**–**

خطة بحث بعنوان

استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك وعلاقته   
بمستوي الرضا المجتمعي لديهم

مقدمة للحصول على درجة الماجيستير فى الإعلام

إذاعة وتلفزيون (تخصص تكنولوجيا إذاعة)

إعداد

الباحث/ السيد السيد طة محمد زهيري

إشراف

أ.د.م/أحمد أحمد أحمد عثمان

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد

كلية الآداب – جامعة المنصورة

كلية الآداب

جامعة المنصورة

3022/2023

**مقدمة:**

شهدت المجتمعات العربية خلال السنوات الأخيرة مجموعة من المتغيرات السريعة والمتلاحقة في العديد من الجوانب الثقافية والإجتماعية والفكرية والإقتصادية والسياسية، وذلك نتيجة لما يشهده عالمنا المعاصر من قفزات ونقلات نوعية في بنيته التكنولوجية والذكاء الاصطناعي، وكان لهذه المتغيرات آثارها السلبية في طمس الكثير من معاني الحياة الإنسانية، واضطراب منظومة القيم الحاكمة لسلوك الشباب وتصرفاتهم، مما يوحى على أن إنقلابا جذريا قد حدث في معايير القيم الثقافية والإجتماعية والأخلاقية لدى الشباب فى المجتمعات العربية.

ولاشك أن من أهم هذه المتغيرات هو هذه الثورة التكنولوجية وانتشارها السريع والمتسارع عالميا يوما بعد يوم بل يمكن أن نقول لحظة بعد لحطة، والتي تمثلت في التطور الهائل في شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي طوت الحدود وألغت المسافات بين شعوب ودول العالم شرقه وغربه شماله وجنوبه، وحولته إلى قرية صغيرة، تربطها شبكة عنكبوتية واحدة والتي أحدثت قفزة ونقلة نوعية في تطوير آليات الاتصال والتواصل بين دول العالم.([[1]](#footnote-1))

هذه الشبكة التي يتنامي الاعتماد عليها يوما بعد يوم باتت تحتل أهمية بالغة الأثر والتأثير على جميع مناحي الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية, فإلي جانب أهميتها من خلال تقنياتها الحديثة ووسائل التواصل والتطبيقات التي أفرزتها, فانها قد مهدت السبيل أمام كافة الشعوب والمجتمعات علي اختلاف ثقافاتها وعاداتها وقيمها المجتمعية وأنماط الحياة والسلوك, لتبادل الأراء والأفكار، والعادات والتقاليد.:([[2]](#footnote-2))

إلا أنه مع كل هذه الايجابيات التي أحدثتها، فإن هناك جانب أخر لا يقل أهمية وخطورة في التأثير والتأثر, خاصة علي الدول والمجتمعات النامية التي لا تمتلك مقومات المناعة المعرفية والثقافية اللازمة للفرز والتمحيص في التعامل مع أليات ووسائل وتطبيقات الاتصال الحديثة، مما خلف العديد من المخاوف حول التأثيرات السلبية التي يمكن أن تحدثها خاصة علي النشئ والشباب.

ونخص بالذكر هنا تطبيق "التيك توك" هذا التطبيق الصيني الذي استطاع استقطاب اهتمام وشغف الشباب وتربع على عرش منصات التواصل الاجتماعي في ظرف قياسي منذ ۲۰۱6، رغم حداثته نسبياً قياساً بالتطبيقات الأخري، وقد عرف التطبيق انتشاراً واسعاً بين المستخدمين خاصة فئة الشباب الذي يعتبر موجهاً إليهم بالدرجة الأولى، حيث يقوم مستخدم التطبيق بنشر فيديو أو مقطع قصير مع أصدقائه ومشاركته لحظات حياته بكل بسهولة.:([[3]](#footnote-3))

لذا سنحاول من خلال دراستنا هذه التعرف على أنماط استخدام شباب جمهورية مصر العربية لتطبيق التيك توك وانعكاسه على مدى الرضا المجتمعى لديهم, ومدي تأثيره علي شخصيتهم وأنماط سلوكهم وقيمهم الأخلاقية والمجتمعية سلبا وايجابا، وذلك انطلاقاً من تطبيق نظرية الاستخدامات.

**أولا: أهمية الدراسة:**

**أ. الأهمية العلمية:**

1. تأني هذه الدراسة استكمالا لجهود بحثية أجنبية وعربية اهتمت بدراسة استخدام الشباب والمراهقين لتطبيق (tik tok) وتأثيراته السلبية والايجابية ومدي ما يحققه هذا الاستخدام من اشباعات.
2. الانتشار والاستخدام المتزايد تطبيق (تيك توك) خاصة في أوساط الشباب والمراهقين، والذي وصل الي حد الادمان.:([[4]](#footnote-4))
3. كشفت بعض التقارير والاحصاءات الحديثة عن الانتشار الهائل الذي حققه تطبيق (تيك توك) رغم حداثته نسبياً مقارنة بالتطبيقات الأخري، حيث وصل الي مليار مستخدم نشط شهريا حول العالم.:([[5]](#footnote-5))
4. كشفت بعض الدراسات عن حدوث تغيرات جوهرية في أنماط سلوك مستخدمي التطبيق خاصة فئة الشباب والمراهقين ارتباطهم وتفاعلهم الأسري والمجتمعي.:([[6]](#footnote-6))
5. تسعي هذه الدراسة من خلال نظرية الاستخدامات والتأثيرات للتعرف علي أنماط استخدام الشباب المصري لتطبيق "تيك توك" ومدي ما حققه من رضا مجتمعي لديهم.

**ب- الأهمية التطبيقية:**

1. من المؤكد أنه لا يمكن تجاهل التنامي والانتشار الهائل لوسائل الاتصال الحديثة وتطبيقاتها وما أحدثته من تحولات وتأثيرات مجتمعية خاصة علي الشباب والمراهقين, الأمر الذي يستلزم بحث ودراسة هذه التأثيرات والمتغيرات للمساهمة في الحد من أثارها السلبية.
2. رصد ودراسة أسباب استخدام الشباب المصري لتطبيق "تيك توك" وتأثيره علي أنماط سلوكهم وما يحققه من رضا مجتمعي لديهم.

**ثانياً: أهداف الدراسة:**

**تسعي هذه الدراسة الي التعرف علي:**

1. كثافة استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك.
2. مستوي الرضا المجتمعي لدي الشباب المصري.
3. دوافع استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك.
4. مستوي انتباه الشباب المصري أثناء استخدامهم لتطبيق التيك توك.
5. مستوي إدراك الشباب المصري لواقعية المحتوي المقدم عبر التطبيق.
6. المتغيرات الديمغرافية ( السن - النوع – المستوي التعليمي – البيئة – المستوي الاقتصادي – المستوي الاجتماعي ).
7. مستوي الرضا المجتمعي لدي الشباب المصري.

**ثالثا: مشكلة الدراسة:**

مع التغيرات المتسارعة فى وسائل الاتصال الحديثة، تحولت شبكة الإنترنت إلى أداة للتأثير على الشباب مشَكِّلة لشخصيتهم وسلوكهم الاجتماعي وأصبحت تحتل أهمية بالغة الأثر والتأثير تستهدف جميع شرائح المجتمع وأطيافه دون استثناء، خاصة الشباب، ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعى والتطبيقات الحديثة وخاصة تطبيق التيك توك وما حققه هذا التطبيق من انتشار كبير والزياادة الهائلة في عدد مستخدميه حول العالم خاصة الشباب والمراهقين.

فقد كشفت بعض الدراسات عن أنماط سلوك ودوافع استخدام الشباب لتطبيق "التيك توك" والاشباعات المحققة، ونظرا لما أحدثه هذا التطبيق من تحولات نفسية وسلوكية ومجتمعية، وما شهده المجتمع المصري من ملاحقات قانونية لعينة من مستخدمي التطبيق مثل "حنين حسام ومودة الأدهم" لاتهامهم بالاتجار بالبشر والتحريض علي الاغراء والفسق، بحثا عن المال والشهرة والرضا المجتمعي، لذلك ستحاول هذه الدراسة من خلال استخدام مدخل "الاستخدامات والتأثيرات" بخث أنماط سلوك ودوافع استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك، ومدي ما يحققه من رضا مجتمعي لديهم.

**وعلي ضوء ماسبق تتبلور مشكلة الدراسة في:**

التعرف علي كثافة استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك وعلاقته بمستوي الرضا المجتمعي لديهم.

التعرف علي دوافع استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك, ومستوي انتباههم أثناء استخدام التطبيق.

التعرف علي مستوي ادراك الشباب المصري لواقعية المضامين المقدمة عبر تطبيق التيك توك, وعلاقته بمستوي الرضا المجتمعي لديهم, في ضوء المتغيرات الديمغرافية وتأثيرها علي هذه العلاقة.

**رابعاً: الإطار النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والتأثيرات):**

**الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والتأثيرات.**

تعد النظريات الإعلامية أحد أهم الأدوات البحثية والمرجعية التي تلعب دورًا مهمًّا في تفسير وقياس العلاقة بين المرسِل المُتَمثل بالوسيلة الإعلامية، والمستقبِل أو ما يُعرف بالفرد المتلقي، ومن أهم النظريات وأكثرها دراسةً في المجتمع خاصة في بحوث الإعلام مدخل التأثيرات المباشرة ومدخل الاستخدامات والإشباعات، حيث قامت النظرية والدراسات المتعلقة بها حول مفهوم يعتمد علي أن جمهور الوسيلة الإعلامية ليس عنصرًا سلبيًا بل عنصرًا فاعلا وإيجابيًا، وكانت الدراسات الأولى حول أسباب استخدام الجمهور لوسائل الإعلام قد بدأت في العقد الرابع من القرن العشرين، وظهرت بشكل واضح خلال الحرب العالمية الثانية، ومنها اتفق العلماء بأن الجمهور هو من ينتقي وسائل الإعلام التي يتعرض لها، وهو من يختار المضمون وفقًا لحاجاته التي يرغب في إشباعها**.****([[7]](#footnote-7))**

وتعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والتأثيرات, وقد نشأ هذا المدخل في فترة سيادة الاعتقاد في التأثيرات المتوسطة لوسائل الاعلام، ويعتبر هذا المدخل نقطة تحول هامة وجوهرية ونقلة نوعية في دراسات الاعلام, حيث أنه مع ظهور وسائل الاتصال الحديثة تحول الجمهور من مجرد مستقبل خانع ومستسلم للرسائل التي يستقبلها الي متفاعل نشط قادر علي التفاعل مع الرسائل الاتصالية بغعل التطور التكنولوجي في وسائط الاتصال الحديثة ليتحول السؤال من ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟

يعد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أحد المداخل الأكثر حداثة في دراسة العلاقة بين استخدام وسائل الاتصال الجديدة وتأثيراتها علي جمهور المستخدمين.

ويستمد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أصوله الفكرية من نموذج "كيم و روبين" الذي ظهر عام 1997, ويهتم هذا المدخل بقياس تأثير الاختلاف في أنماط نشاط الجمهور باعتبارهم ليسوا متلقين سلبيين, ويهدف هذا النموذج الي رصد الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور ومدي تأثيراتها في الاتصال, وتحدد هذه الأبعاد الأنشطة المدعمة لعملية الاتصال مثل "الإنتقائية, الإنتباه, الإستغراق" وكذلك الأنشطة المعوقة لعملية الاتصال مثل "التجنب, تحويل الإنتباه, الشك"**([[8]](#footnote-8))**

ويبحث مدخل الاستخدامات والتأثيرات في كيفية انتقاء أفراد الجمهور وسائطه الاتصالية بطرق نشطة وتفاعلية طبقا لاحتياجاتهم الخاصة, حيث أن أفراد الجمهور يقومون باختيارات منتقاه من المحتوي الاتصالي مما يساهم في خلق واحداث تنوع في التأثيرات الاتصالية الناجمة عن تلك الاختيارات, التي تستند الي حاجة أفراد الجمهور بشكل أساسي.

**أنماط نشاط الجمهور في مدخل الاستخدامات والتأثيرات:.**

تنقسم أنماط نشاط الجمهور الي:

النمط الأول: الأنشطة المدعمة للتأثيرات الاتصالية: ويتضمن الإنتقائية Selectivity باعتبارها خطوة أساسية في العملية الإتصالية, حيث يقوم الجمهور باختيار الوسائل الإتصالية والرسائل والمضامين التي تتفق مع اهتماماتهم**([[9]](#footnote-9))**. وكذك الإنتباه Attention, حيث يعد مؤشراً مهماً علي اكتساب الأفراد للمعلومات والمعارف من الرسائل الإعلامية المقدمة بشكل أكبر من مجرد التعرض للوسيلة**([[10]](#footnote-10))**. الي جانب الإستغراق Involvement, بوصفه عملية تتوسط نشاط البحث عن المعلومات ومشاركتها, ويحدث الإستغراق علي عدة مستويات, تتضمن المستوي الإدراكي والتأثير السلوكي. ويتطلب قيام الفرد ببذل جهد عقلي يمكنه من تفسير المضمون الإتصالي وفهمه والإستجابة له**([[11]](#footnote-11))**.

النمط الثاني: الأنشطة المعوقة للتأثيرات الإتصالية: وتشمل التجنب Avoidance, حيث يكون من الصعب علي الأفراد الذين يتجنبون التعرض لمضامين اتصالية بعينها أن يكونوا معرضين لأي تأثير مباشر لهذه المضامين, وكذلك تحويل الإنتباه Distraction, حيث يقوم الفرد في بعض الأحيان ببعض الأعمال التي من الممكن أن تؤدي الي صرف انتباهه عن متابعة المضمون الإتصالي, وهنا تصبح الرسائل الإتصالية غير قادرة علي احداث أي تأثيرات اتصالية, بالإضافة الي الشك Media Skepticism الذي يعبر عن حالة عدم المصدافية التي ينتج عنها ممارسة الفرد لمزيد من عمليات التفكير والبحث عن المعلومات, بما يقلل من فرص التأثيرات الإتصالية. **([[12]](#footnote-12))**

**دوافع الاستخدام وعلاقتها بالتأثيرات في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات:**

أثبتت الدراسات التي بحثت في العلاقة بين الدوافع والتأثيرات الإتصالية وجود متغير وسيط مهم يتوسط العلاقة بين التعرض والتأثير, ويتحدد هذا المتغير في دافع الاستخدام الذي يحدد استعدادات الأفراد للاستجابة للمضمون الإتصالي**([[13]](#footnote-13))**. وتنقسم الدوافع الي فئتين, يتحددان في الدوافع النفعية Instrumental Motives التي تهتم بالتعرف علي الذات, واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات, والدوافع الطقوسية Ritualized motives والتي تتعلق بقضاء الوقت والإسترخاء, والصداقة والألفة مع الوسيلة, والهروب من المشكلات**([[14]](#footnote-14))**.

**التأثرات الإتصالية في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات Media Effects:**

يمكن تصنيف التأثيرات الإتصالية الي عدة تصنيفات كما يلي:

من حيث وقت أو زمن التأثير, فهي تنقسم الي تأثيرات قصيرة المدي تحدث نتيجة التعرض بشكل مباشر لوسائل الإعلام بصفة فورية, ويتحدد تأثيرها في الفهم والاتجاهات والسلوك, وكذلك التأثيرات طويلة المدي التي تنتج عن تكرار التعرض لمصمون معين, مما يتسبب في تغيرات طويلة المدي في الاتجاهات والسلوك**([[15]](#footnote-15))**.

من حيث نوع التأثير Kind Of Effects**([[16]](#footnote-16))**, تنقسم الي التأثيرات المعرفية Cognitive Effects التي تتعلق باحساس الأفراد بالغموض أو الآلتباس, وتشكيل الآتجاهات, وترتيب الأولويات, وتوسيع المعتقدات, وتوضيح القيم. الي جانب التأثيرات الاتجاهية وذلك من خلال قدرة وسائل الإعلام علي تقديم معلومات وأفكار يتفق محتواها مع البناء المعرفي للفرد مما يجعله يهتم بها, وتزداد احتمالية تأثيرها علي سلوكه. **([[17]](#footnote-17))** وكذلك التأثيرات الوجدانية التي تتضمن حدوث تغيير في الاتجاهات والمشاعر, وتشمل كل من الفتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي للاغتراب**([[18]](#footnote-18))**. الي جانب التأثيرات السلوكية Behavioral Effects التي تحدث بعد التغيرات المعرفية والوجدانية, وتشمل التنشيط والخمول**([[19]](#footnote-19))**.

**التأثرات الإتصالية لـ روبين وكيم:**

قام الباحثان بتحديد ثلاثة تأثيرات اتصالية للمضامين الإعلامية, تشمل كل من تأثيرات الرضا وتأثيرات التفاعل الموازي أو الشبيه بالتفاعل الاجتماعي وتأثيرات الغرس الثقافي, حيث رأي كلا منهما أن الدوافع النفعية عند استخدام وسائل الإعلام هي التي تعبر عن التأثيرات النفعية وتحدد هذه الدوافع في دوافع البحث عن المعلومات والسعي وراء الإثارة, ودوافع المنفعة الاجتماعية, كما يعبر هذا التوجه النفعي عن استخدام أكثر انتقائية وانتباهاً, واستغراقاً للمضامين الإعلامية, كما تنتج التأثيرات الاتصالية عن الاستخدام النفعي للمضامين الإعلامية**([[20]](#footnote-20))**.

كما أكد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أنه تحت ظروف معينة وضمن أطر استخدام محددة لوسائل الإعلام فان عملية الاستخدام قد تختلف وبالتالي فان تأثيراتها ستكون مختلفة خاصة طبقا لمتغير ثالث مختلف ألا وهو متغير نشاط الجمهور. **([[21]](#footnote-21))**

وأثبت مدخل الاستخدامات والتأثيرات أن أفراد الجمهور يشاهدون التليفزيون بشكل رئيسي لآسباب محددة, كما يفترض هذا المدخل أن معاني النصوص الاتصالية تكون موجودة في أذهان أفراد الجمهور القوي الذي تحركه دوافع محددة للتعرض. **([[22]](#footnote-22))**

وأكد (ويندايل Windahl) أن الدمج بين كل من الاستخدامات والاشباعات والتأثيرات قد حدث بالفعل ويطلق عليه "مدخل الاستخدامات والتأثيرات Uses and Effect", فقد أوضحت الدراسات أن التنوع في إشباعات الجمهور المطلوبة والمتحققة يرتبط بمجال واسع من التأثيرات الاتصالية بما في ذلك التأثيرات علي الإدراك للواقع الاجتماعي والمعرفة والاتجاهات بالإضافة الي تأثيرات الاعتماد ووضع الأجندة وغيرها من التأثيرات الأساسية المتنوعة, كما قاد (بلوملر Blumler) أفكاراً بشأن كيفية اتساق مدخل الاستخدامات والاشباعات مع مدخل التأثيرات, وأن يركز المنظور الخاص به مسئولية التحكم في التأثيرات علي أفراد الجمهور بدلا من وسائل الاتصال مؤكداً أن التأثيرات الاتصالية قد تنشأ عن الاشباعات, وذلك من خلال افتراض أن الدوافع المعرفية ستسهل الحصول علي المعلومات بينما استخدام الوسيلة لغرض التسلية والهروب سيجعل الجمهور يتقبل مفاهيم او مدركات الواقع الاجتماعي في نفس الاتجاه المقدم بطريقة متكررة في المضامين الاتصالية الترفيهية, وأ الاستغراق في المضامين الاتصالية لتدعيم الهوية الشخصية قد يروج لتأثيرات التدعيم, وأكد (روبين Rubin) أن اتجاهات وتوقعات ومفاهيم الجمهور نحو وسائل الاتصال ترشد سلوكه الاتصالي, بالإضافة الي الدوافع والاحتياجات التي تنشأ عن اهتمامات الفرد والضغوط الخارجية المفروضة عليه, كما توجد بدائل وظيفية لاستخدام وسائل الاتصال ومضامينها وكلها متغيرات تؤدي دوراً بارزاً في التأثيرات الاتصالية علي الجمهور. **([[23]](#footnote-23))**

وطور (روزينجرين Rosengren) وزملاءه اطاراً نظرياً أكثر نكاملا لدوافع المشاهدة والتأثيرات وهو ما تطلبه الربط بين الاستخدامات والتأثيرات وأكدوا أن أية نظرية من نظريات دراسة الجمهور يجب أن تشمل بعض المفاهيم الخاصة بالنصوص الاتصالية, الإضافة الي بعض المفاهيم الخاصة بقوة ونشاط الجمهور نحو هذه النصوص, ووضع (روبين Rubin) خلال تطويره لمدخل الاستخدامات والاشباعات فئتين للدوافع المختلفة للمشاهدة وهما الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية, وأكد أهمية التفريق بين هذه الدوافع كذلك أهمية الربط بين المضمون الذي يتم التعرض له وونشاط الجمهور ودراسة العلاقة بينهما علي أنها رابطة في سلسة أكبر من العلاقات السببية التي تربط النص بالتأثيرات من خلال اتجاه التفاعل بين الجمهور والوسيلة أو المضمون, لذلك اقترح أن التوجهات النفعية أو الطقوسية تفترض وجوداً لدور نشيط يتعلق بدوافع المشاهدة واتجاهاتها في عملية التأثيرات الاتصالية. **([[24]](#footnote-24))**

وبالتالي قام مدخل الاستخدامات والتأثيرات بتغيير الطرق التقليدية للتفكير في التأثيرات الاتصالية من خلال دراسته لكيفية استقبال الجمهور للرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقا لاحتياجاتهم الخاصة, **([[25]](#footnote-25))** ويحاول الاتجاه الحديث في البحةث الاعلامية المزج بين الاستخدامات والتأثيرات مفترضاً أن أفراد الجمهور يبحثون عن وسائل الاتصال للحصول علي معلومات معية, وبحصولهم عليها فانهم يبدأون في التصرف بطريقة معينة بتاءً علي هذه المعلومات, ثم يرجعون للوسيلة للحصول علي المزيد منها وهكذا تستمر العملية. **([[26]](#footnote-26))**

وبات مدخل الاستخدامات والاشباعات مستنداً الي بعض الأسس النظرية ويفترض الباحثون وجود بعض المتغيرات الوسيطة التي تحدد التأثيرات الاتصالية علي أفراد الجمهور, حيث تشير الدراسات الحديثة الي وجود علاقة بين مجموعة المنافع التي يحصل عليها أفراد الجمهور من استخدامهم للوسيلة أو مضمونها من جهة والتأثيرات الاتصالية من جهة أخري, وقد ساعدت هذه الدراسات علي سد الفجوة بين منهج التأثيرات التقليدي ومنهج الاستخدامات والاشباعات, مما أنتج ظهور نموذج الاستخدامات والتأثيرات والذي ينظر الي استخدامات وسائل الاتصال والنتائج المترتبة علي هذا الاستخدام, وذلك لأن مدخل الاستخدامات والاشباعات قد أكد أن التنوع في اشباعات أفراد الجمهور من وسائل الاتصال يرتبط بتأثيرات الوسائل عليهم. **([[27]](#footnote-27))**

وبما أن مدخل الاستخدامات والتأثيرات يعد تطويرا مهماً لمدخل الاستخدامات والإشباعات فلابد أن نشير الي أنه قد اختلفت تسمية نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث منهم من أطلق عليها مسمى نموذج، ومنهم من اعتبرها نظرية، ويُعد أول من أظهر النظرية في كتاب متكامل كاتز وبلومر في عام 1974 في كتابهما استخدام وسائل الاتمصال الجماهيري، حيث صَوّر الكتاب الوظائف التي تقوم عليها وسائل الإعلام، ودوافع اختيار الفرد أو المتلقي لها والمحتوى التي تقوم بعرضه، واستندت النظرية على مجموعة من الفروض وفقًا لكاتز وبلومر، وهي:**([[28]](#footnote-28))**

* استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يحقق لهم أهدافًا مقصودةً تلبي ما يطمحون إليه
* الجمهور هو عنصر فعال في عملية الاتصال.
* الوسيلة الإعلامية لا تستخدم الجمهور بل الجمهور هو من يستخدمها.
* يعلم الجمهور مدى الفائدة التي قد يجنيها نتيجة اختياره لوسائل الإعلام التي يتعرض لها، وهو أعلم أيضًا بدوافعه واحتياجاته.
* يتم التعرف إلى القيم السائدة في المجتمع وفقًا للمحتوى الذي يتابعه الجمهور، وليس المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام.

ويقوم المدخل على مقولة رئيسية وهي أن الجمهور قادر علي اختيار وسيلة أو وسائل اعلامية معينة لإشباع حاجة او حاجات معينة لديه.

وتعود جذور هذه النظرية إلى أربعينيات القرن العشرين حيث أدى ادراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي والثقافي، وادراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية تطور منظور العلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام, ووجود منطور جديد لهذه العلاقة، وكان ذلك تحولا كبيرا, حيث أكد هذا المدخل الي أن الجمهور كأحد العناصر الهامة في العملية الاتصالية تحول من عنصر سلبي إلى عنصر ايجابي فاعل في انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام، وكان ذلك ردة فعل أو انقلابا علي مفهوم قوة وسائل الاعلام كما في نظرية "الرصاصة" ونظرية "انتقال المعلومات على مرحلتين".**([[29]](#footnote-29))**

ويشير ويرنز وتانكرد إلى أن البحث في انواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينيات حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور (قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية....)، وذلك للتعرف على اسباب استخدام الجمهور لوسائل الإعلام ونشر النتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام، وخلال سنوات الحرب العالمية الثانية، أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدام وسائل الاعلام والإشباعات التي تحققها والتي تعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف:**([[30]](#footnote-30))**

* أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم
* يعتبر استخدام وسائل الاتصال من الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات
* التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضامين التي يشبع بها حاجاته, فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليست الوسائل هي التي تستخدمهم.
* يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع حاجاتهم.
* يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط. **([[31]](#footnote-31))**

**الأهداف التي تتحقق هي:**

* السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار أن الجمهور نشط.
* شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض.
* التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

**6. علاقة مدخل الاستخدامات والتأثيرات بالدراسة:**

من خلال دراستي للنظرية وتمحيصها ومحاولة الوقوف علي أهم مفاهيمها وفرضياتها ونتائجها أري أن مدخل الاستخدامات والتأثيرات من أهم المداخل النطرية التي تتفق وتخدم أهداف دراستي, حيث أن له علاقة مباشرة أو ضمنية مع موضوع دراستي, فان هذا المدخل له القدرة على ايصال الباحث لفهم الجمهور المستهدف بالبحث "عينة الدراسة", والتعرف على اتجاهاته ودوافعه وأنماط سلوكه وتفضيلاته، اضافة إلى أن الكثير من الباحثين أجمعوا على الدور الفعال الذي يلعبه مدخل الاستخدامات والتأثيرات في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فهذا المدخل يكشف النقاب عن انماط استخدام هذه التطبيقات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي.

ويري الباحث أن هذه النظرية ستساعد بشكل كبير في معرفة أنماط استخدام الشباب المصري لتطبيق تيك توك والتأثرات الناجمة عن هذا الاستخدام، من خلال دراسة حاجاته ودوافعه، والتعرف علي مدي ما يحققه من رضا مجتمعي. ويرتبط هذا أيضا بنوعية المضامين والرسائل الاتصالية المتوفرة والتي يريد الشباب التعرض لها، كما أن هذه النظرية ستساعد الباحث في التعرف على أمماط سلوك ودوافع استخدام الشباب المصري لتطبيق "تيك توك" في حياتهم اليومية على اعتبار أنه تطبيق حديث نسبيا ضمن لائحة التطبيقات الحديثة التي وفرتها وسائل التواصل الاجتماعي.

**خامسآ: الدراسات السابقة:**

**وتنقسم الي محورين:**

**المحور الأول: الدراسات السابقة التي اهتمت باستخدام الشباب لتطبيقات الإنترنت.**

**المحور الثاني: الدراسات السابقة التي اهتمت بالتأثرات الإجتماعية لمواقع التواصل الإجتماعي.**

**المحور الأول: الدراسات السابقة التي اهتمت باستخدام الشباب لتطبيقات الإنترنت:**

**وهنا سنركز أكثر علي الدراسات المتعلقة بتطبيق "التيك توك" محور الدراسة.**

**دراسة: (جعلاب وردة, بوشتة كاهينة. 2022) ([[32]](#footnote-32))**

وجاء هذه الدراسة للكشف عن تأثير الذي الشبكات الاجتماعية والفيسبوك خاصة على الأمن المجتمعي، من خلال طرح التساؤل التساؤل الرئيسي للدراسة: كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على الأمن المجتمعي في الجزائر؟

وللإجابة على هذا التساؤل فقد طبقت الدراسة المنهج الوصفي، من خلال استخدام استمارة الاستبيان التي تم تصميمها بعناية، انطلاقا من المعارف الشخصية للباحث والاعتماد على ما توفر من دراسات سابقة. وبعد تطبيق استمارة الاستبيان توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، كان أهمها أن موقع "فيس بوك" يؤثر على الأمن المجتمعي في الجزائر، من خلال النسب التي تعكس مختلف أشكال مساهمة وتفاعل أفراد العينة عبر موقع "فيس بوك" فيما يخص قضايا الأمن المجتمعي.

**دراسة: Guo, J. 2022, January)) ([[33]](#footnote-33))**

أوضحت هذه الدراسة أن تطبيق التيك توك يمتلك نطاقًا كبيرا من التأثير على الشباب، في التعليم وعلاقاتهم الاجتماعية ومهارتهم الإدراكية, الا أن التطبيق بشكل عام يوفر للأشخاص منصة للتعبير عن أنفسهم. وطالبت الدراسة ببعض التحسينات التي يمكن لـ TikTok إجراؤها في المستقبل, حيث يمكن لـ TikTok إجبار جميع القاصرين من الحصول على ضوابط للاستخدام، أي أن المراهقين الذين تقل أعمارهم عن 18 عامًا بحاجة إلى استخدام بطاقة الهوية الخاصة بهم لإنشاء حساب على TikTok. بهذه الطريقة يمكن لكل من إدارة TikTok وأولياء أمور المراهقين الإشراف بشكل أفضل علي استخدام القاصرين, وخلصت الدراسة الي أنه نظرًا لأن TikTok واحدة من أكثر التطبيقات وبرامج الوسائط انتشاراً، فانه يجب أن تتحمل مسؤولية الترويج لاستراتيجية إرشادية إيجابية ، والدعوة إلى مزايا الفيديو القصير، والمساهمة في تنمية مهارات ووعي المراهقين.

**دراسة: )بشرى بو طلحة، 2022(([[34]](#footnote-34))**

وتبنت هذه الدراسة اشكالية ظهور الاطفال علي تطبيق تيك توك واستغلالهم لكسب الشهرة وتحقيق اكبر عدد من المتفاعلين، خاصة مع التزايد الكبير للأفراد المستخدمين والمنخرطين في مواقع التواصل الاجتماعي والذين يقضون معظم اوقات فراغهم في التصفح ومشاهدة جميع ما يعرض في هذه المنصات، خاصة تطبيق تيك توك الذي عرف مؤخر انتشارا واسعا وتزايد رهيب لعدد المستخدمين.

كما أوضحت الدراسة أن ظاهرة استخدام الاطفال صمن فيديوهات هذا التطبيق تتم من دون أي ضوابط او قوانين تحكم وتحد استغلال هذه الفئة الضعيفة، لذلك بحثت الدراسة علاج اشكالية الظهور المدمن للأطفال في تطبيق تيك توك، حيث قامت بتجسيد هذه الإشكالية في التساؤل التالي "ما هو شكل ومضمون حضور الاطفال في تطبيق تيك توك بالجزائر؟"

**دراسة: (مها محمد 2021) ([[35]](#footnote-35))**

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة البحث في عينة قوامها (400) مفردة من طلاب الجامعات المصرية بواقع 200 ذكور و200 إناث من جامعات (بنى سويف – النهضة – المنيا)، اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء, كما أشارت الدراسة الي أنه لا يوجد فرق دال إحصائيا بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث ممن يتابعون فيديوهات التيك توك وتأثيرها على القيم الاجتماعية لديهم, الا أنه يوجد فرق دال إحصائيا بين متوسطات درجات الكليات النظرية ومتوسطات درجات الكليات العملية ممن يتابعون فيديوهات التيك توك وتأثيرها على القيم الاجتماعية لديهم, وأن تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك يؤثر على إدراكهم للقيم الاجتماعية.

**دراسة: Dilon, C. 2020) ) ([[36]](#footnote-36))**

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على استخدام تطبيق الهاتف المحمول Tiktok وخلصت الدراسة إلى أن استخدام التطبيق كان له تأثير سلبي ضئيل للغاية على قاعدة المستخدمين المستهدفين الرئيسيين., حيث حددت الدراسة إلى حد ما بعض الصعوبات في إدارة التطبيق بالمقارنة مع تطبيقات الوسائط الاجتماعية المماثلة., كما خلصت إلى أن استخدام التطبيق يبدو أنه أكثر اهتمامًا بالجمهور من المستخدمين الفعليين.

تمكنت هذة الدراسة أيضًا من تحديد انتشار Tiktok على مدار السنوات الثلاث الماضية وكيف أصبح مشاركًا مهمًا في دور المؤثرين ، مما خلق إمكانية ريادة الأعمال مع نموه, جيث أوصت هذه الدراسة بإجراء مزيد من البحث حول استخدام تطبيقات الوسائط الاجتماعية الشائعة ومزيد من المراقبة لتوسيع شعبية استخدامات تطبيقات الوسائط الاجتماعية بشكل عام.

**دراسة: Yang, Y., & Zilberg, I. E. 2020)) ([[37]](#footnote-37))**

قدمت هذه الدراسة خريطة عامة لفهم كيف يتعامل الشباب مع منصة الفيديوهات القصيرة الشهيرة TikTok، وقد اعتمدت الدراسة طرق اجراء المقابلات العشوائية للتحقيق والبحث في دوافع المستخدمين والتفاعلات وكذلك قدرات منصة تيك توك.

وتوصلت الدراسة الي أن الهروب من الواقع وتحسين الحالة المزاجية هما الدوافع الرئيسية لذلك، أما التعبير عن الذات والتواصل الاجتماعي مع الأصدقاء كانت الأسباب الفرعية.

كما اكتشفت الدراسة أيضًا أن TikTok ، كمنصة تحتفل بالتجارب البشرية الحقيقية، تحفز إبداع المستخدمين من خلال تصميم واجهات مستخدم بسيطة وسهلة التشغيل وأدوات التحرير الشاملة وا لوظيفية. بالإضافة الي العديد من الخصائص المسببة لإدمان التطبيق.

وقد اعتمدت الدراسة علي نظرية الاستخدامات والإشباعات لفهم لماذا وكيف يبحث الأفراد بنشاط عن وسائط معينة ويستخدمونها لتلبية احتياجات محددة.

**دراسة: (Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y .2019) ([[38]](#footnote-38))**

وتناولت هذه الدراسة أسباب تفضيل الشباب لتطبيق Tik Tok وتحليل استراتيجيات الاتصال الفريدة. التي يقوم عليه التطبيق، حيث أنه مع التطور السريع لعصر المعلومات يمكن لكل ثانية أن تنتج تجربة أداء جديدة، من خلال التطبيق الذي نال ثناء المستخدم من خلال نشر المحتوى الجيد والإبداع الإعلاني, وأوصت الدراسة الي ضرورة أن تستمر هذه التطبيقات في تحسين أنفسهم وخلق روح التنمية المستدامة بين المستخدمين, ومحاولة تلافي مشاكل التطبيق التي جعلت من الصعب الإشراف على المحتوي المقدم من خلاله.

وأوضحت الدراسة أن القوانين والاجراءات الصينية "دولة المنشأ" تفتقر للصرامة وأليات المراجعة والمراقبة، مما يؤدي الي انتهاكات القوانين والأنظمة غير المنضبطة وغير المقبولة، والتي تهدد بشكل كبير بيئة عمل الشبكة في الصين. لذلك يجب على الإدارات ذات الصلة صياغة القوانين ذات الصلة واللوائح وإدارة منصة فيديو الشبكة بشكل صارم. فقط عن طريق صياغة وثيقة أحكام مناسبة لبيئة الاتصال الحالية تساهم في تحسين استخدام التطبيق علي المدي البعيد.

**دراسة: (محمد خراب 2019) ([[39]](#footnote-39))**

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

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم ثقافة الاستهلاك وخصائصها وطبيعة استهلاك السلع الاتصالية بالإضافة إلى التعرف على مفهوم وخصائص تطبيق تيك توك وظروف نشأته، مع الإشارة إلى احصائيات راهنة تبرهن عن فرض التطبيق لنفسه علي السوق الجماهرية كذلك الوقوف على رؤية نقدية لمحتوى ثقافة استهلاك الشباب الجزائري لخدمات "تيك توك" توضح لنا جملة من الانعكاسات النفسية والاجتماعية والثقافية نتيجة استخدامه, وخلصت الدراسة إلى ان تطبيق تيك توك وضع خصيصا لخدمة مصالح مبتكريه وتحقيق اكير عدد من العائدات الربحية والتي لا تكون الا بتعزيز نزعة استهلاك الخدمات الترفيهية لهذا التطبيق، في رحلة لإثبات الذات وتحقيق الشهرة كهدف سهل ولا يتطلب جهد كبير مقارنة بما يستحقه من تضحيات في الحياة الواقعية, من خلال تحليل نمط استهلاك واستخدام الشباب لتطبيق تيك توك الذي اصبح يشكل خطرا يهدد القيم والمبادئ الرشيدة الموجهة.

**المحور الثاني: الدراسات السابقة التي اهتمت بالتأثيرات الإجتماعية لمواقع التواصل الإجتماعي:**

**دراسة: (صلاح عبدالمنعم, و. 2022) ([[40]](#footnote-40))**

وتبنت هذه الدراسة التعرف علي الدور الذي تلعبة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الفكر المتطرف بين صفوف الشباب وذلك من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعات, وقد توصلت الدراسة إلي ان أبرز دوافع العينة في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي هو التعرف علي أخر الأخبار و المعلومات و إيضاً توصلت إلي ان الجماعات المتطرفة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في تجنيد عناصر جديدة بها عن طريق بث مقاطع مصورة لبث الخوف و الرعب في صفوف الأفراد و بث مقاطع صورة لتدريب عناصرها الإرهابية, تنتمي هذه الدراسة إلي البحوث الوصفية و التي تستهدف تتبع ظاهرة معينه بغرض وصفها و تحليلها و معرفة الأسباب التي تقف ورائها, حيث اعتمدت الدراسة علي منهج ( المسح بالعينة), يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي من الذكور و الأʭث ʪلجامعات المصرية علي اختلاف أعمارهم, تم تطبيق الدراسة علي عينة قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي المصري بجامعة الزقازيق.

**دراسة: (محمد & وليد محمد الهادي عواد. 2022) ([[41]](#footnote-41))**

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثير هذا الاستخدام في الشعور بالاكتئاب والوحدة النفسية لديهم، في ظل عدة متغيرات هي: متغير كثافة الدخول لهذه المواقع، ومتغير نوع الموضوعات التي يتابعها الشباب، ومتغير عدد الأصدقاء على حساباتهم الشخصية، ومتغير النوع، ومتغير المستوى التعليمي، ومتغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي, وقد قام الباحث باختيار عينة عمدية من الشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بلغت 400 مفردة، وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها تصدر الواتس آب مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب عينة الدراسة، تلاه موقع الفيس بوك في المرتبة الثانية ثم موقع اليوتيوب في المرتبة الثالثة, وبالنسبة لاختبار فروض الدراسة فقد ثبت جزئياً صحة الفرض الرئيسي القائل باختلاف درجة الشعور بالاكتئاب باختلاف الخصائص الديموجرافية للشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. حيث كانت هناك فروق دالة إحصائياً بين متغير النوع والشعور بالاكتئاب وجاءت الفروق لصالح الإناث, كما ثبت جزئياً صحة الفرض الرئيسي القائل باختلاف درجة الشعور بالوحدة النفسية باختلاف الخصائص الديموجرافية للشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

**دراسة: (Cauberghe, V., & others. 2021) ([[42]](#footnote-42))**

وقد بحثت هذه الدراسة ما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة للمراهقين للتعامل مع مشاعر القلق والوحدة أثناء الحجر الصحي لـ COVID-19. وذلك من خلال دراسة استقصائية لـ 2165 مراهقًا (بلجيكيًا) (تتراوح أعمارهم بين 13 و 19 عامًا) لبحث كيف ساهمت مشاعر القلق والوحدة في مستوى سعادتهم ، وما إذا كانت استراتيجيات التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة (النشطة والعلاقات الاجتماعية والفكاهة) توسطت في هذه العلاقات, وقد كشفت أن الشعور بالوحدة كان له تأثير سلبي أكبر على سعادة المراهقين من مشاعر القلق. ومع ذلك أشار المشاركون القلقون إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في كثير من الأحيان للبحث عن طريقة للتكيف مع الوضع الحالي، وبدرجة أقل كوسيلة للبقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة. وكان التأثير غير المباشر للقلق على السعادة من خلال التأقلم النشط إيجابيًا بشكل ملحوظ. كما كان المشاركون الذين شعروا بالوحدة أكثر ميلًا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتعامل مع نقص التواصل الاجتماعي. ومع ذلك فإن استراتيجية التأقلم هذه لم تكن مرتبطة بشكل كبير بمشاعر السعادة لديهم. حيث كان التأقلم الفكاهي مرتبطًا بشكل إيجابي بمشاعر السعادة، لكنه لم يتأثر بالوحدة أو القلق, وتوصلت الدراسة الي أنه يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كاستراتيجية تكيف بناءة للمراهقين للتعامل مع مشاعر القلق أثناء الحجر لـ COVID-19.

**دراسة:**  (**Yu, T. K., & others. 2020) ([[43]](#footnote-43))**

وتبنت هذه الدراسة تطوير نموذج مفاهيمي والتحقق منه تجريبياً لاختبار الارتباطات بين مواقف الطلاب تجاه وسائل التواصل الاجتماعي وتجاربهم في استخدام تلك الوسائل والانغماس فيها, كان المشاركون 9633 طالبًا متوسط ​​أعمارهم 16 عامًا (4702 ذكور - 4931 إناث) تم اختيارهم عشوائيًا من 150 مدرسة ثانوية في تايوان, أكمل المشاركون استبيانات استقصائية تصف مواقفهم تجاه وسائل التواصل الاجتماعي ، وتجارب الانغماس ، والسمات الشخصية الخمسة الكبار, وتم تحديد العوامل التي تنبأت بالانغماس في وسائل التواصل الاجتماعي والمعتدل,. وسلطت نتائج هذه الدراسة الضوء على تأثير سمات شخصية معينة على الروابط بين المواقف تجاه وسائل التواصل الاجتماعي وانغماس الشباب عند التعامل مع منصات وسائل التواصل الاجتماعي., حيث أشارت النتائج إلى أنه يجب على المدارس والأسر وضع مبادئ توجيهية لحماية الشباب من الانغماس المفرط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي, وضمان الأمن المجتمعي عبر الإنترنت لمجموعة المستخدمين, وإرشاد الشباب بشأن الاستخدام السليم لوسائل التواصل الاجتماعي.

د**راسة: (بن مريم, فريطس, عائدة, لعرج. 2018) ([[44]](#footnote-44))**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين، وذلك بالتطبيق على عينة من مراهقي المدارس الثانوية, وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي, كما تم الاعتماد على أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات من المبحوثين أفراد العينة، قسمت إلى خمسة محاور, وقد تكونت عينة الدراسة من 124 مفردة من المراهقين، حيث توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها أن جميع أفراد عينة الدراسة يمتلكون حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي.

كما أشارت الدراسة الي أن الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي لم تجعل المراهقين يتخلون عن أخلاقهم, وأن أكثر المضامين الأخلاقية التي يطلع عليها معظم أفراد عينة الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس هي منشورات دينية, وأن المضامين الأخلاقية هذه تحتوي على نماذج للأخلاق, كما أن الحجم الساعي له علاقة بالتأثير على أخلاق المراهقين أفراد العينة بشكل سلبي.

**دراسة: Duffett, R. G. 2017)) ([[45]](#footnote-45))**

وهدفت هذه الدراسة الي بحث تأثير اتصالات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي التفاعلية على تكوين المواقف المعرفية والعاطفية والسلوكية للمراهقين في جنوب إفريقيا. كما تناولت الدراسة أيضاً بحث تأثير عدد من العوامل الإضافية مثل الاستخدام (الوصول ، وطول الاستخدام ، وتكرار تسجيل الدخول ، ومدة تسجيل الدخول ، وتحديث الملف الشخصي) والمتغيرات الديموغرافية (الجنس والعمر والمجموعة السكانية) على المستهلكين الشباب ومواقفهم تجاه اتصالات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي, وتم استخدام الاستبيان عبر ثلاثة استبيانات ذاتية الإدارة ، والتي تم توزيعها على أكثر من 13000 متعلم في الفئة العمرية من 13 إلى 18 عامًا في الكليات والمدارس الثانوية في جنوب إفريقيا. تم استخدام نموذج خطي معمم لتحليل البيانات الإحصائية, حيث أكدت الدراسة أن الاتصالات التسويقية عبر وسائل التواصل الاجتماعي كان لها تأثير إيجابي على كل عنصر من عناصر المواقف لدى المراهقين ، ولكن على نطاق متناقص ، وهو ما يرتبط بقمع الشراء. كما أظهرت النتائج أن المراهقين الذين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي لفترات طويلة ؛ قاموا بتحديث ملفاتهم الشخصية بشكل متكرر وكانوا من مجموعات السكان الملونين والسود ، وعرضوا الاستجابات السلوكية الأكثر ملاءمة لاتصالات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

**دراسة: (سمر غندر 2016) ([[46]](#footnote-46))**

تهدف هذه الدراسة الي التعرف علي العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها، والتعرف علي أهم مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدي الشباب الجامعي، والدوافع (النفعية- الطقوسة" لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل، والاشباعات المتحققة للشباب الجامعي من هذا الاستخدام، وطبقت الدراسة علي عينة عشوائية من الشباب الجامعي بلغت 400 مفردة من الذكور والاناث، كما استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة الي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مدي استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي والاشباعات المتحققة منها, وأن موقع "الفيس بوك" جاء في الترتيب الأول بينما تلاه في المرتبة الثانية موقع "تويتر"، كما جاء موقع "اليوتيوب" في المركز الثالث... إلخ, كما أن أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتاعي تمثل في دافع "ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل والوحدة، حيث جاء في مقدمة الدوافع الطقوسية بينما، جاء دافع التواصل مع الأخرين ومتابعة كل ما هو جديد علي الساحة الاعلامية في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الإجتماعي.

**دراسة: (حنــان، الشهـــري 2012) ([[47]](#footnote-47))**

وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف, اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من 150 (طالبة) تم اختيارهن بطريقة قصدية, وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع, وأن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة. والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً, وأن لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.

**التعقيب على الدراسات السابقة:**

**أولاً: عناصر الاتفاق:** اتفقت معظم الدراسات السابقة مع دراستي هذه من حيث:

* نوع الدراسة والمنهج المستخدم (البحوث الوصفية المنهج المسحي - وأداة جمع البيانات الاستبيان).
* النظرية المستخدمة (نظرية الاستخدامات والإشباعات ومدخل الإستخدامات ةالتأثيرات).
* الدراسات الخاصة بتطبيق "تيك توك" ركزت في جانب كبير منها علي أنماط استخدام التطبيق وتاثيره علي السلوك والقيم المجتمعية والاشباعات المحققة.

**ثانياً: عناصر الاختلاف:**

* اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث اشكالية الدراسة: استخدم الشباب المصري لتطبيق التيك توك وعلاقته بمستوي الرضا المجتمعي لديهم.

**عينة الدراسة:** الشباب المصري والفترة الزمنية للدراسة 2022/2023

**حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:**

لقد أفادت الدراسات السابقة في تحديد الخطة الأولية للدراسة الحالية ووجهت الباحث الي بعض المراجع الي جانب تحديد بعض المصطلحات والمفاهيم والتعرف على المناهج والادوات المستخدمة والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة.

كما استفاد كذلك منها في صياغة التساؤلات بما يتلاءم مع أهداف الدراسة الميدانية ودراسة المشكلة البحثية من زوايا جديدة لم يتم بحثها في الدراسات السابقة.

كما أنه خلال الملاحظة والمقارنة بين الدراسات العربية والدراسات الأجنبية وجد أن الدراسات الأجنبية أكثر تدقيقاً من الناحية التحليلية ولم تركز في ذلك فقط علي أنماط الاستخدام وتأثيره علي أنماط السلوك والقيم المجتمعية خاصة لدي الشباب والمراهقين, لكنها تناولت بالتحليل لأدوات تطبيق "تيك توك" تقنياته وأليات استخدامه وخرجت بنتائج وتوصيات للشركة المالكة للتطبيق.

وبالمقارنة أيضا بين الدراسات الأجنبية والدراسات العربية التي تناولت استخدام التيك توك ووسائل التواصل الاجتماعي وجدت اختلافا جوهريا في النتائج من ناحية حجم التاثير السلبي علي فئة المراهقين والشباب, فنسبة التأثير ضئيلة مقارنة بنتائج الدراسات العربية التي تناولت نفس المشكلة البحثية, الأمر الذي ستحاول الدراسة الوقوف علي أسبابه من خلال هذه الدراسة.

كما أن الدراسات الأجنبية أكثر اهتماما وتركيزا وتحليلا للمحتوي المقدم عبر تطبيق "التيك توك"، ودوافع الاستخدام, الي جانب تحليل أليات عمل التطبيق والاجراءات التي تتحكم في مراجعة ومراقبة المحتوي والاستخدام الخاطيء للتطبيق.

**سادساً: تساؤلات الدراسة:**

* ما كثافة استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك؟
* ما دوافع استخدام الشباب المصرى لتطبيق التيك توك؟
* ما مستوي إنتباه الشباب أثناء استخدامهم لتطبيق التيك توك؟ ؟
* ما مستوي إدراك الشباب المصرى لواقعية المحتوي المقدم عبر تطبيق التيك توك؟
* ما المتغيرات الديمغرافية (السن \_ النوع \_ البيئة \_ المستوي الإجتماعي \_ مستوي التعليم \_ المستوي الإقتصادي)؟
* ما مستوي الرضا المجتمعي لدي الشباب المصري؟

**سابعاً: فروض الدراسة:**

* توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك ومستوي الرضا المجتمعي لديهم.
* توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الشباب المصري ومستوي الرضا المجتمعي لديهم.
* تتأثر العلاقة بين كثافة استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك ومستوي الرضا المجتمعي لديهم بالمتغيرات التالية:-
* دوافع استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك.
* مستوي الانتباه أثناء استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك.
* مستوي إدراك الشباب المصري لواقعية المضمون المقدم عبر تطبيق التيك توك.
* مستوي التوقعات الاجتماعية لدي الشباب المصري.
* المتغيرات الديمغرافية (السن \_ النوع \_ البيئة \_ المستوي الإجتماعي \_ مستوي التعليم \_ المستوي الإقتصادي).

**ثامناً: تحديد المفاهيم والمصطلحات:**

**الاستخدام:**

**لغـــــــــــــة:** 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.**([[48]](#footnote-48))**

**اصطلاحاً:** يعرفه" يافس فرانسوا لوكواديك" بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار، وبتكرار الاستعمال واندماجه في ممارسات وعادات الفرد يمكن القول بأن الاستخدام وسيلة اعلامية وما يتحدد بالخلفيات الديمقراطية والاقتصادية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجيا هي مصدر ديمومة الاستخدام.**([[49]](#footnote-49))**

**تعريف الشباب:**

**لغـــــــــــــــــة:** يمكننا القول أن الشباب يقصد به الفتاء والحداثة ، شب شبابا وشبيبة، وحديث تجوز شهادة الصبيان على الكبار، يستشبون أي يستشهد منهم وكبر اذ بلغ والشباب جمع شباب وكذلك شبان ومعنى الشباب أيضا في معجم الوسيط من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة، والشباب هو الحداثة إلى الشيء له.**([[50]](#footnote-50))**

**التعريف الإجرائي للشباب:**

لقد اختلف تصنيف الشباب من مجتمع لآخر فقد صنف الشباب العربي وفق تمييز جامعة الدول العربية بالفئة العمرية المتراوحة ما بين 15 و۲۹ سنة، بينما حددته الأمم المتحدة والاتحاد الأوربي وبرامج الأورو- متوسطي بالفئة العمرية من 16 : 35 سنة.

وانطلاقا من هذه الدراسة يقصد بالشباب الفئة العمرية الممتدة من سن 16 إلى 35 سنة من شباب جمهورية مصر العربية.

**تعريف التيك توك:**

هو تطبيق صيني يقوم مستخدم التطبيق من خلاله بمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة والمتكررة من خلال الهواتف الذكية, وتقول الشركة المطور لتطبيق وهي شركة Byte Dance الصينية التي استحوذت على التطبيق Musically في شهر نوفمبر من العام الماضي وهو التطبيق الذي كان يوفر نفس الميزة، أن الهدف من تيك توك هو تشجيع المستخدمين على الابداع ومشاركة لحظاتهم المختلفة مباشرة من خلال هواتفهم.

**تعريف التيك توك إجرائياً:**

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

**تعريف الرضا المجتمعي:**

والرضا المجتمعي هو مرادف الرضا عن الحياة، وهو سمة نفسية تتکون لدى الفرد من خلال تقييمه لنوعية الحياة التى يعيشها فى ضوء ما لديه من مشاعر وأحاسيس واتجاهات وقدرة على التعامل مع البيئة المحيطة به، وما يشعر به من حماية وتلبية لحاجاته بصورة مرضية له، وقناعته بما يقدمه إليه والاحساس بالتقدير والاعتراف ( جمال تفاحة ، 2007).**([[51]](#footnote-51))**

**أما تعريف الباحث للرضا المجتمعي:**

هو تقدير ذاتي للفرد حسب تقييمه للحياة التي يعيشها مقارنة بالمستوي الذي يريده ويتطلع اليه وفقا لمعاييره الذاتية، مدفوع أيضا بادراكه وشعوره الذاتي بامتلاكه لامكانيات وقدرات خاصة تدعم تطلعه لاشباع حاجاته والاحساس بالتقدير والاعتراف وبلوغ ما يتطلع اليه من رضا مجتمعي, وهنا لابد من الاشارة الي أن مفهوم الرضا المجتمعي يختلف من شخص لأخر باختلاف السمات والخصائص الشخصية والبيئية والثقافية والقيم والأفکار والمبادئ التى يتصف بها الفرد.

**تاسعآ: الإجراءات المنهجية:**

**نوع ومنهج الدراسة:**

تنتمي هذه الدراسة الي الدرااسات الوصفية التي تهتم بوصف ظاهرة معينة, وهي في هذه الدراسة ظاهرة استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك ومستوي الرضا المجتمعي لديهم, واستخدمت منهج المسح بشقه الوصفي من خلال الإجابة علي تساؤلات الدراسة التي تصف متغيراتها, وشقه التحليلي من خلال اختبار فروض الدراسة التي تهتم بتحليل العلاقة بين متغيراتها.

**مجتمع الدراسة:**

ويتمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي تطبيق التيك توك من الشباب المصري.

**عينة الدراسة:**

يتم سحب عينة قوامها 400 مفردة من مستخدمي تطبيق التيك توك من الشباب المصري, وبراعي في العينة أن تكون ممثلة لجميع فئات المجتمع العمرية والإجتماعية والإقتصادية, وتكون ممثلة لكل محافطات المجتمع المصري.

**أداة جمع ­البيانات:**

يتم استخدام إستمارة الإستبيان الرأي لجمع البيانات من مستخدمي تطبيق التيك توك من الشباب المصري, وتتضمن الإستمارة عدة محاور تحتوي علي أسئلة ومقاييس للحصول علي قياسات ونتائج واضحة لمتغيرات الدراسة والتي تعبر عن تساؤلاتها.

**اختبارات الصدق والثبات:**

* يتم التأكد من ثبات استبيان استمارة الرأي من خلال اجراء اختبار ألفا كرون باخ لمقاييس الإستمار كل علي حدي, ثم للاستمارة لكل مقاييسها مجمعة.
* يتم التحقق من صدق المقياس الظاهري من خلال اخضاع استمارة الاستبيان لعدد من المحكمين للتأكد من الاستمارة تقيس بالفعل ما صممت لقياسه, ثم يتم التأكد من صدق المحتوي من خلال اجراء التحليل العاملي لمقاييس الاستمارة.

**التقسيم المقترح للدراسة:**

* **المقدمة**
* **الفصل الأول: االإطار المنهجي للدراسة**
* **الفصل الثاني: الإطار الفكري للدراسة**
* **الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية**
* **مناقشة نتائج الدراسة ومقترحاتها**

قائمة المراجع

ولهي, & كنزة. (2020). استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباعات المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة (Doctoral dissertation, جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

1. صالح أبو إصبع (2006)، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (الطبعة الخامسة)، عمّان: دار المجدلاوي، صفحة 140.
2. دشيشة عبد الرؤوف. تأثير محتوى تطبيق تيك توك على المراهقين في الجزائر-دراسة ميدانية على عينة من مراهقين متوسطة ابو كامل الشجاع بن اسلم-بوسعادة. Diss. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, 2022.

محمود اسماعيل (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (الطبعة الأولى)، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، صفحة 254.

القحطاني، عبدالإله بن محمد مبارك، باسرده & أحمد الشاعر. مشرف. (2019). استخدامات الشباب الجامعي السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها: سناب شات نموذجا (Doctoral dissertation, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية).

كاتب, فارس, عقون, دنيا, زياد, & إسماعيل. (2016). أثر إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي على سلوك الشباب الجزائري.

بن مريم، فريطس, عائدة, لعرج, & سمير (مشرفا). (2018). أثر إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين (Doctoral dissertation).‏

غندر، س. (2016). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها. مجلة کلية التربية النوعية-جامعة بورسعيد, 3(3), 182-210

أشراف, أمــيرة بنت يوسف بـــدري, الشهـــري, & حنــان بنت شعشوع. أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتويتر نموذجا (Doctoral dissertation, جدة: جامعـة الملـك عبد العـزيز. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية.

محمد خراب ۲۰۱۹) "ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك" رؤية نقدية" منشورة بالمجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد۲، العدد۲

مها محمد - "تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع" جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام 2021.

محمد يونس, محمد عبدالغفار "سمات المحتوي الإعلامي لتطبيق "التيك توك": دراسة مقارنة بين المنصات العربية والأجنبية" مجلة البحوث الاعلامية – جامعة الأزهر 2020.

**ثانيآ: الدراسات الأجنبية:**

Geyser, W. (2022). TikTok Statistics–63 TikTok Stats You Need to Know [2022 Update

Dilon, C. (2020). Tiktok influences on teenagers and young adults students: The common usages of the application tiktok. American Scientific Research Journal for Engineering, 68(1), 2313-4402.‏

Yang, Y., & Zilberg, I. E. (2020). Understanding Young Adults' TikTok Usage. Dostupno na.‏‏

Guo, J. (2022, January). Research on the Influence of TikTok on Teenagers. In 2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021) (pp. 1390-1393). Atlantis Press.‏‏‏

Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the causes of the “TikTok” app becoming popular and the existing problems. Journal of advanced management science, 7(2).‏

Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019, July). Analysis of the reasons and development of short video application-Taking Tik Tok as an example. In Proceedings of the 2019 9th International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019), Manila, Philippines (pp. 12-14).

بشرى بوطلحة. (2022). حضور الاطفال في موقع تيك توك بالجزائر دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات التطبيق (Doctoral dissertation, جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية).).‏

عبد العلي الودغيري; المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. القاموسية العربية الحديثة: بين تنمية الفُصحى وتحديث القاموس والتأريخ للمعجم. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات, 2019.

مرية قديدي. واقع إستخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا الجيل ال ا ربع في الج ا زئر د ا رسة مسحية على عينة من طلبة الإعلام والإتصال جامعة محمد خيضر–شتمة..

ابن منظور, أ. ا. ج. ا. م. ب. م. ا. د. ت. (2019). لسان العرب.

السادات شلبى, ع., & عالية. (2012). الرضا عن الحياة وعلاقته بتقدير الذات والوحدة النفسية في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية لدى الأخصائي الاجتماعي. مجلة بحوث التربية النوعية, 2012(27), 127-159..

عيشور. (2017). منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية.

سعيدة, ميساء, & بومشطة. (2017). تأثير الاشهار الصحفي على السلوك الاستهلاكي للطالب الجامعي الجزائري دراسة في الإستخدامات و الإشباعات.

**فهرس المحتويات**

**مقدمة 1**

**أولا: مشكلة الدراسة 2**

**ثانياً: أهمية الدراسة 2**

**ثالثاً: أهداف الدراسة 3**

**رابعاً: أسباب اختيار الموضوع 3**

**خامساً: المدخل النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباعات) 4**

**سادسآ: الدراسات السابقة 7**

**المحور الأول: الدراسات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة 7**

**المحور الثاني : الدراسات المتعلقة باستخدام تطبيق التيك توك 11**

**المحور الثالث: الدراسات التي اهتمت بتحليل أليات عمل التطبيق واشكاليات المحتوي 15**

**التعقيب على الدراسات السابقة 18**

**سابعاً: تساؤلات الدراسة 19**

**ثامناً: تحديد المفاهيم والمصطلحات 19**

**تاسعآ: الإجراءات المنهجية 22**

**التقسيم المقترح للدراسة 25**

**قائمة المراجع 26**

1. (جريو, دنيا, اعبكة, بشتة, & حنان (مشرفا). (2020). *اتجاهات الشباب نحو استخدام التيك توك وعلاقته بالقيم الاجتماعية* (Doctoral dissertationn).‏ [↑](#footnote-ref-1)
2. (محمد محمد السيد, ب., & بخيت. (2022). استخدام الأنشطة التنموية بمراکز الشباب في تنمية الوعي بمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي. مجلة کلية التربية (أسيوط), 38(5), 103-149 [↑](#footnote-ref-2)
3. (سلمي، سهام, & محمد الأخضر، عمار. (2021). خصوصية المحتوى الإعلامي عبر تطبيق" التيك توك. [↑](#footnote-ref-3)
4. (جريو, دنيا, اعبكة, بشتة, & حنان (مشرفا). (2020). *اتجاهات الشباب نحو استخدام التيك توك وعلاقته بالقيم الاجتماعية* (Doctoral dissertation).‏ [↑](#footnote-ref-4)
5. ([www.statista.com](https://www.statista.com/markets/) [↑](#footnote-ref-5)
6. (Al Izzami, Z., & Wahyunengsih, W. (2022). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA TIKTOK ON INCREASING ISLAMIC KNOWLEDGE AMONG STUDENTS. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, *5*(3), 217-226.‏ [↑](#footnote-ref-6)
7. (ولهي, & كنزة. (2020). استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباعات المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة (Doctoral dissertation, جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية). [↑](#footnote-ref-7)
8. (Kim, Jungee,& Rubin, M.Alan, "The Variable Influence Of Audience Activity On Effect", Communication Research, Sage Journals, Vol 24, No2, 1997, PP: 107-135 [↑](#footnote-ref-8)
9. (سارة محمود, "العوامل المؤثرة على استجابة الجمهور لالعالنات الدوائية بالفائيات العربية- دراسة تحليلية وميدانية "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان- كلية اآلداب, 2013م ، صــــ63. [↑](#footnote-ref-9)
10. (صفا فوزى, "استخدام األسر المصرية للمسلسالت العربية التي يعرضها التليفزيون المصرى وتأثيراتها عليهم"، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية اإلعالم، جامعة القاهرة, 2006 ، صـــــ154 [↑](#footnote-ref-10)
11. (Baran, J, Stanley& Davis, K, Dennis, "Mass Communication Theory: Foundation", Ferment And Future 3rd Edition, (Canada: Wads Worth), 2003, P:262 [↑](#footnote-ref-11)
12. (مى أبو السعود, "تأثير التعرض لدراما السيت كوم في منظومة القيم لدى الجمهور المصرى- دراسة تحليلية وميدانية "، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية اآلداب, جامعة حلوان، 2014 , .52،53 [↑](#footnote-ref-12)
13. (Kim, Juneekge& Rubin, M, Alan., Opcit. [↑](#footnote-ref-13)
14. (حسن عماد مكاوى، وليلى حسين السيد, "اًلتصال ونظرياته المعاصرة", الدار المصرية .247 ،246صـــ، 2003 ،4ط، البنان [↑](#footnote-ref-14)
15. (حسن عماد مكاوى، وليلى حسين السيد, مرجع سابق، صـــ408 -409. [↑](#footnote-ref-15)
16. (محمد عبد الحميد, مرجع سابق، صـــ303،302. [↑](#footnote-ref-16)
17. (بسنت محمد عطية, "استخدامات الشباب الجامعى للدراما األجنبية التي يعرها التليفزيون المصرى وعالقتها بقيمهم المجتمعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية اإلعالم، جامعة .68،69صـــ، 2011 ,القاهرة [↑](#footnote-ref-17)
18. (ملفين ديفلير وساندرا بول روكتش. ترجمة: كمال عبد الرؤوف, "نظريات وسائل اإلعالم"، الدار الدولية لإلستثمارات الثقافية، ط5 ،2004 ,صــــ425 [↑](#footnote-ref-18)
19. (محمد عبد الحميد, "نظريات اإلعالم واتجاهات التأثير"، عالم الكتب، ط3 ,2004 ، صـــ305 [↑](#footnote-ref-19)
20. (صفا فوزي, مرجع سابق، صـــ165. [↑](#footnote-ref-20)
21. (Baijing Hu & Di Zhang, "Channel selection and knowledge acquisition during the 2009 Beijing H1N1 flu crisis: a media system dependency theory perspective", Chinese Journal of Communication, 7:3, 2014, 299-318, Available at: [↑](#footnote-ref-21)
22. (نورة حمدي محمد أبو سنة، "عالقة التعرض للصحف السعودية الورقية واإللكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا"، مجلة البحوث اإلعالمية، جامعة األزهر, كلية اإلعالم بالقاهرة، العدد 43 ،يناير 2015 ، مصر ، ص ص 85 – 166.: [↑](#footnote-ref-22)
23. (نورة حمدي محمد أبو سنة، مرجع سابق. [↑](#footnote-ref-23)
24. (Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1997). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (pp. 300-310). New York: Longman. [↑](#footnote-ref-24)
25. (Nowak, K. L., & Fox, J. (2018). Avatars and computer-mediated communication: a review of the definitions, uses, and effects of digital representations. Review of Communication Research, 6, 30-53. [↑](#footnote-ref-25)
26. (Rubin, A. M., & Perse, E. M. (1987). Audience activity and soap opera involvement a uses and effects investigation. *Human communication research*, *14*(2), 246-268.

    . [↑](#footnote-ref-26)
27. (Haridakis, P. (2012). Uses and gratifications: A social and psychological perspective of media use and effects. *The international encyclopedia of media studies*.

    . [↑](#footnote-ref-27)
28. (صالح أبو إصبع (2006)، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (الطبعة الخامسة)، عمّان: دار المجدلاوي، صفحة 140 [↑](#footnote-ref-28)
29. (دشيشة عبد الرؤوف. تأثير محتوى تطبيق تيك توك على المراهقين في الجزائر-دراسة ميدانية على عينة من مراهقين متوسطة ابو كامل الشجاع بن اسلم-بوسعادة. Diss. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, 2022.

    . [↑](#footnote-ref-29)
30. (محمود اسماعيل (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (الطبعة الأولى)، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، صفحة 254. [↑](#footnote-ref-30)
31. (القحطاني، عبدالإله بن محمد مبارك، باسرده & أحمد الشاعر. مشرف. (2019). استخدامات الشباب الجامعي السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها: سناب شات نموذجا (Doctoral dissertation, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية).

    . [↑](#footnote-ref-31)
32. (جعلاب وردة, & بوشنة كاهينة. (2022). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي في الجزائر–فيسبوك نموذجا (Doctoral dissertation, جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية).

    . [↑](#footnote-ref-32)
33. (Guo, J. (2022, January). Research on the Influence of TikTok on Teenagers. In 2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021) (pp. 1390-1393). Atlantis Press. [↑](#footnote-ref-33)
34. (بشرى بوطلحة. (2022). حضور الاطفال في موقع تيك توك بالجزائر دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات التطبيق (Doctoral dissertation, جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية. [↑](#footnote-ref-34)
35. (مها محمد - "تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع" جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام 2021.. [↑](#footnote-ref-35)
36. (Dilon, C. (2020). Tiktok influences on teenagers and young adults students: The common usages of the application tiktok. American Scientific Research Journal for Engineering, 68(1), 2313-4402. [↑](#footnote-ref-36)
37. (Yang, Y., & Zilberg, I. E. (2020). Understanding Young Adults' TikTok Usage. Dostupno na.‏‏ [↑](#footnote-ref-37)
38. (Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019, July). Analysis of the reasons and development of short video application-Taking Tik Tok as an example. In Proceedings of the 2019 9th International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019), Manila, Philippines (pp. 12-14)

    . [↑](#footnote-ref-38)
39. (محمد خراب ۲۰۱۹) "ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك" رؤية نقدية" منشورة بالمجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد۲، العدد۲ [↑](#footnote-ref-39)
40. (صلاح عبد المنعم, و. (2022). اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و علاقته بنشر الفکر المتطرف بين الشباب المصري. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري, 4(1), 1-62. [↑](#footnote-ref-40)
41. (محمد, & وليد محمد الهادي عواد. (2022). استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى الشعور بالاكتئاب والوحدة النفسية لدى الشباب المصري. المجلة المصرية لبحوث الأعلام, 2022(79), 1-47.‏ [↑](#footnote-ref-41)
42. (Cauberghe, V., Van Wesenbeeck, I., De Jans, S., Hudders, L., & Ponnet, K. (2021). How adolescents use social media to cope with feelings of loneliness and anxiety during COVID-19 lockdown. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 24(4), 250-257.‏ [↑](#footnote-ref-42)
43. (Yu, T. K., Lee, N. H., & Chao, C. M. (2020). The moderating effects of young adults’ personality traits on social media immersion. Frontiers in Psychology, 11, 554106.‏‏ [↑](#footnote-ref-43)
44. (بن مريم, فريطس, عائدة, لعرج, & سمير (مشرفا). (2018). أثر إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين (Doctoral dissertation).‏ [↑](#footnote-ref-44)
45. (Duffett, R. G. (2017). Influence of social media marketing communications on young consumers’ attitudes. Young Consumers, 18(1), 19-39.‏ [↑](#footnote-ref-45)
46. (غندر، س. (2016). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها. مجلة کلية التربية النوعية-جامعة بورسعيد, 3(3), 182-210

    ‏ [↑](#footnote-ref-46)
47. (أشراف), أمــيرة بنت يوسف بـــدري, الشهـــري, & حنــان بنت شعشوع. أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتويتر نموذجا (Doctoral dissertation, جدة: جامعـة الملـك عبد العـزيز. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية). ‏ [↑](#footnote-ref-47)
48. (عبد العلي الودغيري; المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. القاموسية العربية الحديثة: بين تنمية الفُصحى وتحديث القاموس والتأريخ للمعجم. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات, 2019

    ‏ [↑](#footnote-ref-48)
49. (مرية قديدي. واقع إستخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا الجيل ال ا ربع في الج ا زئر د ا رسة مسحية على عينة من طلبة الإعلام والإتصال جامعة محمد خيضر–شتمة.. [↑](#footnote-ref-49)
50. (ابن منظور, أ. ا. ج. ا. م. ب. م. ا. د. ت. (2019). لسان العرب...

    ‏ [↑](#footnote-ref-50)
51. (السادات شلبى, ع., & عالية. (2012). الرضا عن الحياة وعلاقته بتقدير الذات والوحدة النفسية في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية لدى الأخصائي الاجتماعي. مجلة بحوث التربية النوعية, 2012(27), 127-159. [↑](#footnote-ref-51)