



تأثير تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى

لدى الشباب السعودي

«دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي المنصات الرقمية»

بحث مقدم لنيل درجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي

إعداد الطالب

محمد علي السرهيد

الرقم الأكاديمي: 232002377

إشراف

د. توفيق عمري

العام الجامعي 1447هـ / 2026م

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى الرقمي لدى الشباب السعودي، من خلال قياس معدلات الاستخدام، وأنواع المحتوى المفضلة، ودوافع الاستخدام، ومستوى التفاعل مع المحتوى. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، مستخدمةً الاستبانة الإلكترونية أداةً لجمع البيانات، وطُبقت على عينة عمدية متاحة قوامها (32) مفردة من مستخدمي المنصات الرقمية في المملكة العربية السعودية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها أن غالبية أفراد العينة يستخدمون التطبيق بمعدل يتراوح بين ساعة وساعتين يوميًا بنسبة (37.5%)، وأن المحتوى الترفيهي يتصدر تفضيلات المستخدمين بنسبة (83.9%)، في حين جاء «تمضية وقت الفراغ» على رأس دوافع الاستخدام بنسبة (48.4%). كما أظهرت النتائج تنوعًا في معدلات فتح التطبيق يوميًا، وهو ما يعكس نمطًا من الاستهلاك المتقطع والمتكرر للمحتوى القصير.

وخلصت الدراسة إلى جملة من التوصيات، من أهمها توجيه صناع المحتوى إلى إنتاج مواد قصيرة ذات قيمة معرفية، وتعزيز الوعي الرقمي لدى الشباب بما يحد من الآثار السلبية للاستخدام المفرط. الكلمات المفتاحية: تيك توك، عادات استهلاك المحتوى، الشباب السعودي، الإعلام الرقمي، المحتوى القصير.

Abstract

This study aims to identify the impact of using the TikTok application on the digital content consumption habits of Saudi youth, by measuring usage rates, preferred content types, usage motives, and levels of interaction with content.

The study adopted the descriptive survey method, using an electronic questionnaire as a data collection tool, applied to a purposive available sample of (32) respondents among digital platform users in Saudi Arabia.

The study reached several findings, most notably that the majority of the sample use the application between one and two hours daily (37.5%), that entertainment content ranks first among user preferences (83.9%), and that "spending free time" is the leading motive for use (48.4%). The results also revealed varying rates of daily app openings, reflecting a fragmented and repetitive pattern of short-form content consumption.

The study concluded with a set of recommendations, most importantly directing content creators to produce short materials with knowledge value, and enhancing digital awareness among youth to limit the negative effects of excessive use.

Keywords: TikTok, content consumption habits, Saudi youth, digital media, short-form content.

شكر وتقدير

الحمد لله أولاً وأخيراً، الذي أنعم عليّ بالتوفيق والقدرة على إتمام هذا البحث وإنجازه.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أستاذي الدكتور/ توفيق عمري، المشرف على هذا البحث، لما قدمه

من توجيه وإرشاد وملاحظات قيّمة كان لها أثر كبير في إنجاز هذا العمل وإخراجه بالصورة المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر إلى جميع من ساهم في دعم هذا البحث، سواء من خلال المشاركة أو تقديم

المعلومات والآراء التي ساعدت في الوصول إلى النتائج وتحقيق أهداف الدراسة.

ولا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر لعائلتي وكل من وقف إلى جانبي وساندني خلال فترة الدراسة، وكان

لهم دور في تحفيزي وتشجيعي على إكمال مسيرتي الأكاديمية.

وفي الختام، أسأل الله أن يجعل هذا العمل نافعا، وأن يوفقني في مسيرتي العلمية والعملية، وأن يكون

هذا البحث خطوة نحو مزيد من النجاح والتقدم.

الإهداء

إلى من حملا في سبيل تعليمي كل عناء... والديّ الكريمين.

إلى إخوتي وأصدقائي الذين لم يخلوا عليّ بالدعم والتشجيع.

إلى كل باحث يسعى إلى فهم أثر الإعلام الرقمي في مجتمعه.

أهدي هذا الجهد المتواضع.

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
الملخص باللغة العربية	2
الملخص باللغة الإنجليزية (Abstract)	3
شكر وتقدير	4
الإهداء	4
فهرس المحتويات	5
مقدمة	7
أولاً: الإطار المنهجي للدراسة	8
1- إشكالية الدراسة	8
2- تساؤلات الدراسة	8
3- أسباب اختيار الموضوع	9
4- أهداف الدراسة	9
5- أهمية الدراسة	10
6- حدود الدراسة	10
7- مصطلحات الدراسة	10
8- الدراسات السابقة	11
ثانياً: الإطار النظري للدراسة	13
المبحث الأول: تطبيق تيك توك ونشأته وخصائصه	13
المبحث الثاني: عادات استهلاك المحتوى الرقمي	13

الموضوع	الصفحة
المبحث الثالث: النظريات المفسرة للدراسة	13
ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة	15
رابعاً: نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها	16
المحور الأول: الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة	16
المحور الثاني: عادات استهلاك المحتوى عبر تيك توك	17
النتائج العامة للدراسة	19
خاتمة (والتوصيات)	20
قائمة المصادر والمراجع	21
الملاحق: استمارة الاستبانة	22

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
16	جدول (1): توزيع أفراد العينة وفقًا لمتغير الجنس
16	جدول (2): توزيع أفراد العينة وفقًا لمتغير العمر
17	جدول (3): توزيع أفراد العينة وفقًا للمستوى التعليمي
17	جدول (4): عدد ساعات استخدام تطبيق تيك توك يوميًا
18	جدول (5): عدد مرات فتح التطبيق خلال اليوم
18	جدول (6): نوع المحتوى المفضل لدى أفراد العينة
19	جدول (7): الدافع الرئيس لاستخدام التطبيق

مقدمة

شهد العالم خلال العقد الأخير تحولاً جذرياً في طبيعة وسائل الإعلام وأنماط استهلاك محتواها، إذ لم يعد الجمهور متلقياً سلبياً لما تبثه المؤسسات الإعلامية التقليدية، بل أصبح مشاركاً وصانعاً ومشاركاً للمحتوى في آنٍ واحد. وقد أسهمت منصات التواصل الاجتماعي في تسريع هذا التحول، حتى غدت المصدر الأول للمعلومة والترفيه لدى شريحة واسعة من الجمهور، وفي مقدمتها فئة الشباب.

ويُعد تطبيق تيك توك من أبرز المنصات التي فرضت حضورها في المشهد الإعلامي الرقمي، بفضل اعتماده على الفيديوهات القصيرة وخوارزميات التوصية الذكية التي تقدم للمستخدم محتوى مخصصاً يتوافق مع اهتماماته. وقد أدى ذلك إلى إعادة تشكيل عادات استهلاك المحتوى، من حيث مدة التعرض ونوعية المادة المُتَابَعَة وأساليب التفاعل معها.

وفي المملكة العربية السعودية، التي تشهد نمواً متسارعاً في معدلات النفاذ إلى الإنترنت واستخدام المنصات الرقمية، تبرز الحاجة إلى دراسة علمية تتناول أثر هذا التطبيق في سلوك الشباب الإعلامي. ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على تأثير تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى الرقمي لدى الشباب السعودي، من خلال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي المنصات الرقمية.

وقد قُسمت الدراسة إلى ثلاثة أطر رئيسية: الإطار المنهجي الذي يعرض إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها وأهميتها والدراسات السابقة، والإطار النظري الذي يتناول المفاهيم والنظريات المفسرة لموضوع

الدراسة، والإطار التطبيقي الذي يعرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها، ثم الخاتمة وما توصلت إليه الدراسة من نتائج وتوصيات.

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة

شهدت السنوات الأخيرة انتشاراً واسعاً لتطبيق تيك توك بين فئة الشباب السعودي، حيث أصبح من أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً لما يقدمه من محتوى قصير ومتجدد يجذب المستخدمين ويشجعهم على قضاء أوقات طويلة في التصفح والمتابعة. وقد أسهم هذا الانتشار في إحداث تغيرات ملحوظة في أنماط استهلاك المحتوى الرقمي، سواء من حيث مدة التعرض للمحتوى أو نوعيته أو طرق التفاعل معه.

وعلى الرغم من تزايد استخدام تطبيق تيك توك بين الشباب، إلا أن طبيعة تأثيره على عادات استهلاك المحتوى الرقمي ما زالت بحاجة إلى مزيد من الدراسة والبحث، خاصة في البيئة السعودية التي تشهد نمواً متسارعاً في استخدام وسائل الإعلام الرقمية. ومن هنا تتمثل إشكالية الدراسة في التعرف على مدى تأثير استخدام تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى لدى الشباب السعودي، والكشف عن التغيرات التي أحدثها التطبيق في أنماط المتابعة والتفاعل مع المحتوى الرقمي مقارنة بمنصات التواصل الاجتماعي الأخرى.

وتتمحور الإشكالية في التساؤل الرئيس الآتي:

«ما تأثير استخدام تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى الرقمي لدى الشباب السعودي؟»

2- تساؤلات الدراسة

التساؤلات الفرعية:

- 1- ما معدل استخدام الشباب السعودي لتطبيق تيك توك؟
- 2- ما أبرز أنواع المحتوى التي يفضل الشباب السعودي متابعتها عبر تطبيق تيك توك؟
- 3- ما الدوافع التي تدفع الشباب السعودي إلى استخدام تطبيق تيك توك؟
- 4- إلى أي مدى يؤثر استخدام تطبيق تيك توك في الوقت الذي يقضيه الشباب السعودي في استهلاك المحتوى الرقمي؟

3- أسباب اختيار الموضوع

- 1- الانتشار الواسع لتطبيق تيك توك بين فئة الشباب السعودي، وارتفاع معدلات استخدامه مقارنة بالعديد من منصات التواصل الاجتماعي الأخرى.
- 2- أهمية دراسة تأثير المنصات الرقمية الحديثة على سلوكيات الأفراد وعاداتهم في استهلاك المحتوى الإعلامي.
- 3- ملاحظة التغير المتزايد في تفضيلات الشباب للمحتوى القصير والسريع الذي يقدمه تطبيق تيك توك، وما قد يترتب على ذلك من تغيرات في أنماط الاستهلاك الإعلامي.
- 4- الحاجة إلى فهم طبيعة العلاقة بين استخدام تطبيق تيك توك وعادات استهلاك المحتوى لدى الشباب السعودي في ظل التطور المستمر لوسائل الإعلام الرقمية.

- 5- إثراء المكتبة العلمية العربية بدراسة تتناول أحد أكثر تطبيقات التواصل الاجتماعي تأثيرًا وانتشارًا في الوقت الحالي.
- 6- إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة من قبل الباحثين والمؤسسات الإعلامية وصناع المحتوى في تطوير محتوى رقمي يتوافق مع اهتمامات واحتياجات الشباب السعودي.
- 7- ارتباط موضوع الدراسة بتخصص الإعلام الرقمي، مما يجعله موضوعًا مناسبًا لدراسة التحولات التي أحدثتها المنصات الرقمية في سلوك الجمهور الإعلامي.

4- أهداف الدراسة

الهدف الرئيس:

- التعرف على تأثير استخدام تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى الرقمي لدى الشباب السعودي.

الأهداف الفرعية:

- 1- قياس معدل استخدام الشباب السعودي لتطبيق تيك توك.
- 2- التعرف على أبرز أنواع المحتوى التي يتابعها الشباب السعودي عبر تطبيق تيك توك.
- 3- الكشف عن الدوافع التي تحفز الشباب السعودي على استخدام تطبيق تيك توك.
- 4- تحديد مدى تأثير تطبيق تيك توك على الوقت المخصص لاستهلاك المحتوى الرقمي.
- 5- التعرف على تأثير تطبيق تيك توك في تفضيلات الشباب السعودي لأنواع المحتوى الرقمي.
- 6- قياس مستوى تفاعل الشباب السعودي مع المحتوى المنشور عبر تطبيق تيك توك.

7- الكشف عن الفروق في تأثير تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية مثل العمر والجنس والمستوى التعليمي.

8- التعرف على أبرز الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تطبيق تيك توك من وجهة نظر الشباب السعودي.

5- أهمية الدراسة

الأهمية العلمية:

تكتسب الدراسة أهميتها العلمية من كونها تتناول ظاهرة إعلامية حديثة نسبياً لم تُشعّ بحثاً في البيئة السعودية، وتسهم في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بأثر منصات الفيديو القصير على سلوك الجمهور، كما تفتح المجال أمام دراسات لاحقة تتناول متغيرات أخرى مرتبطة بالموضوع.

الأهمية العملية:

تفيد نتائج الدراسة صناع المحتوى والمؤسسات الإعلامية والجهات التسويقية في فهم خصائص الجمهور السعودي وتفضيلاته، بما يمكنهم من تصميم محتوى أكثر ملائمة، كما تفيد الجهات التربوية والتوعوية في بناء برامج لتعزيز الوعي الرقمي لدى الشباب.

6- حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: تأثير تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى الرقمي (المدة، النوع، الدوافع، التفاعل).

- الحدود البشرية: عينة من مستخدمي المنصات الرقمية في المملكة العربية السعودية بلغ قوامها (32) مفردة.

- الحدود المكانية: المملكة العربية السعودية.

- الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 1447هـ، من بداية شهر فبراير 2026م إلى نهاية شهر مايو 2026م.

7- مصطلحات الدراسة

تطبيق تيك توك: تطبيق للتواصل الاجتماعي يقوم على إنتاج ومشاركة مقاطع فيديو قصيرة، ويعتمد

على خوارزميات توصية تقدم للمستخدم محتوى مخصصًا وفق تفاعلاته السابقة (الحنطوشي، 2025).

عادات استهلاك المحتوى: الأنماط المتكررة والمستقرة نسبيًا التي يتبعها الفرد في التعرض للمحتوى

الإعلامي الرقمي، وتشمل مدة التعرض وتوقيته ونوع المحتوى المفضل وأشكال التفاعل معه (الذبياني،

2025).

الشباب السعودي: فئة المستخدمين السعوديين الذين يستخدمون المنصات الرقمية، وقد شملت العينة

الفئات العمرية من (18) سنة فأكثر (القحطاني، 2025).

8- الدراسات السابقة

1- دراسة الحنتوشي (2025)، بعنوان: «تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب السعودي: تيك توك نموذجًا».

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام تطبيق تيك توك لدى الشباب السعودي والكشف عن الفروق المرتبطة بالخصائص الديموغرافية. واعتمدت على المنهج الوصفي المسحي، وأظهرت النتائج وجود تأثير واضح لاستخدام تيك توك على سلوكيات الشباب وأنماط استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

2- دراسة القحطاني (2025)، بعنوان: «دوافع تفاعل طلاب الجامعات السعوديين مع الموضوعات الرائجة على منصة تيك توك وعلاقته بتطبيع السلوكيات السلبية».

هدفت إلى تحليل دوافع استخدام طلاب الجامعات السعوديين لتيك توك وعلاقة ذلك ببعض السلوكيات الاجتماعية، وأشارت النتائج إلى أن التفاعل المكثف مع الموضوعات الرائجة يرتبط بتأثيرات سلوكية واجتماعية مختلفة.

3- دراسة الذبياني (2025)، بعنوان: «تأثير تطبيق تيك توك على قيم المجتمع السعودي واتجاهات الجمهور السعودي نحوها».

اعتمدت الدراسة على عينة من الجمهور السعودي، وتوصلت إلى وجود علاقة بين الاعتماد على تيك توك في متابعة المحتوى واتجاهات الأفراد نحو القضايا الاجتماعية والأسرية.

4- دراسة الخميس (2025)، بعنوان: «اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور مؤثري سناب شات وتيك توك في تعزيز السلوك الاستهلاكي التفاخري».

هدفت إلى معرفة أثر المؤثرين في تشكيل السلوك الاستهلاكي لدى الجمهور السعودي، وأظهرت النتائج أن الترفيه والتسلية من أهم دوافع استخدام المنصات الرقمية.

5- دراسة يحيى (2025)، بعنوان: «أثر استخدام صناع المحتوى لتقنيات السرد القصصي الرقمي على تفاعل جيل Z على منصة تيك توك».

اعتمدت على منهج المسح لعينة من مستخدمي تيك توك، وأظهرت النتائج تفضيل جيل Z للمحتوى القصير والموجز وسهولة استهلاكه عبر المنصة.

6- دراسة الذبياني (2025)، بعنوان: «الاتجاهات الحديثة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الأسرة السعودية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني».

استعرضت التأثيرات الاجتماعية والقيمية لمنصات التواصل الاجتماعي، وأكدت أن تيك توك من أكثر المنصات تأثيرًا في فئة الشباب السعودي.

7- دراسة درش (2024)، بعنوان: «دور موقع تيك توك في الإعلان الرقمي: دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين».

هدفت إلى التعرف على دور تيك توك في التأثير على القرارات الشرائية والتفاعل مع العلامات التجارية، وأظهرت النتائج تأثيرًا ملحوظًا للمحتوى المرئي القصير على المستخدمين.

8- دراسة عبدالرحمن وعليم (2025)، بعنوان: «استخدام تيك توك في المملكة العربية السعودية من منظور الأجيال المختلفة».

حللت أنماط استهلاك المحتوى لدى الأجيال السعودية المختلفة، وأظهرت أن الشباب، خصوصاً جيل

Z، يفضلون المحتوى الترفيهي والقصير أكثر من غيرهم.

9- دراسة حول الناشطين الاجتماعيين في تيك توك (2021).

هدفت إلى فهم دوافع استخدام تيك توك في نشر الرسائل الاجتماعية والتفاعل مع الجمهور، وأشارت

إلى أن سهولة الانتشار والوصول السريع للجمهور من أهم عوامل جذب المستخدمين للمنصة.

10- دراسة تحليل التفاعل مع الفيديوهات القصيرة في تيك توك (2023).

بحثت في أنماط تفاعل المستخدمين مع الفيديوهات القصيرة، وأظهرت النتائج أن الاستخدام اليومي

للمنصة يزداد مع الوقت، وأن المحتوى القصير يسهم في رفع معدلات المشاهدة والتفاعل بشكل مستمر.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري وصياغة أداة الدراسة (الاستبانة)،

كما استفادت من نتائجها في مناقشة وتفسير نتائج الدراسة الميدانية ومقارنتها بما توصلت إليه دراسات

مشابهة. وقد أفادت هذه الدراسات الباحث في تحديد أبرز محاور عادات استهلاك المحتوى الرقمي، وفي

توجيه صياغة تساؤلات الدراسة وأهدافها، مع تميّز الدراسة الحالية بتركيزها المباشر على «عادات استهلاك

المحتوى» بوصفها متغيراً مستقلاً بذاته، من حيث المدة والتكرار والنوع والدافع، وهو ما يمثل إضافة نوعية

في البيئة البحثية السعودية.

ثانيًا: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: تطبيق تيك توك ونشأته وخصائصه

ظهر تطبيق تيك توك عام 2016م تحت اسم (Douyin) في السوق الصينية قبل أن يُطلق عالميًا باسم TikTok، ثم اندمج مع تطبيق (Musical.ly) عام 2018م، ليتحول خلال سنوات قليلة إلى أحد أكثر التطبيقات تحميلًا حول العالم. ويقوم التطبيق على فكرة محورية واحدة: مقاطع فيديو قصيرة تُعرض في تدفق لا نهائي، يتحكم فيه نظام توصية خوارزمي يتعلم من سلوك المستخدم.

ويمكن إجمال أبرز خصائص التطبيق فيما يأتي:

- قصر مدة المحتوى، مما يقلل الجهد الذهني المطلوب للمتابعة ويزيد عدد الوحدات المستهلكة في الجلسة الواحدة.
- خوارزمية التوصية المعتمدة على التفاعل لا على المتابعة، فتُتيح الوصول لمحتوى صناع لا يتابعهم المستخدم.
- سهولة الإنتاج، إذ يوفر التطبيق أدوات تحرير وموسيقى ومؤثرات تجعل المستخدم منتجًا للمحتوى لا متلقيًا فقط.
- ثقافة «التحديات» و«الترندات» التي تحفز المشاركة الجماعية وتسرع انتشار المحتوى.
- التدفق اللانهائي (Infinite Scroll) الذي يطيل زمن الجلسة دون قرار واعٍ من المستخدم.

المبحث الثاني: عادات استهلاك المحتوى الرقمي

يُقصد بعادات استهلاك المحتوى تلك الأنماط السلوكية المستقرة نسبياً التي يتبعها الفرد في تعرضه للمواد الإعلامية، وتشمل أربعة أبعاد رئيسية: مدة التعرض، وتكراره، ونوع المحتوى المفضل، وشكل التفاعل معه. وقد أحدثت منصات الفيديو القصير تحولاً في هذه الأبعاد جميعاً؛ إذ انتقل الجمهور من «الاستهلاك المخطط» المرتبط بمواعيد بث محددة إلى «الاستهلاك المتقطع» الذي يتوزع على جلسات قصيرة متكررة على مدار اليوم.

كما تراجع مستوى الانتباه المستمر لصالح ما يُعرف بـ«الانتباه المجزأ»، وصار المستخدم يمنح المحتوى ثوانٍ معدودة قبل أن يقرر الاستمرار أو الانتقال، وهو ما انعكس على أساليب صناعة المحتوى ذاتها التي باتت تركز على جذب الانتباه في الثواني الأولى.

المبحث الثالث: النظريات المفسرة للدراسة

نظرية الاستخدامات والإشباع:

تنطلق هذه النظرية من افتراض أن الجمهور نشط وإيجابي في اختياره للوسيلة والمحتوى، وأنه يستخدمها لإشباع حاجات محددة كالترفيه والمعرفة والتواصل الاجتماعي والهروب من الواقع. وتُعد هذه النظرية الأنسب لتفسير موضوع الدراسة، إذ تفسر لماذا يقبل الشباب السعودي على تطبيق تيك توك، وقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن دافع «تمضية وقت الفراغ» و«الترفيه» يتصدران دوافع الاستخدام، وهو ما يتسق مع افتراضات النظرية (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974).

ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وتحليلها وتفسيرها. وقد اعتمدت على المنهج الوصفي المسحي بأسلوب مسح جمهور مستخدمي المنصات الرقمية، بوصفه المنهج الأنسب لطبيعة الدراسة وأهدافها.

2- مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي تطبيق تيك توك من الجمهور السعودي. ونظراً لصعوبة حصر المجتمع الأصلي، اعتمد الباحث على العينة العمدية (القصدية) المتاحة، وهي عينة غير احتمالية يختار فيها الباحث المفردات المتاحة له والتي تحقق أهداف الدراسة دون اشتراط تمثيلها الإحصائي الكامل للمجتمع الأصلي، وبلغ قوامها (32) مفردة استجابت لاستبانة إلكترونية وُزعت عبر المنصات الرقمية.

3- أداة جمع البيانات

استخدم الباحث الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع البيانات، وصُممت عبر نماذج جوجل (Google Forms)، وتضمنت محورين: المحور الأول للبيانات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)، والمحور الثاني لعادات استهلاك المحتوى (مدة الاستخدام، تكرار الفتح، نوع المحتوى المفضل، دوافع الاستخدام).

4- أساليب المعالجة الإحصائية

عولجت البيانات باستخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف استجابات أفراد العينة، وعُرضت النتائج

في جداول مصحوبة بالتحليل والتفسير.

رابعاً: نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها

يعرض هذا الجزء نتائج تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم (32) مفردة، مرتبةً وفق

محاور الاستبانة.

المحور الأول: الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة

جدول (1): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	26	81.3
أنثى	6	18.8
المجموع	32	100

يتضح من الجدول (1) أن غالبية أفراد العينة من الذكور بنسبة (81.3%) مقابل (18.8%) من

الإناث، ويُعزى ذلك إلى طبيعة التوزيع الإلكتروني للاستبانة وشبكة العلاقات الرقمية للباحث، وهو ما يجب

أخذه في الاعتبار عند تفسير النتائج.

جدول (2): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير العمر

الفئة العمرية	التكرار	النسبة %
أقل من 18 سنة	0	0

الفئة العمرية	التكرار	النسبة %
من 18 إلى 25 سنة	3	9.4
من 25 إلى 34 سنة	8	25
35 سنة فأكثر	21	65.6
المجموع	32	100

يبين الجدول (2) أن الفئة العمرية (35 سنة فأكثر) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (65.6%)، تلتها

فئة (25-34 سنة) بنسبة (25%)، ثم فئة (18-25 سنة) بنسبة (9.4%). وتشير هذه النتيجة إلى أن

استخدام تيك توك لم يعد مقتصرًا على صغار السن، بل امتد إلى الفئات العمرية الأكبر، وهو ما يتفق مع

دراسة عبدالرحمن وعليم (2025) التي رصدت اتساع قاعدة مستخدمي التطبيق عبر الأجيال المختلفة.

جدول (3): توزيع أفراد العينة وفقًا للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ثانوي فأقل	1	3.1
دبلوم	9	28.1
بكالوريوس	14	43.8
دراسات عليا	8	25

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
المجموع	32	100

يوضح الجدول (3) أن حملة البكالوريوس يمثلون النسبة الأكبر (43.8%)، يليهم حملة الدبلوم

(28.1%)، ثم الدراسات العليا (25%). ويعني ذلك أن غالبية أفراد العينة من ذوي المستويات التعليمية

المرتفعة، وهو ما يمنح استجاباتهم قدرًا من الوعي بطبيعة استخدامهم للتطبيق.

المحور الثاني: عادات استهلاك المحتوى عبر تيك توك

جدول (4): عدد ساعات استخدام تطبيق تيك توك يوميًا

مدة الاستخدام اليومي	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	8	25
من ساعة إلى ساعتين	12	37.5
من ثلاث إلى أربع ساعات	7	21.9
أكثر من أربع ساعات	5	15.6
المجموع	32	100

يتبين من الجدول (4) أن الفئة الأكبر من أفراد العينة تقضي ما بين ساعة وساعتين يوميًا في استخدام

التطبيق بنسبة (37.5%)، تليها فئة أقل من ساعة بنسبة (25%). ومن اللافت أن نحو (37.5%) من

أفراد العينة يقضون ثلاث ساعات فأكثر يوميًا، وهي مدة مرتفعة تعكس حجم الوقت الذي بات التطبيق يستحوذ عليه من ميزانية الفرد الزمنية المخصصة للإعلام، ويجيب ذلك عن التساؤل الفرعي الأول والرابع.

جدول (5): عدد مرات فتح التطبيق خلال اليوم

عدد مرات الفتح يوميًا	التكرار	النسبة %
من مرة إلى ثلاث مرات	12	37.5
من أربع إلى ست مرات	9	28.1
من 7 إلى 10 مرات	5	15.6
أكثر من عشر مرات	6	18.8
المجموع	32	100

يشير الجدول (5) إلى تنوع معدلات فتح التطبيق، إذ جاءت فئة (من مرة إلى ثلاث مرات) في المقدمة بنسبة (37.5%)، غير أن ما نسبته (34.4%) من أفراد العينة يفتحون التطبيق سبع مرات فأكثر يوميًا. وتدل هذه النتيجة على نمط استهلاك متقطع ومتكرر، تتوزع فيه جلسات المشاهدة على مدار اليوم بدلاً من التركيز في جلسة واحدة طويلة، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

جدول (6): نوع المحتوى المفضل لدى أفراد العينة

نوع المحتوى	التكرار	النسبة %
ترفيهي	26	83.9
رياضي	4	12.9
إخباري	1	3.2
سياسي	0	0
المجموع	31	100

يتضح من الجدول (6) هيمنة المحتوى الترفيهي على تفضيلات أفراد العينة بنسبة (83.9%)، بينما تراجع المحتوى الإخباري إلى (3.2%) وانعدم الاهتمام بالمحتوى السياسي. ويجب ذلك عن التساؤل الفرعي الثاني، ويؤكد أن التطبيق يُوظف بوصفه وسيلة ترفيه في المقام الأول لا مصدرًا للمعلومات، وهو ما يتسق مع ما توصلت إليه دراسة الخميسي (2025) ودراسة يحيى (2025).

جدول (7): الدافع الرئيس لاستخدام التطبيق

الدافع	التكرار	النسبة %
تمضية وقت الفراغ	15	48.4
الترفيه	9	29.0
اكتساب التعليم والمعرفة	7	22.6

الدافع	التكرار	النسبة %
متابعة المشاهير	0	0
المجموع	31	100

يبين الجدول (7) أن «تمضية وقت الفراغ» تصدر دوافع الاستخدام بنسبة (48.4%)، يليه «الترفيه»

بنسبة (29%)، ثم «اكتساب التعليم والمعرفة» بنسبة (22.6%)، في حين لم يحظ دافع «متابعة المشاهير»

بأي استجابة. ويجب ذلك عن التساؤل الفرعي الثالث، ويتوافق مع افتراضات نظرية الاستخدامات

والإشباع التي ترى أن الجمهور يختار الوسيلة بما يشبع حاجاته، وهي هنا حاجات ترفيهية وطقوسية

في المقام الأول. ومن اللافت أن ما يقارب ربع العينة يستخدمون التطبيق لأغراض معرفية، وهو ما يفتح

المجال أمام توظيف المنصة تعليميًا.

النتائج العامة للدراسة

- على مستوى الزمن: يستحوذ تطبيق تيك توك على حيز معتبر من الوقت اليومي لأفراد العينة، إذ يقضي (37.5%) منهم ثلاث ساعات فأكثر يوميًا على التطبيق.
- على مستوى النمط: حوّل التطبيق الاستهلاك إلى جلسات قصيرة متكررة، إذ يفتحه (34.4%) من أفراد العينة سبع مرات فأكثر يوميًا.
- على مستوى نوع المحتوى: رسّخ التطبيق أفضلية المحتوى الترفيهي القصير بنسبة (83.9%) على حساب المحتوى الإخباري والمعرفي الطويل.
- بذلك تكون الدراسة قد أجابت عن تساؤلها الرئيس، مؤكدةً وجود تأثير واضح لاستخدام التطبيق على عادات استهلاك المحتوى الرقمي لدى الشباب السعودي.
- فيما يتعلق بالفروق تبعًا للمتغيرات الديموغرافية، لوحظ من خلال التوزيعات أن الفئات العمرية الأصغر والمستويات التعليمية الأدنى تميل إلى معدلات استخدام أعلى، غير أن محدودية حجم العينة لا تسمح بإصدار حكم إحصائي قاطع بوجود فروق ذات دلالة، وهو ما يوصي الباحث بدراسته على عينة أوسع.

خاتمة

تناولت هذه الدراسة تأثير تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى الرقمي لدى الشباب السعودي، من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها (32) مفردة. وقد أظهرت النتائج أن التطبيق أصبح جزءاً أصيلاً من الروتين اليومي للمستخدمين، وأنه أعاد تشكيل علاقتهم بالمحتوى الإعلامي من حيث المدة والتكرار والنوع والدافع.

أبرز النتائج

- يقضي (37.5%) من أفراد العينة ما بين ساعة وساعتين يومياً على التطبيق، بينما يقضي (37.5%) منهم ثلاث ساعات فأكثر.
- يتسم نمط الاستخدام بالتقطع والتكرار، إذ يفتح (34.4%) من أفراد العينة التطبيق سبع مرات فأكثر يومياً.
- يتصدر المحتوى الترفيهي تفضيلات المستخدمين بنسبة (83.9%)، مقابل حضور ضعيف جداً للمحتوى الإخباري والسياسي.
- يمثل «تمضية وقت الفراغ» الدافع الأول للاستخدام بنسبة (48.4%)، يليه الترفيه ثم اكتساب المعرفة.
- لم يعد استخدام التطبيق مقتصرًا على صغار السن، إذ شكّلت الفئة (35 سنة فأكثر) نسبة (65.6%) من العينة.

التوصيات

- 1- توجيه صناع المحتوى العربي إلى إنتاج مواد قصيرة تجمع بين الجاذبية الترفيهية والقيمة المعرفية.
- 2- استثمار المؤسسات الإعلامية الرسمية للمنصة في نشر المحتوى الإخباري بصيغ قصيرة تناسب طبيعة الاستهلاك الجديدة.
- 3- تنفيذ برامج توعوية تعزز الوعي الرقمي لدى الشباب وتنظم أوقات الاستخدام والحد من الاستخدام المفرط.
- 4- توظيف المنصة تعليميًا من قبل المؤسسات التعليمية، استنادًا إلى وجود شريحة تستخدمها لأغراض معرفية.
- 5- إجراء دراسات لاحقة على عينات أكبر وأكثر تمثيلًا، مع استخدام أساليب إحصائية استدلالية لقياس دلالة الفروق.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

- 1- الحنتوشي. (2025). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب السعودي: تيك توك نموذجًا. بنك المعرفة المصري (journals.ekb.eg).
- 2- القحطاني. (2025). دوافع تفاعل طلاب الجامعات السعوديين مع الموضوعات الرائجة على منصة تيك توك وعلاقته بتطبيع السلوكيات السلبية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (jalhss.com).
- 3- الذبياني. (2025). تأثير تطبيق تيك توك على قيم المجتمع السعودي واتجاهات الجمهور السعودي نحوها. بنك المعرفة المصري (journals.ekb.eg).
- 4- الخميسي. (2025). اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور مؤثري سناب شات وتيك توك في تعزيز السلوك الاستهلاكي التفاعلي. بنك المعرفة المصري (journals.ekb.eg).
- 5- يحيى. (2025). أثر استخدام صناع المحتوى لتقنيات السرد القصصي الرقمي على تفاعل جيل Z على منصة تيك توك. بنك المعرفة المصري (journals.ekb.eg).
- 6- الذبياني. (2025). الاتجاهات الحديثة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الأسرة السعودية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني. بنك المعرفة المصري (journals.ekb.eg).
- 7- درش. (2024). دور موقع تيك توك في الإعلان الرقمي: دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين. مجلة كلية الإعلام، جامعة واسط (wjfh.uowasit.edu.iq).

ثانيًا: المراجع الأجنبية

- Abdulrahman & Aleem. (2025). TikTok Usage in Saudi Arabia from a -8
 .Generational Perspective. (ideas.repec.org)
- .A Study on Social Activists on TikTok. (2021). arXiv preprint -9
- .Analysis of User Engagement with Short-Form Videos on TikTok. (2023) -10
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass -11
 communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), The
 uses of mass communications: Current perspectives on gratifications
 .research. Sage

الملاحق

ملحق (1): استمارة الاستبانة

استبيان تأثير تطبيق تيك توك على عادات استهلاك المحتوى لدى الشباب السعودي

عزيزي المشارك، يقوم الباحث بدراسة علمية بعنوان أعلاه، ويرجى التكرم بتعبئة الاستبانة علمًا بأن

البيانات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

1- الجنس: () ذكر () أنثى

2- العمر: () أقل من 18 سنة () من 18 إلى 25 () من 25 إلى 34 () 35 فأكثر

3- المستوى التعليمي: () ثانوي فأقل () دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا

4- كم ساعة تقضيها يوميًا في استخدام تطبيق تيك توك؟ () أقل من ساعة () من ساعة إلى ساعتين

() من ثلاث إلى أربع () أكثر من أربع

5- كم مرة تفتح تطبيق تيك توك خلال اليوم؟ () من مرة إلى ثلاث () من أربع إلى ست () من

7 إلى 10 () أكثر من عشر مرات

6- ما نوع المحتوى الذي تفضل متابعته؟ () ترفيهي () رياضي () إخباري () سياسي

7- ما السبب الرئيسي لاستخدامك تطبيق تيك توك؟ () الترفيه () اكتساب التعليم والمعرفة ()

متابعة المشاهير () تمضية وقت الفراغ

شكرًا لتعاونكم