

التأثير الاجتماعي على مستخدمي تطبيق "TikTok" من الشباب السعودي

(دراسة في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي)

د. إبراهيم محمد علي الثقفي*

social impact on users "TikTok" app from Saudi youth and its relationship

(with various types of Social Capital theory)

Dr. Ibrahim Mohammad Ali Althagafi

مستخلص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثير الاجتماعي لمستخدمي تطبيق "TikTok" من الشباب السعودي وأسباب إيمانه ومخاطره وأثره، وعلاقة ذلك برأس المال الاجتماعي بأنواعه المختلفة (العابر، التواصل، الترابطي)، بالإضافة إلى التعرف على المتغيرات الوسيطة في تحقيق رأس المال الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على نظرية رأس المال الاجتماعي "Social Capital Theory" في تقديم تفسير الدور الذي يؤديه تطبيق "TikTok" في تعزيز العلاقات والثقة والتعاون بين الشباب السعودي، ولذلك استخدمت الدراسة أسلوب منهج مسح الجمهور من خلال استمارة الاستقصاء، وقد بلغت عينة الدراسة (345) مفردة من الشباب السعودي، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج المهمة منها:

- يستخدم الشباب السعودي تطبيق "TikTok" بمستوى متوسط، مع وجود فروق في كثافة الاستخدام تبعاً للنوع، وذلك بالزيادة لدى الإناث.
- نسبة كبيرة من الشباب السعودي تستخدم أسماء مستعارة، وصوراً تعبيرية أكثر من استخدامهم صورهم الشخصية في الملف التعريفي للحساب على تطبيق "TikTok".
- يعد رأس المال الاجتماعي التواصل والعابر للشباب السعودي على تطبيق "TikTok" متوسطاً مع تفوق رأس المال الاجتماعي العابر؛ ما يعني أن الشباب يوظفون التطبيق بدرجة أعلى في التواصل مع الأشخاص الغرباء أو المختلفين عنهم.

*الأستاذ المساعد بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- المملكة العربية السعودية.

- لم يستخدم الشباب السعودي تطبيق "TikTok" كثيراً في التواصل مع الأقارب والزملاء، والأشخاص الذين يرتبطون بهم بروابط وثيقة.
 - وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين إيمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقيق رأس المال الاجتماعي (العلاقة العابرة - العلاقة التواصلية - العلاقة الترابطية).
- الكلمات المفتاحية:** الشباب السعودي، رأس المال الاجتماعي، "TikTok".

Abstract:

This study aimed to identify the extent of social impact on users "TikTok" app from Saudi youth and its relationship with various types of Social Capital (transient, communicative, and associative), in addition to identifying the intermediate variables in the realization of social capital.

The study relied on "Social Capital Theory" in providing an explanation of the role which played by the application of "TikTok" in enhancing relations, trust and cooperation among Saudi youth. Therefore, the study used the method of surveying the audience through the survey questionnaire, and the study sample amounted to 345 individuals from Saudi youth.

The results of the study reached include the following:

- Saudi youth use the "TikTok" application at an average level, with differences in the intensity of use according to gender, in favour of females.
- The largest percentage of Saudi youth use pseudonyms and expressive images more than they use their personal photos in the account profile on the "TikTok" application.
- The Social Capital of communicative and transient for Saudi youth on the application "TikTok" is average, with the superiority of the transient Social Capital, which means that young people employ the application to a higher degree in communicating with people who are strangers or different from them.
- Saudi youth didn't use the "TikTok" application much to communicate with relatives, colleagues, and people with whom they are closely related.
- There is a strong positive correlation between Saudi youth's addiction to the application of "TikTok" and the rates of realization of Social Capital (the communicative relationship - the correlation - the transient relationship).

Key words: Saudi youth, Social Capital, "TikTok".

التمهيد:

لم تعد الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) وتطبيقاتها تهدف لتبادل المعلومات وحفظها فقط، بل امتدت لمهام أخرى، حيث تمكن الأفراد العاديون بفضل تحولات المشهد الإعلامي وتطبيقاته على الإنترنت من توظيف الوسيلة الإعلامية في تحقيق أهداف اجتماعية ونفسية واقتصادية، إضافة إلى الأهداف الإعلامية المتعلقة بتبادل الأخبار والمعلومات.

وشهدت الآونة الأخيرة تزايد في أعداد تطبيقات الشبكات الإلكترونية على الانترنت بجانب أعداد مستخدميها بشكل كبير لتزايد رغبة الفرد في أن يظل على اتصال بالآخرين وعلى وعي بما يحيط به في المجتمع. واجتذبت تطبيقات الشبكات الإلكترونية الملايين من البشر لاسيما الشباب الذين يستخدمون هذه التطبيقات في ممارساتهم اليومية لتلبيتها على مدى واسع العديد من اهتماماتهم لما تتميز به من قدرات تقنية متنوعة، بجانب أنها أكثر رحابة لنشأة الصداقة وانتلاف الأفراد المتشابهين في الميول والطباع. فالمستخدم لهذه التطبيقات يجد نفسه في قائمة كبيرة ومتشعبة تجمع العديد من الأفراد يدرجون تحت قائمة الأصدقاء، ويؤثرون ويتأثرون ببعضهم البعض عبر ساحات التفاعل في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي.

وأشارت العديد من الدراسات إلى أن الاستخدام الفعال لمواقع الشبكات الإلكترونية يرتبط بشكل إيجابي بالرفاهية من خلال تعزيز الدعم الاجتماعي ومشاعر الترابط⁽¹⁾. وتسمح وسائل التواصل باتصالات جديدة كونها غالبًا ما تطمس حدود الجمهور الجغرافية، كما أنها تقدم ميزات اتصال عامة وخاصة يمكن تصنيفها بشكل أكبر على سبيل المثال أنها اتصال موجه مثل وضع العلامات أو الإعجاب أو التعليق، أو اتصال أكثر سلبية على سبيل المثال استهلاك المحتوى في صمت؛ وعليه ليس من المستغرب أن يتساءل الباحثون

عن كيفية تأثير وسائل التواصل على طبيعة العلاقات الشخصية، وفي نهاية المطاف آثار رأس المال الاجتماعي بالمعلومات والدعم العاطفي الذي يسترده الأشخاص من شبكتهم الاجتماعية⁽²⁾.

وانصب اهتمام الباحثين خلال العقدين الماضيين بدراسة التأثيرات الاجتماعية والنفسية والسياسية المصاحبة لمواقع التواصل الاجتماعي على المستويين الفردي والمجمعي، مما دفع بفرضية جديدة تفيد بأن مواقع التواصل الاجتماعي تتحول لرأس مال اجتماعي حقيقي إذا ما تم توظيفها بشكل عمدي لتحقيق أهداف اجتماعية محددة، كالرغبة في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية واكتساب صداقات جديدة، أو التواصل مع العالم الخارجي، أو تدعيم العلاقات والروابط الاجتماعية القائمة بالفعل.

ويعد عصر التطبيقات الشبكية على الإنترنت وما يرتبط بها من ظهور منصات وسائل التواصل الإلكترونية مجالاً بحثياً متعدد التخصصات، حيث يركز عدد متزايد من الدراسات على الترابط بين استخدام الوسائط الاجتماعية ورأس المال الاجتماعي الفردي المتصور⁽³⁾. وفي ظل التطورات المتسارعة لشبكة الإنترنت، ترتفع يوماً بعد الآخر نسبة إقبال الجمهور على تطبيقات التواصل الاجتماعي، ومنها تطبيق "TikTok"، وفي حين كانت المنافسة والاستحواذ على أكبر قاعدة مستخدمين لمنصات وتطبيقات التواصل الاجتماعي تنحصر بين منصتين فقط هما فيسبوك وسناب شات، نجح تطبيق "TikTok" خلال 4 سنوات فقط وحتى العام الجاري 2021، في الوصول إلى 800 مليون مستخدم نشط عالمياً، كما أصبح من ضمن أكثر التطبيقات تحميلاً لعام 2021، حيث تم تنزيل التطبيق بأكثر من 1,9 مليار مرة تم فيها تثبيت التطبيق على الهواتف الذكية في مختلف أنحاء العالم، وفيما يخص المملكة العربية السعودية كان المحتوى الأكثر اهتماماً وتداولاً على تطبيق "TikTok" لعام 2020، اليوميات

والفلوجز بواقع 35 مليار مشاهدة، والكوميديا بواقع 13 مليار مشاهدة، فيما بلغ مقاطع الطبخ 7 مليار مشاهدة فقط⁽⁴⁾.

من هنا تجدر دراسة مدى إدمان الشباب السعودي تطبيقات التواصل الإلكترونية بشكل عام وتطبيق (TikTok) بشكل خاص من منظور رأس المال الاجتماعي، بالنظر إلى أنه قد يكون له تأثير إيجابي وسلبي على بناء العلاقات الاجتماعية بين الشباب السعودي، خاصة أن هناك بعض الدراسات تشير إلى تفوق الانترنت على وسائل الإعلام الجماهيرية في تقوية العلاقات الاجتماعية لدى مستخدميها والحفاظ على استمراريتها، والعمل على الإبقاء على التواصل الاجتماعي مع أصدقاء انقطعت الصلة بينهم بسبب البعد المكاني⁽⁵⁾.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

- 1- أنها تتطرق لنظرية رأس المال الاجتماعي، وهي نظرية شديدة العمق والثراء، وقد حظيت باهتمام متزايد في البحوث الغربية، في حين لم تلق اهتماماً كافياً بعد في السياق العربي، حيث أفضت مراجعة دقيقة للأدبيات المتاحة - في هذا الإطار - إلى عدم وجود دراسة إعلامية انطلقت لاختبار فرضيات النظرية لدراسة التأثيرات المحتملة للإنترنت من خلال تطبيق "TikTok" في المجتمع السعودي، وهو ما يضيف عليها مزيداً من الأهمية.
- 2- تستمد الدراسة أهميتها من الأهمية والمكانة التي تمثلها تطبيقات التواصل الإلكتروني ومنها تطبيق "TikTok"، إذ تشير البيانات إلى ارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال العامين الأخيرين بشكل غير مسبوق في المجتمع السعودي، الأمر الذي أسهم في تغيير ملامح واهتمامات الشباب السعودي بالتطبيق وعلاقته برأس المال الاجتماعي.

- 4- تعدد المزايا التي يوفرها تطبيق "TikTok" لمستخدميه مما أدى إلى تزايد تأثيره، واعتبار الشباب له نافذة أو وسيلة للتواصل بالآخرين.
- 5- تسعى الدراسة لمقاربة موضوعها عبر التطرق للعوامل الاجتماعية والنفسية والثقافية المختلفة في محاولة لفهم التأثير الاجتماعي على الشباب السعودي المستخدم لتطبيق "TikTok" في ضوء خصوصية المجتمع السعودي، وهو ما يكسب الدراسة مزيداً من الأهمية.
- 6- أنها تحاول أن تختبر بعض المتغيرات الوسيطة التي لم تحظ بنصيب كاف من التحليل والتفسير والتعمق المعرفي في إطار الدراسات العربية.
- 7- أنها تعد من الدراسات البينية التي تربط بين الإعلام وعلم الاجتماع لاسيما أنها تتصدى لدراسة ظاهرة حديثة نسبياً ولم تتوافر دراسات كافية عنها بعد في التراث العلمي في الدراسات العربية، هذا فضلاً عن ندرة الدراسات الإعلامية العربية التي تعرضت لبحث مفهوم رأس المال الاجتماعي وعلاقته بالتطبيقات الاجتماعية الحديثة.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بتقسيم التراث العلمي للدراسات السابقة بناء على نطاقها الجغرافي إلى ثلاثة أقسام هي:

أولاً - الدراسات الأجنبية:

-دراسة (Page-Tan، 2021) (6) التي سعت إلى التعرف على كيف عملت منصات وسائل التواصل الاجتماعي المحلية كقناة للوصول في وقت الأزمات وتنشيطها، حيث أشارت إلى أن وسائل التواصل تعمل على تغيير سرد الأحداث خلال الأزمات لتسهيل عمليات الإرسال والإنقاذ بقيادة المواطنين، وتبادل المعلومات والتواصل بين أحبائهم في اللحظات التي سبقت الكارثة وأثناءها وبعدها.

وبيّنت الدراسة أن الباحثين وجدوا في رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصل يمكن أن يؤدي إلى نتائج مرنة، خاصة مع زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أساس يومي أثناء الأزمات في ظل قلة المعلومات عبر الإنترنت. وقامت الدراسة بالتحقق في مستوى ترابط رأس المال الاجتماعي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية بعد الزلزال وتوابعه في منطقة وادي نابا بكاليفورنيا، واكتشفت أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون بمثابة مصدر أساسي للجوء للأفراد والمجتمعات في أعقاب الكارثة، حيث توفر تلك المنصات قناة للوصول وتفعيل جسور الربط التي يمكن أن تسرع العمل الجماعي في وقت الحاجة، وعليه يجب أن تنتظر المجتمعات الى السياسات التي تزيد من مستويات رأس المال الاجتماعي على منصات وسائل التواصل الاجتماعي التي يمكنها تنشيط الروابط الاجتماعية.

دراسة (Matenda، 2020)⁽⁷⁾ التي ذكرت أن مفهوم رأس المال الاجتماعي يكتسب شعبية في سياق يواجه فيه الشباب تحديات اجتماعية واقتصادية متزايدة. إذ أصبح استخدام هذه الفئة لوسائل التواصل الاجتماعي منتشرًا. وسعت الدراسة إلى فهم ما إذا كانت هذه التقنيات الاجتماعية توفر فرصاً جديدة للشباب في المناطق شبه الريفية للوصول إلى رأس المال الاجتماعي، خاصة أن رأس المال الاجتماعي ضرورة للتنمية الشخصية والاجتماعية.

واستخدمت الدراسة تصميم بحث متعدد الأساليب، كما وزعت الاستبانة على (331) من الطلاب في المدارس الثانوية ومؤسسات من مؤسسات التعليم العالي في ماثا بمقاطعة إيسترن كيب بجنوب إفريقيا، كما أجريت مجموعات التركيز مع المجموعة المستهدفة نفسها. وأظهرت النتائج أن أدوات وسائل التواصل الاجتماعي مدمجة في الحياة اليومية للشباب، وأنها هي مصدر مهم لرأس المال الاجتماعي. وبيّنت النتائج أنه لا تستعمل وسائل التواصل

الاجتماعي في المواعدة والترفيه فقط، بل في المهام اليومية الأخرى مثل التعلم ومساعدة الآخرين، وهي مصدر للفوائد الشخصية، وخلصت الدراسة إلى أن تطبيقات الوسائط الاجتماعية هي مورد مهم لرأس المال الاجتماعي، وأنه من المهم إعادة النظر في السياسات لضمان تنمية الشباب وتطوير قدراتهم ومهاراتهم.

-دراسة (Yang، 2020)⁽⁸⁾ التي قدمت خريطة عامة لفهم كيف يصنع الشباب المضامين في منصة الفيديو القصيرة الشهيرة TikTok، واستخدم الباحث لاستكشاف هذه العملية منهجيتين، هما التوجيه والمقابلات غير المنظمة، وذلك لمعرفة دوافع المستخدم وتفاعلاته بالإضافة إلى قدرات منصة TikTok في هذه الممارسات.

وكشفت الدراسة أن هروب الشباب من الواقع وتحسين الحالة المزاجية هما الدوافع الرئيسية لمستخدمي منصة TikTok، وأوضحت الدراسة أن التعبير عن الذات المخفية والتواصل مع الأصدقاء كانا من الأسباب الفرعية. وكشفت الدراسة أيضاً أن TikTok تحتفل بالتجارب البشرية الحقيقية، وتحفز إبداع المستخدمين من خلال تصميم واجهات مستخدم بسيطة وسهلة التشغيل وأدوات تحرير شاملة وعملية.

ثانياً- الدراسات العربية:

-دراسة (صفاء وعلياء، 2020)⁽⁹⁾ التي درست تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي والسعادة لدى المقيمين في دولة الإمارات، وتبحث في علاقة كثافة استخدام المقيمين العرب وغير العرب لوسائل التواصل الاجتماعي بتكوين رأس المال الاجتماعي لديهم والمحافظة عليه من جهة وتأثير رأس المال الاجتماعي على سعادة المقيمين من جهة أخرى، متمثلة في: تقدير الذات، والرضا عن الحياة في دولة الإمارات.

وتدرس المتغيرات الديموغرافية الوسيطة المؤثرة على العلاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي مثل: (الجنسية- النوع- العمر- الدخل). وتقوم الدراسة على منهج المسح لعينة متاحة قوامها (300) من المقيمين العرب وغير العرب في دولة الإمارات؛ وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة رأس المال الاجتماعي، إلى جانب وجود علاقة طردية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسعادة لدى المقيمين من حيث: شعورهم بتقدير الذات والرضا عن الحياة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتبين وجود فروق طفيفة ذات دلالة إحصائية بين المقيمين العرب وغير العرب في دولة الإمارات العربية المتحدة -عينة الدراسة- من حيث المتغيرات الآتية: رأس المال الاجتماعي العابر، ورأس المال الاجتماعي التواصلي، وكثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بينما لا توجد فروق دالة إحصائية بين المقيمين العرب وغير العرب فيما يتعلق بالثقة في المجتمع والسعادة.

- دراسة (غمشي، 2020)⁽¹⁰⁾ حول رأس المال الاجتماعي الافتراضي وتداول المراجع العلمية بين طلبة ما بعد التخرج على شبكة الفيسبوك بالجزائر، وسعت الدراسة إلى معرفة الدور الذي يؤديه الفيسبوك في بناء وتنمية رأس مال اجتماعي يسهم في تداول المصادر العلمية لدى عينة من طلبة الجامعات، وقد اعتمد الباحث على المنهج الكيفي مستخدماً أدوات الملاحظة الاثنوجرافية والمجموعات المركزة.

وخلصت الدراسة إلى أن الفيسبوك يعزز رأس المال الاجتماعي الواقعي خاصة التجسيري منه، ويسهم في بناء رأس مال اجتماعي افتراضي، كما أشارت الدراسة إلى أن ما يشكله طلبة ما بعد التخرج من رأس مال

اجتماعي من جراء عضويتهم في صفحات الفايسبوك وأيضا المجموعات العلمية على الشبكة، يمكنهم من تحصيل العديد من المراجع العلمية.

- دراسة (كمال، 2011)⁽¹¹⁾ التي سعت إلى التعرف على العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة المصريين لموقع الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي، وعلاقة كثافة استخدام الفيس بوك بطبيعة العلاقات التي يكونها الشباب عينة الدراسة (علاقات عابرة، علاقات وثيقة، المحافظة على العلاقات الاجتماعية القائمة وضمان استمرارها) والكشف عن العوامل المؤثرة في العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي لدى الطلاب بأبعاده المختلفة تقدير الفرد لذاته ورضا الفرد عن حياته ومستوى الثقة الاجتماعية وأثر بعض المتغيرات الديمغرافية على طبيعة استخدام الفيسبوك ورأس المال الاجتماعي. وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة متاحة من مستخدمي الفيس بوك من طلاب الجامعات المصرية بلغت 300 من الذكور والإناث. كما أشارت النتائج إلى أن موقع الفيسبوك أحد أبرز مواقع التواصل الاجتماعي كان في الأساس بهدف التفاعل مع من يتواصل معهم من طلاب في الواقع، ولتدعيم علاقاتهم الاجتماعية سواء الحالية أو القديمة أكثر من استخدامه بدافع البحث عن غرباء أو تكوين علاقات جديدة، وأسفرت النتائج على عدم وجود فروق بين المبحوثين في كثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفي تكوين رأس المال الاجتماعي وفقا لمتغيرات النوع وطبيعة الدراسة.

ثالثاً- الدراسات المحلية:

- دراسة (مؤيد، 2016)⁽¹²⁾ التي هدفت للتعرف على إيمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي، التي أجريت على طلاب الجامعة في مصر والسعودية، واعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة والأسلوب المقارن من خلال

المقارنات بين متغيرات وعينة الدراسة لمعرفة أثر إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقة بينه وبين القيم الاجتماعية والأخلاقية ورأس المال الاجتماعي، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 354 مفردة من طلاب الجامعة في مصر والسعودية، مقسمين 179 من بعض الجامعات المصرية، و175 من بعض الجامعات السعودية.

وتوصلت نتائج الدراسة بأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بالإيجاب على القيم الاجتماعية من خلال التعاون بين الأفراد في تنفيذ بعض الخدمات الاجتماعية ومساعدة الحالات وتنمية مفاهيم التطوع وتقديم الخدمات المجانية، فيما أشارت النتائج إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بالسلب على القيم الأخلاقية، حيث أظهرت النتائج بأن الأفراد ينشرون معلومات دون التحقق من صحتها، وعززت من فكرة التحرر بين الجنسين، ودفعتهم للقيام بالممارسات السلوكية غير السليمة واستخدام المحادثات الإلكترونية الخاصة في الانتقاص من الزملاء.

وأكدت نتائج الدراسة على التأثير الإيجابي في عملية التواصل بين المجتمعات بشكل عام، والأفراد فيما بينهم بشكل خاص، وجعلت لعملية التواصل الفردي شكلاً جديداً قضى تماماً على حميمية اللقاء وتبادل النظرات فيما بين الشخص والأخر وارتفاع تقدير الذات والرضا عن الحياة والثقة في العلاقات الاجتماعية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكور والإناث في المجتمع المصري والسعودي أصبحوا أكثر ميلاً إلى العلاقات الاجتماعية سواء الترابطية أو التبادلية أو العابرة ووجود ارتباطات ذات دلالة إحصائية بين أبعاد القيم الاجتماعية والأخلاقية المكتسبة من مواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى رأس المال الاجتماعي بأبعاده الثلاثة (التواصلي والتبادلي والعابر) الذي يحوزه الشباب الجامعي عينة الدراسة.

- دراسة (الشامي، 2013)⁽¹³⁾ والتي استهدفت التعرف على طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحقق مظاهر رأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي بالتطبيق على الفيس بوك، للوقوف على طبيعة المردود الاجتماعي الناجم عن استخدام الفيسبوك، كما سعت إلى اختبار تأثير المكون الإعلامي في علاقته برأس المال الاجتماعي، والتي أجريت الدراسة الميدانية على عينة قوامها 356 من الطلاب الجامعيين في مدينة الرياض.

وقد أكدت النتائج أن الفيسبوك تحول إلى رأس مال اجتماعي في المجتمع السعودي، كما توصلت نتائج اختبارات الفروض إلى وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الفيسبوك وبين معدلات تحقيق رأس المال الاجتماعي بمستوييه الذي تبنته النظرية وهما رأس المال التواصلي، ورأس المال الترابطي، كما أشارت النتائج إلى أن معدلات تحقيق مظاهر رأس المال الاجتماعي التواصلي لا يختلف باختلاف النوع، في حين تختلف معدلات تحقيق مظاهر رأس المال الاجتماعي الترابطي باختلاف النوع، حيث أبدى الذكور معدلات أعلى في هذا الشأن من المثلثات من الإناث، وتؤكد النتائج بأن للشعور بالعزلة تأثيراً على شدة العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام الفيس بوك ومعدلات تحقيق مظاهر رأس المال الاجتماعي.

التعليقات على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بدراسة منصات التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي التي أجريت بأشكال مختلفة، أن نتائج وتوصيات تلك الدراسات متعددة في مجالات مختلفة، أبرزها أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، والدور الذي يؤديه رأس المال الاجتماعي في تعزيز العلاقات والثقة والتعاون بين أفراد المجتمع. وبناءً على ما تقدم يتضح ما يلي:

1. غياب الدراسات الإعلامية التي تناولت ادمان استعمال الشباب تطبيق التواصل الاجتماعي "TikTok" بشكل عام والشباب السعودي بشكل خاص، وعلاقته برأس المال الاجتماعي، وهو ما يشير إلى أهمية الدراسة الحالية وجدة موضوعها.
2. قلة الدراسات المحلية التي طبقت على المجتمع السعودي.
3. حداثة الدراسات البحثية في هذا المجال، وهو ما سيرفد وسائل الإعلام المختلفة بالعديد من الرؤى والتصورات، في كيفية العمل على تطوير الرسائل الإعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام بما يتفق مع مبدأ تعزيز رأس المال الاجتماعي.
4. استفاد الباحث من الدراسات السابقة نظرياً ومنهجياً، في إثراء الإطار المعرفي والنظري للدراسة وفي تحديد فروض الدراسة ومتغيراتها.
5. استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تصميم استبانة الدراسة؛ ما يثري الدراسة الحالية بالعمق والشمول.

مشكلة الدراسة:

وفقاً لما توصلت إليه العديد من الدراسات حول تزايد انتشار تطبيقات التواصل الاجتماعي، وتنامي استخدامها بين الشباب، ولأهميتها في تحقيق التفاعل الاجتماعي، ونظراً لندرة الدراسات الإعلامية التي اهتمت بعلاقة الشباب السعودي بمواقع التواصل الاجتماعية الحديثة، لا سيما التطبيقات الشبكية الجديدة كتطبيق "TikTok" لحداثة هذا التطبيق وانتشاره اللافت بين أوساط الشباب، وبيان علاقة هذا الاستخدام برأس المال الاجتماعي.

وتتحدد مشكلة الدراسة الحالية في التعرف على مدى التأثير الاجتماعي على مستخدمي تطبيق "TikTok" من الشباب السعودي وعلاقة ذلك برأس المال

الاجتماعي بأنواعه المختلفة (العابر، التواصلي، الترابطي) وعلاقة ذلك برأس المال الاجتماعي بأنواعه المختلفة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق التالي:

- 1- التعرف على أسباب إدمان وكثافة استخدام تطبيق "TikTok".
- 2- التعرف على معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي بأنواعه المختلفة.
- 3- التعرف على المتغيرات الوسيطة في تحقق رأس المال الاجتماعي.
- 4- التعرف على أسس التوظيف والاستخدام الإيجابي لتطبيق "TikTok".

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة التواصلية) .
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات رأس المال الاجتماعي (العلاقة الترابطية).
- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات رأس المال الاجتماعي (العلاقة العابرة).
- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة التواصلية) .
- الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات رأس المال الاجتماعي (العلاقة الترابطية).
- الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات رأس المال الاجتماعي (العلاقة العابرة).

الفرض السابع: تتأثر شدة العلاقة بين إيمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي " العلاقة التوافقية" بالمتغيرات الوسيطة التالية:

1- بعد تقدير الذات.

2- بعد الرضا عن الحياة.

3- بعد الثقة في المحيط الاجتماعي.

الفرض الثامن: تتأثر شدة العلاقة بين إيمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي " العلاقة الترابطية" بالمتغيرات الوسيطة التالية:

1- بعد المشاركة الاجتماعية.

2- بعد الشعور بالعزلة الاجتماعية.

3- بعد تفعيل قواعد الخصوصية.

4- بعد تحقيق أرباح مالية.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية رأس المال الاجتماعي (Social Capital Theory) التي بدأت تبرز بشكل مستقل في أعمال بورديو 1986م، وكولمان 1988م، وأعمال بوتنام 1994م، واكتسبت نظرية رأس المال الاجتماعي أهمية متزايدة بين الأكاديميين في مختلف المجالات، حيث تم تحليل المفهوم على مستويات مختلفة (مستوى الفرد/ مستوى المجتمع/ مستوى الشبكة)، كما تم استخدامه في مختلف التخصصات كعلم الاجتماع والعلوم السياسية والاقتصاد، والدارسات التنظيمية، وتعد النظرية تطوراً منطقياً لتاريخ الفكر السوسيولوجي الذي يحاول فهم خصائص المجتمع للانخراط والمشاركة في الجماعات.

وحددت أعمال بيير بورديو مجموعة من أشكال رأس المال الاجتماعي، تبرز في رأس المال الاقتصادي، ورأس المال الثقافي، ورأس المال الفكري، بالإضافة إلى رأس المال الاجتماعي الذي عرفه بأنه مجموعة العلاقات والمعارف المتبادلة والاعترافات المتبادلة المرتبطة بالعضوية في مجموعة الذين لا تربطهم خصائص مشتركة فقط ولكن متصلين أيضا بروابط دائمة ونافعة⁽¹⁴⁾. ويشير بورديو إلى أنه كلما اتسعت شبكة العلاقات الاجتماعية للفرد من جهة، وتنوعت مظاهر رأس المال الناتجة عن ذلك من جهة أخرى، زادت معدلات رأس المال الاجتماعي في المجتمع بشكل عام⁽¹⁵⁾. وينظر لرأس المال وفق أعمال جيمس كولمان من ثلاثة جوانب: من منظور رأس المال المادي عبر حسن إدارة الموارد الطبيعية وأدوات الإنتاج المتاحة في المجتمع، بما يزيد من معدلات الإنتاج ومن حجم العوائد المالية على مستوى الأفراد والمؤسسات، ومن منظور رأس المال البشري الذي يعتمد على حصيلة المعارف والمهارات المكتسبة والمتراكمة لدى أفراد المجتمع بأكمله، وأخيراً منظور رأس المال الاجتماعي الذي يقصد به حصيلة العلاقات والروابط الاجتماعية المتراكمة بين الأفراد بما يعود بالنفع على المجتمع بأكمله⁽¹⁶⁾.

ويؤكد روبرت بوتنام على أن رأس المال الاجتماعي يتكون من ثلاثة مكونات أساسية هي: الالتزامات الأخلاقية والمعيارية التي تبدأ أولى مراحل تشكل رأس المال الاجتماعي، ومن ثم القيم الاجتماعية وبشكل خاص الثقة التي تكتمل بها مراحل تشكيل رأس المال الاجتماعي عندما تحاط العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع بأجواء من الثقة المتبادلة، وأخيراً الشبكات الاجتماعية وبشكل خاص الشبكات التطوعية التي يتوقع الشخص خلال هذه المرحلة أن يتلقى بدوره مساعدة الآخرين⁽¹⁷⁾.

وتبين من خلال مراجعة الأدبيات أن هناك خطأ في رأس المال الاجتماعي أيعد سبباً أم نتيجة، فمفهوم رأس المال الاجتماعي يشير بالنسبة لبعض الباحثين إلى الجماعات والشبكات الاجتماعية التي تسفر عن مخرجات إيجابية، في حين أنه يعني لباحثين آخرين تلك المخرجات ذاتها، ويجدر الإشارة إلى أن العديد من الأفراد يتفاعلون ويشكلون شبكة من العلاقات الاجتماعية مما ينتج عنه روابط إيجابية فعالة، وهذا بدوره يثمر عن مخرجات إيجابية مثل الدعم العاطفي أو الوجداني أو القدرة على حشد الآخرين والتأثير فيهم. لذا لا يتمثل رأس المال الاجتماعي في الأشخاص ولا في الواقع المادي، بل في العلاقات الاجتماعية بين الأشخاص، كما أنه لا يتحقق نتيجة استثمار مقصود، بل نتيجة لأنشطة غير مقصودة بالضرورة. وتباينت نتائج الدراسات حول علاقة التواصل الاجتماعي برأس المال الاجتماعي، ففي حين توصلت بعض الدراسات إلى ارتباط الانترنت بزيادة رأس المال الاجتماعي بوصفه أداة فعالة في التواصل الاجتماعي، وأنه يعمل على تقوية الروابط الاجتماعية بين الأفراد والمحافظة على استمراريتها، والعمل على الإبقاء على التواصل الاجتماعي مع أصدقاء انقطعت الصلة بينهم بسبب البعد المكاني، خلصت دراسات أخرى إلى علاقة الانترنت بانخفاض العلاقات الاجتماعية. وذهب العديد من الباحثين إلى دراسة التأثيرات المترتبة على تحقق رأس المال الاجتماعي انطلاقاً من اعتقادات مسبقة تفيد بأن هذه التأثيرات إيجابية في الأساس، دون الإشارة إلى ما قد يفضي إليه تحقق رأس المال الاجتماعي من تأثيرات سلبية غير مرغوبة قد تضر المجتمع، فالمجتمعات التي تضعف فيها معدلات الثقة المتبادلة تنخفض فيها معدلات استعداد الفرد لمساعدة الآخرين، ومن ثم تتناقص معدلات رأس المال الاجتماعي.

وسعت دراسة (غمشي، 2020)⁽¹⁸⁾ إلى تلخيص عدد من النقاط كأساس لنظرية رأس المال الاجتماعي من الأطروحات النظرية المختلفة، وأشارت إلى أن رأس المال الاجتماعي هي الموارد المتضمنة في شبكات العلاقات، التي تزيد من الفاعلية المجتمعية، وتشمل جميع جوانب البنية الاجتماعية التي توفر مورد قابل للاستنفار عند الحاجة، كما أنها تعد مكملاً لباقي صور رأس المال الأخرى يتأثر ويؤثر فيها، وتعتمد على عدة مؤشرات كالثقة، والمعاملة بالمثل، والشبكات الاجتماعية التي تحفز للعمل التشاركي والشعور بالمسؤولية والتضامن والالتزام المتبادل، بالإضافة إلى أنها ترتبط ببعدين، هما البعد البنوي المرتبط بالشبكات الاجتماعية وبنية العلاقات الاجتماعية، والآخر بعد قيمي يرتبط بما يتقاسمه الأفراد من قيم.

وبالرغم من أن لرأس المال الاجتماعي ثلاثة أنواع متعارف عليها، وهي رأس المال الاجتماعي التجسيري "Bridging" لتقوية الروابط الضيقة الذي يتشكل من اتصال الأفراد بمرجعيات وانتماءات مختلفة، ورأس المال الترابطي "Bonding" الذي يتشكل نتيجة الروابط والعلاقات القوية، وأخيراً رأس المال الاجتماعي الرابط "Linking" الذي تشكل نتيجة اتصال متدرج بسبب الاختلاف الاجتماعي، إلا أن دراسة "غمشي" أشارت إلى نوع رابع، وهو رأس المال الاجتماعي الافتراضي الذي يعد نتيجة لشبكة العلاقات التي تنتج من عضوية الأفراد في شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية، التي يمكنها تعزيز الروابط الضعيفة لدى الأشخاص كونها أداة مناسبة للمحافظة على هذا النوع من الروابط بثمن بخس وبسهولة⁽¹⁹⁾. ويتوقف العائد الإيجابي لرأس المال الاجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية على حجم شبكة العلاقات الاجتماعية المبنية على الثقة والامتثال للمعايير التي يفرضها المجتمع وقوة الاتصالات بين الأفراد والقواعد التبادلية القائمة على الانتماء المشترك والقيم والمعايير

الصحيحة الحاكمة لعمل الجماعة وبما يؤمن تحقيق الالتزام الأخلاقي الذي يجعل من أعضائها مترابطين⁽²⁰⁾.

وتختلف معدلات تحقق مظاهر رأس المال الاجتماعي من مجتمع لآخر لاختلاف طبيعة المرجعيات الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع، و لاختلاف آليات إدارة أفرادهم لعلاقاتهم الاجتماعية. ويعد المجتمع السعودي وفقاً لرؤية العديد من الباحثين مجتمعاً محافظاً من حيث مرجعيته الثقافية السائدة، كما أنه يحتل مرتبة متقدمة في قائمة الدول الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في العالم. لذا يسعى البحث محاولة التعرف على طبيعة التأثير الاجتماعي لمستخدمي تطبيق "TikTok" من الشباب السعودي وأسباب إيمانه ومخاطره وأثره، وعلاقة ذلك برأس المال الاجتماعي التالية:

1- رأس المال الاجتماعي " العابر":

ويشير هذا المفهوم إلى الاتصال العابر الذي يتم بين الأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دون وجود معرفة سابقة، فيكون الاتصال عابراً مؤقتاً، وقد ينتهي بانتهاء الاتصال العابر.

2- رأس المال الاجتماعي "التواصلية":

ينشأ هذا المفهوم بفعل العلاقات الاجتماعية السطحية أو الضعيفة بين الأفراد، وتقتصر مخرجاته الاجتماعية في سعي أطراف العلاقة لتوسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية من خلال اكتساب صداقات جديدة، إضافة إلى الرغبة في تبادل المعلومات أو الأخبار حول الأحداث الجارية.

2- رأس المال الاجتماعي "الترابطية":

يتكون هذا المستوى نتيجة العلاقات الاجتماعية القائمة بالفعل بين أشخاص يرتبطون بعلاقات اجتماعية قوية، كأفراد الأسرة الواحدة أو الأصدقاء المقربين، حيث تتجلى مظاهر هذا النوع من رأس المال الاجتماعي في سعي

أطراف العلاقة لتبادل الآراء والمشاعر الشخصية على نحو يزيد من قوة هذه العلاقات الاجتماعية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات علمية، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره، ولا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص؛ بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها. وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي، الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية، ويعد جهداً علمياً منظماً يعتمد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها، وفي إطار هذا المنهج تستخدم الدراسة أسلوب مسح الجمهور من خلال استمارة الاستقصاء على عينة من الشباب السعودي.

مجتمع الدراسة وعينته:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة وللحصول على المعلومات اللازمة كان مجتمع الدراسة هم الشباب السعودي من الذكور والإناث المواطنين في المملكة العربية السعودية، وعمل الباحث على توزيع الاستبانة من خلال تصميمها إلكترونياً على موقع (Google Drive).

واستندت هذه الدراسة على عينة، قوامها (345) مفردة من الشباب السعودي، اعتماداً على العينة الشبكية، كونها الأنسب في الاستخدام على المجتمعات التي يصعب الوصول فيها إلى عينة الدراسة، وهو ما ينطبق على الدراسة الحالية، التي تستهدف الوصول إلى عينة عمدية من مستخدمي "TikTok"، وتم تقسيم الاستبانة على متغيرات البحث من خلال عدة مقاييس تم تطبيقها على عينة

الدراسة، وذلك عبر البريد الإلكتروني ومجموعات الواتساب، وإتاحتها عبر منصة تويتر للجميع، ومساعدة عدد من الزملاء والأقارب.

أدوات جمع المعلومات:

تتحدد أداة جمع البيانات، التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في الاستبانة (Questionnaire)، حيث قام الباحث بتصميم استبانة إلكترونية حرص من خلالها على تحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة. فلا يوجد طريقة واضحة لقياس رأس المال الاجتماعي معتمدة في جميع الدول وفي كل الأوقات، إلا أن الطريقة السهلة لقياس رأس المال الاجتماعي هي عن طريق الاستبانات كما وضعها البنك الدولي⁽²¹⁾.

بناء الميزان التقديري لاستجابات المقياس:

استخدم مقياس ليكرت الخماسي للحصول على استجابات أفراد عينة الدراسة، وفق درجات الموافقة التالية: (موافق بشدة - موافق - محايد - غير موافق - غير موافق بشدة). ومن ثم التعبير عن هذا المقياس كميًا، بإعطاء كل عبارة من العبارات السابقة درجة، وفقاً للتالي: موافق بشدة (5) درجات، موافق (4) درجات، محايد (3) درجات، غير موافق (2) درجتان، غير موافق بشدة (1) درجة واحدة.

ولتحديد طول فئات مقياس ليكرت الخماسي، تم حساب المدى بطرح الحد الأعلى من الحد الأدنى ($4 - 1 = 5$)، ثم تم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس ($4 \div 5 = 0.80$)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (1)؛ لتحديد الحد الأعلى لهذه الفئة، وهكذا أصبح طول الفئات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (1) تقسيم فئات مقياس ليكرت الخماسي (حدود متوسطات الاستجابات)

م	الفئة	حدود الفئة	
		من	إلى
1	موافق بشدة	4.21	5.00
2	موافق	3.41	4.20
3	محايد	2.61	3.40
4	غير موافق	1.81	2.60
5	غير موافق بشدة	1.00	1.80

تم استخدام طول المدى في الحصول على حكم موضوعي على متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة، بعد معالجتها إحصائياً.

اختبار الصدق والثبات:

اختبار الصدق: يشير الصدق إلى أن المقياس يعرف المفهوم الذي يقيسه تعريفاً محددًا ودقيقاً، ولهذا ينبغي أن يخلو المقياس من الأخطاء القياسية وغير العشوائية، ويبدأ الصدق من الفهم الدقيق للمفاهيم التي ينبغي قياسها، ومن ثم وضع مقاييسها بدقة قدر الإمكان⁽²²⁾. وللتحقق من صدق أداة الدراسة ومقاييسها، تم استخدام طريقتين، الأولى: الصدق الظاهري، والثانية: صدق البناء.

الصدق الظاهري: للتأكد من أن الأداة تقيس المفاهيم التي صُممت لقياسها، تم عرض الاستبانة بصورتها الأولية على مجموعة من الأكاديميين والمتخصصين في مجال الدراسة لتحكيمها، وقد تم الأخذ بالملاحظات والتعديلات التي اتفق عليها أغلب المحكمين، ومن ثم إخراج الاستبانة بصورتها النهائية المستخدمة في التطبيق⁽²³⁾.

صدق البناء (الصدق التكويني): نظراً للطبيعة الذاتية للصدق الظاهري، وعدم قدرته على تحديد درجة الأخطاء في المقاييس، تم تدعيمه بصدق البناء، الذي يقيس درجة توافق نتائج المقياس مع البناء النظري للمفهوم (Sekaran, 2016)⁽²⁴⁾. ويتم التحقق منه باستخدام التحليل العاملي للبنية (الفقرات) المكونة

لعوامل المقياس، وفي الدراسة الحالية تم استخدام التحليل العاملي الاستكشافي بطريقة المكونات الأساسية، وتم قبول تشبع الفقرات على العامل عند قيمة (0.40) فأكثر، وتم استخدام إعادة التدوير بطريقة الفاريماكس، ومحك الجذر الكامن الواحد الصحيح. وبعد التحقق من اختبار كايزر (KMO)، واختبار بارتليت (Bartlett's test) لكفاءة التحليل العاملي لكل المقاييس، جاءت نتائج التحليل لمقاييس الدراسة كالآتي:

مقياس الإدمان: تشبعت جميع العبارات (13 عبارة) على عامل واحد، استوعبت (7.592) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (61%) من المفهوم محل القياس.

مقياس رأس المال الاجتماعي الكلي: تشبعت (22 عبارة) على ثلاثة عوامل، استوعبت (15.706) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (71.38%) من مفهوم رأس المال الاجتماعي.

مقياس رأس المال الاجتماعي التواصلي: تشبعت (11 عبارة) على عامل واحد، استوعبت (6.501) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (63.10%) من مفهوم العلاقة التواصلية.

مقياس رأس المال الاجتماعي الترابطي: تشبعت (6 عبارات) على عامل واحد، استوعبت (4.415) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (73.58%) من مفهوم العلاقة الترابطية.

مقياس رأس المال الاجتماعي العابر: تشبعت (5 عبارات) على عامل واحد، استوعبت (3.635) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (72.69%) من مفهوم العلاقة العابرة.

مقياس تقدير الذات: تشبعت (5 عبارات) على عامل واحد، استوعبت (3.731) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (74.61%) من المفهوم محل القياس.

مقياس الرضا عن الحياة: تشبعت (5 عبارات) على عامل واحد، استوعبت (3.256) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (65.13%) من المفهوم محل القياس.

مقياس الثقة في المحيط الاجتماعي: تشبعت (5 عبارات) على عامل واحد، استوعبت (2.550) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (61%) من المفهوم محل القياس.

مقياس المشاركة الاجتماعية: تشبعت (3 عبارات) على عامل واحد، استوعبت (2.549) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (84.98%) من المفهوم محل القياس.

مقياس الشعور بالعزلة الاجتماعية: تم قياس المفهوم بعبارة واحدة، على طريقة الدراسات السابقة، وبالتالي لا تحتاج لإجراء تحليل عاملي.

مقياس تفعيل قواعد الخصوصية: تم قياس المفهوم بعبارة واحدة، على طريقة الدراسات السابقة، وبالتالي لا تحتاج لإجراء تحليل عاملي.

ومن خلال نتائج التحليل العاملي السابق تبين أن العبارات التابعة لكل عامل تفسر المفهوم بنسبة تزيد عن (60%)، كما إن قيم تشبعات العبارات على عواملها تزيد عن (0.40)، حيث تشير المؤلفات الإحصائية إلى أن الحد الأدنى لقبول التباين المفسر (0.60%)، وأن القيمة الأدنى لقبول تشبع العبارات على عواملها هي (0.40%)⁽²⁵⁾، ما يعني أن جميع المقاييس تتمتع بصدق البناء.

ب/ اختبار الثبات: للتحقق من ثبات الأداة، تم استخدام معامل إلفا كرونباخ (Cronbach's Alpha (α) لقياس الثبات الداخلي للأداة، وجاءت النتائج كما يعرضها الجدول الآتي:

جدول (2) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

مقاييس الدراسة	عدد العناصر	قيمة إلفا كرونباخ
الإدمان	13	0.94
رأس المال الاجتماعي التواصلي	11	0.93
رأس المال الاجتماعي الترابطي	6	0.92
رأس المال الاجتماعي العابر	5	0.90
تقدير الذات	5	0.92
الرضا عن الحياة	5	0.86
الثقة في المحيط الاجتماعي	5	0.76
المشاركة الاجتماعية	3	0.91

تشير نتائج الجدول رقم (2) إلى أن قيم معامل إلفا كرونباخ قد تراوحت بين (0.76 - 0.94)، وجميعها قيم مرتفعة، تتجاوز القيمة الأدنى المقبولة لإلفا كرونباخ (0.70)، حيث أشار (Hair, et al., 2014) إلى أن الحد الأدنى لقبول قيمة ألفا كرونباخ هو (0.70)، وأنه يمكن قبول القيم بين (0.60 - 0.70) في البحوث الاستكشافية⁽²⁶⁾. وبناءً على ما سبق نستنتج وجود اتساق بين العبارات التي تقيس مفاهيم الدراسة، وأن جميع العبارات الداخلة في قياس كل مفهوم ثابتة، وبالتالي فإن جميع مقاييس الدراسة تتمتع بثبات عالٍ.

اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:

لاختبار اعتدالية البيانات، والتحقق من أنها تتبع التوزيع الطبيعي، تم استخدام اختباري الالتواء والتفرطح، وجاءت النتائج كما يعرضها الجدول الآتي

جدول (3) اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات مقاييس الدراسة

اختبار التفرطح Kurtosis	اختبار الالتواء Skewness	المقاييس
-0.152	0.766	الإدمان
-0.477	0.017	رأس المال الاجتماعي التواصلي
-0.781	0.324	رأس المال الاجتماعي الترابطي
-0.723	0.036	رأس المال الاجتماعي العابر
0.590	-0.978	تقدير الذات
0.070	-0.432	الرضا عن الحياة
0.105	-0.070	الثقة في المحيط الاجتماعي
-0.775	0.040	المشاركة الاجتماعية
-1.295	0.081	الشعور بالعزلة الاجتماعية
-1.190	-0.278	تفعيل قواعد الخصوصية

من نتائج الجدول رقم (3) يتبين أن قيم الالتواء لمقاييس الدراسة قد تراوحت بين (-0.978، 0.766)، بينما تراوحت قيم التفرطح لمقاييس الدراسة بين (-1.295، 0.590)، وتشير الإحصاء⁽²⁷⁾ إلى أنه كلما كانت قيم الالتواء والتفرطح محصورةً بين ($2\pm$) اقتربت بيانات المقياس من التوزيع الطبيعي، ويلاحظ من قيم الالتواء والتفرطح لمقاييس الدراسة بأنها لم تتجاوز القيمتين ($2+$ ، و $2-$)، ما يؤكد أن بيانات مقاييس الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

حدود البحث:

أ- حدود مكانية: يمثل النطاق الجغرافي للدراسة الشباب السعودي المتواجد في المملكة العربية السعودية.

ب- حدود زمانية: نفذت الدراسة الميدانية وتوزيع الاستمارة خلال الفترة من 2021/3/1م وحتى 2021/4/1م، وقد تم جمع الاستبانات وتصنيف البيانات والتأكد من صحتها قبل إجراء المعادلات الإحصائية.

ج- حدود موضوعية: اقتصر موضوع الدراسة على معرفة التأثير الاجتماعي لمستخدمي تطبيق "TikTok" من الشباب السعودي، وعلاقة ذلك برأس المال الاجتماعي.

التحليل الإحصائي للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها في الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية، حيث استعان الباحث ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، الإصدار (21)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، وقد تم اللجوء إلى المعادلات والاختبارات الإحصائية التالية:

أولاً: الاختبارات الوصفية:

- 1- النسب المئوية: تستخدم لقياس التوزيعات التكرارية والنسبية بخصائص أفراد العينة وإجاباتهم.
- 2- الوسط الحسابي المرجح: يستخدم أبرز مقاييس النزعة المركزية لقياس متوسط إجابات العينة.
- 3- الانحراف المعياري: يستخدم كأحد مقاييس التشتت لقياس الانحراف عن إجابات العينة في متوسطها الحسابي.
- 4- معادلة كرونباخ: لقياس الثبات الداخلي للأداة وصدق ثبات أداة الدراسة.

ثانياً: الاختبارات الارتباطية:

1. اختبار كاي² (Chi Square Test): لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Nominal).
2. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation coefficient): للكشف عن العلاقة الكمية بين متغيرات الدراسة.

3. اختبار (t- test): لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

4. اختبار التحليل العاملي: للتحقق من العوامل المكونة لفقرات المقياس.

مصطلحات الدراسة: الإدمان: يعرف تعريف الإدمان الإلكتروني على أنه اضطراب نفسي يدفع الشخص قهراً للبحث، أو اللعب، أو التسوق أو المقامرة سداً لحاجة أو نقص أو فراغ نفسي لا حاجة مادية، ويجعله هذا الفراغ أو الملل باحثاً عن المتعة من خلال السبل سالفة الذكر؛ فيؤدي ذلك للإدمان مسبباً له تغيرات في حياته الشخصية والنفسية والاجتماعية بسبب تصفح المواقع بشكل متواصل والاعتماد عليها في معظم الأمور الحياتية.

تطبيقات التواصل الإلكتروني: وهي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، التي تسمح للمستخدم أو المستخدم من التواصل مع الآخرين، وتقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات.

الشبكات الاجتماعية: هي مجموعة المواقع على شبكة الانترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب التي تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك، ويتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء في الواقع أم أصدقاء عن طريق السياق الافتراضي.

تيك توك TikTok: هو تطبيق تواصل اجتماعي يدعم الفيديو بشكل أساس، فهو برنامج لمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة التي يُنشئها المستخدمون بأنفسهم، ولا تتجاوز مدتها حاجز الـ 60 ثانية. ويتيح البرنامج إمكانية إنشاء الفيديو وتعديله

التأثير الاجتماعي على مستخدمي تطبيق "Tik Tok" من الشباب السعودي

وأيضاً مشاركته على نطاق واسع، ويوفر العديد من المرشحات والمؤثرات البصرية والصوتية ومقاطع الموسيقى والأغاني الشهيرة. رأس المال الاجتماعي: رغم تعدد مفاهيمه وتفسيراته لا يتوقف مفهومه في الأشخاص ولا أيضاً في كمية المكاسب المادية والمعنوية وحدها، بل يكمن في تركيب شبكة العلاقات والروابط النفعية بين الأشخاص والمجموعات داخل المجتمع، وبالتالي رأس المال الاجتماعي قد يكون: الترابط الاجتماعي، المنظمات الرسمية وغير الرسمية، حسن الجوار، الصداقة، العلاقات الأسرية إلى غيرها من المعايير التي تمنع المجتمع من الانهيار وتشد جوانبه، وهو ملازم للعلاقات والروابط الاجتماعية التي تجمع الأشخاص فيما بينهم والمجموعات⁽²⁷⁾.

متغيرات الدراسة:

جدول (1) يوضح متغيرات الدراسة

الفروض	المتغير المستقل	المتغير الوسيط	المتغير التابع
الأول	كثافة استخدام تطبيق TikTok	الخصائص الديمغرافية	معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة التواصلية)
الثاني	كثافة استخدام تطبيق TikTok	الخصائص الديمغرافية	معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة الترابطية)
الثالث	كثافة استخدام تطبيق TikTok	الخصائص الديمغرافية	معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة العابرة)
الرابع	إدمان تطبيق TikTok	الخصائص الديمغرافية	معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة التواصلية)
الخامس	إدمان تطبيق TikTok	الخصائص الديمغرافية	معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة الترابطية)
السادس	إدمان تطبيق TikTok	الخصائص الديمغرافية	معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة العابرة)
السابع	إدمان تطبيق TikTok	1- بعد تقدير الذات. 2- بعد الرضا عن الحياة.	معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة التواصلية)

د إبراهيم محمد علي النعفي

	3- بعد الثقة في المحيط الاجتماعي.		
معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة الترابية)	1- بعد المشاركة الاجتماعية. 2- بعد الشعور بالعزلة الاجتماعية. 3- بعد تفعيل قواعد الخصوصية. 4- بعد تحقيق أرباح مالية.	إدمان تطبيق TikTok	الثامن

نتائج الدراسة:

سيتم عرض النتائج من خلال ثلاثة جوانب: خصائص عينة الدراسة، ونتائجها الوصفية، واحتماب فروض الدراسة.
أولاً: خصائص عينة الدراسة:

جدول (4) خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المتغير	
		النوع	المتغير
45.8%	158	ذكور	النوع
54.2%	187	إناث	
21.4%	74	تعليم عام أقل من جامعي	المستوى التعليمي
71.6%	247	تعليم جامعي	
7%	24	دراسات عليا	
8.4%	29	أقل من 18 سنة	العمر
72.4%	250	18-25 سنة	
15.1%	52	26-35 سنة	
4.1%	14	أكثر من 35 سنة	
100%	345	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى التالي: بلغت نسبة الذكور المشاركين في الدراسة 45.8%، مقابل 54.2% إناث، وأن النسبة الكبرى منهم 71.6% تحمل مؤهلاً جامعياً، مقابل 21.4% ممن مؤهلاتهم أقل من الشهادة الجامعية، ونسبة قليلة منهم 7% يحملون مؤهلات دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه). وفيما يتعلق بأعمار المشاركين نجد أن أغلب المشاركين في الدراسة هم ضمن الفئة العمرية (18 - 25 سنة) يمثلون 72.4%، وتمثل هذه الفئة المرحلة

التأثير الاجتماعي على مستخدمي تطبيق " Tik Tok " من الشباب السعودي

الأولى للشباب، ونسبة 15.1% من الفئة العمرية (26 - 35 سنة)، وتمثل هذه الفئة المرحلة الثانية من الشباب. في المقابل كانت نسبة المشاركين ممن تقل أعمارهم عن 18 سنة قليلة (8.4%)، ومثلها نسبة المشاركين ممن تزيد أعمارهم عن 35 سنة قليلة جدا (4.1%).

ثانياً: النتائج الوصفية العامة:

1- كثافة استخدام تطبيق (TIKTOK).

من أجل قياس كثافة استخدام تطبيق "TikTok"، تم توجيه أربعة أسئلة للمبحوثين تقيس معدلات استخدامهم للتطبيق، الأول: كم مرة تستخدم تطبيق "TikTok" في الأسبوع تقريباً؟، والثاني: ما معدل استخدامك لتطبيق "TikTok" في اليوم تقريباً؟، والثالث: منذ متى وأنت تستخدم تطبيق "TikTok"؟، والرابع: كم عدد الأصدقاء المشتركين معك في حسابك عبر "TikTok"؟. وتم وضع ثلاثة بدائل رتيبة لإجابة كل سؤال. وأثناء التحليل تم تجميع نتائج الأسئلة الأربعة، وبلغ متوسطها الحسابي (5.87)، بانحراف معياري (1.77)، تم تقسيمها إلى ثلاث فئات وفقاً لقيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، هي: منخفض الاستخدام (أقل من 5 درجات)، متوسط الاستخدام (5 - 7 درجات)، مرتفع الاستخدام (أكثر من 7 درجات)، والجدول الآتي يوضح نتائج المقياس التجميعي لكثافة الاستخدام.

جدول (5) مقياس كثافة استخدام تطبيق (TIKTOK)

النسبة	التكرار	كثافة الاستخدام
32.8%	113	منخفض
47%	162	متوسط
20.2%	70	مرتفع
100%	345	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (5) إلى تصدُر متوسطي الاستخدام المرتبة الأولى بنسبة (47%)، يليهم منخفضو الاستخدام بنسبة (32.8%)، ثم مرتفعو الاستخدام بنسبة (20.2%). وبرغم حداثة التطبيق، إلا إنه حقق كثافة استخدام متوسطة لدى الشباب السعودي، ما يعني أن للتطبيق دوراً في الأمور ذات الاهتمام من الشباب للسعودي. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (صفاء عثمان وعلياء عنتر، 2020)، التي كشفت عن كثافة استخدام متوسطة لمواقع التواصل الاجتماعي لدى المقيمين في دولة الإمارات⁽²⁸⁾.

2- اسم المستخدم على تطبيق (TIKTOK):

جدول (6) اسم المستخدم على تطبيق (TIKTOK)

النسبة	التكرار	اسم المستخدم
43.5%	150	الاسم الشخصي الأول
7%	24	الاسم الأول والعائلة
49.5%	171	اسم مستعار أو حساب وهمي
100%	345	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (6) إلى أن النسبة الكبرى (49.5%) من مستخدمي تطبيق "TikTok" يستخدمون اسماً مستعاراً، وهذا يعني أن المستخدمين يفضلون إخفاء هويتهم على هذا النوع من التطبيقات، لا سيما في مجتمع محافظ كالمجتمع السعودي، حيث إخفاء الهوية يتيح للفرد مشاركة الفيديوهات بحرية أكثر. ويأتي في المرتبة الثانية من يستخدمون الاسم الشخصي الأول بنسبة (43.5%)، وحصل المستخدمون لأسمهم الأول واسم العائلة على أقل نسبة (7%)، ذلك أن استخدام الاسم واللقب يتيح معرفة المستخدم بدرجة أكبر من قبل متابعيه، وبالتالي سهولة كشف هويته. وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (هيثم مؤيد، 2016)، التي كشفت عن استخدام أغلب المستخدمين المصريين والسعوديين لأسمائهم الشخصية في الفيس بوك، ويمكن تفسير

الاختلاف بطبيعة الوسيلة الاتصالية، حيث أجريت دراسة هيثم مؤيد على الفيسبوك، بينما أجريت الدراسة الحالية على تطبيق "TikTok".

3- نوع صورة الملف الشخصي للمستخدم على تطبيق (TIKTOK):

جدول (7) نوع صورة الملف الشخصي للمستخدم على تطبيق (TIKTOK)

النسبة	التكرار	نوع الصورة
8.4	29	الصورة الشخصية
91.6	316	صورة أخرى
100	345	الإجمالي

من خلال نتائج الجدول رقم (7) يتبين أن نسبة قليلة جداً من المستخدمين (8.4%) تفعل صورتها الشخصية في الملف الشخصي، بينما النسبة الأكبر (91.65%) تستخدم صوراً أخرى. وتتسق هذه النتيجة مع نتيجة الجدول السابق، حيث يحاول معظم مستخدمي هذا التطبيق إخفاء هويتهم. وتتفق النتيجة مع نتائج دراسة (هيثم مؤيد، 2016) التي خلصت إلى أن النسبة الأكبر من مستخدمي الفيس بوك في مصر والسعودية لا يستخدمون صورهم الشخصية على حساباتهم.

4- خصوصية رؤية صورة وملف المستخدم على تطبيق (TIKTOK):

جدول (8) الجهات التي يمكنها رؤية صورة وملف المستخدم على تطبيق (TIKTOK)

النسبة	التكرار	اسم المستخدم
51.5	178	المستخدم فقط
15.9	55	عائلة المستخدم
29.6	102	المتابعين أو الأصدقاء
24.9	86	كل الأشخاص المسجلين على التطبيق (عام)
	345	إجمالي العينة

*السؤال يتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل، تم أخذ النسبة من إجمالي العينة (345)

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أكثر من نصف المستخدمين 51.5% يجعلون رؤية صورهم والملف الشخصي عبر التطبيق متاحة فقط لأنفسهم، بينما 29.6% يتيحون رؤيتها للأصدقاء والمتابعين، مقابل 24.9% يجعلونها متاحة للجميع، ونسبة قليلة 15.9% من يتيحون رؤية صورهم عبر التطبيق لأفراد عائلتهم، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء السياق الثقافي السعودي، الذي يتميز بالروابط الاجتماعية وتقدير أفراد العائلة، إلى جانب المحافظة على القيم والعادات والأعراف الاجتماعية. ونظراً لأن الكثير من الفيديوهات المنشورة عبر التطبيق قد تتعارض مع بعض هذه القيم؛ ما يجعل الشباب يخفون صورهم والملف الشخصي عبر التطبيق، وبالذات عن أفراد عائلتهم، حتى لا يتعرضوا لضغوط اجتماعية من قبل أفراد العائلة حول الوسائط المتعددة التي يشاركونها عبر حساباتهم، وقد يشير ذلك إلى عدم الاستخدام الأمثل للتطبيق.

5- بُعد الإدمان: إدمان المبحوثين على تطبيق (TIKTOK) وتأثيرهم على أمور حياتهم

جدول (9) إدمان المبحوثين على تطبيق (TIKTOK) وتأثيرهم على أمور حياتهم

م	العبارات	المتوسط المرجع	الانحراف المعياري
1	يسرقني الوقت أثناء وجودي على تطبيق TIKTOK	3.78	1.254
2	سبق وأن الغيت أو تأخرت على مواعيد مع الأصدقاء بسبب استخدامي لـ TIKTOK	2.07	1.276
3	كثيراً ما تغضب الأسرة نتيجة لاستخدامي المستمر لـ TIKTOK	2.41	1.289
4	أشعر بالضيق والملل عندما أكون بعيداً عن استخدام الـ TIKTOK	2.39	1.345
5	اعتقد أن العالم الافتراضي الذي كونه من خلال التطبيقات أكثر متعة وإثارة من الحياة المعتادة	3.08	1.279
6	التطبيق ينسني مشاكل يومية	3.01	1.305
7	أصبحت أكثر تجاهلاً للواجبات الدراسية نتيجة لاستخدامي المستمر لـ TIKTOK	2.29	1.326
8	قل ارتباطي بأسرتي وعائلتي، وأصبحت أكثر اهتماماً لهم نتيجة لاستخدامي المستمر لها	2.23	1.307
9	لا أحتمل أن يمر يوم دون استخدامي تطبيق TIKTOK	2.44	1.346

التأثير الاجتماعي على مستخدمي تطبيق "Tik Tok" من الشباب السعودي

1.320	2.29	أصبح التطبيق يسبب لي مشكلات كالقلق والتوتر	10
1.366	2.31	أشعر بالارتعاش في يدي أو تميل لكثرة استخدام التطبيق	11
1.283	2.19	أشعر أنها تعرض صداقاتي الفعلية للخطر نتيجة لاستخدامي المستمر لها	12
1.375	2.23	عند انقطاع الإنترنت أتوتر بشدة وأبذل كل الجهود لعودته من أجل الدخول لـ TIKTOK	13
0.990	2.52	المقياس التجميحي لبُعد الإدمان	

من خلال تفحص نتائج الجدول رقم (9) يتبين تصدُر عبارة "يسرقني الوقت أثناء وجودي على التطبيق"، حيث حصلت على متوسط مرجح (3.78)، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المرتفعة، وهي المؤشر الوحيد ضمن مؤشرات الإدمان الذي تحقق بمستوى مرتفع، في المقابل جاءت عبارة "سبق وأن ألغيت أو تأخرت على مواعيد مع الأصدقاء بسبب استخدامي للتطبيق" في المرتبة الأخيرة بدرجة موافقة منخفضة ومتوسط مرجح (2.07). وهذه النتيجة تشير إلى أن الإدمان على التطبيق لم يصل ذروته، حيث يقضي الشباب السعودي وقتاً طويلاً عليه أثناء الفراغ، لكن ليس للدرجة التي تجعلهم يلغون مواعيدهم مع الأصدقاء.

ويمكن القول بأن الشباب السعودي يُدمن استخدام التطبيق بدرجة متوسطة، حيث حقق بُعد الإدمان متوسطاً حسابياً (2.52)، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المتوسطة.

6- بُعد العلاقات التواصلية:

جدول (10) بُعد العلاقات التواصلية كأحد أبعاد رأس المال الاجتماعي

م	العبارات	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري
1	يدفعني TIKTOK إلى الاهتمام بقضايا وأحداث لم أكن أهتم بها من قبل	3.19	1.308
2	يمنحني TIKTOK فرصة التواصل مع أشخاص ينتمون لمرجعات دينية وثقافية مختلفة	2.93	1.357
3	التواصل عبر TIKTOK يشعرني بالانتماء إلى مجتمع كبير	3.03	1.304
4	تطبيق TIKTOK جعل العالم كله في تواصل مستمر	3.34	1.316

د إبراهيم محمد علي التّعفي

1.218	2.63	يساعدني TIKTOK على اكتساب أصدقاء جدد بشكل مستمر	5
1.23	3.35	أتعرف من خلال TIKTOK على ما يفكر فيه الآخرون المخالفون لي في الرأي	6
1.262	2.31	أرجع إلى أصدقائي على TIKTOK لأخذ النصيحة فيما يتعلق باتخاذ قراراتي المهمة	7
1.206	2.52	استفدت من الأشخاص الذين أتفاعل معهم من مكانتهم المرموقة	8
1.29	3.11	لا أعرف الأشخاص على TIKTOK بشكل كافٍ لإقناعهم بالقيام بأي فعل مهم	9
1.274	2.52	الأشخاص الذين أتفاعل معهم عبر TIKTOK يساعدوني في الغالب	10
1.246	2.33	هناك عدد من الأشخاص على TIKTOK لا أثق فيهم لعرض وحل مشكلاتي	11
0.975	2.84	المقياس التجميعي لبُعد العلاقات التواصلية	

من نتائج الجدول رقم (10) يتضح تصدُّر عبارة "أتعرف من خلال التطبيق على ما يفكر فيه الآخرون المخالفون لي في الرأي" بمتوسط (3.35)، يليها "جعل التطبيق العالم في تواصل مستمر" بمتوسط (3.34)، وحصلت العبارتان على معدل موافقة متوسطة تقترب نسبياً من الموافقة المرتفعة، بينما حلت عبارة "هناك عدد من الأشخاص على التطبيق لا أثق فيهم لعرض وحل مشكلاتي" بمتوسط (2.33)، ودرجة موافقة منخفضة. وهذه النتيجة تعكس أن مؤشرات العلاقات التواصلية الأكثر تحقُّقاً عبر التطبيق هي التواصل والتعرف على العالم، بينما مؤشرات التعاون والمساعدة وحل المشكلات تأتي ضمن المؤشرات الأقل تحقُّقاً.

وكشفت النتائج عن تحقق بُعد العلاقة التواصلية لدى الشباب السعودي عبر التطبيق بدرجة متوسطة، حيث حصل البُعد على متوسط حسابي (2.84)، أي أن الشباب السعودي يميلون لبناء العلاقات التواصلية عبر التطبيق بدرجة متوسطة.

7- بُعد العلاقات الترابطية:

جدول (11) بُعد العلاقات الترابطية كأحد أبعاد رأس المال الاجتماعي

م	العبارات	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري
1	أطلب المساعدة أحياناً من بعض الأصدقاء على TIKTOK لحل مشكلة ما أواجهها	2.45	1.311
2	أطلب نصيحة بعض الأصدقاء على TIKTOK عند اتخاذ بعض القرارات المهمة في حياتي	2.37	1.304
3	يعد TIKTOK وسيلة جيدة لمعرفة وتبادل الأخبار حول الوظائف الشاغرة	3.03	1.353
4	أتحدث مع كثير من الأصدقاء على TIKTOK حول بعض الأمور الشخصية	2.38	1.273
5	عندما أشعر بالوحدة أبدأ باستخدام TIKTOK للتحدث مع بعض الأصدقاء	2.63	1.302
6	بعض الأصدقاء على TIKTOK يقفون بجواري إذا تعرضت لمشاكل شخصية	2.45	1.219
	المقياس التجميعي لبُعد العلاقات الترابطية	2.55	1.101

من خلال تفحص نتائج الجدول رقم (11) يتبين أن أهم مؤشر للعلاقات الترابطية عبر تطبيق "TikTok" هو البحث عن عمل، حيث جاءت عبارة "يعد TikTok" وسيلة جيدة لمعرفة وتبادل الأخبار حول الوظائف الشاغرة" في المرتبة الأولى بمعدل موافقة متوسطة (3.03)، بينما جاء طلب الاستشارة والنصح كأضعف مؤشر ضمن العلاقات الترابطية عبر التطبيق، إذ وردت عبارة "أطلب نصيحة بعض الأصدقاء على "TikTok" عند اتخاذ بعض القرارات المهمة في حياتي" في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة منخفضة (2.37)، ولعل ذلك يرجع إلى أنه يتعذر طلب نصيحة من شخص لا يعرف المستخدم وظروفه الشخصية بشكل كافٍ.

وبشكل عام تحققت العلاقات الترابطية عبر التطبيق لدى الشباب السعودي بدرجة منخفضة، حيث حصل بُعد العلاقات الترابطية على متوسط حسابي (2.55).

8- بُعد العلاقات العابرة:

جدول (12) بُعد العلاقات العابرة أحد أبعاد رأس المال الاجتماعي

م	العبارات	المتوسط المُرَجَّح	الانحراف المعياري
1	أحد أهدافي الرئيسية من استخدام TIKTOK هو القيام بإعادة نشر الصور والتعليقات التي يتبادلها الأصدقاء على حسابي في TIKTOK دون التعليق عليها	2.75	1.35
2	التفاعل مع الآخرين عبر TIKTOK يجعلني أشعر بالاتصال بالآخرين بصورة أكبر	2.94	1.246
3	التفاعل مع الآخرين عبر TIKTOK يجعلني أهتم بما يفكر فيه الناس المختلفون عني	3.03	1.234
4	أنا على استعداد نقضاء وقت في أنشطة اجتماعية عبر TIKTOK	2.95	1.265
5	التفاعل مع الآخرين عبر TIKTOK يجعلني أشعر بأنني جزء من مجتمع أكبر	2.84	1.256
	المقياس التجريبي لبُعد العلاقات العابرة	2.90	1.081

تشير نتائج الجدول رقم (12) إلى حصول جميع مؤشرات العلاقات العابرة على درجة موافقة متوسطة، وتفاوت نسبي يسير بينها، حيث برز الاهتمام بالفكر المختلف للآخرين ضمن قائمة أولويات الشباب السعودي من العلاقات العابرة التي يقيمونها عبر التطبيق، إذ وردت عبارة "التفاعل مع الآخرين عبر TIKTok" يجعلني أهتم بما يفكر فيه الناس المختلفون عني" في المرتبة الأولى وبدرجة موافقة متوسطة (3.03)، في المقابل جاء مؤشر التفاعل مع الآخرين بإعادة نشر الصور والتعليقات في المرتبة الأخيرة ضمن مؤشرات العلاقات العابرة، إذ جاءت عبارة "أحد أهدافي الرئيسية من استخدام TIKTok" هو القيام بإعادة نشر الصور والتعليقات التي يتبادلها الأصدقاء على حسابي دون التعليق عليها" في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة متوسطة (2.75).

وبشكل عام تحققت العلاقات العابرة للشباب للسعودي عبر التطبيق بدرجة متوسطة، إذ حصل بُعد العلاقات العابرة على متوسط حسابي (2.90). وعند مقارنة أبعاد رأس المال الاجتماعي ومدى تحققها عبر تطبيق "TikTok" بين الشباب السعودي نجد تحقق بُعدين (العلاقة التواصلية والعلاقة العابرة)

التأثير الاجتماعي على مستخدمي تطبيق " Tik Tok " من الشباب السعودي

بدرجة متوسطة مع تفوق العلاقات العابرة، بينما تحقق بُعد العلاقة الترابطية بدرجة منخفضة. ويعني ذلك أن الشباب السعودي يوظف التطبيق بدرجة أكبر في التواصل مع الأشخاص الغرباء أكثر من توظيفه في التواصل مع الأقارب والزملاء ومن تربطهم بهم علاقات وثيقة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (صفاء عثمان، وعلياء عنتر، 2020)، التي كشفت عن تحقق رأس المال الاجتماعي العابر بدرجة أعلى من تحقق رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من المقيمين في دولة الإمارات.

9- بُعد تقدير الذات:

جدول رقم (13) اتجاهات المبحوثين نحو تقدير الذات

م	العبارات	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري
1	أشعر بالرضا عن نفسي بشكل عام	3.93	1.184
2	حققت حتى الآن أشياء أستطيع أن أفخر بها أمام الآخرين	3.67	1.197
3	أشعر بالتقدير والاحترام في تعاملاتي اليومية مع الآخرين	3.9	1.204
4	أشعر أنني شخص ذو قيمة مقارنة بالآخرين	3.78	1.146
5	أرفض الشعور بأنني بلا فائدة	3.97	1.172
	المقياس التجميعي لبُعد تقدير الذات	3.85	1.019

تشير نتائج الجدول رقم (13) إلى تحقق تقدير الذات للشباب السعودي بدرجة مرتفعة، حيث حصل بُعد تقدير الذات على متوسط حسابي (3.85)، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المرتفعة، وتؤكد هذه النتيجة أن الشباب يبحثون عن تقدير لذاتهم عبر حضورهم الافتراضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومشاركتهم بالمنشورات والوسائط المتعددة.

10- بُعد الرضا عن الحياة:

جدول (14) اتجاهات المبحوثين نحو الرضا عن الحياة

م	العبارات	المتوسط المُرَجَّح	الانحراف المعياري
1	أعتقد أن ظروف المعيشة مرضية إلى حد كبير	3.62	1.207
2	أعتقد أن نسبة كبيرة مما كنت أتمناه في حياتي حتى الآن قد تحقق بالفعل	3.46	1.148
3	حصلت على الأشياء المهمة التي أريدها حتى الآن	3.47	1.133
4	لن أغير أي شيء في حياتي لو عاد بي الزمن مرة أخرى	3.03	1.393
5	أنا راضٍ عن حياتي	3.84	1.136
	المقياس التجميعي لبُعد الرضا عن الحياة	3.48	0.965

تشير نتائج الجدول رقم (14) إلى ارتفاع معدل الرضا عن الحياة لدى الشباب السعودي، حيث حقق بُعد الرضا عن الحياة متوسطاً حسابياً (3.48)، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المرتفعة، وهذه النتيجة تعكس الاستقرار النفسي لدى الشباب، وتوفر فرص العمل والحياة الكريمة في المملكة، والتي تجعلهم راضين عن حياتهم.

11- بُعد الثقة في المحيط الاجتماعي:

جدول (15) اتجاهات المبحوثين نحو الثقة في المحيط الاجتماعي

م	العبارات	المتوسط المُرَجَّح	الانحراف المعياري
1	أثق إلى حد كبير فيمن أتعامل معهم في حياتي اليومية على TIKTOK	2.45	1.238
2	يحاول الناس استغلالك إذا أتيت لهم الفرصة	3.23	1.351
3	لا تستطيع أن تكون حذراً جداً في التعامل مع الآخرين على TIKTOK	2.69	1.322
4	يحاول الناس أن يساعدوا بعضهم البعض على TIKTOK	3.2	1.156
5	يسعى الناس للبحث عن مصالحهم فقط على TIKTOK	3.46	1.117
	المقياس التجميعي لبُعد الثقة في المحيط الاجتماعي	3.01	0.882

التأثير الاجتماعي على مستخدمي تطبيق " Tik Tok " من الشباب السعودي

من نتائج الجدول رقم (15) يتضح وجود درجة ثقة متوسطة لدى الشباب السعودي بالمحيط الاجتماعي، حيث حصل بُعد الثقة بالمحيط الاجتماعي على متوسط حسابي (3.01)، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المتوسطة، وتشير هذه النتيجة إلى تأثر الشباب ببعض مظاهر المدنية التي يسود فيها قيم الماديات وتبادل المصالح، وتضعف فيها العلاقات الاجتماعية والثقة بالمحيطين.

12- بُعد المشاركة الاجتماعية:

جدول (16) اتجاهات المبحوثين نحو المشاركة الاجتماعية

م	العبارات	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري
1	استجيب للدعوات المطالبة بالتطوع في أعمال مجتمعية على TIKTOK	2.89	1.249
2	أسعى لإقناع الآخرين بالاستجابة للدعوات المطالبة بالتطوع في أعمال مجتمعية على TIKTOK	2.83	1.183
3	أتبرع بالمال لأحد المشروعات المجتمعية استجابة لدعوات على TIKTOK	2.61	1.234
	المقياس التجميعي لبُعد المشاركة الاجتماعية	2.78	1.126

تشير نتائج الجدول رقم (16) إلى ميل الشباب السعودي نحو المشاركة الاجتماعية في الأعمال التطوعية والأنشطة الخيرية بدرجة متوسطة، حيث حقق بُعد المشاركة الاجتماعية متوسطاً حسابياً (2.78)، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المتوسطة، ما يعني ضرورة توعية الشباب بالأعمال التطوعية، وانعكاس فوائدها على المجتمع، وفيما يتصل بالتبرع بالمال فهذا يؤكد حرص الشباب السعودي على عدم التبرع إلا وفق المصادر الموثوقة في الدولة كمنصة إحسان وزكاتي وغيرها.

13- بُعد الشعور بالعزلة الاجتماعية:

جدول (17) اتجاهات المبحوثين نحو الشعور بالعزلة الاجتماعية

م	العبارات	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري
1	أشعر بالوحدة في كثير من الأحيان بالرغم من وجودي مع الناس على TIKTOK	2.83	1.387

من نتائج الجدول رقم (17) يتضح أن الشباب السعودي يميل نحو الشعور بالعزلة الاجتماعية بدرجة متوسطة، إذ حقق بُعد الشعور بالعزلة الاجتماعية متوسطاً حسابياً (2.83)، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المتوسطة، ويمكن النظر لهذه النتيجة في ضوء التفاعل داخل التطبيق، وشيوع العلاقات العابرة، التي لا تمكن الأفراد من مشاركة مشاكلهم والبحث عن حلول لها مع الأصدقاء والمتابعين.

14- بُعد تفعيل قواعد الخصوصية:

جدول (18) اتجاهات المبحوثين نحو تفعيل قواعد الخصوصية

م	العبارات	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري
1	أقوم بتفعيل خاصية عدم اطلاع الجميع على مقاطع الفيديو والتعليقات، وتقتصر على الأصدقاء	3.32	1.381

تشير نتائج الجدول رقم (18) إلى تحقق بُعد تفعيل قواعد الخصوصية بدرجة متوسطة تقترب نسبياً من الدرجة المرتفعة، إذ حقق البُعد متوسطاً حسابياً (3.32)، ويقع هذا المتوسط ضمن الحد الأعلى للموافقة المتوسطة، وتعني هذه النتيجة وجود اهتمام من قبل الشباب السعودي بقواعد الخصوصية على التطبيق، وتفعيل بعض الخصائص التي تمكن المستخدم من تحديد من يمكنهم رؤية المقاطع والتعليقات التي يقوم بمشاركتها.

ثالثاً: اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة التوافقية - العلاقة الترابطية - العلاقة العابرة).

لاختبار صحة هذا الفرض، تم استخدام معامل الارتباط الخطي (بيرسون)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي.

جدول (19) العلاقة بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيق TIKTOK ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي

كثافة استخدام تطبيق TIKTOK		أبعاد رأس المال الاجتماعي	
مستوى الدلالة	معامل الارتباط		
دالة إحصائية	0.001	0.270	بُعد العلاقة التوافقية
دالة إحصائية	0.026	0.120	بُعد العلاقة الترابطية
دالة إحصائية	0.001	0.209	بُعد العلاقة العابرة

تشير نتائج الجدول رقم (19) إلى الآتي:

1. وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين كثافة استخدام تطبيق "TikTok" وتحقيق رأس المال الاجتماعي (التوافقي)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الخطي "بيرسون" (0.270)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.001)، وهذه النتيجة تشير إلى أنه كلما زادت معدلات استخدام الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ارتفع معدل تحقق العلاقة التوافقية.

2. وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين كثافة استخدام تطبيق "TikTok" وتحقيق رأس المال الاجتماعي (الترابطي)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الخطي "بيرسون" (0.120)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.026)، وهذه النتيجة

تشير إلى أنه كلما زادت معدلات استخدام الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ارتفع معدل تحقق العلاقة الترابطية.

3. وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين كثافة استخدام تطبيق "TikTok" وتحقق رأس المال الاجتماعي (العابر)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الخطي "بيرسون" (0.209)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.001)، وهذه النتيجة تشير إلى أنه كلما زادت معدلات استخدام الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ارتفع معدل تحقق العلاقة العابرة.

4. وبشكل عام، يمكن القول إن زيادة معدل استخدام تطبيق "TikTok" من قبل الشباب السعودي يؤدي إلى رفع معدلات رأس المال الاجتماعي لديهم، وتتحقق العلاقة التواصلية بدرجة أعلى يليها العلاقة العابرة، بينما تتحقق العلاقة الترابطية بدرجة أقل نتيجة زيادة معدل استخدام التطبيق. 5. تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (آمال كمال، 2011)، التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام الفيسبوك وتحقق رأس المال الاجتماعي لدى الشباب الجامعي المصري. واتفقت أيضاً مع نتائج دراسة (علاء الشامي، 2013)، التي أثبتت وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام الفيس بوك ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إيمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة التواصلية-العلاقة الترابطية-العلاقة العابرة).

لاختبار صحة هذا الفرض، تم استخدام معامل الارتباط الخطي (بيرسون)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي.

جدول (20) العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق TikTok ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي

إدمان الشباب السعودي لتطبيق TIKTOK		أبعاد رأس المال الاجتماعي	
مستوى الدلالة		معامل الارتباط	
دالة إحصائية	0.000	0.758	بُعد العلاقة التواصلية
دالة إحصائية	0.000	0.759	بُعد العلاقة الترابطية
دالة إحصائية	0.000	0.691	بُعد العلاقة العابرة

تشير نتائج الجدول رقم (20) إلى الآتي:

6. وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" وتحقق رأس المال الاجتماعي (التواصلية)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الخطي "بيرسون" (0.758)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.000)، وهذا يعني أنه كلما زاد إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ارتفع معدل تحقق العلاقة التواصلية.

7. وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" وتحقق رأس المال الاجتماعي (الترابطية)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الخطي "بيرسون" (0.759)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.000)، وهذا يعني أنه كلما زاد إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ارتفع معدل تحقق العلاقة الترابطية.

8. وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" وتحقق رأس المال الاجتماعي (العابرة)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الخطي "بيرسون" (0.691)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.000)، وهذا يعني أنه كلما زاد

إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ارتفع معدل تحقق العلاقة العابرة.

9. وبشكل عام يتضح من نتائج الجدول أن زيادة معدلات الإدمان على التطبيق يزيد من معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي، مع ملاحظة تحقق العلاقة التواصلية والترابطية بدرجة أعلى نسبياً من العلاقة العابرة.

الفرض الثالث: تتأثر شدة العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي "العلاقة التواصلية" بالمتغيرات الوسيطة التالية:

1- بعد تقدير الذات.

2- بعد الرضا عن الحياة.

3- بعد الثقة في المحيط الاجتماعي.

جدول (21) تأثير بعض المتغيرات الوسيطة على العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق TikTok وبين معدل تحقق العلاقة التواصلية

العلاقة بين إدمان تطبيق TIKTOK والعلاقة التواصلية				المتغيرات الوسيطة
الارتباط المتعدد عند إدخال المتغيرات الوسيطة		الارتباط الجزئي عند ضبط المتغيرات الوسيطة		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0.000	0.780	0.000	0.743	تقدير الذات
0.000	0.774	0.000	0.739	الرضا عن الحياة
0.000	0.830	0.000	0.541	الثقة في المحيط الاجتماعي
الارتباط الصفري بين إدمان تطبيق TIKTOK والعلاقة التواصلية = 0.758				

من نتائج الجدول رقم (21) يتبين الآتي:

10. يؤثر متغير "تقدير الذات" على شدة العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدل تحقق رأس المال الاجتماعي

التواصل، حيث نجد أن العلاقة بين المتغيرين عند عزل المتغير الوسيط "تقدير الذات" قد بلغت (0.743)، وهذه القيمة ارتفعت إلى (0.780) عند دخول متغير تقدير الذات في الارتباط المتعدد، وبالتالي يمكن القول بأن تقدير الذات في المجتمع السعودي يزيد من تأثير إدمان الشباب لتطبيق "TikTok" على رأس المال الاجتماعي التواصلي، فكلما شعر الأفراد (مدمنو تطبيق TIKTOK) بتقدير أعلى لذواتهم ارتفع معدل توظيفهم للتطبيق في بناء علاقات تواصلية.

11. يؤثر متغير "الرضا عن الحياة" على شدة العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدل تحقق رأس المال الاجتماعي التواصلي، حيث نجد أن العلاقة بين المتغيرين عند عزل المتغير الوسيط "الرضا عن الحياة" قد بلغت (0.739)، وهذه القيمة ارتفعت إلى (0.774) عند دخول متغير الرضا عن الحياة في الارتباط المتعدد، وبالتالي يمكن القول بأن الرضا عن الحياة في المجتمع السعودي يزيد من تأثير إدمان الشباب لتطبيق "TikTok" على رأس المال الاجتماعي التواصلي، إذ يميل الأفراد الأكثر رضا عن الحياة من (مدمني تطبيق TIKTOK) نحو توظيف التطبيق بدرجة أعلى في بناء علاقات تواصلية.

12. يؤثر متغير "الثقة في المحيط الاجتماعي" على شدة العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدل تحقق رأس المال الاجتماعي التواصلي، حيث نجد أن العلاقة بين المتغيرين عند عزل المتغير الوسيط "الثقة في المحيط الاجتماعي" قد بلغت (0.541)، وهذه القيمة ارتفعت إلى (0.830) عند دخول متغير الثقة في الارتباط المتعدد، وبالتالي يمكن القول بأن ثقة الشباب السعودي في الأصدقاء والأقارب

والمحيط الاجتماعي يزيد من تأثير إدمان الشباب لتطبيق "TikTok" على رأس المال الاجتماعي التواصلي، إذ يميل الأفراد الأكثر ثقة في المحيط الاجتماعي من (مدمني تطبيق TIKTOK) نحو توظيف التطبيق بدرجة أعلى في بناء علاقات تواصلية.

13. وبشكل عام، تم قبول صحة الفرض الثالث، حيث ثبت أن المتغيرات النفسية والاجتماعية ممثلة في (تقدير الذات، والرضا عن الحياة، والثقة في المحيط الاجتماعي) تؤثر على العلاقة بين إدمان تطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي التواصلي في المجتمع السعودي. ويلاحظ من النتائج أن المتغيرات الاجتماعية تؤثر بدرجة أعلى من المتغيرات النفسية، حيث تفوق متغير الثقة في المحيط الاجتماعي في التأثير على شدة العلاقة بين إدمان التطبيق وتحقيق رأس المال الاجتماعي التواصلي بدرجة أعلى من متغيري تقدير الذات والرضا عن الحياة.

14. وتتفق هذه النتائج مع ما ذهبت إليه الدراسات السابقة من اعتبار تقدير الذات والرضا عن الحياة والثقة في المحيط الاجتماعي متغيرات وسيطة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحقيق رأس المال الاجتماعي التواصلي.

الفرض الرابع: تتأثر شدة العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق

"TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي " العلاقة الترابطية"

بالمغيرات الوسيطة التالية:

1- بعد المشاركة الاجتماعية.

2- بعد الشعور بالعزلة الاجتماعية.

3- بعد تفعيل قواعد الخصوصية.

جدول (22) تأثير بعض المتغيرات الوسيطة على العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق TikTok وبين معدل تحقق العلاقة الترابطية

العلاقة بين إدمان تطبيق TIKTOK والعلاقة الترابطية				المتغيرات الوسيطة
الارتباط المتعدد عند إدخال المتغيرات الوسيطة		الارتباط الجزئي عند ضبط المتغيرات الوسيطة		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0.000	0.821	0.000	0.594	المشاركة الاجتماعية
0.000	0.803	0.000	0.608	الشعور بالعزلة الاجتماعية
0.000	0.769	0.000	0.727	تفعيل قواعد الخصوصية
الارتباط الصفري بين إدمان تطبيق TIKTOK والعلاقة الترابطية = 0.759				

من نتائج الجدول رقم (22) يتبين الآتي:

15. يؤثر متغير "المشاركة الاجتماعية" على شدة العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدل تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي، حيث بلغت العلاقة بين المتغيرين عند عزل المتغير الوسيط "المشاركة الاجتماعية" (0.594)، وارتفعت قيمة العلاقة إلى (0.821) عند دخول متغير المشاركة الاجتماعية في الارتباط المتعدد، وبالتالي يمكن القول بأن ميل الشباب السعودي للمشاركة الاجتماعية يزيد من تأثير إدمانهم لتطبيق "TikTok" على رأس المال الاجتماعي الترابطي، فكلما زاد ميل الأفراد (مدمني تطبيق TIKTOK) نحو المشاركة الاجتماعية ارتفع معدل توظيفهم للتطبيق في بناء علاقات ترابطية.

16. يؤثر متغير "الشعور بالعزلة الاجتماعية" على شدة العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدل تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي، حيث بلغت العلاقة بين المتغيرين عند عزل المتغير الوسيط "الشعور بالعزلة الاجتماعية" (0.608)، وارتفعت قيمة العلاقة إلى (0.803) عند دخول متغير الشعور بالعزلة الاجتماعية في الارتباط

المتعدد، وبالتالي يمكن القول بأن الشعور بالعزلة الاجتماعية في المجتمع السعودي يزيد من تأثير إدمان الشباب لتطبيق "TikTok" على رأس المال الاجتماعي الترابطي، إذ يميل الأفراد (مدمنو تطبيق TIKTOK) الأكثر شعوراً بالعزلة الاجتماعية نحو توظيف التطبيق بدرجة أعلى في بناء علاقات ترابطية.

17. يؤثر متغير "تفعيل قواعد الخصوصية" على شدة العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدل تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي، حيث بلغت العلاقة بين المتغيرين عند عزل المتغير الوسيط "تفعيل قواعد الخصوصية" (0.727)، وارتفعت قيمة العلاقة إلى (0.769) عند دخول متغير تفعيل قواعد الخصوصية في الارتباط المتعدد، وبالتالي يمكن القول بأن تفعيل قواعد الخصوصية في المجتمع السعودي يزيد من تأثير إدمان الشباب لتطبيق "TikTok" على رأس المال الاجتماعي الترابطي، إذ يميل الأفراد (مدمنو تطبيق TikTok) الأكثر استخداماً وتفعيلاً لقواعد الخصوصية نحو توظيف التطبيق بدرجة أعلى في بناء علاقات ترابطية.

18. وبشكل عام، تم قبول صحة الفرض الرابع، حيث ثبت أن المتغيرات الاجتماعية والتقنية ممثلة في (المشاركة الاجتماعية، والشعور بالعزلة الاجتماعية، وتفعيل قواعد الخصوصية) تؤثر على العلاقة بين إدمان تطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي في المجتمع السعودي. ويلاحظ من النتائج أن المتغيرات الاجتماعية تؤثر بدرجة أعلى من المتغيرات التقنية، حيث تفوق متغير المشاركة الاجتماعية في التأثير على شدة العلاقة بين إدمان التطبيق وتحقيق رأس المال الاجتماعي الترابطي، يليه متغير الشعور بالعزلة الاجتماعية، بينما

كان تأثير متغير تفعيل قواعد الخصوصية أقل وأضعف من المتغيرين السابقين.

19. وتتفق هذه النتائج مع ما ذهبت إليه الدراسات السابقة من اعتبار المشاركة الاجتماعية والشعور بالعزلة الاجتماعية وتفعيل قواعد الخصوصية متغيرات وسيطة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الذكور والإناث على المتغيرات الآتية:

20. كثافة استخدام تطبيق "TikTok".

21. إيمان تطبيق "TikTok".

22. رأس المال الاجتماعي (التواصلي والترابطي والعاير).

لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (Independent-Sample T-Test) لقياس الفروق بين متوسطات استجابات الذكور والإناث على متغيرات استخدام وإيمان التطبيق وتحقق رأس المال الاجتماعي، وجاءت النتائج كالآتي:

جدول (23) الفروق بين استجابات الذكور والإناث على متغيرات

(كثافة استخدام TIKTOK، إيمان TIKTOK، وتحقق رأس المال الاجتماعي)

المتغيرات	النوع	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
كثافة استخدام TIKTOK	ذكور	158	1.65	0.687	5.704	0.000
	إناث	187	2.07	0.688		
إيمان TIKTOK	ذكور	158	2.51	1.007	0.054	0.957
	إناث	187	2.52	0.980		
رأس المال الاجتماعي التواصلي	ذكور	158	2.69	1.009	2.674	0.008
	إناث	187	2.97	0.930		
رأس المال الاجتماعي الترابطي	ذكور	158	2.48	1.071	1.193	0.234

د إبراهيم محمد علي التتفي

		1.126	2.62	187	إناث	
0.075	1.787	1.055	2.79	158	ذكور	رأس المال الاجتماعي العابر
		1.097	3.00	187	إناث	

تشير نتائج الجدول رقم (23) إلى الآتي:

23. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كثافة استخدامهم للتطبيق، حيث بلغت قيمة ($T=5.704$)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.000)، وجاءت الفروق لصالح الإناث، حيث حصلت الإناث على متوسط حسابي (2.07)، بينما حصل الذكور على متوسط حسابي (1.65)، على مقياس كثافة الاستخدام ثلاثي الدرجات، وتشير قيم المتوسطات إلى استخدام الإناث للتطبيق بدرجة متوسطة، بينما يستخدمه الذكور بدرجة منخفضة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (علاء الشامي، 2013) التي توصلت إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في كثافة استخدامهم للفيديو في المجتمع السعودي، وتختلف معها في طبيعة الفروق، حيث جاءت في دراسة الشامي لصالح الذكور، بينما جاءت في هذه الدراسة لصالح الإناث، ويعود ذلك لاختلاف طبيعة الوسيلة الاتصالية (الفيديو بوك في دراسة الشامي، وتطبيق "TikTok" في الدراسة الحالية).

24. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في رأس المال الاجتماعي التواصلي، حيث بلغت قيمة ($T=2.674$)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.008)، وجاءت الفروق لصالح الإناث، حيث حصلت الإناث على متوسط حسابي (2.97)، بينما حصل الذكور على متوسط حسابي (2.69). وهذا يعني أن توظيف الإناث للتطبيق في العلاقات التواصلية بدرجة أعلى من الذكور؛ وقد

يعود ذلك لكثافة استخدام الإناث للتطبيق بدرجة أعلى من استخدام الذكور.

25. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم على المتغيرات الآتية: إدمان تطبيق "TikTok": رأس المال الاجتماعي الترابطي، رأس المال الاجتماعي العابر، حيث جاءت قيم اختبار (T) المحسوبة أقل من القيم الجدولية، وتجاوز مستوى الدلالة نسبة الخطأ المسموح به (0.05). وتتفق هذه النتائج مع دراسة (هيثم مؤيد، 2016)، التي كشفت عن عدم وجود فروق بين الذكور والإناث على مقياس رأس المال الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي والمصري، وتختلف مع نتائج دراسة (علاء الشامي، 2013)، التي توصلت إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي على الفيس بوك.

النتائج والتوصيات:

أولاً- خلاصة النتائج:

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين إدمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" وتحقق رأس المال الاجتماعي بأشكاله الثلاثة (العابر، التواصل، الترابطي)، وأجريت الدراسة على عينة من الشباب السعودي قوامها (345)، باستخدام الاستبانة الإلكترونية في جمع البيانات، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

1- جاء استخدام الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" في المستوى المتوسط، ووجدت فروق في كثافة الاستخدام تبعاً للنوع، وجاءت لصالح الإناث، وتستخدم النسبة الكبرى من الشباب أسماء مستعارة، وصوراً تعبيرية

أكثر من استخدامهم لأسمائهم وصورهم الشخصية في الملف التعريفي للحساب.

2- يقضي الشباب السعودي فترات طويلة في استخدامه وقت الفراغ على تطبيق "TikTok"، بينما يقل استخدامه عند العمل وتبادل الزيارات؛ لذا لم يؤثر التطبيق كثيراً على إغائهم للزيارات والمواعيد.

3- تحقق رأس المال الاجتماعي التواصلي والعاير للشباب السعودي على تطبيق "TikTok" بمستوى متوسط، مع تفوق رأس المال الاجتماعي العاير، ما يعني أن الشباب يوظفون التطبيق بدرجة أعلى في التواصل مع الأشخاص الغرباء أو المختلفين عنهم. بينما تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي للشباب السعودي على تطبيق "TikTok" بمستوى منخفض؛ ما يعني أن الشباب السعودي لا يستخدم التطبيق كثيراً في التواصل مع الأقارب والزملاء، والأشخاص الذين يرتبطون بهم بروابط وثيقة.

4- كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين كثافة استخدام الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة التواصلية، العلاقة الترابطية، العلاقة العابرة).

5- أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين إيمان الشباب السعودي لتطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي (العلاقة التواصلية، العلاقة الترابطية، العلاقة العابرة).

6- تزيد المتغيرات النفسية والاجتماعية ممثلةً في (تقدير الذات، والرضا عن الحياة، والثقة في المحيط الاجتماعي) من شدة العلاقة بين إيمان تطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي التواصلي لدى الشباب السعودي

7- تزيد المتغيرات الاجتماعية والتقنية ممثلةً في (المشاركة الاجتماعية، والشعور بالعزلة الاجتماعية، وتفعيل قواعد الخصوصية) من شدة العلاقة بين إدمان تطبيق "TikTok" ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي لدى الشباب السعودي.

8- تفوقت الإناث على الذكور في كثافة استخدام تطبيق "TikTok"، وتوظيفه في العلاقات التواصلية.

ثانياً- التوصيات:

بناء على النتائج التي تم التوصل إليها، يوصي الباحث بالآتي:

1. ينبغي على الجهات الرسمية المخولة بالرقابة على تطبيقات التواصل الاجتماعي تفعيل المزيد من الأدوات الرقابية على التطبيقات الحديثة، مثل تطبيق "TikTok"، حيث كشفت النتائج أن معظم الشباب يستخدمونها في تعزيز علاقاتهم التواصلية والعابرة، مع إخفاء هويتهم. وهذا قد يسهم في نشر الفيديوهات والتعليقات المضللة والشائعات التي قد تستهدف الأمن الفكري أو السخرية من الأديان وبث الكراهية بين أفراد المجتمع.

2. على المؤسسات الرسمية، والمؤسسات الاجتماعية، تفعيل الحملات الاجتماعية التي تستهدف تعزيز الوعي المجتمعي، وأهمية المبادرات الشبابية التطوعية، والمشاركة في الأعمال والأنشطة الخيرية والمجتمعية، حيث كشفت الدراسة عن ظهور بُعد المشاركة الاجتماعية لدى الشباب في الحد الأدنى للمستوى المتوسط.

3. ركزت الدراسة الحالية على فئة معينة من المجتمع السعودي، وهي الشباب، بوصفها الفئة الأكثر استخداماً للتقنيات والتطبيقات الحديثة، لكن هذا لا يعني إهمال الفئات الأخرى، لذا يوصي الباحث بتوسيع الدراسة

من خلال تطبيقها على فئات أخرى، كالمرأة غير العاملة، وكبار السن، والأطفال، ومن ثم إجراء مقارنات بين هذه الفئات فئة الشباب.

4. كشفت النتائج أن كثافة استخدام تطبيق TIKTOK يزيد من رأس المال الاجتماعي العابر بدرجة أعلى من رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي، ما يعني أن الشباب يستخدمون هذه التطبيقات في تعزيز علاقاتهم العابرة مع أشخاص من خارج نطاقهم الاجتماعي، مختلفين عنهم في الثقافة والطبقة الاجتماعية والقيم، ولهذا يوصي الباحث بدراسة تأثير إدمان تطبيق TIKTOK على القيم الثقافية والاجتماعية للشباب.

الهوامش:

1. Masciantonio, A., Bourguignon, D., Bouchat, P., Balty, M., & Rimé, B. (2021). Don't put all social network sites in one basket: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and their relations with well-being during the COVID-19 pandemic. *PloS one*, 16(3), e0248384.
2. Utz, S., & Muscanell, N. (2015). Social media and social capital: Introduction to the special issue.
3. Poetze, F., & Strauss, C. (2020). Social Capital on Social Media—Concepts, Measurement Techniques and Trends in Operationalization. *Information*, (11), 515.
4. عبود، محمد. (2021, Mar 27). اتجاهات ومؤشرات استخدام تيك توك في مصر والسعودية والإمارات 2020. Retrieved from <https://expandcart.com/ar/56249-%D8%AA%D9%8A%D9%83-%D8%AA%D9%88%D9%83/>
5. صفاء عثمان وعلياء عنتر (2020). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي والسعادة لدى المقيمين في دولة الإمارات، *مجلة Arab Media & Society*، العدد 29، ص 67.
6. غمشي، الزهرة بن غربية فلة (2020). رأس المال الاجتماعي الافتراضي وتداول المراجع العلمية بين طلبة ما بعد التدرج على شبكة الفاييسبوك. *مجلة الباحث الاجتماعي*، عدد 13 (2) ص 473.

7. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital, In J. Richardson (Ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, (New York, Greenwood), 241-258.
8. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. **American journal of sociology**, 94, S95-S120.
9. Putnam, R. D. (1994). Social capital and public affairs. Bulletin of the **American Academy of Arts and Sciences**, 5-19.
10. غمشي. (2020)، مرجع سابق، ص475.
11. غمشي. (2020)، مرجع سابق، ص477.
12. Stacey Alicea. Social Networks in Community Colleges: Influences on Social Capital, Academic Achievement, Employment Skills and Psychosocial Wellbeing, unpublished doctoral dissertation, **New York University**, 2015, P.22
13. Page-Tan, C. (2021). Bonding, bridging, and linking social capital and social media use: How hyperlocal social media platforms serve as a conduit to access and activate bridging and linking ties in a time of crisis. **Natural Hazards**, 105(2), 2219-2240.
14. Matenda, S., Naidoo, G. M., & Rugbeer, H. (2020). A study of young people's use of social media for social capital in Mthatha, Eastern Cape. **Communitas**, 25, 1-15.
15. Yang, Y., & Zilberg, I. E. (2020). Understanding Young Adults' TikTok Usage.
16. كمال، آمال. (2011). استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي بالتطبيق على موقع الفيسبوك، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو/ ديسمبر 2011، ص46 - 47.
17. صفاء عثمان وعلياء عنتر (2020). مرجع سابق، ص74.
18. غمشي، الزهرة بن غربية فلة. (2020). مرجع سابق، ص488.
19. مؤيد، هيثم جودة (2016). إيمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي، دراسة مقارنة في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي. *مجلة بحوث الصحافة*، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

20. الشامي، علاء (2013). مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي الفيس بوك في مدينة الرياض، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، ص 50 - 51.
21. بلحنافي، أمينة، ومختاري، فيصل (2017). إشكالية رأس المال الاجتماعي بين المفهوم والقياس، *Majallat al-Ḥikmah lil-Dirāsāt al-Iqtisādīyah*، ص 1-22.
22. Hair, J.F., Black W.C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis (Seventh Edition)*. USA: **Pearson Education Limited.**, P. 7.
23. Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach (Seventh edition)*. UK: **John Wiley & Sons**. P.222.
24. القحطاني، سعد (2015). الإحصاء التطبيقي: المفاهيم الأساسية وأدوات التحليل الإحصائي الأكثر استخداماً في الدراسات والبحوث الاجتماعية والإنسانية باستخدام SPSS، ط 1 (الرياض: معهد الإدارة العامة)، ص 290.
25. Hair, et al., (2014). Op. Cit., P.123
26. Pituch, K. A., & Stevens, J. P. (2016). *Applied multivariate statistics for the social sciences (6th edition)*. New York: Routledge.
27. بلحنافي، أمينة، ومختاري، فيصل (2017)، مرجع سابق، ص 18.
28. صفاء عثمان وعلياء عنتر (2020). مرجع سابق، ص 76.

المصادر والمراجع:

المراجع باللغة العربية:

1. عبود، محمد. (2021, Mar 27). اتجاهات ومؤشرات استخدام تيك توك في مصر والسعودية والإمارات 2020. Retrieved from <https://expandcart.com/ar/56249-%D8%AA%D9%8A%D9%83-%D8%AA%D9%88%D9%83/>
2. صفاء عثمان وعلياء عنتر (2020). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي والسعادة لدى المقيمين في دولة الإمارات، *مجلة Arab Media & Society*، العدد 29، ص 67.

3. غمشي، الزهرة بن غربية فلة (2020). رأس المال الاجتماعي الافتراضي وتداول المراجع العلمية بين طلبة ما بعد التدرج على شبكة الفايسبوك. *مجلة الباحث الاجتماعي*، عدد 13 (2) ص473.
4. كمال، أمال. (2011). استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي بالتطبيق على موقع الفيسبوك، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو/ديسمبر 2011، ص46
- 5- مؤيد، هيثم جودة (2016). إيمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي، دراسة مقارنة في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي. *مجلة بحوث الصحافة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة*.
- 6- الشامي، علاء (2013). مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي الفيس بوك في مدينة الرياض، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، ص50 - 51.
- 7- بلحنافي، أمينة، ومختاري، فيصل (2017). إشكالية رأس المال الاجتماعي بين المفهوم والقياس، - *Majallat al-Hikmah lil-Dirāsāt al-Iqtisādīyah*، ص1-22.
- 8- القحطاني، سعد (2015). الإحصاء التطبيقي: المفاهيم الأساسية وأدوات التحليل الإحصائي الأكثر استخداما في الدراسات والبحوث الاجتماعية والإنسانية باستخدام SPSS، ط1 (الرياض: *معهد الإدارة العامة*)، ص290.

المراجع باللغة الإنجليزية:

- 9- Masciantonio, A., Bourguignon, D., Bouchat, P., Baltv, M., & Rimé, B. (2021). Don't put all social network sites in one basket: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and their relations with well-being during the COVID-19 pandemic. *PloS one*, 16(3), e0248384.
- 10- Utz, S., & Muscanell, N. (2015). Social media and social capital: Introduction to the special issue.

- 11-Poetze, F., & Strauss, C. (2020). Social Capital on Social Media—Concepts, Measurement Techniques and Trends in Operationalization. **Information**, (11), 515.
- 12-Bourdieu, P. (1986). The forms of capital, In J. Richardson (Ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, (New York, **Greenwood**), 241-258.
- 13-Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. **American journal of sociology**, 94, S95-S120.
- 14-Putnam, R. D. (1994). Social capital and public affairs. Bulletin of the **American Academy of Arts and Sciences**, 5-19.
- 15-Stacey Alicea. Social Networks in Community Colleges: Influences on Social Capital, Academic Achievement, Employment Skills and Psychosocial Wellbeing, unpublished doctoral dissertation, **New York University** ,2015, P.22
- 16-Page-Tan, C. (2021). Bonding, bridging, and linking social capital and social media use: How hyperlocal social media platforms serve as a conduit to access and activate bridging and linking ties in a time of crisis. **Natural Hazards**, 105(2), 2219-2240.
- 17-Matenda, S., Naidoo, G. M., & Rugbeer, H. (2020). A study of young people's use of social media for social capital in Mthatha, Eastern Cape. **Communitas**, 25, 1-15.
- 18-Yang, Y., & Zilberg, I. E. (2020). Understanding Young Adults' TikTok Usage.
- 19-Rashid, A. I., & Almallah, I. T. H. (2020). Social capital and the extent of its contribution to enhancing the management of excellence: An applied study at Azadi Hospital/Duhok. **journal of Economics and Administrative Sciences**, 26(124).
- 20-Hair, J.F., Black W.C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2014). Multivariate Data Analysis (Seventh Edition).USA: **Pearson Education Limited.**, P. 7.
- 21-Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill building approach (Seventh edition). UK: **John Wiley & Sons**.P.222.
- 22-Pituch, K. A., & Stevens, J. P. (2016). Applied multivariate statistics for **the social sciences** (6th edition). New York: Routledge.