

قسم الاعلام والاتصال
تخصص اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

الاشباكات المحققة من استخدام التطبيقات الالكترونية لدى
الشباب الجامعي
(تطبيق التيك توك نموذجا)

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

اشراف الأستاذ:

• عبد الحي عبد اللطيف

من اعداد الطالبة:

• دلول بشرى

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. محمد عبد المالك	أستاذ محاضر أ	رئيسا
د. عبد اللطيف عبد الحي	أستاذ مساعد أ	مشرفا ومقررا
د. بدر الدين مسعود	أستاذ محاضر ب	عضوا ممتحنا



الإهداء

. أمي وأبي .

أقدم شكري والشكر قليل فيهما امي وابي من هذا النجاح اريد ان أقول لكما

ادامكما الله لي ورزقكما الصحة وطول العمر

اخوتي

صلاح وعبد المعز

حبايبي الصغار احبكما حبا عظيما لا اعلم ما الذي فعلتماه حتى أصبحت لكما

هذه المكانة في قلبي

زوجي

سندي لا تعبر الكلمات على وصفي لك لقد كنت أفضل من شجعني وقت يآسي و

كنت أملى عند فقدان الأمل كلماتك "تستطيعين فعلها انا معك" كانت أجمل ما

سمعت في مشوار تعبي كنت نورا ولا زلت شمسي المضيئة التي أضاءت كل

عتمتي

شكرا للدكتور عبد الحي عبد اللطيف على ما قدمه لي

ملخص الدراسة:

توضح هذه الدراسة تفسير الاشباعات المحققة من استخدام تطبيق التيك توك على الشباب الجامعي؛ وقد انطلقت من تساؤل رئيسي احتوى: كيف يستخدم الشباب التطبيقات الالكترونية عامة والتيك توك خاصة وماهي الاشباعات المحققة منه على الشباب؟ وللوصول للنتائج المراد الوصول لها اعتمدت على المنهج الوصفي؛ واستغنت باستمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات ووزعتها على عينة قصدية بلغ عدد مفرداتها 25 مفردة. ومن اهم ما اهتمت الدراسة به هو تنوع مضامين الفيديوهات المعروضة على تطبيق تيك توك وكذا زمنها القصير هو ما يجذب الطلبة الجامعيين لاستخدام تطبيق تيك توك؛ وليس هذا فقط بل حتى سهولة استخدام التطبيق كان لها دور في سحب الطلبة نحو استخدام تطبيق التيك توك؛ وكشفت الدراسة ان استخدام الطلبة لتطبيق تيك توك دافعه سعيهم نحو الربح المادي والشهرة وتحقيق الراحة النفسية والدوافع الاجتماعية كمشاركة الرأي والتعرف على الأصدقاء من مختلف الجنسيات و الأديان و... الخ وقد أوضح ان تطبيق تيك توك له اشباعات مختلفة تعود على الطلبة الجامعيين .

حيث وضحت الدراسة ان المبحوثين اكتسبوا مهارات جديد من خلال التعرض لتطبيق تيك توك ومنهم من ازدادت ثقتهم بأنفسهم أيضا نتيجة ذلك؛ بالإضافة ان اغلبية افراد العينة لم يتأثروا من هذا التعرض وبهذا ابرزت الدراسة ان اغلبية المبحوثين اقتدوا بشخصيات كان

لهم محتوى إيجابي حيث رجع لهم بإشباعات عديدة إيجابية كالمحتوى الديني والثقافي والترفيهي والرياضي وذلك يعود لميزة التعرض الاختياري في تطبيق التيك توك.

الكلمات المفتاحية: الاشباعات؛ الاستخدامات؛ التطبيقات الالكترونية؛ التيك توك؛ الدوافع؛ التعرض الاختياري.

Study Summary:

This study explains the explanation of the gratifications achieved from the use of the Tik Tok application on university youth, and it started from a main question that contained: How do young people use electronic applications in general and Tik Tok in particular, and what are the gratifications achieved from it on young people?

To reach the desired results, I relied on the descriptive approach; I used the questionnaire form as a tool to collect information and distributed it to an intentional sample of 25 items

One of the most important things that the study was interested in is the diversity of the contents of the videos displayed on the Tik Tok application, as well as their short time, which attracts university students to use the Tik Tok application, and not only that, but even the ease of use of the application had a role in pulling students towards using the Tik Tok application, and the study revealed that students' use of the Tik Tok application is motivated by their pursuit of material profit, fame, psychological comfort and social motives such as sharing opinions and getting to know friends of different nationalities and religions. And.... etc. He explained that the Tik Tok application has different gratifications that accrue to university students..

The study showed that the respondents acquired new skills through exposure to the Tik Tok application, and some of them also increased their self-confidence as a result, in addition to that the majority of the sample members were not affected by this exposure, and thus the study highlighted that the majority of the respondents followed the example of personalities who had positive content, as they returned to them with many positive gratifications such as religious, cultural, entertainment and sports content, due to the optional exposure feature in the Tik Tok application.

Keywords: gratifications; uses; electronic applications; tik tok; motivations; optional exposure.

فهرس الموضوعات

الاهداء

ملخص الدراسة

قائمة الجداول

أ.....مقدمة:

الإطار المنهجي أ

- 1 إشكالية الدراسة.....4
- 2 التساؤلات الفرعية:.....5
- 3 أهمية الدراسة:.....5
- 4 اهداف الدراسة:.....6
- 5 الدراسات السابقة:.....6
- 6 مفاهيم الدراسة:.....12
7. مجتمع البحث:.....14
8. منهج الدراسة:.....16
9. أدوات جمع البيانات:.....17

الإطار النظري

الفصل الأول

- 21.....تمهيد:
- 1.مدخل في نظرية الاستخدامات والاشباعات:.....22
- 2.التعريف اللغوي بنظرية الاستخدامات والإشباعات:.....24
- 3.أصول ونشأة الاستخدامات والاشباعات:.....25
- 4.فروض النظرية:.....27
- 5.تصنيف الدوافع والاشباعات.....28
- 6.عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:.....29
7. أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:.....32
- 33.....الخلاصة:

الفصل الثاني

- 1.تعريف التطبيقات الذكية:.....35
- 2.نشأة التطبيقات الالكترونية:.....35
- 3.أنظمة تشغيل التطبيقات الالكترونية واهدافها:.....36

38	4. أهداف التطبيقات الالكترونية:.....
38	5. أهمية التطبيقات الالكترونية:.....
39	6. عوامل نجاح التطبيقات الالكترونية ومعوقاتهما:.....
40	7. معوقات التطبيقات الالكترونية:.....
40	8. تعريف تطبيق تيك توك:.....
41	9. نشأة تطبيق تيك توك:.....
42	10. نبذة عن مؤسس تطبيق تيك توك:.....
43	11. خصائص تطبيق تيك توك ومجالات استخدامه:.....
44	12. مجالات استخدام تطبيق تيك توك:.....
47	الخلاصة:.....

الإطار التطبيقي

50	تمهيد:.....
51	المحور الأول: البيانات السوسيو ثقافية.....
54	المحور الثاني: أنماط ودوافع استخدام التطبيقات الالكترونية:.....
67	نتائج الدراسة:.....
70	خاتمة.....
72	قائمة المراجع.....

قائمة الجداول

- جدول 1 : يوضح توزيع افراد العينة على حسب الجنس: 51
- جدول 2 : يوضح افراد العينة حسب الفئات العمرية 52
- جدول 3 يوضح الحالة الاقتصادية للعينة..... 53
- جدول 4 هل تستخدم تطبيق التيك توك باستمرار 54
- جدول 5 يوضح أماكن استخدام التيك توك 55
- جدول 6 يوضح كم من الوقت يتم استخدام التيك توك 55
- جدول 7 يوضح الفترات المفضلة لاستخدام تطبيق التيك توك لدى افراد العينة..... 56
- جدول 8 هل تملك حساب شخصي على التيك توك؟ 57
- جدول 9 هل تستخدم اسمك الحقيقي على التيك توك؟ 58
- جدول 10 هل سهولة استخدام التيك توك لها يد في انتشاره بهذه السرعة؟ 58
- جدول 11 هل تستخدم تطبيق التيك توك بدافع الملل او البحث عن الترفيه فقط؟ 59
- جدول 12 يوضح نوع الفيديوهات التي يتم مشاهدتها بكثرة 59
- جدول 13 في ماذا تتمثل ميولاتك الشخصية تجاه التطبيق؟ 60
- جدول 14 ما الذي يجذبك لاستخدام التيك توك؟ 61
- جدول 15 ما الذي يدفعك لاستخدام تطبيق تيك توك؟ 62
- جدول 16 ما الدافع وراء تفضيل استخدام تطبيق تيك توك على باقي التطبيقات: 62
- جدول 17 ما الذي تسعى له كمستخدم في التيك توك..... 63
- جدول 18 ما هي أسباب انتشار التيك توك: 64
- جدول 19 هل هناك محتويات معينة لاستخدام تطبيق تيك توك 64
- جدول 20 هل يتم التفاعل مع منشوراتك؟ 65
- جدول 21 ما نوع التفاعل الذي تستخدمه مع الشخصيات التي تتابعها على التيك توك. 65
- جدول 22 هل يحقق التيك توك ربح مادي ويعتبر مورد عيش؟ 66

جدول 23 هل ساهمت متابعتك لشخصياتك المفضلة على التيك توك في تحسين

شخصيتك 67

مقدمة

مقدمة:

ساهمت التكنولوجيا الحديثة مع بداية القرن الحادي عشر على في حدوث طفرة كبيرة في تطور وسائل الاعلام الحديثة؛ التي كانت محل اهتمام العالم شملت هذا التطوير من كل النواحي والبياديين حيث أصبحت شبه ضرورية بالنسبة للإنسان في حياته حيث تربطه بالعالم وتجعله على اطلاع دائم بما يجري به من جديد بكل البياديين.

وفي هذه التطورات انتشرت التطبيقات الالكترونية وتوسعت بشكل كبير بين كافة الفئات والاجناس؛ والتي كانت سببا للعالم أجمل في التقارب وجعل العالم قرية صغيرة بالنسبة للسوق الإعلامية وما الى ذلك؛ تمكنت هذه التطبيقات في حدوث طفرة هائلة في عالم الاتصال.

مع تعدد التطبيقات الالكترونية وعلى مثلها التيك توك والانستغرام ومثلها الكثير والتي أصبحت محل اهتمام من العالم حيث أصبحت تستقطب مختلف طبقات المجتمع. وظهر ما يسمى بتطبيق "التيك توك" والذي شهد توسعا سريعا وكبيراً؛ في وقت جد قصير حيث وفر للجميع إمكانيات كثيرة أسهمت في تعرف العالم عليه وذلك بإمكانية الافراد تبادل الآراء والأفكار والرغبات داخل فضاءات افتراضية جديدة تفتح المجال نحو عدة نشاطات نحو حيز مترامي الأطراف تكون فيه حرية الافراد أكثر اتساعاً.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على الاشباعات المحققة من استخدام تطبيق التيك توك من طرف الطلبة الجامعيين؛ وقد احتوت هذه الدراسة على ثلاثة فصول؛ احتوى

الفصل الأول على خطوات الإطار المنهجي الذي كان انطلاقة الدراسة وجاءت فيه إشكالية

الدراسة والتساؤل الرئيسي تليه التساؤلات الفرعية؛ وأسباب اختيار الموضوع الذاتية

والموضوعية وكذا أهمية واهداف الدراسة؛ بالإضافة الى مصطلحات الدراسة والدراسات

السابقة وتم التطرق أيضا لمنهج الدراسة وأداة جمع البيانات والعينة الدراسة.

اما الفصل الثاني كان الفصل النظري تم التطرق فيه الى ماهية تطبيق التيك توك من

خلال تعريف وابرار نظرية الاستخدامات والاشباعات والتطبيقات الالكترونية عامة والتيك

توك خاصة؛ بالإضافة الى مخاطر استخدامه وخصائصه أهميته نشأته.

والفصل الثالث والأخير كان الفصل التطبيقي الذي تم فيه توزيع الاستثمارات والحصول على

النتائج على شكل جداول إحصائية وتحليل كل جدول على حدى مع قراءته و الحصول

على النتائج النهائية المستخلصة.

الإطار المنهجي

1 إشكالية الدراسة

شهد العالم مؤخرا ثورة ثالثة في التطور التكنولوجي أحدثت طفرة معلوماتية أدت لظهور الكثير من وسائل الاتصال الحديثة ومن أهمها التطبيقات الالكترونية التي اتسعت مكانتها كثيرا في العالم اجمع.

حيث أصبح من الشبه ضروري استخدامها حيث يعود ظهور التطبيقات الى التطور التقني الذي طرأ على الأجهزة الذكية وخاصة النقالة منها؛ أصبحت للتطبيقات الالكترونية أهمية لما تقدمه من خدمات تسهيلية على الفرد؛ أيضا التواصل بين الأشخاص؛ والترفيه؛ وكذلك التثقيف.

ان استخدام التطبيقات الالكترونية انتشر بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة في العالم وذلك بدافع رغبات الافراد النفسية منها والاجتماعية والثقافية التي تعد بمثابة اشباعات تحققها هذه التطبيقات ويعود.

هذا الى ميزة اختيار الفرد للمادة الإعلامية التي يريد أي إرضاء ميولاته كما يريد هو فاستخدامها السهل والبديهي جعل منها ضرورية بالنسبة للفرد ومن أشهر هذه التطبيقات تطبيق التيك توك الذي أصبح التطبيق الاول في السنوات القليلة الأخيرة.

حيث ان الفئة الاكثر استخداما لتطبيق تيك توك هي فئة الشباب وذلك يعود لاهتمام التطبيق بميولات هذه الفئة من المجتمع وتحقيق رغباتها فإن انجذاب الشباب لهذا التطبيق يعد من الأهداف التي أنشأ التطبيق لتحقيقها وبهذا نجد ان التطبيق يحقق نجاحا كبيرا في تلبية حاجيات الشباب وتحقيق اشباعاته التي تتمثل في اشباعات ترفيهية مادية تعليمية ثقافية... الخ وبهذا نصل الى الإشكالية التالية:

كيف يستخدم الشباب التطبيقات الالكترونية عامة والتيك توك خاصة وماهي الاشباعات المحققة منه على الشباب؟

١2 التساؤلات الفرعية:

. ماهي دوافع استخدام الشباب لتطبيق التيك توك؟

. ماهي أنماط استخدام الشباب لتطبيق التيك توك؟

. ماهي الاشباعات المحققة من تطبيق التيك توك؟

١3 أسباب اختيار الموضوع:

١1 أسباب ذاتية:

. أولا ميولي الشخصي لموضوع التطبيقات الالكترونية الحديثة وخاصة التيك توك.

. ثانيا اهتمامي بمواضيع التكنولوجيا والمعلومات تطورها.

. ثالثا استخدامي الكبير لهذه التطبيقات الذي جعل هناك فضول اكتشافها أكثر.

١2 أسباب موضوعية:

. تقاطع موضوع الدراسة مع تخصصي الأكاديمي فموضوع دراسات الاستخدامات والاشباعات

يدخل ضمن تخصص الاتصال بصفة عامة.

. قابلية الموضوع للنزول به الى الميدان؛ والتحقق منه امبريقيا.

. وجود مؤشرات ميدانية كافية للحصول على معلومات تخدم موضوع الدراسة.

. تعدد الاستخدامات حيث هناك أنماط استخدامات واشباعات تبعا لتلك الاستخدامات.

١3 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته

ان أهمية التطبيقات الالكترونية فقد أصبح لها أهمية كبيرة في حياتنا بتسهيل النشاطات الخدماتية والتواصل والترفيه وهذا يجعلها من الشبه ضروري استخدامها كوسيلة اتصال حديثة

ويعود هذا الاهتمام بها بسبب انتشارها انتشارا واسعا لدى جميع الفئات العمرية تقريبا اناثا وذكورا بدافع الرغبات المختلفة لديهم.

. وترجع أهمية الشباب في موضوع دراستي فهو عينة خادمة لدراستي لكونها الفئة العمرية الأكثر نشاطا في وسائل الاتصال خاصة التطبيقات الالكترونية وخاصة التيك توك والأكثر تفاعلا ولها رأي مسموع بالنسبة للرأي العام؛ وأيضا تعود هذه الأهمية لوعي هذه الطبقة في المجتمع حيث تكون دراستها الاسهل بالنسبة لي حيث انها الطبقة المثقفة.

١4 اهداف الدراسة:

. اكتشاف دوافع استخدام الشباب لتطبيق التيك توك.

التعرف على أنماط استخدام الشباب لتطبيق التيك توك.

. التعرف على الاشباعات التي حققها تطبيق تيك توك على الشباب.

١5 الدراسات السابقة:

1/ الدراسة الأولى:

عبد النور حفار؛ (2021\2022) جامعة الشيخ العربي التبسي تبسة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

بعنوان: {تأثير تطبيق تيك توك على الممارسات الفردية والاجتماعية لمستخدميها من

المراهقين} "دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية الهادي خديري تبسة"؛ مذكرة مكملة لنيل شهادة

الماستر اعلام واتصال.

وانطلقت دراسته بالإشكالية التالية:

ما تأثير تطبيق تيك توك على الممارسات الفردية والاجتماعية لدى رواده من المراهقين؟

. تساؤلات دراسته:

. ما هي العناصر الجاذبة للمراهقين في تطبيق تيك توك؟

. ماهي الغايات التي تدفع المراهقين لاستخدام تطبيق تيك توك؟

. الى أي مدى يعمل تطبيق تيك توك في التأثير على نشاطات المراهقين وسلوكياتهم؟

. أهمية دراسته:

كونها تدرس ما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية.

. المنهج الذي اعتمده في دراسته:

. المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأنسب.

. الأدوات التي استخدمها لجمع بياناته:

. الاستبيان (استمارة الاستبيان)

. النتائج المستخلصة من الدراسة:

. تحديد العناصر الجاذبة للمراهقين في تطبيق تيك توك.

. فهم غايات المراهقين من استخدام تطبيق التيك توك.

. معرفة تأثير تطبيق تيك توك على سلوكيات ونشاطات المراهقين.

أوجه التشابه بين دراستين وهذه الدراسة:

أولاً أوجه التشابه:

. من ناحية الموضوع دراسة تطبيق التيك توك

. الاعتماد على نفس المنهج "المنهج الوصفي"

. استخدام الاستبيان كأداة

2/ الدراسة الثانية:

ريان عايد؛ أسماء بن ناصر: (2022/2021) جامعة 8 ماي 1945 قالمة تخصص علم اجتماع الاتصال؛ مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر؛ "تأثير تطبيق التيك توك على سلوك المراهق ت دراسة ميدانية بثنائية هوارى بومدين . بلدية بومهرة احمد . ولاية قالمة.

إشكالية الدراسة:

وانطلقت اشكاليتهم بالدراسة التالية:

ماهو تأثير استخدام تطبيق التيك توك على سلوك المراهقين؟

تساؤلات الدراسة:

. ماهي دوافع استخدام المراهقين لتطبيق تطبيق تيك توك؟

. ماهي أنماط استخدام المراهقين لتطبيق تيك توك؟

. ماهي مواضيع التيك توك الأكثر اعجابا عند المراهق؟

أهمية الدراسة:

. أهمية الدراسة العلمية من أهمية الموضوع المدروس.

. أهمية الدراسة من أهمية النتائج المستخلصة.

المنهج المستخدم: هو المنهج الوصفي.

أدوات جمع البيانات: الاستبيان.

أوجه التشابه:

التشابه:

. البحث حول نفس المتغير التابع "تطبيق التيك توك".

. نفس أداة جمع البيانات "الإستبيان"

. نفس المنهج "الوصفي"

3/ الدراسة الثالثة:

دراسة الثالثة: محمد زكريا خراب؛ (2019) جامعة الجزائر 3 تخصص إذاعة وتلفزيون مذكرة

لنيل شهادة الدكتوراه؛ بعنوان: ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك"

رؤية

نقدية؛ المجلة العامة لبحوث الاعلام والرأي العام.

وانطلقت دراسته بالإشكال التالي:

كيف يستخدم ويتفاعل الشباب الجزائري مع خدمات "التيك توك"؟

التساؤلات:

. ما هي ثقافة الاستهلاك وخصائصها وطبيعة استهلاك السلع الاتصالية؟

. ما هو تطبيق "التيك توك" وظروف نشأته؟

. ما هي الرؤية النقدية لمحتوى ثقافة استهلاك تطبيق "التيك توك"؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته فان الموضوع المدروس هو دراسة ظاهرة

منتشرة بكثرة يتوجب دراستها وتوجيه نقد لها.

المنهج الذي اعتمده:

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج "الوصفي".

أدوات جمع البيانات:

. الاستبيان

. الملاحظة

نتائج الدراسة المستخلصة:

. انعكاسات نفسية: ادمان؛ الاغتراب؛ الفردانية

. انعكاسات ثقافية: التقليد الاعمى؛ تزييف المعايير والقيم الثقافية المحلية؛ تغييب الوعي

النقدي

أوجه التشابه بين هذه الدراسة ودراستي:

1/ أوجه التشابه:

. الاعتماد على نفس المنهج "الوصفي"

. دراسة نفس المتغير

. الاعتماد على أدوات جمع البيانات نفسها الملاحظة والاستبيان.

4/ الدراسة الرابعة:

د/ ابتسام دراحي؛ (2019/2020) تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات

الاجتماعية للشباب الجزائري . دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة صالح بوبندير .

قسنطينة 3 . مذكرة لنيل الدكتوراه؛ تخصص علوم الاعلام والاتصال.

انطلقت دراستها بالإشكالية التالية:

ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري؟

التساؤلات:

. ما هي عادات وأنماط وطبيعة استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

. ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

. هل يفضل الطلبة الجامعيين الجزائريين العلاقات الاجتماعية الحقيقية ام العلاقات الافتراضية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي؟

. ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير نمط العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

أهمية الدراسة:

أهمية هذه الدراسة تكمن في أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا هذا واهتمام العالم بها كونها أصبح من الضروري استخدامها.

منهج الدراسة:

وصفي

أدوات جمع البيانات:

. الاستبيان (استمارة الاستبيان)

نتائج الدراسة:

. معرفة عادات وأنماط وطبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير نمط العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين.

أوجه التشابه:

1/ التشابه:

. دراسة نفس العينة (الشباب الجامعي)

. اعتماد نفس المنهج (الوصفي)

. استخدام أدوات جمع البيانات (الاستبيان والملاحظة)

6/ مفاهيم الدراسة:

الاستخدام:

لغة:

استخدم؛ كاستخدام آلة؛ استعمالها؛ واستخدام كل الإمكانيات؛ استغلالها.¹

اصطلاحاً:

مفهوم الاستخدام يتفوق على مفهوم الاستعمال البسيط للشيء؛ هو ممارسات متكررة ومستقرة نسبياً في إطار تملك اجتماعي للتقنية.

اجرائياً:

معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالتطبيقات الالكترونية والأشياء التقنية بصفة عامة؛ استخدام

الطلبة

؛ تأثير تطبيق التيك توك على الممارسات الفردية والاجتماعية لمستخدميه من المراهقين "دراسة ميدانية على 1. عبد النور حفار (2022/2021)؛ على عينة من تلامذ ثانوية الهادي خديري . تبسة . مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال تنظيمي؛ ص04

الجامعيين للتطبيقات الالكترونية كيف يستخدمونها.¹

الاشباع:

لغة:

من كلمة اشباع بمعنى تحقيق الغاية والطموح والهدف الغاية.

اصطلاحاً:

وهي النتيجة التي يتلقاها الجمهور من مضمون وسائل الاعلام استجابة لحاجاته ودوافعه من التعرض لهذه الوسائل²

اجرائياً:

بمعنى اقتناع ورضا الطلبة الجامعيين بما يتلقونه من تطبيق التيك توك؛ من خلال الحصول على المحتوى المبحوث عنه من قبل الطلبة الجامعيين.

التطبيق:

لغة:

من مصدر طبق اسم جمعه كلمة تطبيقات أي بمعنى حاول التنفيذ نقلها لمجال التنفيذ.³

اصطلاحاً:

برنامج حاسب آلي يقدم مجموعة وظائف ضرورية لإحدى خدمات تكنولوجيا المعلومات والتطبيق

¹ عبد النور؛ المرجع السابق ص4

² محمد بن سعود البشر (2014)؛ نظريات الأثير الإعلامي؛ الطبعة الأولى؛ دار العبيكان؛ السعودية الرياض 2014 ص133

³ عادل محمد الحجاج؛ معجم اعلام المورد الطبعة الأولى 201؛ دار المعتز للنشر و التوزيع؛ الأردن عمان ص273

الواحد قد يمثل جزءا من أكثر من خدمة من خدمات تكنولوجيا المعلومات. وكل تطبيق يتم تشغيله على

واحد أو أكثر من أجهزة الخادم أو أجهزة المنتفع¹

التيك توك:

اصطلاحا:

عبارة عن تطبيق الاجتماعي متخصص بنشر الفيديوهات بين رواده حيث يقوم مستخدم المنصة بنشر فيديوهات مقطع قصير مع أصدقائه لمشاركته لحظات حياته بكل سهولة²

7. مجتمع البحث:

ان اختيار مجتمع الدراسة من اهم خطوات البحث حيث يعتبر عنصر أساسي في الموضوع بما انه لا يمكن ان يدرس مجتمع الدراسة بأكمله ولكن عادة ما يكون ذلك صعبا في ممارسة البحث عليه عندما يكون العدد كبير إذاً علينا اختيار عينة وتنسب نتائجها على مجتمع البحث عامة.

فإن هذه الدراسة تبحث في الاشباعات المحققة من استخدام التطبيقات الالكترونية التيك توك وانا اخترت الطلبة الجامعيين ولكن عددهم لا يقل على 200 طالب وهنا يتعين علينا اختيار عدد من العينة يسهل علينا تطبيق دراستنا عليها حيث اخذت 25 طالب جامعي سنة ثانية ليسانس اعلام واتصال كعينة لدراسة هذه الظاهرة وهكذا تمثل مجتمع البحث في طلبة جامعة الشيخ العربي التبسي بتبسة تخصص اعلام واتصال سنة

ثانية ليسانس حيث كان عددهم 213 طالبا.

¹ التاريخ 2023\03\02 التوقيت 14:36 <http://www.almaay.com> منصة قوقل موقع المعاني

² أسماء لعموري؛ سناء . نحال أسماء . تأثير وسائل التواصل الرقمية على القيم الاجتماعية لدى المراهق الجزائري .
التيك توك نموذجا . تبسة (2022) ص245.

وبهذا نصل الى اعتماد العينة القصدية حيث تعمدنا عينة مستخدمة لهذا التطبيق وواعية بما تتأثر به من مادة إعلامية نظرا لثقافة هذه الطبقة واحتكاكها بمثل هذه الظواهر وإمكانية فهمهم لأسئلة استمارة الاستبيان:

"والعينة القصدية هي 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"¹.

تم اختيار حجم العينة 25 طالبا من 213 طالبا من طلبة سنة ثانية ليسانس تخصص اعلام واتصال لجامعة الشيخ العربي التبسي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وذلك عل أساس انها عينة قصدية استلزم اختيارها بشكل عمدي حيث تم إيجاد في مجتمع الدراسة فقط 25 فردا يستخدم تطبيق تيك توك حسب بحثي ويدرس بنفس جامعتي ونفس تخصصي حتى يتم فهم أسئلة استمارتي.

¹ عبد النور حفار (2022)؛ مرجع سابق تم ذكره ص 12.

8. منهج الدراسة:

المنهج:

لغة:

الفرنسية ونظائرها في اللغات الأوروبية الأخرى. Methode هذا اللفظ ترجمة لكلمة وهي كلمة نرى "أفلاطون" يستعملها بمعنى البحث أو النظر أو المعرفة كما نجدها أحيانا لدى "ارسطو" بمعنى البحث والمعنى الاشتقاقي الأصلي لها يدل على الطريقة أو المنهج المؤدي الى الغرض المطلوب¹

اصطلاحا:

. "عرفه عبد الرحمن بدوي":

على انه "الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم؛ بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل الى نتيجة معلومة"².
. "حد أصحاب هذا المنطق" بانه:

"فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة؛ إما من اجل الكشف عن الحقيقة؛ حين نكون بها

جاهلين؛ او من اجل البرهنة عليها للآخرين؛ حين نكون بها عارفين"³.

¹ عبد الرحمن بدوي؛ "مناهج البحث العلمي"؛ الطبعة 1977؛ وكالة المطبوعات شارع فهد سالم؛ الكويت ص 1

² عبد الرحمن بدوي؛ المرجع السابق؛ ص 5

³ عبد الرحمن بدوي؛ المرجع السابق؛ ص 4

كيفية توظيف المنهج:

اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج الوصفي فهو أحد أبرز المناهج المهمة المستخدمة في البحوث العلمية وازدافة لذلك فإن دراستي تتطلب وصف ظاهرة الاشباعات المحققة من استخدام تطبيق "تيك توك" حيث ان هذا المنهج خادم للدراسة وذلك نظرا لطبيعة الموضوع. بما ان المنهج الوصفي هو المنهج الخادم في هذه الدراسة فسنوظفه في وصف ما سنلاحظه على المتغيرات؛ باعتباره طريقة فعالة في التوصل لنتائج دقيقة وذلك بصياغة موضوع دراستي كفرضية يتم الإجابة عليها من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي بوصف متغيرات اشكالياتي تطبيق التيك توك كظاهرة منتشرة تحديد عينة دراستي والمبحوثين من متغيرات الدراسة الذين سأستعين بهم في دراستي للوصول للمعلومات الحقيقية حول مشكلتي التي طرحتها وفقا للمنهج الوصفي.

بعدها اختيار الأداة المناسبة حيث اخترت الاستبيان لأنها الأداة المناسبة حيث ان المنهج الوصفي هو أقرب منهج علمي لفطرة الانسان ولذلك يساعدني استخدام هذا المنهج في الوصول لنتائج دقيقة ومفسرة.¹

9. أدوات جمع البيانات:

يتوجب على الباحث في كل دراسة اختيار أداة جمع البيانات المناسبة للوصول الى نتائج بحثه وبهذا فاداة او أدوات جمع البيانات تعتبر من أكثر الأشياء الخادمة والمساعدة بشكل رسمي في جمع معلومات المبحوث عليه سواء عينة او متغيرات أخرى كما في دراستي "الطلبة الجامعيين؛ التطبيقات الالكترونية؛ التيك توك" فيتوجب اختيار أداة جمع بيانات تكون خادمة لدراستي ومناسبة للوصول للنتائج الواجب الوصول اليها فهي المساعدة للمنهج المختار وفي دراستي قد اخترت

¹ عبد الرحمن بدوي؛ المرجع السابق؛ ص5

الاستبيان كأداة لجمع البيانات:

"ويعرف الاستبيان بأنه عبارة على استمارة تحوي مجموعة من الأسئلة المترابطة والمتسلسلة التي يتم الإجابة عنها وتعبئتها من قبل المبحوث؛ وذلك لجمع المعلومات والبيانات حول الظاهرة او مشكلة الدراسة

مراحل اعداد استمارة الاستبيان: قسمت مراحل اعداد استمارة الاستبيان الى ثلاث مراحل

1. مرحلة اعداد المحاور وصياغة الأسئلة: حيث انطلقت في البداية من اعداد استمارة مبدأيه

ثم تم عرضها على الأستاذ المشرف ليقوم بتعديل النقائص و إخراجها لشكلها النهائي

2. مرحلة تحكيم الاستمارة بعد انتهاء المشرف من تعديل وتلقيح الاستمارة تم عرضها على

الأساتذة المحكمين وهم الأستاذ الدكتور بن مهدي مرزوق أستاذ تعليم عالي والأستاذ معمر

ربوح أستاذ مساعد قسم "أ" والأستاذ الدكتور مباركية سمير أستاذ مؤقت.

3. المرحلة توزيع الاستمارة: بعد تحكيم الاستمارة من طرف الأساتذة المحكمين تم الاتفاق مع

المخرج على بدأ توزيع الاستمارة على عينة الدراسة وامتدت لمدة يومين.

وقد قسمت استمارة الاستبيان الى ثلاثة محاور تمثلت في:

المحور الأول: بعنوان "البيانات السوسيوثقافية"

حاز ثلاثة أسئلة:

السؤال الأول: حول الجنس

السؤال الثاني: حول الفئات العمرية

السؤال الثالث: حول الحالة الاقتصادية

المحور الثاني: بعنوان أنماط واستخدام التطبيقات الالكترونية

حاز المحور على 15 أسئلة كانت حول أنماط ودوافع تعرض المستخدم لتطبيق "التيك توك"
والمحور الثالث: حاز على 09 أسئلة كانت حول الأشباعات المحققة من استخدام التطبيقات
الإلكترونية.

الإطار النظري

الفصل الأول

تمهيد:

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات كنظرية من نظريات التأثير المحدود للوسيلة الإعلامية والاتصالية حيث ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي؛ فاستندت هذه النظرية على دراسة أسباب استخدام وسائل الاعلام والاتصال والتعرض لها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام وماذا يحقق الفرد من هذا الاستخدام.

الفصل الأول: المدخل النظري للدراسة

1. مدخل في نظرية الاستخدامات والاشباعات:

يعد مدخل الاستخدامات والاشباعات من المداخل المناسبة لهذه الدراسة باعتبار ان هذا المدخل متوافق مع موضوع الدراسة؛ وذلك كون نظرية الاستخدامات والاشباعات ترى ان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات إعلامية معينة لديه قد تكون الحصول على معلومات او الترفيه او التفاعل الاجتماعي او حتى تحديد الهوية¹

تتظر نظرية الاستخدامات والاشباعات الى العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور بشكل مختلف عن باقي النظريات؛ بناء على هذه النظرية ليست وسائل الاعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها؛ بل ان استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الاعلام؛ لذلك ترى نظرية الاستخدامات و الاشباع ان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه؛ قد تكون الحصول على معلومات ام الترفيه او الترفيه او التفاعل الاجتماعي؛ او حتى تحديد الهوية؛ و على سبيل المثال: الشخص ذو الميول العنيفة و المغامرات يستخدم التلفزيون لاشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات؛

المرأة التي لديها نزعة تحرر و تمرد على القيم تجد ذاتها وراحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج الذي يتبنى مثل هذا التوجه؛ و هذا مما يشعرها انها ليست وحدها في ممارسة هذا السلوك مما يدعم التوجه لديها اكثر فاكثر.²

وكانت الأبحاث في مجال الاستخدامات والاشباعات من الأبحاث المبكرة في مجال العلوم الاجتماعية المرتبطة بالدراسات الإعلامية على الرغم من انها في ذلك الوقت كانت تسمى

¹ د؛ محمد عبد الرحمن الحظيف؛ كيف تؤثر وسائل الاعلام؛ دراسة في النظريات والأساليب " د العبيكان للنشر والتوزيع؛ ط 2؛ 1998ص26

² عبد النور حفار؛ تأثير تطبيق التيك توك على الممارسات الفردية والاجتماعية لمستخدميه من المراهقين "دراسة ميدانية على (2022/2021)؛ على عينة من تلامذ ثانوية الهادي خديري . تبسة . مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال تنظيمي ص 13.

بالنظرية الوظيفية؛ و قد بدأت هذه الأبحاث خلال عام 1940 م عندما ركزت معظم الأبحاث الخاصة بالاتصال على عملية التأثيرات الخاصة بمضامين وسائل الاعلام اكثر من التركيز على الجوانب المتعلقة باستخدامات وإشباعات الجمهور وحتى في مثل هذه السنوات الأولى حاول بعض الباحثين ان يضيفوا دوافع الافراد للاندماج او القيام ببعض السلوكيات بينها وبين غيرها؛ كالاستماع الى برامج المسابقات بالراديو والمسلسلات النهارية وقراءة الكتب الكوميدية بالإضافة الى قراءة الصحف³. تعريف مدخل الاستخدامات والاشباعات:

تنظر نظرية الاستخدامات والاشباعات الى العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور بشكل مختلف عن باقي النظريات؛ بناء على هذه النظرية ليست وسائل الاعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها؛ بل ان استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الاعلام؛ لذلك ترى نظرية الاستخدامات و الاشباع ان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لاشباع رغبات معينة لديه؛ قد تكون الحصول على معلومات ام الترفيه او الترفيه او التفاعل الاجتماعي؛ او حتى تحديد الهوية؛ و على سبيل المثال: الشخص ذو الميول العنيفة و المغامرات يستخدم التلفزيون لاشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات؛ المرأة التي لديها نزعة تحرر و تمرد على القيم تجد ذاتها وراحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج الذي يتبنى مثل هذا التوجه؛ و هذا مما يشعرها انها ليست وحدها في ممارسة هذا السلوك مما يدعم التوجه لديها اكثر فاكثر 1.

ومن الواضح أن نظرية الاستخدامات والاشباعات تنطلق من مفهوم شائع ومعروف في علم الاتصال وهو مبدأ (التعرض الاختياري). وتفسير هذا المبدأ ان الانسان يعرض نفسه اختياريًا لمصدر المعلومات (وهو هنا وسيلة الاعلام) الذي يلي رغباته ويتفق وطريقته في التفكير. ولان النظرية أيضا نشأت في الغرب؛ وفي أمريكا بالذات فهي متأثرة بالجو الليبرالي

¹ د؛ محمد عبد الرحمن الحظيف؛ كيف تؤثر وسائل الاعلام؛ دراسة في النظريات والأساليب " د العبيكان للنشر

او مناخ الحرية السائد هناك؛ والذي نادى به المفكر الإنجليزي المعروف (جون ستيوارت مل) في قانونه الشهير (السوق الحرة للأفكار). يضاف الى كل هذا ان الفلسفة التي يقوم عليها الاعلام في الغرب تقوم على الكسب المادي دون أي ضابط أخلاقي.¹

2. التعريف اللغوي بنظرية الإستخدامات والإشباعات:

أولاً لغة:

الإستخدام: جاء من كلمة خدمة استخدم استخداماً، واستخدمه أي اتخذه خادماً. والرجل استوهبه خادماً

الإشباع: هي مأخوذة من الشبع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره؛ وامرأة شبعى الذراع من النساء

هي ضخمة؛ وثوب شبيع الغزل أي كثير؛ وشبيع العقل أي وافر؛ والتشبع من يرى انه شبعان.

ويعني أيضاً: التوفية وبلوغ حد الكمال.²

التعريف بنظرية الاستخدامات والاشباعات:

فقد قدم العديد من الباحثين عدة مفاهيم لمفهوم الاستخدام من بينهم "لوكواديك" الذي عرف الاستخدام على انه "نشاط اجتماعي يتحول الى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار و القدم؛ وقد اصبح ضروريا من اجل سد حاجة وهي الحاجة الى المعلومات؛" اما "لاكروا" هو الآخر اقترح تعريفا لمفهوم الاستخدام؛ حيث يقول "أن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط

¹ د؛ محمد بن عبد الرحمن الحضيف" سبق ذكره؛ ص 27.

² المجند في اللغة والاعلام: ط 29؛ منشورات دار المشرق؛ بيروت 1986؛ ص 171؛ 372

استخدام تظهر و تبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الأخرى المنافسة لها او المرتبطة بها"¹

عرفت الاشباعات على انها حاجات ملحة تتوب الفرد لسد نقص اما داخلي او خارجي.²

وفقا لنظرية الاستخدامات و الاشباعات يتم وصف افراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية و اجتماعية لاستخدام وسائل الاعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات.³

3. أصول ونشأة الاستخدامات والاشباعات:

ان البحث حول استعمال "وسائل الاتصال " تحت عنوان (الاستعمال والرضا او الاستخدامات والاشباعات) جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين ارادوا التعرف على ماذا تفعل؟"⁴

ومن هذا المنطلق نجد ان بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الاتصال " هيرزج "وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات هي : (تنافسية؛ تربوية ؛ التقدير الذاتي ؛ رياضية؛ اشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي؛ التفكير المبني على الرغبة ؛ النصح)؛ ومن ناحية ثانية استنتج الباحث " ستثمان "دوافع الاهتمام بالاستماع للموسيقى الجادة و

¹ عبد الوهاب بوخنوفة؛ التلميذ المدرسة المعلم و الاستخدامات و تكنولوجيايات الاعلام و الاتصال؛ التمثل و الاستخدامات؛ أطروحة دكتوراه(جامعة السياسة و الاعلام؛ 2007) ص35.

² إبراهيم قائد احمد؛ "استخدامات الطلبة اليمنيين للفيديو و الاشباعات المتحققة منه" {نسخة الكترونية}. مجلة دراسات و أبحاث العدد.26؛ السنة التاسعة؛ {مارس 2017} ص 5

³ ابتسام رايس "نظرية الاستخدامات و الاشباعات و تطبيقاتها على الاعلام الجديد "؛ {النسخة الالكترونية} مجلة دراسات و أبحاث؛ العدد 25 السنة الثامنة؛ {ديسمبر 2016}؛ ص503.

⁴ فضيل دليو: الاتصال المفاهيمي . نظرياته . وسائله؛ دار الفجر للنشر و التوزيع؛ القاهرة؛ 2003؛ ص30.

الراديو ؛ و "وولف فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة ؛ بينما لاحظ "بيرلسون" استخدامات عديدة للصحيفة من اجل الاخبار و تفسير الشؤون العامة و كأداة من أدوات الحياة الراححة؛ الاعتبار؛ الاتصال الاجتماعي ؛ ومن الجدير بالذكر ان هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من "هيرتا . هيرتز" عام 1944؛ والتي هدفت للكشف عن اشباعات الجمهور والرأي وتوصلت الى ضرورة اشباع الحاجات العاطفية.

وفي هذا العام 1945 فقد تمكن "بيرلسون" من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب اضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالاً للجمهور في نقل الاخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي " الوسائل بالجمهور؟"¹.

هذا وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" ؛ Elhu Katz and Blumler تأليف كاتز وبلومر 1974؛

ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام ومحتواها من جانب؛ ودوافع الفرد من التعرض اليها من جانب آخر.

ومن جهة أخرى " كاتز وبلومر" ففان مدخل الاستخدامات والاشباعات يعني ما يليك .
الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

. الاحتياجات التي يتولد عنها.

. توقعات من وسائل الاعلام او أي مصادر أخرى تؤدي الى:

. اشباعات للاحتياجات

. ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.²

¹ بسام عبد الرحمان مشاقبة : نظريات الاعلام ؛ دار أسامة للنشر و التوزيع ؛ عمان ؛ الأردن ؛ 2011؛ ص85.

² محمود حسن إسماعيل : مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ؛ الدار العالمية للنشر و التوزيع ؛ الهرم ؛ 2003؛

4. فروض النظرية:

وضع الباحثون الأسس العلمية والفروض الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها وذلك بعد ان اتضحت المداخل الرئيسية للنظرية عند هؤلاء الباحثين؛ وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية ، و لان نظرية الاستخدامات و الاشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تاثير وسائل الاعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة

فقد اضاف هذه النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور؛ فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيًا ؛ بل اصبح ينظر اليه على انه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل ؛ و المضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية؛ لذا وضع " اليهو كاتز" وزملاءه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الافراد لوسائل الاتصال؛ والاشباعات التي يسعون الى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام:¹

. ان أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

. الربط بين الرغبة في اشباع حاجات معينة؛ واختيار وسيلة اعلام محددة يرجع الى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

. التأكيد على ان الجمهور هي الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالافراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الافراد.

. يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه؛ و بدوافعه و اهتمامه؛ فهو يستطيع ان يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الاعلام.

¹ منال هلال المزاهرة : نظريات الاتصال ؛ دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ؛ عمان 2012 ؛ ص 181

. الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.¹

5. تصنيف الدوافع والاشباكات

. تصنيف الدوافع:

لقد صنف الكثير من الباحثين دوافع المشاهدة ال الى دوافع متعددة فقد حدد "جرير" هذه الدوافع في: الاسترخاء؛ قضاء وقت الفراغ؛ التعلم؛ الهروب؛ البحث عن الرفيق. وصنفها "بالمجرين" الى: تعلم الأشياء؛ الاسترخاء؛ تحقيق المنفعة الاتصالية؛ النسيان؛ المتعة او الاستمتاع.

وحدها "روبين" في: ملء وقت الفراغ؛ البحث عن المعلومات والمعرفة؛ الرغبة في تحقيق المنفعة؛ البحث عن الرفيق. ثم عاد "روبين" وصنفها الى: دوافع نفعية؛ ودوافع طقوسية؛ فالمشاهدة النفعية التي تتم بهدف معين؛ اما المشاهدة الطقوسية فتتم كعادة او لأسباب تحويلية.

. تصنيف الاشباكات:

لقد صنف الكثيرون أيضا الاشباكات التي تتحقق من المشاهدة على النحو التالي:
قدم "لورانس" و "وينر" (1985) نموذجا للاشباكات يضم اشباكات ناتجة عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة معينة.

¹ محمود حسن إسماعيل مرجع سابق تم ذكره ص 255؛ 254 .

كما قام ماكويل وزملاءه بتقسيمها الى: معلومات؛ تحديد الهوية الشخصية والتي تشمل التعرف على نماذج مختلفة للسلوك وتعزيز قيم الشخص لحسن البصيرة؛ ثم التكامل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين؛ وأخيرا التسلية والترفيه.¹

6. عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تتركب نظرية الاستخدامات و الاشباعات من مجموعة من المفاهيم و العناصر المكونة لها؛ هي:

الجمهور النشط: حيث يؤكد باحثو الاستخدامات والاشباعات ان افراد الجمهور ايجابيين ونشطين؛ وليسوا مستقبلين سلبيين او ضحايا لوسائل الاعلام؛ وقد حدد "جونتر" ابعاد مفهوم الجمهور النشط في النقاط الآتية:

1/الانتقائية: فالجمهور وفقا لنظرية الاستخدامات والاشباعات لديه القدرة على الاختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية والتي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة بالإضافة الى ان الجمهور يستطيع ان يدرك ويتذكر بشكل انتقائي ما يتعرض له من رسائل

2/ العمدية: حيث يوجه جمهور وسائل الاعلام المضمون الذي ينتقيه ويتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة²

3/ المنفعة: استخدام جمهور وسائل الاعلام للوسائل والمضامين الإعلامية مرهون بما يعود عليه من اشباع للاحتياجات المختلفة التي يشعر انه بحاجة اليها.

¹ محمود حسن إسماعيل؛ مرجع سبق ذكره؛ ص255؛256.

² مديحة حيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات؛ مذكرة ماجستير (منشورة) جامعة الحاج لخضر؛ باتنة؛ 2010؛ ص38.

4/ عدم السماح بفرضية التأثير: الجمهور لا يريد ان يتكلم فيه أحد؛ كما يؤكد باحثو هذه النظرية؛ انه إيجابي ونشط ويوجه اختياراته بناء على احتياجاته؛ وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الاعلام.

5/ الاستغراق: وتؤكد إيجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النماذج التي تقدم في وسائل الاعلام ويتأثر بها

وير بالمجرين ان الجمهور يكون نشطا من خلال:

16 الانتقاء: هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الاتصالي؛ حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية وكذلك المضامين التي يتعرض لها وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

7/ لإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال؛ وهذا يشير الى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى في هذه الحالة؛ ويشعر الفرد بانه حقق نوعا من الاشباع لحاجاته كزيادة معلوماته بعد التعرض لوسائل ورسائل الاعلام؛ وتؤكد هذه الابعاد والعناصر . ان هذا الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافعه من استخدامه لوسائل الاعلام.¹

الجارية فإنها تحقق إشباع (مراقبة البيئة) الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات.

. التعرض لوسائل الاعلام:

يفرق "وينير" بين نوعين من الاشباع الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام هما:

. اشباع المحتوى.

. اشباع عملية.

¹ المرجع السابق ص39.

Gratifications Content: أ/ اشباعات المحتوى

وهي الاشباعات الناتجة عن التعرض لمضمون أو محتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين وهما:

Gratifications Oriental: أ/ الاشباعات التوجيهية

وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

Gratifications Social: ب/ الاشباعات الاجتماعية

ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية وتتمثل في التحدث مع الآخرين والإحساس بالتميز عن الآخرين ولإدراك الواقع الاجتماعي والقدرة على حل المشكلات.

Gratifications Process: اشباعات عملية

وهي الاشباعات التي تتحقق للفرد من خلال التعرض بشكل عامل لوسيلة في حد ذاتها وليس من خلال التعرض لمحتوي معين، وتنقسم إلى نوعين هما:

أ/ اشباعات شبه توجيهية:

وهي اشباعات بديلة أو مكملة للاشباعات التوجيهية وتتمثل في الشعور بالراحة والاسترخاء والمتعة، وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات.

ب/ اشباعات شبه اجتماعية:

وهي اشباعات بديلة أو مكملة للاشباعات الاجتماعية وتتمثل في التخلص من الإحساس بالملل والضيق والإحساس بالعزلة والتوحد مع الشخصيات التي تعكسها وسائل الإعلام.¹

¹ مديحة حيطاني، مرجع سابق، ص 39-40.

7. أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

1. تفسير استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم، وذلك بافتراض أنه جمهور نشط يختار الوسيلة المناسبة التي تشجع حاجاته ودوافعه.

2. تفسير دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3. التأكيد علي نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري

الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء وتكون ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الأنشطة ويكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقاته مع كل من: وسائل الاتصال، والمحتوى، والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف.

الخلاصة:

جاء في هذا الفصل تعريف شامل بنظرية الاشباع والاستخدامات جاء في مفهوم النظرية وأصول نشأتها حيث تبين في فالاستخدام مأخوذة من كلمة الخدمة استخدم الشيء أي استعمله لمصلحته اما مفهوم الاشباع مأخوذ من الشبع أي إرضاء الرغبة او الغاية جاء في مفهوم الاشباع هو إرضاء الغاية او الرغبة الشخصية للفرد حيث يصل هذا الارضاء لدرجة كبيرة لدى الفرد أما نظرية الاستخدامات والاشباعات فهي عبارة عن النظر بين وسائل الاعلام والجمهور بشكل مختلف حيث ترى الاشباعات التي تحققها الرسائل الإعلامية و كيفية استخدامه لها أصول النظرية ونشأتها حيث تعود الى بدايات ظهور البحوث الاولى لهذه النظرية فروض النظرية الأساسية التي وضعها الباحثون و التي باختصار هي أعضاء الجمهور الفاعلون في عملية الاتصال و استخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم اهداف مقصود. تحقق رغباتهم وتوقعاتهم والفرضية الثانية التي تناولت الربط بين الرغبة في اشباع حاجات معينة واختيار وسيلة اعلام محددة. الفرضية الثالثة التأكيد ان الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمحتوى ورابعا يكون الجمهور على علم بفائدة ما يقدم له بدوافعه واهتمامه اما الفرضية الخامسة فجاء فيها الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال.

الفصل الثاني

التطبيقات الالكترونية

1. تعريف التطبيقات الذكية:

تعرف التطبيقات الذكية بأنها برامج تصمم بواسطة مجموعة برمجيات إلكترونية، تثبت على الأجهزة النقالة والحوايب المحمولة والمكتبية، ويرى حميص بأنها " مجموعة برامج تصممها الشركات المصنعة للهواتف أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف أو شركات أخرى متخصصة في صناعة التطبيقات، ويقوم المشترك بتنزيلها على هاتفه متاجر شركات الهواتف العالمية على حسب نوع نظام تشغيل الهاتف".

وتتاح تلك التطبيقات الذكية على العديد من الأجهزة الإلكترونية مثل: أجهزة الكمبيوتر المحمولة واللوحية، بالإضافة إلى الأجهزة المكتبية الحديثة وأجهزة الهواتف النقالة المدعومة بأنظمة التشغيل البرمجية

وغيرها من أنظمة التشغيل الشهيرة الخاصة بالشركات المصنعة لتلك التطبيقات.¹

2. نشأة التطبيقات الالكترونية:

يرتبط الظهور الزمني للتطبيقات الذكية في فترة التسعينات؛ ولكن كانت محدودة بشكل كبير؛ في حين ظهران الهواتف الذكية قد سبقتها وتحديدا في بداية الالفينات. ولقد نشأت التطبيقات الذكية بشكل

تدريجي بناء على الإمكانيات البرمجية لكل حقبة؛ وفيما يلي التسلسل التاريخي لنشأة وتطور الهواتف

الذكية:

1. Apple iPhone Os سنة 2007

¹ احمد عطية ربيع الفايدى؛ أثر التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية؛ كلية الاقتصاد والإدارة؛ تخصص الإدارة العامة؛ جامعة الملك عبد العزيز؛ السعودية؛ المجلة العربية للنشر العلمي؛ 2021 ص424

2. Black Berry Os سنة 1999

3. Android سنة 2003.¹

3. أنظمة تشغيل التطبيقات الالكترونية واهدافها:

وهي مملوكة لشركة آبل الامريكية ومن الأمثلة على

اولاً هواتف تعمل بنظام أي او اس آيفون

وهي مملوكة لشركة غوغل الامريكية ومن الأمثلة

ثانياً هواتف تعمل بنظام أندرويد

على هواتفها الذكية هواتف سامسونغ.

نظام تشغيل آبل

وهو نظام تشغيل خاص بالأجهزة الذكية الصادرة عن شركة آبل الامريكية؛ لمالكها

كانت تعمل بالبداية في تصنيع وتصميم برامج الكمبيوتر بالإضافة الى الالكترونيات الأخرى

مثل نظام تشغيل أندرويد والتي تعمل جميعها بخاصية اللمس وتخضع لتحديثات مستمرة،

والمتجر الخاص بالتطبيقات يسمى آبل ستور.

الامريكية؛ يدعم الكثير من الهواتف الذكية التي تنتجها هو نظام خاص بشركة غوغل

وقد وهو من النظم مفتوحة المصدر، شركات مختلفة مثل ما انتجته جوجل عام 2008م؛

وتعني كلمة أندرويد الروبوت على هيئة انسان؛ ويخضع لتحديثات مستمرة بحيث يطلق على

كل تحديث اسم مختلف

¹ إبراهيم بعزير تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، 2012، 10.

واما المتجر الخاص بالتطبيقات فيسمى بلاي ستور ،

يشير (زهر 2016) الى نوعين من التطبيقات الذكية والتي تعد الأشهر بين الأجهزة الذكية والحاسوبية وهي:

هي التطبيقات التي تتطلب من المستخدم تنزيلها والتطبيقات الاصلية وتثبيتها على هاتفه الذكي؛ وقد صممت لتلائم أنظمة التشغيل جميعها. وتتميز بعدة الصفات وهي:

السرعة في الأداء . تجربة الاستخدام . مرونة الاستخدام . الوصول لكل الواجهات البرمجية . الأداء والانسائية . تحكم أكثر بالواجهة. بينما تظهر بعض العيوب للتطبيقات الاصلية مثل: تكلفة تطوير وتصميم عالية . تتطلب مهارات عالية في اللغات البرمجية.

فهو مزيج من التطبيق الأصلي وتطبيق الويب لتلائم الأجهزة . التطبيقات الهجينة الهواتف المحمولة كافة ومن الصفات التي تمتلكها هي:

. تطوير أسرع للتطبيق

. سهولة الوصول اليها

. تطوير التطبيق أقل تكلفة وصيانة فعالة

بينما تظهر عدة سلبيات لها مثل: صعوبة عملها بدون . واجهة التطبيق ملائم لمتصفح

انترنت

. درجة صيانتها ضعيفة.

. درجة امان اقل.¹

¹ احمد عطية؛ المرجع السابق؛ ص425/426.

4. أهداف التطبيقات الالكترونية:

- تهدف التطبيقات الالكترونية في الأجهزة المحمولة والمكتبية للوصول الى المعلومات اللازمة المراد الوصول لها؛ ومن بين تلك الأهداف:
- . الوصول لأكبر عدد ممكن من المستخدمين.
- . الوصول الى المعلومات او المصادر الأولية بسرعة من أي مكان وفي أي وقت.
- . بالإضافة الى التعرف على اشخاص جدد رغم البعد الجغرافي.
- . التأثير في المستخدم حتى يتعلق بالتطبيق ويصبح شبه لا يستطيع الابتعاد عنه.
- . توصيل رسائل للعالم اجمع في نفس الوقت¹

5. أهمية التطبيقات الالكترونية:

ان للتطبيقات الالكترونية أهمية كبيرة هذه الأيام؛ وذلك نتيجة التسارع الكبير في تصنيع وتوزيع الأجهزة الذكية؛ والتي بدأت اليوم تحاكي أسلوب عمل الأجهزة الحاسوبية الشخصية؛ الامر الذي يعطي أهمية أكبر لمساهمة تلك التطبيقات في تقديم وتنفيذ وانهاء الإجراءات اللازمة للمستخدمين. لقد سعت العديد من القطاعات العامة والخاصة بالمملكة العربية السعودية الى تبني انشاء التطبيقات الذكية الخاصة بها.

ان أهمية التطبيقات الالكترونية في حياتنا تتوسع مع الوقت لما تقدمه من خدمات تسهل الوظائف الحياتية على المستخدمين حيث انه من مجالات التطبيقات المجال الخدمي او المواصلات او الثقافي او التعليم او السياحة وغيرها؛ والتطبيقات انتشرت بالسنوات القليلة الماضية بشكل ملحوظ ومع تطور الهواتف المحمولة وأنظمة التشغيل توسع أهمية هذه التطبيقات؛ يومياً هناك تطبيقات جديدة يتم رفعها على أسواق التطبيقات الامر الذي يجعل

¹ محمد زكرياء خراب، ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك" رؤية نقدية، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والراي العام، المجلد 2، العدد 2، ديسمبر 2019، الجزائر، ص 15.

لهذا الجانب أهمية كبيرة في مستقبلنا ؛ ومع تطور هذه التطبيقات من الممكن ان تسبب نهضة ثورية في التقنية خاصة ان مستخدمي الهواتف الذكية أيضا يرتفع.

في السنوات القليلة الماضية حدثت طفرة كبيرة في مجال التكنولوجيا عامة وتكنولوجيا الهاتف خاصة حيث اصبح من السهل التواصل بين الأشخاص والبقاء على اتصال دائم وحتى ان كانوا في قارات مختلفة ؛ فاليوم تكنولوجيا الهاتف الذكية احتلت العالم بهدف التسهيل من الاعمال البشرية وتسهيل الحياة اليومية أيضا عن طريق الكثير من التطبيقات التي يمكن استخدامها في التواصل او التعلم او التسلية وغيرها الكثير والان هذه التكنولوجيا لم تقتصر فقط على إبقاء هذا الاتصال بين البشر او على المشاهدة والتسلية فقط ؛ ولكن امتدت أيضا الى ابعد من هذا في الحياة ؛ الان اصبح من الضروري جدا انشاء وتطوير تطبيقات الاجهزة المحمولة المختلفة حول العالم ليس فقط من اجل الاستخدام الشخصي في الحياة اليومية وانما توسعت فكرة التطبيقات لتشمل الشركات والبنوك وغيرها من المؤسسات لإنهاء اعمال و تعليمات روتينية من أي مكان واي وقت بنقرة واحدة فقط ؛ فمثلا الان تقوم العديد من الشركات جذب المزيد من الأشخاص دون تعب او جهد وفي اقل وقت ممكن عن طريق التسويق لخدماتها باستخدام التطبيق¹.

6. عوامل نجاح التطبيقات الالكترونية ومعوقاتهما:

يمكن تحديد العوامل الناجحة لاستخدام التطبيقات الالكترونية على عاملين وهما:
العوامل التنظيمية والعوامل الفنية.

أولا/ العوامل التنظيمية: وترتبط بوجود سياسة واضحة للاستخدام . تحديد الإجراءات المندرجة في نطاق أتمته الخدمات . تهيئة العاملين بأهمية التطبيقات الذكية.

¹ ريان عايد، أسماء بن ناصر، تأثير تطبيق التيك توك – تأثير تطبيق التيك توك على سلوك المراهق "دراسة ميدانية بثانوية هواري بومدين" – بلدية بومهرة احمد ولاية قالمة السنة الجامعية 2021-2023 مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص علم اجتماع الاتصال، ص 66.

ثانيا/العوامل الفنية: التركيز على المتطلبات التقنية من خلال الشبكات الداخلية والخارجية . وجود إدارة متخصصة في الدعم الفني . إعادة وتأهيل الفنيين على انشاء التطبيقات الذكية كنوع من الاستقلالية البرمجية المراد بناءها.¹

7. معوقات التطبيقات الالكترونية:

1/ معوقات امنية: وتتركز عادة في ضعف مستوى الموثوقية للتطبيقات الذكية . لا تصنف كقناة رسمية للتواصل . تصنف متاجر التطبيقات الالكترونية بانها مفتوحة المصدر. ضعف مستوى التطبيقات الالكترونية التي تنفذ بمجهود فردي شخصي.

2/ معوقات تكنولوجية: صعوبة استعراض الملفات المستخرجة من التطبيقات . عدم توافق التطبيقات الذكية مع بعض إصدارات أنظمة تشغيل الأجهزة الالكترونية.

3/ معوقات إدارية: استمرارية التعاملات الورقية في ظل أتمته الخدمات الإدارية . استمرار وجود البيروقراطية في الإجراءات الإدارية في ظل التحول الالكتروني.

4/ معوقات معلوماتية: ارتفاع مستوى الخصوصية المعلوماتية لبيانات المستخدم؛ لذا قد يؤدي الادخال الخاطيء الى ظهور قرارات خاطئة.²

8. تعريف تطبيق تيك توك:

يعرف تطبيق تيك توك نفسه بأنه عبارة عن منصة اجتماعية تمكن مستخدميها من مشاهدة مجموعة من مقاطع الفيديو القصيرة من انتاج المبدعين والكوميديين المحترفين او الهواة، كذلك يسمح بتصوير مقاطع فيديو ومشاركتها مع الأصدقاء والمتابعين على الصعيد العربي والعالمي.

¹ احمد عطية؛ المرجع السابق؛ ص427.

² المقالات والدراسات الأكاديمية المنشورة في مجلات ومؤتمرات أكاديمية حول تيك توك - يمكنك البحث في قواعد البيانات الأكاديمية مثل Google Scholar أو ACM Digital Library للعثور على دراسات وأبحاث تفصيلية حول تأثير تيك توك وتحليلات استخدامه، ص 75.

يعد تطبيق التيك توك من تطبيقات التواصل الاجتماعي وهو منصة لتبادل الفيديوهات شديدة الصغر وتسمح للمستخدمين بصناعة الفيديوهات الخاصة بهم والتي تستر من ثوان معدودة الى عدة دقائق ثم يتم نشرها مع قطاع واسع من جمهور تيك توك.

هو شبكة اجتماعية صينية لمقاطع الفيديو الموسيقية، تم إطلاق التطبيق سنة 2016 باسم دويين (تطبيق تيك توك) او ما يسمى يسمح بتصوير فيديو لمدة 15 ثانية مع إضافة مؤثرات ومشاركتها مع الأصدقاء.

تيك توك المعروف فالصين باسم دويين هي شبكة اجتماعية يتم فيها مشاركة الفيديوهات التي تتراوح مدتها من ثلاث ثوان الى ثلاث دقائق كذلك تتيح انشاء مجموعة متنوعة من المقاطع المرئية القصيرة وهو عبارة عن نسخة عالمية من تطبيق "دوين" الصيني المملوك لشركة "بايت دانس".¹

9. نشأة تطبيق تيك توك:

في النصف الثاني من عام 2016 وبالتحديد خلال شهر سبتمبر، أطلق "تشانغ" مالك شركة "بايت دانس" تطبيق تحت اسم دويين يمكن مستخدميه من انشاء مقاطع تزامن حركة الشفاه مع المقطعات الصوتية، وقد لاقى هذا التطبيق اقبالا واسعا في الصين حيث تمكن من جذب 100 مليون مستخدم في مدة وجيزة بلغت العام فقط من تاريخ إطلاق التطبيق، وهذا الامر دفع "تشانغ" لإطلاق التطبيق بشكل عالمي وذلك في عام 2017 ويحمل اسم تيك توك.

بعد شهرين من إطلاق تطبيق تيك توك بشكل عالمي قامت الشركة المالكة لهذا التطبيق بالاستحواذ على أسهم شركة . ميوزكلي . وهذا مقابل مبلغ مليار دولار امريكي، وكان الهدف من هذه الصفقة الاستفادة من قاعدة المستخدمين الشباب المتواجدة لدى شركة "ميوزكلي".

¹ الموقع الرسمي لتيك توك (www.tiktok.com) - يوفر مصدرًا موثوقًا للمعلومات حول المنصة والتحديثات الجديدة والأدلة التفصيلية حول استخدام ميزاتنا.

و"ميوزكلي" هي الشركة المالكة لتطبيق يحمل نفس اسمها والذي ظهر في أغسطس 2014 حيث قرر . الكس زو. إطلاق تطبيق ميوزكلي بعد الفشل الذي تعرض له تطبيقه الأول الذي طرحه مع شريكه لويس يانج والذي يعنى بعرض فيديوهات تعليمية قصيرة لا تتجاوز مدتها خمسة دقائق محاولين بذلك القضاء على الملل الذي يصيب متتبعي فيديوهات الدورات التعليمية بسبب كونها طويلة المدة، رغم هذا الهدف السامي الا ان تطبيقهما لاقى فشلا ذريعا بسبب التكلفة المرتفعة لإنتاج تلك الفيديوهات، فتحول تفكيرهما من طرح تطبيق يختص بفديوهات للتعليم الى تطبيق يختص بفديوهات الرقص وهذا الأخير حمل اسم "ميوزكلي" كونهما يدينان بمبلغ 250 ألف دولار للمستثمرين الذين تبنوا فكرة تطبيق الفيديوهات التعليمية ولم يتبقى من ذلك المبلغ الا جزء بسيط.

وفي صبيحة يوم 2 اوت 2018 استيقظ مستخدمو تطبيق "ميوزكلي" ليجدوا أنفسهم دون سابق انذار على منصة تيك توك، بسبب ضم العلامتين التجاريتين تحت اسم واحد وتطبيق واحد "تيك توك" وقد وصل عدد مستخدميه الى 500 مليون مستخدم شهريا.¹

10. نبذة عن مؤسس تطبيق تيك توك:

ولد "تشانغ يي ميغ" في الأول من ابريل عام 1983، وفي عام 2001 التحق . بجامعة نانكاي . في تيانجين الصينية وتخصص في الإلكترونيات الدقيقة قبل التحول الى هندسة البرمجيات، والتي تخرج منها في عام 2005، ثم بعد ذلك التحق بإحدى الشركات السياحية الصينية التي تعتمد على الانترنت في الحجوزات والتواصل مع العملاء، وقد ترقى فيها الى منصب مرموق، بعد ذلك ترك وظيفته والتحق بشركة مايكروسوفت العالمية، والتي اكتسب فيها خبرات لا بأس بها لكن "تشانغ" لم يستمر بالعمل فيها، بل سرعان ما عاد شركة مايكروسوفت بعد فترة ملتحقا بشركة حديثة النشأة تدعى "فانفو"، وهذه الأخيرة ما لبثت ان كان مصيرها الفشل والإفلاس.

¹ عبد النور حفار؛ المرجع السابق؛ ص17/18.

وفي عام 2012 قام "تشانغ" بتأسيس شركة "بايت دانس"، والتي بلغت قيمتها السوقية في الوقت الحالي 75 مليار دولار وقد كان اول منتج لهذه الشركة هو تطبيق وهو عبارة عن منصة إخبارية منفصلة عن محرك البحث الصيني ' بايدو ' وفي شهر سبتمبر من عام 2016 أطلق تشانغ تطبيق يسمح للمستخدمين انشاء مقاطع فيديو قصيرة لمزامنة الشفاه مع المقاطع الصوتية، وهو الذي أصبح فيما بعد ما يسمى تطبيق تيك توك.¹

11. خصائص تطبيق تيك توك ومجالات استخدامه:

هناك العديد من مزايا التي يتمتع بها تطبيق تيك توك وهو كالتالي:

. يمثل مكتبة تحفظ الفيديوهات: يتمتع تطبيق التيك توك بتصميم مختلف ومتنوع، يمكن المستخدم من مشاهدة كم هائل من الفيديوهات المتنوعة بشكل سهل وبسيط.

. مشاركة المضمون والتفاعل السريع: حصول المستخدم على معجبين خلال فترة وجيزة يعد من الأمور السهلة على تطبيق تيك توك، اذ ان التنقل من فيديو الى آخر لا يتطلب سوى السحب للأعلى. كذلك في حالة رغبة المتابعين رؤية الصفحة الخاصة بالشخص الذي قام بنشر الفيديو ما عليهم سوى السحب لليسار، ليشاهدوا باقي فيديوهات ذلك الشخص

. مكان متميز من حيث التجمع: حيث تحول تطبيق تيك توك الى مكان للتجمع بين الشباب، فالمرهقون والشباب يقومون بإجراء العديد من المنافسات عبره، بالإضافة الى الألعاب والرقص على أغاني محددة.

. التطبيق مجاني ولا يتطلب دفع مبالغ مالية مقابل استخدام الفلاتر والمؤثرات الخاصة به.

¹ مريم نريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي التيك توك في الجزائر، مذكرة ماجستير، قسم الاعلام والاتصال بجامعة باتنة السنة الجامعية 2011-2012، ص 56.

- . لا يستهلك تطبيق تيك توك مساحة كبيرة على الهاتف، فحجمه صغير للغاية.
- . تحرص الشركة المصممة للتطبيق على حذف أي فيديو يخل بالحقوق المتعلقة بالملكية والنشر، كما ان الفيديوهات التي تحرض على الكراهية او العنصرية يتم حذفها على الفور.
- . يوجد عدد كبير من المبدعين في مجالات عدة ينشطون على التطبيق.
- . تتم متابعة التطبيق من طرف الشركة المصممة وتعمل على تزويده بمزايا وتحديثات كل فترة.¹

12. مجالات استخدام تطبيق تيك توك:

- هناك العديد من المجالات التي يمكن فيها استخدام تطبيق تيك توك نذكر منها:
 - . الترفيه والتسلية:
 - يمكن التوجه لاستخدام تطبيق تيك توك بوصفه وسيلة جيدة للترفيه والمتعة؛ فالعديد من الناس يقومون باستخدام هذا التطبيق عندما يريدون الاسترخاء والتحرر من ضغوط العمل.
 - . التعليم:
 - يستطيع المعلم مشاركة تلاميذه فيديوهات شرح بدلا عن منحهم ملفات مكتوبة مملة؛ او جعلهم يشاركون مقاطع معه اثناء أدائهم لمهمة ما؛ والهدف من ذلك هو مراقبة المعلم للتلاميذ والتأكد من تركيزهم اثناء أداء واجباتهم
 - المدرسية. ومن مميزات استخدام تطبيق تيك توك في التعليم ما يلي:
 - . تقديم دروس صغيرة وبسيطة:
 - حيث يمكن للطالب الحصول على فيديوهات الأجزاء التي يفهمها فقط؛ فمثلا شرح لقانون او تجربة كيميائية وهذا ما يوفر على الطالب عناء مشاهدة الفيديوهات فيها القصيرة لا تسبب ملل الطالب من سماع معلمه كما يستطيع

¹ جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، ص 32

الطالب طرح أسئلة في التعليقات ليجيبه عليها استاذة وبالتالي تعم الفائدة بين كافة الطلاب.
. ربح الأموال:

وفقا للعديد من التجارب تبين ان منصة تيك توك أحد أكثر المنصات الاجتماعية التي يمكن من خلالها جني الكثير من الاموال وفي الحقيقة هناك الآلاف من الأشخاص حول العالم يعتمدون على تطبيق تيك توك كمصدر أساسي للدخل؛ اذ نجد أن طرق الربح من تطبيق تيك توك كثيرة ومتنوعة من أهمها ما يلي:

. الربح عن طريق البث الحي:

من خلال اجراء البث الحي يستطيع المستخدم تجميع أكبر قدر من المتابعين وبالتالي يقوم تطبيق تيك توك بمنح بعض الهدايا الافتراضية لصاحب الحساب؛ والتي يمكن تحويلها فيما بعد الى أموال حقيقية.

. الربح من خلال التسويق بالمنتجات:

حيث يستطيع المستخدم الحصول على العوائد مالية مقابل التسويق للسلع والمنتجات؛ وذلك بعرض سلعته الخاصة او منتج لشركة ما عبر تطبيق تيك توك مقابل مبلغ مالي.

. الربح من خلال العمل على زيادة عدد المشاهدين:

وهذه الطريقة لا تستدعي سوى ربط حساب المستخدم الشخصي مع الحساب البنكي او أحد المحافظ الالكترونية ومن ثم تفعيل الربح من عدد المشاهدات.

. الربح من خلال صناعة المحتوى للآخرين:

يمكن للأشخاص أصحاب المواهب والمهارات جني الكثير من الأموال من خلال التعاقد مع متجر او شركة مقابل صناعة محتوى تسويقي للسلع والمنتجات التابعة لهم.¹

مخاطر برنامج تطبيق تيك توك:

¹ إبراهيم بعزير تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، 2012، ص 12.

. يعتبر تطبيق تيك توك منصة تواصل اجتماعية بلغت حد العالمية بها ملايين الفيديوهات المتنوعة في مختلف.

. المجالات والتي تجذب المستخدم وتجعله يمضي فترات طويلة في مشاهدتها؛ وهذا يؤدي الى تضييع الكثير من الوقت دون الحصول على فائدة تذكر.

. يؤدي استخدام تطبيق "التيك توك" بشكل دائم ولفترات طويلة الى ارتفاع نسبة اصابة المستخدم بالأمراض.

النفسية المختلفة كالإكتئاب والتوتر والضغط؛ إضافة الى اتباع أنظمة غذائية غير صحية تؤدي الى الإصابة بأمراض عضوية على المدى البعيد.

. ان استخدام تطبيق "تيك توك" قد يؤدي هوس الشهرة حيث يعتبر اعلام موازي للتلفزيون ونجوم السينما وهذا بدوره قد يؤدي الى الرغبة في تنفيذ اعمال ضارة او خطرة لجذب المتابعين والمشاهدين.

. كذلك يمكن ان يسبب تطبيق "تيك توك" الألم النفسي نظرا لمشاهدة فيديوهات المشاهير والاعنياء الذين يقومون بمشاركة حياتهم واملاكهم ونشاطاتهم اليومية على المنصة مما يجعل الفرد يبدأ في المقارنة ويشعر بعدم الرضا عن حياته والاحساس بالعجز والدونية.

. في بعض الأحيان قد يتسبب هذا التطبيق في حدوث نهاية مأساوية لمستخدميه؛ مثل السجن بسبب قضايا

. التمر والسب والقذف ونشر العري او ترويج المخدرات؛ وكل ما يخالف القانون لجذب المتابعين والتفاعلات؛ كما قد يسبب التقليد الاعمى للآخرين الى إيذاء النفس او الانتحار في

حالة الفشل في الحصول على الشهرة او المال.¹

¹ عبد النور حفار؛ المرجع السابق؛ ص21.

الخلاصة:

نستنتج من هذا الفصل ان ظهور التطبيقات الالكترونية كان مرتبط بفترة التسعينات لكن ظهوره محدود حيث نشأة هذه التطبيقات الالكترونية بشكل تدريجي بناء على كل حقبة زمنية يعود مفهوم التطبيقات الالكترونية بأنها برامج صممت بواسطة عدة برمجيات الكترونية تثبت على الأجهزة والحواسيب المحمولة والمكتبية؛ وهي برامج مصممة من قبل الشركات المصنعة للهواتف.

الذكية لشركة IOS فهذه التطبيقات الالكترونية أنظمة تشغيل خاصة بها تتفرع في نظامين الأول نظام Google لشركة ANDROID وثانيا نظام آندرويد Apple

حيث ان للتطبيقات الالكترونية اهداف عليها تحقيقها وصممت لأجلها كما تكمن أهمية هذه التطبيقات الالكترونية في التسهيل والتوفير في الجهد المادي والمعنوي والوقت والاتصال... الخ وتتعدد مجالات استعمال هذه التطبيقات حيث لها أوجه كثيرة في ميادين مختلفة كالتسويق والاتصال الترفيه الشهرة العمل اداري او آخر.

وبهذا فإن تطبيق "التيك توك" هو كما عرف في المبحث انه شبكة اجتماعية ومنصة لتبادل الفيديوهات شديدة الصغر كما يسمح بصناعة الفيديوهات ومشاركتهم من طرف المستخدمين وتعود نشأته في العام 2016 في شهر سبتمبر من طرف "تشانغ" مالك شركة "بايت دانس". وكان لتطبيق "التيك توك" خصائص تمثلت هذا تصميم مختلف عن باقي التطبيقات التي عرفت في عصره وأيضاً بمشاركة المضمون والتفاعل السريع كما ان هناك خصائص أخرى ذكرت في المبحث.

وتعددت أيضاً مجالات استخدام تطبيق "تيك توك" تضمنت الترفيه والتسلية؛ التعليم؛ يعتبر أيضاً تطبيق "التيك توك" سلبياً من جهة النظر لمخارطه على المجتمع فقد يسبب هذا التطبيق الازمات النفسية المنتشرة بكثرة في عصرنا هذا حيث يعتبر مسيطر على نفسية المستخدم؛

وأيضاً الجذب الكبير الذي يجذب به مستخدميه حيث لا يمارسون نشاطات اجتماعية أخرى فيحدث ذلك انطوائية في الشخصية.

الإطار التطبيقي

تمهيد:

من خلال تحديد إجراءات الدراسة المنهجية؛ والتي اتبعت في انجاز الدراسة الميدانية؛ وبعد توزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين الذين يمثلون عينة الدراسة؛ تم تفرغ البيانات المتحصل عليها من ذلك في جملة من الجداول الإحصائية؛ بهدف استنباط مجموعة من النتائج التي تؤدي الى الإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة والاسئلة الفرعية.

المحور الأول: البيانات السوسيو ثقافية

جدول 1 : يوضح توزيع افراد العينة على حسب الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
32%	8	ذكر
68%	17	أنثى
100%	25	المجموع

قراءة الجدول:

من خلال ارقام الجدول المتعلق بالجنس نرى ان فئة الذكور من عينة قيد الدراسة بلغت 8 مفردات والتي قدرت بنسبة 32 بالمئة

بينما فئة الاناث 68 بالمئة وافراد العينة تمثل في 17 فردا.

التحليل:

يوضح الجدول من خلال النتائج المتحصل عليها ان نسبة الاناث التي تقدر ب 68 بالمئة اكثر من فئة الذكور التي تقدر ب 32 بالمئة وهذا يوضح ان نسبة الطالبات اكثر من نسبة الطلبة في الجامعة و هذا يعود لتفضيل الذكور للعمل او ميادين أخرى على الجامعة و بهذا فإن الاناث هم الأكثر استخداما لتطبيق التيك توك و هذا لعدم حصولهم على نشاطات تملأ أوقات فراغهم.

جدول 2 : يوضح افراد العينة حسب الفئات العمرية

النسبة المئوية	التكرار	السن
60%	15	من 18 الى 25
24%	6	من 26 الى 31
16%	4	من 31 الى 36
100%	25	المجموع

قراءة الجدول:

يوضح الجدول نسبة الفئات العمرية حيث توزعت كالتالي من 18 الى 25 والتي كان عدد العينة فيها 15 وكانت نسبتها المئوية 60 بالمئة ومن 26 الى 31 عدد العينة 6 وكانت نسبتها المئوية 24 بالمئة ومن 31 الى 36 4 افراد تمثلت في 16 بالمئة وبهذا نصل الى هذا التحليل والتفسير.

التحليل:

نصل من خلال النتائج التالية الى ان الفئات العمرية الأصغر هي الأكثر استخداما لهذا النوع من التطبيقات "تيك توك" وبعدها الفئات المتوسطة أعمارهم وتكون اقل اهتماما وتفاعلا مع هذه التطبيقات وبعدها الفئات الأكبر سنا والتي هي الأقل على مستوى كافة الفئات العمرية ونرى انها كلما كان الشخص أكبر سنا كان اقل اهتماما بهذه التطبيقات.

جدول 3 يوضح الحالة الاقتصادية للعيينة

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاقتصادية
12%	3	جيدة
80%	20	متوسطة
8%	2	ضعيفة
100%	25	المجموع

قراءة الجدول:

يتم من خلال هذا الجدول اخراج نتائج تتعلق بالنسب المئوية التي توضح الحالة الاقتصادية لأفراد العينة حيث تقسمت لثلاث حالات جيدة والتي كانت افراد العينة فيها 3 افراد وتحصلنا على نسبة 12 بالمئة والحالة الثانية متوسطة وكانت افراد العينة الأكبر فيها 20 فردا ونسبتها المئوية 80 بالمئة وضعيفة كانت فردين واكل نسبة من الاثنين وبنسبة 8 بالمئة.

التحليل:

من خلال الجدول نجد ان النسب تبين أهمية الحالة الاقتصادية على انها مهمة بالنسبة للفرد ليستخدم تطبيق التيك توك فبدون الهواتف الذكية ذات الأسعار الغالية لا يمكن الدخول لمثل هذه التطبيقات والتفاعل فيها والاشتراك بالفيديوهات ونشرهم كالتصوير والبتوث المباشرة وما الى ذلك.

المحور الثاني: أنماط ودوافع استخدام التطبيقات الالكترونية:

جدول 4 هل تستخدم تطبيق التيك توك باستمرار

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
28%	7	نعم
8%	2	لا
64%	16	احيانا
100%	25	المجموع

قراءة الجدول:

نرى في الجدول ان افراد العينة المستخدمين باستمرار هم 7 افراد بنسبة 28 بالمئة اما الغير مستخدمين باستمرار هم فردين بنسبة 8 بالمئة فقط والمستخدمين من حين لآخر في اليوم هم 16 فردا بنسبة 64 بالمئة.

التحليل:

يوضح الجدول ان استخدام تطبيق التيك توك وبهذا نجد في نتائج الجدول انهم ليسوا من المستخدمين بشكل دائم لهذا التطبيق بل أحيانا أي بانتظام يومي ويعود ذلك لوعي الطبقة المثقفة من الطلبة الجامعيين بأثار هذه التطبيقات عليهم بهذا فأهداف افراد العينة تتغير حسب طريقة استخدامهم لها.

جدول 5 يوضح أماكن استخدام التيك توك

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
68%	17	المنزل
12%	3	الجامعة
20%	5	أماكن أخرى
100%	25	المجموع

قراءة الجدول:

وتمثل نتائج الجدول الأماكن الأكثر استخداماً فيها لتطبيق التيك توك هناك تبين أن 17 من أفراد العينة تستخدمه في المنزل بنسبة 68 بالمائة وفي الجامعة 3 أفراد وكانت النسبة 12 بالمائة وأماكن أخرى 5 أفراد بنسبة 20 بالمائة.

التحليل:

نرى أن المنزل بالنسبة لأغلبية أفراد العينة الذين يمثلون أغلبية مجتمع الدراسة هو المكان الأفضل لتوفره على العوامل اللازمة لاستخدام التطبيق حيث أنه آمن ويتوفر على الانترنت والمشاركة بارتياح في التصوير أو إنشاء الفيديوهات.

جدول 6 يوضح كم من الوقت يتم استخدام التيك توك

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
52%	13	من ساعة لساعتين
40%	10	من ساعتين لأربعة ساعات
8%	2	من أربعة ساعات فما فوق
100%	25	المجموع

قراءة الجدول:

يمثل الجدول الوقت الذي يستغرقه افراد العينة في استخدام تطبيق التيك توك في اليوم بالساعات فقسمناه من ساعة لساعتين وكان عدد الافراد 13 فردا بنسبة 52 بالمئة ومن ساعتين لأربع ساعات 10 افراد بنسبة 40 بالمئة ومن أربع ساعات فأكثر فردين بنسبة 8 بالمئة.

التحليل:

ان استخدام تطبيق التيك توك اليومي و المتواصل لفترات معتبرة من الزمن له جملة من الآثار عل افراد العينة تمس جل مناحي حياتهم و قد تكون تلك الآثار إيجابية كإتاحة الفرصة في حرية التعبير وتكوين علاقات اجتماعية و نشر الوعي الصحي او الاقتصادي او البيئي او تكون هذه الآثار سلبية كتقليل التواصل المباشر بين الافراد و اضعاف الروابط الاسرية وخلق عالم افتراضي يم اشخاص غرباء بالإضافة الى نشر اخبار كاذبة او عادات سيئة كالتمر الالكتروني و الذي يؤدي الى خلق مشاكل نفسية لدى الطالب الجامعي وهو ما ينعكس سلبا على سلوكياته وهذا ما ينطبق مع ما جاءت به نظرية الاستخدامات و الاشباعات من فرضيات والتي تنص على ان هناك تأثير لوسائل الاعلام والاتصال في جميع جوانب حياة الفرد انطلاقا من استخدامه لتلك الوسائل.

جدول 7 يوضح الفترات المفضلة لاستخدام تطبيق التيك توك لدى افراد العينة.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	0	0%
مساء	10	40%
ليس وقت محدد	15	60%
المجموع	25	100%

قراءة الجدول:

يوضح الجدول أكثر الأوقات التي يستخدم فيها الفرد من العينة تطبيق التيك توك وظهر ان ليس هناك وقت محدد حازت على أكبر نسبة حيث كان عدد الافراد 15 فردا بنسبة 60 بالمئة ومساء كانت النسبة الأقرب لها حيث كان عدد العينة 10 افراد 40 بالمئة.

التحليل:

وهذه النتائج ترجع للالتزامات التي يلتزم بها الطالب من دراسة وعمل حيث يتحدد له ان يختار وقته المناسب حسب أوقات راحته ودون التقصير مع أي واجب من واجباته؛ إضافة الى الدافعية وهي حالة تستثير سلوك الفرد وتوجهه نحو تحقيق هدف او غاية معينة.

جدول 8 هل تملك حساب شخصي على التيك توك؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	14	56%
لا	11	44%
المجموع	25	100%

قراءة الجدول:

تبين ارقام الجدول ان 56 بالمئة من افراد العينة لديهم حساب على تطبيق "التيك توك"؛ وان 44 بالمئة لا يمتلكون حساب على تطبيق التيك توك ويستخدمونه بصفة متصفح زائر فقط.

التحليل:

تدل هذه الأرقام ان من يمتلكون حساب شخصي على "تيك توك" هم من الأشخاص المتعمقين والمتعلقين باستخدام تطبيق التيك توك حيث ان امتلاك حساب شخصي على

التطبيق يتيح المتصفح ميزات أكثر وفرص أكبر عليه والتي لا تتاح لمن لا يمتلك حساب فيه.

جدول 9 هل تستخدم اسمك الحقيقي على التيك توك؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
40%	10	نعم
40%	10	لا
20%	5	نعم لكن ناقص
100%	25	المجموع

يتوضح في ارقام ونتائج الجدول ان نسبة المستخدمين لأساميهم الحقيقية وغير المستخدمين لأساميهم الحقيقية على حساباتهم الشخصية على التطبيق تتساوى بنسبة 40 بالمئة من العينة المبحوث فيها وفي المقابل لمستخدمي اساميهم الحقيقية ولكن غير كاملة بنسبة 20 بالمئة. وهذا لأغراضهم وأهدافهم الخاصة فيما يخص الهوية فهناك من لا يريد الكشف على الكشف عن هويته الشخصية خوفا من اكتشافه من الناس التي تعرفه او الغرض القيام بأشياء لا تتماشى مع شخصيته الحقيقية واما في حال الاشتراك بالاسم الحقيقي فله أيضا اغراضه كالسعي للشهرة وما الى ذلك.

جدول 10 هل سهولة استخدام التيك توك لها يد في انتشاره بهذه السرعة؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
96%	24	نعم
4%	1	لا
100%	25	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أهمية الطريقة التي يعتمد عليها التطبيق في استخدامه وهل لها دور في شهرته وانتشاره السريع والواسع حيث نجد النسبة الأكثر توريد الطريقة السهلة التي يستخدمها المتصفح او المشارك في التطبيق "تيك توك" وكانت 96 بالمئة في المقابل 4 بالمئة لم يؤيدوا سهولة استخدامه وبذلك فالأغلبية تساعدهم سهولة الاستخدام ويوافقون على انها لها يد في انتشاره الواسع بين الطلبة الجامعيين.

جدول 11 هل تستخدم تطبيق التيك توك بدافع الملل او البحث عن الترفيه فقط؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
الملل	5	20%
الترفيه	20	80%
المجموع	25	100%

قراءة الجدول والتحليل:

تتنوع دوافع استخدام تيك توك فمنها دوافع تعود لعوامل نفسية تتمثل في الهرب من الملل وكانت النسبة 20 بالمئة والبحث عن الترفيه بنسبة 80 بالمئة وذلك يبين ان الأغلبية هنا هدفهم الترفيه النفسي والترويح عن النفس وذلك لتنشيط الروح والدماغ وللبحث عن رغباته وتحقيقها.

جدول 12 يوضح نوع الفيديوهات التي يتم مشاهدتها بكثرة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
ثقافة	6	24%
دين	7	28%
رياضة	5	20%
علمية	2	8%
ترفيهية	5	20%
المجموع	25	100%

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الفيديو النسب المئوية لأنواع الفيديوهات المعرض لها المستخدم على تطبيق "التيك توك" فقد كانت النسب جد متقاربة حيث كانت نسبة الثقافة 24 بالمئة والدين 28 بالمئة ورياضة 20 بالمئة اما العلمية فقليلة فقد كانت اقل واحدة بنسبة 8 بالمئة والترفيهية 20 بالمئة وبهذا نرى ان اهتمامات الطلبة الجامعيين بمحتويات التيك توك متساوية وقريبة من بعضها الا المحتوى العلمي وذلك لنقصه على التطبيق.

جدول 13 في ماذا تتمثل ميولاتك الشخصية تجاه التطبيق؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نفسية	9	36%
اجتماعية	16	64%
المجموع	25	100%

قراءة وتحليل الجدول:

يتمثل في الجدول نتائج توضح نوعين من الميولات الشخصية الدافعة أكثر لاستخدام تطبيق التيك توك وهي نفسية كانت نسبتها اقل 36 بالمئة واجتماعية بنسبة 64 بالمئة حيث توضح في الجدول ان الميولات الاجتماعية هي الأكثر دافعا للطلبة نحو التطبيق كالتعرف على الأصدقاء وما الى ذلك.

جدول 14 ما الذي يجذبك لاستخدام التيك توك؟

النسب المئوية	التكرار	البدائل
20%	5	سهولة استخدامه
24%	6	إمكانية استخدامه دون حساب شخصي
36%	9	التعليق والتفاعل
20%	5	تنوع المحتوى
100%	25	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

نرى في الجدول الدوافع التي تجذب الطلبة لاستخدام تطبيق التيك توك من ناحية أنماط استخدام التيك توك سهولة الاستخدام نسبتها 20 بالمئة وإمكانية استخدامه دون حساب شخصي أيضا نسبة قريب للأولى 24 بالمئة والتفاعل كأكبر نسبة كانت 36 بالمئة وتنوع المحتوى بنسبة 20 بالمئة وهذا يؤكد ان الهدف من استخدام التيك توك الأول لدى اغلبية مجتمع الدراسة التفاعل لأنه يحقق الربح المادي والمعنوي كالشهرة وهذا هدف الكثير من الطلبة الجامعيين.

جدول 15 ما الذي يدفعك لاستخدام تطبيق تيك توك؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
التسلية والترفيه	15	60%
الربح المادي	8	32%
الشهرة	2	8%
المجموع	25	100%

قراءة وتحليل الجدول:

يتبين في الجدول دوافع مهمة وتعتبر أسباب لاستخدام تطبيق "التيك توك"

لدى الطلبة الجامعيين وهي دافع التسلية والترفيه الذي كانت نسبته 7 بالمئة نسبة مئوية كان افراد العينة 15 فردا والربح المادي 60 بالمئة والشهرة التي حظيت بأقل نسبة مئوية والتي كانت 8 بالمئة والربح المادي أكثر قليلا بنسبة 32 بالمئة.

وهذا يوضح ان الهدف الرئيسي لأغلب الطلبة هو الترفيه النفسي والربح المادي من هذا التطبيق حيث لا تهمهم شهرتهم فيه كثيرا ويعود هذا للارغبة في المادة والترفيه عن النفس من ضغوط الدراسة.

جدول 16 ما الدافع وراء تفضيل استخدام تطبيق تيك توك على باقي التطبيقات:

البدائل	التكرار	المجموع
تنوع المضامين	6	24%
مهارات استخدامه	15	60%
دوافع نفسية	4	16%
المجموع	25	100%

قراءة وتحليل الجدول:

نرى من خلال الجدول أعلاه نتائج توضح الدافع وراء تفضيل استخدام تطبيق التيك توك على باقي التطبيقات يعود مهارات الاستخدام التي ليست حكرا على أي مستخدم كان 60 بالمئة وذلك لليونة الاستخدام وتنوع المضامين بعده بنسبة اقل 24 بالمئة فلقد لقيت اهتماما أيضا لتقادي الفيديوهات المتكررة التي تصيب بالملل ودوافع نفسية 16 بالمئة كالهروب من الضغوطات النفسية التي تجعل الطلبة لهم رغبة في الترفيه وهذا يجدونه في تطبيق التيك توك.

جدول 17 ما الذي تسعى له كمستخدم في التيك توك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
السعي للشهرة	3	12%
الترفيه	11	44%
التفاعل	3	12%
التعرف على اصدقاء	8	8%
المجموع	25	100%

قراءة وتحليل الجدول:

يسعى مستخدم أي وسيلة اتصال لأهداف ورغبات لتحقيقها من اهداف تطبيق التيك توك في الجدول فالنتائج توضح أكبر نسبة هي 44 بالمئة بعدها الرغبة في الترفيه بنسبة 12 بالمئة والسعي وراء الشهرة والتفاعل بنفس النسبة وقل نسبة مقارنة بالنسب المذكورة وهذا ما يعتبر اختلاف الأهداف اما الأغلبية لهم هدف التفاعل وهو تلبية اشباعات الرغبة والدوافع أيا كان نوعها حسب ما أظهرت نظرية الاستخدامات والاشباعات في دراساتنا.

جدول 18 ما هي أسباب انتشار التيك توك:

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
56%	14	انتشاره بين الفئات العمرية المختلفة
44%	11	ميزاته بالنسبة للتطبيقات الأخرى
100%	25	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يبين الجدول نتائج أسباب انتشار التيك توك لدى الطلبة حيث تبين السبب الأول انتشاره بين الفئات العمرية دون ان يكون حكرا على أي فئة سواء كبارا او صغارا حازت على النسبة الأكبر 44 بالمئة والسبب الثاني كان ميزاته بالنسبة للتطبيقات الأخرى كانت قريبة بنسبة 56 بالمئة وهذا فإن السببين يعتبران دافعا لانتشاره وشهرته.

المحور الثالث: الاشباع المحققة من استخدام تطبيق التيك توك

جدول 19 هل هناك محتويات معينة لاستخدام تطبيق تيك توك

النسب المئوية	التكرار	البدائل
80%	20	نعم
20%	5	لا
100%	25	المجموع

قراءة الجدول وتحليله:

يبين الجدول مدى تأثير محتوى التيك توك على استخدام الطلبة له هل الهدف من المحتوى محدد ام لا فكانت نسبة الإجابة بنعم 80 بالمئة في حين الإجابة لا 20 بالمئة.

ويتبين ان المحتوى له دور كبير في تحقيق الاشباع المرغوب تحقيقها من المحتوى الذي يحمل رغبة الطلبة فهو يحدد الهدف والغرض من الاستخدام ككل فكلما وجد المحتوى المرغوب فيه تحقق الاشباع لدى افراد العينة.

جدول 20 هل يتم التفاعل مع منشوراتك؟

البدائل	التكرار	النسب المئوية
نعم	12	48%
لا	13	52%
المجموع	25	100%

قراءة وتحليل الجدول:

من خلال نتائج الجدول يتوضح لنا ان لأفراد العينة الطلبة تقارب كبير بين من رغبته وهدفه التفاعل ومن لا يهمه الامر فالإجابة لا تفوق بنسبة قليلة الإجابة نعم حيث نستطيع القول على انهما متساويين وهو مهم لأغلبية العينة مهما كانت النسب متقاربة وذلك لان اجابة الطلبة بنعم توضح ذلك فهي نسبة 48% والاجابة لا بنسبة 52% فالنسبة لا أكثر وبهذا نعتبره ليس هدف رئيسي من استخدام التيك توك لان النسب نوضح ذلك.

جدول 21 ما نوع التفاعل الذي تستخدمه مع الشخصيات التي تتابعها على التيك توك

البدائل	التكرارات	النسب المئوية
اعجاب	6	24%
زيارة قصصهم وصفحاتهم	5	20%
مشاركة محتوهم	2	8%
التعليق على منشوراتهم	12	48%
المجموع	25	100%

قراءة وتحليل الجدول:

يكشف الجدول على نتائج نوع التفاعل الذي يستخدمه الطلبة حيث تقسم لعدة أنواع تجسدت في اعجاب نسبهه 24 بالمئة وزيارة قصصهم 20 بالمئة وتقابلها مشاركة المحتوى بنسبة قليلة جدا 8 والتعليق على المنشورات كأكبر نسبة 24 بالمئة وبهذا فالتفاعل لدى اغلبية الافراد العينة والذي يعود على اغلبية مجتمع الدراسة هو التعليقات والتعبير عن آرائهم على المنشورات بنسبة 48 بالمئة التي يجدونها ويتابعونها سواء تفاعل سلبي او إيجابي.

جدول 22 هل يحقق التيك توك ربح مادي ويعتبر مورد عيش؟

البدائل	التكرارات	النسب المئوية
نعم	17	68%
لا	8	32%
المجموع	25	100%

قراءة وتحليل الجدول:

يكشف الجدول على الاشباع المادي من استخدام تطبيق التيك توك والذي أصبح هدف اغلبية الطلبة ذلك ما توضحه نسبة الإجابة بنعم التي كانت 68 بالمئة وتقابلها نسبة الإجابة بلا 32 بالمئة وبهذا نجد من خلال النتائج ان التيك توك بالنسبة لأغلبية الطلبة يمكن ان يكون مورد رزقهم ويعيشون من خلاله.

جدول 23 هل ساهمت متابعتك لشخصياتك المفضلة على التيك توك في تحسين شخصيتك

النسب المئوية	التكرار	البدائل
20%	5	زيادة ثقتك
52%	13	اكتساب مهارات جديدة
28%	7	لا لم أتأثر
100%	25	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يعتبر هذا الجدول إجابة على الاشباكات المعنوية المحققة من استخدام تطبيق التيك توك لدى الطلبة الجامعيين فله اشباكات معنوية كبيرة تتمثل في تغيير شخصية المستخدم وتتمثل في اكتساب مهارات جديدة لدى الفرد وهي ما يتأثر به من متابعة الشخصيات المفضلة له على تطبيق التيك توك ويتبين من خلال النسبة الأكبر التي كانت في الإجابة اكتساب مهارات جديدة 52 بالمئة ويقابلها الإجابة لا لم أتأثر بنسبة 28 بالمئة وزيادة الثقة كانت أيضا اقل بنسبة 20 بالمئة.

نتائج الدراسة:

باعتقاد هذه الدراسة على المنهج الوصفي وذلك كونه يهدف الى وصف ونقل الوقائع كما هي في الواقع وتمثل المجتمع الذي كان مجالا لإسقاط الدراسة عليه في فئة الطلبة الجامعيين والذين يستخدمون تطبيق التيك توك لذلك فإن عدد عناصره أي مجتمع الدراسة يتجاوز المئات؛ وهذا ما يجعل الإحاطة بكل تلك المفردات شبه مستحيل بسبب ما يقتضيه البحث من موارد وتكاليف؛ فكان لابد من سحب عينة من مجتمع الدراسة الكلي؛ بناءا عليه تم اعتماد أسلوب العينة القصدية؛ والتي كان مفرداتها من طلبة السنة ثانية ليسانس اعلام واتصال؛ وبلغ عددهم 213 مفردة وزعت عليهم استمارة استبيان تحتوي مجموعة من الأسئلة لاستقاء وجمع المعلومات حول الظاهرة محل الدراسة؛ وانطلقت الدراسة من مخلي "الاستخدامات و

الاشباعات " بغية التعرف على تأثير تطبيق التيك توك و على اشباعات و دوافع الطلبة و
توصلت الدراسة الى النتائج التالية وذلك انطلاقا من اهداف الدراسة و التي تمثلت في:

1. تحديد دوافع استخدام الطلبة لتطبيق التيك توك:

. حيث بينت الدراسة ان تنوع مضامين الفيديوهات المعروضة على تطبيق تيك توك وكذا
زمنها القصير هو ما يسحب الطلبة نحو استخدام التطبيق؛ ليس هذا فقط بل ان سهولة
استخدام التطبيق يعد عامل من عوامل جذب الطلبة لاستخدامه.

. كشفت الدراسة ان أكثر المحتويات التي تجذب الطلبة هي الترفيهية؛ الرياضة الدينية.

2. فهم غايات الطلبة من استخدام تطبيق تيك توك:

. كما كشفت الدراسة أيضا ان استخدام الطلبة لتطبيق التيك توك سببه سعيهم لتحقيق الشهرة
والربح المادي والتعرف على الاصدقاء

. وأيضا اتضح من خلال الدراسة ان استخدام الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك هو الرغبة
في تحقيق اشباعات ثقافية معرفية؛ بالإضافة الى دأبهم نحو تحقيق اشباعات طقوسية ونفسية
 واجتماعية.

. كما بينت الدراسة أن اهم الأسباب التي تحت الطلبة على استخدام تطبيق التيك توك خلال
أوقات كثير هي التخلص من الملل؛ وملء الفراغ.

. وأوضحت الدراسة ان تطبيق تيك توك يلبي اغلب حاجيات الطلبة سواء نفسية اجتماعية
وذلك ما يسعون اليه لتحقيقها من خلاله.

3. معرفة الاشباعات التي حققها الطلبة من استخدام التيك توك:

. بينت الدراسة ان اغلبية افراد العينة يتابعون شخصيات معينة عبر تطبيق تيك توك؛ ويتفاعلون
مع المنشورات الخاصة بهم وذلك للإشباع رغباتهم

- . وضحت الدراسة ان المبحوثين اكتسبوا مهارات جديدة من خلال متابعتهم لشخصيات ومؤثرين عبر التيك توك حيث أدى ذلك لاكتسابهم مهارات جديدة
- . اثبتت الدراسة ان اغلبية الطلبة لم يقلدوا المحتويات السلبية التي توجد على التيك توك بل يتذمرون منها كونهم طبقة واعية
- . ابرزت الدراسة أيضا ان فئة كبيرة من الطلبة ساهم تطبيق التيك توك في تغيير طريقة تفكيرهم. ولو بنسبة قليلة.
- . وضحت أيضا ان الكثيرين من المبحوثين يجسدون ما يتابعونه عبر تطبيق التيك توك وذلك بين الحين والآخر.
- . افصحت الدراسة ان عدد كبير من افراد العينة يشكون في قدرتهم على التخلي عن استخدام تطبيق تيك توك.

خاتمة

استنتجت من هذه الدراسة ان الاشباعات الناجمة عن استخدام تطبيق التيك توك على الطلبة الجامعيين؛ وقد حاولت هذه الدراسة من خلال الجانبين النظري والميداني ابراز اهم تلك الاشباعات.

وتوصلت الدراسة الى ان اغلبية الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون تطبيق تيك توك تغيرت بعض اطباعهم واكتسبوا مهارات جديدة نتيجة الاستخدام المتكرر لهذا التطبيق الذي يكتسي ميزات تجعل مستخدمه شبه مدمن عليه.

قائمة المراجع

1. ابتسام رايس "نظرية الاستخدامات و الاشباعات و تطبيقاتها على الاعلام الجديد"
؛{النسخة الالكترونية} مجلة دراسات و أبحاث؛ العدد 25 السنة الثامنةح{ديسمبر
2016}
2. إبراهيم قائد احمد؛"استخدامات الطلبة اليمنيين للفيسبوك و الاشباعات المتحققة منه"
{نسخة الكترونية}. مجلة دراسات و أبحاث العدد.26؛ السنة التاسعة؛{مارس
2017}
3. احمد عطية ربيع الفايدي؛ أثر التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية؛ كلية
الاقتصاد والإدارة؛ تخصص الإدارة العامة؛ جامعة الملك عبد العزيز؛ السعودية؛
المجلة العربية للنشر العلمي؛ 2021
4. أسماء لعموري؛ سناء . نحال أسماء . تأثير وسائل التواصل الرقمية على القيم
الاجتماعية لدى المراهق الجزائري . التيك توك نموذجا . تبسة (2022)
5. بسام عبد الرحمان مشاقبة : نظريات الاعلام ؛ دار أسامة للنشر و التوزيع ؛ عمان
؛ الأردن ؛ 2011
6. عادل محمد الحجاج؛ معجم اعلام المورد الطبعة الأولى 201؛ دار المعتر للنشر و
التوزيع؛ الأردن عمان التاريخ 2023\03\02 التوقيت 14:36
<http://www.almaay.com> منصة قوئل موقع المعاني
7. عبد الرحمن بدوي؛ "مناهج البحث العلمي"؛ الطبعة 1977؛ وكالة المطبوعات شارع
فهد سالم؛ الكويت
8. عبد النور حفار؛ تأثير تطبيق التيك توك على الممارسات الفردية والاجتماعية
لمستخدميه من المراهقين "دراسة ميدانية على (2022/2021)؛ على عينة من
تلاميذ ثانوية الهادي خديري . تبسة . مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال
تنظيمي
9. عبد الوهاب بوخنوفة؛ التلميذ المدرسة المعلم و الاستخدامات و تكنولوجيايات الاعلام
و الاتصال؛ التمثل و الاستخدامات؛ أطروحة دكتوراه(جامعة السياسة و الاعلام؛
2007)

10. فضيل دليو: الاتصال المفاهيمي . نظرياته . وسائله؛ دار الفجر للنشر و التوزيع؛ القاهرة؛ 2003
11. المجند في اللغة والاعلام: ط29؛ منشورات دار المشرق؛ بيروت 1986
12. معجم د. احمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الأول، ط1، 2008
13. محمد بن سعود البشر (2014)؛ نظريات الأثير الإعلامي؛ الطبعة الأولى؛ دار العبيكان؛ السعودية الرياض 2014
14. محمد عبد الرحمن الحظيف؛ كيف تؤثر وسائل الاعلام؛ دراسة في النظريات والأساليب " د العبيكان للنشر والتوزيع؛ ط 2؛ 1998
15. محمد عبد الرحمن الحظيف؛ كيف تؤثر وسائل الاعلام؛ دراسة في النظريات والأساليب " د العبيكان للنشر والتوزيع؛ ط 2؛ 1998
16. محمود حسن إسماعيل : مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ؛ الدار العالمية للنشر و التوزيع ؛ الهرم ؛ 2003
17. مديحة حيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات؛ مذكرة ماجستير (منشورة) جامعة الحاج لخضر؛ باتنة؛ 2010؛
18. منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال ؛ دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ؛ عمان 2012
19. مريم نريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي التيك توك في الجزائر، مذكرة ماجستير، قسم الاعلام والاتصال بجامعة باتنة السنة الجامعية 2011-2012
20. جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك
21. إبراهيم بعزير تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، 2012

22. المقالات والدراسات الأكاديمية المنشورة في مجلات ومؤتمرات أكاديمية حول تيك توك - يمكنك البحث في قواعد البيانات الأكاديمية مثل Google Scholar أو ACM Digital Library للعثور على دراسات وأبحاث تفصيلية حول تأثير تيك توك وتحليلات استخدامه
23. الموقع الرسمي لتيك توك (www.tiktok.com) - يوفر مصدرًا موثوقًا للمعلومات حول المنصة والتحديثات الجديدة والأدلة التفصيلية حول استخدام ميزاتها.
24. د. أسماء مسعد عبد المجيد، اثر اعتماد المراهقين على منصة التيك توك في تشكيل الصورة الذهنية عن الفتاة المصرية
25. محمد زكرياء خراب، ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك" رؤية نقدية، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 2، العدد 2، ديسمبر 2019، الجزائر.
26. ريان عايد، أسماء بن ناصر، تاثير تطبيق التيك توك - تاثير تطبيق التيك توك على سلوك المراهق "دراسة ميدانية بثانوية هواري بومدين" - بلدية بومهرة احمد ولاية قالمة السنة الجامعية 2021-2023 مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص علم اجتماع الاتصال.