جامعــة قـاصدي مربــاح –ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والإتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال

تخصص: إتصال جماهيري والوسائط جديدة

بعنوان

استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك والاشباعات المحققة منه

–دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة ورقلة–

من اعداد الطالبة:

✓ خضران نجود

نوقشت و أجيزت علنا بتاريخ : 2024/06/04

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د. زاوي محمد الطيب	(أستاذ محاضر أ،ب جامعة قاصدي مرباح ورقلة)	رئيس
د. قندوز عبد القادر	(أستاذ محاضر أ،ب جامعة قاصدي مرباح ورقلة)	مشرفا و مقررا
د. بوحة درويش	(أستاذ محاضر أ،ب جامعة قاصدي مرباح ورقلة)	مناقشا

السنة الجامعية : 2024/2023

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع

إلى من وهبني الحياة والأمل، والنشأة والشغف

الاطلاع والمعرفة ، ومن علمني أن أرتقي سلم الحياة

بحكمة وصبر

برا واحسان ووفاء لهم ، والدي العزيز، و والدتي

العزيزة

أهدي تخرجي من كانوا عونا لي في رحلة بحثي

إخواني وأختي وكل الأهل والأقارب

حفظهم الله ورعاهم.

نجود

شكر و تقدير

بداية الشكر لله عزوجل الذي أعانني وشد من عزمي لإكمال هذا العمل المتواضع ،ونشكره راكعين للذي وهبنا الصبر و العزيمة والاصرار والتحدي لنجعل هذا العمل علما ينتفع به.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم :"من لا يشكر الناس لا يشكر الله".

أتقدم بأجمل عبارات الشكر والإمتنان من قلوب فائضة بالمحبة والإحترام والتقدير لمن شرفني إشرافه أستاذي العزيز عبد القادر قندوز، فلك كل الشكر والإمتنان أستاذ.

والشكر موصول كذلك إلى أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال خاصة الذين تفضلوا بتحكيم الإستبيان.

وأشكر كذلك كل من ساعدني في إتمام هذه المذكرة من قريب أو بعيد حتي بدعواتهم.

نجود

ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الاستخدامات والإشباعات التي تحققها منصة التيك توك لطلبة الجامعيين ، تم طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هي استخدامات وإشباعات طلبة السنة الثانية ماستر تخصص إتصال جماهيري ووسائط جديدة بقسم الإعلام والإتصال بجامعة ورقلة من منصة التيك توك ؟ إندرج نوع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية ، وللوصول إلى نتائج لهذه الدراسة تم الإعتماد على المنهج المسحي وتكونت عينة الدراسة من ١٦٥ مفردة من مستخدمي منصة التيك توك من طلبة السنة الثانية ماستر المسجلين للسنة ٢٠٢٣/٢٠٢٤ ، نظرا لصعوبة إجراء الدراسة على هذا العدد الكبير ولصعوبة الحصول على المفردات تم إختيار بعينة قصدية قوامها 85 مفردة ، وتم نشر الإستمارة إلكترونيا في مجموعة دردشة في الفيس بوك و الواتساب مكونة من ٢٣ سؤالا ، وتم الإعتماد على على نظرية الاستخدامات والإشباعات في هذه الدراسة . وقد توصلت نتائج هذه الدراسة إلى :

- أنه تم التعرف على عادات وأنماط استخدام منصة التيك توك لطلبة السنة الثانية ماستر والمتمثلة في : أن جميع أفراد هذه الدراسة يمتلكون منصة التيك توك من سنة إلى 3 سنوات وذلك لأنه وفر لهم تجربة إيجابية مع المحتوى المتاح.....
- وكذلك تم التعرف على الدوافع التي تجعل الطالب الجامعي يلجأ إلى منصة التيك توك والمتمثلة في: أن أغلب أفراد العينة سبب استخدامهم لهذه المنصة سهولة استخدامها من المحتوى الموجود فيها من الترفيه والتسلية ومن الأعمال التي يؤدونها بشكل كبير في هذه المنصة أنهم ينشؤون مقاطع فيديو خاص بهم.....
- وكذلك تم الكشف عن الإشباعات المختلفة التي تحققها منصة التيك توك للطلبة الجامعيين منها : التعرف على القضايا الإجتماعية والإبتعاد عن روتين اليوم.....

الكلمات المفتاحية :

التيك توك – الطالب الجامعي– الاستخدام–

Resume:

Cette étude visait à révéler les usages et les gratifications que la plateforme Tik Tok apporte aux étudiants universitaires. La question principale suivante a été posée : Quels sont les usages et les gratifications de la plateforme Tik Tok pour les étudiants de deuxième année de master spécialisé en communication de masse et nouveaux médias. au Département des Médias et de la Communication de l'Université de Ouargla ? Le type de cette étude s'inscrivait dans le cadre d'une recherche descriptive, et pour arriver aux résultats de cette étude, nous nous sommes appuyés sur la méthode d'enquête, et l'échantillon de l'étude était composé de 165 individus parmi les utilisateurs de la plateforme Tik Tok qui étaient des étudiants de deuxième année de master inscrits. pour l'année 2023/2024, en raison de la difficulté de mener l'étude sur un si grand nombre et de la difficulté d'obtenir Concernant le vocabulaire, un échantillon délibéré de 85 éléments a été choisi, et le formulaire a été publié électroniquement dans un groupe de discussion sur Facebook et WhatsApp, composé de 23 questions, a été invoqué dans cette étude la théorie des usages et des gratifications. Les résultats de cette étude ont atteint :

- Les habitudes et modèles d'utilisation de la plateforme Tik Tok pour les étudiants de deuxième année de master ont été identifiés, qui sont : Tous les membres de cette étude sont propriétaires de la plateforme Tik Tok depuis un à 3 ans, car elle leur a apporté une expérience positive avec le contenu disponible……
- Les motivations qui poussent les étudiants universitaires à recourir à la plateforme Tik Tok ont également été identifiées, à savoir : La plupart des raisons invoquées par les membres de l'échantillon pour utiliser cette plateforme sont la facilité d'utilisation en raison du divertissement et du contenu de divertissement qui y sont présents, et parmi les le travail qu'ils effectuent en grande partie sur cette plateforme est qu'ils créent leurs propres clips vidéo……
- Les différentes satisfactions obtenues par la plateforme Tik Tok pour les étudiants universitaires ont également été révélées, parmi lesquelles : s'informer sur les enjeux de société et rester à l'écart de la routine de la journée…..

mots clés :

Tik Tok – étudiant universitaire – utilisation –

قائمة المحتويات

المحتويات	الصفحة
الإهداء	–
شكر و تقدير	–
ملخص الدراسة	–
قائمة المحتويات	–
قائمة الجداول	–
قائمة الأشكال	–
قائمة الملاحق	–
مقدمة	أ– ب
الفصل الأول : الإطار المنهجي	
إشكالية الدراسة	2
أسباب اختيار الموضوع	3
أهمية الدراسة	3
أهداف الدراسة	4
تحديد مفاهيم الدراسة	4
الدراسات السابقة	6
نوع الدراسة ومنهجها	10
أدوات الدراسة	11
مجتمع البحث وعينة الدراسة	13
المقاربة النظرية	15
مجالات الدراسة	18
الفصل الثاني : الإطار الميداني	
تمهيد	20

أولا : عرض وتحليل نتائج الدراسة	21
البيانات الشخصية	21
عرض وتحليل نتائج المحور الأول	23
مناقشة و تفسير نتائج المحور الأول	34
عرض وتحليل نتائج المحور الثاني	35
مناقشة و تفسير نتائج المحور الثاني	40
عرض وتحليل نتائج المحور الثالث	40
مناقشة و تفسير نتائج المحور الثالث	45
ثانيا : الاستنتاجات العامة	46
خاتمة	49
المراجع و المصادر	51
الملاحق	54

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	22
2	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	23
3	يبين توزيع المبحوثين الذين يمتلكون منصة التيك توك	24
4	يبين توزيع أفراد العينة الذين يستخدمون منصة التيك توك كزائرين	25
5	يبين توزيع أفراد العينة حسب السنة التي يستخدمون فيها منصة التيك توك	26
6	يبين توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لديهم لاستخدام منصة التيك توك	27
7	يبين توزيع أفراد العينة حسب إتاحة صفحاتهم الشخصية في منصة التيك توك	28
8	يبين توزيع أفراد العينة حول استخدام الصورة الشخصية الحقيقية في منصة التيك توك	29
9	يبين توزيع أفراد العينة حول سبب الإجابة ب لا	30
10	يبين توزيع أفراد العينة حول الإسم الذي يستخدمونه في منصة التيك توك	31
11	يبين توزيع أفراد العينة حول موافقتهم على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء	32
12	يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام منصة التيك توك	33
13	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوقت المفضل لتصفح منصة التيك توك	34
14	يبين توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدامهم لمنصة التيك توك	36
15	يبين توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدامهم لمنصة التيك توك	37
16	يمثل نتائج إجابات أفراد العينة حسب العمل الذي يؤدونه بشكل كبير في استخدام منصة التيك توك	38
17	يمثل نتائج إجابات أفراد العينة الإجابة بنعم أو لا حول القنوات التي يتابعونها على منصة التيك توك	39
18	يمثل نتائج إجابات أفراد العينة حسب الإجابة بنعم حول نوع القنوات التي يتابعونها	40

19	يمثل نتائج إجابات أفراد العينة حسب الإشباعات التي يحققها لهم استخدام التيك توك	**41**
20	يبين نتائج إجابات أفراد العينة حول شعورهم عند استخدام التيك توك	**42**
21	يبين نتائج إجابات أفراد العينة حول الإشباعات الإجتماعية التي تحققها منصة التيك توك	**43**
22	يبين نتائج إجابات أفراد العينة حول الإشباعات المحققة من منصة التيك توك إذا كانت تغنيهم عن استخدام وسائل أخرى	**44**
23	يبين نتائج إجابات أ أفراد العينة حول مدى ثقتهم في مضامين منصة التيك توك	**45**

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	22
2	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب متغير السن	23
3	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة الذين يمتلكون منصة التيك توك	24
4	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة الذين يستخدمون منصة التيك توك	25
5	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب السنة التي يستخدمون فيها منصة التيك توك	26
6	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لديهم لاستخدام منصة التيك توك	28
7	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب إتاحة صفحاتهم الشخصية في منصة التيك توك	29
8	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حول استخدام الصورة الشخصية الحقيقية في منصة التيك توك	30
9	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حول سبب الإجابة ب "لا"	30
10	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حول الإسم الذي يستخدمونه في منصة التيك توك	31
11	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حول موافقاتهم على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء	32
12	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب استخدام منصة التيك توك	33
13	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب الوقت المفضل لتصفح منصة التيك توك	34
14	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدامهم لمنصة التيك توك	36

15	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدامهم لمنصة التيك توك	37
16	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب العمل الذي يؤدونه بشكل كبير في استخدام منصة التيك توك	38
17	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة الإجابة بنعم أو لا حول القنوات التي يتابعونها على منصة التيك توك	39
18	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب الإجابة بنعم حول نوع القنوات التي يتابعونها	40
19	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حسب الإشباعات التي يحققها لهم استخدام التيك توك	42
20	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حول شعورهم عند استخدام منصة التيك توك	43
21	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حول الإشباعات الإجتماعية التي تحققها منصة التيك توك	44
22	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حول الإشباعات المحققة من منصة التيك توك إذا كانت تغنيهم عن استخدام وسائل أخرى أو لا	45
23	يمثل عرضا بيانيا لتوزيع أفراد العينة حول مدى ثقتهم في مضامين منصة التيك توك	46

قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
	استمارة استبيان	55

مقدمـــة

يشهد العالم العربي من مشرقه إلى مغربه تغيرات إجتماعية و ثقافية كبيرة، حيث ساهمت التكنولوجيا الحديثة مع بداية القرن الحادي عشر في تطور وسائل الإعلام التي كانت محل اهتمام العالم حتى أصبحت شبه ضرورية بالنسبة للإنسان في حياته، فمع دخول الأنترنت إلى الجزائر و توسع شبكات الاتصال.

ارتبط أفراد هذا المجتمع حول هذه الوسائط الجديدة قصد إمتلاكها و استخدامها، مما أتاحته لهم من خدمات متعددة كالسرعة و التكاليف المحتفظة و البث الواسع، حيث إحتلت مساحة واضحة من وقت و فكر و اهتمام الطالب و سهلت كيفية التواصل و هذا الأمر الذي ساعد على شهرة هذه المواقع أهمها الفيس بوك و اليوتيوب و التيك طوك.

استطاعت منصة التيك توك الذي يعد من ابرز ما أنتجته التكنولوجيا الحديثة فهل ما لم تفعله مواقع التواصل الاجتماعي، حيث اسقطت اهتمام الطلبة و استحوذ على حقولهم لإشباع حاجاتهم النفسية و الاجتماعية و الثقافية، فالطلبة الجامعيين ينجذبون إلى التيك توك لأنها تسمح بالتعبير عن الذات و إضفاء نوع من المتعة و مشاركة المعلومات و بناء العلاقات و تسجيل اللحظات و الذكريات و عمل فيديوهات قصيرة تستمر لثواني محدودة.

و انطلاقا مما سبق ذكره تأتي هذه الدراسة لتبحث في موضوع استخدام الطلبة الجامعيين لمنصة التيك توك و الاشباعات المحققة منه.

و قسمت هذه الدراسة إلى قسمين إطار منهجي و إطار ميداني، الاطار المنهجي تضمن إشكالية رئيسية و تمثلت عنها أسئلة فرعية، إضافة إلى أسباب إختيار الموضوع و إبراز أهمية الدراسة و أهدافها، و اعتمدت في هذه الدراسة على الدراسات السابقة و كذلك على المنهج المسحي الذي يقوم بالمسح الشامل لأفراد العينة للوصول إلى العوامل المتحكمة فيه، و اعتمدت على الاستبيان كأداة لجنمع البيانات و مجتمع البحث يمثل طلبة السنة الثانية ماستر قسم علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال جماهيري و وسائط جديدة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، و الفئة القصدية تتكون من 85 مفردة و اعتمدت على نظرية الاسخدامات و الاشباعات و انتهى هذا الجانب أو الإطار بحدود الدراسة مكانيا و زمانيا و بشريا.

أما الجانب الميداني تم عرض نتائج الاستمارة في الجداول و قراءتها و تحليلها و تمثيلها في أشكال توضيحية، ثم مناقشة و تحليل نتائج الدراسة، و كذلك تم عرض النتائج العامة للدراسة و انتهى هذا الفصل بالخاتمة.

الإطار المنهجي

- اشكالية الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- اهمية الدراسة
- اهداف الدراسة
- تحديد مفاهيم الدراسة
- الدراسات السابقة
- نوع الدراسة ومنهجها
- أدوات الدراسة
- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- المقاربة النظرية
- حدود الدراسة

تحديد الإشكالية:

شهدت العقود الزمنية الأخيرة تطورات ملحوظة في مجال تكنولوجيا الاتصال، حيث ازداد عدد المستخدمين لها بصورة واضحة ، ونظرا لهذا التطور زادت الحاجة إليها من قبل المجتمعات الإنسانية ، فهناك ثلاثة مليارات شخص حول العالم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أي ما يعادل 40 "بالمائة"من سكان العالم.

تعد شبكة الانترنت من ابرز الوسائط الاتصالية والإعلامية ، فقد أصبح الفرد يعيش في عالم مفتوح يحتوي على المعلومات والبيانات بكل أنواعها وفي كل المجالات ، فمواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة فعالة للتواصل بين الأفراد والجماعات فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، فهي تتيح لمستخدميها فرصا للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار وإيصال الاخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو من خلال حساباتهم الشخصية وغرف الدردشة....الخ.

سعت شبكات التواصل الاجتماعي لتوفير قدر مناسب من المواقع والتطبيقات التي تدعم التواصل مع الأصدقاء حول العالم ، ومن ابرز التطبيقات المستحدثة في الأوان الأخيرة منصة التيك توك يميل عدد مستخدميه الى مليار شخص شهريا .[1]كما أصبح يتصدر قائمة الأكثر تحميلا على المتاجر الالكترونية أكثر من الفايسبوك وتويتر ، ولعل السبب وراء الشعبية الهائلة التي حققها يعود الى بساطة المحتوى المطروح عليه فالفيديوهات المنشورة على هذه المنصة خفيفة وبسيطة و التيك توك يهدف الى التشجيع على الإبداع ومشاركة لحظاتهم المختلفة مباشرة من خلال هواتفهم ، فتعد فئة الطلبة الجامعيين احد هذه الفئات المستخدمة لمنصة التيك توك لما تحققه من مميزات يتمتعون بها ، اظافة الى ما تقدمه من خدمات متنوعة فقد أصبحت المنصة التيك توك من الأولويات التي يعتمد عليها الطلبة.

ومن هنا تتمحور إشكالية البحث حول استخدام منصة التيك توك والاشباعات المحققة منها لدى الطالب الجامعي، من خلال طرح السؤال الرئيسي التالي:

- **ما هي استخدامات و اشباعات طلبة السنة الثانية ماستر اتصال الجماهيري والوسائط الجديدة بقسم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة من منصة التيك توك؟**

[1] / www.skynewsarabbia-com.cdn.ampproject.org 2024/03/20 22:39

و يندرج تخت هذا التساؤل الرئيسي ثلاثة تساؤلات فرعية :

- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة السنة الثانية ماستر من منصة التيك توك ؟
- ما هي دوافع استخدام طلبة السنة الثانية ماستر من منصة التيك توك ؟
- ما هي الاشباعات التي تحققها منصة التيك توك لطلبة السنة الثانية ماستر ؟

3.أسباب اختيار الموضوع:

من أصعب المراحل التي يمر بها الطالب خلال القيام بالبحث العلمي هي اختيار الموضوع الذي سيدرسه ، وتتعدد أسباب اختيار موضوع الدراسة بين ما هو ذاتي وما هو موضوعي ، واستعرض أسباب اختياري للموضوع فيما يلي:

- **الأسباب الذاتية:**

- الميل الشخصي لدراسة هذا النوع من المواضيع.
- استخدامي الكبير لهذا التطبيق الذي جعل لي فضول اكتشافه أكثر.
- اكتساب معارف جديدة حول الموضوع.

- **الأسباب الموضوعية**

- الانتشار الواسع لهذا التطبيق بين مختلف شرائح المجتمع خاصة الطلبة.
- تقاطع موضوع الدراسة مع تخصصي فموضوع دراسات الاستخدامات والاشباعات يدخل ضمن تخصص الإعلام والاتصال بصفة خاصة.
- إشباع الفضول العلمي من خلال قياس درجة استخدام لتطبيق تيك توك.

4.أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة انطلاقا من الانتشار الواسع للشبكات الاجتماعية، والتي تعد منصة التيك توك احد احدث هذه الشبكات والتي عرفت انتشارا بين مختلف فئات المجتمع ، نظرا لما تملكه من مقومات الجذب والإبداع على عكس الشبكات الاجتماعية الأخرى ، كما أن هذه الدراسة تمكننا من الوصول الى نتائج حول موضوع استخدام الطلبة الجامعيين لمنصة التيك توك والاشباعات التي يحققها لهم والدوافع التي تقف وراء استخدامهم له .

ترتبط كذلك أهمية هذه الدراسة بالفئة العمرية وهي فئة الطلبة الجامعيين ، بحيث تعد أكثر الفئات استخداما لمنصة التيك توك وهذا الأخير يحظى بالإقبال الكبير من طرف شرائح المجتمع عامة والطالبة الجامعيين خاصة .

5.أهداف الدراسة

يسعى كل باحث في دراسته أو بحثه العلمي الى بلوغ أهداف معينة لسد الفضول الذي يلازمه بالدرجة الأولى وإزالة الغموض عن بعض القضايا ، ومنه فان الدراسة هذه تهدف الى:

- تهدف هذه الدراسة الى التعرف على عادات وأنماط الاستخدام منصة التيك توك لدى الطالب الجامعي .
- التعرف على الدوافع التي تجعل الطالب الجامعي يلجا الى منصة التيك توك.
- التعرف عن مختلف الاشباعات المحققة للطالب الجامعي جراء استخدام منصة التيك توك.

6.تحديد مفاهيم الدراسة

تعريف التيك توك: عرف (xiao 2020) تطبيق التيك توك بأنه تطبيق اجتماعي للفيديوهات القصيرة الإبداعية المصاحبة للموسيقى ، تستهدف الشباب من خلال تسجيل ونشر الفيديوهات القصيرة التي مدتها 15 ثانية ، وتسمح للمستخدمين باختيار الفيديو الخاص بهم وواجهة الموسيقى المصاحبة له.[1]

تعريف اخر للتيك توك :

تطبيق التيك توك المعروف في الصين باسم دوين douyin (بالصينية)، هي خدمة من شبكة اجتماعية لمشاركة الفيديو مملوكة لشركة بايت دانس الصينية، تستخدم منصة الوسائط الاجتماعية لإنشاء مجموعة متنوعة من المقاطع المرئية القصيرة، من أنواعه مثل الرقص والكوميديا والتعليم ، والتي تتراوح مدتها من 3 ثوان الى دقيقة واحدة (3 دقائق لبعض المستخدمين) ، يعد التيك توك نسخة دولية من دوين douyin ، والتي تم طرحه في الأصل في السوق الصينية في سبتمبر 2016 في وقت لاحق ، تم إطلاق tik tok في عام 2017 لنظامي أي واس و أندرويد في معظم

[1] . مها محمد فتحي.**تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع**، المجلد العشرين العدد الثالث، الجزء الأول، يوليو.سبتمبر 2021 ، ص388

الأسواق الصين القارية، ومع ذلك ، فقد أصبح متاحا في جميع أنحاء العالم فقد بعد اندماجه مع خدمة وسائط اجتماعية صينية أخرى ، وهي ميوزكلي في 2 أغسطس 2018.[1]

التعريف الإجرائي:

هو تطبيق يتيح لمستخدمين إمكانية تسجيل ومشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة التي تصل الى 60 ثانية ، مع دمج الصورة والصوت مع تقنيات سهلة الاستخدام.

تعريف الطالب الجامعي: هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية الى مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي الى الجامعة ، تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة ، أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب احد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ انه يمثل عدديا النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية.[2]

التعريف الإجرائي: هو ذلك الشخص المسجل في الجامعة، والذي التحق بها بعد الحصول على شهادة البكالوريا ، يمتاز بنوع من الذكاء ومجموعة من المعارف العلمية ، ونقصد ذلك الطالب الذي يدرس بجامعة قاصدي مرباح ورقلة بقسم علوم الإعلام والاتصال السنة الثانية ماستر تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة المسجلين في السنة الجامعية 2024/2023.

تعريف الاستخدام:

لغة: في اللغة العربية من الفعل استخدام، استخدم ، استخدمه: اتخذه خادما

ويستخدم استخداما فهو مستخدم والمفعول مستخدم آلة جديدة: استعملها: استخدم آلة استعمالها ويقال استخدم (استخداما) اتخذ الشخص خادما ، استعمل الآلة لمصلحته.[3]

---

[1]. M.MAREFA.ORG 2024/ 02/ 26 12:40

[2]. شعباني مالك، **دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية جامعة منتوري، قسنطينة، 2005.2006، ص41

[3]. ولهي كنزة، **استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والاشباعات المحققة منه**، دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة قسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص:اتصال وعلاقات عامة.كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2019.2020، ص 17.

اصطلاحا: الاستخدام مفهوم تلتقي في الاهتمام به التخصصات التي تتقاسم مجال الاتصال ، يتنوع هذا المفهوم حسب السياقات التي تم فيها استخدامه.

ظهرت كلمة استخدم منذ القرن 20 في اللغة الفرنسية ، وتعني منذ ذلك الحين واليوم أيضا نشاط اجتماعي مكثف يلتقط تكاثره، له طبيعة كاللجوء الى شيء ما ، لاستخدامه لغاية محددة ، استعماله لإشباع حاجة.[1]

التعريف الإجرائي: نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة عملية التصفح التي يقوم بها الطالب الجامعي في منصة التيك توك والتي تشمل العادات والأنماط والاشباعات المحققة من استخدام هذه المنصة.

7.الدراسات السابقة:

يتقدم العلم ويتطور بجهود الباحثين والعلماء المتسلسلة في شتى الميادين ، لتأتي الدراسات فتنمي الأفكار وتنير العقول ، فالبحوث تنجح وتكتمل بالبحوث السابقة لها ، قصد الاطلاع على جوانب الموضوع قيد الدراسة والإلمام بمختلف جوانبه من اجل اختيار زاوية خاصة بالموضوع ، فتطلعت على مجموعة من الدراسات السابقة والتي استعرضها الأتي:

الدراسة الأولى:

"**الطلبة الجامعيين و التيك توك**" دراسة ميدانية في الاستخدامات والاشباعات المحققة منه والآثار المترتبة ، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي ، من إعداد الطلبة ولد طاطة سعدية وجلطي صافية ، في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، سنة 2022/2021.

تهدف هذه الدراسة في رصد مدى ارتباط الطلبة الجامعيين بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة التيك توك ، وتتمحور إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

[1]. فضة عباسي، محمد الفاتح حمدي، **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الوسائل والنماذج والنظريات**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2017، ص339.

- **ما هي دوافع استخدامات الطلب الجامعيين لموقع التيك توك؟ وما هي الاشباعات المحققة منه؟ وفيما تتمثل الآثار الناجمة عن هذا الاستخدام؟** وتفرع التساؤل الرئيسي للإشكالية الى التساؤلات الجزئية التالية:
  - ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التيك توك؟
  - ما هي الاشباعات الاجتماعية والنفسية المحققة لطلبة الجامعيين من وراء استخدام موقع التيك توك؟
  - وما هي الآثار الاجتماعية والنفسية المترتبة عن استخدام التطبيق تيك توك؟

وعلى هذا الأساس اعتمد الباحثون في هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية التأثير غير مباشر من خلال الدراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال من مستخدمي تطبيق التيك توك بجامعة مستغانم.

اندرجت هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية ، بحيث اعتمد الباحثين على المنهج المسحي ، واعتمدا على أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين ، وزعت استمارة على عينة قصدية مقدرة ب 100 مفردة من الطلبة الجامعيين. وقد تم التوصل الى النتائج التالية:

- إن تطبيق التيك توك جذب العديد من الطلبة فوجدوا أن جنس الإناث من العينة المدروسة هي أكثر استخداما لتطبيق مقارنة بجنس الذكور.

توظيف الدراسة:

استفدت من هذه الدراسة من جانبها المنهجي والتطبيقي في حد سواء ، فمن الجانب المنهجي ساعدتني في ضبط المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي بالاظافة الى ضبط النظرية المستخدمة وهي نظرية الاستخدامات والاشباعات ، وفي الجانب التطبيقي ساعدتني هذه الدراسة في صياغة بعض الأسئلة من محور عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك.

الدراسة الثانية:

دراسة خولة سبتي و شهيناز بوالدين وفاطمة بوعزيز ، مذكرة بعنوان : " **تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين** ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال

جيجل " ، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال تخصص السمعي البصري ، السنة الجامعية 2022/2021.

تمحورت إشكالية الدراسة حول " ما مدى تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل ؟ ، وقامت الباحثات بتفريغ التساؤل الرئيسي الى تساؤلات جزئية وهي:

1/ ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك؟

2/ ما هي دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لتطبيق التيك توك؟

3/ ما طبيعة المضامين التي يتابعها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على تطبيق التيك توك؟

4/ ما هي التأثيرات التي يحدثها تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل؟

المنهج الذي اعتمدت عليه هذه الدراسة هو المنهج الوصفي. وكذلك اعتمدا على العينة الطبقية من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال تتكون من 106 طالبا ، وقامت الباحثات كذلك على جمع البيانات باستخدام المقابلة كأداة ثانوية والاستمارة كأداة رئيسية ، وقد تم التوصل الى النتائج التالية:

- انه نادرا ما يستخدم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك توك.
- يكمن الدافع الاساسي لاستخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل تطبيق التيك توك في التسلية والترفيه وتمضية الوقت.
- يتفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع المضامين الأخلاقية التي تنشر عبر تطبيق التيك توك.
- لا يؤثر تطبيق التيك توك بشكل سلبي على القيم الأخلاقية لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

توظيف الدراسة:

ساعدتني هذه الدراسة من ناحية الجانب المنهجي في صياغة وضبط التساؤلات الفرعية التي تخدم موضوع بحثي ، المتمثلة في العادات والأنماط ودوافع استخدام الطلبة لمنصة التيك توك ، ومن ناحية الجانب التطبيقي ساعدتني في صياغة بعض الأسئلة المتعلقة بالاستبيان.

الدراسة الثالثة:

دراسة دلول بشرى ، مذكرة بعنوان: "**الاشباعات المحققة من استخدام التطبيقات الالكترونية لدى الشباب الجامعي** ، (تطبيق التيك توك نموذجا) "، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D ، تخصص اتصال تنظيمي ، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي–تبسة ، السنة الجامعية 2022/2021.

تتمحور هذه الدراسة وفق الإشكال المطروح: " كيف يستخدم الشباب التطبيقات الالكترونية عامة و التيك توك خاصة وما هي الاشباعات المحققة منه على الشباب ؟ وتندرج تحته الأسئلة الفرعية التالية:

1/ ما هي دوافع استخدام الشباب لتطبيق التيك توك ؟

2/ ما هي أنماط استخدام الشباب لتطبيق التيك توك؟

3/ ما هي الاشباعات المحققة من تطبيق التيك توك؟

تكمن أهمية هذه الدراسة بتنوع مضامين الفيديوهات المعروضة على تطبيق التيك توك وكذا زمنها القصير هو ما يجذب الطلبة لاستخدام تطبيق التيك توك ، ولمتابعة الدراسة تم إتباع المنهج الوصفي ، واستعانوا باستمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات ووزعوه على عينة قصدية بلغ عدد مفرداتها 25 مفردة ، وقد تم التوصل الى النتائج التالية :

- أن استخدام الطلبة لتطبيق التيك توك دافعه سعيهم نحو الربح المادي والشهرة.
- أن المبحوثين اكتسبوا مهارات جديدة من خلال التعرض لتطبيق التيك توك ومنهم من ازدادت ثقتهم بأنفسهم أيضا.
- أن أغلبية أفراد العينة اقتدوا بشخصيات كان لهم محتوى ايجابي رجع لهم باشباعات عديدة كالمحتوى الديني والثقافي ....الخ.

توظيف الدراسة :

ساعدتني هذه الدراسة من الجانب المنهجي والتطبيقي في حد سواء ، فمن الجانب المنهجي ساعدتني في صياغة بعض التساؤلات الفرعية التي تخدم دراستي ، والمتمثلة في الاشباعات المحققة للطالب الجامعي من منصة التيك توك وكيفية اختيار العينة القصدية ، وفي الجانب التطبيقي ساعدتني هذه الدراسة في صياغة بعض محاور الاستبيان المتعلقة بالاشباعات المحققة للطالب الجامعي من منصة التيك توك.

8. نوع الدراسة ومنهجها :

تندرج هذه الدراسة الموسومة ب: استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك والاشباعات المحققة منه، ضمن البحوث الوصفية التي تهدف الى وصف مشكلة الدراسة وأهميتها وصفا دقيقا وشاملا من خلال شرح وتوضيح الأحداث ومحاولة التحليل وتفسير الأسباب الظاهرية ، قصد الوصول الى استنتاجات منطقية مفيدة.

فالبحوث الوصفية لا تقف عند حدود وصف الظاهرة وإنما تذهب الى أبعد من ذلك فهي تحلل وتفسر وتقارب بقصد الوصول الى تقييمات ذات المعنى بقصد التبصير لتلك الظاهرة.[1]

منهج الدراسة:

إن اختيار منهج ملائم للدراسة هو من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث في انجاز بحثه ، بما انه لا غنى عنه بالنسبة لأي باحث علمي.

ونظرا لأهداف الدراسة المتمثلة في وصف استخدام الطلبة الجامعيين لمنصة التيك توك **ومعرفة** عادات وأنماط ودوافع هذا الاستخدام من منصة التيك توك و الاشباعات المحققة منه ، فان المنهج المسحي هو المنهج الملائم لهذه الدراسة.

يعتبر **المنهج** ضروريا في أي بحث علمي لأنه الطريقة التي يستعين به الباحث في دراسة للوصول الى نتائج علمية وموضوعية ، ويعرف المنهج بأنه أسلوب للتفكير والعمل ، يعتمده

[1]. رحيم يونس كرو العزاوي، **مقدمة في منهج البحث العلمي**، دار الدجلة، ط1، عمان ،2008،ص 97

الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها ، وبالتالي الوصول الى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة وموضوع الدراسة.[1]

كما يعرف **المنهج** بأنه الطريقة التي يسلكها الباحث للإجابة على الأسئلة التي تثيرها مشكلة موضوع البحث فعندما يواجه الباحث أو الإنسان العادي مشكلة ما فانه يبدأ بالتفكير كيف سيحل هذه المشكلة ، والمنهج هو طريقة الحل فإما أن تكون طريقة الحل غير علمية أي تعتمد على الأساطير والأفكار المسبقة غير المبرهن عنها ودون الرجوع الى واقع الظاهرة ، بالملاحظة والتجربة والمقارنة ، وفي هذه الحالة تكون أمام المنهج غير علمي وإما على العكس من ذلك ننطلق من الملاحظة والتجريب ونستعمل ادوات البحث العلمي وهنا نكون أمام المنهج العلمي.[2]

يعرف **المنهج المسحي** بأنه دراسة استطلاعية نقوم بها بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع أو بأنه محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي و المسح يتراوح مداه بين المستوى القومي أو الإقليمي أو المحلي أو يقتصر على وحدات منفردة كالمدرسة أو الجامعة أو الكلية .

يعرف **برجس berges منهج المسح** بأنه دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي.[3]

9.ادوات الدراسة :

نعني بها مختلف الوسائل التي نستخدمها في جمع المعلومات والبيانات والتي ساعدتني على الإجابة على الأسئلة المطروحة في الإشكالية ، وقد اعتمدت في هذه الدراسة على أداة الاستبيان كأداة رئيسية.

يعد **الاستبيان** وسيلة من وسائل جمع البيانات وقد يستخدم على إطار واسع ليشمل الأمة أو في إطار ضيق على نطاق المدرسة ، وبطبيعة الحال فهو يختلف في طوله ودرجة تعقيده ، إن الجهد

---

[1]. عليان.ربحي مصطفى.أبو سندس، جهاد احمد وآخرون، **أساليب البحث العلمي وتطبيقاته في التخطيط والإدارة**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1. د. ب، 2008،ص35.

[2]. إبراهيم أبراش، **المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية**، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2009.د.ب، ص65.

[3]. مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، مؤسسية الوراق للنشر والتوزيع، ط1. عمان،2000، ص129.

الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء فقرات جيدة ، والحصول على استجابات كاملة ، ومن الأهمية بمكان إن تكون أسئلة الدراسة وفرضياتها واضحة ومعرفة كي يكون بالإمكان بناء الفقرات بشكل جيد [1].

ويعرف كذلك **الاستبيان** بأنه الوسيلة العلمية التي تساعد على جمع الحقائق والمعلومات من البحوث من خلال عملية المقابلة ، وهي الوسيلة التي تفرض عليه التقيد بموضوع البحث الموزع إجراءه وعدم الخروج من أطره العريضة ومضامينه التفصيلية ومساراته النظرية والتطبيقية .[2]

واعتمدت على الاستبيان في جمع المعلومات لتناسبه في موضوع دراستي ، بحيث راعيت عددا من القواعد والمعايير يتعلق بعضها بصياغة أسئلة الاستبيان ، ويتعلق بعضها الآخر بترتيب الأسئلة وتبويبها ، ويمكن بناء الاستبيان وفق الأشكال التالية: **الاستبيان المغلق** " هو يساعد الباحث في الحصول على معلومات وبيانات أكثر مما يساعده على معرفة العوامل والدوافع والأسباب ، ولكن لهذا الشكل ميزة واضحة وهي سهولة إجابة أسئلته حيث لا يتطلب ذلك وقتا طويلا من المفحوص أو لا يطلب من المفحوص أن يكتب شيئا من عنده".

أما **الاستبيان المفتوح** : هو الذي يترك للمفحوص حرية التعبير عن أرائه بالتفصيل مما يساعد الباحث على التعرف الى الأسباب والعوامل التي تؤثر على الآراء والحقائق ، ولكن يؤخذ على هذا الشكل أن المفحوصين لا يتحمسون عادة للكتابة عن أرائهم بشكل مفصل ولا يمتلكون الوقت الكافي للإجابة على أسئلة تتطلب منهم جهدا ، كما أن الباحث يجد صعوبة في دراسة إجابات المفحوصين وتصنيفها بشكل يساعده للفائدة منها".[3]

صدق المحكمين : للتحقق من مدى صدق بنود الاستبيان لما بنيت من اجله ، قمت بتوزيعه على مجموعة من المحكمين من قسم علوم الإعلام والاتصال ، بجامعة قاصدي مرباح ورقلة وهم كالآتي الأستاذ بوكرموش عيسى و الأستاذة فطيمة الأسود دكتوراه علوم في علم الاجتماع.

اتفقوا الأساتذة على أن البنود صادقة ، إلا أنهم وجهوا لي بعض الملاحظات وطلبوا القيام ببعض التعديلات والتغيرات ، وتكونت الاستمارة من 20 سؤال ، حيث انقسمت الى ثلاثة محاور ،

---

[1]. منذر الضامن، **أساسيات البحث العلمي**، دار السيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2007، ص91.

[2]. إحسان محمد الحسن، **مناهج البحث الاجتماعي**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص ص 225-226.

[3]. ذوقان عبيدات وعبد الرحمان عدس وكايد عبد الحق، **البحث العلمي (مفهومه وأدواته وأساليبه)**، حقوق الطبع محفوظة للناشر، د-ب، 1984، ص 123-124.

جاء المحور الأول بعنوان عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة ، أما المحور الثاني جاء بعنوان دوافع استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة ، وأخيرا جاء المحور الثالث بعنوان الاشباعات المحققة للطالب الجامعي من استخدام منصة التيك توك على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة ، اندرج تحت كل محور مجموعة من الأسئلة تراوحت ما بين 13 الى 5 أسئلة ، حيث أنها جاءت بصيغة مغلقة (18) سؤالا و مفتوحة (4)أسئلة

تم توزيع الاستبيان الكترونيا في مجموعة دردشة في الفيسبوك (ماستر 2 اتصال جماهيري) وفي مجموعة دردشة في تطبيق الواتساب (السنة الثانية ماستر اتصال جماهيري ووسائط جديدة).

10.مجتمع البحث وعينة الدراسة

إن **مجتمع البحث** في لغة العلوم الإنسانية هو :" مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات.[1]

ويعرف **مجتمع البحث** كذلك بأنه " جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها وقد تكون إعدادا كما في حالة تقييم مضمون وسائل الإعلام كما قد تكون إذاعة أو نشرات إخبارية وفي حالة دراسة الرأي العام فان المجتمع هو جميع الأفراد الذين يفهمهم مجتمع الدراسة.[2]

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة طلبة السنة الثانية ماستر تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة في الموسم الجامعي 2024/2023 تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة المقدر بـ (165) طالبا ، حسب مكتب الإحصاء التابع للكلية الشامل لجميع أفراد الدراسة .

عينة الدراسة:

[1]. موريس أنجلس، ترجمة بوزيد وآخرون، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية**، دار القصبة للنشر، ط2، الجزائر، 2004، ص298.

[2]. محمد منير حجاب، **الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، القاهرة، 2000، ص29 .

لا يمكن القيام بدراسة تجريبية أو بحث وصفي إلا بتحديد العينة كونها تشكل جزء المجتمع الأصلي ، كما أنها تعتبر من أهم آليات البحث العلمي.

تعرف **العينة** بأنها جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة ، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا .[1]

وتعرف أيضا **العينة** " بأنها مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع مجتمع الأصلي ، ويمكن تعميم نتائجها عليه.[2]

ونظرا لصعوبة القيام **بالمسح الشامل** لجميع أفراد الدراسة ، فقد قمت باختيار عدد اصغر من مفردات مجتمع الدراسة والذي يقتصر على السنة الثانية ماستر تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة ، وعليه فقد اخترت عينة تتكون من 85 مفردة ، وقد اعتمدت في جمع المعلومات من المبحوثين على العينة القصدية ، التي تشترط اختيار وانتقاد المفردات المناسبة والمتمثلة تمثيلا شاملا لمجتمع البحث.

تعرف **العينة القصدية** كالأتي : يقوم الباحث في العينة العمدية بإدخال بعض الوحدات بشكل معتمد لاعتقاده توافر صفات ومعايير معينة في هذه الوحدات تؤثر على الخاصية المدروسة وذلك للتأكد من وقوعها ضمن وحدات العينة ، أي يعتمد الباحث إدخال بعض الوحدات ضمن العينة المختارة.[3]

يتبع الباحث مجموعة من الخطوات في اختيار العينة العمدية وهي :

- تعريف وتحديد المجتمع المستهدف.
- تحديد معايير الإدراج ضمن عينة الدراسة و الإقصاء من عينة الدراسة.
- عمل خطة لتجنيد واختيار عناصر المجتمع التي تستوفي معايير الإدراج ضمن الدراسة والإقصاء منها.
- تحديد حجم العينة.

---

[1]. رحيم يونس كرو العزاوي، مرجع سابق، ص161.

[2]. سعد سلمان المشاهداني، **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2019، ص85.

[3]. عبد الرزاق أمين أبو شعر، **العينات وتطبيقاتها في البحوث الاجتماعية**، مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، 1416، ص48.

- اختيار العدد المستهدف من عناصر المجتمع.[1]

11.المقاربة النظرية:

إن من بين الخطوات الأساسية في هذه الدراسة هو أن استند الى نظرية تتناسب مع موضوع دراستي ولكونها دراسة حول استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك والاشباعات المحققة منه فإنني أرى أن النظرية المناسبة هي نظرية الاستخدامات والاشباعات أملا في الوصول الى نتائج تخدم الموضوع.

نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تعتمد البحوث في مدخل الاستخدامات والاشباعات على افتراض أن الأفراد يقومون بدور ايجابي في عملية الاتصال ، ومن هنا يظهر مصطلح الاستخدامات، كما يفترض أيضا أن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال يظهر مصطلح الاشباعات .[2]

وتعرف كذلك **نظرية الاستخدامات والاشباعات** إنها من نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام وهي من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يؤديه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام وتعد بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام ، هو جمهور له إدارة يستطيع عمن طريقها أن يحدد ماذا يريد من وسائل الإعلام ، وما الوسيلة المناسبة لتلبية رغباته وما المضمون المناسب لإشباع حاجاته ، وقد ركزت النظرية في الأسباب التي تدفع الجمهور من مختلف الفئات الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام ، في محاولة للربط بين الأسباب والاستخدام والعائد الذي يحققه الفرد من هذا الاستخدام.[3]

ومن وجهة نظر " **كاتز وبلوملر**" فان الاستخدامات والاشباعات يعني ما يلي:

- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

---

[1]. جوني دانيال وآخرون، ترجمة طارق عطية عبد الرحمان، **أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية (مبادئ توجيهية عملية لإجراء اختيارات العينة البحثية)**، الرياض، 1436، ص139.

[2]. رضاء عبد الواحد أمين، **الصحافة الالكترونية**، دار الفجر للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2007، ص33.

[3]. سعد سلمان المشاهداني، **منهجية البحث الإعلامي (دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية)**، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، ط1، الإمارات،2020،ص362.

- الاحتياجات التي يتولد عنها .
- التوقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي الى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام .

وعلى ذلك فهذه النظرية تستند على الافتراضات التالية:

- إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال ، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة ، واختيار وسيلة إعلان محددة يرجع الى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية .
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه ، وبدوافعه واهتماماته ، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.[1]

- **أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:**

- السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار أن الجمهور نشط.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.[2]

- **دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:**

[1]. محمود حسن إسماعيل، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، د.ب، 2003، ص 253-255.

[2]. د.عبد الحافظ عواجي صلوي، **نظريات التأثير الإعلامية**، د. ب، 1433، ص10.

توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ، ولكن بوجه عام فان معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض الى فئتين هما:

دوافع منفعية: وتستهدف التعرف على الذات ، واكتساب المعرفة والمعلومات ، والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الاخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

دوافع طقوسية: وتستهدف تمضية الوقت ، والاسترخاء ، والصداقة ، والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات ، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة.

- **اشباعات وسائل الإعلام:**

يفرق "لورانس وينر" بين نوعين من الاشباعات هما:

اشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، وتنقسم الى نوعين : النوع الأول اشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات والنوع الثاني اشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

اشباعات العملية: وتنتج عن الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل ، وتنقسم الى نوعين:

النوع الأول اشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات ، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة ، أما النوع الثاني اشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام ، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.[1]

تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعات على موضوع الدراسة:

يعد مدخل أو نظرية الاستخدامات والاشباعات من المداخل الأساسية التي تساعد الباحثين في التعرف على حاجات ودوافع وأنماط استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات

[1]. حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998، 246-249.

المحققة منها خاصة منصة التيك توك التي انتشرت في الأوان الأخيرة ولقيت إقبالا ورواجا كبيرا من مختلف فئات المجتمع خاصة الطلبة الجامعيين باعتبارهم جمهور نشط وفعال.

هذه النظرية أفادتني في التعرف على عادات وأنماط ودوافع استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك سواء دوافع نفعية أو طقوسية للوصول الى معرفة الاشباعات التي تحققها منصة التيك توك ومدى تلبية حاجاته منها ، خاصة أن الافتراض الذي تقوم عليه هذه النظرية يرتكز على مفهوم الجمهور النشط ، هذا الجمهور الذي ينتقي بوعي ما يحتاجه ويعرف ما يريده ويرغب فيه ، لذلك تم الاعتماد على هذه النظرية لأنها تتماشى أكثر مع أهداف الدراسة.

12.مجالات الدراسة:

إن تحديد مجال الدراسة من العمليات الأساسية للبناء المنهجي لأي بحث علمي ، وانطلاقا من تحديد هذا المجال نستطيع قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان:

المجال المكاني: وفقا لطبيعة الدراسة والمتمثلة في استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك والاشباعات المحققة منه فان مكان الدراسة سوف يكون في المؤسسة الجامعية وبالتحديد قسم الإعلام والاتصال في جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

المجال الزماني : انقسمت الدراسة الى قسمين: قسم منهجي وقسم ميداني ، حيث استغرقت الدراسة حوالي 4 أشهر ما بين القسمين ، بحيث تم فيها جمع المعلومات حول موضوع الدراسة ومن ثم صياغة الإشكالية والجانب المنهجي ، ثم بعد ذلك تطرقت الى الدراسة الميدانية والتي كانت في بداية شهر مارس 2024 الى أفريل 2024 .

الحدود البشرية: تمثلت الحدود البشرية في الطالب الجامعي (المستخدم لمنصة التيك توك) بقسم الإعلام والاتصال السنة الثانية ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة 2024.

الفصل الثاني:

الإطار التطبيقي

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية الذي يستهدف جمع كافة البيانات الأولية من مجتمع البحث ، والتي تساهم هي الأخيرة في تحقيق أهداف الدراسة.

يتناول هذا الجزء من الدراسة ، تحليل بيانات الدراسة الميدانية إستنادا للمعطيات المتحصل عليها من إستمارات الإستبيان التي تم توزيعها إلكترونيا على المبحوثين ، من أجل إستخلاص النتائج النهائية للدراسة.

أولا: عرض وتحليل نتائج الدراسة:

البيانات الشخصية :

1) توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس:

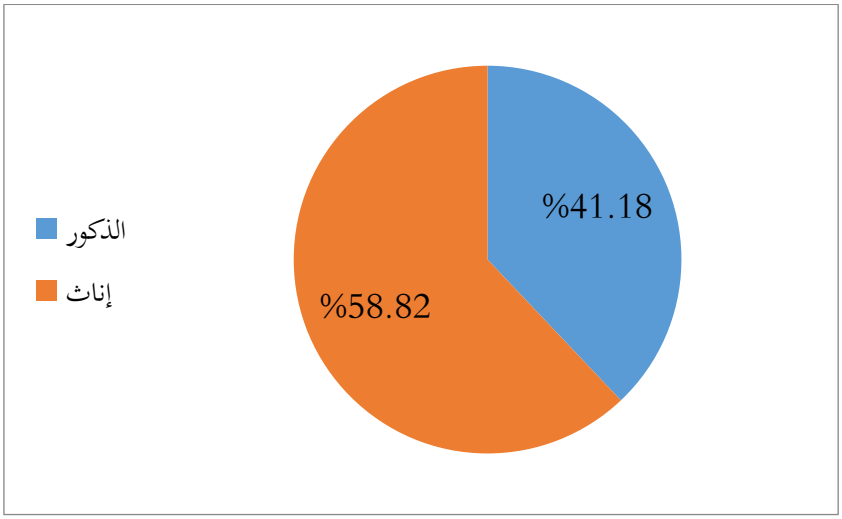
الجدول رقم 01 :يبين توزيع المبحوثين وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكور	35	%41.18
إناث	50	% 58,82
المجموع	**85**	**%100,00**

الجدول رقم (1) يوضح توزيع مفردات العينة حسب الجنس ، يتضح من خلال الجدول أعلاه أن غالبية الطلبة المبحوثين كانت من جنس الإناث بنسبة تقدر 85.82% بينما نسبة الذكور قدرة بنسبة 41.18% .

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين كانت من جنس الإناث يعود سبب ذلك إلى طغيان عنصر الإناث على عنصر الذكور في مجتمع دراستي مما جعل نسبتهم تقل في المجتمع وفي الأوساط الدراسية كذلك.

الشكل رقم 01 : يوضح توزيع المبحوثين وفق متغير الجنس



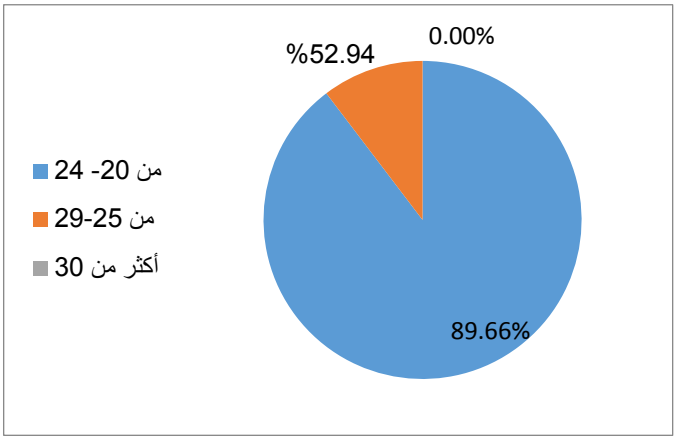
2) توزيع مفردات العينة حسب متغير السن:

الجدول رقم (2): يبين توزيع المبحوثين وفق متغير السن

السن	التكرار	النسبة
من 20- 25	37	%43.53
من 26-30	45	%52.94
من 31 سنة فما فوق	3	%3.53
المجموع	**85**	**%100,00**

يوضح الجدول رقم (2) توزيع أفراد العينة وفق متغير السن حيث بلغت الفئة من 20 إلى 25 سنة حصلت على نسبة مئوية بلغت 43.53 %، وجاءت بعدها فئة من 26 إلى 30 سنة والتي بلغت أعلى نسبة مئوية إذ بلغت 52.94% ، في حين جاءت فئة 31 سنة فما فوق بنسبة قليلة جدا بلغت 3.53% وهذا يعود إلى تخرج الطلبة قبل سن 31 سواء بشهادة ليسانس أو الماستر.

الشكل رقم (2): يوضح توزيع المبحوثين وفق متغير السن



عرض وتحليل نتائج المحور الأول: عادات وأنماط استخدام منصة التيك توك لدى أفراد العينة

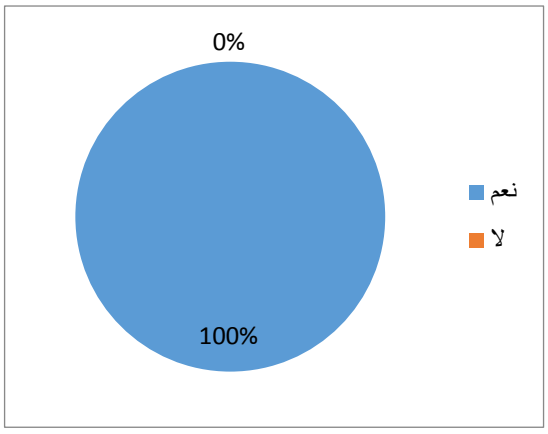
3) هل تملك منصة التيك توك؟

الجدول رقم (3): يبين توزيع المبحوثين الذين يمتلكون منصة التيك توك

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	85	%100.00
لا	0.00	%0.00
المجموع	**85**	**%100,00**

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) أن عينة الدراسة جميعهم يمتلكون منصة التيك توك 85 طالب من مجتمع البحث يمتلكون منصة التيك توك بنسبة 100% وهذا ما نريد الوصول إليه في هذه الدراسة ، وهذا يدل على إهتمام الطلبة بهذه المنصة نظرا لحداثتها وإنتشارها الواسع .

الشكل رقم (3): يوضح توزيع المبحوثين الذين يمتلكون منصة التيك توك



4) هل تستخدم منصة التيك توك كزائر؟

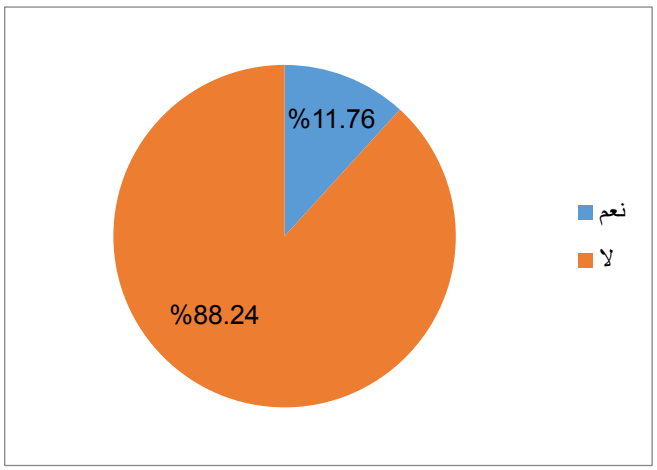
الجدول رقم (4): يبين توزيع أفراد العينة الذين يستخدمون منصة التيك توك كزائر

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	10	%11.76
لا	75	%88.24
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4) أن 10 مفردة من أفراد العينة أجابوا بنعم بنسبة 11.76%، في حين 75 مفردة من أفراد العينة أجابوا ب لا بنسبة 88.24% .

نستنتج أن أكثر المبحوثين لا يستخدمون منصة التيك توك كزائرين أغلبهم يمتلكون حسابات على هذه المنصة.

الشكل رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة الذين يستخدمون منصة التيك توك كزائر



5) منذ متى تستخدم منصة التيك توك؟

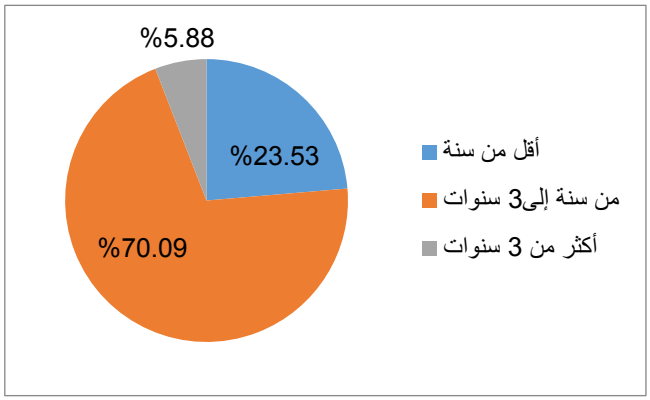
الجدول رقم (5): يبين توزيع أفراد العينة حسب السنة التي يستخدمون فيها منصة التيك توك

الساعة	التكرار	النسبة
أقل من سنة	20	%23.53
من سنة إلى3 سنوات	60	%70.09
أكثر من 3 سنوات	5	%5.88
المجموع	**85**	**%100,00**

يبين الجدول رقم (5) أن 20 مفردة من أفراد العينة أجابو ب أقل من سنة بنسبة 23.53% ، في حين 60 مفردة من أفراد العينة أجابوا من سنة إلى 3 سنوات بنسبة 70.09% ، في حين 05 مفردة من أفراد العينة أجابو بأكثر من 3 سنوات بنسبة 5.88%.

يتبين لنا من خلال التحليل أن أكبر نسبة من من أفراد العينة أجابوا بأنهم يستخدمون التيك توك من سنة إلى 3 سنوات ، ويرجع ذلك أن أفراد هذه النسبة يستخدمونه منذ بداية ظهوره ، ذلك لأنه وفر لهم تجربة إيجابية مع المحتوى المتاح على التيك توك وأنهم يجدون الفيديوهات مسلية ومثيرة للإهتمام كما أنها منصة سهلة الاستخدام والإنشاء ومشاركة مقاطع الفيديو .

الشكل رقم (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السنة التي يستخدمون فيها منصة التيك توك



6) ما هو الوقت المفضل لديك لاستخدام منصة التيك توك؟

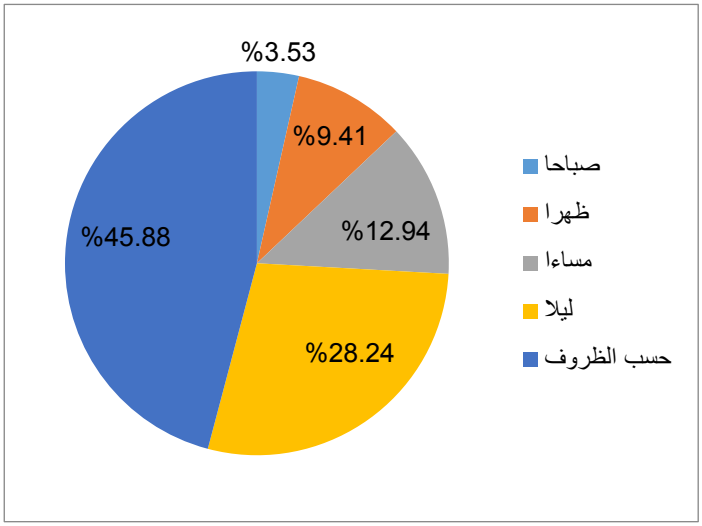
الجدول رقم (6): يبين توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لديهم لاستخدام منصة التيك توك

الفترة	التكرار	النسبة
صباحا	3	%3.53
ظهرا	8	%9.41
مساءا	11	%12.94
ليلا	24	%28.24
حسب الظروف	39	%45.88
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) الذي يوضح الفترة المفضلة لاستخدام منصة التيك توك لدى أفراد العينة ، أن 3 مفردة من أفراد العينة أجابوا "صباحا" بنسبة 3.53% ، و 8 مفردة من أفراد العينة أجابوا "ظهرا" بنسبة 9.41% ، في حين 11 مفردة من أفراد العينة أجابوا " مساءا" بنسبة 12.94% ، و24 مفردة من أفراد العينة أجابوا "ليلا" بنسبة 28.24% ، و 39 مفردة من أفراد العينة أجابوا " حسب الظروف" بنسبة 45.88%.

من خلال النتائج يتبين أن أغلب أفراد العينة ليس لديهم فترة محددة لاستخدام منصة التيك توك أغلبهم أجابوا حسب الظروف وذلك راجع بإرتباطاتهم الشخصية المختلفة وجاءت في المرتبة الثانية الفترة الليلية ويمكن تفسير هذه النسبة هي فترة راحة وفراغ أين يتواجد أغلب أفراد العينة دون إرتباطات ، وجاءت بعدها فترة المساء هي فترة ملائمة لبعض أفراد العينة وهي كذلك تعتبر فترة راحة من الدوام خلال النهار ، بينما جاءت فترتي الظهيرة والصباح في المرتبة الأخيرة كأفضل فترات للتصفح ، فترة الصباح هي فترة دراسة والفترة الظهرية هي فترة تناول الغذاء والصلاة.

الشكل رقم (6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لديهم لاستخدام منصة التيك توك



7) هل صفحتك الشخصية في التيك توك؟

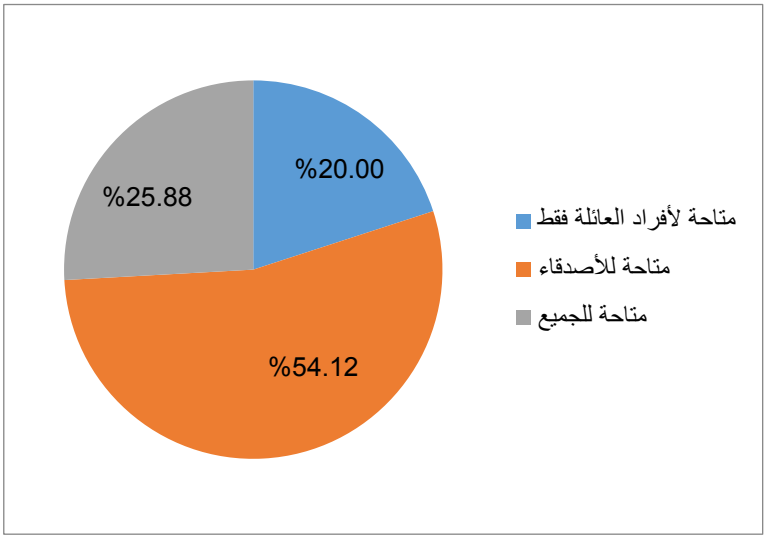
الجدول رقم (7): يبين توزيع أفراد العينة حسب إتاحة صفحاتهم الشخصية في منصة التيك توك

الاجابة	التكرار	النسبة
متاحة لأفراد العائلة فقط	17	%20.00
متاحة للأصدقاء	46	%54.12
متاحة للجميع	22	%25.88
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) أن 17 مفردة من أفراد العينة أجابوا "متاحة لأفراد العائلة فقط" بنسبة 20.00% ، أما 46 مفردة من أفراد العينة أجابوا "متاحة للأصدقاء" بنسبة 54.12% ، في حين 22 مفردة من أفراد العينة أجابوا"متاحة للجميع" بنسبة 25.88%.

من خلال النتائج المتحصل عليها تبين أن أغلب أفراد العينة صفحاتهم الشخصية في منصة التيك توك متاحة للأصدقاء وهذا يعود إلى خصوصية كل فرد وجاءت بعدها في المرتبة الثانية العينة التي أجابوا ب متاحة للجميع وهذا بغرض الشهرة والتعرف على أشخاص غرباء.

الشكل رقم (7): يوضح توزيع أفراد العينة حسب إتاحة صفحاتهم الشخصية على منصة التيك توك



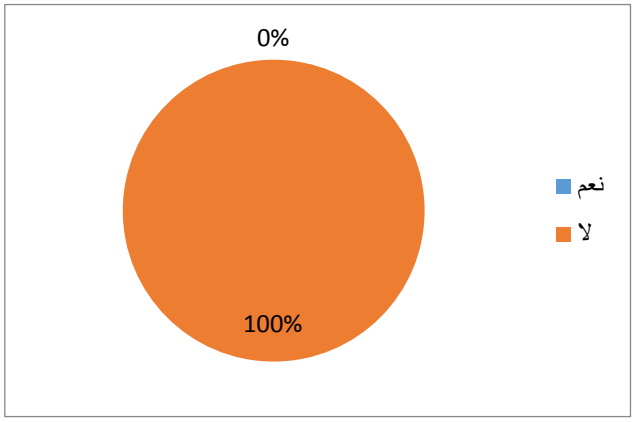
8) هل تستخدم في منصة التيك توك صورتك الشخصية الحقيقية؟

الجدول رقم (8):يبين توزيع أفراد العينة حول استخدام الصورة الشخصية الحقيقة في منصة التيك توك

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	0	%0.00
لا	85	%100.00
المجموع	**85**	**%100.00**

الجدول رقم (8) يوضح أن جميع أفراد العينة لا يستخدمون صورهم الشخصية الحقيقية في منصة التيك توك وهذا راجع إلى عدم الرغبة في الظهور مما يوضحه الجدول رقم (09) بنسبة 83.53% ، وجاءت بعدها نسبة 9.41% الخوف من الأهل وذلك لعدة أغراض تخص كل عائلة وفرد ، وفي الأخير جاءت نسبة 7.06 % أجابوا عدم الثقة في النفس .

الشكل رقم (8)يوضح توزيع أفراد العينة حول استخدام صورهم الشخصية الحقيقية في منصة التيك توك

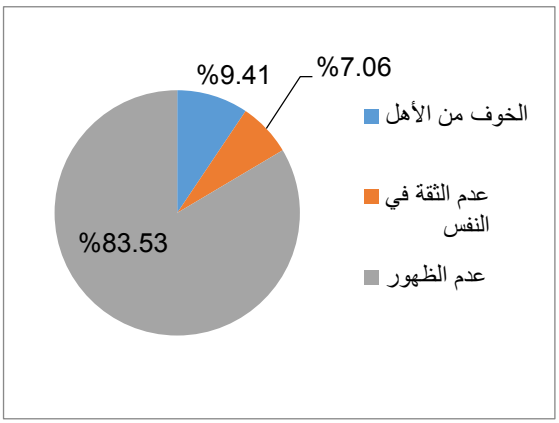


9) إذا كانت إجابتك ب لا لماذا؟

الجدول رقم (09) يبين توزيع أفراد العينة حول سبب الإجابة ب: لا

الإجابة	التكرار	النسبة
الخوف من الأهل	8	%9.41
عدم الثقة في النفس	6	%7.06
عدم الظهور	71	%83.53
المجموع	**85**	**%100.00**

الشكل رقم (09) يوضح توزيع أفراد العينة حول سبب الإجابة ب: لا



10) عند استخدامك لمنصة التيك توك هل تستخدم الاسم؟

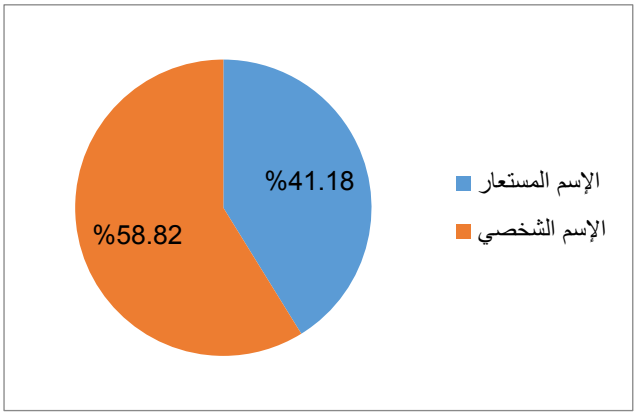
الجدول رقم (10): يبين توزيع أفراد العينة حول الإسم الذي يستخدمونه في منصة التيك توك

الاجابة	التكرار	النسبة
الإسم المستعار	35	%41.18
الإسم الشخصي	50	%58.82
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أن 50 مفردة من أفراد العينة يستخدمون الإسم الشخصي في منصة التيك توك بنسبة 58.82% ، في حين 35 مفردة من أفراد العينة يستخدمون الإسم المستعار في منصة التيك توك بنسبة 41.18% .

تبين من خلال النتائج أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يستخدمون أسمائهم الشخصية في منصة التيك وهذا يعود الى سهولة الحصول عليهم من قبل أصدقائهم أو أفراد عائلاتهم.

الشكل رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حول الإسم الذي يستخدمونه في منصة التيك توك



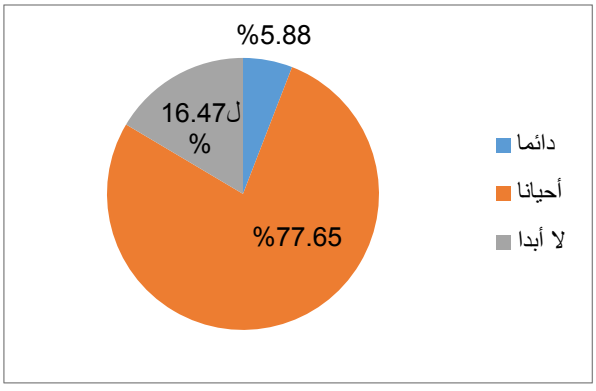
11) هل توافق على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء؟

الجدول رقم (11) : يبين توزيع أفراد العينة حول موافقتهم على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء

الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	5	%5.88
أحيانا	66	%77.65
لا أبدا	14	%16.47
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن 5 مفردة من أفراد العينة أجابوا "دائما" بنسبة 5.88% ، أما 66 مفردة من أفراد العينة أجابوا "أحيانا" بنسبة 77.65% أي تبين لنا أن عينة الدراسة توافق بشكل كبير على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء عنهم ، في حين 14 مفردة من أفراد العينة أجابوا "لا أبدا" بنسبة 16.47% وهذه النسبة من العينة ليس لديهم إهتمام بطلبات الصداقة.

الشكل رقم (11) : يوضح توزيع أفراد العينة حول موافقتهم على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء



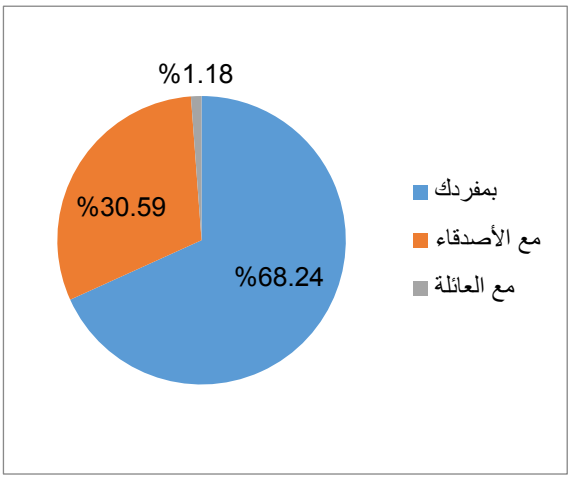
12) هل تستخدم منصة التيك توك؟

الجدول رقم (12): يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام منصة التيك توك

الإجابة	التكرار	النسبة
بمفردك	58	%68.24
مع الأصدقاء	26	%30.59
مع العائلة	1	%1.18
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن 58 مفردة من أفراد العينة أجابوا" بمفردك" بنسبة 68.24% وهي النسبة الأكبر أن أفراد العينة يفضلون استخدام منصة التيك توك بمفردهم من أجل الهدوء والراحة ، في حين 26 مفردة من افراد العينة أجابوا" مع الأصدقاء" بنسبة 30.59% وهذا يعود إلى أوقات خروجهم من منازلهم أو في الأحياء الجامعية ، أما 1 مفردة من أفراد العينة أجابوا " مع العائلة" نسبة 1.18%.

الشكل رقم (12) يوضح توزيع أفراد العينة حسب استخدام منصة التيك توك



13) كم تخصص من الوقت لتصفح منصة التيك توك يوميا؟

الجدول رقم (13): يبين توزيع أفراد العينة حسب الوقت المفضل لتصفح منصة التيك توك

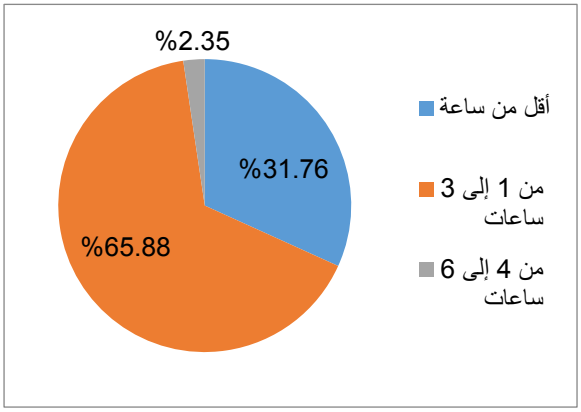
الساعة	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	27	%31.76
من 1 إلى 3 ساعات	56	%65.88
من 4 إلى 6 ساعات	2	%2.35
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن 27 مفردة من أفراد العينة أجابوا "أقل من ساعة " بنسبة 31.76% ، في حين 56 مفردة من أفراد العينة أجابوا" من 1 الى 3 ساعات " بنسبة 65.88% ، أما 2 مفردة من أفراد العينة أجابوا" من 4 الى 6 ساعات " بنسبة 2.35%.

أظهرت النتائج أن أغلب أفراد العينة يستخدمون التيك توك من 1 الى 3 ساعات يوميا هذه الفترة معقولة جدا نظرا إلى تركيبة أفراد العينة المبحوثة ، فالعينة هي أفرادها الطلبة الجامعيين .

ويمكن تفسير إستغراق المدة الزمنية في استخدام التيك توك من أجل : التواصل اليومي مع أفراد العائلة والأصدقاء ، مشاهدة الفيديوهات القصيرة.

الشكل رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت المفضل لتصفح منصة التيك توك يوميا



مناقشة وتفسير نتائج المحور الأول :

من خلال النتائج المتحصل عليها من خلال الإجابات على المحور الأول:

أن جميع المبحوثين يمتلكون منصة التيك توك من سنة إلى 3 سنوات أي منذ ظهور هذه المنصة وهذا يعود الى الإنتشر الواسع لهذه المنصة ، بالإظافة إلى سهولة استخدامه وسهولة نشر الفيديوهات القصيرة ، وأن أغلب أفراد العينة لا يستخدمون منصة التيك توك كزائرين أغلبهم لديهم حساب على هذه المنصة ، كما كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثين يستخدمون منصة التيك توك من كل حسب ظروفه وذلك راجع لإرتباطاتهم المختلفة ، و تبين من خلال الدراسة أن أغلبية أفراد العينة صفاحاتهم الشخصية متاحة للأصدقاء ، وكذلك لا يستخدمون صورهم الشخصية في حساباتهم على منصة التيك توك وذلك بسبب عدم الرغبة في الظهور ،في حين أن أغلبهم يستخدمون أسمائهم الشخصية بغرض سهولة الوصول إليهم من قبل معارفهم ، وتبين كذلك أن أفراد العينة يوافقون أحيانا على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء ، وأغلبهم يستخدمون هذه المنصة التيك توك بمفردهم ، وكشفت نتائج الدراسة كذلك أن غالبية أفراد العينة يقضون استخدام منصة التيك توك من ساعة إلى 3 ساعات بحيث تختلف أسباب استخدامهم لهذه المنصة منهم من يستخدمها من أجل الدردشة ومنهم يستخدموها لنشر المقاطع أو مشاهدة الفيديوهات.

عرض و تحليل نتائج المحور الثاني: دوافع استخدام منصة التيك توك لدى أفراد العينة

أجيب على هذا المحور من خلال تحليل تساؤلات المحور الثاني:

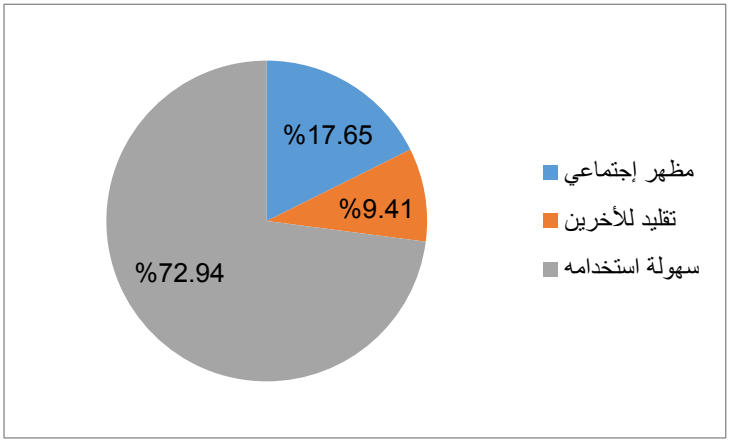
14) ما هي أسباب استخدامك لمنصة التيك توك ؟

الجدول (رقم14): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب أسباب استخدامهم لمنصة التيك توك؟

الإجابة	التكرار	النسبة
مظهر إجتماعي	15	%17.65
تقليد للأخرين	8	%9.41
سهولة استخدامه	62	%72.94
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن 15 مفردة من أفراد العينة أجابوا"مظهر اجتماعي"بنسبة 17.65% ، في حين 8 مفردة من أفراد العينة أجابوا " تقليد للأخرين" بنسبة 9.41% ، أما 62 مفردة من أفراد العينة أجابوا " سهولة استخدامه" بنسبة 72.94% وهي النسبة الأكبر يتضح أن أغلب المبحوثين يستخدمونه لسهولته.

الشكل رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدامهم منصة التيك توك



15) ما هي دوافع استخدامك لمنصة التيك توك؟

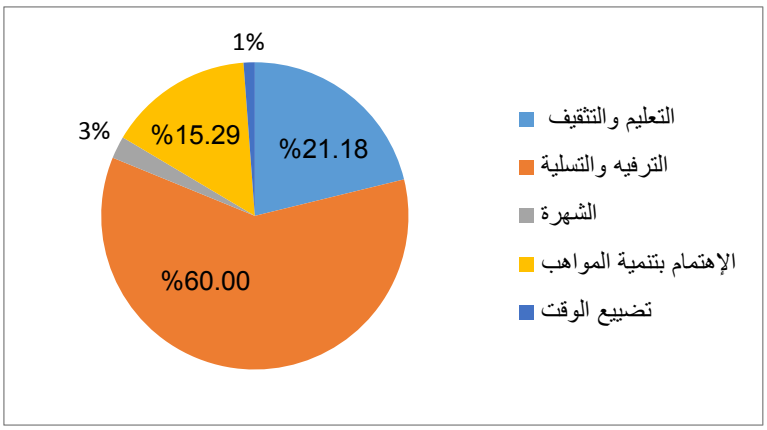
الجدول رقم(15) يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدامهم لمنصة التيك توك

الإجابة	التكرار	النسبة
التعليم والتثقيف	18	%21.18
الترفيه والتسلية	51	%60.00
الشهرة	2	%2.35
الإهتمام بتنمية المواهب	13	%15.29
تضييع الوقت	1	%1.18
المجموع	**85**	**%100,00**

من خلال قراءتنا للجدول رقم (15) أن 18 مفردة من أفراد العينة أجابوا" التعليم والتثقيف" بنسبة 21.18% ، في حين 51 مفردة من أفراد العينة أجابوا "الترفيه والتسلية" بنسبة 60.00% ، و 2 مفردة من أفراد العينة أجابوا"الشهرة" بنسبة 2.35% ، و13 مفردة من أفراد العينة أجابوا"الاهتمام بتنمية المواهب" بنسبة 15.29% ، أما 1 مفردة من أفراد العينة أجابوا"تضييع الوقت" بنسبة 1.18%.

تبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب المبحوثين دوافع استخدامهم لمنصة التيك توك من أجل الترفيه والتسلية ، وفي المرتبة الثانية العينة التي يستخدمونه من أجل التعليم والتثقيف وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة التي يستخدمونه من أجل الإهتمام بتنمية المواهب ، وفي الأخير تأتي الشهرة وتضييع الوقت فئة قليلة جدا من أفراد العينة يستخدمونه لهذا الغرض.

الشكل رقم (15) يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدامهم لمنصة التيك توك



16) ما العمل الذي تؤديه بشكل كبير في منصة التيك توك؟

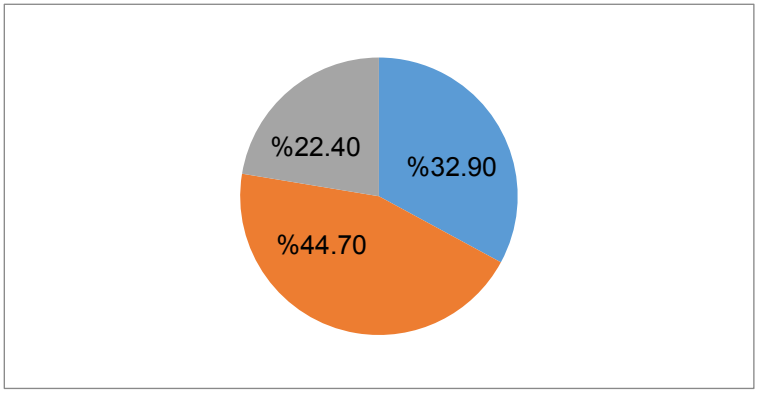
الجدول رقم(16): يمثل توزيع العينة حسب العمل الذي يؤدونه بشكل كبير في استخدام منصة التيك توك:

الإجابة	التكرار	النسبة
الإطلاع على الفيديوهات	28	%32.9
إنشاء مقاطع فيديو خاص بك	38	%44.7
التفاعل مع المنشورات	19	%22.4
المجموع	**85**	**%100,00**

يبين الجدول أعلاه أن 28 مفردة من أفراد العينة أجابوا "الإطلاع على الفيديوهات" بنسبة 32.9% ، في حين 38 مفردة من أفراد العينة أجابوا "إنشاء مقاطع فيديو خاص بك" بنسبة 44.7% ، أما 19 مفردة من أفراد العينة أجابوا "التفاعل مع المنشورات" بنسبة 22.4% .

نستنتج من خلال التحليل أن أكثر المبحوثين الأعمال التي يؤدونها بشكل كبير في منصة التيك توك أنهم ينشؤون مقاطع فيديو خاصة بهم وذلك لسهولة استخدامهم تقنيات هذه المنصة وبعدها جاءت نسبة المبحوثين الذين يطلعون على الفيديوهات فقط وذلك لقصر مقاطع هذه الفيديوهات على منصة التيك توك.

الشكل رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمل الذي يؤدونه بشكل كبير في منصة التيك توك:



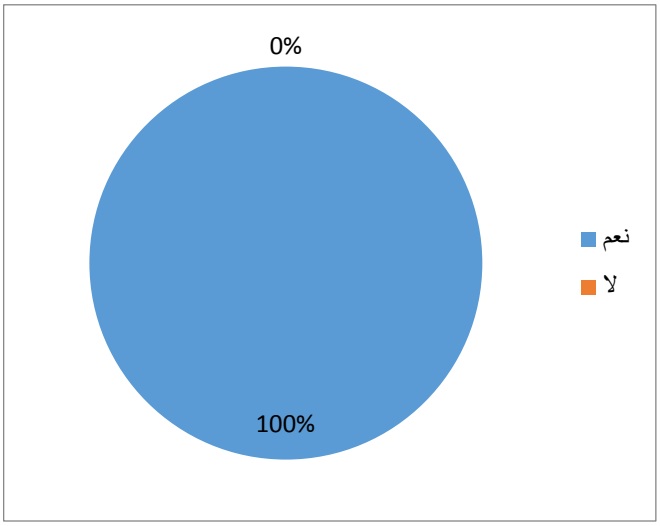
17) هل تتابع قنوات معينة على منصة التيك توك ؟

الجدول رقم(17): يمثل توزيع أفراد الاجابة "بنعم "أو" لا " حول القنوات التي يتابعونها على منصة التيك توك:

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	85	%100.00
لا	0	%0.00
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع أفراد العينة يتابعون قنوات معينة على منصة التيك توك وإنعدام الإجابة لا .

الشكل رقم (17) يوضح توزيع أفراد العينة الإجابة "بنعم" أو "لا" حول القنوات التي يتابعونها على منصة التيك توك



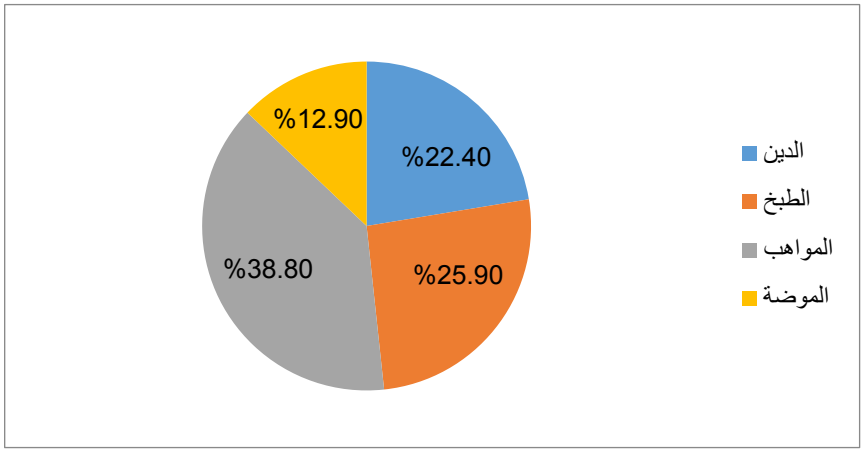
18) اذا كانت اجابتك "بنعم "ما نوع القنوات التي تتابعها؟

الجدول رقم(18): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإجابة بنعم حول نوع القنوات التي يتابعونها :

الإجابة	التكرار	النسبة
الدين	19	%22.4
الطبخ	22	%25.9
المواهب	33	%38.8
الموضة	11	%12.9
المجموع	**85**	**%100.00**

تبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين الذين يتابعون قنوات معينة على منصة التيك توك لديهم إهتمام بالقنوات التي تعرض المواهب وهذا يدل على أن فئة كبيرة من الذين يستخدمون منصة التيك توك أصبحوا يستخدمونه لهذا الغرض من الإهتمام ، وبعدها جاءت فئة الذين يستخدمونه من أجل الطبخ وهذا راجع إلى أن أغلب أفراد المجتمع في هذه الدراسة هم فئة الإناث وهذا دليل على أنهم هم الذين يستخدمون لمتابعة هذا النوع من القنوات .

الشكل رقم (18) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإجابة "بنعم" حول نوع القنوات التي يتابعونها



مناقشة وتفسير المحور الثاني:

من خلال النتائج المتحصل عليها من إجابات المبحوثين على المحور الثاني:

تبين من خلال نتائج الدراسة المتحصل عليها أن أسباب استخدام منصة التيك توك أن أغلب المبحوثين يستخدمونه لسهولته بغرض الترفيه والتسلية والتيك توك بحد ذاته أغلب محتواه هو التسلية والترفيه ، كما إتضح لي أن العمل الذي يؤدونه بشكل كبير في منصة التيك توك من أجل إنشاء مقاطع فيديو خاص بهم وذلك لسهولة هذه المنصة وتقنياتها الموجودة فيها ، كما كشفت الدراسة أن جميع المبحوثين يتابعون قنوات معينة على منصة التيك توك وأغلب المبحوثين يتابعون أنواع القنوات التي تنشر المواهب وبعدها القنوات التي تنشر الطبخ.

عرض و تحليل نتائج المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة من منصة التيك توك

19) هل يحقق لك استخدام التيك توك؟

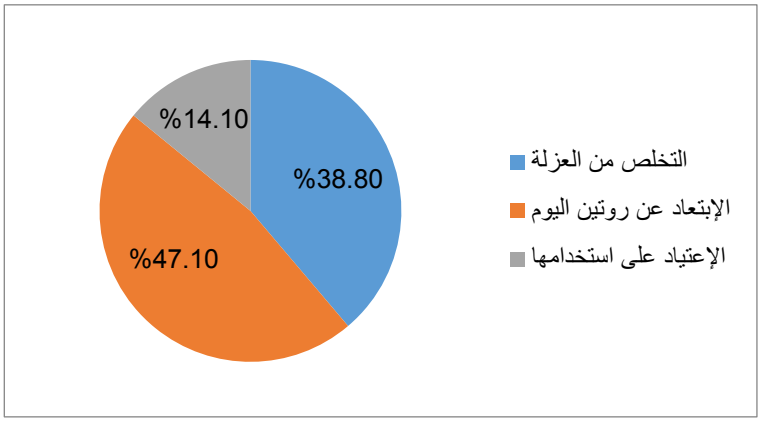
الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الإشباعات التي يحققها لهم استخدام التيك توك

الإجابة	التكرار	النسبة
التخلص من العزلة	33	%38.8
الإبتعاد عن روتين اليوم	40	%47.1
الإعتياد على استخدامها	12	%14.1
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن 33 مفردة من أفراد العينة أجابوا"التخلص من العزلة"بنسبة 38.8% ، أما 40 مفردة من أفراد العينة أجابوا"الإبتعاد عن روتين اليوم" بنسبة 47.1% ، في حين 12 مفردة من أفراد العينة أجابوا"الإعتياد على استخدامها" بنسبة 14.1%.

نستنتج من خلال تحليل الجدول أن أغلب المبحوثين يحقق لهم استخدام التيك توك الإبتعاد عن روتين اليوم وبعدها جاءت الفئة التي يحقق لهم استخدام التيك توك التخلص من العزلة .

الشكل رقم(19) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات التي يحققها لهم استخدام التيك توك



20) هل تشعر بالراحة عند استخدامك لمنصة التيك توك؟

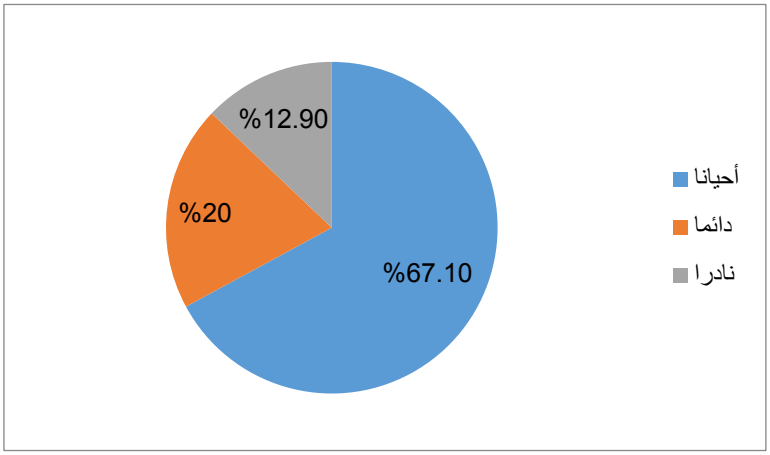
الجدول رقم (20) يبين نتائج إجابات أفراد العينة حول شعورهم عند استخدام منصة التيك توك

الإجابة	التكرار	النسبة
أحيانا	57	%67.1
دائما	17	%20
نادرا	11	%12.9
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن 57 مفردة من أفراد العينة أجابوا"أحيانا" بنسبة 67.1% ، في حين أن 17 مفردة من أفراد العينة أجابوا"دائما" بنسبة 20% ، أما 11 مفردة من أفراد العينة أجابوا"نادرا"بنسبة 12.9%.

إتضح من خلال التحليل أن أغلب المبحوثين أنهم أحيانا يشعرون بالراحة عند استخدامهم لمنصة التيك توك .

الشكل رقم (20):يوضح توزيع أفراد العينة حول شعورهم عند استخدام منصة التيك توك



21) ما هي الإشباعات الإجتماعية التي تحققها منصة التيك توك؟

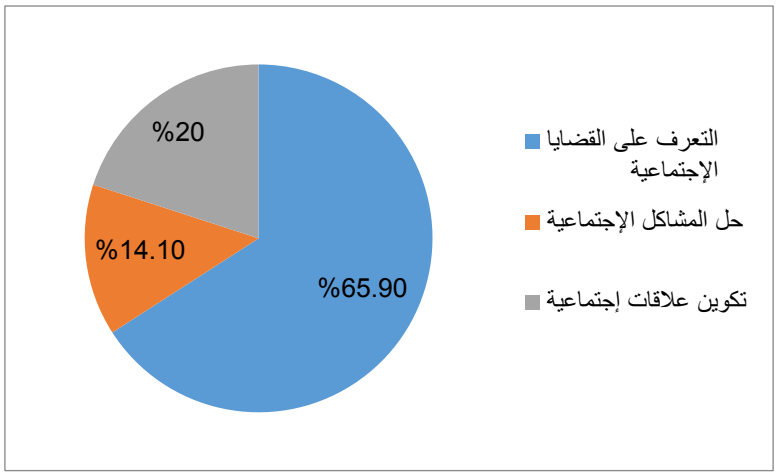
الجدول رقم (21) يبين نتائج إجابات أفراد العينة حول الإشباعات الإجتماعية التي تحققها منصة التيك توك:

الإجابة	التكرار	النسبة
التعرف على القضايا الإجتماعية	56	%65.9
حل المشاكل الإجتماعية	12	%14.1
تكوين علاقات إجتماعية	17	%20
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن 56 مفردة من أفراد العينة أجابوا التعرف على القضايا الاجتماعية بنسبة 65.9% ، في حين 12 مفردة من أفراد العينة أجابوا حل المشاكل الاجتماعية بنسبة 14.1% ، و 17 مفردة من أفراد العينة أجابوا تكوين علاقات اجتماعية بنسبة 20%.

تبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب المبحوثين الإشباعات الإجتماعية المحققة لهم من منصة التيك توك هي التعرف على القضايا الإجتماعية وهذا لفت إنتباه أغلب المبحوثين في هذه الدراسة بحيث تكون مختصرة في فيديو قصير.

الشكل رقم (21): يوضح نتائج إجابات أفراد العينة حول الإشباعات الإجتماعية التي تحققها لهم منصة التيك توك



22) من خلال الإشباعات المحققة هل تغنيك منصة التيك توك عن استخدام وسائل أخرى؟

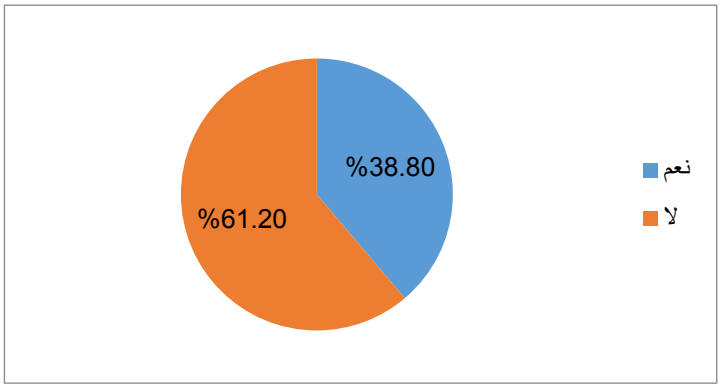
الجدول رقم (22) يبين توزيع أفراد العينة حول الإشباعات المحققة من منصة التيك توك إذا كانت تغنيهم عن استخدام وسائل أخرى أو لا:

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	33	%38.8
لا	52	%61.2
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن 33 مفردة من أفراد العينة أجابوا"نعم" بنسبة 38.8% ، في حين 52 مفردة من أفراد العينة أجابوا"لا" بنسبة 61.2%.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب المبحوثين لا تغنيهم منصة التيك توك عن استخدام وسائل أخرى.

الشكل رقم (22) يوضح توزيع أفراد العينة حول الإشباعات المحققة من منصة التيك توك إذا كانت تغنيهم عن استخدام وسائل أخرى أو لا :



23) ما مدى ثقتك في مضامين منصة التيك توك؟

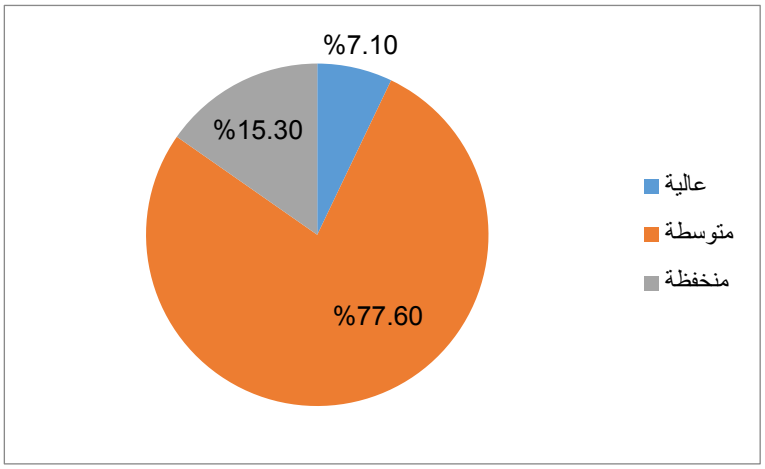
الجدول رقم (23) يبين نتائج إجابات أفراد العينة حول مدى ثقتهم في مضامين منصة التيك توك:

الإجابة	التكرار	النسبة
عالية	6	%7.1
متوسطة	66	%77.6
منخفظة	13	%15.3
المجموع	**85**	**%100.00**

نلاحظ من خلال الجدول أن 6 مفردة من أفراد العينة أجابوا"عالية" بنسبة7.1% ، في حين 66 مفردة من أفراد العينة أجابوا"متوسطة" بنسبة77.6% ، و 13 مفردة من أفراد العينة أجابوا"منخفظة" بنسبة 15.3%.

نستنتج من خلال التحليل أن أغلب المبحوثين مدى ثقتهم في مضامين منصة التيك توك متوسطة.

الشكل رقم (23): يوضح نتائج إجابات أفراد العينة حول مدى ثقتهم في مضامين منصة التيك توك:



مناقشة وتفسير المحور الثالث:

من خلال النتائج المتحصل عليها من إجابات المبحوثين على المحور الثالث:

أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يحقق لهم استخدام التيك توك الإبتعاد عن روتين اليوم ، كما إتضح لنا أن أغلب أفراد العينة أحيانا يشعرون بالراحة عند استخدامهم لمنصة التيك توك ، وبينت كذلك نتائج الدراسة الإشباعات الإجتماعية التي تحققها منصة التيك توك أن أغلب المبحوثين أجابوا التعرف على القضايا الإجتماعية ، وتبين كذلك أن أغلب المبحوثين لا تغنيهم منصة التيك توك عن استخدام وسائل أخرى ، وكذلك تبين لي أن من خلال إجابات المبحوثين أن ثقتهم في مضامين منصة التيك توك متوسطة بنسبة 77.6%.

ثانيا : الإستنتاجات العامة

1) كشفت الدراسة أن جميع أفراد العينة يمتلكون منصة التيك توك وهذا ما أسعى إليه في هذه الدراسة وذلك راجع إلى إنتشارها الواسع وسهولة تقنياتها.
2) إتضح لنا من خلال العينة أن أغلب المبحوثين لا يستخدمون منصة التيك كزائرين جميعهم يمتلكون حسابات على منصة التيك توك.
3) تبين لنا من خلال الدراسة أن أغلب المبحوثين يستخدمون منصة التيك توك من سنة إلى 3 سنوات وهذا يبين لنا أن أفراد العينة يستخدمونه منذ ظهوره وبسبب إنتشاره وتطور تقنياته.
4) كشفت لي النتائج أن أغلب المبحوثين الفترة المفضلة لديهم لاستخدام منصة التيك توك كل فرد من أفراد العينة أنهم يستخدمونه حسب ظروفهم ليس لديهم فترة محددة لاستخدامه وهذا يعود إلى إرتباطاتهم المختلفة.
5) من خلال ما توصلت إليه هذه الدراسة أن أغلب المبحوثين صفحاتهم الشخصية في منصة التيك توك متاحة للأصدقاء.
6) وتبين أن أغلب المبحوثين لا يستخدمون صورهم الشخصية في منصة التيك توك وهذا بسبب عدم الرغبة في الظهور.
7) وكذلك بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يستخدمون أسمائهم الشخصية في منصة التيك توك.
8) وبينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين أحيانا يقبلون طلبات الصداقة من أشخاص غرباء.
9) كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يستخدمون منصة التيك توك بمفردهم ويخصصون تصفح هذه المنصة من 1 إلى 3 ساعات وهذه الفترة معقولة نظرا لتركيبة أفراد العينة المبحوثين.
10) بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين سبب استخدامهم لمنصة التيك توك هو سهولة استخدام هذه المنصة التيك توك.
11) من خلال النتائج المتحصل عليها تبين أن أغلب المبحوثين دوافع استخدامهم لمنصة التيك توك هو بغرض التسلية والترفيه.
12) بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين الأعمال التي يؤدونها بشكل كبير في منصة التيك توك هي إنشاء مقاطع فيديو خاص بهم.

13) وبينت كذلك نتائج الدراسة ان جميع المبحوثين يتابعون قنوات معينة في منصة التيك توك ونوع القنوات التي يتابعونها اغلب المبحوثين هي القنوات الي تعرض المواهب.

14) بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين يحقق لهم استخدام منصة التيك توك الابتعاد عن روتين اليوم.

15) تبين من خلال نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين أنهم أحيانا يشعرون بالراحة عند استخدامهم لمنصة التيك توك.

16) وكشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين الإشباعات التي تحققها منصة التيك توك لهم هي التعرف على القضايا الإجتماعية.

17) بينت كذلك نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا تغنيهم منصة التيك توك عن استخدام وسائل أخرى.

18) إتضح من خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب المبحوثين مدى ثقتهم في مضامين منصة التيك توك متوسطة.

خاتمة

حاولت من خلال هذه المذكرة المعنونة ب " استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك والإشباعات المحققة منه" دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر تخصص إتصال جماهيري ووسائط جديدة بقسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة ورقلة ، تسليط الضوء على أبرز الظواهر التي أنتجتها التكنولوجيا الحديثة وهي منصة التيك توك ، بحيث أصبح الحديث العام والخاص ، إذ يعتبر الأغلبية أنه مظهر من مظاهر التقدم والتحضر ، كما أصبحت منصة التيك توك تمثل الحيز المكاني للتعارف وتكوين صداقات وإنشاء مقاطع فيديو والنعليم والتثقيف والترفيه والتسلية ، كما تمكنت منصة التيك توك من بلوغ كل الفئات العمرية خاصة فئة الطلبة الجامعيين بجامعة ورقلة ، حيث تميز بقدر عالي من التفاعلية من خلال معرفة عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك والدوافع والإشباعات المحققة منه جراء استخدامهم لهذه المنصة ، ومن منظور الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي تمحور حول استخدامات وإشباعات طلبة السنة الثانية ماستر تخصص إتصال جماهيري ووسائط جديدة بقسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة ورقلة ، من خلال مجموعة من الجوانب النظرية والميدانية ، خصصت الجوانب النظرية لعرض الإطار العام لموضوع الدراسة وما كتب من أدبيات حول الموضوع ، كما خصص الجانب الميداني للإجابة على التساؤلات التي إنطلقت منها الدراسة ، وبعد المعالجة توصلت من خلال هذه الدراسة إلى أن الطالب الجامعي يستخدم منصة التيك توك بصفة يومية ولساعات طويلة تكون بمفرده ، مما حققة لهم منصة التيك توك الإشباعات التي يسعون إليها ، وأظهرت الدراسة أن فئة الإناث أكثر استخداما لمنصة التيك توك من فئة الذكور.

وعليه تبين لي أن منصة التيك توك جذبت بعض من الطلبة لما تقدمه من سمات وخصائص تغنيهم عن اللجوء إلى مواقع أخرى، إذ نرى أن استخداماته تتراوح بين إنشاء فيديوهات شخصية ، فهذا الأخير يوصلنا إلى نقطة جد مهمة أن الطلبة الجامعيين يتوقفون عن استخدام منصة التيك توك لتحقيق رغباتهم وحاجاتهم من ناحية الترفيه والتسلية التي تقدمها هذه المنصة بشكل كبير.

قائمة

المراجع

I) الكتب:

- باللغة العربية:

1. إبراهيم أبراش، **المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية**، دار الشروق للنشر والتوزيع.ط1. 2009.د.ب.
2. إحسان محمد الحسن، **مناهج البحث الاجتماعي**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
3. جوني دانيال وآخرون، ترجمة طارق عطية عبد الرحمان، **أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية (مبادئ توجيهية عملية لإجراء اختيارات العينة البحثية)**، الرياض، 1436.
4. حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998.
5. ذوقان عبيدات وعبد الرحمان عدس وكايد عبد الحق، **البحث العلمي (مفهومه وأدواته وأساليبه)**، حقوق الطبع محفوظة للناشر، د- ب،1984
6. رحيم يونس كرو العزاوي، **مقدمة في منهج البحث العلمي**، دار الدجلة ،ط1، عمان ،2008.
7. رضاء عبد الواحد أمين، **الصحافة الالكترونية**، دار الفجر للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2007.
8. سعد سلمان المشاهداني، **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2019.
9. سعد سلمان المشاهداني، **منهجية البحث الإعلامي(دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية)**، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، ط1، الإمارات، 2020.
10. د. عبد الحافظ عواجي صلوي، **نظريات التأثير الإعلامية**، د- ب، 1433.
11. عبد الرزاق أمين أبو شعر، **العينات وتطبيقاتها في البحوث الاجتماعية**، مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، 1416.
12. عليان ربحي مصطفى، أبو سندس، جهاد احمد وآخرون ، **أساليب البحث العلمي وتطبيقاته في التخطيط والإدارة**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، د- ب، 2008.
13. فضة عباسي، محمد الفاتح حمدي، **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال(الوسائل والنماذج والنظريات**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2017.
14. محمد منير حجاب، **الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، القاهرة، 2000.

15. محمود حسن إسماعيل، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، د–ب، 2003.
16. مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، مؤسسية الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان.2000.
17. منذر الضامن، **أساسيات البحث العلمي**، دار السيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان ،2007.
18. موريس أنجلس، ترجمة بوزيد وآخرون، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية**، دار القصبة للنشر، ط2، الجزائر، 2004.

II) الرسائل الجامعية:

19. شعباني مالك، **دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية جامعة منتوري، قسنطينة.2005.2006.
20. ولهي كنزة، **استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والاشباعات المحققة منه**، دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة قسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة.2019.2020.

III) المجلات العلمية:

– باللغة العربية:

21. مها محمد فتحي، **تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع**، المجلد العشرين العدد الثالث، يوليو– سبتمبر 2021، الجزء الأول.

IV) المواقع الإلكترونية:

22. M. MAREFA.ORG 2024/02/26 12:40
23. www.skynewsarabbia-com.cdn.ampproject.org 2024/03/20 22:39

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعـة قاصدي مرباح –ورقلة

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: إتصال جماهيري ووسائط جديدة

استمارة استبيان

استخدام الطالب الجامعي لمنصة التيك توك والإشباعات المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر تخصص إتصال جماهيري ووسائط جديدة بقسم علوم الإعلام والإتصال جامعة–ورقلة–

يسرني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تهدف الى جمع المعلومات عن موضوع بحثي ، أرجو منكم الإجابة على جميع الأسئلة بوضع علامة (x) أمام العبارة المناسبة ، علما أن المعلومات التي سيتم جمعها لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي فقط ، وبعض الأسئلة تتطلب إنتاجا أدبيا.

إعداد الطالبة: **إشراف الذكتور**

خضران نجود د.قندوز

عبد القادر

السنة الجامعية : 2024/2023

1. البيانات الشخصية:

✓ **الجنس:**

ذكر ☐ أنثى ☐

✓ **السن:**

من 20 الى 25 ☐ من 26 الى 30 ☐ من31 سنة فما فوق ☐

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام منصة التيك توك لدى أفراد العينة

1) هل تملك منصة التيك توك؟

نعم ☐ لا ☐

2) هل تستخدم منصة التيك توك كزائر؟

نعم ☐ لا ☐

3) منذ متى تستخدم منصة التيك توك؟

اقل من سنة ☐ من سنة الى 3 سنوات ☐ من 3 الى 4 سنوات ☐

4) ما هو الوقت المفضل لديك لاستخدام منصة التيك توك؟

صباحا ☐ ظهرا ☐ مساءا ☐ ليلا ☐ حسب الظروف ☐

5) هل صفحتك الشخصية في التيك توك؟

متاحة لأفراد العائلة فقط ☐ متاحة للأصدقاء ☐ متاحة للجميع ☐

6) هل تستخدم في التيك توك صورتك الشخصية الحقيقية؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بلا لماذا؟

الخوف من الأهل ☐ عدم الثقة بالنفس ☐ عدم الظهور ☐

7) عند استخدامك لمنصة التيك توك هل تستخدم الاسم؟

الاسم المستعار ☐ الاسم الشخصي ☐

8) هل توافق على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء؟

دائما ☐ أحيانا ☐ لا أبدا ☐

9) هل تستخدم منصة التيك توك؟ء

بمفردك ☐ مع الأصدقاء ☐ مع العائلة ☐

10) كم تخصص من الوقت لتصفح منصة التيك توك يوميا؟

اقل من ساعة ☐ من 1 الى 3 ساعات ☐ من 4 الى 6 ساعات ☐

المحور الثاني : دوافع استخدام منصة التيك توك لدى أفراد العينة

1) ما هي أسباب استخدامك لمنصة التيك توك؟

مظهر اجتماعي ☐ تقليد للآخرين ☐ سهولة استخدامه ☐

أسباب أخرى.....

2) ما هي دوافع استخدامك لمنصة التيك توك؟

التعليم والتثقيف ☐ الترفيه والتسلية ☐ شهرة ☐ اهتمام بتنمية المواهب ☐

أخرى اذكرها.....

3) ما العمل الذي تؤديه بشكل كبير في منصة التيك توك؟

الاطلاع على الفيديوهات ☐ إنشاء مقطع فيديو خاص بك ☐ لتفاعل مع المنشورات ☐

أخرى اذكرها.....

4) هل تتابع قنوات معينة على منصة التيك توك ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم ما نوع القنوات التي تتابعها؟

الدين ☐ الطبخ ☐ المواهب ☐ الموضة ☐

أخرى اذكرها.....

المحور الثالث: الاشباعات المحققة من منصة التيك توك لدى أفراد العينة

1) هل يحقق لك استخدام التيك توك ؟

التخلص من العزلة ☐ ابتعاد عن روتين اليوم ☐ الاعتياد على استخدامها ☐

أخرى اذكرها.....

2) هل تشعر بالراحة عند استخدامك لمنصة التيك توك؟

أحيانا ☐ دائما ☐ نادرا ☐

3) ما هي الاشباعات الاجتماعية التي تحققها منصة التيك توك؟

التعرف على قضايا اجتماعية ☐ حل المشاكل الاجتماعية ☐

تكوين علاقات اجتماعية ☐

4) من خلال الاشباعات المحققة هل تغنيك منصة التيك توك عن استخدام وسائل أخرى؟

نعم ☐ لا ☐

5) ما مدى ثقتك في مضامين منصة التيك توك؟

عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐