



كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

استخدام فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى التيك توك وعلاقته بسلوكيات الشباب المصري

بسنت حمدي عبد القوي

المدرس المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا
الاتصال - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

د. د. شريف درويش اللبان

أستاذ الصحافة بكلية الإعلام
جامعة القاهرة

مقدمة:

يعد تطبيق «تيك توك» الصيني الذي أطلقته شركة «بايت دانس» أحد أبرز وأجدد تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي الذي انتشر استخدامه في الآونة الأخيرة، وتعود بدايات انتشار استخدام هذا التطبيق في مصر في فترة انتشار جائحة كورونا وفرض الحكومة المصرية للحظر الصحي حيث ساهم في تسليية أوقات الفراغ وخلق حالة من التفاعل المختلفة حيث يتشارك الشباب مقاطع الفيديو أو يقوموا بالبحث عن مقطع فيديو محدد من فيلم أو مسلسل وربما أغنية تنصدر التريند وهي خاصية يتيحها ذلك التطبيق و القيام بما يسمى ب«Lip sync» وهو ترديد ما يقال في المقطع الصوتي مع الأداء التمثيلي كالاستعراضات بشكل غير أخلاقي أو عنف، ايماءات جسدية، تعاطي مخدرات جميعها أشكال مختلفة للمحتوى الذي يقدمه بعض الشباب المصري، ويتفاعلوا معه.

واكتسب تطبيق التيك توك شهرته السريعة عند الشباب لأنهم الفئة الأكثر اهتماماً ومتابعة لكل ما هو جديد في تطورات التكنولوجيا المتلاحقة، وأستطاع التطبيق استقطاب الشباب المصري من خلال الترويج له عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وأتاح هذا التطبيق نشر مقاطع الفيديو القصيرة ومشاركة الجمهور المستخدم في ابتكار المحتوى ذاته، ويتم ابتكار هذه المحتويات من خلال فنون الوسائط المتعددة التي يتيحها هذا التطبيق الذي يجمع بين الصوت والصورة والفيديو، واستخدام الفلاتر التجميلية والمؤثرات البصرية، وطرق فنية يوفرها التطبيق لإخراج هذه الفيديوهات بشكل جيد وجذاب. حيث شجع الشباب على الإبداع في تقديم مواهبهم، وكذلك الاطلاع على مواهب، وثقافات، وأفكار جديدة ومختلفة، وساعدهم على الانتشار وتحقيق الشهرة.

لذلك كان من الضروري تسليط الضوء على استخدام فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى تيك توك وعلاقته بسلوكيات الشباب المصري. لمعرفة مدى التأثيرات الاجتماعية والسلوكية بعد استخدامهم لهذا التطبيق.

مشكلة الدراسة:

إن تطور الإعلام الجديد وما نتج عنه من تطبيقات مواقع تواصل اجتماعي جديدة ومختلفة تجذب الشباب، وتؤثر على سلوكياته ظاهرة منتشرة خلال الأونة الأخيرة، وهذا اتضح بشكل كبير عبر تطبيق التيك توك الذي صدر منه العديد من المشكلات الأخلاقية، من فئة الشباب المصري، والتي كانت السبب في ضياع مستقبل بعض الشباب، و فرض عقوبة الحبس عليهم، وساعد انتشار فيروس كورونا الذي تبعه فرض الحجر الصحي أن يلجأ الشباب المصري لاستخدامه بكثرة والتفاعل مع الوسائط المتعددة التي يتيحها هذا التطبيق لتقديمه محتويات لافتة و جديدة عن غيره من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وسعت الدراسة إلى رصد وتفسير سلوكيات عينة من الشباب المصري المستخدم لهذا التطبيق كما اهتمت الدراسة أيضاً برصد مدى انتشار ظاهرة استخدام تطبيق التيك توك بين الشباب المصري و التعرف على شرائح الشباب المصري و دوافع التعرض لتطبيق التيك توك ، و كذلك مدى إدراك الشباب المصري لخطورة محتويات هذا التطبيق.

أهمية الدراسة:

وفي ضوء ما تبين للباحثة من مراجعة التراث العلمي فيما يخص استخدام فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى تطبيق «تيك توك»، تم ملاحظة قلة الدراسات والأبحاث العربية التي اهتمت بدراسة استخدامات فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى «تيك توك» وعلاقته بسلوكيات الشباب المصري

- اكتسبت الدراسة أهميتها لحدثة الموضوع بما يسهم في استكمال التراكم العلمي في مجال دراسات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إنه في حاجة لمزيد من الدراسات التي تتناول موضوعات جديدة ومواقع التواصل المستحدثة.

- بعد مسح التراث العلمي، تبين قلة الأدبيات العربية التي تطرقت لدراسة استخدام فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى تطبيق «تيك توك».
- سعت الدراسة الميدانية إلى التعرف على المحتوى الذي يمثل أهمية وجاذب للشباب المصري من مستخدمي ومتصفح التطبيق، والكشف عن مدى تأثيره على القيم الاجتماعية والأخلاقية، والتعرف على رأي الشباب في محتوى تطبيق «تيك توك»، وآليات استخدام الوسائط المتعددة في جذب الشباب لاستخدام هذا التطبيق، وطرق التعرف على التطبيق لاستخدامه.

أهداف الدراسة:

تمثل الهدف الرئيسي للدراسة في رصد استخدام فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى «التيك توك» وعلاقته بسلوكيات الشباب المصري، وذلك في الفترة من مارس 2021 إلى مارس 2022 .

وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عددٌ من الأهداف الفرعية:

- 1 - الكشف عن أشكال وطرق تفاعل الشباب المصري عند استخدام تطبيق «تيك توك».
- 2 - رصد المحتويات الأكثر جذباً للشباب المصري.
- 3 - الكشف عن أنواع فنون الوسائط المتعددة المستخدمة في بناء محتوى تطبيق «تيك توك» الجذابة للشباب المصري.

4 - الكشف عن مدى استغناء الشباب المصري عن تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بتطبيق

«تيك توك».

تساؤلات الدراسة:

- كيف يتفاعل الشباب المصري مع محتويات تطبيق «تيك توك» عند استخدامه؟
- أين يستخدم الشباب المصري تطبيق «تيك توك»؟
- أي المحتويات تعد أكثر جذبًا للشباب المصري في تطبيق «تيك توك»؟
- ما أنواع فنون الوسائط المتعددة المستخدمة في بناء محتوى تطبيق «تيك توك» الجاذبة للشباب المصري؟
- ما عدد الساعات التي يقضيها الشباب المصري في استخدام تطبيق «تيك توك» يوميًا؟
- كيف تعرف الشباب المصري على تطبيق «تيك توك»؟
- كيف يتأثر الشباب المصري بالفيديوهات المقدمة عبر تطبيق «تيك توك»؟

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات التي ركزت على تأثير محتوى التيك توك على سلوكيات الشباب
سعت مجموعة الدراسات التي اشتملها هذا المحور إلى الكشف عن مدى علاقة محتوى التيك توك بالقيم الاجتماعية والحالة النفسية ومستوى الثقة بالنفس لدى الشباب، ورصد وتحليل اندماجهم في مواقع التواصل الاجتماعي وفهم الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديدة، وفحص محددات تأثير ذلك على إدراكهم للقيم الاجتماعية.

توصلت دراسة (Gao, X. 2023) إلى أنه أدى معدل نقل الشبكة الأكثر كفاءة وتقنية الأجهزة الشائعة المتزايدة التي توفرها تقنية 5G إلى التطور السريع لمقاطع الفيديو القصيرة عالية الدقة عبر الإنترنت. باعتبارها واحدة من أكثر وسائط الفيديو القصيرة على الإنترنت شيوعًا في الصين، فإن إصدارها الدولي المعروف باسم تيك توك Douyin، لديه قاعدة مستخدمين شبابية كبيرة، وقد اجتذب تأثيره على نمو الشباب اهتمامًا واسعًا من العائلات والمجتمع والأوساط الأكاديمية. لذلك، من المهم دراسة تأثير دوين على التنشئة الاجتماعية للشباب واقتراح بيئة إعلامية تساعد على بناء بيئة اجتماعية صحية للشباب هدفت دراسة (Liang, 2023) إلى مساعدة طلاب الجامعات على التعامل بعقلانية مع استخدامهم الخاص لـ Tik Tok وتقديم اقتراحات لمزيد من تطوير Tik Tok في المستقبل تحدد هذه الورقة طلاب الجامعات الذين يستخدمون Tik Tok APP كمبحوثيين، حيث يجمع بين الأساس النظري والبحث التجريبي. استنادًا إلى نظرية الاستخدام والإشباع، واعتمدت الدراسة على هذه الأدوات في جمع البيانات (الاستبانة والمقابلة الأساسية). وضع تحليل خصائص Tik Tok أساسًا للبحث أيضًا في الوقت نفسه، وفقًا لسلوك الاستخدام المحدد لطلاب الجامعات من منطقة بكين، سيتم تحليل أسباب وتأثيرات استخدام Tik Tok من قبل طلاب الجامعات. وتوصلت نتائج الدراسة وفقًا لتحليل واستقراء نتائج الاستبانة والمقابلة المتعمقة والمقابلة الجماعية المركزة، فإن نقطة البداية لاستخدام Tik Tok من

قبل طلاب الكلية هي في الغالب لغرض الترفيه، كما تتداخل مجالات مقاطع الفيديو التي يشاهدونها ويتداخل مع المجالات التي يهتمون بها من حيث تأثير Tik Tok على طلاب الجامعات، فإنه بشكل أساسي له تأثير كبير على حياتهم.

هدفت دراسة (نحال سناء، أسماء لعموري، 2022) إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجزائري فئة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت - التيك توك - وإشباعهم عبر هذا الموقع، وكذا التعرف على عادات وكثافة الاستخدام وتأثيره على القيم الاجتماعية من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي وتصميم الاستبيان كأداة لجمع البيانات حول هذا الموضوع بالاعتماد على العينة القصدية بحجم 150 مفردة من أصل المجتمع الأصلي، وبعد تطبيق تقنيات الملاحظة والمقابلة وكذا الاستبيان وتحليل النتائج. وتوصلت نتائج الدراسة إلى الأهمية الكبيرة التي أصبح تطبيق تيك توك يشغلها في الآونة الأخيرة لدى المراهقين باعتباره موقع للتواصل الاجتماعي مهم وفعال لا يمكن الاستغناء عنه، وهذا ما عبر عنه أفراد عينة الدراسة من خلال عدم رغبتهم في التوقف عن تصفحه ومتابعته، علي الرغم من كونه موقعاً للتسلية والترفيه وربما لتقديم المواهب واكتساب المهارات في مختلف مجالات الدراسة والثقافة وغيرها وأصبح يشغل حيزاً كبيراً من وقت المراهقين وصل لدرجة استخدامه أكثر من ثلاث ساعات يومياً، و أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون هوية مستعارة و التواصل مع الغير.

هدفت دراسة (Qureshi, Afshan, 2022) إلى تحديد أسباب استخدام تطبيق TikTok و «video app» snack، وأثرها على القيم المعنوية والأداء الأكاديمي والحالة النفسية، وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية النوعية، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على العينة العشوائية. توصلت نتائج الدراسة إلى أنه على الرغم من الأداء الجيد على تطبيق TikTok و«snack video app» تدهورت القيم الأخلاقية والمهارات التربوية والحالة النفسية بين المراهقين والشباب يوماً بعد يوم.

التعليق العام على الدراسات السابقة :

● ومن الملاحظ عدم استناد معظم الأدبيات الأجنبية إلى توظيف المداخل النظرية بدراساتهم، حيث اكتفى عدد محدود من الدراسات والأبحاث بتوظيفهم بينما كان توظيف النظريات بشكل أكبر في البحوث و الدراسات العربية وكانت أبرز المداخل التي استخدمت: نظرية قبول واستخدام التكنولوجيا، الاستخدامات والاشباع، نظرية الغرس الثقافي، الحتمية القيمية، رأس المال الاجتماعي، نموذج تأثيرية الآخرين، نظرية تهيئة الاتصال، نظرية التحليل الشبكي، مدخل التفاعلية (المحتوي المنتج بواسطة المستخدم «نظرية ثراء الوسيلة»، نظرية إدارة خصوصية الاتصال، نظرية الغرض، نظرية المقارنة الاجتماعية، نظرية الإدراك، نظرية التعلم الاجتماعي، ونظرية عدوي الشاعر، الحضور الاجتماعي)

● واستخدمت الأدبيات السابقة التي اشتملتها محاور الدراسة الأدوات البحثية لجمع البيانات الخاصة بموضوعاتهم البحثية، هم: (استمارة تحليل المضمون، استمارة الاستبانة، الملاحظة، المجموعة البؤرية، والمقابلة المتعمقة، المقابلة الجماعية المركزة).

● وقد كان منهج المسح والمنهج التحليلي الوصفي هما الأكثر استخداماً في غالبية الأدبيات السابقة التي اشتملتها محاور الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة على نظريتي الغرس الثقافي ونظرية الاستخدامات والإشباع.

الاتجاهات الحديثة في النظرية وتوظيفها في الدراسة:

تفترض النظرية أن كثيفي المشاهدة يميلون إلى تبني المعتقدات التي تعرض من خلال التلفزيون عن العالم الواقعي، وذلك أكثر من منخفضي التعرض. وهو ما يرتبط بأهداف و تساؤلات الدراسة التي تتصل باستخدام فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى تيك توك وعلاقته بسلوكيات الشباب حيث سيتم توظيف النظرية بهذه الدراسة لمعرفة كيفية استخدام فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى التيك توك بمختلف أشكالها مثل (المقاطع الصوتية المتنوعة سواء كانت للأغاني أو دراما أو أفلام و«fitters» تجميليه والمؤثرات المستخدمة علي الصوت و الفيديو) التي تنتج فيديوهات متنوعه من خلال تطبيق «تيك توك»، وعلاقة ذلك بسلوكيات الشباب المصري حيث لا تتجاوز مدة الفيديو 3 دقائق، تُشير دراسة نشرتها جامعة Eastern "Mediterranean University" إلي أن شبكة الإنترنت أحدثت ثورة كبرى غيرت نماذج الاتصال، فقد بات الأشخاص يقضون وقتاً طويلاً على الإنترنت، ويتشكل تصورهم للعالم من خلال ما يرونه على تلك الشبكة، وأدى هذا التغيير السريع إلى إنشاء مجتمعات شبكية استحوذت على جمهور التلفزيون الذي كان المنصة الأهم التي يتابعها مستهلكو وسائل الإعلام.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتهي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، حيث إنها تقوم بوصف علاقة استخدام فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى تطبيق « تيك توك » بسلوكيات الشباب المصري، و ذلك من أجل التعرف علي علاقة سلوكيات الشباب المصري باستخدام فنون الوسائط المتعددة في إنتاج مضامين تطبيق تيك توك، و تعتمد الدراسة على منهج المسح وهو أحد أبرز المناهج التي تستخدم في أبحاث الدراسات الإعلامية، باعتباره أكثر المناهج ملائمة لأهداف الدراسة و تساؤلاتها، و يتم توظيفه في الدراسة من خلال مسح عينة من الشباب المصري المستخدم لتطبيق التيك توك.

عينة ومجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة 400 مبحوثاً من الشباب المصري من مستخدمي تطبيق «تيك توك» من الفئة العمرية (20-40) عام.

عينة الدراسة الزمنية: (الإطار الزمني المقترح لإجراء الدراسة)

يمتد الإطار الزمني لبدء هذه الدراسة والانتهاؤها منها خلال الفترة من يونيو 2022 إلى يونيو 2023 لمعرفة مدى علاقة استخدام فنون الوسائط المتعددة في بناء محتوى تطبيق «تيك توك» وسلوكيات الشباب المصري.

أدوات جمع البيانات:

تتحدد أدوات جمع البيانات، التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة.

اختبارات الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

اختبار الصدق (Validity):

ويعنى الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من المحكمين، وتم إجراء تعديلات على شكل وصياغة وترتيب الأسئلة بناءً على نتائج المحكمين.

نبذة عن تطبيق تيك توك:

يطلق على تيك توك بالصينية Douyin؛ المعروف سابقاً باسم "music.ly"، والذي يمثل حالياً أحد أكثر تطبيقات الوسائط الاجتماعية الصينية نجاحاً في العالم منذ تأسيسها في سبتمبر 2016، شهد تطبيق التيك توك توزيعاً واسع النطاق، على وجه الخصوص لجذب المستخدمين الشباب للمشاركة في عرض «مقاطع فيديو LipSync» وإنشاءها والتعليق عليها على التطبيق.

مستخدمو تطبيق TikTok في مصر عام 2022:

تشير الأرقام المنشورة في موارد إعلانات بايت دانس إلى أن التيك توك كان لديه 20.28 مليون مستخدم تتراوح أعمارهم بين 18 عامًا وما فوق في مصر في أوائل عام 2022، لاحظ أن بايت دانس يسمح للمسوقين باستهداف إعلانات التيك توك للمستخدمين الذين تبلغ أعمارهم 13 عامًا أو أكثر عبر أدوات الإعلان الخاصة بها، لكن هذه الأدوات لا تعرض سوى بيانات الجمهور للمستخدمين الذين تبلغ أعمارهم 18 عامًا فما فوق. تشير أرقام بايت دانس إلى أن إعلانات التيك توك وصلت إلى 31.6% من جميع البالغين الذين تبلغ أعمارهم 18 عامًا فما فوق في مصر في بداية عام 2022، وفي الوقت نفسه، كان وصول إعلانات التيك توك في مصر يعادل 26.8% من قاعدة مستخدمي الإنترنت المحليين في بداية العام، بغض النظر عن العمر في أوائل عام 2022، كان 38.3% من جمهور إعلانات التيك توك في مصر من الإناث، بينما كان 61.7% من الذكور.

نتائج الدراسة:
وصف عينة الدراسة:

جدول رقم (1) وصف عينة الدراسة

الإجمالي		الأناث		الذكور		البيانات الشخصية	
	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٤٠٠	٥٠	٢٠٠	٥٠	٢٠٠	النوع	
٩١,٨	٣٦٧	٩٣,٥	١٨٧	٩٠	١٨٠	-25	العمر
٦	٢٤	٤,٥	٩	٧,٥	١٥	25-30	
٢,٣	٩	٢	٤	٢,٥	٥	30-40	
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي	
١,٣	٥	١,٥	٣	١	٢	متوسط	المستوي التعليمي
٩٤	٣٧٦	٩٣,٥	١٨٥	٩٥,٥	١٩١	جامعي	
٤,٨	١٩	٦	١٢	٣,٥	٧	دراسات عليا	
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي	
٣٢,٨	١٣١	٤٤,٥	٨٩	٢١	٤٢	أقل من ٥٠٠٠	متوسط دخل الأسرة
٢٩,٨	١١٩	٢٢,٥	٤٥	٣٧	٧٤	من ٥٠٠٠ الي ١٠٠٠٠	
٣٧,٥	١٥٠	٣٣	٦٦	٤٢	٨٤	أكثر من ١٠٠٠٠	
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي	
١,٨	٧	٢	٤	١,٥	٣	شعبي	مستوي السكن
٤٧,٥	١٩٠	٣١	٦٢	٦٤	١٢٨	متوسط	
٥٠,٨	٢٠٣	٦٧	١٣٤	٣٤,٥	٦٩	راق	
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي	
٣٠,٨	١٢٣	٤٤,٥	٨٩	١٧	٣٤	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
٣٥	١٤٠	٢٢,٥	٤٥	٤٧,٥	٩٥	متوسط	
٣٤,٣	١٣٧	٣٣	٦٦	٣٥,٥	٧١	عالي	
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة؛ حول النوع، بلغت نسبة الإناث (50%)، كما بلغت نسبة الذكور (50%). وحول العمر، تراوحت أعمار غالبية المبحوثين بين 20 و25 عامًا، حيث بلغت نسبتهم (91.8%)، منهم (90%) من الذكور، و(93.5%) من الإناث، تلاهم من تراوحت أعمارهم بين 25 و30 عامًا بنسبة بلغت (6%)، منهم (7.5%) من الذكور، و(4.5%) من الإناث، في حين جاء من تراوحت أعمارهم بين 30 و40 عامًا في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (2.3%)، منهم (2.5%) من الذكور، و(2%) من الإناث.

سيتم عرض نتائج وفقا لعدد من المحاور، كما يلي:
1 - استخدام تطبيق التيك توك بصفة عامة.

جدول (2): مدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك

الإجمالي		الأنثى		الذكور		مدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
34.5	138	43.5	87	25.5	51	دائماً
41.3	165	35	70	47.5	95	أحياناً
24.2	97	21.5	43	27	54	نادراً
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا: 14.427 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.001 دال معامل التوافق: 0.187						

تشير بيانات الجدول الموضح أعلاه إلى مدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك؛ فذكر المبحوثون «أحياناً» بنسبة بلغت (41.3%)، منهم (47.5%) من الذكور، و(35%) من الإناث، يليهم من ذكروا «دائماً» بنسبة بلغت (34.5%)، منهم (25.5%) من الذكور، و(43.5%) من الإناث، في حين جاء في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (24.2%) من ذكروا «نادراً»، منهم (27%) من الذكور، و(21.5%) من الإناث.

جدول (3) توقيت استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك

الإجمالي		الأنثى		الذكور		توقيت استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
33.8	135	31	62	36.5	73	أقل من سنة
29.5	118	38	76	21	42	من سنة إلى سنتين
36.7	147	31	62	42.2	85	أكثر من سنتين
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا: 14.292 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق : 0.186						

تشير بيانات الجدول الموضح أعلاه إلى توقيت استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك؛ فذكر المبحوثون «أكثر من سنتين» بنسبة بلغت (36.7%)، منهم (42.2%) من الذكور، و(31%) من الإناث، يليهم من ذكروا «أقل من سنة» بنسبة بلغت (33.8%)، منهم (36.5%) من الذكور، و(31%) من الإناث، في حين جاء في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (29.5%) من ذكروا «من سنة إلى سنتين»، منهم (21%) من الذكور، و(38%) من الإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا (14.292) عند درجة حرية (2) ومستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، كما بلغت قيمة معامل توافق (0.186)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بتوقيت استخدامهم لتطبيق التيك توك، اتفقت دراسة (كاتب فارس، عقون دنيا 2016) والتي استنتجت

أن أغلبية مستخدمي الشبكات الاجتماعية حددت فترة استخدامهم بأكثر من سنتين. واختلفت نتائج الدراسة مع دراسة كلاً من (ولهي كنزي 2020) (دشيشة عبد الرؤوف، 2020) حيث وجدوا أن أغلبية مستخدمي التطبيق حددت فترة استخدامهم بأقل من سنة.

جدول (4) مدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك يوميًا

الإجمالي		الأنثى		الذكور		مدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك يوميًا
ك	%	ك	%	ك	%	
27	1.8	36	72	18	36	دائمًا
43.8	17.5	35	70	52.5	10.5	أحيانًا
29.2	11.7	29	58	29.5	5.9	نادرًا
100	40	100	200	100	200	الإجمالي
ك: 19,009 ؛ درجة الحرية: 2 ؛ مستوى المعنوية: 0.000 ؛ دال ؛ معامل التوافق: 0.213						

تشير بيانات الجدول الموضح أعلاه إلى مدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك يوميًا؛ فذكر المبحوثون «أحياناً» بنسبة بلغت (43.8%)، منهم (52.2%) من الذكور، و(35%) من الإناث، يليهم من ذكروا «نادرًا» بنسبة بلغت (29.2%)، منهم (29.5%) من الذكور، و(29%) من الإناث، في حين جاء في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (27%) من ذكروا «دائمًا»، منهم (18%) من الذكور، و(36%) من الإناث.

تأتي نتيجة هذا الجدول المتعلقة بورود الاستخدام اليومي للتطبيق «أحياناً» في الترتيب الأول بنسبة (43.8%) متسقة مع نتائج الجدول الخاص بمدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك، حيث ذكر المبحوثون أنهم «أحياناً» ما يستخدمون التطبيق في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (41.3%). واختلف مع هذه النتائج دراسة كل من (كاتب فارس، عقون دنيا 2016) (نحال سناء، أسماء لعموري، 2022) (ولهي كنزي 2020) حيث توصلوا إلى أن تطبيق تيك توك أصبح يشغل حيزاً كبيراً وصلت درجة

جدول (5) عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في استخدام تطبيق تيك توك بشكل يومي

الإجمالي		الأنثى		الذكور		عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في استخدام تطبيق تيك توك بشكل يومي
ك	%	ك	%	ك	%	
55.2	22.1	49	98	61.5	123	أقل من ساعة
28.8	11.5	27.5	55	30	60	من ساعة إلى ساعتين
16	6.4	23.5	47	8.5	17	أكثر من ساعتين
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
ك: 17.108 ؛ درجة الحرية: 2 ؛ مستوى المعنوية: 0.000 ؛ دال ؛ معامل التوافق: 0.203						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في استخدام تطبيق تيك توك بشكل يومي؛ فذكر المبحوثون «أقل من ساعة» بنسبة بلغت (55.2%)، منهم (61.5%) من الذكور، و(49%) من الإناث، يليهم من ذكروا «من ساعة إلى ساعتين» بنسبة بلغت (28.8%)، منهم (30%) من الذكور، و(27.5%) من الإناث، في حين جاء في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (16%) من ذكروا «أكثر من ساعتين»، منهم (8.5%) من الذكور، و(23.5%) من الإناث. واتفقت هذه النتائج مع دراسة (ولهي كنزي 2020) التي وجدت أن أغلبية مستخدمي التطبيق لا يتعدى استخدامهم ساعة واحدة بشكل يومي حسب الوقت المفضل لديهم، واختلفت هذه النتائج مع دراسة (كاتب فارس، عقون دنيا 2016) التي حددت أن أغلبية مستخدمي الشبكات الاجتماعية استخدامهم بشكل يومي وأكثر من 3 ساعات حسب الوقت المفضل لديهم.

2- استخدام المبحوثين لتطبيق تيك توك أثناء الدراسة.

جدول (6) مدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك أثناء الدراسة

الإجمالي		الأناث		الذكور		مدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك أثناء الدراسة
%	ك	%	ك	%	ك	
16.5	66	17.6	35	15.5	31	دائما
43.4	173	46.7	93	40	80	أحيانا
40.1	160	35.7	71	44.5	89	نادرا
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا: 2؛ 3.242 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.198 غير دال						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك أثناء الدراسة؛ فذكر المبحوثون «أحيانا» بنسبة بلغت (43.4%)، منهم (40%) من الذكور، و(46.7%) من الإناث، يليهم من ذكروا «نادرا» بنسبة بلغت (40.1%)، منهم (44.5%) من الذكور، و(35.7%) من الإناث، في حين جاء في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (16.5%) من ذكروا «دائما»، منهم (15.5%) من الذكور، و(17.6%) من الإناث.

تأتي نتائج هذا الجدول متسقة مع نتائج الجداول السابقة، حيث أوضح غالبية المبحوثين أنهم «أحيانا» ما يستخدمون تطبيق التيك توك أثناء الدراسة، و«أحيانا» ما يستخدمون التطبيق بصفة عامة، و«أحيانا» ما يستخدمون التطبيق على نحو يومي. وتتفق هذه النتائج مع دراسة كلاً من (أوجييط فاطمة، عموش ليان، 2020) و(Christopher, 2020) و(G. K. Swathi, 2020) و(نصار، سالي ماهر، 2022) التي توصلت إلى أن استخدام هذا التطبيق لم يؤثر على التحصيل الدراسي لدى التلاميذ، ولا يمكن القول إن هذه هي الوسائط الوحيدة التي تؤثر على أداء الطالب.

3- استخدام تطبيق تيك توك أثناء العمل.

جدول (7) مدى استخدام الباحثين لتطبيق التيك توك أثناء العمل

الإجمالي		الأناث		الذكور		مدى استخدام الباحثين لتطبيق التيك توك أثناء العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
5.7	23	6	12	5.5	11	دائماً
30.6	122	30.7	61	30.5	61	أحياناً
63.7	254	63.3	126	64	128	نادراً
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا : 0.057 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.972 غير دال						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى استخدام الباحثين لتطبيق التيك توك أثناء العمل؛ فذكر الباحثون «نادراً» في المقدمة بنسبة بلغت (63.7%)، منهم (64%) من الذكور، و(63.3%) من الإناث، يليهم من ذكروا «أحياناً» بنسبة بلغت (30.6%)، منهم (30.5%) من الذكور، و(30.7%) من الإناث، في حين جاء في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (5.7%) من ذكروا «دائماً»، منهم (5.5%) من الذكور، و(6%) من الإناث.

وتأتي هذه النتيجة مختلفة مع نتائج الجدول السابق، فرغم إقبال الباحثين على استخدام التيك توك أثناء الدراسة «أحياناً»، فإنهم «نادراً» ما يستخدمونه أثناء العمل.

4- مصادر معرفة الباحثين لتطبيق تيك توك.

جدول (8) كيفية تعرف الباحثين على تطبيق التيك توك

الإجمالي		الأناث		الذكور		كيفية تعرف الباحثين على تطبيق التيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
58.8	235	65.5	131	52.0	104	مشاهدة فيديو من تطبيق تيك توك من خلال أحد مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى
32.5	130	31.0	62	34.0	68	اقتراح من أحد الأصدقاء
18.3	73	19.5	39	17.0	34	صدفة
2.0	8	1.5	3	2.5	5	الإعلان عنه من خلال التلفزيون
400		200		200		(ن)

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه كيفية تعرف الباحثين على تطبيق التيك توك؛ فذكر الباحثون «مشاهدة فيديو من تطبيق تيك توك من خلال أحد مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى» في المقدمة بنسبة بلغت (58.8%)، منهم (52%) من الذكور، و(65.5%) من الإناث.

وفي ضوء هذه النتيجة، يتضح أن أغلب المبحوثين من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، حيث أوضحوا بنسبة مرتفعة تعرفهم على تطبيق التيك توك من خلال فيديوهات مواقع التواصل.

وأكدت دراسة (دشيشة عبد الرؤوف، 2020) هذه النتيجة حيث جاء في المرتبة الأولى أن المبحوثين تعرفوا على تطبيق تيك توك من خلال الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

5- دوافع استخدام المبحوثين لتطبيق تيك توك.

جدول (9) أسباب استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
88	0.601	2.64	6.5	26	23	92	70.5	282	محتوي الفيديوهات القصير والمتعمق
83.3	0.715	2.5	13	52	24	96	63	252	مشاركة المحتوى بسهولة
81	0.739	2.43	15	60	27.3	109	57.8	231	نمط التفاعل السريع عليه
77	0.774	2.31	19.3	77	31	124	49.8	199	الأفكار الإعلانية المبتكرة
76	0.713	2.28	15.3	61	41.5	166	43.3	173	الإبداع في صناعة المحتوى
71	0.844	2.13	30	120	27.3	109	42.8	171	التحديات والترندات فيه
64.3	0.793	1.93	35.3	141	36.8	147	28	112	الجرأة في عرض الموضوعات
49.3	0.708	1.48	64.5	258	23	92	12.5	50	فيديوهات البث الحي Live

توضح بيانات الجدول الموضوع أعلاه أسباب استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك؛ فجاءت هذه الأسباب متنوعة ومتعددة وذكر المبحوثون «محتوي الفيديوهات القصير والمتعمق» في المقدمة بوزن نسبي بلغ (88)، يليهم من ذكروا «مشاركة المحتوى بسهولة» بوزن نسبي بلغ (83.3)، في حين جاء في الترتيب الثالث بوزن نسبي بلغ (81) من ذكروا «نمط التفاعل السريع عليه»، وجاء في الترتيب الرابع من ذكروا «الأفكار الإعلانية المبتكرة» بوزن نسبي بلغ (77)، ثم من ذكروا «الإبداع في صناعة المحتوى» بوزن نسبي بلغ (76)، في حين أضاف المبحوثون في الترتيب السادس «التحديات والترندات فيه» بوزن نسبي بلغ (71)، يلي ذلك «الجرأة في عرض الموضوعات» في الترتيب السابع بوزن نسبي بلغ (64.3)، فيما أضاف المبحوثون في الترتيب الأخير «فيديوهات البث الحي Live» بوزن نسبي بلغ (49.3). اتفقت هذه النتائج مع دراسة (ولهي كنزي 2020) من حيث إن الخدمات المفضلة لدى الشباب هي خدمة مشاهدة الفيديوهات، وأيضاً دراسة (مها محمد فتحي، 2021) مع أحد هذه الأسباب وهو الجرأة في طرح الموضوعات حيث جاء في المرتبة السابعة.

جدول (10) المقياس العام حول أسباب استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك

الإجمالي		الأنات		الذكور		المقياس العام حول أسباب استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
13.5	54	10	20	17	34	منخفض
43.5	174	38.5	77	48.5	97	متوسط
43	172	51.5	103	34.5	69	مرتفع
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
2ك : 12.649 درجة الحرية : 2 مستوي المنوية: 0.002 دال معامل التوافق: 0.175						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه المقياس العام حول أسباب استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك؛ فكانت هذه الأسباب «متوسطة» في المقدمة بنسبة بلغت (43.5%)، منها (48.5%) من الذكور، و(38.5%) من الإناث، ثم «مرتفعة» بنسبة بلغت (43%)، منها (34.5%) من الذكور، و(51.5%) من الإناث، في حين كانت «منخفضة» في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (13.5%)، منها (17%) من الذكور، و(10%) من الإناث.

تأتي نتائج هذا الجدول متسقة مع نتائج الجدول رقم (6) الذي يوضح معدل استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك، حيث كان هذا المعدل «أحياناً» في المقدمة، وهو ما يتفق مع توسط أسباب استخدام التطبيق، كما يشير هذا الجدول.

6- اهتمام المبحوثين بتطبيق التيك توك

جدول (11) مدى اهتمام المبحوثين بتطبيق التيك توك

الإجمالي		الأنات		الذكور		مدى اهتمام المبحوثين بتطبيق التيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
15.2	61	22.5	45	8	16	اهتم بدرجة كبيرة
49.3	197	49	98	49.5	99	اهتم الي حد ما
35.5	142	28.5	57	42.5	85	اهتم نادراً
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
2ك : 19.313 درجة الحرية : 2 مستوي المنوية: 0.000 دال معامل التوافق : 0.215						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى اهتمام المبحوثين بتطبيق التيك توك؛ فذكر المبحوثون «اهتم إلى حد ما» في المقدمة بنسبة بلغت (49.3%)، منهم (49.5%) من الذكور، و(49%) من الإناث، يليهم من ذكروا «اهتم نادراً» بنسبة بلغت (35.5%)، منهم (42.5%) من الذكور، و(28.5%) من الإناث، في حين جاء في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (15.2%) من ذكروا «اهتم بدرجة كبيرة»، منهم (8%) من الذكور، و(22.5%) من الإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا2 (19.313) عند درجة حرية (2) ومستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، كما بلغت قيمة معامل توافق (0.215)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمدى اهتمامهم باستخدام تطبيق التيك توك.

تأتي هذه النتيجة متنسقة مع نتائج الجدول رقم (6) التي أوضحت محدودية استخدام الباحثين لتطبيق التيك توك، وبذلك يتضح تأثير محدودية الاهتمام على محدودية الاستخدام.

7- أسباب اهتمام الباحثين باستخدام تطبيق تيك توك

جدول (12) أسباب اهتمام الباحثين باستخدام تطبيق التيك توك

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		أسباب اهتمام الباحثين باستخدام تطبيق التيك توك
			%	ك	%	ك	%	ك	
86.3	0.666	2.59	10	40	21	84	69	276	محتوي الفيديوهات القصير
80.3	0.699	2.41	12.3	49	34.5	138	53.3	213	استخدام الأغاني الشهيرة "التريند" على الفيديوهات
79.3	0.73	2.38	14.8	59	32	128	53.3	213	وجود الأصدقاء فيه
79	0.745	2.37	16	64	31	124	53	212	الاستمتاع بالإبداع في تقديم المحتوى
76.3	0.697	2.29	14	56	43.3	173	42.8	171	تنوع المضامين، والآراء
74	0.753	2.22	19.8	79	38.8	155	41.5	166	احتوائه على لقطات فريدة وغريبة لا توجد في غيره
73.3	0.734	2.2	19	76	42.5	170	38.5	154	وجود غالبية المشاهير فيه
71.7	0.772	2.15	23.3	93	38.3	153	38.5	154	استخدام المؤثرات "الفلاتر" في الفيديو
70.3	0.782	2.11	25.5	102	37.8	151	36.8	147	حركة الشفاه "Lip-sync" التي يتيحها التطبيق في صناعة الفيديوهات، وسهولة التعديل فيها
65.3	0.76	1.96	31	124	42.3	169	26.8	107	جراة المضمون فيه عن مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه أسباب اهتمام الباحثين باستخدام تطبيق التيك توك؛ فجاءت هذه الأسباب متنوعة ومتعددة، حيث ذكر الباحثون «محتوي الفيديوهات القصير» في المقدمة بوزن نسبي بلغ (86.3)، يليهم من ذكروا «استخدام الأغاني الشهيرة «التريند» على الفيديوهات» بوزن نسبي بلغ (80.3)، في حين جاء في الترتيب الثالث بوزن نسبي بلغ (79.3) من ذكروا «وجود الأصدقاء فيه»، وجاء في الترتيب الرابع من ذكروا «الاستمتاع بالإبداع في تقديم المحتوى» بوزن نسبي بلغ (79)، ثم ذكر الباحثون «تنوع المضامين، والآراء» بوزن نسبي بلغ (76.3)، في حين أضاف الباحثون

في الترتيب السادس « احتوائه على لقطات فريدة وغريبة لا توجد في غيره » بوزن نسبي بلغ (74)، يلي ذلك « وجود غالبية المشاهير فيه » في الترتيب السابع بوزن نسبي بلغ (73.3)، ثم « استخدام المؤثرات «الفلاتر» في الفيديو» بوزن نسبي (71.7)، فيما أضاف المبحوثون في الترتيب قبل الأخير «حركة الشفاه "Lip-sync" التي يتيحها التطبيق في صناعة الفيديوهات، وسهولة التعديل فيها» بوزن نسبي بلغ (70.3)، وجاء في الترتيب الأخير «جرأة المضمون فيه عن مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى» بوزن نسبي (65.3). أنفقت دراسة (شيماء عز الدين، 2020) مع بعض هذه النتائج من حيث قيام المبحوثين بتصوير الفيديوهات في بعض الأحيان بالاعتماد على خاصية تحريك الشفاه (lip-syncing)، وكذلك الاعتماد على الفلاتر والمؤثرات البصرية بجانب متابعة العديد من الفيديوهات الخاصة بالمشاهير.

جدول (13)

الإجمالي		الأنثى		الذكور		المقياس العام حول أسباب اهتمام المبحوثين باستخدام تطبيق التيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
10.8	43	8	16	13.5	27	محدودة
40.8	163	32.5	65	49	98	متوسطة
48.4	194	59.5	119	37.5	75	متعددة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا : 19.474 : 2 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.215						

توضح بيانات الجدول الموضوع أعلاه المقياس العام حول أسباب اهتمام المبحوثين باستخدام تطبيق التيك توك؛ فكانت هذه الأسباب «متعددة» في المقدمة بنسبة بلغت (48.4%)، منها (37.5%) من الذكور، و(59.5%) من الإناث، ثم «متوسطة» بنسبة بلغت (40.8%)، منها (49%) من الذكور، و(32.5%) من الإناث، في حين كانت «محدودة» في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (10.8%)، منها (13.5%) من الذكور، و(8%) من الإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا (19.474) عند درجة حرية (2) ومستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، كما بلغت قيمة معامل توافق (0.215)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بأسباب اهتمامهم باستخدام تطبيق التيك توك.

وتختلف هذه النتيجة مع الجدول رقم (12) الذي دار حول المقياس العام لأسباب استخدام التطبيق، حيث جاءت في المقدمة أسباب الاستخدام المتوسطة، في حين أثبت هذا الجدول تصدر أسباب الاهتمام المتعددة.

جدول (14)

11- مجموعة من العبارات حول الموضوعات التي يتابعها الباحثون من خلال فيديوهات تطبيق تيك توك.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.3	0.721	2.47	13.5	54	25.8	103	60.8	243	الأغاني
77.7	0.739	2.33	16.3	65	34.8	139	49	196	الموضوعات الدينية
77.3	0.758	2.32	17.8	71	32.3	129	50	200	الجمال والعناية الشخصية
77.0	0.759	2.31	18	72	33	132	49	196	ترشيحات لشراء منتجات أو زيارة أماكن
74.3	0.799	2.23	23	92	31	124	46	184	الرياضة
73.7	0.79	2.21	23	92	33.5	134	43.5	174	الموضوعات العلمية
73.0	0.774	2.19	22.3	89	36.8	147	41	164	مقاطع lip من الأفلام و sync والمسلسلات
72.0	0.815	2.16	26.5	106	31.3	125	42.3	169	فنون الطهي
71.7	0.737	2.15	20.8	83	43.5	174	35.8	143	الموضة
70.3	0.789	2.11	26.3	105	36.8	147	37	148	الصحة
70.0	0.783	2.1	26	104	37.8	151	36.3	145	الحب والعاطفة
69.3	0.804	2.08	28.8	115	35	140	36.3	145	الموضوعات الساخرة
66.0	0.828	1.98	35.5	142	31.5	126	33	132	تحديات
58.7	0.773	1.76	44.5	178	34.8	139	20.8	83	السياسة والأخبار
50.0	0.739	1.5	64.8	259	20.5	82	14.8	59	البث المباشر
49.7	0.697	1.49	62.5	250	25.8	103	11.8	47	الشائعات والأكاذيب
48.3	0.692	1.45	66.8	267	21.8	87	11.5	46	العنف
54.3	0.756	1.63	54.3	217	29	116	16.8	67	رقص الفتيات والشباب

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه الموضوعات التي يتابعها الباحثون من خلال فيديوهات تطبيق تيك توك؛ فجاءت هذه الموضوعات متنوعة ومتعددة، حيث ذكر الباحثون «الأغاني» في المقدمة بوزن نسبي بلغ (82.3)، ثم «الموضوعات الدينية» بوزن نسبي بلغ (77.7)، في حين جاء في الترتيب الثالث بوزن نسبي بلغ (77.3) «الجمال والعناية الشخصية»، وجاء في الترتيب الرابع «ترشيحات لشراء منتجات أو زيارة أماكن» بوزن نسبي بلغ (77)، ثم ذكر الباحثون «الرياضة» بوزن نسبي بلغ (74.3)، في حين أضاف

المبحوثون في الترتيب السادس « الموضوعات العلمية» بوزن نسبي بلغ (73.7)، يلي ذلك «مقاطع lip sync من الأفلام والمسلسلات» في الترتيب السابع بوزن نسبي بلغ (73)، ثم «فنون الطهي» بوزن نسبي (72)، فيما أضاف المبحوثون في الترتيب الثامن «الموضة» بوزن نسبي بلغ (71.7)، وجاء في الترتيب التاسع «الصحة» بوزن نسبي (70.3)، ثم «الحب والعاطفة» بوزن نسبي (70)، ثم «الموضوعات الساخرة» بوزن نسبي (69.3)، يلي ذلك «التحديات» بوزن نسبي (66)، ثم «السياسة والأخبار» بوزن نسبي (58.7)، ثم «البث المباشر» بوزن نسبي (50)، يلي ذلك «الشائعات والأكاذيب» بوزن نسبي (49.7)، ثم «العنف» في الترتيب قبل الأخير بوزن نسبي (48.3)، فيما كان «رقص الفتيات والشباب» في الترتيب الأخير بوزن نسبي (54.3). اختلفت دراسة (ولاء محمد محروس، 2021) مع هذه النتائج حيث تمثلت تفضيلاتهم في الموضوعات التي يتابعونها (متابعة مقاطع من أعمال فنية ودرامية بأداء تمثيلي لمستخدمي التطبيق) يليها (متابعة مقاطع من أعمال درامية ومسرحية)، في حين اعتقدوا أن الآخرين أقل وعياً منهم ويفضلون (التريند والأكثر مشاهدة)، و (مقاطع غير مرغوب فيها).

جدول (15)

المقياس العام حول الموضوعات التي يتابعها المبحوثون من خلال فيديوهات تطبيق تيك توك

الإجمالي		الأنث		الذكور		المقياس العام حول الموضوعات التي يتابعها المبحوثون من خلال فيديوهات تطبيق تيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
15.4	62	11	22	20	40	محدودة
63.8	255	67.5	135	60	120	متوسطة
20.8	83	21.5	43	20	40	متعددة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا: 6.217 ؛ درجة الحرية : 2 ؛ مستوى المعنوية: 0.045 دال معامل التوافق: 0.124						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه المقياس العام حول الموضوعات التي يتابعها المبحوثون من خلال فيديوهات تطبيق تيك توك؛ فكانت هذه الموضوعات «متوسطة» في المقدمة بنسبة بلغت (63.8%)، منها (60%) من الذكور، و(67.5%) من الإناث، ثم «متعددة» بنسبة بلغت (20.8%)، منها (20%) من الذكور، و(21.5%) من الإناث، في حين كانت «محدودة» في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (15.4%)، منها (20%) من الذكور، و(11%) من الإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا (6.217) عند درجة حرية (2) ومستوى معنوية (0.045)، وهو مستوى معنوية دال، كما بلغت قيمة معامل توافق (0.124)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالموضوعات التي يتابعونها على تطبيق تيك توك.

تتفق هذه النتيجة التي أوضحت تصدر فئة المبحوثين الذين يهتمون بشكل متوسط بمتابعة موضوعات التيك توك مع نتيجة الجدول رقم (15) التي أوضحت توسط استخدام المبحوثين للتطبيق.

12- ما هو شكل تفاعلك على المحتويات التي تتابعها على تطبيق تيك توك؟

جدول (16)

شكل تفاعل المبحوثين على المحتويات التي يتابعونها على تطبيق تيك توك

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		شكل تفاعل المبحوثين على المحتويات التي يتابعونها على تطبيق تيك توك
			%	ك	%	ك	%	ك	
74.3	0.75	2.23	19.3	77	38.8	155	42	168	الاكتفاء بالمشاهدة فقط
72.3	0.775	2.17	23	92	37.3	149	39.8	159	الاحتفاظ بالفيديوهات save
71.3	0.815	2.14	27.3	109	32	128	40.8	163	إبداء الإعجاب Like
67.7	0.811	2.03	31.3	125	34.3	137	34.5	138	الإرسال للأصدقاء
51.0	0.707	1.53	59.5	238	28	112	12.5	50	مشاركة المحتوى على صفحتك share
49.3	0.686	1.48	63.5	254	25.5	102	11	44	كتابة تعليقات comments

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه شكل تفاعل المبحوثين على المحتويات التي يتابعونها على تطبيق تيك توك؛ فذكر المبحوثون «الاكتفاء بالمشاهدة فقط» في المقدمة بوزن نسبي بلغ (74.3)، ثم «الاحتفاظ بالفيديوهات. save

» بوزن نسبي بلغ (72.3)، في حين جاء في الترتيب الثالث بوزن نسبي بلغ (71.3) «إبداء الإعجاب Like»، وجاء في الترتيب الرابع «الإرسال للأصدقاء» بوزن نسبي بلغ (67.7)، ثم ذكر «مشاركة المحتوى على صفحتك share» بوزن نسبي بلغ (51)، في حين أضاف المبحوثون في الترتيب السادس «كتابة تعليقات comments» بوزن نسبي بلغ (49.3). اختلفت دراسة (ولاء محمد محروس) (2021)، مع نتائج هذه الدراسة حيث جاء التفاعل (بالإعجاب) في مقدمة الأشكال و يليه (مشاركة الفيديوهات التي تنال إعجابهم) و يليه (تنفيذ العديد من الفيديوهات التي تنال إعجابهم). وكذلك اختلفت دراسة (Chua, Rezaei, Gu, & Jambulingam 2020) مع هذه النتائج حيث وجدت ارتفاع مستويات المشاركة النشطة في تطبيق التيك توك بين الشباب، حيث بلغت نسبة المشاركة في عمل ورفع الفيديوهات عبر التطبيق إلى 92%.

13- شكل تفاعل الباحثين على المحتويات التي يتابعونها على تطبيق تيك توك
جدول (17)

الإجمالي		الأنث		الذكور		المقياس العام حول شكل تفاعل الباحثين على المحتويات التي يتابعونها على تطبيق تيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
20	80	20	40	20	40	محدودة
66.2	265	60	120	72.5	145	متوسطة
13.8	55	20	40	7.5	15	متعددة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا: 2؛ 13.722 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.001 دال معامل التوافق : 0.182						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه المقياس العام حول شكل تفاعل الباحثين على المحتويات التي يتابعونها على تطبيق تيك توك؛ فكانت أشكال التفاعل «متوسطة» في المقدمة بنسبة بلغت (66.2%)، منها (72.5%) من الذكور، و(60%) من الإناث، ثم «محدودة» بنسبة بلغت (20%)، منها (20%) من الذكور، و(20%) من الإناث، في حين كانت «متعددة» في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (13.8%)، منها (7.5%) من الذكور، و(20%) من الإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا (13.722) عند درجة حرية (2) ومستوى معنوية (0.001)، وهو مستوى معنوية دال، كما بلغت قيمة معامل توافق (0.182)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بأشكال التفاعل مع المحتويات التي يتابعونها على تطبيق التيك توك.

تتسق هذه النتيجة مع نتائج الجدول السابق رقم (15) التي أوضحت توسط الموضوعات التي يهتم بها أغلب الباحثون، وكذلك نتائج الجدول رقم (6) التي أكدت توسط استخدام الباحثين للتطبيق، إلى جانب نتائج الجدول رقم (13) لتي أشارت إلى توسط درجة الاهتمام من جانب الباحثين بالتطبيق.

14- مدى استخدام الباحثين لاسمهم الحقيقي على صفحتهم الشخصية.

جدول (18)
مدى استخدام الباحثين لاسمهم الحقيقي على صفحتهم الشخصية

الإجمالي		الأنث		الذكور		مدى استخدام الباحثين لاسمهم الحقيقي على صفحتهم الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك	
89.2	296	90.2	157	88.0	139	نعم
10.8	36	9.8	17	12.0	19	لا
100.0	332	100.0	174	100.0	158	الإجمالي
كا: 2؛ 4.970 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.083 غير دال						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى استخدام الباحثين لاسمهم الحقيقي على صفحاتهم الشخصية؛ فذكر الباحثون «نعم» في المقدمة بنسبة بلغت (89.2%)، منهم (88%) من الذكور، و(90.2%) من الإناث، يليهم من ذكروا «لا» بنسبة بلغت (10.8%)، منهم (12%) من الذكور، و(9.8%) من الإناث. و اختلفت كلاً من دراسة (نحال سناء، أسماء لعموري، 2022) مع هذه النتائج حيث توصلت إلي أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون هوية مستعارة. ودراسة (محمد علي الثقفي، 2021) توصلت إلى أن نسبة كبيرة من الشباب السعودي يستخدم أسماء مستعارة، وصوراً تعبيرية أكثر من استخدامهم صورهم الشخصية في الملف التعريفي للحساب على تطبيقTikTok .

وفي ضوء الجدولين السابقين، يتضح امتلاك غالبية الباحثين لحساب عبر تطبيق التيك توك، كما تتضح جراتهم في استخدام اسمهم الحقيقي على صفحاتهم الشخصية عبر التطبيق.

جدول (19)
مدى استخدام الباحثين لاسمهم الحقيقي على صفحاتهم الشخصية

الإجمالي		الأنثى		الذكور		مدى استخدام الباحثين لاسمهم الحقيقي على صفحاتهم الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك	
89.2	296	90.2	157	88.0	139	نعم
10.8	36	9.8	17	12.0	19	لا
100.0	332	100.0	174	100.0	158	الإجمالي
		مستوي المعنوية: 0.083		درجة الحرية : 2		كا : 4.970

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى استخدام الباحثين لاسمهم الحقيقي على صفحاتهم الشخصية؛ فذكر الباحثون «نعم» في المقدمة بنسبة بلغت (89.2%)، منهم (88%) من الذكور، و(90.2%) من الإناث، يليهم من ذكروا «لا» بنسبة بلغت (10.8%)، منهم (12%) من الذكور، و(9.8%) من الإناث. و اختلفت كلاً من دراسة (نحال سناء، أسماء لعموري، 2022) مع هذه النتائج حيث توصلت إلي أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون هوية مستعارة. ودراسة (محمد علي الثقفي، 2021) توصلت إلى أن نسبة كبيرة من الشباب السعودي يستخدم أسماء مستعارة، وصوراً تعبيرية أكثر من استخدامهم صورهم الشخصية في الملف التعريفي للحساب على تطبيق، (TikTok .)

وفي ضوء الجدولين السابقين، يتضح امتلاك غالبية الباحثين لحساب عبر تطبيق التيك توك، كما تتضح جراتهم في استخدام اسمهم الحقيقي على صفحاتهم الشخصية عبر التطبيق.

15- وضع صفحة المبحوثين على التطبيق.

جدول (20)
وضع صفحة المبحوثين على التطبيق

الإجمالي		الأنث		الذكور		وضع صفحة المبحوثين على التطبيق
%	ك	%	ك	%	ك	
52.1	173	50.0	87	54.4	86	متاحة للأصدقاء
49.7	165	57.5	100	41.1	65	شخصية
41.9	139	28.7	50	56.3	89	متاحة للعامة
13.6	45	15.5	27	11.4	18	متاحة لأفراد العائلة
332		174		158		(ن)

توضح بيانات الجدول الموضح وضع صفحة المبحوثين على التطبيق؛ فذكر المبحوثون «متاحة للأصدقاء» في المقدمة بنسبة بلغت (52.1%)، منهم (54.4%) من الذكور، و(50%) من الإناث، يليهم من ذكروا «شخصية» بنسبة بلغت (49.7%)، منهم (41.1%) من الذكور، و(57.5%) من الإناث، ثم أضافوا «متاحة للعامة» بنسبة بلغت (41.9%)، منهم (56.3%) من الذكور، و(28.7%) من الإناث، في حين جاء في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (13.6%) من ذكروا «متاحة لأفراد العائلة»، منهم (11.4%) من الذكور، و(15.5%) من الإناث. وتختلف دراسة (دشيشة عبد الرؤوف، 2020) مع هذه النتائج حيث توصلت الدراسة إلى أن أغلب المستخدمين يتيحون صفحاتهم للجميع.

16- مدى قيام المبحوثين بصناعة فيديوهات خاصة بهم على تطبيق تيك توك.

جدول (21)
مدى قيام المبحوثين بصناعة فيديوهات خاصة بهم على تطبيق تيك توك

الإجمالي		الأنث		الذكور		مدى قيام المبحوثين بصناعة فيديوهات خاصة بهم على تطبيق تيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
42	168	56	112	28	56	نعم
58	232	44	88	72	144	لا
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
2ك : 32.184 درجة الحرية : 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق : 0.273						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى قيام المبحوثين بصناعة فيديوهات خاصة بهم على تطبيق تيك توك؛ فذكروا «لا» في المقدمة بنسبة بلغت (58%)، منهم (72%) من الذكور، و(44%) من الإناث، يليهم من ذكروا «نعم» بنسبة بلغت (42%)، منهم (28%) من الذكور، و(56%) من الإناث.

ويمكن تفسير اهتمام المبحوثين بصناعة الفيديوهات في ضوء أسباب استخدامهم للتطبيق التي تصدرها السبب الخاص بمحتويات الفيديوهات القصيرة والمتعة، حيث ورد هذا السبب في الجدول الخاص بأسباب استخدام المبحوثين لتطبيق التيك توك بوزن نسبي بلغ (88).

17- مدى قيام المبحوثين بمشاركة فيديوهاتهم التي يصنعونها على تطبيق تيك توك.

جدول (22)

مدى قيام المبحوثين بمشاركة فيديوهاتهم التي يصنعونها على تطبيق تيك توك

الإجمالي		الأنث		الذكور		مدى قيام المبحوثين بمشاركة فيديوهاتهم التي يصنعونها على تطبيق تيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
34.5	58	42.0	47	19.6	11	دائما
39.3	66	34.8	39	48.2	27	أحيانا
26.2	44	23.2	26	32.1	18	نادرا
100.0	168	100.0	112	100.0	56	الإجمالي
كا : 2؛ 39.498 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق : 0.300						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى قيام المبحوثين بمشاركة فيديوهاتهم التي يصنعونها على تطبيق تيك توك؛ فذكر المبحوثون « أحيانا» في المقدمة بنسبة بلغت (39.3%)، منهم (48.2%) من الذكور، و(34.8%) من الإناث، يليهم من ذكروا «دائماً» بنسبة بلغت (34.5%)، منهم (19.6%) من الذكور، و(42%) من الإناث، ثم أضافوا «نادراً» بنسبة بلغت (26.2%)، منهم (32.1%) من الذكور، و(23.2%) من الإناث.

تأتي هذه النتيجة التي توضح أن المبحوثين «أحيانا» ما يشاركون الفيديوهات التي يصنعونها عبر التطبيق متسقة مع النتائج التي أوضحت أن أغلب المبحوثين يستخدمون التطبيق «أحيانا» كما يهتمون به «بدرجة متوسطة».

18-مدى شعور المبحوثين بالثقة بالنفس بسبب مشاركة الفيديوهات.

جدول (23)

مدى شعور المبحوثين بالثقة بالنفس بسبب مشاركة الفيديوهات

الإجمالي		الأنث		الذكور		مدى شعور المبحوثين بالثقة بالنفس بسبب مشاركة الفيديوهات
%	ك	%	ك	%	ك	
19.0	32	24.1	27	8.9	5	نعم
44.0	74	34.8	39	62.5	35	إلى حد ما
37	62	41.1	46	28.6	16	لا
100.0	168	100.0	112	100.0	56	الإجمالي
كا : ٣؛ ٤٣.٣٧٥ درجة الحرية : ٣ مستوى المعنوية: ٠.٠٠٠ دال معامل التوافق : ٠.٣١٣						

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى شعور الباحثين بالثقة بالنفس بسبب مشاركة الفيديوهات؛ فذكر الباحثون « إلى حد ما» في المقدمة بنسبة بلغت (44%)، منهم (62.5%) من الذكور، و(34.8%) من الإناث، يليهم من ذكروا «لا» بنسبة بلغت (37%)، منهم (28.6%) من الذكور، و(41.1%) من الإناث، ثم أضافوا «نعم» بنسبة بلغت (19%)، منهم (8.9%) من الذكور، و(24.1%) من الإناث. تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث بلغت قيمة كا² (43.375) عند درجة حرية (3) ومستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، كما بلغت قيمة معامل توافق (0.313)، مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمدى شعورهم بالثقة بالنفس بسبب مشاركة الفيديوهات الخاصة بهم على تطبيق تيك توك. وهو ما يختلف مع دراسة (Diah Palupi, N., Meifilina, A., & Nofa Harumike, Y. D. 2020) التي توصلت إلى أن هناك تأثير لاستخدام تطبيق Tiktok على مستوى ثقة الطلاب المنتظمين في فصل علوم الاتصال (2019-2016) في جامعة بليتار الإسلامية بنسبة 79.7%.

19 - مدى جني الباحثين للأرباح من خلال تطبيق التيك توك.

جدول (24)

مدى جني الباحثين للأرباح من خلال تطبيق التيك توك

الإجمالي		الأنث		الذكور		مدى جني الباحثين للأرباح من خلال تطبيق التيك توك
%	ك	%	ك	%	ك	
12.5	21	8.9	10	19.6	11	قليلاً
87.5	147	91.1	102	80.4	45	إطلاقاً
100.0	168	100.0	112	100.0	56	الإجمالي
0.151		معامل التوافق: دال		0.048		درجة الحرية : 1
				مستوي المعنوية:		3.918 : 21

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى جني الباحثين للأرباح من خلال تطبيق التيك توك؛ فذكروا «إطلاقاً» في المقدمة بنسبة بلغت (87.5%)، منهم (80.4%) من الذكور، و(91.1%) من الإناث، يليهم من ذكروا «قليلاً» بنسبة بلغت (12.5%)، منهم (19.6%) من الذكور، و(8.9%) من الإناث.

20-مدى احتفاظ المبحوثين بفيديوهاتهم الخاصة التي صنعوها على صفحاتهم الشخصية دون مشاركتها.

جدول (25)

مدى احتفاظ المبحوثين بفيديوهاتهم الخاصة التي صنعوها على صفحاتهم الشخصية دون مشاركتها

الإجمالي		الأنث		الذكور		مدى احتفاظ المبحوثين بفيديوهاتهم الخاصة التي صنعوها على صفحاتهم الشخصية دون مشاركتها
%	ك	%	ك	%	ك	
54.8	92	67	75	30.4	17	دائما
40.4	68	31.3	35	58.9	33	أحيانا
4.8	8	1.8	2	10.7	6	نادرا
100	168	100	112	100	56	الإجمالي
22.452 : كا : 2 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.343						

توضح بيانات الجدول الموضوع أعلاه مدى احتفاظ المبحوثين بفيديوهاتهم الخاصة التي صنعوها على صفحاتهم الشخصية دون مشاركتها؛ فذكر المبحوثون « دائما» في المقدمة بنسبة بلغت (54.8%)، منهم (30.4%) من الذكور، و(67%) من الإناث، يليهم من ذكروا «أحيانا» بنسبة بلغت (40.4%)، منهم (58.9%) من الذكور، و(31.1%) من الإناث، ثم أضافوا «نادرا» بنسبة بلغت (4.8%)، منهم (10.7%) من الذكور، و(1.8%) من الإناث.

21-مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب لتطبيق التيك توك وتأثر سلوكياتهم وتفكيرهم.

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة استخدام الشباب لتطبيق التيك توك وتأثر سلوكياتهم وتفكيرهم.
غير دال	٠,٦٥٢	٠,٠٢٣	

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب لتطبيق التيك توك وتأثر سلوكياتهم وتفكيرهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.023) عند مستوى معنوية (0.652)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب لتطبيق التيك توك وتأثر سلوكياتهم وتفكيرهم. وهكذا يتم رفض هذا الفرض. وبذلك تتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة التي توضح توسط استخدام المبحوثين للتطبيق.

**أهم النتائج العامة للدراسة في ضوء الدراسات السابقة والإطار النظري للدراسة:
تعرض الباحثة في هذا الجزء خلاصة نتائج البحث في إطار نظرية الدراسة وما
توصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج:**

بخصوص كثافة تعرض الشباب المصري لتطبيق تيك توك:

تكشف النتائج عن ورود الاستخدام اليومي للتطبيق «أحياناً» في الترتيب الأول، حيث ذكر المبحوثون أنهم «أحياناً» ما يستخدمون التطبيق في المرتبة الأولى واختلف مع هذه النتائج دراسة كل من (كاتب فارس، عقون دنيا 2016) (نحال سناء، أسماء لعموري، 2022) (ولهي كنزي 2020) حيث توصلوا إلى أن تطبيق تيك توك أصبح يشغل حيزاً كبيراً وصلت درجة استخدامه يومياً، وأوضح غالبية المبحوثين أنهم «أحياناً» ما يستخدمون تطبيق التيك توك أثناء الدراسة، و «أحياناً» ما يستخدمون التطبيق بصفة عامة، و«أحياناً» ما يستخدمون التطبيق على نحو يومي. وتتفق هذه النتائج مع دراسة كلاً من (أوجييط فاطمة، عموش ليان، 2020) و (Christopher, G. K. Swathi, 2020) و (نصار، سالي ماهر، 2022) التي توصلت إلى أن استخدام هذا التطبيق لم يؤثر على التحصيل الدراسي لدي التلاميذ، و لا يمكن القول إن هذه هي الوسائط الوحيدة التي تؤثر على أداء الطالب. هو ما يتفق مع النظرية حيث إنها تفترض أن كثيفي المشاهدة يميلون إلى تبني المعتقدات التي تعرض من خلال تطبيق تيك توك، وذلك أكثر من منخفضي التعرض، وطبقاً لما توصلت له نتائج الدراسة أن الشباب المصري يتعرض بشكل متوسط لاستخدام تطبيق تيك توك لذلك لم تتأثر معتقداته وسلوكياته وكذلك يمكنهم الاستغناء عن استخدامه.

بخصوص طرق تعرف الشباب المصري على تطبيق تيك توك لاستخدامه:

يتضح من إجابات عينة الدراسة أن أغلبهم من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، حيث أوضحوا بنسبة مرتفعة تعرفهم على تطبيق التيك توك من خلال فيديوهات مواقع التواصل، وأكدت دراسة (دشيشة عبد الرؤوف، 2020) هذه النتيجة حيث جاء في المرتبة الأولى أن المبحوثين تعرفوا على تطبيق تيك توك من خلال الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وترى الباحثة أنه وفقاً لهذه النتائج تعرض الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى مازالت الأعلى من تطبيق تيك توك.

بخصوص امتلاك الشباب المصري لحساب شخصي على تيك توك واستخدام اسمهم الحقيقي:

في إنشاء حساباتهم:

أوضح أن المبحوثين حرصوا على امتلاك حساب شخصي لهم على التطبيق بنسبة كبيرة في حين لم تكن درجة استخدامهم للتطبيق عالية بمثل هذا القدر، حيث جاء الاستخدام بدرجة متوسطة في الترتيب الأول، كما تتضح جراتهم في استخدام اسمهم الحقيقي على صفحاتهم الشخصية عبر التطبيق، وترى الباحثة أن الجراء في استخدام الاسم الحقيقي قد يعود إلى طريقة تفاعلهم مع هذا التطبيق حيث توصلت نتائج الدراسة أن أشكال تفاعل المبحوثين على المحتويات التي يتابعونها على تطبيق تيك توك؛ جاءت في الصدارة الاكتفاء بالمشاهدة فقط» ثم «الاحتفاظ بالفيديوهات. Save

بخصوص طبيعة الموضوعات المحتويات التي يشاركها الشباب المصري:

أكدت الدراسة أن طبيعة المحتوى الذي يشاركه المبحوثون في هذا التطبيق؛ هو «الترفيهي» يليه «التعليمي، في حين جاء «الديني»، و يليه «التثقيفي»، و اتفقت دراسة(دشيشة عبد الرؤوف، 2020) مع بعض هذه النتائج حيث جاء المحتوى الترفيهي في المقدمة الأولى ثم يليه المحتوى التثقيفي ثم التعليمي.

بخصوص سبب اهتمام الشباب المصري باستخدام تطبيق تيك توك:

كشفت النتائج أن الأسباب متنوعة ومتعددة، حيث ذكر المبحوثون « محتوى الفيديوهات القصير» في المقدمة ، يليهم من ذكروا « استخدام الأغاني الشهيرة «التريند» على الفيديوهات» في حين جاء في الترتيب من ذكروا «وجود الأصدقاء فيه»، وجاء في الترتيب الرابع من ذكروا «الاستمتاع بالإبداع في تقديم المحتوى» ثم ذكر المبحوثون « تنوع المضامين، والآراء» في حين أضاف المبحوثون في الترتيب السادس « احتوائه على لقطات فريدة وغريبة لا توجد في غيره» يلي ذلك « وجود غالبية المشاهير فيه» في الترتيب السابع ثم « استخدام المؤثرات «الفلاتر» في الفيديو» فيما أضاف المبحوثون في الترتيب قبل الأخير «حركة الشفاه» «Lip-sync التي يتيحها التطبيق في صناعة الفيديوهات، وسهولة التعديل فيها وجاء في الترتيب الأخير «جرأة المضمون فيه عن مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى» ، و اتفقت دراسة (شيماء عز الدين ، 2020) مع بعض هذه النتائج من حيث قيام المبحوثين بتصوير الفيديوهات في بعض الأحيان بالاعتماد على خاصية تحريك الشفاه (lip-syncing)، وكذلك الاعتماد على الفلاتر والمؤثرات البصرية بجانب متابعة العديد من الفيديوهات الخاصة بالمشاهير.

بخصوص الموضوعات التي يتابعها الشباب المصري على تطبيق تيك توك:

توصلت نتائج الدراسة إلى الموضوعات التي يتابعها المبحوثون من خلال فيديوهات تطبيق تيك توك؛ فجاءت هذه الموضوعات متنوعة ومتعددة، حيث ذكر المبحوثون «الأغاني» في المقدمة ، ثم «الموضوعات الدينية «الجمال والعناية الشخصية»، وجاء في الترتيب الرابع «ترشيحات لشراء منتجات أو زيارة أماكن» ، ثم ذكر المبحوثون«الرياضة»، في حين أضاف المبحوثون في الترتيب السادس « الموضوعات العلمية» يلي ذلك «مقاطع lip sync من الأفلام و المسلسلات» في الترتيب السابع ، ثم «فنون الطهي» فيما أضاف المبحوثون في الترتيب الثامن «الموضة»، وجاء في الترتيب التاسع «الصحة»، ثم «الحب والعاطفة» ، ثم «الموضوعات الساخرة» ، يلي ذلك «التحديات» ، ثم «السياسة والأخبار» ، ثم «اللبث المباشر» ، يلي ذلك «الشائعات والأكاذيب» ، ثم «العنف» في الترتيب قبل الأخير فيما كان «رقص الفتيات والشباب» في الترتيب الأخير اختلفت دراسة (ولاء محمد محروس ، 2021) مع هذه النتائج حيث تمثلت تفضيلاتهم في الموضوعات التي يتابعونها (متابعة مقاطع من أعمال فنية ودرامية بأداء تمثيلي لمستخدمي التطبيق) يليها (متابعة مقاطع من أعمال درامية ومسرحية)، في حين اعتقدوا أن الآخرين أقل وعياً منهم ويفضلون (التريند والأكثر مشاهدة)، و (مقاطع غير مرغوب فيها).

في حين جاء بعد ذلك «إبداء الإعجاب Like»، و يليه «الإرسال للأصدقاء»، ثم ذكر «مشاركة المحتوى على صفحتك share» في حين أضاف المبحوثون «كتابة تعليقات comments»، و اختلفت

دراسة (ولاء محمد محروس ،2021) مع نتائج هذه الدراسة حيث جاء التفاعل (بالإعجاب) في مقدمة الأشكال ويليها (مشاركة الفيديوهات التي تنال إعجابهم) ويليها (تنفيذ العديد من الفيديوهات التي تنال إعجابهم).

يختص رأي المبحوثين في تأثير فيديوهات تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية:

كشفت نتائج الدراسة أن تأثير فيديوهات تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية؛ تأثيرات «محايدة» وهو ما يختلف مع دراسة (Chua, Rezaei, Gu, & Jambulingam, 2020) حيث توصلت الدراسة إلى وجود تأثير مرتفع الاستخدام تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية للشباب. وكذلك اختلفت دراسة (دراجي كريمة 2020) مع نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم الاجتماعية.

هوامش

أولاً العربية:

أوجيط، عموش، ليليا. (2020). «تأثير تطبيق تيك توك على التحصيل الدراسي لدى المراهقين الجزائريين»، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة بويرة.

رحاب يحيي، صفاء عجاجه. (2022) الخوف من فوات الشيء (الفومو) وعلاقته بكل من اضطرابات النوم وإدمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلبة الجامعة، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، 16(2)، 1-64.

وداد هارون محمد. (2021). أساليب التحرير الصحفي الإلكتروني وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة في أشكال ومضامين المادة الإخباري، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (201-273)، 22.

أوجيط، عموش، ليليا. (2020). تأثير تطبيق تيك توك على التحصيل الدراسي لدى المراهقين الجزائريين (رسالة دكتوراة، جامعة بويرة).

إيمان عبد المنعم. (2016). «استخدامات طلاب الجامعات في مصر والسعودية لموقع تويتر والإشباع المتحققة منه: دراسة ميدانية مقارنة»، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

حسن علي قدورة. (2018). «استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية وبعض سمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة السودان»، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزيرة.

حسن عماد مكاوي، ليلي السيد. (2017). «الاتصال ونظرياته المعاصرة». القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص302.

حسنين شفيق. (2020). «إعلام الذكاء الاصطناعي ومستقبل صناعة الأخبار». القاهرة: دار فكر وفن، ص24.

حزار، عبد النور. (2022). «تأثير تطبيق تيك توك على الممارسات الفردية و الاجتماعية لمستخدميه من المراهقين دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية الهادي خديري»، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية، جامعة العربي التبسي- تبسة.

حيمر، سعيدة. (2022). «التأثيرات القيمية والذهنية لتطبيق تيك توك على الفتيات المراهقات في الجزائر دراسة تحليلية»، مجلة آفاق للعلوم 7 (4)، 415-427.

الخاتم، هاشم عبد الله. (2016) «توظيف الوسائط المتعددة في إنتاج الرسالة الإعلامية: دراسة حالة، من المؤسسات الإعلامية»، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 16(3)، 80- 101.

- دشيشة عبد الرؤوف. (2022). «تأثير محتوى تطبيق تيك توك على المراهقين في الجزائر-دراسة ميدانية على عينة من مراهقين متوسطة أبو كامل الشجاع بن أسلم-بوسعادة»، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- دينا سالم. (2020). «الإعلام الجديد وتشكيل الوعي لدي طلاب الجامعة: جامعة القاهرة نموذجاً»، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم أصول التربية، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة.
- سالي نصار. (2022). «التأثيرات النفسية والاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية»، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، 79، 467-501.
- سماح محمد محمدي. (2020). «اندمج الشباب والمراهقين في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على إدراكهم للواقع: دراسة حالة على قضية البننا وراجح في إطار نظرية الغرس الثقافي»، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر (3)، 54، 1295-1388.
- شواف، ضيف، ليندة. (2015). «اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو التعليم باستخدام الوسائط المتعددة»، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي- شيماء عز الدين. (2020). «أساليب التسويق بالفيديو القصير: دراسة استكشافية على تطبيق «تيك توك» في مصر، مجلة بحوث العلاقات العامة - الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، (27) عباس ناجي حسن. (2016). «الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني»، ط1. عمان، دار صفاء للنشر و التوزيع، ص151.
- عمرو محمد محمود عبد الحميد. (2020). «توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور»، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 5 (55)، 2790-2860.
- فتحي حسين عامر. (2021). «الذكاء الاصطناعي والإعلام الجديد». ط1، القاهرة، العربي للنشر و التوزيع، ص18، 17.
- لميس سامي. (2018). «استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة: دراسة على عينة من طالبات المدارس الثانوية»، رسالة ماجستير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- محمد بكير. (2021). «إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي بفيديوهات التيك توك على الذات والآخرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث: دراسة مسحية»، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، 59 (1)، 120-160.
- محمد عبد الحميد. (2004). «نظريات الاعلام واتجاهات التأثير». ط3، القاهرة، عالم الكتب، ص332.
- محمد عبد الهادي، الذكاء الاصطناعي معلمه وتطبيقاته وتأثيراته التنموية والمجتمعية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2021، ص137.
- محمد فتحي، محمد عبد الغفار. (2020). «سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق «التيك توك» دراسة مقارنة بين المنصات العربية والأجنبية»، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، القاهرة، 54 (3)، 1613-1644.
- محمود حسن إسماعيل، نظريات الإعلام، القاهرة: المكتب المصري للمطبوعات، 2018.
- نجية العقوري. (2020). «إدمان مواقع التواصل الاجتماعي» الفيسبوك وعلاقته بظهور اضطرابات النوم لدى عينة من طلبة كلية الآداب والعلوم-سلوق»، مجلة المنارة العلمية، جامعة كلية التربية قمينس، جامعة بنغازي، (1)، 27-44.

- نحال سناء أسماء لعموري. (2022). «تأثير وسائط التواصل الرقمية على القيم الاجتماعية لدى المراهق الجزائري: التيك توك نموذجا»، *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، 9(2)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم- مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية، 242-257.
- نعيمة بربيس. (2017). «تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية»، *مجلة العلوم الإنسانية*، 28(1)، 355-367.
- نهلة حلبي محمد عبد الكريم. (2021). «أثر كثافة التعرض لبرامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري»، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، القاهرة، 57(7)، 335-388.
- ولهي كثر. (2020). «استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة»، *رسالة دكتوراة غير منشورة*، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- ياسمين الهامي. (2020). «المضمون اللغوي والقيمي لمقاطع الفيديو الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي للشباب المصري بعد ثورة 30 يونيو»، *رسالة ماجستير غير منشورة*، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

ثانياً: الأجنبية

- Barta, Sergio, et al. (2023). "Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70.
- Bruno, Consuelo Mendoza. (2020) "A content analysis of how healthcare workers use TikTok." *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 11, (2), 6-16.
- Dorr, Laura. (2022). "Types of Artificial Intelligence, Explained." *Dental Products Report*, 56, (12).
- Fauzi, Siti Mardhiyyah Binti Mohd, Nur Aziemah Mohd Azman, and Ahlam Abdul Aziz. (2022). "Impact of TikTok Usage into Micro-Fame Among Teenagers." *Journal of Social Science and Humanities*, 5, (1), 7-12.
- Jicheng, Zhang. (2021). "Analysis of Short Video Production and Dissemination from the Perspective of Mobile Multimedia." *Journal of Physics: Conference Series*. 1915, (4), 1-6.
- McCashin, Darragh, and Colette M. Murph. 2022. "Using TikTok for public and youth mental health—A systematic review and content analysis." *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 28(1), 280-306.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). "On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings". *Frontiers in public health*. 9, 1-6.
- Nufus, R., Maharani, W., & Zahro, E. B. (2022). "Capture the Psychological Image of Youth Using Tiktok Applications". In the international conference of humanities and social science (ICHSS). 1 (1), 547-551.
- Sabir, I., Nasim, I., Majid, M. B., Mahmud, M. B., & Sabir, N. (2020). "TikTok addictions and its disorders among youth of Pakistan.scholedge" *International Journal of Multidisciplinary & Allied Studies*. 7(6), 140-146.
- SALB, Sorrel Franziska. (2021). "NewsOnTikTok: A content analysis of the use of text elements by legacy news media on TikTok", *Degree of Master, Malmö University*.
- Avithra, A., Aathilingam, M., & Prakash, S. M. (2018). "Multimedia, and its applications". *International journal for research & development in technology*. 10(6), 271-276.
- Bhbosale, S., Pujari, V., & Multani, Z. (2020). "Advantages and Disadvantages of Artificial Intelli-

- gence". *Aayushi International Interdisciplinary Research Journal*.77, 227-230.
- Cell Dillon.(2020). " TikTok Influences on Teenagers and Young Adults Students: The Common Usages of the Application Tiktok". *American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences (ASRJETS)*, 68(1), 132-142.
- Christopher, G.K. Swathi.(2020). A study to analyse the impact of tiktok app on students academics and psychology. *international Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 7(3).1039-1043.
- Chua, P. Y.; Rezaei, S.; Gu, M., & Jambulingam, M. (2020). "Short Video Apps and Effects on Social Values for Youth: TikTok as An Example", *Nankai Business Review International*,9.
- Diah Palupi, N., Meifilina, A., & Nofa Harumike, Y. D. (2020). " on the effect of using tiktok application on s-confidence levels: (Study on Communication Science Students of Balitar Islamic University, Class of 2016-2020)", *JOSAR (Journal of Students Academic Research ELF)*,5 (2), 66-74.
- Francisco, M. E. Z., & Ruhela, S.(2021). " Investigating TikTok as an AI user platform", In 2021 2nd International Conference on Computation, Automation and Knowledge Management ICCAKMIEEE, 293-298.
- Gao, X,(2023). "The Impact of Douyin (Chinese TikTok) On the Socialization of Chinese Youth", In SHS Web of Conferences, EDP Sciences, 155,
- Klug, Daniel.(2020). " It took me almost 30 minutes to practice this". *Performance and Production Practices in Dance Challenge Videos on TikTok*", Carnegie Mellon University,1-29.
- Liang, Y.(2023). " Investigation and Research on the Use of Tik Tok of College Students in Beijing". In SHS Web of Conferences, EDP Sciences, 155, 30-36.
- Nufus, R., Maharani, W., & Zahro, E. B.(2022). " Capture the Psychological Image of Youth Using Tiktok Applications". In international conference of humanities and l social science (ICHSS), 1(1), 547-551.
- Nuskiya, Aliyar Fathima.(2017). "The impact of social media among the university students empirical study based on the Southeastern University of Sri Lanka." *Journal of Information Systems & Information Technology*,2(1),17-21.
- Oktarini, N. P. U., Dewi, N. P. K., Putra, M. R. A. K., Ataupah, J. H. A., & Oktarini, N. L. D. D.(2022). " Analysis of the Positive and Negative Impacts of Using Tiktok for Generation Z During Pandemic". *Journal of Digital Law and Policy*,1(2), 53-58.
- Pihlajarinne, Taina, and Anette Alén-Savikko.(2022). "Introduction to Artificial Intelligence and the Media", Edward Elgar Publishing,108-125.
- Qureshi, Afshan.(2022). "Impact of TIKTOK And snack video Apps on Social, Psychological, Educational State and on Moral and Ethical Values Among Teenagers and Youth in Pakistan." *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 35 (2), 436-441.
- Shekhar, Sarmah Simanta.(2019). "Artificial intelligence in automation." *Artificial Intelligence*,4(6),14-17.
- Shutsko A.(2020). " User-generated short video content in social media. A case study of TikTok". In *International Conference on Human-Computer Interaction*, Springer,108-125.
- Vázquez-Herrero, Jorge, María-Cruz Negreira-Rey, and Xosé López-García. (2020). "Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok." *Journalism*, 23(8),17-35.
- Weimann, G., & Masri, N.(2020). " Research note spreading hate on TikTok. *Studies in Conflict & Terrorism*",46(5), 1-14.
- Xu, Li, Xiaohui Yan, and Zhengwu Zhang.(2019). "Research on the causes of the "TikTok" app becoming popular and the existing problems." *Journal of Advanced Management Science*, 7(2),59-63.

محكمون الاستمارة

المحكمون هم:

- أ.د هشام عطية، أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- أ.د سماح المحمدي، أستاذ الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أ.م. د رضا عكاشة، رئيس قسم الصحافة المطبوعة والإلكترونية، كلية الاعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- د. عزة الخميسي، مدرس الصحافة كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.
- د. عصام الدين فرج، مدرس العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، وأمين عام المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام الأسبق.
- د. ياسر عبد العزيز، الكاتب الصحفي والخبير الإعلامي.

(*) البحث لاستكمال متطلبات الدكتوراه بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.