.092	محايد
	%	%7.2	%23.2	%37	%23.8	%8.8		
٣/ ساعدني مؤثرو تيك توك على اكتساب مهارات جديدة مفيدة	ك	32	74	58	11	6	0.954	موافقة
	%	%17.7	%40.9	%32	%6.1	%3.3		
/ ساعدني مؤثرو تيك توك على اكتساب عادات جديدة مفيدة	ك	29	80	50	15	7	0.981	موافقة
	%	%16	%44.2	%27.6	%8.3	%3.9		
٥/ جعلني المؤثرون الاجتماعيون عبر تيك توك أتعامل بقسوة مع الأسرة	ك	15	25	36	52	53	1.270	غير موافق
	%	%8.3	%13.8	%19.9	%28.7	%29.3		
٦/ تعلمت من المؤثرين الاجتماعيين عبر تيك توك العنف اللفظي	ك	18	28	39	47	49	1.305	غير موافق
	%	%9.9	%15.5	%21.5	%26	%27.1		
٧/ تعلمت من المؤثرين الاجتماعيين عبر تيك توك على حب عمل الخير	ك	35	65	63	11	7	0.992	موافقة
	%	%19.3	%35.9	%34.8	%6.1	%3.9		

من الجدول أعلاه (٤) يتضح:

١. تأثير تيك توك على أداء الصلوات: تشير البيانات إلى أن (٢٩.٣%) من المشاركين يوافقون أو يوافقون بشدة على أن متابعة مشاهير تيك توك تؤثر سلباً على أدائهم للصلاة. بينما (٤٦.٩%) يرفضون هذا التأثير، و(٢٣.٨%) يعتبرون أنفسهم محايدين. يُظهر متوسط (٢.٧٥) وانحراف معياري (١.٣٣٠) أن هناك توجهاً عاماً نحو الحياد حول هذه العبارة.
٢. تقليد مؤثري الموضة: أفادت النتائج بأن (٣٠.٤%) يوافقون على أنهم يقلدون مؤثري تيك توك في الموضة، في حين أن (٣٢.٦%) لا يوافقون. مع (٣٧%) من المشاركين محايدين، يظهر متوسط (٢.٩٦) وانحراف معياري (١.٠٩٢) توجهاً عاماً نحو الحياد بشأن تأثير الموضة.
٣. اكتساب مهارات جديدة: أظهرت النتائج أن (٥٨.٦%) من المشاركين يوافقون على أن مؤثري تيك توك ساعدوهم في اكتساب مهارات جديدة مفيدة، بينما (٩.٤%) يعارضون ذلك. مع متوسط (٣.٦٤) وانحراف معياري (٠.٩٥٤)، تشير هذه النتائج إلى اتجاه عام قوي نحو الموافقة.
٤. اكتساب عادات جديدة: تشير البيانات إلى أن (٦٠.٢%) من المشاركين يوافقون على أن مؤثري تيك توك ساعدوهم في اكتساب عادات جديدة مفيدة. متوسط (٣.٦٠) وانحراف معياري (٠.٩٨١) يُظهر أيضاً توجهاً إيجابياً نحو هذه العبارة.

٥. التأثير السلبي على التعامل مع الأسرة: أفادت النتائج بأن (٢٢.١%) من المشاركين يوافقون على أن المؤثرين جعلوهم يتعاملون بقسوة مع الأسرة، بينما (٥٨%) يرفضون ذلك. مع متوسط (٢.٤٣) وانحراف معياري (١.٢٧٠)، تشير هذه النتائج إلى عدم الموافقة على هذا التأثير السلبي.
٦. التعلم عن العنف اللفظي: تشير النتائج إلى أن (٢٥.٤%) يوافقون على أنهم تعلموا العنف اللفظي من المؤثرين، في حين أن (٥٣.١%) يرفضون ذلك. مع متوسط (٢.٥٥) وانحراف معياري (١.٣٠٥) يدل على عدم الموافقة على هذا التأثير.
٧. تعلم حب عمل الخير: أظهرت النتائج أن (٥٥.٢%) من المشاركين يوافقون على أنهم تعلموا حب عمل الخير من مؤثري تيك توك، بينما (١٠%) يعارضون ذلك. مع متوسط (٣.٦١) وانحراف معياري (٠.٩٩٢)، تشير هذه النتائج إلى تأثير إيجابي للمؤثرين في تعزيز قيم الخير.
- المحور الثالث: متغير التأثيرات الوجدانية:**

جدول (٥)

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
١ / أحب متابعة المؤثرين عبر التيك توك للترفيه	ك	53	81	38	5	4	3.96	موافقة
	%	29.3	44.8	21	2.8	2.2	0.903	
٢ / أكره الشعور بالعزلة في الواقع الحقيقي	ك	24	53	66	25	13	3.28	محايد
	%	13.3	29.3	36.5	13.8	7.2	1.086	
٣ / أخاف عندما أشاهد المضمون المخيف للمؤثرين	ك	24	42	64	33	18	3.12	محايد
	%	13.3	23.2	35.4	18.3	9.9	1.156	
٤ / أميل إلى المشاركة في محتوى مؤثري التيك توك	ك	18	38	64	37	24	2.94	محايد
	%	9.9	21	35.4	20.4	13.3	1.160	
٥ / أشعر بعدم الأمان الاجتماعي في الواقع الحقيقي	ك	14	34	56	47	30	2.75	محايد
	%	7.7	18.8	30.9	26	16.6	1.169	
٦ / أحب مؤثري التيك توك أكثر من حبي للأشخاص من حولي	ك	17	22	42	49	51	2.48	غير موافق
	%	9.4	12.2	23.2	27.1	28.2	1.276	

من الجدول أعلاه (٥) يتضح:

١. متابعة مؤثري تيك توك للترفيه: تشير النتائج إلى أن (٧٤.١%) من المشاركين يوافقون أو يوافقون بشدة على أنهم يحبون متابعة مؤثري تيك توك لأغراض الترفيه، في حين أن (٥%) فقط يعارضون هذا الشعور، مما يعكس اتجاهًا عامًا قويًا نحو الموافقة. المتوسط الحسابي (٣.٩٦) وانحراف معياري (٠.٩٠٣) يؤكدان أن الترفيه هو الدافع الأساسي لمتابعة المحتوى.
٢. الشعور بالعزلة: تظهر النتائج أن (٤٢.٦%) من المشاركين يوافقون على أنهم يكرهون الشعور بالعزلة في الواقع، بينما (٢١%) يعارضون ذلك و (٣٦.٥%) يعتبرون أنفسهم محايدين. يُشير

المتوسط الحسابي (٣.٢٨) وانحراف معياري (١.٠٨٦) إلى اتجاه عام محايد، مما يدل على وجود قلق من العزلة الاجتماعية ولكن دون تأكيد قوي على هذا الشعور.

٣. الخوف من المحتوى المخيف: تشير البيانات إلى أن (٣٦.٥%) من المشاركين يوافقون على أنهم يشعرون بالخوف عند مشاهدة المحتوى المخيف من المؤثرين، بينما (٢٨.٢%) يعارضون. مع وجود نسبة محايدة تصل إلى (٣٥.٤%)، يُظهر المتوسط الحسابي (٣.١٢) وانحراف معياري (١.١٥٦) أن التأثير النفسي لمحتوى الرعب ليس واضحاً، مما يدل على تباين في الآراء.

٤. المشاركة في محتوى المؤثرين: أفادت النتائج بأن (٣٠.٩%) من المشاركين يميلون إلى المشاركة في محتوى مؤثري تيك توك، بينما (٣٣.٧%) يعارضون ذلك و(٣٥.٤%) يعتبرون أنفسهم محايدين. يعكس المتوسط الحسابي (٢.٩٤) وانحراف معياري (١.١٦٠) توجهًا عامًا نحو الحياد في المشاركة، مما يشير إلى تردد في الانخراط.

٥. الأمان الاجتماعي في الواقع الحقيقي: تشير النتائج إلى أن (٢٦.٥%) من المشاركين يشعرون بعدم الأمان الاجتماعي في الواقع، بينما (٤٢.٦%) يعارضون هذا الشعور. مع نسبة محايدة تبلغ (٣٠.٩%)، يُظهر المتوسط الحسابي (٢.٧٥) وانحراف معياري (١.١٦٩) توجهًا عامًا نحو الحياد، مما يدل على عدم وجود توافق قوي على الشعور بعدم الأمان.

٦. الحب لمؤثري تيك توك مقابل الأشخاص المحيطين: تشير البيانات إلى أن (٢١.٥%) فقط يوافقون على أنهم يحبون مؤثري تيك توك أكثر من الأشخاص المحيطين بهم، بينما (٥٥.٣%) يعارضون هذا الشعور. مع وجود نسبة محايدة تبلغ (٢٣.٢%)، يُظهر المتوسط الحسابي (٢.٤٨) وانحراف معياري (١.٢٧٦) أن معظم المشاركين لا يشعرون بتفضيل المؤثرين على العلاقات الاجتماعية القريبة، مما يدل على عدم الموافقة العامة.

المحور الرابع: متغير التأثيرات الاجتماعية:

جدول (٦)

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
١/ يعرفني مؤثرو التيك توك على أشخاص متنوعين	ك	37	71	53	14	6	0.997	موافقة
	%	20.4	39.2	29.3	7.7	3.3		
٢/ يهتم مؤثرو التيك توك بجمع متابعات كثيرة على حساب المضمون	ك	33	71	62	8	7	0.960	موافقة
	%	18.2	39.2	34.3	4.4	3.9		
٣/ أتفاعل مع محتويات مشاهير تيك توك التي تتوافق مع تربيتي وأخلاقي	ك	39	72	45	15	10	1.080	موافقة
	%	21.5	39.8	24.9	8.3	5.5		
٤/ عزلني مؤثرو تيك توك عن الواقع الحقيقي	ك	13	28	55	53	32	1.152	محايد

			%	%7.2	%15.5	%30.4	%29.3	%17.7
٥/ كونت من خلال تيك توك علاقات افتراضية	ك	2.69	%	17	31	45	54	34
				9.4	17.1	24.9	29.8	18.8
٦/ تنتقل العلاقات الافتراضية في تيك توك إلى الواقع الحقيقي	ك	2.94	%	20	34	65	40	22
				11	18.8	35.9	22.1	12.2
٧/ قل ارتباطي الاجتماعي بالأسرة	ك	2.61	%	15	28	49	49	36
				8.3	15.5	27.1	27.1	19.9
٨/ تباعد علاقاتي بالجيران	ك	2.69	%	18	25	56	46	36
				9.9	13.8	30.9	25.4	19.9
٩/ جعلني مؤثرو التيك توك أجد صعوبة في تكوين علاقات في المجتمع	ك	2.51	%	19	21	39	56	46
				10.5	11.6	21.5	30.9	25.4

من الجدول أعلاه رقم (٦) يتضح:

١. التعرف على أشخاص متنوعين: تشير النتائج إلى أن (٥٩.٦٪) من المشاركين يوافقون أو يوافقون بشدة على أن مؤثري تيك توك قدموا لهم أشخاصًا متنوعين، مع نسبة معارضة منخفضة (١١٪). يُظهر المتوسط الحسابي (٣.٦٦) وانحراف معياري (٠.٩٩٧) وجود اتجاه عام قوي نحو الموافقة، مما يدل على الأثر الإيجابي لتنوع المحتوى في التعرف على أشخاص جدد.
٢. الاهتمام بجمع المتابعات: تظهر البيانات أن (٥٧.٤٪) من المشاركين يعتقدون أن مؤثري تيك توك يهتمون بجمع المتابعات أكثر من اهتمامهم بالمضمون. يشير المتوسط الحسابي (٣.٦٤) وانحراف معياري (٠.٩٦٠) إلى اتجاه عام نحو الموافقة، مما يعكس التحديات المرتبطة بجودة المحتوى.
٣. التفاعل مع المحتويات: تشير النتائج إلى أن (٦١.٣٪) من المشاركين يتفاعلون مع محتويات مؤثري تيك توك التي تتوافق مع قيمهم وتربيتهم، مما يدل على تفضيلهم للمحتوى الذي يتماشى مع أخلاقهم. المتوسط الحسابي (٣.٦٤) وانحراف معياري (١.٠٨٠) يؤكدان هذا الاتجاه.
٤. العزلة عن الواقع: تنص النتائج على أن (٢٢.٧٪) من المشاركين يشعرون بأن مؤثري تيك توك يعزلونهم عن الواقع، بينما يعارض (٤٧٪) هذا الشعور، مما يدل على اتجاه عام محايد. المتوسط الحسابي (٢.٦٥) وانحراف معياري (١.١٥٢) يبرزان عدم الوضوح في هذا التأثير.
٥. العلاقات الافتراضية: تشير النتائج إلى أن (٢٦.٥٪) من المشاركين يعتقدون أنهم أقاموا علاقات افتراضية عبر تيك توك، بينما (٤٨.٦٪) يعارضون ذلك، مما يدل على اتجاه عام محايد. المتوسط الحسابي (٢.٦٩) وانحراف معياري (١.٢٢٧) يعكسان التباين في الآراء حول طبيعة العلاقات.

٦. انتقال العلاقات الافتراضية إلى الواقع: تظهر النتائج أن (٢٩.٨٪) يعتقدون أن العلاقات الافتراضية تنتقل إلى الواقع، في حين أن (٣٤.٣٪) يعارضون. يُظهر المتوسط الحسابي (٢.٩٤) وانحراف معياري (١.١٥٨) اتجاهًا عامًا محايدًا بشأن انتقال هذه العلاقات.
٧. الارتباط الاجتماعي بالأسرة: تشير النتائج إلى أن (٢٣.٨٪) يشعرون بقلّة ارتباطهم الاجتماعي بأسرهم، بينما (٤٧٪) يعارضون ذلك. المتوسط الحسابي (٢.٦١) وانحراف معياري (١.٢٢٣) يشيران إلى توجه عام محايد.
٨. العلاقات بالجيران: تشير البيانات إلى أن (٢٣.٨٪) من المشاركين يشعرون بتباعد علاقاتهم بالجيران، بينما (٤٥.٣٪) يعارضون. يعكس المتوسط الحسابي (٢.٦٩) وانحراف معياري (١.٢٢٣) توجهًا عامًا محايدًا.
٩. صعوبة تكوين العلاقات: تشير النتائج إلى أن (٢٢.٢٪) من المشاركين يجدون صعوبة في تكوين علاقات اجتماعية بسبب تأثير مؤثري تيك توك، بينما (٥٦.٣٪) يعارضون هذا الاعتقاد. يُظهر المتوسط الحسابي (٢.٥١) وانحراف معياري (١.٢٧٦) اتجاهًا عامًا بعدم الموافقة، مما يشير إلى قوة العلاقات الاجتماعية التقليدية.

اختبار فرضيات الدراسة:

يعتبر توزيع (One Way ANOVA) واحدًا من أشهر وأهم الأدوات الإحصائية المستخدمة في تحليل الظواهر الاجتماعية سواء الوصفية منها أو غير الوصفية، لذا فغالبًا ما لا تخلو دراسات وأبحاث العلوم الإدارية التي تنتهج الأسلوب الكمي أو السلوكي من تطبيق أو استخدام هذا الأسلوب في التحليل الإحصائي.

جدول (٧)

يوضح الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين والموضوعات المختارة من التيك توك

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين والموضوعات المختارة من التيك توك	بين المجموعات	29.696	1	29.696	1711.64	0.000	نقبل الفرضية
	داخل المجموعات	3.106	179	0.017			
	المجموع	32.802	108				

يتضح من الجدول وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) فأقل في استجابات أفراد الدراسة، وذلك باختلاف متغير النوع حول محور الدراسة (نوع المبحوثين والموضوعات المختارة من تيك توك). حيث أن مستوى الدلالة (٠.٠٠٠) أقل من مستوى الدلالة المحدد سلفاً (0.05).

التفسير: هذا يعني أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين والموضوعات المختارة من تيك توك. وبالتالي، يمكن استنتاج أن اختلاف النوع يؤثر على تفضيلات المشاركين لمحتوى تيك توك، مما يعكس أهمية تحليل تأثير المتغيرات الديموغرافية على استجابات الأفراد تجاه المحتوى الرقمي.

جدول (٨)

يوضح الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات السلوكية

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات السلوكية	بين المجموعات	0.230	1	0.115	0.295	0.745	نرفض الفرضية
	داخل المجموعات	69.592	179	0.391			
	المجموع	69.822	180				

تشير النتائج المعروضة في الجدول إلى غياب علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر وتأثيراته السلوكية لدى أفراد الدراسة. تم تحديد مستوى الدلالة عند (٠.٠٥)، بينما أظهرت النتائج مستوى دلالة يبلغ (0.745).

لذلك، نجد أن الفرضية القائلة بوجود علاقة بين الفئات العمرية والتأثيرات السلوكية لم تثبت صحتها في هذه الدراسة، مما يفتح المجال لمزيد من البحث والتحليل حول العوامل الأخرى التي قد تسهم في تحديد السلوكيات ضمن فئات عمرية مختلفة.

جدول (٩)

يوضح الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات المعرفية

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات المعرفية	بين المجموعات	4.308	2	2.154	3.292	0.040	نقبل الفرضية
	داخل المجموعات	116.488	178	0.654			
	المجموع	120.796	180				

يتضح من الجدول السابق أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) فأقل في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير العمر حول محور الدراسة (التأثيرات المعرفية)، حيث مستوى الدلالة (0.040) أقل من مستوى الدلالة المحدد سلفاً (0.05)؛ مما يعني أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات المعرفية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن الفئات العمرية تلعب دوراً حاسماً في تشكيل التجارب المعرفية للأفراد، مما يستدعي مزيداً من البحث لفهم كيفية تأثير هذا المتغير على التجارب المعرفية بشكل أكثر تفصيلاً. قد تتطلب الدراسات المستقبلية استكشاف الآليات التي قد تفسر هذا الارتباط، بالإضافة إلى النظر في عوامل إضافية قد تؤثر على التفاعلات بين العمر والتأثيرات المعرفية.

جدول (١٠)

يوضح الفرضية الرابعة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات الوجدانية

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات الوجدانية	بين المجموعات	4.612	2	2.203	3.935	0.020	نقبل الفرضية
	داخل المجموعات	104.309	178	0.586			
	المجموع	108922	180				

يتضح من الجدول السابق أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) فأقل في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير العمر حول محور الدراسة (التأثيرات الوجدانية)، حيث مستوى الدلالة (0.020) أقل من مستوى الدلالة المحدد سلفاً (0.05)؛ مما يعني أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات الوجدانية.

من المهم أن تُعتبر هذه النتائج كدليل على ضرورة أخذ الفروق العمرية في الاعتبار عند دراسة التأثيرات الوجدانية. قد تفتح هذه النتائج آفاقاً جديدة لفهم كيفية تأثير العوامل العمرية على التجارب الوجدانية، مما يستدعي إجراء دراسات إضافية لاستكشاف الآليات الكامنة وراء هذا الارتباط وكيفية استخدام هذه المعرفة لتحسين الدعم العاطفي والتعليمي للأفراد عبر مختلف الفئات العمرية.

جدول (١١)

يوضح الفرضية الخامسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات الاجتماعية

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات الاجتماعية	بين المجموعات	6.038	2	3.019	4.729	0.010	نقبل الفرضية
	داخل المجموعات	113.640	178	0.638			
	المجموع	119.679	180				

يتضح من الجدول توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) فأقل في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير العمر حول محور الدراسة (التأثيرات المعرفية)، حيث مستوى الدلالة (0.010) أقل من مستوى الدلالة المحدد سلفاً (0.05)؛ مما يعني أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات الاجتماعية ويتم قبول الفرضية.

تُظهر النتائج أن هناك تأثيرات اجتماعية ملحوظة تتأثر بالعمر، مما يبرز أهمية الفئات العمرية في فهم السلوكيات الاجتماعية. يُمكن استخدام هذه النتائج في تصميم برامج اجتماعية أو تربوية تأخذ بعين الاعتبار الفروق العمرية لتلبية احتياجات الفئات المختلفة بشكل أفضل.

نتائج الدراسة:

١. تُظهر النتائج تأثيرات متعددة لمتابعة تيك توك، حيث تعكس قدرة المنصة على توفير معلومات مفيدة وتعزيز الفهم الثقافي، مع إدراك محدود للتأثير السلبي على الأداء الأكاديمي. يعكس ذلك تنوع التجارب التي يوفرها تيك توك، مما يجعلها أداة فعالة للتعلم والتفاعل الاجتماعي.

٢. تعكس النتائج تبايناً في تأثيرات متابعة مؤثري تيك توك، حيث يتضح أن هناك اتجاهات إيجابية نحو اكتساب المهارات والعادات الجديدة، بينما تظهر تباينات في التأثيرات السلبية على أداء الصلوات والعلاقات الأسرية.

٣. تشير النتائج أن مؤثري التيك توك ساعدوهم على التعرف على أشخاص متنوعين والاهتمام بجمع المتابعات والتفاعل مع المحتويات ولم يتم عزلهم عن الواقع وتم تركيزهم على العلاقات الحقيقية في مقابل العلاقات الافتراضية، وهناك تباين في انتقال العلاقات الافتراضية إلى الواقع وأضعفوا الارتباط الاجتماعي وقرابة نصف العينة ترى انهم يتباعدون عن الجيران وسهولة تكوين العلاقات.

٤. تؤكد النتائج على ضرورة أخذ متغير النوع في الاعتبار عند دراسة استجابات الأفراد لمحتوى تيك توك، مما قد يوفر رؤى قيمة حول كيفية تخصيص المحتوى ليتناسب مع اهتمامات واحتياجات مختلف الفئات.

٥. لم تثبت صحة الفرضية أن هناك علاقة بين الفئات العمرية والتأثيرات السلوكية.

٦. أن الفئات العمرية تلعب دوراً حاسماً في تشكيل التجارب المعرفية للأفراد من جيل Z .

٧. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات الوجدانية؛ مما أثبت صحة الفرضية.

٨. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية والتأثيرات الاجتماعية ويتم قبول الفرضية.

توصيات الدراسة:

١. ضرورة أن تخصص تشريعات إعلامية تحدد مستوى وشكل المحتوى في كل منصة؛ مما يساعد على تعزيز التأثير الإيجابي على الجيل Z.

٢. من المهم جدًا أن تتكامل الرؤى بين المؤثرين والتربويين والإخصائيين الاجتماعيين في صناعة محتوى يناسب الجيل Z وخصائصه.
٣. على المدارس والجامعات القيام بدور تربوي في تعريف الجيل Z بتأثيرات المنصات الرقمية وتعزيز الوعي الرقمي لديهم.
٤. نتمنى على مشرفي المنصات الرقمية إعادة القيود الإدارية في فتح حسابات في منصاتهم بما يتناسب مع الفئات العمرية وتخصيص تجربته المستخدم.
٥. على مؤثري التيك توك مراعاة الفئات العمرية في إنتاج وصناعة محتوى يتناسب مع المستخدمين.

المراجع:

١. الحربي، ع.ع، قطب، أ.ع، (٢٠٢٥م)، تطبيق التيك توك وتأثيره على القيم الأخلاقية دراسة ميدانية على عينة الشباب السعودي دراسة مسحية في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع. المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام – ٣ (٢).
٢. بلحاشي، ع.ع، & كاوري، ف. (٢٠٢٢م). تأثير استخدام تطبيق التيك توك على تلاميذ الثانويات: دراسة ميدانية لعينة من ثانوية أحمد توفيق المدني بالمشربية [رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم- <http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/123456789/21224>]
٣. بوطلحة، ب. (٢٠٢٢م). حضور الأطفال في مواقع التيك توك بالجزائر: دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات التطبيق [رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة- <https://repository.univ-msila.dz/items/687d9833-63ee-4c9e-a60f-168c5d116c39/full>]
٤. جعود، س. (٢٠٢٠م). استخدام الأطفال في مواقع التيك توك في الجزائر. مجلة الدراسات الإعلامية، 3(11).
٥. عبدالكريم، ن. ح. (٢٠٢١م). أثر كثافة التعرض لبرنامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري. مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ٥٧ (1).
٦. إسماعيل، إ. (٢٠٢٢م). استخدام الأطفال في صناعة مقاطع الفيديو المصورة على تطبيق التيك توك: دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات التطبيق. المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، 1(1).
٧. Jayatissa, K. A. D. U. (2023). Generation Z – A new lifeline: A systematic literature review. *Sri Lanka Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 179–186. DOI: 10.4038/sljssh.v3i2.110
٨. Cervi, L. (2021). TikTok and Generation Z. *Theatre, Dance and Performance Training*, 12(2), 198–204. <https://doi.org/10.1080/19443927.2021.1915617>
٩. غراب، س.أ. تأثير تطبيق التيك توك على سلوك جيل Z: رؤية أنثروبولوجية تحليلية لتحديات الموت. (٢٠٢٤م) المجلة العلمية لكلية الآداب. ٣١ (٩١). ص ٥٨٧-٦٤٠. DOI: 10.21608/aakj.2024.273695.1693
١٠. فتحي، م. م. (٢٠٢١م). تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 20(3)، الجزء الأول.
١١. صالح، ط. هني، ف.، & زيغم، ع. ب. (٢٠٢٣م). استخدامات التيك توك وآثاره على التلاميذ الطور الثانوي: دراسة مسحية على التلاميذ ثانوية حبي عبد المالك بأنقوسة. اتصال الجماهيري والوسائط الجديدة- <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/34237>
12. van Lierop, S. A. P. (2023). *Generation Z reaching adulthood in society* (Master's thesis, Malmö University). <https://mau.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1799165&dswid=4932>
13. Psych Educ. (2023). *Psych Educ*, 15(7), 680–690. DOI: 10.5281/zenodo.10351811

***أسماء المحكمين:**

- ١- أ.د. رقية بوسنان، أستاذ التعليم العالي، تخصص إعلام واتصال، كلية أصول الدين جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، الجزائر.
- ٢- أ.د.مي العبدالله، كلية الإعلام الجامعة اللبنانية، رئيس الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال.
- ٣- د.عباينية آمال، استاذ محاضر أ. قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمة، الجزائر.
- ٤- أ.د. محسن عبود، الجامعة العراقية، كلية الإعلام.
- ٥- أ.د. محمد نور العدوان، جامعة العين، كلية الاتصال والإعلام. الإمارات.

The Implications of Social Media Influencers on Generation Z: An Applied Study on the TikTok Platforme (*)

Dr. Faisal Kamil Nagmeldin Mohamed

faisalkamil79@gmail.com

*Assistant Professor Radio & Television,
Digital Media Department,
Faculty of Mass Communication & Public Relations,
Liwa University - Al Ain*

Associate Prof. Dr. Ghada Mohamed Othman Salih

ghadofa47@gmail.com

*Associate Professor of Radio & Television,
Digital Media Department,
Faculty of Mass Communication & Public Relations,
Liwa University - Al Ain*

Abstract

This research aims to understand the position of children in the digital environment and explore the impact of TikTok influencers on them.

The study employs a descriptive-analytical approach to describe the phenomenon and comprehend its effects on the children's generation. It categorizes children into different groups, emphasizing the importance of spending time online for them to acquire the necessary technical skills for navigating the internet. This enables them to become proficient users in the digital age, fully participating in the digital community and learning social skills while adapting to the presence of a network of friends and acquaintances.

Children and youth use social media in innovative ways that were not previously considered. It is not merely a means of social interaction; rather, children have found new ways to express themselves and engage with a broader audience.

Interaction through TikTok is considered a unique language for this generation, where they find what is lacking in their reality. They watch diverse TikTok influencers' content and are influenced both negatively and positively.

Social media platforms have a significant impact on children across various platforms and have taken a substantial place in everyone's life.

People spend a considerable number of hours on their phones, and the use of social media by children may have more profound effects than on adults. Children are in a formative stage and are greatly influenced by their experiences.

In this research, we discuss the disadvantages of excessive TikTok use by children and present results that provide solutions for dealing with the TikTok generation.

Keywords: Social Media - Influencers - Generation Z - TikTok Platform.

(*)The Paper was received on October 29, 2025, and accepted for publication on 25 December, 2025.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shiben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency - www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibeh El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2023 = 2.7558 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2023 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Mubarak Alhazmi (ksa)

Professor of Public Relations
King Abdulaziz University

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Prof. Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Sana'a University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate Professor and Educational Consultant,
National Defense College - Abu Dhabi
Ministry of Defense - (UAE)

English Reviewer

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Mass Communication Faculty - Suez University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Associate Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghby Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt
Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Media at the University of Baghdad and currently Head of the Digital Media Department
at Al-Noor University in Nineveh, Iraq

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication -
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts -
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna - Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations, Department of Journalism, Media, and Digital
Communication, Jordan University.

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

Prof. Dr. Kholoud Abdullah Mohammed Miliyani (KSA)

Professor, Faculty of Communication & Media, King Abdulaziz University, KSA.

Prof. Dr. Tariq Mohamed Al-Saidi (Egypt)

Professor, Faculty of Specific Education, Menofia University, Egypt.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal of PR research Middle East



Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Thirteenth Year - Sixtieth Issue – October/December 2025

IF of the Supreme Council of Universities 2025 = 7

Arcif Impact Factor 2025 = 1.75

English Researches:

- **Associate Prof. Dr. Yasmin Elsayed - Prof. Dr. Amany Albert** - Beni Suef University
Dr. Aya Said - Canadian International College

Echo Chambers in News Coverage and their Role in Shaping Geopolitical Narratives

7

Abstracts of Arabic Researches:

- **Dr. Faisal Kamil Nagmeldin Mohamed** - Liwa University - Al Ain
Associate Prof. Dr. Ghada Mohamed Othman Salih - Liwa University - Al Ain
The Implications of Social Media Influencers on Generation Z:
An Applied Study on the TikTok Platforme 40
- **Associate Prof. Dr. El-Sayed Abdul Rahman Ali** - Liwa University - Al Ain
Recent Trends in Integrated Marketing Communications Research and Studies 41
- **Dr. Amal Mohamed Mohamed Henish** - Al-Azhar University
Semiotic Analysis of Cartoons on Israeli Social Media Pages Targeting Arabic during
the Aggression against Gaza: The "Israel Speaks Arabic" Page as a Model 42
- **Dr. Asmaa Ahamed Gooda El-Ebshehy** - Higher Institute of Media and Communication Arts in 6th of October
Employing Social Listening Tools in Analyzing Sentiments and Public Opinion
Trends toward Issues of the Egyptian General Secondary Education
(Thanaweya Amma) 44
- **Dr. Samih Elsayed Sharaki** - Al-Azhar University
Dr. Osama Mustafa Abd Elwhab - Al-Azhar University
Television Advertising and Adolescents' Purchase Behavior in the Egyptian
Villages: A Field Study 46
- **Dr. Ahd Maher Abu Draz** - Umm Al Quwain University
University Students' Use of Multimedia in Higher Education and the Gratifications
Derived from it: A Field Study on Universities in the United Arab Emirates 48
- **Dr. Mona Ebrahim Abdelhafz Abdrasol** - Al-Azhar University
Dr. Shimaa Ahmed Mohamed Refaat - Al-Azhar University
Egyptian Public Trends towards Using Reels as Cybersecurity Awareness Tool on
Social Media: A Field Study 49

(ISSN 2314-8721)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2025@APRA



www.jprr.epra.org.eg