

جامعة ميدأوشن
كلية الإعلام والتسويق
بكالوريوس الإعلام الرقمي

الواجب الثالث — الإطار المنهجي للدراسة
(نظرية الدراسة، المنهج والنوع، العينة، أدوات جمع البيانات)

أنماط الخطاب الإعلامي للمؤثرين على تيك توك: دراسة تحليلية للمضمون

إعداد الطالب: عبدالله عبدالرحمن عباس
الرقم الأكاديمي: 232000682

إشراف: د. توفيق عمري

2026

أولاً: نظرية الدراسة (المنظور)

نظرية الاستخدامات والإشباع. تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تنطلق من أن الجمهور عنصر فاعل يختار وسائل الإعلام والمحتوى الذي يشبع حاجاته. وتنقسم دوافع متابعة الجمهور للمؤثرين على تيك توك إلى نوعين رئيسيين: البحث عن محتوى نافع (المعرفة والمعلومة)، والبحث عن محتوى مسلي (الترفيه والتسلية)، وهو الدافع الأكثر رواجاً في الوقت الحالي.

وتُفسر هذه النظرية موضوع الدراسة، إذ يستغل المؤثرون تجمع الجمهور الكبير حول المحتوى الترفيهي لدس الرسائل الترويجية والإعلانية داخله، فيصلون بذلك إلى أكبر عدد من المتابعين ويوجهون سلوكهم الاستهلاكي.

ثانياً: منهج الدراسة ونوعها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج تحليل المضمون (المحتوى) لوصف طبيعة المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على منصة تيك توك وتصنيفه كمياً وفق فئات محددة، بما يخدم تساؤلات الدراسة وأهدافها.

ثالثاً: عينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في المحتوى الذي ينشره المؤثرون على منصة تيك توك. وقد اختار الباحث عينة قصدية مكونة من (5) مؤثرين، بواقع (10) منشورات حديثة لكل مؤثر، أي ما مجموعه (50) منشوراً تمثل وحدات التحليل، وذلك خلال فترة زمنية محددة. وتُعد هذه العينة مناسبة لطبيعة الدراسة وحجمها.

ملاحظة: تُذكر في التقرير النهائي أسماء المؤثرين المختارين ومعايير اختيارهم (مثل عدد المتابعين ومجال المحتوى) وتاريخ سحب العينة.

رابعاً: أدوات جمع البيانات

استمارة تحليل المضمون. اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات، صمّمها الباحث لتصنيف منشورات العينة وتحليلها كمياً وفق الفئات الآتية:

1. فئة نوع المحتوى: (ترفيه / تجاري ترويجي / توعوي / لايف ستايل) — لمعرفة طبيعة ما يقدمه المؤثرون ونسبة المحتوى الترويجي مقابل المفيد.

2. فئة أسلوب الإقناع: (عقلي / عاطفي / فكاهة) — لرصد الأساليب التي يستخدمها المؤثرون للتأثير في المتابعين.

3. فئة وجود الإعلان والإفصاح عنه: (يوجد إعلان / لا يوجد) و(مُفصّل عنه / غير مُفصّل) — للكشف عن مظاهر التضليل ومدى شفافية المؤثر.

4. فئة مستوى التفاعل: (الإعجابات / التعليقات / المشاركات، مصنّفة: منخفض / متوسط / مرتفع) — لقياس مدى تأثير الجمهور بالمحتوى.

وقد رُوعي في تصميم الاستمارة أن تخدم تساؤلات الدراسة وأهدافها بشكل مباشر.