

جامعة محمد بوضياف-المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع
المحققة منه
دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة
المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و
الاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة :
رقاد حنان

إعداد الطالبة :
ولهي كنزة

| اللقب و الاسم | الرتبة | الصفة |
|---------------|--------|---------------|
| | | رئيسا |
| | | مشرفا و مقررا |
| | | ممتحنا |

السنة الدراسية : ٢٠١٩ / ٢٠٢٠

شكر وعرفان

بسم الله رحمه الرحيم

((ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلي والدي وأن أعمل صالحا
ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين))

صدق الله العظيم

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن والاه في الأولين
والآخرين والملا الأعلى إلى يوم الدين.

وبعد لا يسعني الا أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى من قال فيه الشاعر:

كاد المعلم أن يكون رسولا

إلى أستاذتي الفاضلة التي أمدتني بعلمها وارشاداتها ونصائحها

رقاد حنان

جزاها الله كل خير ووفقها لما يحبه ويرضاه

وأشكر كل من ساعدني وأرشدني إلى طريق العلم وسهل في إخراج هذه المذكرة
بشكلها الحالي.

((ربنا تقبل منا انك انت سميع العليم))

إهداء

إلى التي علمتني مالم تعلمني اياه المدارس والجامعات، إلى التي علمتني أن حلمي قريب طالما أنا مؤمنة به، وأن كل نهاية هي بداية جديدة إلى أُمِّي الغالية.

إلى الذي رحل وتركني ضائعة بين العدم والوجود إلى رُوحِي والدي الطاهرة.

إلى التي علمتني كيف أقرأ وأكتب وأخط بالقلم إلى أختي الغالية زهرة.

إلى كل أشيائي الجميلة ورفيق دربي وسندي في هذه الحياة الغالي أمين.

إلى من امتزجت رُوحِي بروحهم إلى من حبهم يسرى في عروقي إلى من أشد بهم أزري إلى اخوتي وأخواتي .

إلى براعم الحياة وصفاء الوجود مرام، مريم والبقية كل بإسمه.


إلى صدقاتي ورفيقات دربي: زهرة، عزيزة، سمية، وفاء، راوية، سهيلة، أسماء

عائشة، أمينة، ميمونة.


إلى كل كاتب قرأت له فشعرت أنه يخاطبني، إلى كل كاتب قرأت له فأراني الدنيا بمنظور آخر.

للجميع.....أصدقاء كانوا أو غرباء

ولك يا من تقرأ كلماتي.



الفهارس



فهرس المحتويات

| الصفحة | العنوان |
|--------|--|
| | شكر و تقدير |
| | إهداء |
| | فهرس المحتويات |
| | فهرس الجداول |
| | فهرس الأشكال |
| | ملخص باللغة العربية |
| | ملخص باللغة الإنجليزية |
| أ- ب | مقدمة |
| | ❖ الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة |
| ٥ | ١. الإشكالية |
| ٦ | ٢. تساؤلات |
| ٦ | ٣. أسباب اختيار الموضوع |
| ٦ | ٤. أهمية الدراسة |
| ٧ | ٥. أهداف الدراسة |
| ٧ | ٦. المدخل النظري للدراسة |
| ١٢ | ٧. منهج الدراسة |
| ١٣ | ٨. أداة جمع البيانات |
| ١٤ | ٩. مجتمع البحث وعينة الدراسة |
| ١٧ | ١٠. تحديد المفاهيم و المصطلحات |
| ٢١ | ١١. الدراسات السابقة |
| | ❖ الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق التيك توك |
| ٢٨ | ١. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي |
| ٣٠ | ٢. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي |
| ٣١ | ٣. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي |
| ٣٥ | ٤. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي |
| ٣٦ | ٥. نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي |
| | ٦. تطبيق التيك توك |
| ٣٨ | ١.٦. نشأة تطبيق التيك توك |
| ٤٠ | ٢.٦. مفهوم تطبيق التيك توك |
| ٤٣ | ٣.٦. خصائص تطبيق التيك توك |
| ٤٤ | ٤.٦. مخاطر تطبيق التيك توك |
| | ❖ الفصل الثالث: الجانب الميداني للدراسة |
| ٤٧ | ١. عرض البيانات و تحليل النتائج |
| ٦٤ | ٢. النتائج العامة للدراسة |

| | |
|----|-------------------------|
| ٦٧ | ٣. اقتراحات و توصيات |
| ج | الخاتمة |
| ٧٠ | قائمة المصادر و المراجع |
| ٧٦ | ملاحق الدراسة |
| | الفهارس |

فهرس الجداول

| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|------------|--|--------|
| ٠١ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس | ٤٧ |
| ٠٢ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن | ٤٨ |
| ٠٣ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي | ٤٩ |
| ٠٤ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام تطبيق التيك توك | ٥٠ |
| ٠٥ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت المفضل لاستخدام تطبيق تيك توك | ٥١ |
| ٠٦ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام تطبيق التيك توك | ٥٢ |
| ٠٧ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص المفضلين في استخدام التطبيق معهم | ٥٢ |
| ٠٨ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام التطبيق كزائر | ٥٣ |
| ٠٩ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب امتلاك الشخص لصفحة شخصية في تيك توك | ٥٤ |
| ١٠ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة لاستخدام تطبيق تيك توك | ٥٥ |
| ١١ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب انشاء فيديوهات بواسطة تطبيق تيك توك | ٥٥ |
| ١٢ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام تطبيق التيك توك | ٥٦ |
| ١٣ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب الاحساس بالراحة عند استخدام تطبيق التيك توك | ٥٧ |
| ١٤ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخصائص المتوفرة والتي تلبى رغبات المستخدم | ٥٨ |
| ١٥ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحاجات التي يلبىها تطبيق التيك توك | ٥٩ |
| ١٦ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى الرضا عن مستوى ما يقدمه تطبيق التيك توك من خدمات | ٥٩ |
| ١٧ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات المحققة من استخدام تطبيق تيك توك | ٦٠ |
| ١٨ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب الغياب عن التطبيق والشعور الذي يتركه | ٦١ |
| ١٩ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب القدرة عن التوقف عن استخدام التطبيق بصفة نهائية | ٦٢ |
| ٢٠ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير التطبيق على التفكير ونمط الحياة | ٦٢ |
| ٢١ | يمثل توزيع أفراد العينة حسب التقييم النهائي لتطبيق التيك توك | ٦٣ |

فهرس الأشكال

| رقم الشكل | عنوان الشكل | الصفحة |
|-----------|---|--------|
| ٠١ | دائرة النسبية تبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الجنس | ٤٨ |
| ٠٢ | دائرة النسبية تبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير السن | ٤٩ |
| ٠٣ | دائرة النسبية تبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير المستوى التعليمي | ٥٠ |

خطة الدراسة:

مقدمة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

١. الاشكالية
٢. التساؤلات
٣. أسباب اختيار الموضوع
٤. أهداف الدراسة
٥. اهمية الدراسة
٦. المدخل النظري للدراسة
٧. منهج الدراسة
٨. اداة جمع البيانات
٩. مجتمع وعينة الدراسة
١٠. تحديد المفاهيم والمصطلحات
١١. الدراسات السابقة

الفصل الثاني : مواقع تواصل الاجتماعي و تطبيق تيك توك

١. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
٢. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
٣. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
٤. خصائص مواقع تواصل الاجتماعي
٥. نماذج عن مواقع تواصل الاجتماعي
٦. تطبيق تيك توك
 - ٦.١. نشأة تطبيق تيك توك
 - ٦.٢. مفهوم تطبيق تيك توك
 - ٦.٣. خصائص تطبيق تيك توك
 - ٦.٤. مخاطر تطبيق تيك توك

الفصل الثالث : الجانب الميداني للدراسة

١. عرض البيانات وتحليل النتائج
٢. النتائج العامة للدراسة

الخاتمة



ملخص الدراسة



ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة التي اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع إلى الكشف عن استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع المحققة منه، من خلال دراسة على عينة من مستخدمي التطبيق لدى شباب مدينة المسيلة، ولقد تمحورت أسئلة الدراسة كالآتي:

السؤال الرئيسي: كيف يستخدم الشباب تطبيق tik tok وماهي الإشباعات المحققة؟

- ✓ ماهي عادات وأنماط استخدام الشباب لتطبيق tik tok؟
- ✓ ماهي دوافع استخدام الشباب لتطبيق tik tok؟
- ✓ ماهي الإشباعات المحققة من استخدام الشباب لتطبيق tik tok ؟
- ✓ ما هو الأثر الذي يتركه استخدام تطبيق tik tok لدى الشباب؟

وبما أن هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية فقد اعتمدنا على أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور، فكان المحور الأول عادات وأنماط الشباب لتطبيق تيك توك، والمحور الثاني دوافع استخدام الشباب لتطبيق التيك توك ، والمحور الثالث الإشباعات المحققة من استخدام الشباب لتطبيق التيك توك.

وزعت استمارة على عينة قصدية مقدرة ب ٨٠ فرد من الشباب لموسم ٢٠٢٠/٢٠١٩ .

وتوصلت الدراسة بأن مستخدمي تطبيق التيك توك من ذكور وإناث يستخدمون هذا وبفرق واضح بينهما وأن أغلبية المستخدمين من ذكور، وأن غالبية المستخدمين من الفئة العمرية (٢٥/٢٠) وهي أكثر فئة مقارنة بغيرها، وأغلبهم من المستوى الجامعي، وأن أغلبية مستخدمي التطبيق حددت فترة استخدامهم بأقل من سنة و بمقدار لا يتعدى ساعة واحدة حسب الوقت المفضل لديهم، كما أن الخدمات المفضلة لدى الشباب هي خدمة مشاهدة الفيديوهات كما أن دافع الترفيه والتسلية وتمضية الوقت كان أهم الدوافع التي تقف وراء استخدام المبحوثين لتطبيق تيك توك، وتعتبر الإشباعات الترفيهية في مدمة الإشباعات التي سعى إلى تحقيقها المبحوثين من بين الإشباعات المقترحة ، بالإضافة إلى أن اغلب المبحوثين اجمعوا على أن تطبيق التيك توك لم يؤثر على تفكيرهم ونمط حياتهم.

الكلمات المفتاحية: استخدام، الشباب ، تطبيق تيك توك، الإشباعات.

Study summary

This study, which relied on the theory of uses and gratifications, aims to reveal young people's use of the Tik Tok application and the gratifications achieved from it, through a study on a sample of application users among the youth of the city of M'sila, and the study questions centered as follows:

The main question: How do young people use the tik tok app and what are the achievements achieved?

- ❖ What are the habits and patterns of young people using tik tok?
- ❖ What are the motivations for young people to use Tik Tok app?
- ❖ What are the benefits achieved by youth using tik tok?
- ❖ What is the impact of using tik tok on young people?

Since this study belongs to descriptive studies, we have relied on the questionnaire tool to collect information from the respondents, where the questionnaire was divided into three axes, so the first axis was the habits and patterns of young people for the application of Tik Tok, and the second axis was the motives for young people to use Tik Tok, and the third axis achieved the gratifications from Young people use to apply Tik Tok.

A questionnaire was distributed to an intended sample of 80 young people for the 2019/2020 season.

The study found that male and female tik tok users use this with a clear difference between them and that the majority of users are males, and that the majority of users are in the age group (20/25), which is the most common group compared to others, and most of them are from the university level, and that the majority of application users have determined their period of use. With less than a year and an amount not exceeding one hour according to their preferred time, and the favorite services for young people is the service of watching videos, and the motive of entertainment, entertainment and spending time was the most

important motives behind the respondents' use of the Tik Tok application, and entertainment gratifications are considered to be in the list of gratifications. The respondents sought to achieve them among the other proposed gratifications, in addition to that most of the respondents agreed that the application of TikTok did not affect their thinking and lifestyle.

Keywords: employment, youth, TikTok app, gratifications.



مقدمة



مقدمة

يشهد عالمنا المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، حيث نعيش في مجتمع معلوماتي يعتمد على انتشار التكنولوجيا الحديثة، وتعد شبكة الانترنت من أحد أهم مظاهر تكنولوجيا الاتصال التي أحدثت تحولات هامة في عالم الاتصال، وربطت أجزاء هذا العالم وجعلت من قرية كونية صغيرة، وفتحت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعاون وتبادل الآراء، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، ولم تتوقف هذه الاخيرة عند خدمات الجيل الأول بل انتقلت إلى خدمات الجيل الثاني والثالث التي غيرت من معالم العملية الاتصالية، فبعد أن كان الجمهور مستقبل سلبي يستفيد من خدمات الانترنت دون تفاعل أو مشاركة تحول إلى جمهور نشط يساهم في العملية الاتصالية، وأصبح متفاعل ومشارك وله دور في نقل واستقبال المعلومات.

وتعد الشبكات الاجتماعية أو ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي، أحد أهم ما أفرزته خدمات الجيل الثاني للانترنت، والذي يعد نوعا جديدا من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الانترنت والتي عرفت اهتماما كبيرا من طرف المستخدمين لأنها منحت لهم الفرصة للتواصل والتعبير والمشاركة وقلصت المسافات بين الأفراد، ولعبت دورا بارزا في عملية تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين وذلك من خلال تبادل الصور والفيديوهات والأخبار والمدونات الصوتية بين مستخدمي شبكة الانترنت وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة والمستخدمين أنفسهم من جهة أخرى، وتعددت شبكات التواصل الاجتماعي على غرار فيسبوك وتويتر واليوتيوب... الخ

ونخص بالذكر تطبيق التيك توك الصيني الذي استطاع استقطاب اهتمام وشغف الشباب وتربع على عرش منصات التواصل الاجتماعي في ظرف قياسي منذ ٢٠١٦، وقد عرف التطبيق انتشارا واسعا بين المستخدمين خاصة فئة الشباب التي يعتبر موجه إليها بالدرجة الأولى، حيث يقوم مستخدم المنصة بنشر فيديو أو مقطع قصير مع أصدقائه ومشاركته لحظات حياته بكل بسهولة، فقد أصبح النافذة الأولى للإبداع وتفجير المواهب الدفينة لتحقيق الشهرة، و بالإضافة إلى إشباع الرغبات الأخرى المتنوعة، واصبح هذا التطبيق في فترة وجيزة يحل المراتب الأولى بين التطبيقات الأكثر تحميلا.

لذا سنحاول من خلال دراستنا هذه التعرف على الإشباع المحققة من استخدام تطبيق التيك توك من طرف الشباب وخاصة شباب مدينة المسيلة، وذلك


مقدمة

انطلاقاً من تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات وكيفية استخدام الشباب لهذا التطبيق حيث قمنا بتقسيم الموضوع إلى عدة عناصر كالآتي:


الفصل الاول : جاء مخصصاً للإطار المنهجي للدراسة، وفيه قمنا بضبط الاشكالية وصياغة التساؤلات، وتطرقنا إلى أسباب اختيار موضوع الدراسة، ثم أهداف واهمية الدراسة، بالإضافة إلى المدخل النظري إلى الدراسة، ثم تطرقنا إلى تحديد منهج الدراسة ، ثم أداة جمع البيانات وتحديد مجتمع البحث والعينة ، وأخيراً تطرقنا إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات والدراسات السابقة.

الفصل الثاني : وجاء معنوناً بمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق التيك توك، وبدأنا عن نشأة ومفهوم مواقع التواصل الاجتماعي اضافة إلى خصائصه وذكر بعض من نماذجه، اما المبحث الثاني فجاء بالحديث عن تطبيق التيك توك نشأته، مفهومه و ذكر خصائصه والمخاطر التي يحتوى عليها، لينتهي الفصل بملخص شامل كل ما سبق.

الفصل الثالث : هو الجانب الميداني للدراسة الذي يشمل الجداول الاحصائية التي تحصل عليها الباحث استناداً إلى الاستمارة الاستبيان التي تم توزيعها، وكذلك تحليل البيانات المتحصل عليها كمياً وكيفياً، ثم النتائج العامة للدراسة والتوصيات المقدمة في الدراسة، وفي الاخير تطرقنا إلى خاتمة كمحصلة نهائية للدراسة.



الفصل الأول
الإطار المنعجمي
للدراصة



١. الإشكالية :

مع مطلع القرن الواحد والعشرين ازداد استخدام المواقع الالكترونية والمحادثات والمنتديات والمدونات، ثم بدأ ظهور الاعلام الاجتماعي وبروز شبكات التواصل الاجتماعي، فهناك ثلاثة مليارات شخص حول العالم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أي ما يعادل ٤٠% من سكان العالم، كما أننا نقضي في المتوسط نحو ساعتين في تصفح هذه المواقع والتفاعل من خلالها وذلك وفقا لبعض الدراسات الحديثة، وأصبح الشخص فيه كائنا يعيش تفاصيل حياته في فضاء الافتراضي فيسجل ما يدور في فكره ويدون مشاهداته اليومية ويشارك اصدقاءه اراءه ويعرض على صفحته الشخصية معلوماته عن العمل والدراسة والصور الشخصية والموسيقى المفضلة له، والصور والفيديوهات مع الأصدقاء والبعض الاخر يستخدمها كأداة تسويقية فعالة لترويج السلع والخدمات، وغالبا ما تتأثر الشخصية الالكترونية المتمثلة في حساب المستخدم بالشخصية الواقعية له، فمثلا نجد من هو مهتم بالرياضة يقوم بمتابعة الصفحات والمجموعات الرياضية وصفحات الرياضيين على مواقع التواصل الاجتماعي بل وأيضا يقوم بالتعليق ومشاركة هذه الاخبار مع اصدقاءه.

وانتشر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأفراد ولاسيما فئة الشباب باعتبارها وسيلة سريعة للتواصل بينهم، فقد يسرت احتياجات الشباب نظرا لسهولة الانضمام اليها، كما تعد وسيلة اعلانية لترويج البضائع والأفكار وتنظيم الفعاليات والمحاضرات بالإضافة إلى ذلك تزويد الشباب بالأخبار التي تحدث حول العالم بسرعة وفعالية وتربطهم بالحدث، فضلا عن ذلك توفر لهم مساحة للترفيه والتسلية.

ومن هذا المنطلق سعت شبكات التواصل الاجتماعي لتوفير قدر مناسب من المواقع والتطبيقات التي تدعم التواصل والمشاركة مع الأصدقاء حول العالم، وكان من أبرز التطبيقات المستحدثة في الآونة الأخيرة تطبيق tik tok الذي أحدث ضجة بين الشباب وأصبح أكثر التطبيقات استخداما ولعل السبب وراء الشعبية الهائلة التي حققها يعود إلى بساطة المحتوى المطروح عليه فالفيديوهات المنشورة على هذه المنصة خفيفة بسيطة، وهذا ما يفضله أكثر المستخدمين و tik tok وهو تطبيق لمشاركة مقاطع الفيديوهات القصيرة المتكررة من خلال الهواتف الذكية وهذا التطبيق يهدف إلى التشجيع على الابداع ومشاركة لحظاتهم المختلفة مباشرة من خلال هواتفهم، ووصل عدد مستخدمي هذا التطبيق إلى ١٥٠ مليون مستخدم نشط يوميا (٥٠٠ مليون مستخدم نشط شهريا) في حزيران/يونيو عام ٢٠١٨ وكان الأكثر

تثبيتاً في الربع الأول من عام ٢٠١٨ ب: ٤٥,٨ مليون تثبيت وهذا ما يوضح مدى الاستخدام الواسع لهذا التطبيق.

ومن هنا نطرح التساؤل التالي: كيف يستخدم الشباب تطبيق tik tok وماهي الإشباعات المحققة؟

٢. التساؤلات :

- ❖ ماهي عادات وأنماط استخدام الشباب لتطبيق tik tok؟
- ❖ ماهي دوافع استخدام الشباب لتطبيق tik tok؟
- ❖ ماهي الإشباعات المحققة من استخدام الشباب لتطبيق tik tok؟
- ❖ ماهو الأثر الذي يتركه استخدام تطبيق tik tok لدى الشباب؟

٣. أسباب اختيار الموضوع

٣.١. الأسباب الذاتية :

- ❖ الميل الشديد إلى البحث عن كل ماله علاقة بمواقع التواصل الاجتماعي.
- ❖ ملاحظة انتشار هذا التطبيق في الأوساط الشبابية بشكل واسع.
- ❖ إشباع الفضول العلمي من خلال قياس درجة استخدام الشباب لتطبيق تيك توك ومحاولة رصد مختلف تأثيراته.
- ❖ السعي لإثراء المكتبة بدراسة تتناول موضوع جديد في علوم الإعلام والاتصال نظراً لحاجتنا الملحة للمزيد من الدراسات الجديدة في الإعلام والاتصال.

٣.٢. الأسباب الموضوعية :

- ❖ ارتباط هذا الموضوع بالتخصص العلمي والأكاديمي وهو الاعلام والاتصال في دراسة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ❖ حداثة الموضوع والذي يعد موضوعاً لم تتم دراسته من قبل.
- ❖ الرغبة في الاستفادة من نتائج هذه الدراسة لتحصيل معرفة أكبر حول كيفية استخدام الشباب لتطبيق تيك توك ومحاولة الاحاطة بالإشباعات المحققة منه.

٤. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تنفرد بموضوع استخدام الشباب لتطبيق tik tok ومحاولة رصد مختلف الآثار المترتبة عن استخدام هذا التطبيق بالإضافة إلى أن هذه الدراسة تبحث في الإشباعات المحققة بالنسبة لفئة الشباب وخاصة عند

استخدام هذا التطبيق ، وانتشاره في الأوساط الشبابية وتزايد الإقبال عليه كما أن هذه الدراسة تطمح إلى ان تكوين قاعدة معلومات وبيانات علمية حول موضوع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي عامة و tik tok بشكل خاص على فئة الشباب، كما أن هذه الدراسة تمكنا من الوصول إلى نتائج ذات دلالة احصائية حول موضوع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عامة و تيك توك بشكل خاص والدوافع التي تقف وراء استخدامه من طرف الشباب.

٥. أهداف الدراسة :

- ❖ تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب لتطبيق tik tok
- ❖ التعرف على الدوافع التي تجعل الشباب يلجأ إلى استخدام تطبيق tik tok
- ❖ تحديد الاحتياجات التي يحققها الشباب من استخدامهم لتطبيق tik tok
- ❖ معرفة الاثر الذي يتركه استخدام تطبيق tik tok لدى الشباب

٦. المدخل النظري للدراسة

٦.١. نظرية الاستخدامات والإشباع

٦.٢. الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباع.

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشباع ونشأ هذا المدخل في فترة سيادة الاعتقاد في التأثيرات المتوسطة لوسائل الاعلام، ويعتبر هذا المدخل نقطة تحول هامة في دراسات الاعلام حيث تحول السؤال من ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟ ويقوم المدخل على مقولة رئيسية وهي: الجمهور يختار وسيلة اعلامية معينة أو وسائل اعلامية معينة لإشباع حاجة او حاجات معينة لديه^١

وتعود جذور النظرية إلى اربعينيات القرن العشرين حيث أدى ادراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي، وادراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام، وكان ذلك تحولا من رأي الجمهور على انه عنصر سلبي إلى انه عنصر فاعل في انتقاء الرسائل والمضامين

^١ أحمد علي السيد: استخدامات طلاب الجامعة لتكنولوجيا الاتصال والإشباع المحققة، رسالة ماجستير ، قسم الاعلام التربوي . كلية التربية ، جامعة بنها، ٢٠١٢، ص٧٣

المفضلة من وسائل الاعلام، وكان ذلك ردة فعل لمفهوم قوة وسائل الاعلام كما في نظرية الرصاصة ونظرية انتقال المعلومات على مرحلتين^١

وجاءت نشأة النظرية بعد دراسات وبحوث في مطلع القرن العشرين، وكان هدفها معرفة رغبات الجمهور، وأسباب التعرض لوسائل الاعلام، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للجمهور فكانت بداية نشأة النظرية عبر الباحث "كاتز" في العام ١٩٥٩، يعتقد بحثه ان هناك اسباب منطقية تدفع الجمهور للفرض لوسائل الاعلام، وأن الخلفيات الثقافية للأشخاص تتحكم في الاقبال على وسائل الاعلام، وترى النظرية ان هناك جمهور ايجابي يستخدم الرسائل الاعلامية، ليشبع حاجة معينة وبذلك اصبح على وسائل الاعلام أن تحرص على معرفة توجهات الجمهور و ما يشبع رغبته^٢

فنظرية الاستخدامات والإشباعات تنظر إلى العلاقة بين مضمون وسائل الاعلام والجمهور نظرة جيدة تفترض أن قيم الناس واهتماماتهم ومصالحهم وميولهم وأدوارهم الاجتماعية هي الأكبر تأثيراً وفاعلية على سلوكهم، وأن الناس بصورة اختيارية ينتقون ويكيفون ما يستقبلونه في ضوء هذه الاهتمامات والنظرية حسب تصورات ويلبرشرام تهتم بالتفاعل بين متلقي الوسيلة من ناحية علاقة الاستخدام بالإشباع، أي ليست وسائل الاعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الاعلامية التي يتلقاها بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الاعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام^٣

واهتم بهذه النظرية، كل من الباحثين "لازالدسفيلد" و "ويلبورشرام" و "ريفيز" و "دينيس ماكويل" ورأى الباحث الاخير أنه من المهم دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد، وتعرضه لوسائل الإعلام، إلا أن الظهور الأول للنظرية كان في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري الذي ألفه "بلملر" و "كاتز" في العام ١٩٧٤ وحدد فيها كاتز الوظائف الاربع التي من الممكن ان تشبع حاجة الفرد وهي حاجات المنفعة أو التكيف، والدفاع عن الذات والتعبير عن القيم والوظيفة المعرفية^٤

ويشير ويرنز و تانكرد إلى أن البحث في انواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينات حيث أجريت دراسات

^١ عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، رسالة ماجستير م، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١١/٢٠١٢، ص ١٢

^٢ منال مزاهرة هلال: نظريات الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الاردن ٢٠١٣، ص ١٧٣_١٧٤

^٣ سعد سلمان عبد الله: عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الاعلام العراقية واستخداماته لها والإشباع المحققة منها، مجلة آداب الفراهيدي، مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الآداب جامعة تكريت العراق، العدد ١، كانون الاول ٢٠٠٩، ص ٥١٠

^٤ منال هلال مزاهرة: المرجع السابق، ص ١٧٥_١٧٧

عديدة من هذا المنظور (قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية...) ذلك للتعرف على اسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام وخلال سنوات الحرب العالمية الثانية، أصبح كم وفير من المعلومات حول استخدام وسائل الاعلام والإشباع التي تحققها^١

وهي تعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف:

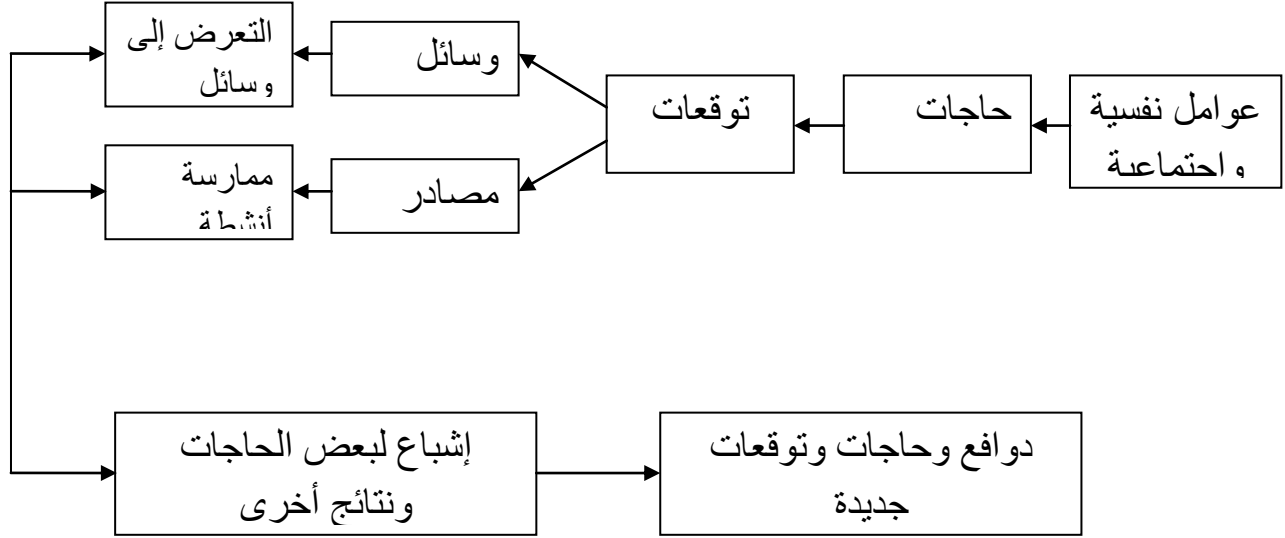
١. أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم
٢. يعتبر استخدام وسائل الاتصال من الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات
٣. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم
٤. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع حاجاتهم
٥. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط^٢

الأهداف التي تتحقق هي :

- ❖ السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار أن الجمهور نشط
- ❖ شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة للتعرض
- ❖ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري^٣

^١حسن عماد المكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٨، ص ٢٤٠
^٢أسامة بن مساعد المحيا: نظريات التأثير الاعلامية، دط، د م، ٢٠٠٦/٦/١٤٣٣، ص٩
^٣المرجع السابق، ص ١٠

نموذج الاستخدامات والإشباعات:^١



٣.٦. الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية :

شن بعض الباحثين و المنظرين الإعلاميين هجوما على هذه النظرية ومنظريها من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدره النظرية بأن لها قدرة على إرادة الجمهور والرأي العام من باب أي الوسائل والمضامين التي يتم اختيارها ، ومن أبرز الانتقادات التي وجهت لنظرية الإشباعات و الاستخدامات :

أولاً: إنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين

"Open Ended –way" حول الإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام.

ثانياً: اشتركت في استخدام النهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكرارياً وتدرجياً تبعاً لكثافتها.

ثالثاً: لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الإشباعات التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها .

^١ احسن عماد مكاوي، ليلي عبد السيد: المرجع السابق، ص ٢٤٢

رابعاً: فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضاً كمياً أو مفاهيمياً .

خامساً: إن هذه الدراسات لم تعط صورة مفصلة أو أكثر تصاعدياً لإشباع وسائل الإعلام ولا تؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية.

لكن هذه النظرية واجهت مجموعة من القيود المنهجية مثل عدم قدرة الباحثين على إقرار الإشباعات الصحيحة التي يحققها مستخدمو وسائل الإعلام من خبراتهم الاتصالية بالإضافة إلى عدم إقرار الإشباعات التي تم الحصول عليها^١

٤.٦. الرد على الانتقادات التي وجهت إلى النظرية (الإيجابيات):

أولاً: أن المدخل يمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار وهو يهتم أيضاً في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور ، حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية تختلف وفقاً لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة .

ثانياً: أن استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات له أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر والقنوات الفضائية ، حيث يتيح هذا التعامل فرص مشاهدة أوسع وبالتالي تحفز هذه المشاهدات على (إيجابية الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة كما أن التناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات التي تتحقق بالفعل عند التعرض للوسيلة الاتصالية يمكن أن يؤدي إلى تغيير في اختيارات الجمهور للوسيلة القادرة على توفير مضمون اتصالي يوفر إشباعاً لاحتياجاته .

ثالثاً: أن اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة إيجابية للمدخل وليس نقطة سلبية عليه ، حيث أن المجتمعات تختلف نظراً لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروف أفرادها النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية ، ولهذا فإنه يمكن (تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على المجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة)^٢

٥.٦. علاقة مدخل الاستخدامات والإشباعات بالدراسة:

يعتبر مدخل الاستخدامات والإشباعات من دراسات المشابهة والتي لها علاقة مباشرة أو ضمنية مع موضوع دراستي وكان هذا المدخل له القدرة على إيصال الباحث لفهم الجمهور والتعرف على اتجاهاته وتفضيلاته، إضافة إلى الكثير من الباحثين اجمعوا على الدور الفعال الذي تلعبه نظرية الاستخدامات والإشباعات في

^١بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، ط 1؛ عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٢٥-٢٦.
^٢حسن علوان: الإرهاب في الفضائيات العربية، أطروحة دكتوراه في فلسفة الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك وهي جزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه في الإعلام والاتصال، ٢٠٠٨.

تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فهذا المخل يكشف الستار على انماط استخدام هذه التطبيقات المرتبطة بمواقع تواصل الاجتماعي.

وقد أفادتني هذه النظرية في معرفة طريقة استخدام الشباب لتطبيق تيك توك، وذلك راجع لتفضيلات والإشباع المحققة، ويرتبط هذا أيضا بنوع المحتوى المتوفر والذي يريد المستخدم التعرض له، كما ساعدت هذه النظرية دراستي في التعرف على دوافع استخدام الشباب لتطبيق تيك توك في حياتهم اليومية على اعتبار أنه تطبيق جديد ضمن لائحة الشبكات الاجتماعية.

٧. منهج الدراسة:

نظرا لأهداف الدراسة المتمثلة في وصف استخدامات لتطبيق تيك توك، وتحديد عادات وأنماط هذا الاستخدام والدوافع وراء ذلك وكذا الإشباع المحققة من هذا الاستخدام، فإن تحقيق هذه الأهداف يستلزم استخدام منهج المسح الوصفي بالعينة.

ويعرف المنهج بأنه المسلك الذي يؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة عدد من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة المعلومة.^١

ويعرف على أنه: عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية، إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي يرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي في حاجة إلى تغيير وتقييم شامل، فهو في مجمله أداة لتوضيح طبيعة الحقيقة للمشكلة أو الأوضاع الاجتماعية وتحليل تلك الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة لظهورها.^٢

ويعرف "موريس أنجرس" المنهج بأنه طريقة تصور وتنظيم البحث، اما في اللغة الفرنسية فإن كلمة منهج هي methode التي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة ما.^٣

وقد اعتمدت على المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأنسب لمثل هذه الدراسات في علوم الاعلام والاتصال ونظرا لتلائمه مع طبيعة هذه الدراسة ولكي أستطيع الامام بالقدر الكافي من البيانات والمعلومات الكافية والشاملة.

^١ بلخير سديد: منهجية البحث العلمي وأصالتها عند المسلمين، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١٣، ص ١٠١
^٢ عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط ٢، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ص ٢٩
^٣ موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية الجزائر، ١٩٩٦، ص ١٣٠

ويرتكز المنهج الوصفي على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، قد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة محددة أو تطوير يشمل فترات زمنية عدة، ويهدف إما لرصد ظاهرة أو موضوع محدد بهدف فهم مضمونه أو قد يكون هدفه الأساسي تقويم وضع معين لأغراض علمية، على سبيل المثال: معرفة أعداد العاطلين عن العمل من خريجي الجامعات.^١

وبشكل عام يمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية يمكن تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة^٢

٨. أداة جمع البيانات:

الشائع حول أدوات جمع البيانات في البحث العملي، هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستخدمة في البحث العلمي ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر.^٣

وإن الأداة الأنسب في دراستي هذه هي أداة الاستبيان عن طريق الاستمارة.

والاستبيان كلمة مشتقة من الفعل استبان بمعنى أوضح وعرفه والاستبيان هو بذلك التوضيح والتعريف لهذا الأمر.^٤

ويعرف الاستبيان على أنه أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف انتشاره أفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم الحقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات^٥

وتضمنت استمارة الاستبيان التي استخدمتها في دراستي هذه ٢١ سؤالاً، تم وضعها بعناية كبيرة للحصول على معلومات دقيقة عن الموضوع، واستخدمت أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة، الأسئلة المغلقة تحتوي على اقتراحات على المبحوث سوى اختيار اجابة واحدة عن كل سؤال من الأسئلة، وذلك من خلال وضع علامة (X) في الخانة المناسبة، أما الأسئلة المفتوحة اضافة إلى الاقتراحات المقدمة جعلت

^١ محمد عبيدات وآخرون: المرجع السابق، ص ٤٦

^٢ المرجع نفسه، ص ٤٦

^٣ عمار بوحوش، محمد محمود الديبات: مناهج البحث وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص ١٠٧

^٤ الفيرزويادي: القاموس المحيط، دار الكتب العلمية، الجزء ٢، لبنان ١٩٩٥، ص ٢٠٤

^٥ محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٣، ص ١٨٤

فضاء للتعبير عن الرأي المستقل للمبحوثين لم يكن متضمنا في الخيارات المقترحة وذلك بواسطة العبارة (أخرى أذكرها)، كما أشير إلى أن الاسئلة التي تم صياغتها هي أسئلة بسيطة ومفهومة، وتم فيها مراعاة عدم استخدام المصطلحات الصعبة، فقد حاولت الابتعاد عن الكلمات متعددة المعاني الدقيقة، أو الكلمات التقنية المتخصصة كما أن اسئلة قصيرة ذات معاني دقيقة.

وبما أن هدف الاستمارة هو جمع معلومات كافية للإجابة عن الاشكالية المطروحة في الدراسة فقد قمت باعتماد اسلوب المحاور بطريقة منطقية متطابقة في تسلسلها وترقيمها مع خطة البحث في إطار ما يحقق التساؤلات المترتبة عن الإشكالية كما يلي:

المحور الاول: البيانات الشخصية .

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب لتطبيق تيك توك

المحور الثالث: دوافع استخدام الشباب لتطبيق تيك توك

المحور الرابع: الإشباعات المحققة من خلال استخدام التطبيق تيك توك

وقد استغرق توزيع الاستمارة أسبوعين من شهر فيفري ٢٠٢٠ وهذا بعد أن تم عرضها على مجموعة من المحكمين.

الأستاذة المحكمون

الأستاذة باجي سهام

الأستاذة بلقي فطوم

الأستاذ طيبي رابح

٩. مجتمع البحث والعينة:

ويعرف مجتمع البحث: هو جميع الأفراد والأشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة دراسة البحث وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج الدراسة.^١

^١ محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، دار وائل الاردن، ١٩٩٩، ص٧٤

وتشمل مجالات الدراسة المنطقة الجغرافية والأفراد المتواجدون فيها، وكذلك الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم هذه الدراسات إلى المجالات التالية:

أ. المجال المكاني:

ونظرا لمعرفتي بالمكان وإمكانية الوصول إليه مما يلغي عاملي طول المدة الزمنية وبعد المسافة للاتصال بالمبحوثين ولو نسبيا فقد أجريت هذه الدراسة على مستوى مدينة المسيلة.

ب. المجال الزمني:

لقد تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة منذ بداية شهر ديسمبر ٢٠١٩ حيث كانت البداية بجمع المادة الأولية المتعلقة بموضوع الدراسة واستمر ذلك حتى شهر مارس ٢٠٢٠، أما الجانب الميداني للدراسة فقد تم الشروع في إنجازه نهاية شهر جانفي ٢٠٢٠ إلى شهر فيفري ٢٠٢٠، حيث تم إنجاز استمارة الاستبيان وعرضها على المحكمين وبعد التعديل تم توزيعها وجمعها في نهاية فيفري، وثم تم الشروع في تفريغ البيانات وتحليلها في شهر أفريل.

٢.٩. عينة الدراسة:

تعتبر العينة مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة ولها نفس مواصفات المجتمع التي تنتمي إليه حيث تتكون من مجموعة من الأفراد يتم اختيارهم بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليهم ومن ثمة استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي المعنى بالبحث وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل الوحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة صعوبة واستحالة دراسة كل الوحدات^١

وتعرف أيضا على أنها "مجموعة جزئية من مفردات المجتمع ويعرف عدد المفردات التي تتكون منها العينة بحجم العينة".^٢

وقد لجأت للمسح عن طريق العينة بسبب اتساع مجتمع البحث حيث يتعذر إجراء الدراسة وفق طرق الحصر الشامل على مستخدمي تطبيق تيك توك، ولذلك قمت باختيار عدد أصغر من أفراد مجتمع البحث ممثلا له في خصائصه ويسمح في

^١ عامر ابراهيم قندلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار الباروزي، عمان الاردن، ص ١٧٩
^٢ طه عبد العاطي نجم: مناهج وأساليب البحث العلمي_ النظرية والتطبيق_، ط١، عمان دار صفاء، للنشر و التوزيع ٢٠٠٠، ص ١٣٧.

الوقت نفسه بتحقيق أهداف البحث في حدود الوقت والجهد والامكانيات المتوفرة، ونظرا لضخامة المجتمع الأصلي كما أشرت سابقا، حددت مفردات العينة في إطار التمثيل السليم للمجتمع و المبحوثين وتحقيق الأهداف البحثية المطلوبة، وعلى هذا الأساس تم اختيار عينة هذه الدراسة التي تمثلت في العينة القصدية للأشخاص المستخدمين لتطبيق تيك توك.

وهي عينة غير احتمالية (عمدية) وسميت بهذا الاسم لأن الباحث يقوم باختيارها طبقا للغرض الذي تهدف لتحقيقه من البحث، فالباحث هنا له الحرية في اختيار مفردات العينة حسب الأهداف التي يسعى لتحقيقها فهي تعتمد على توجيه الباحث نحو مفردات معينة يقصدها ببحثه¹

وتعرف العينة القصدية تحت مسميات متعددة مثل العينة الغرضية أو العمدية، أو المنطقية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة²

وتعرف أيضا على أنها تلك العينة التي يقرر الباحث مقدا مفرداتها فقد تتوفر لدى الباحث معلومات حول مجتمع معين وتتضمن هذه المعلومات ما يفيد به بأن وحدات معينة أو أفراد معينين من المجتمع تمثل أو يمثلون المجتمع بالنسبة لصفة معينة تمثيلا جيدا.³

وتعتبر العينة القصدية كذلك بأنها اختيار كيفي من قبل المبحوثين أو (المستخدمين) استنادا إلى أهداف بحثه و لا يتم اختيار المبحوثين من الجدول العشوائي أو القرعة، وهذا يعني أن هذه العينة لا تعطي الفرص المتكافئة لكل وحدة اجتماعية لأن تكون ضمنها.⁴

¹نادية عاشور وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ٢١٦

²أحمد مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط٢، ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٥، ص ١٩٧

³عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٥، ص ٢٢١

⁴معن خليل العمرة: مناهج البحث في علم الاجتماع، ط١، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص ٢٠٨

١٠. تحديد المفاهيم والمصطلحات

• الاستخدام:

• لغة:

في اللغة العربية من الفعل استخدام ، استخدم، استخدمه: اتخذه خادماً^١ ويستخدم استخداماً فهو مستخدم والمفعول مستخدم آلة جديدة: استعملها، استخدم آلة استعمالها، ويقال استخدم (استخداماً) اتخذ الشخص خادماً، استعمل الآلة لمصلحته.

أما في اللغة الفرنسية فقد ورد في قاموس (lorousse) مصطلح (usage) بمعنى نشاط أو العمل ، استعمال الشيء بطريقة استعمال آلة واستخدام الإنسان الآلة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه^٢

• اصطلاحاً:

يعرفه " يافيس فرانسوا لوكواديك" : بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار، وبتكرار الاستعمال واندماجه في ممارسات وعادات الفرد يمكن القول بأن الاستخدام وسيلة اعلامية وما يتحدد بالخلفيات الديمقراطية والاقتصادية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام.^٣

ويشير الباحث " عبد الوهاب بوخنوفة" إلى أن الاستخدام يقتضي أولاً الوصول إلى التقنية أو الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة مادياً، ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته وفق لظروف المستخدمين وحاجاتهم المختلفة.^٤

• التعريف الاجرائي:

ويمكن تعريفه من خلال الدراسة: أنه عملية نشر وتحميل الفيديوهات ومشاركتها مع الأهل والأصدقاء والتي يقوم بها شباب مدينة المسيلة، من خلال تطبيق tiktok باستخدام الاجهزة الالكترونية مثل الهاتف .

^١ علي بن هادية، بلحسين البليش، الجيلاني بن الحاج يحيى: القاموس الجديد، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ١٩٩١، ص ٤٠

^٢ نجاة بن صالح: استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي "موقع الفايبروك نموذجا"، أطروحة دكتوراه ، قسم الدراسات العليا في الاعلام والاتصال ، الجامعة العربية الالمانية للعلوم والتكنولوجيا، ٢٠١٥/٢٠١٦، ص ٤١

^٣ حسن شفيق: نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، الجزائر، ط١ ٢٠١٤، ٢٨٦،

^٤ نجاة بن صالح: المرجع السابق، ص ٤٢

• الشباب:

• لغة:

يمكننا القول أن الشباب يقصد به: الفتاء والحداثة ، شب شبابا وشبيبة، وحديث تجوز شهادة الصبيان على الكبار، يستشبون أي يستشهد منهم وكبر اذ بلغ والشباب جمع شباب وكذلك شبان^١

معنى الشباب أيضا في معجم الوسيط من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة والشباب هو الحداثة إلى الشيء له^٢

• اصطلاحا:

بين horrelon أن التعريف الحقيقي لفترة الشباب هي مرحلة خاصة لا يجوز وضع حدود ثابتة للعمر فيها، لأنها تختلف من مجتمع لآخر ومن ثقافة لأخرى، وهي فترة يتم فيها دمج في مؤسسات المجتمع وتكوين شخصيته، وتحديد مكانته الاجتماعية داخله، فمتغير السن لا يمكن تحديده بصورة قطعية وهذا نظرا لعدة عوامل على غرار الجانب النفسي ، حيث يمكن أن يتأخر أو يتقدم في بعض الأحيان سن الشباب.^٣

وقد تم تعريف مفهوم الشباب من عدة اتجاهات وهي :

• الاتجاه البيولوجي:

يعتبر الشباب مرحلة عمرية أو طور نمو الانسان الذي يكتمل فيه نموه العضوي الفيزيقي، وكذلك نضجه العقلي والنفسي، وقد حددت هذه الفترة من سن ١٥ إلى سن ٢٥ سنة وهناك من يحددها من ١٣ إلى ٣٠ سنة.

• الاتجاه السيكولوجي:

يرى بأن الشباب حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي وثقافة المجتمع بداية من بلوغ الانسان إلى سن رشده، وقد تطول هذه المرحلة العمرية أو تقصر أو تتقدم في بعض الاحيان وذلك حسب الأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية و أيضا حسب الاختلاف داخل المجتمع الواحد أو من مجتمع لآخر، ففي المجتمعات البدائية قد

^١ أبو الفضل الدين ابن منظور: لسان العرب، ٦، دار صادر، بيروت، ١٩٩٠، ص ٤٨٠

^٢ مذكور ابراهيم وآخرون: معجم الوسيط، المكتبة الاسلامية للطباعة والتوزيع، ط٢، تركيا، ١٩٧٢، ص ٤٧٠

^٣ احنان مجاهد: السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الاحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير ، قسم العلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ٢٠١٤/٢٠١٥، ص ١٠

تتقدم فترة المراهقة بينما في المجتمعات الغربية الحديثة تطول بل وتمتد إلى ما يقارب أو يتجاوز عشر سنوات.^١

• في علم النفس:

يستعمل علم النفس كلمة المراهقة كمرادف لمفهوم الشباب والمقصود فيها التدرج نحو النضج البدني والجنسي والعقلي و الانفعالي، فمفهوم علم النفس لا يقصد به مرحلة عمرية محددة بقدر ما تشير إلى مجموعة من الخصائص النفسية والجسمية التي تكون في حالة نشاط أو قوة وفي حالة التهور و الاندفاع.

• في علم الاجتماع:

بالاعتماد دائما على المجتمع كإطار مرجعي يعرف السن حسب علم الاجتماع بتعاقب الأدوار الاجتماعية في دورة الحياة ويسند لها بعدا للوضعية الاجتماعية وبعدا معياريا يتجلى في جملة السلوكيات المحددة التي ينتظرها المجتمع وتتناسب مع كل وضعية، فحسب علماء الاجتماع تبدأ مرحلة الشباب من خلال دخول الفرد إلى المجتمع الذي يسعى بدوره إلى إدماجه وتأهيله ليقوم بمهامه المختلفة داخله، وان من الصعوبات التي تواجه أي باحث هي تحديد مرحلة الشباب في أي سن تبدأ و أي سن تنتهي فهو مفهوم ليس له حدود مضبوطة وواضحة فحسب **بيار بورديو** "الحدود بين الاعمار والشرائح العمرية هي حدود اعتباطية، ونحن لا نعرف من أين ينتهي الشباب لتبدأ الشيخوخة مثلما لا يمكننا أن نقدر أين ينتهي الفقر ليبدأ الغنى" فالفئات العمرية حسب **بورديو** هي نتاج بناء اجتماعي يتحدد بشروط اجتماعية ويتطور عبر التاريخ ويتخذ أشكالا ومفاهيم في ارتباط وثيق بالأوضاع والحالات الاجتماعية^٢

• اجرائيا:

لقد اختلف تصنيف الشباب من مجتمع لآخر فقد صنف الشباب العربي وفق تميز جامعة الدول العربية بالفئة العمرية المتراوحة ما بين ١٥ و ٢٩ سنة، بينما حددته الأمم المتحدة و الاتحاد الأوروبي وبرامج الاورو- متوسطي بالفئة العمرية من ١٦-٣٥ سنة.

وانطلاقا من هذه الدراسة يقصد بالشباب الفئة العمرية الممتدة من سن ١٦ إلى ٣٥ سنة من شباب مدينة المسيلة.

^١مجلة جيل: الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، مجلة علمية دولية محكمة تصدر شهريا عن مركز جيل البحث العلمي، العدد ١١، أكتوبر ٢٠١٧، ص ١٢٦
^٢المرجع نفسه، ص ١٢٧

• Tik tok :

هو تطبيق لمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة المتكررة من خلال الهواتف الذكية وتقول الشركة المطور لتطبيق وهي شركة byte dance الصينية التي استحوذت على التطبيق musical.ly في شهر نوفمبر من العام الماضي وهو التطبيق الذي كان يوفر نفس الميزة، وان الهدف من تيك توك يهدف إلى تشجيع المستخدمين على الابداع ومشاركة لحظاتهم المختلفة مباشرة من خلال هواتفهم.^١

• اجرائيا:

ويقصد به في هذه الدراسة أنه منصة من منصات التواصل الاجتماعي التي تمكن الشباب من التعبير على احتياجاتهم ورغباتهم وكذا إشباع ما يحتاجون اليه وذلك من خلال التواصل مع الاهل والأصدقاء من مختلف انحاء العالم فهو يوفر خاصية الدردشة والمشاركة والاشارة والنشر كما يمكن المستخدم من فتح حساب والتحكم في خصوصيته.

• الإشباعات :

• لغة:

الإشباع لغة التوفية وبلوغ حد الكمال، والإشباع من فعل (أشبع): يشبع أشبع، إشباعا الرجل: أطعمه حتى شبع، الشيء، وفره، البحث وفاه، واما الإشباعات في اللغة فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين) شبع ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل غيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتة، وثوب شبييع الغزل أي كثيره، وشبييع العقل أي وافره، و التشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك.^٢

• اصطلاحا:

إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي: خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد احساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة.^٣

^١ محمد السيد: متاح على الرابط: content||com.sec.android.app.sbrozser|redinglict|ras81651.mhtml : تاريخ

الدخول ٢٠١٩/١٢/٥ على الساعة ١٩:٠١

^٢ نجاة بن صالح: المرجع السابق ، ص ٤٤

^٣ آلاء محمد رشيد عبد الله الرشيد: استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيس بوك والتويتر والإشباعات المتحققة لدى طلبة الجامعات الاردنية، دراسة ميدانية عن جامعتي الاردنية والشرق الاوسط ٢٠٠٣، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١٣/٢٠١٤، ص ٦

ووفق نظرية الاستخدام والإشباع فإن الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباعات" ويشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفورية المرتبطة بالحاجة^١

١١. الدراسات السابقة

❖ الدراسة الاولى

دراسة" صلاح محمد أبو صلاح"(٢٠١٤) بعنوان " استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية شبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة"(رسالة ماجستير)"الجامعة الاسلامية" غزة.

حيث تناولت الاشكالية التالية: ما مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية والإشباعات المحققة؟

تهدف هذه الدراسة للتعرف إلى استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية شبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة وما دوافع طلبة الجامعات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومدى الثقة بمعلوماتها وماهي المقترحات الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وتم استخدام الباحث منهج الدراسات المسحية" مسح جمهور وسائل الاعلام" معتمدا على نظرية الاستخدامات والإشباعات واستخدام صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع البيانات من المبحوثين والمقابلة كأداة ثانوية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ٣٩٠ مفردة موزعين على طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة.

١. توصلت الدراسة إلى أن ٩٠% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وبينت الدراسة أن الفيس بوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما بنسبة ٩٥% من العينة تلاه اليوتيوب بنسبة ٥٤,٤% ثم جوجل بليس بنسبة ٢٨,٨% ثم التويتر بنسبة ٢٧,١%
٢. كشفت الدراسة عن وجود فروق في الاستخدام لصالح الذكور، كما كشف عن فروق لصالح طلبة جامعة الأزهر في الاستخدام
٣. بينت الدراسة أن الموضوعات الترفيهية تصدرت أبرز الموضوعات التي يطالعها المبحوثين بنسبة ٧٠,٤٧% تلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٦٢% ثم الموضوعات الثقافية بنسبة ٦١,٤%

انجاة بن صالح: المرجع السابق، ص ٤٤

٤. تصدرت إشباعات التفاعل الاجتماعي بنسبة ٣٣,٢% تلتها إشباعات مراقبة البيئة بنسبة ٢٧,٣% ثم إشباعات المشاركة بالرأي بنسبة ٢٣,٨% وأخيرا إشباعات التسلية ٢٠,١%.

❖ الدراسة الثانية

دراسة "نجاه بن صالح" (٢٠١٦) بعنوان "استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي - موقع الفيس بوك نموذجا- دراسة تطبيقية على عينة من جمهور المراهقين المتمدرسين بالجزائر (مدينة المسيلة نموذجا) "اطروحة دكتوراه" (الجامعة العربية الالمانية للعلوم والتكنولوجيا) حيث تناولت الاشكالية التالية:

كيف يستخدم المراهقون المتمدرسين موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" ، ماهي مختلف الإشباعات التي يحققونها من خلال الاستخدام؟

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تطبيق على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك حيث سعت الدراسة إلى محاولة رصد الاحتياجات والدوافع التي تقف وراء استخدام موقع الفيس بوك والتعرف على مختلف الإشباعات التي تحققت من خلال هذا الاستخدام، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي التحليلي حيث استخدمت كل من أدوات الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات وتم تطبيق البحث على عينة مدارس الثانوية بمدينة المسيلة بالجزائر المكونة من ٤٧٠ طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ❖ أن الدوافع استخدام المراهقين المتمدرسين لموقع الفيس بوك هي الاطلاع على كل ما هو جديد و التسلية باعتبارها بالنسبة اليهم بديلا عن وسائل الاتصال التقليدية وكذلك التواصل مع أهل و الأصدقاء
- ❖ أن أغلب المبحوثين يشعرون بالراحة عند استخدامهم لموقع الفيس بوك لأنه يمنحهم مساحة أكبر للتحاور والنفاش مع الأصدقاء ويزودهم بالأخبار والمعلومات المختلفة وهذا ما يشبع حاجتهم للتواصل و التفاعل الاجتماعي مع الآخرين و التسلية وتمضية أوقات الفراغ.
- ❖ يجمع أغلب المراهقين أن من أكثر سلبيات موقع الفيس بوك أنه يدفع إلى الادمج و الانعزال عن المجتمع وإضاعة الوقت كما يؤدي إلى تكوين علاقات اجتماعية و صداقات سطحية واكتساب سلوكيات دخيلة عن المجتمع

وفقدانهم للخصوصية، كما ابدى اغلب المبحوثين ورضاهم عن مستوى خدمات موقع الفيس بوك فهو بالنسبة لهم وسيلة للتواصل والتفاعل مع الاشخاص ويزودهم بالأخبار والمعلومات الجيدة.

❖ الدراسة الثالثة

دراسة" بن طيفور مصطفى، ايمن باجنيد" (٢٠١٩) بعنوان "راهن الهوية الثقافية في زمن العولمة دراسة تحليلية للعلاقة بين الشباب والثقافة الالكترونية الجديدة في الفضاء السيبراني" تطبيق تيك توك نموذجا" منشورة بمجلة الدراسات والبحوث الانسانية المجلد ٠٤ العدد ٠٢

حيث انطلقت من الاشكالية التالية: ما هو رهن الهوية الثقافية للشباب العربي في زمن العولمة.

وسعت هذه الدراسة إلى تشخيص هويتنا الثقافية في زمن العولمة خاصة في بداية الألفية الثانية والتي اصبح يمر فيها الشباب على عتاب مرحلة جديدة من التحولات المجتمعية، اعتبرت فيه العولمة ابرز سماتها الأساسية من خلال ما تشغله حاليا من تجليات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، والتي أدت بدورها إلى تأثيرات متعددة في مجالات مختلفة لا مثيل لها، في ظل خطاب عالمي مهيمن بطرح صيغة جديدة للمجتمع العالمي، بما يطلق عليه حاليا " المجتمع الشبكي" والذي يستمد مسلماته الثقافية من عالم افتراضي ضمن نسق اعلامي يستمر بنفاده إلى قيم وعادات وأساليب الحياة للعديد من الأفراد الذين ينتمون إلى ثقافات جد متنوعة.

وخلصت الدراسة إلى: أن الحفاظ على الهوية الثقافية في زمن العولمة ممكن لكنه يحتاج إلى جهد وقبلة إلى إرادة صادقة للاستغلال ورفض التبعية بكل اشكالها خاصة الثقافية منها.

عدم تجاهل حجم تأثيرات تلك الثقافة الراهنة التي تدعو اليها وسائل الاعلام والاتصال وفي المقابل فإن الوقوف موقفا سلبيا اتجاه هذه الوسائل لن يلغيها.

الحفاظ على الذاتية الثقافية عملية تمكن المجتمع الجزائري ان يتغير ويتطور دون ان ينسلخ عن هويته الحقيقية ويواكب ويتقبل التغير دون يتغير.

❖ الدراسة الرابعة

دراسة " محمد زكرياء خراب" (٢٠١٩) بعنوان "ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك" رؤية نقدية" منشورة بالمجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد ٢، العدد ٢

انطلقت من الاشكالية التالية: كيف يستخدم ويتفاعل الشباب الجزائري مع خدمات تيك توك؟

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم ثقافة الاستهلاك وخصائصها وطبيعة استهلاك السلع الاتصالية بالإضافة إلى تعرف على مفهوم وخصائص تطبيق تيك توك وظروف نشأته، مع الإشارة إلى احصائيات راهنة تبرهن عن فرض نفسه في السوق الجماهيرية كذلك الوقوف على رؤية نقدية لمحتوى ثقافة استهلاك الشباب الجزائري لخدمات "تيك توك" توضح لنا جملة من الانعكاسات النفسية والاجتماعية والثقافية نتيجة استخدامه.

وخلصت الدراسة إلى:

ان تطبيق تيك توك وضع خصيصا لخدمة مصالح مبتكريه وتحقيق اكبر عدد من العائدات الربحية والتي لا تكون بتعزيز نزعة استهلاك الخدمات الترفيهية لهذا التطبيق، في رحلة لإثبات الذات وتحقيق الشهرة كهدف سهل ولا يتطلب جهد كبير مقارنة بما يستحقه من تضحيات في الحياة الواقعية

من خلال تحليل نمط استهلاك واستخدام الشباب لتطبيق تيك توك الذي اصبح يشكل خطرا يهدد القيم والمبادئ الرشيدة الموجهة للمستهلك نحو ثقافة استهلاكية اكثر عقلانية قائمة على الوعي نقدي يمكن للعقل بدل العاطفة خصوصا ان الشباب الجزائري لا يملك عمليا المقومات الكافية لكسب هذا الوعي في الاستهلاك

تجدر الإشارة إلى ان هناك نسبة قليلة جدا من الشباب يميل كل الميل للثقافة الشعبية المحلية حيث يستغل تطبيق تيك توك لإحياء اغاني تقليدية من التراث الجزائري العريق وبألبسة يعود اصلها إلى عشرات السنين، وهناك من يستغله لتقديم نصائح توعوية في الدين والمعاملات وهذا الاسلوب في الاستخدام يستمر على ثقافة راقية في الاستهلاك تحافظ على القيم مهما تنوعت وتعددت تقنيات تواصل المعاصرة

١.١١. التعقيب على الدراسات السابقة:

أولاً: عناصر الاتفاق و الاختلاف بين الدراسة والدراسات السابقة.

أ/عناصر الاتفاق:

❖ اتفقت الدراسات السابقة مع دراستي هذه من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم (البحوث الوصفية- المنهج المسحي) وأداة جمع البيانات (الاستبيان)

وكذلك من حيث الإطار النظري للدراسة، نظرية الاستخدامات والإشباع

❖ واتفقت اغلب الدراسات من حيث موضوع البحث "شبكات التواصل الاجتماعي"

ب/عناصر الاختلاف:

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث:

قضية الدراسة: استخدم الشباب لتطبيق tik tok والإشباع المحققة.

عينة الدراسة: فئة الشباب والفترة الزمنية للدراسة ٢٠٢٠/٢٠١٩

المكان الجغرافي: اختلفت مع الدراسات السابقة في المكان الجغرافي للدراسة (مدينة المسيلة) باستثناء دراسة الباحثة نجاه بن صالح التي كانت في نفس المكان الجغرافي إلا أنها اختلفت معها في الفترة الزمنية وعينة الدراسة.

ثانياً: حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

لقد أفادتني الدراسات السابقة في تحديد الخطة الأولوية لدراستي ووجهتي إلى بعض المراجع بالإضافة كذلك إلى تحديد بعض المصطلحات والمفاهيم والتعرف على المناهج والأدوات المستخدمة و الاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة واستفدت كذلك منها في صياغة التساؤلات بما يتلاءم مع أهداف الدراسة الميدانية ودراسة المشكلة البحثية من زوايا جديدة لم يتم بحثها في الدراسات السابقة، كما أفادتني في اعداد استبيان مبدئي بما يتلاءم مع موضوع الدراسي.

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق التيك توك

تمهيد

أحدث التطور والانتشار التكنولوجي الكبير في قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي، أنماطاً جديدة من الاستخدام مما أدى إلى تغيير الصورة النمطية للاتصال التي كانت في اتجاه واحد ويكون فيها المستقبل سلبي، ومع التطورات المستمرة في شبكة الأنترنت والتي أتاحت للمستخدمين نوع جديد من التواصل وهو ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي لتصبح هذه المواقع في وقت قصير الأكثر استعمالاً وانتشاراً في الأوساط الاجتماعية، وتحولت هذه المواقع إلى بديل جديد للاتصال التقليدي وأصبحت مصدر من مصادر المعلومات، حيث أتاحت هذه الشبكات للمستخدمين خدمات الاتصال المباشر والمراسلة الفورية ورفع الصور والرسائل والفيديو والروابط والردشة لتبادل الملفات ومجموعات النقاش وخدمات البريد الإلكتروني والمدونات بحيث أصبحت هذه المواقع جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد والمجتمعات فأصبح العالم بذلك أقرب ما يكون على قرية صغيرة، ومن بينها الفيس بوك، التويتر والانستغرام والمولود الجديد التيك توك الذي أثبت وجوده من بين هذه المواقع المشهورة وأكثر استخداماً، ولعل من الأسباب الرئيسية لإقبال الشباب بشكل خاص وتدافعها على هذه المواقع هو أن الانضمام لهذه الشبكات لا يتطلب جهداً كبيراً إذ يكفي من يريد استخدامها التسجيل في أحدها وقبول دعوة أحدهم ثم اختيار مجموعة التي ترغب في التواصل معها ليدخل عالماً لا يخلوا من إثارة العواطف والغرائز في كثير من الأحيان.

١. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

خلال سنوات التسعينات راجت صناعة مواقع الأنترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع أنترنت (مرسلة) وعدد كبير يعد بالملايين من متصفحات الأنترنت حول العالم تستقبل هذا البث، وبعد ذلك وبالتدريج استطاع مطورو الأنترنت ان يستخدموا متصفحات الأنترنت لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل للبيانات، بداية بتطبيقات البريد الالكتروني، الدردشة، ومنتديات الحوار وانتهاء بالتطبيقات الالكترونية الأكثر حداثة وثورة مثل موسوعة الويكيبيديا^١

وأول موقع لشبكات التواصل الاجتماعي هو "classmates.com" انطلق عام ١٩٩٥ وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة وعضوية هذا الموقع مجانية، بحيث يستطيع أي شخص ان ينشئ ملفه الشخصي ثم يبحث عن زملاء آخرين ويستطيع من خلاله أن يتصل بأصدقاء فقد الاتصال بهم وان ينظم للمجتمعات المحلية والدردشة في المنتديات^٢، وموقع six dages.com عام ١٩٩٧ وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخطية بين مجموعة من الأصدقاء ، وبالرغم من توفر تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا ان تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكها وثم اغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع ان تحقق النجاح الكبير بين الاعوام ١٩٩٩ و ٢٠٠١، في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الحقيقي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم سنة ٢٠٠٢ مع بداية العام ظهرت friendster التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شراءها ٢٠٠٣ لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة ٢٠٠٧، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب احصائيات يناير ٢٠٠٨ إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين^٣

ومع بداية ٢٠٠٥ ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع ماي سبيس الأمريكي ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على

^١ وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ط١، المكتبة الوطنية للنشر ، السودان، ٢٠١١، ص٧
^٢ عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١٢/٢٠١١، ص٣٢
^٣ ماهر عودة الشمالية وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، ط١، الاعصار العلمي للنشر والتوزيع ٢٠١٥، ص ٢٠٠

مستوى العالم ومعه منافسه الشهير الفيس بوك، والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك عام ٢٠٠٧ بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة اعداد المستخدمين فيس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز ٩٠٠ مليون مستخدم على مستوى العالم^١

وعند الحديث عن مراحل تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء المعلوماتي تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

المرحلة الأولى: يمكن وصفها بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب web1^٢، ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة مع موقع six degrees.com وهو الموقع الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة الحديث عن حياتهم وإدراج اصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام ١٩٩٥ وقد أحقق هذا الموقع عام ٢٠٠٠، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا classmates.com الذي ظهر في منتصف التسعينات وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة، شهدت هذه المرحلة أيضا مواقع شهيرة أخرى مثل موقع love journal وموقع cymorld1999 الذي أنشئ في كوريا وموقع Ryze الذي كان يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها.^٣

المرحلة الثانية: وهي مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن التأريخ لهذه المرحلة بالمرحلة الثانية للويب، وقد ارتبطت بتطور خدمات الشبكة بحيث انطلق موقع التواصل الاجتماعي friendster وتم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات بين مختلف الفئات وفي عام ٢٠٠٣ ظهر موقع ماي سبيس وهو أول موقع تواصل اجتماعي الموثوقة وأكثرها شهرة، كما ظهر موقع linkedin والذي وصل عدد مستخدميه إلى ٢٥٠ مليون مشترك ثم فيس بوك حيث انطلق رسميا في فبراير عام ٢٠٠٤^٤

^١ المرجع نفسه، ص ٢٠١

^٢ وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، دط، دد، دم، ٢٠١٢، ص ٥

^٣ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت الرحمن محمد الدويسري: الشبكات الاجتماعية والقيم_ رؤية تحليلية_، ط ١، دار المنهجية عمان ٢٠١٥، ص ٢٤ - ٢٥

^٤ وحيد قدورة: الاتصال العالمي والوصول الحر للمعلومة العلمية، الباحثون والمكتبات الجامعية العربية، المنظمة العربية للترفيه والثقافة، تونس، دط، دد، دم، ٢٠٠٢، ص ١٧

٢. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

صاغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في العام ١٩٥٤ من قبل "جون بارنز" الذي كان باحثاً في العلوم الانسانية في جامعة لندن^١

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت العالمية (world wid web) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات.

وجاء تعريف الشبكات الاجتماعية social networking service في قاموس (dlis): هي خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين^٢

وتعرف بأنها خدمة متوفرة عبر الأنترنت تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم ومشاركتهم و تشبيكهم في موقع الكتروني واحد يتواصلون معا مباشرة ويتبادلون الأفكار و المعلومات ويناقشون قضايا لها أهمية مشتركة بينهم ويتمتعون بخدمات الاخبار والمحادثة الفورية والبريد الالكتروني ومشاركة الملفات النصية والمصورة وملفات الفيديو و الصوتيات^٣

هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل: المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الالكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات مع أنها تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي^٤

وتعرف أيضا بأنها خدمات توجد على شبكة الويب يتيح الأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، وتمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم في الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يضمها الآخرون خلال النظام^٥

باللغة الانجليزية يطلق عليها (social media) لكن هذا هو المصطلح المتعارف عليها كما نجد مصطلح آخر (social networking) أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق، ومن حسن الحظ أن المصطلح العربي "المواقع التواصل

^١ عبد الله ممدوح مبارك الرعود: المرجع السابق، ص٣٢

^٢ سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الولة، السعودية، ١٤٣٢، ص٩

^٣ السيد عبد المولى السيد أبو خطوة: شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي، دط، دد، البحرين، ٢٠١٤، ص١٩٢

^٤ مروى عصام صلاح: الاعلام الالكتروني، ط١، دار الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥، ص٢٤٦

^٥ أحمد الشوري أبو زيد: الاعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية، مكتبة الاسكندرية، مصر، ٢٠١٥، ص١٠

الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف اذا يظل السؤال ماذا تعني بمصطلح التواصل الاجتماعي، بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، اصدقاء، أوكل ما سبق) عن طريق مواقع أو خدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط، بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك تلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت¹

قد تتساءل عن الفائدة من ذلك والاجابة بسيطة جدا فمن قديم الازمان ترابط الناس مع بعضهم عن طريق تناقل الأخبار والمعلومات عن الشعوب أو قبائل أخرى، ومواقع التواصل الاجتماعي تؤدي نفس الغرض بشكلها المبسط

"مواقع التواصل الاجتماعي مثل المقهى المتواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس والجيران والمسافرين الرحل لتبادل المعلومات والاخبار، الفرق أنك لن تستطيع حمل هذا المقهى بجيبك"²

لوسائل التواصل الاجتماعي تعريفات عديدة الا ان جميع وسائل التواصل الاجتماعي في مفهومها الاساسي هي منصات على الانترنت أو الهاتف المحمول تنتج التفاعل ثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم فضلا من مصدر واحد أو من موقع شبكي ثابت وانما هي وسائل التواصل عبر منصات صممت خصيصا لتتيح للمستخدمين ايجاد انتاج المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومع مصادرها³

٣. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

هناك العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية وحي تختلف وتتعدد باختلاف تصنيفاتها، وسنقوم الآن بذكر ستة تصنيفات لشبكات التواصل على أمل حصر جميع أنواعها.

❖ **التصنيف الأول:** وهو يتعلق بالمستخدم فقد يكون نوع أساسي من حيث الاستخدام أو مرتبط بعمله إضافة إلى الميزات التي توفرها هذه الشبكات

¹ على محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الاخلاقية والقيمية و رسالة ماجستير، قسم الدعوة والثقافة الاسلامية، الجامعة الاسلامية، ص٢
² المرجع نفسه، ص٢
³ أريك اسيلوند وآخرون: وسائل التواصل الاجتماعي، دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة بالانتخابات، المؤسسة الدولية الديمقراطية والانتخابات، دط، دد، دم، دت، ص١١

نوع أساسي

و هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين و خدمات عامة مثلا لمراسلات الشخصية و مشاركة الصور و الملفات الصوتية و المرئية و الروابط و النصوص و المعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيسبوك و ماي سبيس و هاي فايف.

مرتبط بالعمل

و هو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية و هي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي و أصحاب الأعمال و الشركات و تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية و ما قاموا به في سنوات دراستهم و عملهم و من قاموا بالعمل معهم.

مميزات إضافية

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايث^١.

التصنيف الثاني: يختص بالاتصالات و إيجاد وتبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعية

المدونات : (blogs)

هذا الموقع مثال لمدونة شخصية، كما يوجد العديد من أنواع المدونات ، بعضها يختص بتناقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، اما الآخر فيختص بأمر شخصية ويومية.

المدونات الجزئية: (Micro Blogs)

المدونات الجزئية ما هي إلا أسلوب لبث المعلومات بشكل سريع، وما يميزها عن المدونات العادية هو صغر حجم وكمية المعلومات (نصية، صور، صوتية، ومرئية) المتداولة عليها، مما يساعد الناس على تداول أحجام وكميات أصغر من المعلومات بشكل دائم وسريع^٢.

^١ منير العيادي: الصحافيون الجزائريون والاعلام الجديد، دراسة وصفية لعينة صحافيي وسائل الاعلام الجماهيري من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للخبر بدار الصحافة في العاصمة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، ٢٠١٤/٢٠١٥، ص١٤

^٢ سمير محمد الدريلي: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة، رسالة ماجستير في برامج دراسات الشرق الأوسط، جامعة الازهر، غزة، كلية العلوم الانسانية، قسم التاريخ، ٢٠١٣، ص٢٧

مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:

لعل من أشهر هذه المواقع هو موقع فيسبوك ولينكي دان وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة أو البحث عن عمل جديد أو حتى التعرف على كل ما هو جديد في حياة من تعرف من دون الحاجة للسؤال المباشر، فهذه المواقع توفر العديد من الفوائد للمستخدمين.¹

❖ **التصنيف الثالث:** من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء فرق العمل

الويكي: (Wiki)

وهي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط إلكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات.

مواقع المرجعيات: (Social Bookmarking)

يمكن استخدام هذه المواقع لوضع علامة مرجعية لمواقع تهتمك أو قد تهتم غيرك، مثلما هو الحال عند حفظك لموقع في برنامج تصفح الإنترنت الخاص بك لكن مع إضافة إمكانية مشاركة الآخرين هذه المواقع المرجعية، كما تمكنك هذه النوعية من اكتشاف مواقع جديدة عليك. تعد هذه الخدمة من روائع الإنترنت اللانهائية، تخيل إمكانيتك استكشاف بحور الشبكة وتفرعاتها بالاعتماد على جهود أصدقائك أو حتى مستخدمين آخرين على الشبكة.²

❖ **التصنيف الرابع:** من مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الوسائط المتعددة

مواقع التصوير والفن: (Photo Sharing)

تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنحك مكاناً يمكنك فيه حفظ، تخزين، وعرض أعمالك الفنية سواء كانت صور أو رسومات فنية حيث يتمكن الناس من رؤيتها وإبداء الإعجاب أو النقد لها، كما تفيد في إمكانية بيع أعمالك للغير وإيجاد دخل مالي منها.³

¹ عباس مصطفى الصادق: الاعلام الجديد_ المفاهيم و الوسائل والتطبيقات_ د، ١، دار الشروق، عمان، الاردن، ص ١٠٠
² علي محمد بن فتح محمد: المرجع السابق، ص ٤
³ محمد عبد الحميد: المدونات_ الاعلام البديل، دط، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٥٩

مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر: (Video Sharing & Streaming)

في هذه النوعية من المواقع يمكن إيجاد والبحث عن العديد من مقاطع الفيديو المرئية وتقييمها، كما تقدم معظم هذه المواقع خدمة مشاركتها على المواقع الاجتماعية الأخرى حتى يتمكن أصدقاؤك من التعرف عليها وإعادة نشرها على شبكتهم الخاصة ، ويمكنك إضافتها لمدونتك مباشرة. بإمكانك كذلك إنشاء الفيديو الخاص بك عن طريق استخدام كاميراتك الخاصة أو جهازك الخليوي ورفع المقاطع لهذه المواقع مباشرة دون الحاجة لاستخدام جهاز-الكمبيوتر^١.

❖ التصنيف الخامس: هي مواقع الرأي والاستعراض (Reviews &

Opinions)

استعراضات السلع: (Product Reviews)

تخيل أنك تود شراء سيارة جديدة، أو جهاز كمبيوتر حديث يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشتروا هذه السلع قبلك وتقييمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمله لعوامل الزمن والاستخدام اليومي، اما إن أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلع حيث ستحصل على رأي خبراء في المجال، كما أنك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته^٢.

الأسئلة والأجوبة الاجتماعية: (Community Q&A)

كما هو الحال مع استخدام المواقع الاجتماعية لاستعراض السلع أو الحصول على آراء المستهلكين، يمكنك الحصول على إجابات محددة لأسئلة قد تدور بذهنك . تحدثت عن مواقع الويكي حيث يقوم العديد من المستخدمين بعملية إضافة وتنقيح المعلومات المطروحة، بناء على نفس الفكرة الأساسية فمواقع الأسئلة والأجوبة الاجتماعية تعمل بنفس المنطق حيث تقوم بتقديم سؤال ويقوم المستخدم بتقديم إجابات، ومن ثم يقوم كل من له دراية بتعديل الإجابة لإعطائك أدق إجابة ممكنة. كما يمكنك الاشتراك في متابعة سؤال طرح من الغير لما للموضوع من أهمية لديك أو حتى متابعة نوعية معينة من المعلومات فبالتالي احتمالات الاستفادة لا نهائية^٣.

❖ التصنيف السادس: من مواقع التواصل الاجتماعي هي المواقع الترفيهية

الاجتماعية.

^١قويدر جلول صبرينة، مبدوع وفاء: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين _ الفيس بوك نموذجاً ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، ٢٠١٧/٢٠١٦، ص٣٩

^٢علي محمد بن فتح محمد: المرجع السابق، ص٤

^٣منير عيادي: المرجع السابق، ص١٦

مواقع العوالم الافتراضية: (Virtual Worlds)

قد يعتقد البعض بأن هذه من ضروب الخيال العلمي كما قد نشاهد في بعض أفلام هوليوود، لكن الواقع أن مواقع العوالم الافتراضية كانت ولا زالت متوفرة منذ زمن بعيد ، كما أنها في تطور دائم. يمكنك في العالم الافتراضي إنشاء ما يسمى بالشخصية الرمزية (Avatar) الخاصة بك وتفاعلها في عالم تقابل فيه العديد من الشخصيات المختلفة التي قد تعكس أو لا تعكس شخصيات منشئها الحقيقيين في عالم افتراضي^١.

مواقع مشاركة الألعاب الاجتماعية: (Game Sharing)

تعتمد فكرة هذه المواقع على مشاركة الآخرين على شبكتك الاجتماعية العاب تتطلب العديد من اللاعبين على الشبكة. كما تمكن بعض هذه المواقع المطورين من عرض ألعابهم على المستخدمين للاستمتاع بها^٢

٤. خصائص مواقع التواصل الاجتماعية

أبرز الخصائص المتوفرة في هذه المواقع ما يلي:

الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية (profil page): ومن خلاله يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية وغيرها، ويعتبر بوابة الدخول لعالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا ومعرفة من هم أصدقاؤه ما هو جديدهم.

الأصدقاء / العلاقات (friends /connections): وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء ، بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى (اتصال أو علاقة) على الشخص المضاف.

إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن^٣

^١ على محمد بن فتح محمد: المرجع السابق، ص ٤

^٢ منير عيادي : المرجع السابق، ص ١٦

^٣ ليلي أحمد جرار: الفيس بوك والشباب العربي، ط١، مكتبة الفلاح، ٢٠١٢، ص ٣٧

ألبومات الصور (Albums): تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.

المجموعات (Groups): تتيح كثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر الموقع الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر ودعوة الأعضاء إليه.

الصفحات (pages): ابتدع هذه الفكرة موقع الفيس بوك واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين ويقوم فيسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل المستخدم قام بالنقر على الاعلان.¹

٥. نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي

من بين المنصات الشائعة في الوقت الراهن نذكر على سبيل المثال لا الحصر:

الفيس بوك، التويتر ، انستغرام (Instagram)، يوتيوب، بامبوزر (Bambuser)، فمبو (vimeo) بلوغز (Blogs) فليكر (flickr) ، لينكدان (linkedin)، وغوغل بلس (+Goole) ومن بين المنصات التي يشيع استخدامها في بلدان أو مناطق بعينها هناك كلوب "cloob" في إيران، و أوركوت "orkut" في البرازيل والهند، وسايورلد "cywould" في كوريا الجنوبية، فريندستر "friendster" في جنوب شرق آسيا وأفريقيا الوسطى، و غرونوننت "Grono.net" في بولندا، هاي فايف "hi5" في بعض مناطق آسيا وأفريقيا الوسطى وأمريكا اللاتينية، ميكس "mixi" في اليابان، سبيسز "spaces" في روسيا، سينارابيو "sinaweibo" في بر الصين الرئيس و بالإضافة إلى تلك المنصات فهناك العديد من لوحات التحكم المصممة لتجميع جميع الرسائل والمشاركات المنقولة عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي مثل ثريديسي "theadu"، وهويت سويت "hoot swite"، وبافر "Buffer"، والبرمجيات التي تساعد على متابعة المناقشات

¹ رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي، أطروحة لدكتوراه، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، ٢٠١٧/٢٠١٨، ص ١٣٧

التي تجرى عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويت ديك "tweetdeck"، وميلت
ووتر باز "Meltwater Buzz" بهدف نقل ردود الفعل إلى المستخدم^١

جدول يوضح بيانات بعض مواقع التواصل الاجتماعي شائعة الاستخدام^٢

| ملاحظات | الجنس | | عدد الزيارات في الشهر | عدد المستخدمين أكثر من | مميزات و خصائص الموقع | الفئة | الموقع |
|--|-------|------|--------------------------|------------------------------|---|------------|---|
| | إناث | ذكور | | | | | |
| الفييس بوك هو الأداة الاجتماعية التي تربط الناس مع الأصدقاء و غيرهم من العمل و الدراسة وغيرها | ٥٥% | ٤٥% | ١١٦.٩ مليون | ٥٠٠ مليون | تحميل الصور إرسال رسائل خاصة رسائل مشاركة عامة تحميل فيديو | عام |  |
| انضمام مجاني، مع عرض ملفات التعريف، التواصل مع الأخرين، تصنيف موسيقى و غيرها | ٤٩% | ٥١% | ٥.٥ مليون | ١٠٠ مليون | تحميل الصور إرسال رسائل خاصة رسائل مشاركة عامة تحميل فيديو | موسيقى |  |
| ويندوز لايف يمنحك إمكانية الحصول على الخدمات بما في ذلك مايكروسوفت و هوت MSN ميل، لايف و Xbox مكتبي، غيرها | ٦٠% | ٤٠% | ١١٦.٩ مليون | ١٠٠ مليون | تحميل الصور إرسال رسائل خاصة رسائل مشاركة عامة تحميل فيديو | مدونات |  |
| هي Likedin شبكة الأعمال التجارية الموجهة من خلال موقع التواصل الاجتماعي . تأسست في ديسمبر ٢٠٠٢ واطلقت في مايو ٢٠٠٣، و هي تستخدم أساسا لإقامة الشبكات المهنية | ٤٦% | ٥٤% | ١٤.٦ مليون | ١٠٠ مليون | تحميل الصور إرسال رسائل خاصة تحميل فيديو | تجاري/مهني |  |

^١ أريك اسيلوند وآخرون : وسائل التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص ١١
^٢ محمد فهمي طلبه: نحو الاستخدام الآمن لمواقع التواصل الاجتماعي، ط٤، دد، دم، دت، ص ٤

| | | | | | | | |
|--|-----|-----|------------|-----------|---|--------|---|
| جوجل + يهدف إلى جعل المشاركة على شبكة الأنترنت أكثر مثل المشاركة في الحياة الحقيقية. | | | | ١٠٠ مليون | تحميل الصور إرسال رسائل خاصة رسائل مشاركة عامة تحميل فيديو | عام |  |
| يساعد كمدونة على التواصل بين المستخدمين في أي مكان في العالم. | ٥٣% | ٤٧% | ٢٣.٦ مليون | ١٠٠ مليون | تحميل الصور رسائل مشاركة عامة تحميل فيديو | مدونات |  |

٦. تطبيق التيك توك

١.٦. نشأة تطبيق تيك توك

إن قصة نشأة تطبيق تيك توك هي جزئياً أمريكية حيث بدأت الحكاية على متن قطار مسافر إلى مدينة ماونتن فيو (كاليفورنيا) التي تضم شركة قوقل، وألهمهم مشهد مجموعة من المراهقين يتسكعون البعض منهم يستمع إلى موسيقى والبعض الآخر يلتقط سيلفي أو يصور مقاطع فيديو قصيرة ويشاركونها مع أصدقائهم، رجل الأعمال الصيني "أليكس تشو" الذي شغله الأمر وصرفه عن عمل تطبيق فيديو تعليمي قصير كان يسعى إلى تطوير ذاته^١.

من فكرة تطبيق تعليمي إلى تطبيق للرقص ميوزكلي (musical.ly):

في سنة ٢٠١٤ عمل أحد رواد الأعمال الصينيين وهو "أليكس تشو" رفقة صديقه "لويس يانغ"، على تصميم تطبيق خاص بالفيديوهات التعليمية القصيرة على أن تكون أقصر مدة للفيديو الواحد الذي يتناول موضوعاً تعليمياً هو ٥ دقائق، غير أن فكرة هذا التطبيق للفيديو التعليمي المختصر -إن صح التعبير- لم تلق الراجح المرجو، لأن صناعة هذا النوع من الفيديوهات يستغرق في العادة ساعات عدة من الشرح ولكي يتم اختزاله في ٥ دقائق هي عملية مرهقة للغاية وتحتاج للكثير من العمل، فضلاً عن ذلك فإنه ليست كل الموضوعات قابلة لذلك التلخيص مع شرط تنفيذها بطريقة جذابة، وبعدها أدرك "أليكس تشو" هذا الإشكال حول اهتمامه من

^١ اكسترا تكنولوجيا: كيف هزم "تيك توك" الصيني فيسبوك انستغرام؟، متاح على الرابط www.nilebox.com تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٤/١١ على الساعة ١١:٠٦

فكرة الفيديوهات التعليمية إلى إنتاج فيديوهات قصيرة للرقص والحركة على أنغام الموسيقى والأغاني وتقليد الأصوات^١.

فتحول هو وشركاؤه التجاريون في شنغهاي وسان فرانسيسكو إلى تطوير تطبيق يمكنه جمع صور سيلفي ومقاطع فيديو ومقاطع موسيقية وفي غضون ثلاثين يوما اطلق التطبيق بمسمى ميوزكلي musical.iy وذلك وفقا لموقع بيزنيس انسايدر وجعلت هذه المجموعة من مقاطع الفيديو والمقاطع الموسيقية والصور السيلفي تطبيق ميوزكلي يحتل المرتبة الاولى في متجر آيتونز الخاص بشركة آبل بحلول شهر يوليو/تموز من عام ٢٠١٥، اي بعد عام من انطلاق التطبيق وفي ذروة نجاح التطبيق حظي ميوزكلي بما يزيد عن مئة مليون مستخدم نشط شهريا^٢

من تطبيق "ميوزكلي" إلى الـ"تيك توك":

وفي الوقت ذاته تقريبا كانت شركة صينية ليست معروفة تحقق نجاحا أيضا في بكيناد ولد مؤسس بايت دانس ورئيسها التنفيذي في عام ١٩٨٣، وبعد نجاح تشانغ في تأسيس موقع يدرج المنتجات العقارية سرعان ما تحول إلى عالم الهواتف الذكية

وأسس تشانغ شركة بايت دانس في عام ٢٠١٢ من داخل شقة صغيرة في بكين وكان احد منتجاته التي لاقت رواج المنصة الاخبارية "توتياو" وقال "تشانغ": في خطاب ألقاه على موظفيه عام ٢٠١٩ " في ذلك الوقت كان القليل من زملائي يستثمرون في الخارج ولكننا آمانا انترنت للهواتف النقالة ستتيح لنا فرصة هائلة على مستوى العالم" وذكر ان الشركة بحاجة إلى تحقيق ذلك من خلال طريقتين سواء عبر اخذ منتجاتها إلى الخارج أو من خلال عمليات الاستحواذ

لقد أصبحت طموحات تشانغ العالمية واضحة بدءا من عام ٢٠١٦ وذلك عندما شراء منصة "ريديت" حسبما قيل ولكنه فشل في ذلك بسبب خلاف حول العديد من القضايا بما في ذلك السعر بعد ذلك اشترى تطبيق مشاركة فيديو امريكي متعثرا وغير من علامته التجارية إلى فلييغرام لكن لم يتمكن من تحقيق نجاح كبير ولهذا كان تطبيق ميوزكلي الخطوة التالية المنطقية بالنسبة لتشانغ الذي كان قد شرع في تنفيذ تطبيق الفيديوهات القصيرة "دوين" في الصين، وأعقبه بنسخة دولية اسمها "تيك توك" في عام ٢٠١٧ و وعندما استحوزت شركة بايت دانس على تطبيق ميوزكلي في نوفمبر /تشرين الاول عام ٢٠١٧ مقابل مليار دولار، كانت هذه

^١ محمد فضل، ظهر على الموقع الإلكتروني: <https://www.ida2at.com/tik-tok-not-only-social-media-platform/>

تاريخ النشر: ١١-١٧-٢٠١٧، تاريخ التصفح: ٢٦-٠٩-٢٠١٩.

^٢ اكسترا تكنولوجيا: المرجع السابق.

الصفحة تمثل بداية الرحلة العالمية الحقيقية بالنسبة لتطبيق تيك توك وفي شهر أغسطس /أب من عام ٢٠١٨ وجد مستخدمو تطبيق ميوزكلي انفسهم قد رحلوا إلى هذا التطبيق الجديد^١

٢.٦. تعريف تطبيق تيك توك

يشير معنى "تيك توك" إلى "صوت دقائق الساعة" "التيك والتوك"، وأصل هذه التسمية جاءت حسب مدير الاتصالات الإقليمية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا "كيثا قائم مقامي" على اعتبار أن هذا التطبيق يعتبر وجهة نحو صناعة الفيديوهات القصيرة حيث كل ثانية تصنع فرق كبير كما هو الحال في دقائق الساعة^٢.

الـ "تيك توك" "TOK TIK" والذي يعرف أيضا باسم "دوين" (Douyin)، هو عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي صينية لمقاطع فيديو موسيقية تم إنشاؤها في سبتمبر ٢٠١٦ من قبل الصيني "تشانغ يي مينغ"، حيث يعتبر هذا التطبيق منصة على شبكة الأنترنت يتيح لمستخدميه وللمشركين فيه إنتاج مقاطع فيديو لا يزيد مدتها عن ٦٠ ثانية، وإرفاقها بمؤثرات وخدع بصرية من مكتبة التطبيق المجانية التي تحتوي على قائمة من مختلف الأصناف الموسيقية^٣، وقد اشتهر تيك توك وحصل على شعبية كبيرة جدا من ظهور هو حتى الوقت الحالي، بدأ تطبيق التيك توك في الصين منذ عامين تقريبا، وحقق نجاحا مبهرًا وانتشر بشكل كبير جدا حيث وصل عدد التحميلات من متجر جوجل بلاي الخاص بهواتف الاندرويد إلى أكثر من ١٠٠ مليون عمالية تحميل^٤.

يعرف التطبيق نفسه "بالمنصة التي تصور وتوثق وتقدم وجه العالم الخلاق، لمعرفة اللحظات المهمة عبر جهاز ذكي" ولكن بمجرد كتابة تيك توك في محركات البحث يمكن رؤية كميات كبيرة جدا من الفيديوهات التي لاقت نجاح هائل خاصة لدى الشباب المراهقين، وتمكن تطبيق تيك في خلال عامين فقط ان يجذب ما يقارب مليار مستخدم^٥

^١ اكسترا تكنولوجيا: المرجع السابق

^٢ آرام العجري، متاح على الرابط: <https://video.layalina.com>، تاريخ النشر: ٢٩-٠٩-٢٠١٩، تاريخ التصفح: ٢٠٢٠/٤/٥ على الساعة ١٢:٠٠

^٣ أشرف لعوايدية، خالد عوني: القيم المتضمنة في تطبيق تيك توك في ظل نظرية الحتمية القيمية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ٢٠١٨/٢٠١٩، ص٦٩

^٤ معلومات أحدث اصدار من تطبيق تيك توك: www.3allemnicom تاريخ الخول ٢٩/٠٢/٢٠٢٠ الساعة ٩:٤٥
^٥ سلمى بدر: التيك توك ٤ مميزات ومخاطر عديدة، مقال في جريدة الدستور متاح على الرابط www.dostor.org تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٠٣/٢٠ على الساعة ١٩:٠٢

إحصائيات حول التيك توك

وقد بلغ عدد المستخدمين يوميا على تطبيق تيك توك أكثر من ١٥٠ مليون وأكثر من ٥٠٠ مليون مستخدم نشط شهريا، وأصبح أكبر شبكة اجتماعية متخصصة بمشاركة الفيديوهات والصور مع الأصدقاء ، ويدعم تطبيق تيك توك نظامي التشغيل الأندر ويد و "أي" أو "أس"، وقد استطاع أن يحقق نجاحات كبيرة على متاجر التطبيقات على الهواتف الذكية وخصوصا بعد ما قامت الشركة "بايت دانس" الصينية والمالكة لتطبيق تيك توك بشراء تطبيق "ميوزكلي" ودمجه مع تطبيقها الحالي تيك توك مما ساعد على جذب عدد أكبر من المستخدمين للتطبيق،^١ كما يعد التطبيق الأكثر تنزيلاً في الربع الأول من نفس السنة على متجر "آب ستور" الخاص بـ"آبل" حيث وصل إلى ٤٥.٨ مليون تنزيل، وجاء في المرتبة السادسة من حيث عدد التحميلات على مستوى العالم، كما يتوفر التطبيق حالياً في ١٥٤ دولة، كما أنه متاح بـ ٧٥ لغة بما فيها اللغة العربية طبعاً، كما احتل "تطبيق تيك توك" المرتبة التاسعة من حيث مواقع الشبكات الاجتماعية متقدماً على الشبكات المعروفة مثل Twitter و LinkedIn و Pinterest و Snapchat.^٢

كيف يعمل تطبيق تيك توك:

يساعدك تطبيق التيك توك على صناعة فيديوهات رائعة إذ يوفر التطبيق مجموعة رائعة من الفلاتر والتأثيرات المتنوعة والتي تساعدك على إضافة لمسة جمالية للفيديوهات الخاصة بك، كما أنه يمكنك من إضافة الملصقات الرائعة، وهذا من شأنه أن يساعدك على اخراج فيديوهات رائعة وجذابة، تتميز واجهة التطبيق بالسهولة والمرونة مما يمكنك من تحرير مقاطع الفيديو الخاص بك كما تريد وبدون أي تعقيد^٣

من أجل فهم استخدام تيك توك هناك بعض النقاط الأساسية والمصطلحات التي ستظهر اما مك دائما وسنقوم بشرح ابرزها من اجل فهم افضل للتطبيق :

دويتو أو الثنائيات (duet): دويتو او **Duets** هي جزء أساسي في تطبيق تيك توك وهذا الأمر يشبه إعادة مزج اغنية للمستخدمين أخذ فيديو شخص اخر وإضافة أنفسهم إليه على سبيل المثال: قد ينشر شخص ما مقطع فيديو له يرفرف بيديه ويمن

^١ رحاب حلاوة، ظهر على الموقع الإلكتروني: <https://www.albayan.ae/across-the-uae/education/2018-12-30-1.3447121>، تاريخ النشر: ٢٠١٨-١٢-٣٠، تاريخ التصفح: ٢٠١٩-١٠-٠٢.

^٢ ماذا تعرف عن تطبيق Tik Tok الذي شغل العالم، متاح على الرابط: <https://abunawaf.co-%D8%B4%D8%BA%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85/>، تاريخ

النشر: ٢٠١٩-٠٩-١٧، تاريخ التصفح: ٢٠٢٠-٠٤-٠٤ على الساعة ١٢:٠٠

^٣ معلومات أحدث اصدار من تطبيق تيك توك: المرجع السابق.

لمستخدمي تيك توك الآخرون أخذ هذا الفيديو وإضافة انفسهم يقومون بحركات تتوافق مع ذلك

المواقف المحرجة (crimge): انتشرت هذه الفئة من مقاطع الفيديو لفترة كبيرة في تطبيق تيك توك ونشر مقاطع الفيديو هذه عادة إلى الشخص يتصرف بشكل محرج أو بطريقة محرجة اثناء محاولة اداء أغنية أو عرض معين والآن يستخدم هذه المقاطع مع الثنائيات في اطلاق مقاطع فيديو تحفيزية.

التحديات (challenges): تعتبر هذه الفئة الاكثر انتشارا في تطبيق تيك توك المواجهة التحديات ينشئ العديد من مستخدمي التطبيق مقاطع فيديو وهم يحاولون فعل الشيء نفسه، غالبا ما يتم انشاء هذه التحديات من مجتمع تيك توك لذا تعتبر التحديات طريقة سهلة للأشخاص في تيك توك يشعروا بأنهم جزء من المجتمع.

مقاطع الفيديو في تيك توك

تيك توك هو عالم انتقائي فهناك لاعبون، راقصون، ممثلون، كوميديون، مغنون، ممثلون، وغيرهم من الصعب التنقل بين المحتوى الموجود، ولكن كبداية يمكنك الاعتماد على الهاشتاغات الخاصة بالمواضيع التي تهتمك حتى تتعرف عليها وعلى المستخدمين الذي يقدمون هذا المحتوى الذي ترغب به، ويعتبر تيك توك موطن للمزحات (memes) المتغيرة باستمرار مثلا حساب أو اعرف مزحتك (know your meme) لديه قاعدة بيانات واسعة من المزحات الأكثر شعبية التي نشرت على المنصة في الأشهر الاخيرة، كما أنه مكان جيد للبدء في التطبيق اذا كنت ترغب في الحصول على فكرة افضل و هو مكان جيد أيضا لاكتشاف المبدعين الذين قد تكون مهتما بمتابعتهم عن كثب.

الواجهة الرئيسية (for you)

أول ما يظهر للمستخدمين الجدد في تيك توك هو صفحة " خاص بك" او "for you" والتي تعمل كصفحة رئيسية يمكن للناس التمرير لأسفل والتصفح خلال اشهر مقاطع الفيديو المنتشرة أنه أفضل مكان لبدء المبتدئين اذا كانوا يحاولون معرفة ما تقدمه منصة تيك توك وفهم أكثر عن كيفية شرح واستخدام تيك توك¹

¹ باسل فر فر : شرح استخدام تيك توك دليلك الشامل للشهرة على تيك توك ، متاح على الرابط www.samma3a.com تاريخ الدخول ٢٩/٠٢/٢٠٢٠ الساعة ١٠:٥٧

٣.٦. خصائص تطبيق تيك توك

تتمثل خصائص تطبيق التيك توك في ما يلي:

١/ **انشاء المحتوى بسهولة ومشاركته:** قام تيك توك بتبسيط عملية انشاء الفيديو ومشاركته مما يعني أنك لست بحاجة إلى أن تكون منشئ محتوى محترف لإنشاء مقاطع فيديو باستخدام التطبيق كل ما عليك فعله هو تسجيل أي شيء في أي مكان ونشره على الفور أيضا نظرا لان مقاطع الفيديو القصيرة، فان انشاءها ومشاهدتها لا يستغرق وقتا وجهدا.

٢/**المحتوى المحلي:** يستخدم تيك توك تقنيات مختلفة لجعل المحتوى محلي على نطاق عالمي مثل: المسابقات المحلية، يدير التطبيق غالبا مسابقات وتحديات محلية ويلتقط التوجهات المحلية من خلال استخدام هاشتاجات محلية مثل حملة # create for good التي تم إطلاقها في عيد الاضحى من قبل المشاهير والمؤثرين ورفعت الحملة الوعي بأولئك الذين يعانون من ضعف السمع و النطق

٣/**تحديات المتعة:** إذا كنت من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي فمن المؤكد أنك سمعت باسم تحدي كيكي وهي رقصة على أغنية "داربك" ففي التيك توك يستطيع المستخدمين في أي وقت الاشتراك في خمسة تحديات مختلفة على الأقل التي تنصدر التطبيق

٤/**المشاهير:** التطبيق ليس مخصص للمراهقين فحسب بل إنه أيضا محبوب ويستخدمه العديد من المشاهير بما في ذلك "جيمي فالون" الذي يساعد في شعبية التطبيق "وليزا كونسلي" "ونيك جوناس" "و كارداشيان" وقد دفع التطبيق شركات مع العديد من المشاهير في مناطق مختلفة

وإلى جانب كونه تطبيق ممتع وقابل للإدمان فقد شهد تيك توك طفرة في العلامات التجارية التي تستخدمه لتسويق منتجاتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الاشهر القليلة الماضية، لدى التيك توك القدرة أن يصبح منصة للتسويق وشبكة تواصل اجتماعي كبير ومع ذلك فإن كيفية دعم وتطوير القائمين عليه لهذه الامكانيات والحفاظ على الشعبية الحالية هي المفتاح لنجاح التطبيق^١

^١ سيلينا بيبير: هل التيك توك هي منصة التواصل الاجتماعي القادمة؟ تعرف على سر نجاحها، مقال متاح على الرابط <https://ar.ae.godaddy.com> يوم ٢٠٢٠/٠٣/٢٨ الساعة ١٠:٣٩

٤.٦. مخاطر تطبيق تيك توك

فكرة أن يقوم الأشخاص بتصوير انفسهم بفيديو قصير ويضيفون اليه عدد من المؤثرات الموسيقية مأخوذة من أفلام عربية وأجنبية وغيرها من المواد المتوفرة عبر الأنترنت ، ما يجهله المستخدمين في هذا هو أن هذا التطبيق يشكل مخاطر عديدة تشمل جمع البيانات والاستغلال الجنسي وحتى البيدوفيليا، وقد حذرت وزارة التربية الوطنية في الجزائر من مخاطر تطبيق تيك توك ونشرها لبيان على صفحتها على الفيس بوك في اطار الوقاية من المخاطر التي تنجر عن الاستعمال السيء لشبكات التواصل الاجتماعي لاسيما التطبيق المسمى تيك توك والذي يشكل خطرا محققا على فئة القصر

التيك توك أو منصات التواصل الاجتماعي عامة هي عالم بلا قيود ببريد الالكتروني بدون تأكيد من أي نوع ، اي شخص يستطيع عمل حساب، يمكن المشاهدة والتصفح بدون الحاجة لعمل حساب من الأصل فالشركة مالكة التطبيق "تنصح" بالأقل عمر المشتركين عن ١٣ سنة، ولكن هل يوجد ضمان لذلك لأن ما يهم الشركة المالكة هو الوصول لأكثر عدد من المستخدمين فقط، وبما أن جمهوره الأول هو الشباب الصغير فهم أكثر المتأثرين بأي شيء خاطئ قد يحدث عبر التطبيق من المنتشرين خلف الشاشات الذين يشتركون بحسابات وهمية ويقومون بالتحرش بهؤلاء الأطفال عبر الرسائل أو التعليقات أو حتى الاساءة لهم وتعريضهم لتتمر بينما هم أقصى غايتهم المرح والشهرة مع الاعجاب^١

خلاصة الفصل.

وما يمكن قوله هنا هو أن شبكات التواصل الاجتماعي أحد التطبيقات الاساسية للمستخدمين على مستوى العالم، والتي تعتمد على تكنولوجيا الأنترنت المعروفة باسم "الويب"، وتطورت هذه الشبكات شيئا فشيئا لتصبح الأشهر استخداما بين مرتادي الأنترنت.

عملت هذه الشبكات أو المواقع على قلب موازين الاتصال وعملت على تغيير أدوار العملية الاتصالية من خلال اصدارها لتطبيقات حديثة مختلفة، ويعد التيك توك آخر ما أفرزته هذه المواقع، والذي أكتسح المجتمعات العربية والعالم في وقت قصير منذ ظهوره، حيث عمل على تحويل المستقبل إلى مرسل ومستقبل في آن واحد كما خلق مجالات عديدة من اشكال حريات التعبير بحيث يمكن الأفراد من المشاركة بأرائهم ومقترحاتهم في شتى المجالات المتعلقة بالميادين الاجتماعية

^١ سلمى بدر: المرجع السابق

والثقافية والترفيهية وحتى السياسية، نتيجة للخدمات والميزات التي أتاحتها هذا التطبيق لمستخدميه.



الفصل الثالث الجانب التطبيقي



تمهيد

بعد تناول الجانب النظري لموضوع بحثي بالتفصيل وتحديد الاجراءات المنهجية للدراسة التي ساعدتنا على القيام بدراسته الميدانية، وبعد تحكيم استمارة استبيان من طرف مجموعة من الأساتذة، قمت بتفريغ هذه البيانات الإحصائية وتحويلها إلى جداول إحصائية وتحليلية من خلال عرض البيانات عن طريق أرقام ونسب مئوية، ويعتبر تحليل البيانات وتفسيرها مرحلة هامة في أي بحث علمي، أخيرا الخروج بنتائج عامة للدراسة وخاتمة ومجموعة من التوصيات .

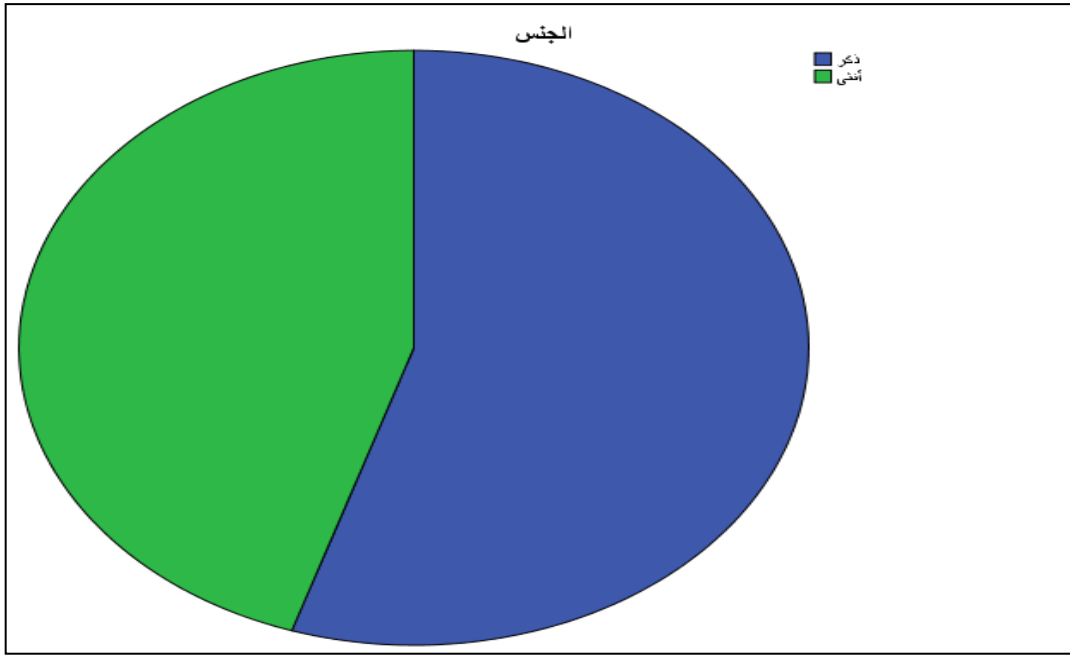
١. عرض البيانات و تحليل النتائج

الجدول (١) يمثل خصائص عينة الدراسة وفق متغير الجنس

| النوع | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| ذكر | ٤٤ | %٥٥ |
| أنثى | ٣٦ | %٤٥ |
| المجموع | ٨٠ | %١٠٠ |

من خلال الجدول أعلاه بالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (٨٠) فرداً، نلاحظ أن (٤٤) فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة مئوية بلغت %٥٥، أما حجم الاناث فقد بلغ (٣٦) أنثى قدرت ب %٤٥، وهذا موضح من خلال الشكل رقم (١)

ولعل هذا راجع إلى طبيعة محتويات هذا التطبيق التي تلبى رغبات الذكور أكثر مما تلبى رغبات الاناث، بالإضافة إلى سمعة التطبيق المنتشرة في الأوساط الشبابية التي تجعل الاناث لا يفصحن عن استخدام مثل هذه التطبيقات مقارنة بالذكور الذين لا يجدون حرج في الإفصاح عن استخدام هذا التطبيق، إضافة إلى ذلك أننا قمنا بتوزيع الاستثمارات بشكل عشوائي بحيث أننا لم نراعي التوزيع المتساوي بين الاناث والذكور.



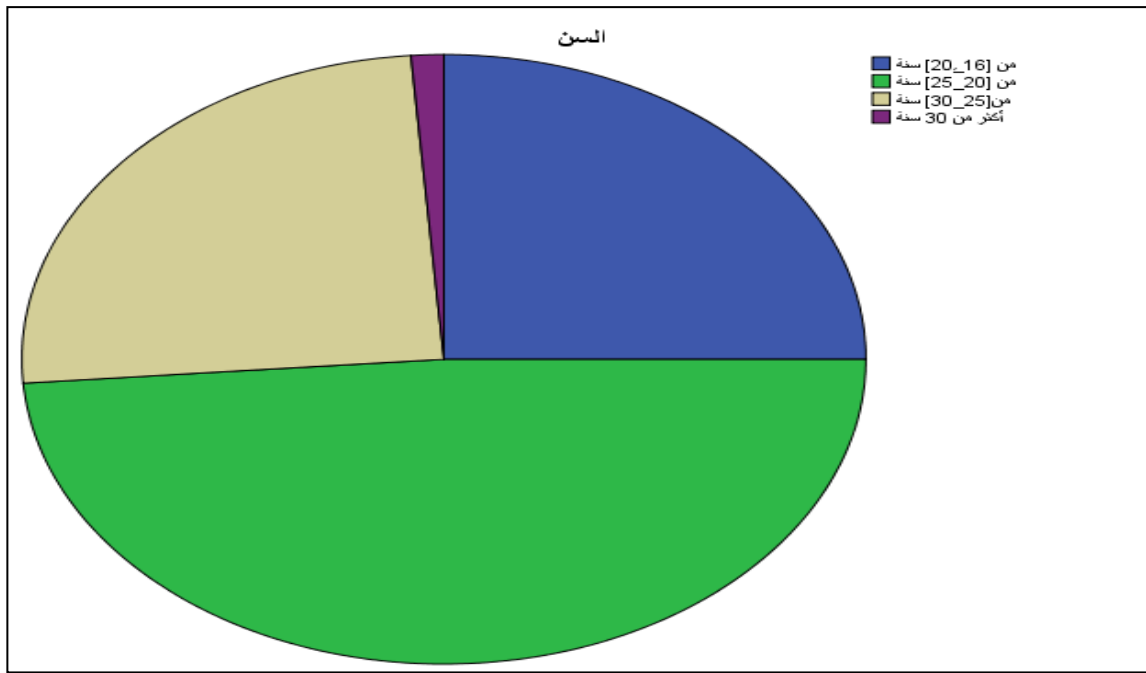
الشكل (١) : دائرة النسبية تبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الجنس

الجدول (٢) يمثل خصائص عينة الدراسة وفق متغير السن

| النسبة المئوية | التكرار | السن |
|----------------|---------|----------|
| ٢٥% | ٢٠ | ٢٠-١٦ |
| ٤٨,٨% | ٣٩ | ٢٥-٢٠ |
| ٢٥% | ٢٠ | ٣٠-٢٥ |
| ١,٣% | ١ | ٣٠ فأكثر |
| ١٠٠% | ٨٠ | الموضوع |

من خلال الجدول أعلاه بالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (٨٠) فرداً، نلاحظ أن (٢٠) فرداً بلغ سنهم من ٢٠-١٦ سنة بلغت ٢٥%، أما الذين يبلغ سنهم بين ٢٥-٢٠ فقد بلغ عددهم (٣٩) فرداً بنسبة مئوية قدرت ب ٤٨,٨%، والذين يبلغ سنهم بين ٣٠-٢٥ فقد بلغ عددهم (٢٠) بنسبة ٢٥%، في حين الذين أن الذين بلغ سنهم أكثر من ٣٠ عددهم (١) بنسبة ١,٣%، وهذا ما يوضحه الشكل (٢)

وقد يرجع ذلك أن المبحوثين الذين ينتمون إلى فئة من ٢٥_٢٠ هي الفئة التي تم مصادفتها على حساب باقي الفئات، على اعتبار أن التوزيع كان بطريقة عشوائية ولم نراعي فيه اختيار الفئات قصدياً.



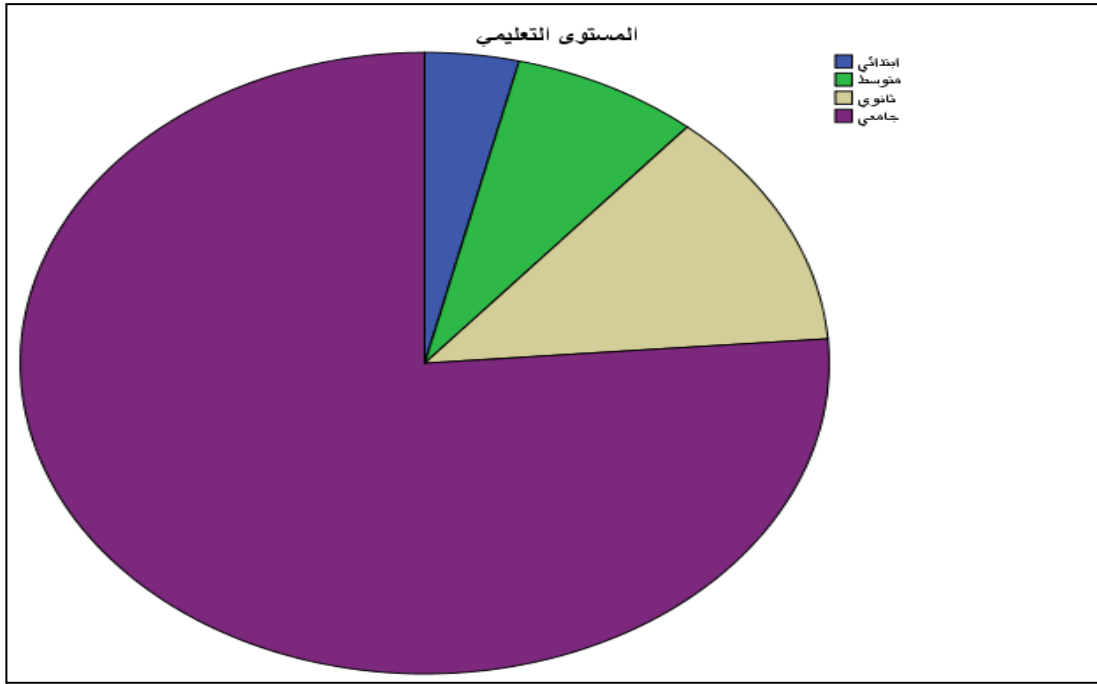
الشكل (٢) : دائرة النسبية تبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير السن

الجدول (٣) يمثل خصائص العينة حسب متغير المستوى

| النسبة المئوية | التكرار | المستوى التعليمي |
|----------------|---------|------------------|
| 3,8% | ٣ | ابتدائي |
| 7,5% | ٦ | متوسط |
| 12,5% | ١٠ | ثانوي |
| 76,3% | ٦١ | جامعي |
| 100% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (٣) بالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (٨٠) فرداً، نلاحظ (٣) أفراد ذوي التعليم الابتدائي بنسبة بلغت 3,8%، أما الذين لديهم تعليم متوسط فعددهم (٦) بنسبة 7,5%، وأصحاب التعليم الثانوي والذين عددهم (١٠) بنسبة 12,5%، في حين الذين لديهم تعليم جامعي والبالغ عددهم (٦١) بنسبة 76,3% وهذا ما يوضحه الشكل رقم (٣)

قد يرجع ذلك إلى أن الفئة ذات المستوى الجامعي أكثر إقبالا على مثل هذه التطبيقات الحديثة، وينطبق ذلك على الفئة ذات المستوى الثانوي لكن بدرجة أقل، بينما الفئة التي ذات المستوى الابتدائي والمتوسط بنسبة أقل على اعتبار مدى القدرة في فهم والتحكم في مثل هذه التطبيقات، بالإضافة إلى أن التوزيع كان بصفة عشوائية ولم نراعي فيه الاختيار القسدي لأفراد العينة لأي الفئات.



الشكل (٣) : دائرة النسبية تبين خصائص عينة الدراسة من حيث متغير المستوى التعليمي

الجدول (٤) منذ متى وأنت تستخدم tik tok؟

| النسبة المئوية | التكرار | البدايل |
|----------------|---------|------------------|
| 63,8% | 51 | أقل من سنة |
| 26,3% | 21 | من سنة إلى سنتين |
| 10% | 8 | أكثر من سنتين |
| 100% | 80 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (٤) نلاحظ أن اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (٨٠) فرداً انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال (٤) بالبديل "أقل من سنة" والبالغ عددهم (٥١) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 63,8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من سنة إلى سنتين" والبالغ عددهم (٢١) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 26,3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من سنتين" والبالغ عددهم (٨) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 10%.

ويرجع ذلك إلى حداثة التطبيق الذي يعتبر حديث النشأة في عالم التطبيقات الجديدة، بالإضافة إلى طبيعة المحتويات التي لم تكن تلقى اهتمام الفئة الشبابية إلا في الفترة الأخيرة وهذا ما يفسر النتائج المتوصل إليها.

الجدول (٥) ما هو الوقت المفضل لديك لاستخدام tik tok؟

| النسبة المئوية | التكرار | البدايل |
|----------------|---------|------------|
| ٠ | ٠ | صباحا |
| ٣,٨% | ٣ | ظهرا |
| ١٢,٥% | ١٠ | مساء |
| ٣٦,٣% | ٢٩ | ليلا |
| ٤٧,٥% | ٣٨ | حسب الظروف |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (٥) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم اجمالا (٨٠) فردا انقسمت إلى اربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال (٥) بالبديل "حسب الظروف" وقد بلغ عددهم (٣٨) فردا بنسبة مئوية بلغت ب ٤٧,٥%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ليلا" والبالغ عددهم (٢٩) بنسبة مئوية قدرت ب ٣٦,٣%، اما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت اجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مساء" والبالغ عددهم (١٠) بنسبة مئوية قدرت ب ١٢,٥%، في حين مثلت المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ظهرا" والبالغ عددهم (٣) بنسبة مئوية قدرت ب ٣,٨%.

ويفسر ذلك أنه لا يوجد وقت مفضل لدى المبحوثين لاستخدام هذا التطبيق، حيث يكون استخدامهم لتطبيق حسب الظروف الخاصة بهم، فمنهم من لديه ظروف متعلقة بالدراسة ومنهم من لديه ظروف متعلقة بالعمل... الخ، بينما يستخدم أفراد العينة التطبيق ليلا وذلك لكونهم يسهون العمل والدراسة في هذا الوقت بالإضافة إلى أنه وقت الفراغ، بينما يقل استخدام هذا التطبيق في وقت الظهر والمساء وذلك للانشغال بالدراسة والعمل والتواجد خارج المنزل والعمل، بينما ينعدم بها الاتصال صباحا.

الجدول رقم (٦) كم تستغرق من الوقت عند استخدام tik tok؟

| النسبة المئوية | التكرار | البدائل |
|----------------|---------|--------------------|
| ٥٣,٨% | ٤٣ | أقل من ساعة |
| ٣٧,٦% | ٣٠ | من ساعة إلى ساعتين |
| ٨,٨% | ٧ | أكثر من ساعتين |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (٦) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (٨٠) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (٦) بالبديل "أقل من ساعة" وقد بلغ عددهم (٤٣) فرداً بنسبة مئوية بلغت ٥٣,٨%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل من ساعة إلى ساعتين "والبالغ عددهم (٣٠) بنسبة مئوية مقدرة ب ٣٧,٦%، في حين نلاحظ أن ما نسبته ٨,٨% فقط تمثل في المجموعة الثالثة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "أكثر من ساعتين" والبالغ عددهم (٨)

ويفسر ذلك أن محتويات التطبيق والتي هي مجموعة قصيرة من الفيديوهات التي تكون مدتها ١٥ ثانية هذا ما يفسر إشباع الرغبة بسرعة حيث أن يمكن للمستخدم مشاهدة الكثير من الفيديوهات في وقت قصير جداً، ويمكن أن المستخدمين الجدد يقضون من ساعة إلى ساعتين فأكثر على اعتبار أن التطبيق جديد بالنسبة لهم ويعتبر محل للاكتشاف إشباع الفضول.

الجدول رقم (٧) هل تستخدم عادة tik tok

| النسبة المئوية | التكرار | البدائل |
|----------------|---------|-----------------|
| ٧١,٣% | ٥٧ | بمفردك |
| ٥% | ٤ | مع أفراد الأسرة |
| ٢٣,٣% | ١٩ | مع الأصدقاء |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (٧) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (٨٠) فرداً انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (٧) بالبديل "بمفردك" وقد بلغ

عدددهم (٥٧) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٧١,٣%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "مع الأصدقاء" والبالغ عددهم ١٩ فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٢٣,٣%، في حين نلاحظ ان ما نسبته ٥% فقط تمثل في المجموعة الثالثة التي تحتوى على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "مع أفراد الاسرة" و البالغ عددهم (٤) أفراد.

ويرجع هذا إلى أن فئة الشباب ترغب بتصفح مثل هذه التطبيقات بمفردها كما أن هذا التطبيق يمثل نقطة جدل في المجتمع حيث طالته الكثير من الانتقادات مما يشكل لبعض المستخدمين الحرج في مشاركة ذلك مع الاخرين، بينما يقل هذا الحرج تدريجا مع الأصدقاء حيث يجد بعض المستخدمين المتعة في مشاركة محتويات التطبيق مع اصدقائهم، بينما يتجنبون ذلك مع أفراد الأسرة وذلك راجع للمحتويات التي يم نشرها على التطبيق والتي في أغلب الأحيان تتنافى مع ما هو سائد في الأوساط الأسرية.

الجدول رقم (٨) هل تستخدم tik tok كزائر؟

| النسب المئوية | التكرار | البدائل |
|------------------------------|---------|---------|
| ٦٢,٥% | ٥٠ | نعم |
| ٣٧,٥% | ٣٠ | لا |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |
| اذا كانت اجابتك ب"نعم" لماذا | | |
| النسبة المئوية | التكرار | البدائل |
| ٦٢% | ٣١ | الفضول |
| ٣٨% | ١٩ | الترفيه |
| ١٠٠% | ٥٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (٨) نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٨٠) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابتهم على السؤال رقم (٨) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (٥٠) فردا بنسبة مئوية بلغت ٦٢,٥%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (٣٠) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ٣٧,٥% وكانت اسباب عدم تسجيل حساب على التيك توك ترجع حسبهم إلى الفضول فقط وبلغ عددهم (٣١) فراد بنسبة مئوية قدرت ب ٦٢% اما الأفراد الذين يرغبون في الترفيه فقط بلغ عددهم (١٩) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٣٨%

ويفسر ذلك بأن أغلب المستخدمين لا يملكون صفحات شخصية على هذا التطبيق أن أغلبهم يدخلون اليهم بدافع الفضول والاستكشاف والترفيه ولا يرغبون بالمشاركة على هذا التطبيق، بالإضافة أن هناك من المستخدمين يغادرونه بعد مدة قصيرة من استخدامه، بينما الفئة التي تملك حساب على هذا التطبيق هم من يرغبون بالمشاركة والاستفادة من كل خدماته.

الجدول رقم (٩) ان كنت تمتلك حساب على tik tok هل صفحتك؟

| النسب المئوية | التكرار | البدايل |
|---------------|---------|----------------------|
| ٢١,٢% | ١٧ | شخصية |
| ١,٣% | ١ | متاحة لأفراد العائلة |
| ٦,٣% | ٥ | متاحة للأصدقاء |
| ٨,٨% | ٧ | متاحة للجميع |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (٩) نلاحظ أن اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم اجمالاً (٨٠) فرداً انقسمت إلى اربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على سؤال (٩) بالبديل "شخصية" وقد بلغ عددهم (١٧) فرداً بنسبة مئوية قدرت ب ٢١,٨%، اما المجموعة الثانية فتتمثل الأفراد الذين كانت اجابتهم على السؤال بالبديل "متاحة للجميع" والبالغ عددهم (٧) بنسبة مئوية قدرت ب ٨,٨%، بينما نلاحظ أن ما نسبته ٦,٣% فقد تمثل في المجموعة الثالثة التي تحتوي على الأفراد الذين اجابوا على السؤال بالبديل "متاحة للأصدقاء" والبالغ عددهم ٥، في حين نلاحظ ان المجموعة الرابعة والاخيرة والتي تمثل أفراد العينة الذين اجابوا على السؤال بالبديل "متاحة لأفراد العائلة" والذين يبلغ عددهم (١) بنسبة مئوية مقدرة ب ١,٣%.

ويرجع هذا إلى أن أغلب المستخدمين يبحثون عن الخصوصية والحرية في استخدام هذا التطبيق، ويهربون من الأصدقاء والعائلة من الواقع إلى العالم الافتراضي لتعبير بحرية مطلقة دون رقابة من العائلة والأصدقاء.

الجدول رقم (١٠) ماهي الخدمات المفضلة لديك أثناء استخدامك tik tok؟

| النسب المئوية | التكرار | البدائل |
|---------------|---------|-----------------------------|
| ٧٣,٦% | ٦٧ | مشاهدة الفيديوهات |
| ١١% | ١٠ | الردشة |
| ١٢,١% | ١١ | التعليق |
| ٣,٣% | ٣ | مشاركة الفيديوهات الخاصة بك |
| ١٠٠% | ٩١ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١٠) نلاحظ أن اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٨) فردا انقسمت إلى اربع مجموعات، تمثلت المجموعة الاولى في الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على السؤال رقم (١٠) بالبديل "مشاهدة الفيديوهات" وقد بلغ عددهم (٦٧) بنسبة مئوية قدرت ب ٧٣,٦%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال بالبديل "التعليق" والبالغ عددهم (١١) بنسبة مئوية قدرت ب ١٢,١%، اما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الردشة" والبالغ عددهم (١٠) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ١١%، بينما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال بالبديل "مشاركة الفيديوهات الخاصة بك" والبالغ عددهم (٣) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ٣,٣%.

ويرجع هذا ان التطبيق اساسا يحتوى على الفيديوهات القصيرة ويكون من السهل الوصول اليها ولهذا فإن أغلبية أفراد يستخدمون التطبيق من أجل مشاهدة فالفيديوهات، كما أن غالبية المبحوثين لا يملكون حساب شخصي وهذا ما يفسر النتائج الضعيفة المتعلقة بكل من الدردشة و التعليق ومشاركة الفيديوهات حيث أن يجب عليك التسجيل للاستفادة من هذه الخصائص.

الجدول رقم (١١) هل تقوم بإنشاء فيديوهات بواسطة تطبيق tik tok؟

| النسب المئوية | التكرار | البدائل |
|---------------|---------|---------|
| ٢٨% | ٢٠ | احيانا |
| ٦٨,٥% | ٥٥ | نادرا |
| ٦,٣% | ٥ | دائما |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١١) نلاحظ ان إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم اجمالاً (٨٠) فرداً انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على السؤال رقم (١١) بالبديل "نادراً" وقد بلغ عددهم (٥٥) بنسبة مئوية قدرت ب ٦٨,٥%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" والبالغ عددهم (٢٠) فرداً بنسبة مئوية قدرت ب ٢٨%، في حين نلاحظ أن ما نسبته ٦,٣% فقط تمثل المجموعة الثالثة تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "دائماً" والبالغ عددهم ٥ أفراد.

ويفسر هذا أن أغلب المستخدمين يرغبون بالاستكشاف والمشاهدة فقط دون انشاء و مشاركة فيديو هاتهم الخاصة، كما أن أغلب المستخدمين لا يملكون حساب على التطبيق مما يلغي امكانية انشاء المستخدم للفيديوهات دون تسجيل حساب على تطبيق التيك توك.

الجدول رقم (١٢) ماهي دوافع استخدامك لتطبيق tik tok?

| النسب المئوية | التكرار | البدايل |
|---------------|---------|---|
| ٥٢,٩% | ٦٤ | الترفيه والتسلية وتمضية الوقت |
| ٩,٩% | ١٢ | التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي |
| ١١,٦% | ١٤ | التعرف على الثقافات وانماط معيشة مختلفة |
| ١٣,٢% | ١٦ | الهروب من الواقع والملل |
| ٩,٩% | ١٢ | الاهتمام بمتابعة المواهب |
| ٢,٥% | ٣ | التواصل مع الأصدقاء |
| ٠% | ٠ | اخرى |
| ١٠٠% | ١٢١ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١٢) نلاحظ ان اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٨٠) فرداً انقسمت إلى ست مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابتهم على السؤال رقم (١٢) بالبديل "الترفيه والتسلية وتمضية الوقت" وقد بلغ عددهم (٦٤) فرداً بنسبة مئوية قدرت ب ٥٢,٩%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الهروب من الواقع والملل" والبالغ عددهم (١٦) فرداً بنسبة مئوية قدرت ب ١٣,٢%، اما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "التعرف على الثقافات وانماط معيشة مختلفة" والبالغ عددهم (١٤) فرداً بنسبة مئوية قدرت

ب ١١,٦%، اما المجموعة الرابعة والخامسة فتمثل الأفراد الذين اجابوا على هذا السؤال بالبديل التلخص من الفراغ العاطفي والاجتماعي " والبديل "الاهتمام بمتابعة المواهب" والبالغ عددهم (١٢) في كل مجموعة بنسبة مئوية قدرت ب ٩.٩%، في حين نلاحظ ان ما نسبته ٢,٥% فقد تمثل في المجموعة السادسة التي تحتوى على الأفراد الذين اجابوا على هذا السؤال بالبديل " التواصل مع الأصدقاء " والبالغ عددهم (٣) أفراد.

ويرجع هذا إلى أن اغلب الشباب يستخدمون مثل هذه التطبيقات من أجل الترفيه والتسلية وتمضية الوقت وكما هو شائع عن أغلب التطبيقات في مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الهروب من الواقع والملل، بينما تقل و تختلف أسبابهم الأخرى والتي تعتبر هامشية مقارنة بالسبب الرئيسي، حيث أن متابعة المواهب والذي هو السبب الرئيسي الذي جاء من أجله التطبيق والذي يدعم المواهب الشبابية كان آخر سبب دفع الشباب إلى استخدام هذا التطبيق.

الجدول رقم (١٣) هل تحس بالراحة عند استخدامك من خلال تطبيق tik tok ؟

| النسبة المئوية | التكرار | البدايل |
|----------------|---------|---------|
| ٥٢,٥% | ٤٢ | أحيانا |
| ٣٠% | ٢٤ | نادرا |
| ١٥,٥% | ١٤ | دائما |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١٣) نلاحظ ان اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم اجمالا (٨٠) فردا انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على السؤال رقم (١٣) بالبديل "احيانا" وقد بلغ عددهم(٤٢) بنسبة مئوية قدرت ب ٥٢,٥%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (٢٤) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٣٠%، في حين نلاحظ أن ما نسبته ١٥,٥% فقط تمثل المجموعة الثالثة تحتوي على الأفراد الذين اجابوا على هذا السؤال بالبديل "دائما" والبالغ عددهم ١٤ فردا.

وقد يرجع ذلك أن أغلبية المبحوثين يستخدمون التطبيق من أجل الاستكشاف وإشباع الفضول وأن التطبيق لا يمددهم بأي طاقة ايجابية عند استخدامهم إلا أحيانا او

في حالات نادرة وهذا ما يفسر عدم استخدام التطبيق لوقت طويل أو تسجيل حساب شخصي عليه.

الجدول رقم (١٤) ماهي الخصائص المتوفرة على tik tok وتلبي رغباتك؟

| النسبة المئوية | التكرار | البدائل |
|----------------|---------|-------------------------|
| ٨,٤% | ٨ | خاصية الدردشة |
| ٥١,٦% | ٤٩ | خاصية تحميل الفيديوهات |
| ٢٠% | ١٩ | خاصية مشاركة الفيديوهات |
| ١٤,٧% | ١٤ | خاصية التعليق |
| ٥,٣% | ٥ | خاصية الاشارة |
| 100% | ٩٥ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١٤) اكتفي نلاحظ أن اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٨٠) فردا انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابتهم على السؤال رقم (١٤) بالبديل "خاصية تحميل الفيديوهات" وقد بلغ عددهم (٤٩) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٥١,٦%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "خاصية مشاركة الفيديوهات" والبالغ عددهم (١٩) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٢٠%، اما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "خاصية التعليق" والبالغ عددهم (١٤) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ١٤,٧%، اما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "خاصية الدردشة" والبالغ عددهم (٨) بنسبة مئوية قدرت ب ٨.٤%، في حين نلاحظ ان ما نسبته ٥,٣% فقد تمثل في المجموعة الخامسة التي تحتوى على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "خاصية الاشارة" والبالغ عددهم (٥) أفراد.

وقد يرجع ذلك أن استخدام المبحوثين للتطبيق من أجل تحميل الفيديوهات والاحتفاظ بها وإعادة مشاركتها في التطبيقات الأخرى، بالإضافة إلى سهولة تحميلها من خلال هذا التطبيق حيث أن عملية التحميل لا تستغرق الا ثواني قليلة ولا تستدعي تسجيل حساب على تطبيق التيك توك مثل باقي الخصائص التي تتطلب الاستفادة منها أن يملك المستخدم حسابا شخصيا على التطبيق.

الجدول رقم (١٥) ما الحاجات التي ترى أن tik tok يستطيع ان يلبئها لك؟

| النسب المئوية | التكرار | البدائل |
|---------------|---------|------------------------------|
| ١٠,٦% | ١٢ | الشهرة |
| ٤٦,٩% | ٥٣ | الترفيه |
| ٩,٧% | ١١ | التسويق لمنتجات وأفكار جديدة |
| ٢٥,٧% | ٢٩ | عرض المواهب |
| ٧,١% | ٨ | معالجة المواضيع الاجتماعية |
| ٠% | ٠ | اخرى اذكرها |
| ١٠٠% | ١١٣ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١٥) نلاحظ ان اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٨٠) فردا انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (١٥) بالبديل "الترفيه" وقد بلغ عددهم (٥٣) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٤٦,٩%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "عرض المواهب" والبالغ عددهم (٢٩) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٢٥,٧%، اما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التسويق لمنتجات وأفكار جديدة" والبالغ عددهم (١١) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٩,٧%، اما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "الشهرة" والبالغ عددهم (١٢) بنسبة مئوية قدرت ب ١٠,٦%، في حين نلاحظ ان ما نسبته ٧,١% فقد تمثل في المجموعة الخامسة التي تحتوى على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "معالجة المواضيع الاجتماعية" والبالغ عددهم (٨) أفراد.

ويفسر هذا أن أغلب مستخدمي تطبيق التيك توك من أجل الترفيه وقضاء وقت بمشاهدة الفيديوهات القصيرة المسلية والتعليق عليها ومشاركتها والاحتفاظ بها، بالإضافة إلى عرض المواهب الصاعدة التي تعرض مواهبها على هذا التطبيق من أجل الشهرة و التسويق للمنتجات وأفكار جديدة، كما أنها تعالج بعض المواضيع الاجتماعية التي تهتم المستخدم وتلبي رغباته.

الجدول رقم (١٦) ما مدى رضاك عن مستوى tik tok وما يقدمه من خدمات؟

| النسب المئوية | التكرار | البدائل |
|---------------|---------|---------|
| ٢٧,٥% | ٢٢ | جيد |
| ٤٣,٨% | ٣٥ | متوسط |
| ٢٨% | ٢٣ | ضعيف |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١٦) نلاحظ أن اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم اجمالاً (٨٠) فردا انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على السؤال رقم (١٦) بالبديل "متوسط" وقد بلغ عددهم (٣٥) بنسبة مئوية قدرت ب ٤٣,٨%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ضعيف" والبالغ عددهم (٢٣) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٢٨%، في حين نلاحظ أن ما نسبته ٢٧,٥% فقط تمثل المجموعة الثالثة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "جيد" والبالغ عددهم ٢٢ فردا.

ويرجع ذلك إلى أن أغلب المبحوثين ينظرون إلى هذه التطبيق بنظرة شخصية وليست حيادية، وتتم عملية تقييم هذا التطبيق بناء على محتوياته من فيديوهات أثارت الكثير من الجدل لا على مستوى الخدمات التي يقدمها التطبيق ويقوم بدعمها مثل خدمة تحميل الفيديوهات وتعديلها وازافة المؤثرات عليها، حيث أن تقييم هنا كان مقتصر على ما يتم عرضه من محتوى فقط.

الجدول رقم (١٧) ماهي الإشباعات التي حققتها عند استخدامك tik tok؟

| النسبة المئوية | التكرار | البدايل |
|----------------|---------|----------|
| ١٦,٥% | ١٦ | ثقافية |
| ١١,٣% | ١١ | نفسية |
| ٩,٣% | ٩ | اجتماعية |
| ٦٢,٩% | ٦١ | ترفيهية |
| ١٠٠% | ٩٧ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١٧) نلاحظ أن اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٨٠) فردا انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على السؤال رقم (١٧) بالبديل "ترفيهية" وقد بلغ عددهم (٦١) بنسبة مئوية قدرت ب ٦٢,٩%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ثقافية" والبالغ عددهم (١٦) بنسبة مئوية قدرت ب ١٦,٥%، اما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نفسية" والبالغ عددهم (١١) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ١١,٣%، بينما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال بالبديل "اجتماعية" والبالغ عددهم (٩) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ٩,٣%.

وما يلاحظ أن عوامل استخدام تطبيق التيك توك والإشباعات المتحققة منه متعددة وتختلف بالنسبة إلى مستخدميه غير أن الترفيه يعتبر من أهم الإشباعات التي

يسعى إلى تحقيقها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي والتي توصلت إليها العديد من الدراسات، ويعود هذا الأمر إلى طبيعة هذه المواقع عامة وتطبيق التيك توك بشكل خاص والذي كان الهدف الأول من انشائه لأول مرة خلق جو جديد من المرح والترفيه للمستخدمين.

الجدول رقم (١٨) غيابك عن التطبيق لفترة يشعر ب:

| النسبة المئوية | التكرار | البدايل |
|----------------|---------|-----------------|
| ٨,٦% | ٧ | القلق والاضطراب |
| ٢٩,٦% | ٢٤ | الفراغ |
| ٦١,٦% | ٥٠ | لا تشعر بشيء |
| ١,٢% | ١ | أخرى اذكرها |
| ١٠٠% | ٨١ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١٨) نلاحظ أن اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٨٠) فردا انقسمت إلى اربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (١٨) بالبديل "لا تشعر بشيء" وقد بلغ عددهم (٥٠) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٦٢,٦%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الفراغ" والبالغ عددهم (٢٤) فردا بنسبة مئوية قدرت ب ٢٩,٦%، اما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "القلق والاضطراب" والبالغ عددهم (٧) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ٨,٦%، بينما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى" والبالغ عددهم (١) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ١,٢%.

ويرجع هذا إلى أن أغلب المبحوثين يستخدمون تطبيق التيك توك بدافع الفضول والاستكشاف فهو بنظرهم مجرد تطبيق لتسلية ولا يشكل الغياب عنه أي فارق، واستخدامه يكون من أجل ملء وقت الفراغ فقط.

الجدول رقم (١٩) هل أنت قادر على التوقف عن استخدام tik tok بصفة نهائية؟

| النسبة المئوية | التكرار | البدايل |
|-----------------------------|---------|------------------|
| ٦٢,٥% | ٥٠ | نعم |
| ١٠% | ٨ | لا |
| ٢٧,٥% | ٢٢ | ربما |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |
| إذا كانت اجابتك ب لا: لماذا | | |
| النسبة المئوية | التكرار | البدايل |
| ٦٢,٥% | ٥ | الادمان عليه |
| ٣٧,٥% | ٣ | الشعور بالاكتئاب |
| ١٠٠% | ٨ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (١٩) نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٨٠) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابتهم على السؤال رقم (١٩) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (٥٠) فردا بنسبة مئوية بلغت ٦٢,٥%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (٨) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ١٠% وكانت أسباب عدم القدرة على لتخلي على تطبيق التيك توك تعود إلى الادمان عليه وبلغ عددهم (٥) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ٦٢,٥% اما الأفراد الذين يشعرون بالاكتئاب عند تركه فقد بلغ عددهم (٣) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب ٣٧,٥%، في حين نلاحظ أن ما نسبته ٢٧,٥% فقط تمثل المجموعة الثالثة تحتوي على الأفراد الذين اجابوا على هذا السؤال بالبديل "ربما" والبالغ عددهم ٢٢ فردا.

ويفسر هذا النتائج السابقة التي أثبتت أن تطبيق التيك توك لا يشكل فارق لدى المستخدمين أن التوقف النهائي عن استخدامه لا يسبب لهم أي مشاكل، وأن أغلبهم يستخدمه للاستكشاف وأنه فأي لحظة يمكنهم حذفه والتوقف عن استخدامه.

الجدول (٢٠) هل أثر تطبيق tik tok على تفكيرك ونمط حياتك؟

| النسبة المئوية | التكرار | البدايل |
|----------------|---------|---------|
| ٢١,٣% | ١٧ | قليلا |
| ٣,٨% | ٣ | كثيرا |
| ٧٥% | ٦٠ | اطلاقا |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (٢٠) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم اجمالاً (٨٠) فرداً انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (٢٠) بالبديل "اطلاقاً" وقد بلغ عددهم (٦٠) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ ٧٥ %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "قليلاً" والبالغ عددهم (١٧) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ ٢١,٣ %، في حين نلاحظ أن ما نسبته ٣,٨ % فقط تمثل المجموعة الثالثة تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "كثيراً" والبالغ عددهم ٣ أفراد.

وهذا ما يدعم النتائج السابقة التي أوضحت أن هذا التطبيق لا يشكل أهمية لدى المستخدمين، وأن استخدامه لم يؤثر اطلاقاً على تفكيرهم ونمط حياتهم وأنه لم يحدث أي تغيرات جديدة على طبيعة حياتهم، وأنه تطبيق كباقي التطبيقات المتواجدة على الشبكات الاجتماعية التي يستخدمونها من أجل قضاء الوقت والترفيه.

الجدول (٢١) ما هو تقييمك النهائي لتطبيق tik tok كمتصفح أو مستخدم؟

| النسبة المئوية | التكرار | البدايل |
|----------------|---------|----------|
| ٢٥% | ٢٠ | جيد |
| ١٢,٥% | ١٠ | جيد جداً |
| ٣٧,٥% | ٣٠ | متوسط |
| ٢٢,٥% | ١٨ | سيء |
| ٢,٥% | ٢ | ممتاز |
| ١٠٠% | ٨٠ | المجموع |

من خلال الجدول رقم (٢١) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (٨٠) فرداً انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (٢١) بالبديل "متوسط" وقد بلغ عددهم (٣٠) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ ٣٧,٥ %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "سيء" والبالغ عددهم (١٨) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ ٢٢,٥ %، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "جيد" والبالغ عددهم (٢٠) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ ٢٥ %، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "جيد جداً" والبالغ عددهم (١٠) بنسبة مئوية قدرت بـ ١٢,٥ %، في حين نلاحظ أن ما نسبته ٢,٥ % فقد تمثل في المجموعة الخامسة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "ممتاز" والبالغ عددهم (٢) أفراد.

وهذا راجع إلى أن مستخدمي تطبيق تيك توك ينظرون للمحتويات التي تعرض على التطبيق على حساب الخدمات التي يقدمها، بالإضافة إلى الانتقادات الموجهة لتطبيق لما يعرضه من محتويات وفيديوهات وهذا ما يؤثر على التقييم النهائي للتطبيق.

٢. نتائج الدراسة:

انطلقت الدراسة من مدخل الاستخدامات والإشباعات في التعرف على استخدام الشباب لتطبيق اليك توك والإشباعات التي يحققونها من خلال ذلك الاستخدام، حيث سنستعرض أهم النتائج المتعلقة بخصائص عينة البحث ثم عرض أهم النتائج المتعلقة بأهداف وتساؤلات الدراسة:

أولاً: خصائص مفردات العينة:

- ❖ كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من المبحوثين كانت من فئة الذكور بنسبة (٥٥%) مقابل (٤٥%) للإناث وبالنسبة للسن كانت الفئة العمرية الأعلى نسبة فئة (٢٥/٢٠ سنة) بنسبة (٤٨.٨%) مقابل نسبة (٢٥%) لفئتي (٢٠/١٦ سنة) و (٣٠/٢٥ سنة) ونسبة (١.٣%) لفئة (٣٠ سنة فأكثر).
- ❖ بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين من ذوي المستوى الجامعي حيث بلغت نسبتهم (٧٦.٣%) يليهم ذوي المستوى الثانوي بنسبة (١٢.٥%) ثم يليهم ذوي المستوى المتوسط بنسبة (٧.٥٥%) وأخيراً ذوي المستوى التعليمي الابتدائي بنسبة (٣.٨%).

ثانياً: عادات وأنماط استخدام الشباب لتطبيق التيك توك

- ❖ أوضحت نتائج الدراسة عن أن غالبية المبحوثين يستخدمون تطبيق تيك توك منذ أقل من سنة بنسبة (٦٣.٨%) يليهم من يستخدمونه من سنة إلى سنتين بنسبة (٢٦.٣%) ثم من يستخدمونه لأكثر من سنتين بنسبة (١٠%).
- ❖ كشفت الدراسة أن معظم المبحوثين يستخدمون تطبيق تيك توك حسب الظروف بنسبة (٤٧.٥%) يليها الاستخدام في فترة الليلية بنسبة (٣٦,٣%) ثم تليها الاستخدام في فترة المسائية بنسبة (١٢.٥%) ثم تليها أخيراً الاستخدام ظهراً بنسبة (٣,٨%).
- ❖ أوضحت نتائج الدراسة عن أن غالبية المبحوثين يستخدمون تطبيق تيك توك لأقل من ساعة بنسبة (٥٣.٨%) ثم تليها من يستخدمونه من ساعة إلى ساعتين بنسبة (٣٧.٦%) ثم أخيراً من يستخدمونه لأكثر من ساعتين بنسبة (٨.٨%).

❖ كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام تطبيق تيك توك بشكل منفرد بنسبة (٧١.٣%) ويمكن إرجاع هذا الأمر إلى طبيعة هذه الوسائط الجديدة التي تنزع إلى الفردية في الاستخدام في ظل وجود بدائل تغني عن الاستخدام الجماعي للوسائط أو الوسائط، كما يرجع ذلك إلى خصوصية التي عادة ما يجنح فيها الشباب في محاولة إلى التحرر والتي تقابلها حالات الانطوائية وتؤدي كلتا الحالتين إلى تفضيل الاستخدام المنفرد، كما يلاحظ أن الاستخدام مع الأصدقاء مثل ما نسبته (٢٣.٣%) مقابل نسبة (٥%) للاستخدام مع أفراد الأسرة ويعود هذا الأمر إلى نزوع الشباب إلى الانفلات أو التملص من السلطة الأسرية والتمرد على سلطة الآباء أو الكبار التي تميز هذه المرحلة.

ثالثاً: دوافع وحاجات استخدام الشباب لتطبيق تيك توك:

❖ توصلت الدراسة ان أغلب المبحوثين يستخدمون تطبيق التيك توك دون تسجيل حساب "كزائر" بنسبة (٦٢,٥%) ويمكن ارجاع هذا إلى مجرد الاستكشاف والفضول والترفيه وفي ظل وجود هذه الخاصية ما يجعلهم في غنى عن تسجيل حساب شخصي، مقابل ما نسبته (٣٧,٥%) بالنسبة للأفراد الذين يمتلكون حساباً شخصياً على تطبيق تيك توك

❖ اوضحت الدراسة ان غالبية المبحوثين الذين يمتلكون حساب على تطبيق تيك توك أن صفحاتهم تكون شخصية بنسبة (٢١,٢%) وهذا راجع لإضفاء الخصوصية على ما يقومون بنشره على صفحاتهم، كما يلاحظ أن الصفحات المتاحة للجميع مثل ما نسبته (٨,٨%) مقابل نسبة (٦,٣%) للأفراد الذين تكون صفحاتهم متاحة للأصدقاء، ثم أخيراً الأفراد الذين تكون صفحاتهم متاحة لأفراد العائلة بنسبة (١,٣%).

❖ أظهرت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يفضلون خدمة مشاهدة الفيديوهات بنسبة (٧٣.٦%) وثانياً خدمة الدردشة بنسبة (١١%) وثالثاً خدمة التعليق بنسبة (١٢,١%) وأخيراً خدمة مشاركة الفيديوهات الخاصة بك بنسبة (٣.٣%).

❖ كشفت الدراسة أنه من النادر أن يقوم أفراد العينة بإنشاء فيديوهات بواسطة تطبيق تيك توك بنسبة (٦٨,٥%) ثم تليها الأفراد الذين يقومون أحياناً بإنشاء الفيديوهات بنسبة (٢٨%) وأخيراً الأفراد الذين ينشؤون فيديوهات بشكل دائم بواسطة تطبيق تيك توك بنسبة (٦,٣%)

❖ أظهرت نتائج الدراسة أن دافع الترفيه والتسلية وتمضية الوقت كان أهم الدوافع التي تقف وراء استخدام المبحوثين لتطبيق تيك توك بنسبة

(٥٢.٩%) وتلاه بنسب متفاوتة دافع الهروب من الواقع والملل بنسبة (١٣.٢%) فدافع التعرف على الثقافات وأنماط معيشة مختلفة بنسبة (١١.٦%) ثم بنسب متساوية كل من دافع التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي و دافع الاهتمام بمتابعة المواهب (٩.٩%) وأخيرا دافع التواصل مع الأصدقاء بنسبة (٢.٥%)

رابعاً: الإشباعات المحققة من خلال استخدام الشباب لتطبيق تيك توك:

- ❖ كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين أنهم أحيانا يشعرون بالراحة عند استخدامهم لتطبيق تيك توك بنسبة (٥٢.٥%) ويليه الأفراد الذين من النادر ما يشعرون بالراحة عند استخدامه بنسبة (٣٠%) وأخيرا الأفراد الذين يشعرون بالراحة بشكل دائم عند استخدامه بنسبة (١٥.٥%).
- ❖ كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين أجمعوا على أن من أكثر خصائص تطبيق تيك توك تلبية لرغباتهم كانت خاصية تحميل الفيديوهات بنسبة (٥١.٦%) ثم خاصية مشاركة الفيديوهات بنسبة (٢١%) فخاصية التعليق بنسبة (١٤.٧%) ثم خاصية الدردشة بنسبة (٨.٤%) فخاصية الإشارة بنسبة (٥.٣%).
- ❖ يتصدر قائمة الحاجات التي يلبيها تطبيق تيك توك لأفراد العينة الحاجة إلى الترفيه بنسبة (٤٧.٩%) فالحاجة إلى عرض المواهب بنسبة (٢٥.٧%) ثم الحاجة إلى الشهرة بنسبة (١٠.٦%) فالحاجة إلى التسويق لمنتجات وأفكار جديدة بنسبة (٩.٧%) ثم الحاجة إلى معالجة المواضيع الاجتماعية بنسبة (٧.١%).
- ❖ كشفت الدراسة أن مدى الرضا عن مستوى تطبيق تيك توك وما يقدمه لهم من خدمات بشكل متوسط بنسبة (٤٣.٨%) و بنسبة (٥٧.٩%) وهو بالنسبة إليهم وسيلة جديدة للتسلية والترفيه بنسبة (٤٦.٤%) وأيضا يلبي كافة احتياجاتهم الشخصية بنسبة (٣٠.٤%).
- ❖ كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين أجمعوا على أن من أكثر الإشباعات المحققة من استخدام تطبيق التيك توك هي الإشباعات الترفيهية بنسبة (٦٢.٩%) ثم الإشباعات الثقافية بنسبة (١٦.٥%) فالإشباع النفسية بنسبة (١١.٣%) وأخيرا الإشباعات الاجتماعية بنسبة (٩.٣%).
- ❖ كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين لا يشعرون بشيء عند غيابهم عن استخدامهم لتطبيق تيك توك بنسبة (٦١.٦%) مقابل (٢٩.٦%) يشعرون بالفراغ عند غيابهم عن استخدام تطبيق التيك توك، بينما الذين يشعرون

بالقلق والاضطراب عند غيابهم عن استخدام التطبيق بنسبة مقابل (٨.٦%) وأخيرا أسباب أخرى بنسبة (١.٢%).

❖ كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين أجمعوا على أنهم مستعدين لتوقف نهائيا عن استخدام تطبيق التيك توك بنسبة (٦٢.٥%)، مقابل (٢٧.٥%) من أفراد العينة مترددين في التوقف عن استخدامه، وأخيرا الأفراد الذين لا يستطيعون التوقف عن استخدامه نهائيا بنسبة (١٠%) معللين ذلك بأن التطبيق جعلهم يدمنون عليه ولا يستطيعون التوقف عن استخدامهم، كما أن التوقف عن استخدامه يشعرهم بالاكئاب والاحباط النفسي.

❖ أجمع أغلبية المبحوثين على أن استخدامهم لتطبيق تيك توك لم يؤثر على تفكيرهم ونمط حياتهم بنسبة (٧٥%)، بمقابل (٢١,٣%) من يرون أن تطبيق أثر على تفكيرهم ونمط حياتهم عند استخدامه، وأخيرا الأفراد الذين يرون أن تطبيق أثر وبشكل كبير على تفكيرهم ونمط حياتهم بنسبة (٣,٨%).

❖ كشفت الدراسة في الأخير أن التقييم النهائي لأفراد لتطبيق التيك توك سواء كمستخدمين أو متصفحين له هو متوسط بنسبة (٣٧.٥%)، مقابل (٢٥%) من المستخدمين و المتصفحين يرون أن تطبيق تيك توك جيد، بينما المستخدمين و المتصفحين الذين يرون أن تطبيق تيك توك سيئ بنسبة (٢٢%)، وتلاه الأفراد الذين يرون أن تطبيق التيك توك جيد جدا بنسبة (١٢.٥%) وأخيرا الأفراد الذين يرون أن تطبيق التيك توك ممتاز بنسبة (٢.٥%).

٣. اقتراحات و توصيات :


١. أن الموضوع الذي تطرقت إليه في هذه الدراسة يعد من أهم وأبرز المواضيع التي يمكن التطرق إليها والاهتمام بها من طرف الباحثين في مشوارهم العلمي والأكاديمي
٢. أقترح هنا ضرورة إعادة النظر في استخدام هذا النوع من التطبيقات ومحاولة الإلمام بكل جوانبها، لتجنب السلبيات التي لا تعد ولا تحصى، حتى وإن وجدت إيجابيات فهي قليلة جدا
٣. وفي ظل انتشار مثل هذه التطبيقات في مجتمعنا، توجد ضرورة حتمية لتكثيف إجراء بحوث علمية أكاديمية في مجال التكنولوجيات الجديدة والتطبيقات الخاصة.

الخاتمة

الخاتمة

لقد تعددت أشكال الوسائط الجديدة واختلفت معها مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها، وأخذت في الظهور باستمرار مع التطور الذي يشهده العالم، وفي الوقت نفسه ازداد الإقبال عليها من قبل المستخدمين الذين يحددون مسبقا الهدف من استخدامها، فمن المتعارف عليه أن كل وسيلة أو خدمة حديثة هي مكملة لما قبلها من الأشكال الجديدة لمواقع التواصل الاجتماعي تطبيق التيك توك والذي كان محور هذه الدراسة .

وجاءت هذه الدراسة للكشف عن استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع المحققة منه، بناء على أنماط وعادات ودوافع وطرق استخدام الشباب له، وكذا الإشباع المحققة للشباب في جميع المجالات، ولقد خلصت الدراسة إلى أن تطبيق التيك توك يعمل على إشباع الرغبات من خلال مقاطع الفيديو القصيرة والتفاعل معها وإعادة نشرها والاحتفاظ بها بالإضافة إلى متابعة المواهب الجديدة، بالإضافة إلى أن هذا التطبيق يمنحهم الراحة التي يبحثون عنها في مواقع التواصل الاجتماعي.



قائمة المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع:
القواميس والمعاجم

١. أبو الفضل الدين ابن منظور: لسان العرب، م٦، دار صادر، بيروت، ١٩٩٠.
٢. علي بن هادية، بلحسين البليش، الجيلاني بن الحاج يحيى: القاموس الجديد، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ١٩٩١.
٣. مذكور ابراهيم وآخرون: معجم الوسيط، المكتبة الاسلامية للطباعة والتوزيع، ط٢، تركيا، ١٩٧٢.

ب. الكتب والمجلات

٤. أحمد الشوري أبو زيد: الاعلام الجديد وادارة الحملات الانتخابية، مكتبة الاسكندرية، مصر، ٢٠١٥.
٥. أحمد مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط٢، ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٥.
٦. أربك اسبلوند وآخرون: وسائل التواصل الاجتماعي، دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة بالانتخابات، المؤسسة الدولية الديمقراطية والانتخابات، ط٢، دد، دم، دت.
٧. أسامة بن المحيا: نظريات التأثير مساعد الاعلامية، ط٢، دم، ١٤٣٣/٦/٢٠.
٨. بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، ط 1؛ عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١.
٩. بلخير سديد: منهجية البحث العلمي وأصالتها عند المسلمين، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١٣.
١٠. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت الرحمن محمد الدويسري: الشبكات الاجتماعية والقيم_رؤية تحليلية_، ط١، دار المنهجية عمان، ٢٠١٥.
١١. حسن شفيق: نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، الجزائر، ط١، ٢٠١٤.
١٢. حسن عماد المكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٨.
١٣. سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الولة، السعودية، ١٤٣٢.

١٤. السيد عبد المولى السيد أبو خطوة: شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي ، دط، دد، البحرين، ٢٠١٤.
١٥. طه عبد العاطي نجم: مناهج وأساليب البحث العلمي_ النظرية والتطبيق_، ط١، عمان دار صفاء، للنشر و التوزيع ٢٠٠٠.
١٦. عامر ابراهيم قندلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار الباروزي، عمان الاردن، دت.
١٧. عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٥.
١٨. عباس مصطفى الصادق: الاعلام الجديد_ المفاهيم و الوسائل والتطبيقات_، د١، دار الشروق، عمان، الاردن.
١٩. عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط٢، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، دت.
٢٠. ليلي أحمد جرار: الفيس بوك والشباب العربي ، ط١، مكتبة الفلاح، ٢٠١٢.
٢١. ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، ط١، الاعصار العلمي للنشر والتوزيع ٢٠١٥.
٢٢. مجلة جيل: الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، مجلة علمية دولية محكمة تصدر شهريا عن مركز جيل البحث العلمي، العدد ١١، اكتوبر ٢٠١٧.
٢٣. محمد عبد الحميد: المدونات_ الاعلام البديل، دط، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٩.
٢٤. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، دار وائل الاردن، ١٩٩٩.
٢٥. محمد فهمي طلبه: نحو الاستخدام الآمن لمواقع التواصل الاجتماعي، دط، دد، دم، دت.
٢٦. مروى عصام صلاح: الاعلام الالكتروني، ط١، دار الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥.
٢٧. معن خليل العمرة: مناهج البحث في علم الاجتماع، ط١، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤.

٢٨. منال مزاهرة هلال: نظريات الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الاردن ٢٠١٣.
٢٩. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه الجزائر، ١٩٩٦.
٣٠. نادية عاشور وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.
٣١. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ط١، المكتبة الوطنية للنشر ، السودان، ٢٠١١.
٣٢. وحيد قدورة: الاتصال العالمي والوصول الحر للمعلومة العلمية، الباحثون والمكتبات الجامعية العربية، المنظمة العربية للترفيه والثقافة، تونس، دط، دد، دم، ٢٠٠٢.
٣٣. وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، دط، دد، دم، ٢٠١٢.
- ج. رسائل التخرج
٣٤. أحمد علي السيد: استخدامات طلاب الجامعة لتكنولوجيا الاتصال والإشباعات المحققة، رسالة ماجستير، قسم الاعلام التربوي . كلية التربية ، جامعة بنها، ٢٠١٢.
٣٥. أشرف لعوايدية، خالد عوني: القيم المتضمنة في تطبيق تيك توك في ظل نظرية الحتمية القيمة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ٢٠١٨/٢٠١٩.
٣٦. آلاء محمد رشيد عبد الله الرشيد: استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيس بوك والتويتر والإشباعات المتحققة لدى طلبة الجامعات الاردنية، دراسة ميدانية عن جامعتي الاردنية والشرق الاوسط ٢٠٠٣، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١٣/٢٠١٤.
٣٧. حسن علوان: الإرهاب في الفضائيات العربية، أطروحة دكتوراه فيفلسفة الإعلام و الاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية. الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك وهي جزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه في الإعلام والاتصال، ٢٠٠٨
٣٨. حنان مجاهد: السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الاحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، قسم العلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ٢٠١٤/٢٠١٥.

٣٩. رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي، أطروحة الدكتوراه، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، ٢٠١٧/٢٠١٨.

٤٠. سعد سلمان عبد الله: عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الاعلام العراقية واستخداماته لها والإشباع المحققة منها، مجلة آداب الفراهيدي، مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الآداب جامعة تكريت العراق، العدد ١، كانون الاول ٢٠٠٩.

٤١. سمير محمد الدريلمي: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة، رسالة ماجستير في برامج دراسات الشرق الأوسط، جامعة الازهر، غزة، كلية العلوم الانسانية، قسم التاريخ، ٢٠١٣.

٤٢. عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١٢/٢٠١١.

٤٣. على محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الاخلاقية والقيمية، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والثقافة الاسلامية، الجامعة الاسلامية، دت.

٤٤. قويدر جلول صبرينة، مبدوع وفاء: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين_ الفيس بوك نموذجا_ ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، ٢٠١٦/٢٠١٧.

٤٥. منير العيادي: الصحافيون الجزائريون والاعلام الجديد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف _المسيلة_، ٢٠١٤/٢٠١٥.

٤٦. نجاة بن صالح: استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي "موقع الفيس بوك نموذجا"، أطروحة دكتوراه، قسم الدراسات العليا في الاعلام والاتصال، الجامعة العربية الالمانية للعلوم والتكنولوجيا، ٢٠١٥/٢٠١٦.

د. المواقع الالكترونية

٤٧. رحاب حلاوة، ظهر على الموقع الإلكتروني:
<https://www.albayan.ae/across-the-uae/education/2018-12->

[30-1.3447121](#)، تاريخ النشر: ٣٠-١٢-٢٠١٨، تاريخ التصفح: ١٠-٠٢-

٢٠١٩

٤٨. سلمى بدر: التيك توك ٤ مميزات ومخاطر عديدة، مقال في جريدة الدستور متاح على الرابط www.dostor.org تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٠٣/٢٠ على الساعة ١٩:٠٢.

٤٩. سيلينا بيير: هل التيك توك هي منصة التواصل الاجتماعي القادمة؟ تعرف على سر نجاحها، مقال متاح على الرابط https://ar_ae.godaubly.com يوم ٢٠٢٠/٠٣/٢٨ الساعة ١٠:٣٩.

٥٠. معلومات أحدث اصدار من تطبيق تيك توك: www.3allemnicom تاريخ الخول ٢٠٢٠/٠٢/٢٩ الساعة ٩:٤٥

٥١. اكسترا تكنولوجيا: كيف هزم "تيك توك" الصيني فيسبوك أنستغرام؟، متاح على الرابط www.nilebox.com تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٠٤/٥ على الساعة ١١:٠٦


٥٢. باسل فرفر: شرح استخدام تيك توك دليلك الشامل للشهرة على تيك توك، متاح على الرابط www.samma3a.com تاريخ الدخول ٢٠٢٠/٠٢/٢٩ الساعة ١٠:٥٧

٥٣. العجري، متاح على الرابط: <https://video.layalina.com>، تاريخ النشر: ٢٩-٠٩-٢٠١٩، تاريخ التصفح: ٢٠٢٠/٠٤/٥ على الساعة ١٢:٠٠


٥٤. ماذا تعرف عن تطبيق Tik Tok الذي شغل العالم، متاح على الرابط: <https://abunawaf.co-%D8%B4%D8%BA%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%8> 5/، تاريخ النشر: ١٧-٠٩-٢٠١٩، تاريخ التصفح: ٢٠٢٠-٠٤-٠٤ على الساعة ١٢:٠٠

٥٥. محمد السيد: متاح على الرابط: content||com.sec.android.app.sbrozser|redinglict|ras81651.mhtml: تاريخ الدخول ٢٠١٩/١٢/٥ على الساعة ١٩:٠١.

٥٦. محمد فضل، ظهر على الموقع الإلكتروني: <https://www.ida2at.com/tik-tok-not-only-social-media-platform/>، تاريخ النشر: ١٧-١١-٢٠١٧، تاريخ التصفح: ٢٦-٠٩-٢٠١٩.



الملاحق



جامعة محمد بوضياف_المسيلة
العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

في إطار إنجاز بحث لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة تحت عنوان:

استخدام الشباب لتطبيق tik tok
والاشاعات المحققة

يسرني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تهدف إلى جمع المعلومات
عن موضوع بحثي، وأرجو أن تفضلوا بالإجابة على اسئلة هذه الاستمارة،
وذلك بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة، وأعلمكم أن المعلومات التي
تدلون بها لا تستخدم الا لأغراض البحث.

إشراف الأستاذ:

- رقاد حنان

إعداد الطالبة:

- ولهي كنزة

السنة الدراسية ٢٠١٩/٢٠٢٠

المحور الأول: البيانات الشخصية :

١/ الجنس: ذكر أنثى

٢/ السن:

من [٢٥_٢٠] سنة

من [٢٠_١٦] سنة

من [٣٠_٢٥] سنة

أكثر من ٣٠ سنة

٣/ المستوى التعليمي:

متوسط

ابتدائي

جامعي

ثانوي

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب لتطبيق tik tok.

٤/ منذ متى وأنت تستخدم tik tok؟

من سنة إلى سنتين

أقل من سنة

أكثر من سنتين

٥/ ما هو الوقت المفضل لديك لاستخدام tik tok؟

مساء

ظهرا

صباحا

حسب الظروف

ليلا

٦/ كم تستغرق من الوقت عند استخدام tik tok؟

من ساعة إلى ساعتين

أقل من ساعة

أكثر من ساعتين

٧/ هل تستخدم عادة tik tok؟

مع أفراد الاسرة

بمفردك

مع الأصدقاء

المحور الثالث: دوافع استخدام الشباب لتطبيق tik tok؟

٨/ هل تستخدم tik tok كزائر؟

لا

نعم

إذا كانت إجابتك ب: نعم لماذا.....

٩/ان كنت تمتلك حساب على tik tok هل صفحتك ؟

- شخصية
- متاحة للأصدقاء
- متاحة لأفراد العائلة
- متاحة للجميع

١٠/ ماهي الخدمات المفضلة لديك اثناء استخدامك tik tok ؟

- مشاهدة الفيديوهات
- التعليق
- الردشة
- مشاركة الفيديوهات الخاصة بك

١١/ هل تقوم بإنشاء فيديوهات بواسطة تطبيق tik tok ؟

- أحيانا
- دائما
- نادرا

١٢/ ماهي دوافع استخدامك لتطبيق tik tok ؟

- الترفيه والتسلية وتمضية الوقت
- التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي
- التعرف على ثقافات وأنماط معيشة مختلفة
- الهروب من الواقع والملل
- الاهتمام بمتابعة المواهب
- التواصل مع الأصدقاء

أخري أذكرها.....

المحور الرابع: الإشباعات المحققة من خلال استخدام تطبيق tik tok ؟

١٣/ هل تحس بالراحة عند استخدامك لتطبيق tik tok

- أحيانا
- دائما
- نادرا

١٤/ ما هي الخصائص المتوفرة على tik tok وتلبي رغباتك ؟

- خاصية الدردشة
- خاصية مشاركة الفيديوهات
- خاصية الإشارة
- خاصية تحميل الفيديوهات
- خاصية التعليق

١٥/ ما الحاجات التي ترى أن tik tok يستطيع أن يلبيها لك؟

- الشهرة
- التسويق لمنتجات وأفكار جديدة
- معالجة المواضيع الاجتماعية
- الترفيه
- عرض المواهب
- أخري اذكرها:.....

١٦/ ما مدى رضاك عن مستوى tik tok وما يقدمه من خدمات؟

- جيد
- متوسط
- ضعيف

الملاحق

١٧/ ماهي الإشباعات التي حققتها عند استخدامك tik tok؟

- نفسية
 ترفيهية

- ثقافية
 اجتماعية

١٨/ عند غيابك عن تطبيق التيك توك تشعر ب :

- الفراغ
أخرى أذكرها

- ١ تشعر بالقلق والاضطراب
 ٣ لا شيء

١٩/ هل أنت قادر على التوقف عن استخدام tik tok بصفة نهائية؟

- لا
إذا كانت اجابتك ب لا، لماذا:
- نعم
 ربما

٢٠/ هل أثر تطبيق tik tok على تفكيرك ونمط حياتك؟

- كثيرا
 قليلا
 اطلاقا

٢١/ ما هو تقييمك النهائي لتطبيق tik tok كمتصفح أو مستخدم له؟

- متوسط
 جيد جدا
 ممتاز
 جيد
 سيء

