

استخدامات الشباب الجزائري للفيديو القصير عبر تطبيقات الهاتف الذكي وعلاقته بالآثار الاجتماعية والنفسية لديهم

"دراسة ميدانية على عينة من الشباب مستخدمي الهواتف الذكية"

*Algerian youth uses of short video via smartphone applications and its relationship to its social and psychological effects
"Field study on sample of youth smartphone users"*

آل سيد الشيخ فاطمة¹

طالب دكتوراه مخبر الدراسات الاتصالية والإعلامية وتحليل الخطاب

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

fatima.sidchikh.etd@univ-mosta.dz

نفوسى مرتاض لمياء

جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم

lamia.mortad@uinv-mosta.dz

تاریخ الوصویل 2024/02/20 القبول 2024/05/10 النشر على الخط 15

Received 20/02/2024 Accepted 10/05/2024 Published online 15/06/2024

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف دوافع استخدام وعرض الشباب لمقاطع الفيديو القصير عبر تطبيقات الهاتف الذكي في ظل اكتساح الوسائل التكنولوجية الرقمية حياة الشباب والإقبال الغير مسبوق على أجهزة الهواتف الذكية، والإنهيار بما يقدم على منصات التواصل الاجتماعي، ومعرفة مدى تأثيرهم بها والسعى إلى لفت الانتباه نحو أسباب تغير سياقات ظاهرة إنتاج ومشاركة الفيديو القصير. توصلت نتائج الدراسة إلى أن مقاطع الفيديو القصير أصبحت لغة تواصل يشارك بها الشباب يومياته مع الآخرين طغى استخدامها في مختلف الأنشطة اليومية لديهم، لأغراض تعليمية معرفية، للتسلية والربح المادي. ولهذا الاستخدام آثار سلبية أكثر منها إيجابية مست جوانب عدة منها النفسية والعاطفية والسلوكية والاجتماعية، حيث تغيرت طبيعة التفاعل الاجتماعي إلى تفاعل إفتراضي محض، ألغىت فيه العلاقات الواقعية بعلاقات إفتراضية غير محدودة.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام، الشباب، الهاتف الذكي، الفيديو القصير.

Abstract:

This study aims to explore the motives for the use and exposure of youth to short videos through smartphone applications in light of the sweep of digital technological media in the lives of youth and unprecedented demand for smart phone devices, and fascination with what is offered on social media platforms. The results of the study found that short videos have become a language of communication in which youth share their diaries with others, overshadowed by their use in various daily activities, for cognitive educational purposes, for entertainment and material profit. This use has more negative than positive effects, based on several aspects, the first of which is psychological, emotional, behavioral and social, as nature of social interaction has changed to a purely virtual interaction, in which real relationships have been abolished with unlimited virtual relationships.

Keywords: Use, Youth, Smartphone, Short video.

1. مقدمة:

نعيش اليوم في عصر تطور تكنولوجي تبانت التعبيرات والسميات لوصفه، فمنها عصر الثورة التقنية العالمية ومنها تقنية المعلومات والإنفجار التقني، وأسهمت تلك الثورة في ظهور العديد من الإنجازات والمخترعات بما فيها الهاتف المحمول أو النقال، والذي مر بالعديد من التطورات وصولاً إلى كونه هاتفاً ذكياً¹. تُعد ثورة الهاتف الذكي تغييراً مهماً وهي تتدخل مع الذكاء الاصطناعي والتسويق الشخصي والتكنولوجيا "الملازمة" التكنولوجيا التي يستخدمها صاحبها لمدة طويلة، وبالرغم من أنّ ثورة الهاتف الذكي تستفيد من مزايا التكنولوجيا إلاّ أنها تركز اهتمامها على الناس. حيث تدعم منتجات الهاتف المحمول الناجحة مبدأ "الإنسان قبل كل شيء" لأنّها مصممة لتعزيز قدرة الناس على التفاعل الاجتماعي والإبداعي.

إنّ تطبيقات الهاتف الذكي هي حجر الأساس في نجاح الأجهزة المحمولة، إذ يحصل اليوم ما يقارب 90% من الأشخاص على الخدمات عبر الإنترنت من خلال تطبيقات "مخصصة" وليس من خلال متصفحات الويب، كما تحض هذه التطبيقات مستخدميها على الاستمرار في استخدامها، وتتيح ميزة "الإشعارات الإعلامية المنشقة"².

من الفئات التي تعرف هوّاً كبيراً بالهواتف الذكية و مختلف تطبيقاتها نجد فئة الشباب التي تُقبل على كلّ ما هو جديد بهذه الأجهزة بسبب المميزات التي تمتلكها الهواتف الذكية مقارنة بالهواتف التقليدية والقديمة فقد أحدثت تطواراً كبيراً في مجال الاتصال والتواصل مع الآخرين؛ حيث أتاحت التحدث مع الآخرين، وإرسال الرسائل النصية وإجراء المكالمات المرئية بالصوت والصورة بالإضافة لما أحدثته موقع التواصل الاجتماعي من نقلة مهمة اقتنصتها الهاتف الذكية، ولم يقتصر استخدام الهاتف الذكي في هذا المجال فقد أتاحت تزويد الهاتف الذكية بكاميرا رقمية ذات دقة عالية لالتقاط الصور وتسجيل مقاطع الفيديو³.

ولعل من بين الخدمات التي يوفرها الهاتف الذكي سرعة وسهولة استخدام الفيديوهات القصيرة ب مختلف أنواعها وانتاجها ومشاركتها مع الآخرين لأغراض مختلفة منها تدوين اللحظة، أخذ مقاطع للذكرى، واختصار الكلمات والعبارات بالتدوين المباشر بحسبياً ل مختلف الأحداث اليومية في مختلف الأنشطة التي يقوم بها الشباب، حيث أصبح هوّاً أخذ الفيديوهات ومشاركتها مع الآخرين هاجساً لا حدّ له وخاصة مع بروز هواتف ذكية تحمل تطبيقات إنشاء الفيديو والمقاطع القصيرة التي تتوفر على المؤثرات وتساعد دمج الصورة والصوت معاً، هذا في مقابل ما تتوفره منصات التواصل الاجتماعي من خاصية إنشاء وتبادل مقاطع الفيديو القصيرة و البث المباشر بالإضافة إلى خاصية Story جعل اهتمام فئة الشباب أكثر من غيرهم من فئات المجتمع بهذا الجانب واستخدامها في مختلف التفاعلات الاجتماعية سواء كانت في الواقع أو على العالم الافتراضي، خلقت المقطع القصير عبر الهاتف الذكية أنماط جديدة في التفاعل الاجتماعي مختلفة تماماً عن الأنماط التقليدية، هذا في مقابل الآثار النفسية والاجتماعية جراء

¹ - إيمان فناوي محمد، الآثار الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام الهواتف الذكية على الشباب الجامعي، مجلة البحث العلمي في التربية، جامعة الأزهر، العدد 20، 2019، ص.3.

² - إس سي مواني، تقنية الهواتف الذكية نظرة ثاقبة على مستقبل الأعمال وتقنيات الاتصال، موقع المعلوماتية، 2016، متاح على الرابط أطلع بتاريخ 2023/10/24 بتوقيت 18:50 <https://www.informatism.net/book/8>

³ - سميارة بعلري، تأثير الهاتف الذكي على التحصيل الدراسي لدى الأطفال، مجلة تطوير، المجلد 8، العدد 01، جوان ، 2021، ص198.

الاستخدام المفرط. ومن هذا المنطلق طرحنا الإشكال الآتي: ماهي استخدامات الشباب للفيديو القصير عبر تطبيقات الهاتف الذكي؟ وماهي أهم الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة عن هذا الاستخدام؟؟؟ بناء على التساؤل العالم للدراسة حددنا التساؤلات الفرعية في الآتي:

1. ماهي أسباب استخدام الشباب لمقاطع الفيديو القصيرة عبر تطبيقات الهواتف الذكية؟
2. ماهي مقاطع الفيديو القصير التي يشاهدها الشباب عبر تطبيقات الهاتف الذكي وتأثير على حالتهم النفسية والاجتماعية؟
3. ماهي أهم الآثار النفسية والاجتماعية التي تنتج جراء استخدام مقاطع الفيديو عبر تطبيقات الهاتف الذكي؟.

• أهداف الدراسة:

من خلال الاهتمام بموضوع الهواتف الذكية وتطبيقاتها وخاصة بعد ظهور الأجيال الجديدة للهواتف الذكية المزودة بتطبيقات مستقلة لإنشاء مقاطع الفيديو القصير ومشاركتها على نفس التطبيقات وعلى منصات التواصل الاجتماعي تسعى دراستنا إلى الوصول إلى مجموعة من الأهداف أهمها :

- معرفة مدى اهتمام الشباب بمقاطع الفيديو القصيرة وماهي الدوافع وأسباب التي جعلت الشباب يقبلون على استخدامها عبر تطبيقات الهواتف الذكية.
- رصد أهم مجالات الفيديو القصير التي يتفاعل من خلالها الشباب عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- معرفة كيف يؤثر الفيديو في طبيعة العلاقات الاجتماعية للشباب سواء بالتأثير الإيجابي أو السلبي.
- إبراز دور الفيديو في خلق أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي الافتراضي الموازي للتفاعل الواقعي من خلال استخدامها عبر تطبيقات الهواتف الذكية.
- أيضاً التعرف على أهم الآثار النفسية الاجتماعية المترتبة عن انتاج وتبادل مقاطع الفيديو عبر تطبيقات الهاتف الذكي.

• منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي الذي يعرف على أنه: "أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكيهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، لذلك اعتمدنا المسح على عينة من الشباب المستخدم للفيديو القصير بصفة دائمة عبر مختلف تطبيقات الهواتف الذكية والذي أيضاً يتفاعل عن طريق المقاطع القصيرة عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث يُفيدنا ذلك في التعرف على أنماط التفاعل الاجتماعي التي تنشأ جراء استخدام وتبادل الفيديوهات القصيرة عبر تطبيقات الهاتف الذكية وكذلك عبر منصات التواصل الاجتماعي وختلف تأثيراتها عليهم على المستوى النفسي والاجتماعي.

• أداة جمع بيانات الدراسة:

في دراستنا الحالية اعتمدنا على الإستبيان الإلكتروني "Electronic Questionnaire" بحكم خصوصية موضوع الفيديو القصير إذ أنه يُنتج ويشارك عبر تطبيقات الهاتف الذكي في إطار ما يُتيحه الهاتف الذكي من جمل خدمات وتطبيقات إنتاج مقاطع قصيرة ومشاركتها. أُنجز الإستبيان عن طريق خدمات Google Forms ووزع على المبحوثين عن طريق مجموعات ذات إنتمامات مختلفة (مجموعة طلبة كلية العلوم الإنسانية بوهان، مجموعة طلبة العلوم الإنسانية والاجتماعية المركز الجامعي بالبيض،

مجموعة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، مجموعة لماذا لا تتفاعل معنا، دردشة عامة، مجموعة مختلفون، مجموعة لنرتقي بأخلاقنا، وبعض الحسابات الشخصية.

• مجتمع البحث وعينة الدراسة :

يعرف مجتمع البحث حسب مادلين قرافيت : "أنه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث والتقصي"¹. بما أن دراستنا تهدف إلى معرفة أهم استخدامات الشباب لمقاطع الفيديو القصير عبر تطبيقات الهاتف الذكي، والأثر الناتج عن ذلك الاستخدام من خلال رصد أهم الآثار النفسية والاجتماعية، باعتبارها الفئة الأكثر شغفًا واهتمامًا بالهواتف الذكية والأكثر استخدامًا لتطبيقاتها، حددنا مجتمع البحث بفئة الشباب باعتبارها تمتلك نفس الخصائص والميولات والأهداف لتفاعل من خلال الفيديوهات باختلاف أنواعها وهذا ما تستدعيه التقنيات الحديثة مثل الهواتف الذكية، بما أنها بقصد دراسة استخدامات الشباب لمقاطع الفيديو فمن الصعب القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث (الشباب) قمنا باختيار عينة قصدية كما عرفها موريس أنجلس : " بأنها العينة التي يختار فيها الباحث العدد المطلوب من وحدات البحث حسب إرادته ومشيئته، فالباحث يقوم باختيار الأشخاص الملائمين والذين يدخلون في عينة البحث للحصول على المعلومات اللازمة للبحث"²، حددنا العينة ضمن المجموعات التي وزع ضمنها استبيان الدراسة بعد الملاحظة المستمرة والدقيقة لعملية استخدام المستمر والتفاعل عن طريق الفيديوهات القصيرة داخل مجموعات البحث وحددها ب 120 مفردة باعتبار خصوصية موقع التواصل الاجتماعي وزعنا الاستبيان على الخط. نظرًا لصعوبة تجاوب المبحوثين مع استبيان الدراسة تم الحصول على 110 إجابة كاملة واعتمدت عينة محددة للدراسة بعد إلغاء الإجابات المتشابكة وغير التامة. استغرقت مدة جمع البيانات ثلاثة أشهر؛ تم توزيع الاستبيان إنطلاقاً من بداية سبتمبر 2023 إلى غاية نهاية نوفمبر 2023.

• تحديد مفاهيم الدراسة :

1. الاستخدام: Use

لغة: استخدم، يستخدم، استخداماً، فهم مستخدم والمفعول مستخدم. استخدم آلة جديدة: استعملها. استخدام: توظيف، استخدام كل الإمكانيات: استغللها.³

اصطلاحاً: يُعرف على أنه الاستعمال العادي لأي تقنية جديدة عن طريق وسائل خدمية مُسهلة للاستخدام الوظيفي في الحياة المهنية الخاصة.⁴

ويعني أيضاً أنه مُرادف لكلمة استعمال ويتم توظيف هذا المصطلح لتجسيد العلاقة بين الإنسان والمستخدم والآلة أو التقنية وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الآلة والإنسان.¹

¹ - موريس أنجلس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي، دار القصبة، الجزائر، 2006، ص.6.

² - طلعت، همام، سين وجيم عن مناهج البحث العلمي، دار عمان للنشر، بيروت، ط1، 1984، ص.49.

³ - قاموس المعاني، مفهوم الاستخدام، متاح على الرابط www.almaany.com/dic/ar-ar أطلع بتاريخ 14/11/2023، بتوقيت 23:45.

⁴ - فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص.21.

التعرف الإجرائي: نقصد به ذلك النشاط الذي يقوم به الشباب عن طريق الاستخدام الفعلي لمقاطع الفيديو القصيرة من خلال إنتاج وتبادل مقاطع الفيديو عبر تطبيقات الهاتف الذكي ضمن سياقات مختلفة تحدد كيفية ذلك الاستعمال والنتائج المرتبة عنه.

2. الشباب : Youth

لغة: "اللفظ شاب من الفعل شبّ والجمع شُبّان، والمؤنث شابة والجمع شابات، ويعرفه المعجم الوسيط على أنه سن البلوغ إلى سن الرجولة ويعني الحداثة وشاب الشيء أوله".²

اصطلاحاً: هي شريحة اجتماعية تشغل وضعاً مُتميزاً في بنية المجتمع؛ فحينما ننظر إلى الشباب كفئة عمرية سنلاحظ على الفور أنها أكثر الفئات العمرية حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما أنها هي الفئة العمرية التي يكاد بناها النفسي والثقافي أن يكون مُكتملاً على نحو يُمكّنها من التكيف والتوافق والتفاعل الاندماج والمشاركة بأقصى الطاقات التي يمكن أن تسهم في تحقيق أهداف المجتمع.³

التعريف الإجرائي: هي الفئة الأكثر نشاطاً من بين فئات المجتمع؛ يتراوح سنها ما بين سن الثامنة عشر والخامسة والثلاثين سنة، وتعتبر الأكثر تأثيراً في المجتمع لما تحمله من نشاط وحيوية في التجديد والإيماء ويعد الشباب الفئة الأكثر استخداماً للهواتف الذكية وتطبيقاتها بما تحمله من تقنيات وميزات لإنتاج مقاطع الفيديو وتدوتها في مختلف المجالات.

3. الهاتف الذكي : Smartphone

يُعرف الهاتف الذكي (The free dictionary) بأنه الهاتف الخلوي المدمج مع تطبيقات الوصول إلى الإنترنت، والهواتف الذكية تُقدم الخدمة الصوتية الرقمية والرسائل النصية والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى قدرتها على تصفح الإنترنت. وتبقى محافظة على الكاميرات والفيديو ومشغل mp3، وتعرض الفيديو وتطبيقات الهاتف الذكي لا تُعد ولا تحصى وفكّرها بشكل عام قائمة إلى تحويل الهاتف المحمول على جهاز الكمبيوتر، ويتم عرض منصات متنوعة للهاتف الذكي في الأسواق.

يُعرف الهاتف الذكي على أنه جهاز يعمل بنظام تشغيل يتيح لحامله استخدام مختلف التطبيقات واستخدام الإنترنت، إضافة إلى الخدمات الهاتفية كالرسائل القصيرة والاتصال والكاميرا التي تمكن الإنسان من تلبية احتياجاته في التعليم والترفيه ويزيد من قدرته في التواصل مع الآخرين وحصوله على المعلومات من مصادرها المختلفة، وتتعدد أنظمة تشغيل الهاتف الذكي من أشهرها: نظام سيمان، أبل آيفون، أندرويد، بلاك بيري، ويندوز.⁴

4. الفيديو القصير : Short video

1 - سليمان بورحمة، أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياهم، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2007، ص24.

2 - المعجم الوسيط، إصدار مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 1998، ص65.

3 - أعضاء هيئة التدريس قسم علم الاجتماع، الطفل والشباب في إطار التنمية الاجتماعية والاقتصادية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006، ص113.

4 - إيمان عبد الرحمن، باسم أسماء، التأثيرات السلبية لاستخدام الهواتف الذكية على الأطفال من وجهة نظر الأمهات "جنبين والبازان"، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2017، ص18.

هو تقنية تستخدم لالتقاط وتسجيل ومعالجة وإرسال وإعادة إنتاج سلسلة من الصور التي تمثل مشهدًا متحركًا¹ هي تجربة فيديوهات جديدة لا تتجاوز مدها 60 ثا وقد تكون أقل من ذلك ويمكن إنشاؤها باستخدام الهاتف مباشرة، فهي تتيح تصوير الفيديو وتعديلها مباشرة على أحد تطبيقات الهاتف الذكي وإضافة موسيقى، أو تسجيل صوتي وإضافة نص والتحكم في وقت ظهور هذا النص واحتفائه والتحكم بسرعة الفيديو. بالإمكان تحميل هذا النمط من الفيديوهات من خلال اتباع خطوات عملية التحميل العادي مختلفة التطبيقات.²

• الدراسات السابقة والمشابهة:

أ)- الدراسات المتعلقة بآثار استخدام الهاتف الذكي على الشباب:

- دراسة زهاق محمد وآخرون بعنوان أثر الهواتف الذكية على العلاقات الاجتماعية للشباب (2021)، هدفت الدراسة إلى رصد أثر وسائل الاتصال على نمط العلاقات الاجتماعية في وسط الشباب، حيث حدد الهاتف الذكي كنموذج من بين تكنولوجيات الاتصال المتعددة نظرًا لاستخدامه الواسع في أوساط الشباب. أجريت الدراسة على عينة قصدية قوامها 60 شابًا الذين يستخدمون الهاتف الذكي بكلية العلوم الاجتماعية جامعة طاهري محمد- بشار. أظهرت النتائج أن استخدام الهاتف الذكي من قبل الشباب أدى إلى تغيير نمط العلاقات الاجتماعية التي تعتمد على التواجد الفيزيقي إلى نمط العلاقات الافتراضية.

- دراسة نسرين محمد صادق أبو النور (2022/01/19) حول الآثار السلبية لاستخدام الهواتف المحمولة الذكية على العلاقات الاجتماعية والدينية (دراسة ميدانية) اعتمدت الدراسة الميدانية على أداة الاستبيان بهدف دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع. طبقت الدراسة في جامعة المنصورة على عينة من طلاب الكليات النظرية (آداب- تجارة) شملت 205 مفردة توصلت النتائج إلى أنّ جهاز التلفون المحمول يُعد أكثر وسائل الاتصال شيوعًا وانتشارًا في المجتمع، وأصبح امتداده واستخدامه شيء هام في حياة الأفراد وذلك يعكس مدى أهميته الاجتماعية في المجتمع. هناك تعدد في استخدام التلفون المحمول في الواتساب والرسائل القصيرة والفايير والإفراط في استخدامه وأيضاً في مجالات التصوير بأنواعه. من جهة أخرى تلعب الهاتف الذكية دوراً هاماً في عمليات الاتصال بين أفراد المجتمع. أمّا النتائج السلبية فقد ساعدت الهاتف الذكية على ضعف ووهن العلاقات الاجتماعية بما كان فيها من مودة ورحمة وتوافق دفع العلاقات الأسرية. أدى الإفراط في استخدام الهاتف الذكية إلى مشاكل صحية في الرؤية الأساسية والإرهاق والعصبية الرائدة ومشاكل العظام. بالإضافة إلى فقدان الهوية خاصاً بين الشباب وتكوين بعض الاتجاهات والأفكار المعادية للوطن أو المنحرفة أخلاقياً نتيجة بعض التأثيرات الخارجية السلبية والتقليد الأعمى للغرب في بعض عاداتهم وسلوكهم المختلفة عن عادات المجتمعات العربية.

- دراسة سالي نصار (2022) بعنوان التأثيرات النفسية والاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية (Tik tok نموذجاً) عبارة عن دراسة كيفية اعتمدت منهج المسح بعينة قصدية بهدف معالجة استخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الهواتف الذكية ركزت على

¹ - التكنولوجيا، تعريف الفيديو، موقع FACTS6NEWS.ORG، متاح على الرابط <https://ar.facts-news.org/taaryf-alfydyo> . أطلع بتاريخ 16/01/2024، بتوقيت 21:22.

² - Hadil Arja، كل ما يحتاج معرفته عن خاصية "يوتيوب" قصير، (31 مارس 2022)، متاح على الرابط <https://ijnet.org/ar/story/> . أطلع بتاريخ 10/01/2024، بتوقيت 22:00.

تطبيق Tik tok باعتباره تطبيق الفيديوهات القصيرة. توصلت نتائج الدراسة إلى أن تطبيق Tik tok يساعد المستخدمين على ملء الفراغ وتجاوز الشعور بالوحدة أثناء فترة الحظر الكلي أثناء الإجراءات الاحترازية لفيروس كورونا، أيضاً أبرزت النتائج أن الآثار النفسية الإيجابية الناتجة عن استخدام التطبيق هي الاستخدامات الدعوية والهروب من التوتر، أمّا السلبية في الغيرة والإحباط والاكتئاب والقلق والاضطراب، والتحرش والتنمر.

ب) - الدراسات المتعلقة بتأثير الفيديو القصير على الشباب:

- دراسة كريستين بورسيل بعنوان الفيديو على الشبكة Online Video 2013 ، هدفت الدراسة للتعرف على مؤشرات استخدام الأميركيين للإنترنت في نشر أو الحصول على كافة المواقع ومعدل مشاركتهم في ذلك، من خلال دراسة مسحية استهدفت قياس ذلك في عام 2013. أشارت النتائج إلى أن نسبة المستخدمين الذين يحملون الفيديو أو يرسلونه عبر الإنترت قد زاد عن الضعف من عام 2009، حيث كانت النسبة 14% وأصبحت 31% في عام 2013، هؤلاء يمثلون 18% من مستخدمي الإنترت البالغين، وأن نسبة مشاركة ومشاهدة الفيديو عبر الإنترت قد بلغت 78% وبالتالي فالمحظى المسموع والمرئي يمثل جانباً كبيراً من اهتمامات المستخدمين.

- دراسة Air hourunranta (2021) بعنوان تحرير الصوت والفيديو باستخدام تطبيقات الهاتف المحمول، تهدف الدراسة للتعرف على نظام لتحرير محتوى الفيديو بقدرة عالية على الهاتف المحمول باستخدام عمليات الربط والقطع والتأثيرات الانتقالية وكذلك إدراج الصور الثابتة في مقاطع فيديو مع مؤشرات صوتية. توصلت الدراسة إلى تقديم تطبيق بديل وهو kine master يدعم معظم ميزات تحرير الفيديو الشائعة كالقطع، والربط، والمؤثرات الصوتية والحركية والانتقالية، ودعم إمكانيات تحرير الصوت.

الملاحظ من خلال الدراسات السابقة أكّا تناولت تأثير الهاتف الذكي على مختلف الأنشطة اليومية التي يقوم بها الشباب كتقنية جديدة أقحمت في المجتمعات كان لها الأثر البالغ جراء طبيعة الاستخدام مست جوانب عدّة منها النفسية والاجتماعية والتعليمية... نظراً لانتشار الهاتف الذكي وتنوع خصائصه وميزاته التقنية الجديدة. في حين أكّ الدّراسات التي تناولت الفيديو القصير قليلة مقارنة بالأولى، وهذا ما دفعنا إلى دراسة هذا الجانب من تأثيرات تطبيقات الهاتف الذكي في أجياله الجديدة على فئة الشباب باعتبار أنّ الفيديو القصير قد أصبح ثقافة تعبيرية وتواصلية بين أواسط الشباب المهووس باستخدامها دون باقي فئات المجتمع، نظراً لاحتواء الهواتف الذكية على تقييمات وتطبيقات صناعة وتبادل مقاطع الفيديو جد متطرفة. اتفقنا دراستنا مع بعض الدراسات في المنهجية وتطبيق المنهج المسحي الوصفي بأداة الاستبيان، واتفقنا مع نتائج نصار المتعلقة بوجود آثار لتطبيقات الفيديو القصير نفسية واجتماعية في ضوء طارئ زمني (جائحة كورونا) له أيضاً أثاره النفسية والاجتماعية على جميع أفراد المجتمع، واحتللت معها في نتائج التأثير الغير محدود لإفراط استخدام المقاطع القصيرة باعتبارها تقنية معاصرة احتوتها الهواتف الذكية دون ما سبقها من أجيال الهاتف الأولى. أمّا بالنسبة لدراسة كريستين Air فتفق مع دراستنا في بداية تأثير الفيديو والفيديو القصير على مستخدميه في بدايات استخدامه، واحتللت معها في بعض النتائج باعتبار الفارق الزمني، والتطور المصحوب للهواتف الذكية وظهور تطبيقات ذات دقة عالية وميزات خاصة لإنتاج وتبادل الفيديو القصير في الآونة الأخيرة.

• المدخل النظري للدراسة

بما أنّا بقصد دراسة استخدامات مقطع الفيديو القصيرة لدى الشباب اعتمدنا مدخل الاستخدامات والإشباعات قصد تحديد طبيعة الاستخدام ودّوافعه، ثم رصد أهم الإشباعات الحقيقة جراء هذا الاستخدام كتأثيرات على مختلف الجوانب السلوكية والنفسية، والعاطفية للشباب والاجتماعية منها التي تغيرت بـتغيير طبيعة الاستخدام. ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباعات خلال الأربعينات من القرن العشرين؛ حيث أدى إدراك عوّاقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير وهذه الوسائل؛ وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنّها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها أنّها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مُفضل من وسائل الإعلام.

وصلت بحوث الاستخدام والإشباع إلى حالة من النضج بعد مراحل من التطور فقد تبلورت العديد من الافتراضات الأساسية لهذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري، ما قدمه "كاتز" وزملاؤه عام 1974، قد أسمّهم بشكل أساسي في نضج هذه النظرية، وبلوره افتراضاتها الأساسية فقد قدّم كل من "E.Katz" و "Blumer" و "Gurvitch" وصفاً لمدخل الاستخدامات والإشباعات كالتالي:

- يقوم الفرد باختيار الوسيلة الإعلامية التي يتوقع أن تشبع حاجاته.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
- الجمهور نشيط وله أهداف محددة استخدامه لوسائل الإعلام.
- الجمهور على وعي تام بنفسه، وهو قادر على تحديد اهتماماته ودّوافعه من استخدام وسائل الإعلام لإشباع احتياجات معينة.¹

يرى "كاتز" في العلاقة بين الاستخدام والإشباع أنّه لدى كل فرد عدداً من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد، من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات؛ فيترتب على ذلك اتخاذ قرار بالاختيار بين وسائل الإعلام والمصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة؛ وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية، وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملأً في إشباعها.²

• التفاعلية والهواة الذكية:

التفاعلية في الاتصال بشكل عام ليست سمة جديدة فهي موجودة في كل وسائل الاتصال ولكن بدرجات متفاوتة إلا أنّها دخلت دائرة الضوء مع ظهور وسائل الاتصال الحديثة المستعينة بالحاسوب الآلي، ومع ظهور شبكة الويب انضمت إليها مفاهيم أخرى،

¹ - مليء محمد عبد العزيز، استخدامات المرأة المصرية لصحفها الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها_ دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنصورة، 2013، ص86.

² - إمام يونس أحمد، استخدامات المراهقين للفيس بوك وتصوير الذات (السيلفي) وعلاقتها بالسمات الشخصية النفسية لديهم، مجلة البحوث الإعلامية كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد 2، العدد 54، يوليو 2020، ص585.

ظهرت أهميتها في بيئة الاتصال الفوري ومنها الوسائط المتعددة **Hypermedia** وتقنية الهايبر ميديا **Digitization** والتقارب الإعلامي والرقمية، وكانت التفاعلية هي المفهوم الذي غلب الاهتمام به وارتبط بكل هذه المفاهيم كمفاهيم أساسية عند التعرض لمختلف أشكال الاتصال الحديثة.¹

يرجع استخدام الهواتف الذكية بين فئة الشباب بشكل كبير إلى الفوائد النفسية والاجتماعية الناجمة عن استخدامه والمتمثلة في زيادة الاندماج والترابط الاجتماعي بين الأصدقاء والزماء الذين يتأثرون ببعضهم بشكل أكبر، ويعد الهاتف الذكي في كثير من البلدان وسيلة للتواصل والإختلاط بالآخرين، ويستخدمه الشباب لتعزيز شبكاتهم الاجتماعية، وأظهرت الدراسات أن التنقل والوصول الفوري من العوامل الأساسية لاستخدام الهاتف الذكي، ويستخدمه الشباب لأسباب أكثر تعقيداً، حيث أن الهاتف الذكي لا يكتفي بتوفير الوصول اللحظي للمستخدمين ولكن يوفر أيضاً الشعور بالاستقلالية والسيطرة على حيالهم الشخصية بالشكل الذي يريدوه،

فالأفراد أصبحوا متاحون طوال الوقت مما أعطي لكل مستخدم الشعور بالتوافر والتواجد الدائم.²

2. الإطار التطبيقي للدراسة:

1.2 . عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

بعد توزيع الاستبيان على المبحوثين إلكترونياً على عينة الدراسة، توصلنا إلى مجموعة من النتائج نحاول من خلالها الإجابة على تساؤلات الدراسة نعرضها كالتالي:

- النتائج المتعلقة بالسمات العامة للمبحوثين:

الجدول 1: يمثل البيانات الشخصية للمبحوثين

النسبة %	النكرار	الفئات	المتغيرات
% 39.1	43	ذكر	الجنس
% 60.9	76	أنثى	
% 100	110	المجموع	
% 56.4	62	من 18 إلى	السن
% 26.4	29	من 26 إلى	
% 17.3	19	من 31 إلى	
% 100	110	المجموع	
% 7.3	8	أقل من	

¹ - هند محمد عبد المنعم بشندي، تعليقات مستخدمي الواقع الإلكتروني الخبرية إزاء الشعون العامة في مصر - دراسة تحليلية للمخطاب واتجاهاته، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012، ص 71-72.

² - Shari P, Walsh Katherine M. Withe Ross M. Young, Over Connected? AQualitattive Exploration of the Relationship Between Australion Youth and their Mobile Phones, Journals of Adolescence, Vol 31, No.1, 2008, p78.

% 7.3	8	ثانوي	المستوى التعليمي
% 70	77	جامعي	
% 15.5	17	دراسات	
%100	110	المجموع	
17.3%	19	موظف	المهنة
13.6%	15	بطال	
7.3%	8	عامل حر	
61.3%	68	طالب	
100%	110	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة 2024، بيانات الاستبيان

يمثل الجدول 01 توزيع العينة حسب متغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة ، قمنا باختيار هذه المتغيرات باعتبارها معايير أساسية عند اختيار فئة الشباب كمجتمع للدراسة، حيث تحدد إمكانية امتلاك الهواتف الذكية وطبيعة استخدام تطبيقاتها. فللحظ أن نسبة الإناث 60.9 % أكثر من نسبة الذكور 39.1 % ما يقارب النصف، وذلك نتيجة لتغير تركيبة المجتمعات المعاصرة التي أصبحت نسبة الإناث فيها تفوق بكثير نسبة الذكور وتمثل الفئة العمرية من 18 إلى 25 الفئة الأكبر وهم أصغر سناً وذلك بنسبة 56.4 %، وهي الفئة الأكثر إقبالاً وهوساً بالهواتف الذكية والاطلاع على كل تحديث تقني فيها، وتليها الفئة من 26 إلى 30 بنسبة 26.4 %، وفي الأخير نجد الفئة العمرية من 31 إلى 35 بنسبة أقل 17.3 %. أما بخصوص المستوى التعليمي، نلاحظ أن الشباب أصحاب المستوى الجامعي يمثلون أعلى نسبة 70 %، ثم تليهم فئة الدراسات العليا بنسبة 15.5 %، أمّا مستوى الثانوي والأقل من الثانوي تمثل نسبة 3.7 % بالتساوي من أفراد العينة. ويتبّع أيضاً من الجدول أن أغلبية أفراد العينة هم من الطلبة الجامعيين بنسبة 61.3 %، في حين الأفراد الموظفين بنسبة 17.3 %، ويليهما البالغين بنسبة 13.6 % وفي الأخير أفراد العينة الذين يمارسون أعمال حرة بنسبة 7.3 %، وهذا مؤشر يوضح أن فئة الطلبة من الشباب الذين لهم إقبال كبير على استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها أكثر من باقي الفئات الأخرى لأغراض تعليمية نفسية واجتماعية، وغيرها مما تقتضيه متطلبات العصر.

- النتائج المتعلقة بالمحور الأول للدراسة: أسباب استخدام الشباب للصور المتحركة عبر تطبيقات الهاتف الذكي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول 2: يمثل عادات استخدام أفراد عينة الدراسة للفيديو القصير عبر تطبيقات الهاتف الذكي

المتغيرات	الفئات	النسبة	التكرار
هاتف الذكي يحمل	متعدد	% 70	77
	كاميرا	% 30	33
	المجموع	%100	110

% 20	22	دائما	تقوم بإنشاء مقاطع فيديو قصيرة عبر
% 58.2	64	أحيانا	
% 21.8	24	نادرا	
% 100	110	المجموع	
% 41.8	46	دائما	هل تستخدم مقاطع فيديوهات
% 44.5	49	أحيانا	
% 13.6	15	نادرا	
% 100	110	المجموع	
% 41.8	46	2 / 1	عدد التطبيقات بها تفك التي تشارك فيها مقاطع فيديو
% 34.5	38	4 / 3	
% 20.9	20	6 / 5	
% 2.7	3	6 فأكثر	
% 100	110	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة، 2024، بيانات الاستبيان

يبين الجدول 02 أنّ نوع الهاتف الذكي الذي يمتلكه أفراد عينة الدراسة متعدد الكاميرات بنسبة 70 %، في حين بقية الأفراد ذو كاميرا واحدة بنسبة 30 %، وهذه الخاصية تجعل استخدام مقاطع الفيديو وتبادلها متوفّرة بتقنيات تصوير عالية الجودة. أما عن عادات استخدام أفراد عينة الدراسة للفيديو القصير عبر تطبيقات هواتفهم الذكية فكانت بنسبة (أحيانا) 44.5 %، أي أنّ أغلب المبحوثين يستخدمون مقاطع فيديو سواء عن طريق صناعتها أو استقبالها ومشاركتها عبر تطبيقات هواتفهم الذكي وما تُتيحه منصات التواصل الاجتماعي من خصائص وميزات صناعة مقاطع الفيديو وتبادلها مع الآخرين فهي تلبي حاجياتكم المختلفة من خلال استخدام أو تلقي تلك المقاطع. ويلاحظ كذلك من الجدول أنّ عدد التطبيقات التي يشارك بها أفراد العينة مقاطع الفيديو هي من 1/2 تطبيق كأعلى نسبة 41.8 %، ثم من 4/3 بنسبة 34.5 %، أما من 6/5 جاءت بنسبة 20.9 %، وأقصى تقدير أكثر من 6 تطبيقات بنسبة 2.7 % وهي النسبة المحتملة لـ هواوي صانعة المحتوى المرئي والمؤثرين عبر المنصات الاجتماعي، وعدد التطبيقات المستخدمة مؤشر على ارتفاع نسبة الاستخدام من جهة ومن جهة أخرى تشير تنوع حاجيات الشباب تدفعهم إلى اختيار وانتقاء عدد ونوع التطبيقات التي يستخدمون من خلالها مقاطع الفيديو وفقاً لما يرونها مناسباً لأغراضهم الخاصة.

الجدول 03: يمثل متوسط استخدام أفراد عينة الدراسة للفيديو القصير عبر تطبيقات الهاتف الذكي

النسبة %	النكرار	الفترات	المتغيرات
% 50	55	ساعة	متوسط ساعات استخدامك
% 21.8	24	ساعتان	
% 22.7	25	3 ساعات	

لمقاطع الفيديو		
% 5.5	6	أكثر من 3 سا
% 72.7	80	فايسبوك
% 16.3	18	تيك توك
% 10.9	12	يوتيوب
% 11.8	13	سناب شات
% 15.4	17	انستغرام
% 9	7	واتساب
أكبر التطبيقات التي تشارك بها مقاطع فيديو : رتبها حسب الأكثر استخداماً		
أسباب استخدامك للفيديو القصير عبر تطبيقات		
% 26.3	29	تبادل المعلومات
% 59.1	65	التواصل
% 36.4	40	تكوين صدقات
% 40	44	مواكبة
% 54.6	60	التسلية وقضاء أوقات إلزامية

المصدر: من إعداد الباحثة، 2024، بيانات الاستبيان

الملاحظ من خلال الجدول 03 أن متوسط ساعات استخدام مقاطع الفيديو القصير هي 50% كأعلى نسبة بمعدل ساعة واحدة، وهي نسبة تعكس مدى قدرة تلك المقاطع على إشباع حاجيات المستخدمين الشباب من خلالها، ثم تليها 7.22% بمعدل 3 سا، ثم 21.8% بمعدل ساعتين في اليوم وفي الأخير 5.5% بمعدل استخدام يفوق الثلث ساعات في اليوم، في حين أن أكثر التطبيقات التي يشارك بها أفراد العينة مقاطع فيديو قصيرة بصفة مرتبة من الأكثر استخداماً إلى الأقل فكانت: فايسبوك بنسبة 72.7%， ثم إنستغرام بنسبة 16.3%， وتيك توك بنسبة 15.4% يليه سناب شات بنسبة 11.8%， أمّا يوتيوب بنسبة 10.9%. وللحظ أن فايسبوك يتصدر التطبيقات في استخدامات مقاطع الفيديو نظراً لما يتميز به من خدمات إنشاء وتسجيل مقاطع الفيديو، وجانية مشاركتها مع الآخرين كخاصية البث المباشر (Story) وخاصية (Live)، كذلك مميزات تعديل الفيديو والتركيب والتقطيع بالإضافة إلى المؤثرات الصوتية وتعديل الألوان والإضاءة قبل نشرها، وفي المرتبة الثانية لتطبيق تيك توك نظراً لخصوصية التطبيق وما يحمله من ميزة خاصة في إنشاء ومشاركة المقاطع القصيرة التي تصل مدتها إلى أقصى تقدير من دقيقة إلى 15 ثا بالإضافة إلى الإغراءات المادية التي يعرضها التطبيق فهي أكبر حافر على إقبال الشباب على إنتاج ومشاركة المقاطع القصيرة. أمّا فيما يخص أسباب استخدام أفراد عينة الدراسة للفيديو القصير عبر تطبيقات الهاتف الذكي من خلال الجدول نلاحظ أن أول سبب هو للتواصل الاجتماعي بنسبة 59.1%， ثم التسلية وقضاء أوقات الفراغ 54.6% وهي نسبة مرتفعة نوعاً ما مقابل الأسباب الأخرى. في حين أن استخدامها لمواكبة العصر 40%， أمّا وبهدف تكوين صدقات 36.4%. وبهدف تبادل المعلومات بنسبة 26.4%.

- النتائج المتعلقة بالحور الثاني: مقاطع الفيديو القصيرة التي يشاهدها الشباب عبر تطبيقات الهاتف الذكي لها تأثيرات نفسية واجتماعية نعرضها كالتالي:

الجدول 04: يمثل تأثير مقاطع الفيديو القصير التي يشاهدها أفراد عينة الدراسة النفسية والاجتماعية

المتغيرات	المجموع	الفنان	النكرار	النسبة %
هل مقاطع الفيديو التي تشاهدها عبر تطبيقات هاتفك الذكي تؤثر على حياتك الشخصية نوع الفيديوهات التي تجذب انتباحك عبر الهاتف الذكي: رتبها من 1 إلى 5	%58.2	نعم	64	%41.8
	%41.8	لا	46	%100
	%100	110		
	%65.4	الأحداث اليومية	72	%42.7
	%42.7	العلمية	47	%25.4
	%25.4	الرياضية	28	%21.8
	%21.8	الدينية	24	%30.9
	%30.9	الرومانسية	34	%47.2
	%47.2	مسلسلات وأفلام	52	%50
	%50	مقاطع لمؤثرين ومشاهير	55	%56.3
ما أكثر الفيديوهات التي تستهويك متابعتها عبر هاتفك الذكي	%56.3	مقاطع تعليمية	62	%57.2
	%57.2	مقاطع اجتماعية	63	%27.2
	%27.2	مقاطع رياضية	30	%23.6
	%23.6	طريقة كلامك	26	%33.6
	%33.6	نمط عيشك	37	%62.7
الفيديوهات القصيرة التي تتبعها عبر هاتفك الذكي تستدعيك إلى تغيير:	%62.7	مستواك التعليمي	69	%81.8
	%81.8	علاقتك بالآخرين	90	

المصدر: من إعداد الباحثة، 2024، بيانات الاستبيان

الجدول 04 يوضح أنّ عدد أفراد عينة الدراسة الذين تؤثر مشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة على حياتهم الشخصية جاءت بنسبة 58.2 %، وهي نسبة معتبرة تؤكد مدى تأثير فئة كبيرة من الشباب بثقافة الفيديو واعتبارها أداة تواصل اجتماعي وأداة يستخدمها الشباب في جزئيات حياته اليومية ، بينما الذين لا تؤثر عليهم 41.8 %. أمّا بالنسبة لمقاطع القصيرة التي تجذب انتباه الشباب أثناء استخدام الهاتف الذكي فكانت الأحداث اليومية بأعلى نسبة 65.4 %، ثم التعليمية 42.7 %، والرومانسية 30.9 %، ثم الرياضية 25.4 % والدينية 21.8 %. ومن هنا يتجلّى أنّه من أهم المقاطع التي يهتم بها الشباب هي تلك التي تسجل الأحداث اليومية ومتابعة كل ما هو جديد، ثم المقاطع التعليمية باعتبار أغلب المبحوثين كانوا من فئة الطلبة الجامعيين، ثم تأتي بالتنازل المقاطع الرومانسية والرياضية والدينية بحسب متفاوتة. أمّا عن الفيديوهات التي تستهوي أفراد العينة مشاهدتها هي المقاطع الاجتماعية 57.2 %، بحكم الاتساع لمجموعات مختلفة ضمن موقع التواصل الاجتماعي، ثم المحتوى التعليمي 56.3 %، ومقاطع المؤثرين والمشاهير بنسبة 50 %، نظراً لاهتمام فئة الشباب بالمحظى المؤثر وارتفاع هذه النسبة مقارنة مع النسب الأخرى هي هوس الشباب بالمشاهير والمؤثرين على صفحات التواصل الاجتماعي. ونلاحظ كذلك درجة تأثير الفيديوهات المتابعة عبر

تطبيقات الهاتف الذكي على شخصية أفراد العينة تستدعيهم إلى تغيير: علاقتهم بالآخرين 81.8 %، المستوى التعليمي 62.7 %. أمّا بالنسبة لنمط العيش 33.6 %، وفي الأخير طريقة الكلام 23.6 %. والملحوظ هنا هو درجة التأثير القوي لمقاطع الفيديو القصير على شخصية المبحوثين وصولاً إلى التفاصيل الدقيقة بداية من العلاقات الاجتماعية إلى نمط العيش وطريقة الكلام متأثرين تأثيراً كلياً بالمحظى المسوق عبر منصات التواصل الاجتماعي والانفتاح على مختلف الثقافات العالمية والتقارب الفكري والثقافي مستخدمو تطبيقات الهاتف الذكي و محتوى شبكات التواصل الاجتماعي.

- النتائج المتعلقة بالمحور الثالث: الآثار الناجمة عن استخدام الشباب لمقاطع الفيديو القصيرة عبر تطبيقات الهواتف الذكية،

عرضها كالتالي:

الجدول 05: يمثل أنماط التفاعلية التي تنتج جراء استخدام أفراد عينة الدراسة لمقاطع الفيديو عبر تطبيقات الهاتف الذكي

النسبة%	النكار	الفئات	المتغيرات
%50	55	مقاطع يومياتي	أشرك مقاطع فيديو قصيرة عبر تطبيقات هاتف الذكي تتمثل في:
%36.4	40	مناسبات عائلية	
%73.6	81	أحداث اجتماعية	
%27.3	30	أحداث رياضية	
%17.3	19	أحداث سياسية	
%84.5	93	اجتماعية	مقاطع الفيديو التي تتفاعل من خلالها عبر تطبيقات الهاتف الذكي تنتهي لصفحات
%49.1	54	ثقافية	
%29.1	32	سياسية	
%55.5	61	تعليمية	
%77.3	85	الإعجاب	
%49.1	54	التعليقات	تفاعل مع مقاطع الفيديوهات عبر تطبيقات هاتف الذكي يكون عن طريق
%14.5	16	المشاركة بصناعة محتوى مماثل	
%60	66	المشاركة مع الأصدقاء	
%73.6	81	تكوين علاقات افتراضية	
%22.7	25	إثبات الذات بانتاج مقاطع	
%51.8	57	التأثير في الآخرين	تفاعل عن طريق مقاطع الفيديو بهدف:
%17.3	19	الربح المادي	
%61.8	68	زادت	
%26.4	29	بقيت على حالها	
%10.9	12	ترجعت	
%0.9	1	اختفت	

المصدر: من إعداد الباحثة، 2024، بيانات الاستبيان

من الجدول 5 يظهر أنّ أتماط التفاعلية التي تنتج جراء استخدام أفراد العينة لمقاطع الفيديو القصيرة عبر تطبيقات الهواتف الذكية من خلال مشاركة مقاطع مواضيع اجتماعية 73.6 %، وهذا يعكس اندماج الشباب في العلاقات الاجتماعية بشكل كبير وخاصة ضمن المجتمعات الافتراضية، ثم مقاطع ليومياتي 50 %. أمّا مقاطع لمناسبات عائلية 36.4 %، وهو مؤشر لرغبة الأفراد في مشاركة خصوصياتهم الفردية وتدوين اللحظة والمناسبة بواسطة الفيديوهات القصيرة عبر الوسائل الإلكترونية. نلاحظ أيضاً من الجدول أنّ الفيديوهات القصيرة التي يتفاعل معها أفراد عينة الدراسة تنتهي لصفحات اجتماعية كأعلى نسبة 84.5 %، ثم الصفحات التعليمية بنسبة 55.5 %، ثم الصفحات الأخرى بنسب متفاوتة، تبين أيضاً أنّ طبيعة التفاعلات مع مقاطع الفيديو التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة عبر تطبيقات الهاتف الذكي كانت عن طريق الإعجاب بنسبة 77.3 %، ثم عن طريق المشاركة مع الأصدقاء بنسبة 60 %، أمّا عن طريق التعليقات 49.1 %، بالنسبة للفئة التي تفضل الاتكفاء بالمشاهدة هي نسبة ضئيلة 18.2 % مقارنة مع الفئة المتفاعلة، في حين الفئة التي تشارك عن طريق صناعة المحتوى بنسبة 14.5 %. يوضح الجدول أيضاً أنّ المبحوثين يتفاعلون من خلال الفيديو القصير بهدف تكوين علاقات افتراضية بنسبة 73.6 %، ثم بهدف التأثير في الآخرين بنسبة 51.8 % أمّا بهدف إثبات الذات عن طريق إنتاج الفيديو القصير بنسبة 22.7 % في حين أنّ من يهتمون بالربح المادي بنسبة أقل 17.3 %. ولللاحظ هنا أنّ نسبة كبيرة من فئة الشباب تهتم للفيديوهات التي تشكل بواسطتها علاقات افتراضية أكثر من الواقعية وبناء سمعة افتراضية أكثر من الشخصيات الأخرى التي توفرها تطبيقات الهاتف الذكي. بخصوص التعرض المكثف لمقاطع الفيديو القصيرة فكان تأثيرها على مستوى العلاقات الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة بنسب متفاوتة منهم من زادت علاقاته بنسبة 61.8 % ومنهم من بقيت على حالها بنسبة 26.4 %، أمّا التي تراجعت فجأة بنسبة 10.9 %، والتي اختفت بنسبة ضئيلة 0.9 %، أي أنّ شدة التعرض لمقاطع الفيديو يساهم في زيادة نسبة العلاقات الاجتماعية بين الشباب وليس العكس بالرغم من أنّ أغلبها افتراضية وليس واقعية وانعكست سلباً على العلاقات الواقعية الحقيقة.

الجدول 6: يمثل آثار مقاطع الفيديو النفسية والعاطفية والاجتماعية على أفراد عينة الدراسة

أبداً		أحياناً		دانماً		النتائج	المتغيرات
%	ك	%	ك	%	ك		
73.6	81	21.8	24	5.45	6	اختفت شخصيتك الحقيقية	تأثير مقاطع الفيديو في تفاعلك مع الآخرين سلباً
50.9	56	44.5	49	4.54	5	تفاكم علاقاتك	
56.3	62	36.3	40	8.1	9	العزلة الاجتماعية	
5.45	6	56.3	62	40	44	التفاعل في علاقات جديدة	تأثير مقاطع الفيديو في تفاعلك مع الآخرين إيجاباً
6.3	7	44.5	49	49.0	54	الاحتفاظ بعلاقاتي كما كانت	
7.2	8	55.4	61	39.0	43	المبادرة للتفاعل الخيري	
10	11	40.9	45	50	55	أغضب عند مشاهدة مقاطع ذات محتوى هابط	تأثير مقاطع الفيديو في
8.1	9	40	44	51.8	57	أتأثر عند مشاهدة فيديوهات لحالات اجتماعية مزرية	

تعزز الفيديوهات التي أتابعها رغبتي في التفاعل مع الآخرين							عواطف :
5.45	6	43.6	48	50.9	56		
50.9	56	42.7	47	8.1	9	الفيديوهات التي أتابعها عبر هاتفي الذكي تزيد من توترى	
17.2	19	50	55	35.4	39	أعتقد أن الفيديوهات التي أتفاعل معها تؤثر في إمكانياتي	تؤثر مقاطع الفيديو على سلوك من خلل
60.9	67	33.6	37	7.2	8	أعتقد أن الفيديوهات التي أتفاعل معها تؤثر في سلوك كياني، سلباً	

المصدر: من إعداد الباحثة، 2024، بيانات الاستبيان

أما الجدول 06 يوضح أنّ مستويات تأثير الفيديوهات القصيرة في تفاعل أفراد عينة الدراسة مع الآخرين سلباً باختفاء شخصيتهم الحقيقة جاءت كالآتي (أبداً 73.6%), تفكك العلاقات (أبداً 50.9%) العزلة الاجتماعية (أبداً 56.3%). والملحوظ هنا أنّ هذه النتائج تؤكد فرضية تأثير مقاطع الفيديو في الاتجاه السلبي على مستوى التفاعل الاجتماعي وتراجع التأثير في الاتجاه الإيجابي من خلال التفاعل في علاقات جديدة (دائماً 40%), والاحتفاظ بعلاقتي كما كانت (دائماً 49.0%), والمبادرة للتفاعل الخيري (دائماً 39.0%). أمّا عن تأثير مقاطع الفيديو في الجانب العاطفي لأفراد عينة الدراسة من خلال التأثير النفسي لمشاهدة حالات اجتماعية مزرية (دائماً 51.9%), ثم الرغبة في التفاعل مع القضايا المهمة في المجتمع (دائماً 50.9%), وبنسبة مترادفة التأثير عند مشاهدة محتوى هابط (دائماً 50%). أمّا بخصوص تأثير مقاطع الفيديو في الجانب السلوكى للمبحوثين فكانت الفيديوهات التي تؤثر في سلوكياتي سلباً (أبداً 60.9%), و (أحياناً 33.6%), في حين التي تؤثر في سلوكياتي إيجاباً بنسبة (أحياناً 50%), و (دائماً 35.4%), أمّا الفيديوهات التي تزيد من توتر المبحوثين عند المشاهدة بنسبة (أبداً 50.9%), وأحياناً 42.7%. ومنه يتجلّى أن آثار استخدام مقاطع الفيديو على الشباب تمس جوانب مختلفة منها النفسية والاجتماعية والعاطفية والسلوكية تظهر في أنماط مختلفة خلقتها بيئات افتراضية جديدة نتيجة احتياج الوسائل الإلكترونية وسيطرة تطبيقات الهواتف الذكية على الحياة الخاصة للشباب.

2. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

أظهرت نتائج الدراسة المتعلقة بالتساؤل الأول أنّ من بين أسباب استخدام الشباب الجزائري لمقاطع الفيديو القصير هي إنشاء مقاطع قصيرة مثلت 58.2% أمّا الاستخدام 44.5% مثّلت وهي نسب متقاربة تدل على ارتفاع نسبة الاستخدام بفضل توفر تقنية الهواتف الذكية التي أصبحت أحد متطلبات الحياة المعاصرة للشباب، كما أنّ أهداف استخدام وتبادل مقاطع الفيديو يحدّدها الشباب وفقاً لأولويات مسبقة يحدّدها لإشباع حاجياته الخاصة كالتعليم والتواصل الاجتماعي 59.1% ، التسلية وقضاء أوقات الفراغ 64%، والتأثير في الآخرين والربح المادي. أمّا عن التطبيقات التي يشارك عبرها الشباب مقاطع الفيديو مثلت 2/1 تطبيق بنسبة 41.8%، وكأقصى تقدير 6 تطبيقات 2.7% وهي فئة الشباب صانعي المحتوى والمؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي لها دافع محددة تلبي من خلالها حاجيات معينة من إنشاء واستخدام مختلف المقاطع. كذلك ظهر متوسط ساعات الاستخدام للمقاطع القصيرة من ساعة واحدة 50% إلى أكثر من 3 ساعات 22.7%، وأكثر التطبيقات استخداماً هو فايسبوك بنسبة

72.7% نظراً لخصوصية المنصة وما تتوفره من مجانية الاستخدام وخاصية "Story" ، "Live" ومشاركة مقاطع الفيديو عبر مجموعات مختلفة الانتماء.

- أظهرت النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني أن مقاطع الفيديو القصيرة التي يشاهدها الشباب عبر تطبيقات هواتفهم الذكية هي مقاطع ليوميات الخاصة بالشباب والمقاطع الاجتماعية والتعليمية، ولها تأثيرات نفسية واجتماعية، حيث أن الأثر النفسي متعلق بالحياة الخاصة للشباب 64% وهي نتيجة الاستخدام المفرط وانتاج وتبادل تلك المقاطع عبر الهواتف الذكية ومنصات التوصل الاجتماعي ويشمل أيضاً مختلف حياثات الأحداث اليومية للشباب والدافع النفسي المختلفة بين الجنسين الذكور والإإناث بمتابعة مقاطع دون الأخرى وهي التأثير الشديد بالمؤثرين والمشاهير والاق岱اء بهم في أدق التفاصيل مثل المستوى التعليمي، اللباس ونمط العيش وطريقة الكلام وغيرها. أمّا عن الأثر الاجتماعي تمثل في تغير مستوى العلاقات الاجتماعية بنسبة 81.8% تراجع الروابط الواقعية بين فئة الشباب إلى روابط افتراضية مؤقتة، ثم التأثير بالآخر والافتتاح على مختلف الثقافات العالمية الوافدة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

- أظهرت النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث من بين أهم الآثار الاجتماعية التي نتجت جراء استخدام مقاطع الفيديو القصيرة هي تتحقق الوجود الافتراضي وتراجع التواجد في العلاقات الاجتماعية الواقعية للشباب. أيضاً تغير أنماط التفاعلية التي فرضتها تكنولوجيا الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي على المجتمعات العالمية ومن بينها المجتمع الجزائري وبالاخص فئة الشباب الجزائري إلى تفاعلية إفتراضية 61.8% "تكوين علاقات افتراضية" وتراجع "العلاقات الحقيقة" 10.9% والعزلة الاجتماعية 9%. أمّا عن الآثار النفسية والعاطفية يتأثر الشباب على الاتجاهين السلبي والإيجابي وينفعل مع مشاهدة مقاطع حالات اجتماعية مزراية 51.9%， ثم الرغبة في التفاعل مع القضايا المهمة في المجتمع 50.9%. أما بخصوص تأثير مقاطع الفيديو في الجانب السلوكى للشباب فكانت الفيديوهات التي تؤثر في سلوكياتي سلباً 33.6%， في حين التي تؤثر في سلوكياتي إيجاباً بنسبة 50%， أمّا الفيديوهات التي تزيد من توثر الشباب عند المشاهدة بنسبة 42.7%. وللحظ من نتائج الدراسة أن دافع ورغبات الاستخدام متعددة بالنسبة للشباب كما سبق ذكرها نشأت بُغية إشباع حاجياته الخاصة النابعة من درجة وعي الشباب بالمحظى الذين يفضلون التعرض له مع تحديد اهتماماته دون باقي فئات المجتمع.

2. 3. النتائج العامة للدراسة:

لم يكن للفيديوهات القصيرة يوماً هذا التأثير القوي على حياة الشباب سواء القصيرة منها أو الطويلة؛ حيث تبين أن مقاطع الفيديو القصير استخدامات متنوعة في مجالات عدة تخص بالدرجة الأولى اهتمامات الشباب حول إنشاء وتبادل تلك المقاطع ودوافع عديدة تلي حاجيات مختلفة بين الذكور والإإناث وبين الطلبة وغيرهم من باقي فئة الشباب في المجتمع، نتج عن الاستخدام المفرط وغير محدود آثار مختلفة بين الشباب على مستويات عدة منها: الأثر النفسي والاجتماعي وحتى العاطفي ذو حدين تأثير سلي وإيجابي، شمل مختلف العلاقات اليومية التي يقوم بها الشباب، وتغير طبيعة العلاقات الاجتماعية من الواقعية إلى الافتراضية جراء الاعتماد الكلي على الهاتف الذكي في مختلف النشاطات التي يقوم بها الشباب، والانغماس في منصات التواصل الاجتماعي ومتابعة التحديث التقني للهواتف الذكية وكل المستجدات التي تمس التقنية بما فيها تطبيقات إنتاج ومشاركة مختلف مقاطع الفيديو التي أصبحت لغة تواصل بين الشباب بدل الكلمات.

1 - اتضح أنّ الهاتف الذكي أحد الأساسيات التي لا يمكن يستغنى عنها الشباب ويجب أن يتوفر على كاميرا عالية الجودة فكانت نسبة من يمتلكون هواتف ذكية متعددة الكاميرات بنسبة 70% ، وهي إحدى متطلبات العصر وجزء من شخص الشاب امتلاك هاتف ذكي ذو ماركة عالمية ومتعدد الكاميرات ويحتوي على تطبيقات حديثة الأمر الذي ساهم في الانتشار الواسع لاستخدام مقاطع الفيديو بصورة غير مسبوقة .

2 - يستخدم الشباب الفيديوهات القصيرة عبر تطبيقات الهواتف الذكية لدowافع متعددة منها التواصل الاجتماعي بغية تكوين صداقات جديدة مواكبة لمتطلبات العصر، وهذا يعكس البيئات التي ينتهي إليها الشباب وظهور ثقافة التدوين عن طريق مقاطع الفيديو بدلاً عن الكلمة في التواصل. واهتمام الشباب بمقاطع الفيديو بدلاً من الصور الثابتة لأنّه يحمل خصوصية الصورة والصوت معاً وهي التطور التقني الذي وصلت إليه الهواتف الذكية وتوفّرها على إعدادات إنتاج ومشاركة مقاطع الفيديو مع الآخرين بالإضافة إلى لينة الوسائل الإلكترونية التي توفر بدورها سبل عرض وتبادل مقاطع الفيديو في زمن قياسي ومشاركتها مع الملايين.

3 - اتضح أنّ الشباب يستخدم أيضاً الفيديوهات القصيرة لإشباع رغباته وحاجياته من خلال التفاعل المستمر عبر تطبيقات الهاتف الذكي وشبكات التواصل الاجتماعي، أمّا المقاطع التي تلفت انتباه الشباب هي مقاطع للأحداث اليومية، والقضايا الاجتماعية والعلمية، وغيرها.

4 - أظهرت النتائج أنّ مقاطع الفيديو القصير تأثير على شخصية الشباب بنسبة 58.2%، وهي نسبة معتبرة نوعاً ما وهي تؤكّد أنّه فعلاً لمقاطع الفيديو المتداولة عبر تطبيقات الهاتف الذكي تأثير مباشر على حياة الأفراد سواء عن طريق ما يتعرضون له بشكل مكثف عبر صفحات التواصل الاجتماعي أو عن طريق ما ينتجونه عبر هواتفهم الذكية.

5 - أظهرت النتائج أنّ طبيعة التفاعل الاجتماعي بين الشباب لم تقتصر على التواصل الواقعي المباشر بل حل محله التواصل الافتراضي ييرز من خلال التفاعل والمشاركة وتبادل المعلومات عبر موقع التواصل الاجتماعي وخاصة بين فئة الطلبة الجامعيين الذين يمثلون الفئة الأكثر اهتمام بذلك.

6 - الأنماط الجديدة التي نشأت جراء استخدام وتبادل الصور مقاطع الفيديو القصيرة عبر مختلف الوسائل الإلكترونية والشبكات الاجتماعية هي إنتاج فيديوهات بهدف تكوين الصداقات الافتراضية وإثبات الذات عن طريق المحتوى المرئي، وترابع ذلك في الواقع نظراً لأندماج الشباب في العلاقات الافتراضية ومغريات العالم الافتراضي (الربح المادي).

7 - تؤثر الفيديوهات القصيرة سلباً وإنجاحاً على الشباب في مستويات عدّة : على المستوى الاجتماعي بالتفاعل في علاقات جديدة التي خلقتها البيئة الافتراضية والمبادرة إلى الاهتمام بالقضايا المهمة في المجتمع، وعلى المستوى السلوكي والعاطفي التأثير الشديد بمقاطع المشاهير والمؤثرين، وبعض الحالات الاجتماعية، وهذا يعكس هشاشة العلاقات الافتراضية ومستويات التفاعلية تبقى نسبية وليس ثابتة نتجت عنها أمراض العصر تفكك العلاقات الواقعية والعزلة الاجتماعية، الأمراض النفسية نتيجة التعرض المكثف للمحتوى الرقمي وال التواصل الاجتماعي الافتراضي الذي ألغى مجل العلاقات الواقعية.

8 - ساهمت الهواتف الذكية في انتشار ثقافة التواصل عن طريق الفيديو، وأصبحت أداة تعبيرية و التواصلية في مختلف مجالات الحياة اليومية وخاصة لدى الشباب، حيث طغى استخدامها بفضل التطور التقني والتكنولوجي للهاتف الذكي وما أضحت تتوفره من كاميرات وتطبيقات سهلة ومرنة لإنتاج وتبادل مقاطع الفيديو بمختلف أنواعها ومشاركة مع الآخرين عبر مختلف منصات التواصل

الاجتماعي بالأمر السهل وال سريع والمريح، والبديل عن الكلمات والكتابة في تسجيل الأحداث واللحظات الحاسمة في حياة الأفراد وخاصة لدى الشباب.

4. خاتمة:

إن هيمنة الفيديوهات وسيادتها على عوالمنا المعرفية والاجتماعية والثقافية، جعلتها تؤثر بشكل كبير على مختلف مناحي الحياة اليومية للأفراد وبالأخص على فئة الشباب، خلقت أنماط جديدة من التفاعلية وال العلاقات الاجتماعية، فرضتها الوسائل الإلكترونية والهواتف الذكية في عوالم موازية للواقع جعلت مقطع الفيديو لغة تواصل وتأثير مباشر على طبيعة العلاقات الاجتماعية بين الشباب، توصلت نتائج الدراسة إلى أن استخدامات الفيديو القصير متعددة ومتعددة ترتب عنها بالضرورة آثار مختلفة مستويات عدة منها الاجتماعية والعاطفية والسلوكية، وحتى الأخلاقية بصورة غير مسبوقة، ونتيجة للتعرض المكثف والاستخدام العشوائي لمقاطع الفيديو نتجت بعض الآثار الإيجابية إلا أن السلبية منها بدأت تطفو إلى أعلى مثل اندثار وترابع العلاقات الحقيقية بين أوساط الشباب، وزيادة العلاقات الافتراضية. نتيجة الانفتاح المطلق على العالم الافتراضي لم تصبح مقاطع الفيديو أداة تعبيرية فقط بل أصبحت عنصراً مهماً في التنشئة الاجتماعية وبناء الأفكار والثقافات والعادات وانتشار الثقافات المجنية المنافية للثقافات الأصلية في المجتمعات وخاصة المجتمع الجزائري، مثل نمط اللباس وطريقة الكلام والتأثير اللامحدود بالمشاهير والمؤثرين، هذا ما ينعكس سلباً على المجتمع وعلى طبيعة التفاعل الاجتماعي حيث أصبح الأفراد منعزلون في مجتمعاتهم الحقيقة، ومنه نقترح بعض التوصيات نوجزها كالتالي :

1. توصي الدراسة إلى تقليل ساعات استخدام الشباب للهواتف الذكية والاهتمام بالحضور الواقعي مقابل الافتراضي ومشاركة تفاصيل الحياة اليومية للشباب مع أفراد العائلة والأصدقاء الحقيقيون.
2. تعزيز دور المؤسسات الاجتماعية (الأسرة الجامعية، أماكن العمل، النادي، الجمعيات،...) إلى توجيه الاستخدام الصحيح لمقاطع الفيديو في الجانب التعليمي والثقافي بدلاً من التسلية وقضاء أوقات الفراغ ومتابعة المشاهير والفنانين والمؤثرين وغيرهم.
3. الاهتمام بالحتوى المرئي الهدف بدلاً من الحتوى الهازي ذو التأثير السلبي على حياة الشباب وعلاقتهم بالآخرين.
4. الحد من الآثار السلبية للهواتف الذكية عن طريق التوعية والإرشاد وإقامة الندوات والأيام الدراسية بضرورة ترشيد الاستخدام وعدم السماح للتكنولوجيات الحديثة بالتأثير على الحياة الخاصة للأفراد وخاصة الفئات الحساسة في المجتمع مثل المراهقين والشباب.
5. صقل قدرات الشباب ومواهبهم ضمن احتواهم في مجموعات اجتماعية وعلمية وعرفية تصبوا إلى تطوير العلم والمعرفة، ثم التكافل الاجتماعي وبوادر العمل الخيري.

5. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

- المعجم الوسيط، إصدار مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 1998)، ص 65.
- أعضاء هيئة التدريس قسم علم الاجتماع، الطفل والشباب في إطار التنمية الاجتماعية والاقتصادية، دار المعرفة الجامعية، (مصر: دار المعرفة الجامعية، 2006)، ص 113.
- طلعت همام، سين وجيم عن مناهج البحث العلمي، دار عمان، (بيروت: دار عمان، 1984)، ص 49.

- فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010)، ص 21.
- موريس أنجوس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي، دار القصبة، (الجزائر: دار القصبة، 2006)، ص 6.
- الرسائل :
- إيمان عبد الرحمن، باسم أسماء، التأثيرات السلبية لاستخدام المواتف الذكية على الأطفال من وجهة نظر الأمهات "جنين والبازان" ، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2017، ص 18.
- سليمان بورحمة، أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكاتهم، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2007، ص 24.
- ملياء محمد عبد العزيز، استخدامات المرأة المصرية لصحتها الإلكترونية والإشعارات المتحققة منها _ دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2013، ص 86.
- هند محمد عبد المنعم بشندي، تعليقات مستخدمي الموقع الإلكتروني الخبرية إزاء الشئون العامة في مصر _ دراسة تحليلية للخطاب واتجاهاته، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012، ص، ص 71-72.
- المقالات :
- إلهام يونس أحمد، استخدامات المراهقين للفيس بوك وتصوير الذات (السيلفي) وعلاقتها بالسمات الشخصية النفسية لديهم، مجلة البحوث الإعلامية كلية الإعلام، المجلد 2، العدد 54، 2020، ص 585.
- إيمان قناوي محمد، الآثار الاجتماعية والأكاديمية لاستخدام المواتف الذكية على الشباب الجامعي، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد 20، 2019، ص 3.
- سميرة بعلبي، تأثير المواتف الذكية على التحصيل الدراسي لدى الأطفال، مجلة تطوير، المجلد 8، العدد 01، جوان 2021 ، ص 198.
- Shari P, Walsh Katherine M. Withe Ross M. Young, Over Connected? Qualitative Exploration of the Relationship Between Australion Youth and their Mobile Phones, Journals of Adolescence, Vol 31, No.1, 2008, p78.
- موقع الانترنت :
- إس سي موتي، (2016)، تقنية المواتف الذكية نظرة ثاقبة على مستقبل الأعمال وتقنيات الاتصال، موقع المعلوماتية، متاح على الرابط <https://www.informatism.net/book/8.18:50> بتاريخ (2023/10/24)، بتوقيت 18:50.
- التكنولوجيا، تعريف الفيديو، موقع [FACTS6NEWS.ORG](https://ar.facts-news.org/taaryf-alfydyo)، متاح على الرابط <https://ar.facts-news.org/taaryf-alfydyo>، أطلع بتاريخ (2024/01/16)، بتوقيت 21:22.
- قاموس المعاني، مفهوم الاستخدام، متاح على الرابط www.almaany.com/dic/ar-ar، أطلع بتاريخ (2023/11/14)، بتوقيت 23:45.
- Hadil Arja، (31 مارس 2022)، كل ما يحتاج معرفته عن خاصية "يوتيوب" قصير، متاح على الرابط <https://ijnet.org/ar/story>، أطلع بتاريخ (2024/01/10)، بتوقيت 22:00.

References :

- al-Mu‘jam al-Wasīt, iṣdār Majma‘ al-lughah al-‘Arabīyah, Maktabat al-Shurūq al-Dawlīyah, (al-Qāhirah : Maktabat al-Shurūq al-Dawlīyah, 1998)
- a‘dā’ Hay’at al-tadrīs Qism ‘ilm al-ijtimā‘, al-ṭifl wa-al-Shabāb fī iṭār al-tanmiyah al-ijtimā‘īyah wa-al-iqtisādīyah, Dār al-Ma‘rifah al-Jāmi‘īyah, (Miṣr : Dār al-Ma‘rifah al-Jāmi‘īyah, 2006)
- Ṭal‘at Hammām, Sīn wa-jīm ‘an Manāhij al-Baḥth al-‘Ilmī, Dār ‘Ammān, (Bayrūt : Dār ‘Ammān, 1984), §49.

- Faḍīl Dilīyū, al-tiknūlūjiyā al-Jadīdah lil-I'lām wa-al-Ittiṣāl, Dār al-Thaqāfah lil-Nashr wa-al-Tawzī', ('Ammān : Dār al-Thaqāfah lil-Nashr wa-al-Tawzī', 2010),
- Mūrīs anjrs, manhajīyah al-Baḥth fī al-'Ulūm al-Insāniyah, tarjamat : Būzayd Ṣaḥrāwī, Dār al-Qaṣabah, (al-Jazā'ir : Dār al-Qaṣabah, 2006)
- Īmān 'Abd al-Rahmān, Bāsim Asmā', al-Ta'thīrāt al-salbīyah li-istikhdām al-Hawātīf al-dhakīyah 'alā al-aṭfāl min wijhat naẓar al-ummahāt "Janīn wālbādhān", Jāmi'at al-Najāḥ al-Waṭānīyah, Nābulus, 2017, §18.
- Lamyā' Muḥammad 'Abd al-'Azīz, Istikhdāmāt al-mar'ah al-Miṣrīyah Iṣḥāfthā al-iliktrūnīyah wāl'shbā'āt almthqqh minhā _ dirāsah maydānīyah, Risālat mājistīr, Jāmi'at al-Manṣūrah, Kullīyat al-Ādāb, Qism al-I'lām, 2013
- Hind Muḥammad 'Abd al-Mun'im Bashandī, ta'līqāt Mustakhdīmī al-mawāqi' al-iliktrūnīyah al-khabarīyah izā'a al-Shu'ūn al-'Āmmah fī Miṣr _ dirāsah taḥlīlīyah lil-khitāb wa-ittijāhātuhu, Risālat mājistīr, Kullīyat al-I'lām, Jāmi'at al-Qāhirah, 2012
- Ilhām Yūnus Aḥmad, Istikhdāmāt al-murāhiqīn llfys Būk wa-taṣwīr al-dhāt (alsylfy) wa-'alāqatuhā bālsmāt al-shakhṣīyah al-nafsīyah ldyhm, Majallat al-Buḥūth al-I'lāmīyah Kullīyat al-I'lām, al-mujallad 2, al-dd54, Yūliyū 2020,
- Īmān Qināwī Muḥammad, al-Āthār al-ijtimā'īyah wa-al-akādīmīyah li-istikhdām al-Hawātīf al-dhakīyah 'alā al-Shabāb al-Jāmi'i, Majallat al-Baḥth al-'Ilmī fī al-Tarbiyah, al-dd20, 2019, §3.
- Samīrah Bil'arabī, Ta'thīr al-Hawātīf al-dhakīyah 'alā al-taḥṣīl al-dirāsī ladā al-aṭfāl, Majallat taṭwīr, almjld8, al-dd01, Juwān 2120, §198.
- Shari P, Walsh Katherine M. Withe Ross M. Young, Over Connected? Qualitative Exploration of the Relationship Between Australion Youth and their Mobile Phones, Journals of Adolescence, Vol 31, No.1, 2008, p78.
- Is Sī mwāty, (2016), Taqnīyat al-Hawātīf al-dhakīyah naẓrah thāqbh 'alā Mustaqbal al-A'māl wa-tiqnīyat al-ittīṣāl, Mawqi' al-ma'lūmātīyah, mtāḥ 'alā alrābṭ <https://www.informatism.net/book/8> aṭl' bi-tārīkh (24/10/2023), bi-tawqīt 18 : 50.
- al-tiknūlūjiyā, ta'rīf al-fidyū, mwq'FACTS6NEWS. ORG, mtāḥ 'alā alrābṭ <https://ar.facts-news.org/taaryfalfydyo>, aṭl' bi-tārīkh (16/01/2024), bi-tawqīt 21 : 22.
- Qāmūs al-ma'ānī, Mafhūm al-Istikhdām, mtāḥ 'alā alrābṭ www.almaany.com/dic/ar-ar aṭl' bi-tārīkh (14/11/2023), bi-tawqīt 23 : 45.
- Hadil Arja, (31mārs2022), kull mā yaḥtāju ma'rifatuhu 'an khāṣyh "ywtywb" Qaṣīr, mtāḥ 'alā alrābṭ <https://ijnet.org/ar/story>, aṭl' bi-tārīkh (10/01/2024), bi-tawqīt 22 : 00.