

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي
دوافع اعتماد الجمهور على منصة تيك توك كمصدر للمحتوى الترفيهي
دراسة ميدانية

إعداد: اميره سليمان الجهني

الرقم الأكاديمي: 232001903

إشراف:

د. توفيق عمري

مشكلة الدراسة

شهد العقد الأخير تحولات جذرية في المشهد الإعلامي والاتصالي، فرضتها الثورة الرقمية التي أعادت تشكيل أنماط استهلاك الجمهور للمحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله، ولعلّ أبرز ملامح هذا التحول يتجلى في الصعود المتسارع لمنصات التواصل الاجتماعي التي لم تعد مجرد أدوات للتواصل بين الأفراد، بل تحولت إلى بيئات إعلامية متكاملة تقدّم محتوى متنوعاً يلبي حاجات الجمهور المعرفية والنفسية والاجتماعية والترفيهية على حدّ سواء، وقد أسهمت التطورات التقنية المتلاحقة في تمكين هذه المنصات من منافسة وسائل الإعلام التقليدية بل والتفوق عليها في كثير من الأحيان، لا سيما في ما يتعلق بالمحتوى الترفيهي الذي بات يستقطب شرائح واسعة من الجمهور بمختلف أعمارهم ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية.

و برزت منصة تيك توك بوصفها واحدة من أكثر المنصات الرقمية انتشاراً وتأثيراً على المستوى العالمي، إذ تجاوز عدد مستخدميها النشطين أكثر من مليار مستخدم شهرياً وفقاً لإحصائيات حديثة، وهو ما يعكس حجم الإقبال الجماهيري الكبير على هذه المنصة التي تعتمد في جوهرها على مقاطع الفيديو القصيرة ذات الطابع الترفيهي الجذاب، وقد تميّزت المنصة عن غيرها بخوارزميات ذكية قادرة على تخصيص المحتوى وفقاً لتفضيلات كل مستخدم، فضلاً عن أدوات إبداعية متقدمة تتيح لصنّاع المحتوى إنتاج مقاطع ترفيهية متنوعة تشمل الكوميديا والموسيقى والرقص والتحديات والمحاكاة الساخرة وغيرها من الأنماط التي تستأثر باهتمام الجمهور.

وبمراجعة الأدبيات السابقة يتّضح أن الدراسات التي تناولت منصة تيك توك قد توزّعت على محاور متعددة، غير أنها لم تتناول العلاقة المباشرة بين دوافع الاعتماد والمحتوى الترفيهي بشكل متكامل. فمن ناحية المتغيّر المستقل، ركّزت دراسة السلمي والعبدي والزهراني (2025) على دوافع وإشباعات طلبة جامعة الملك عبد العزيز دون تخصيص المحتوى الترفيهي كمتغيّر تابع مستقل، بينما تناولت دراسة الشطييري والزهراني (2025) الإشباعات بشكل عام دون التمييز بين أنواع المحتوى

ومن ناحية المتغيّر التابع، تناولت دراسة العايب ورمضان (2023) المحتوى الترفيهي واختراق القيم الثقافية لدى الشباب الجزائري من زاوية ثقافية لا من زاوية الدوافع، وحلّلت دراسة قراد وشباط (2024) صناعة

الترفيه من منظور نقدي يركّز على سطحية المحتوى دون ربطه بدوافع الجمهور، وبحثت دراسة مهدي ومحمد (2025) استخدام الجمهور الكردي للمحتوى الترفيهي في المنصات الرقمية عمومًا لا في تيك توك خصوصًا، بينما تناولت رسالة أبزاح (2024) المحتوى الإعلامي الترفيهي عبر منصات التواصل مجتمعةً دون أفراد تيك توك بالدراسة.

وعلى الرغم من الاهتمام الأكاديمي المتزايد بدراسة منصة تيك توك في السنوات الأخيرة، إلا أن معظم الدراسات ركّزت على جوانب محددة كتأثير المنصة على القيم الأخلاقية والاجتماعية أو دورها في التسويق والإعلان أو علاقتها بالصحة النفسية، في حين لا تزال العلاقة بين دوافع الاعتماد على المنصة وبين استهلاك المحتوى الترفيهي تحديدًا تمثل فجوة بحثية تستدعي مزيدًا من الاستكشاف والتعمق.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة الحالية في محاولة الإجابة عن التساؤل الرئيسي: **ما دوافع اعتماد الجمهور على منصة تيك توك كمصدر للمحتوى الترفيهي؟**

أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي:

ما دوافع اعتماد الجمهور على منصة تيك توك كمصدر للمحتوى الترفيهي؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما الدوافع النفعية التي تدفع الجمهور إلى الاعتماد على منصة تيك توك كمصدر للمحتوى الترفيهي؟

2. ما الدوافع الطقوسية التي تدفع الجمهور إلى الاعتماد على منصة تيك توك كمصدر للمحتوى الترفيهي؟

3. ما أنماط المحتوى الترفيهي الأكثر متابعةً من قِبل الجمهور على منصة تيك توك؟

4. ما مستوى الإشباع المتحققة لدى الجمهور من التعرّض للمحتوى الترفيهي عبر منصة تيك توك؟

5. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع الاعتماد على منصة تيك توك تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية؟

فروض الدراسة

الفرض الرئيسي:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع اعتماد الجمهور على منصة تيك توك ومستوى استهلاكهم للمحتوى الترفيهي المقدم عبرها.

الفروض الفرعية:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفسية لاعتماد الجمهور على منصة تيك توك ومستوى تعرّضهم للمحتوى الترفيهي.

2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية لاعتماد الجمهور على منصة تيك توك ومستوى الإشباع المتحققة من المحتوى الترفيهي.

3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الاجتماعية لاعتماد الجمهور على منصة تيك توك ومستوى تفاعلهم مع المحتوى الترفيهي.

4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع اعتماد الجمهور على منصة تيك توك كمصدر للمحتوى الترفيهي تُعزى إلى متغير الجنس.

5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع اعتماد الجمهور على منصة تيك توك كمصدر للمحتوى الترفيهي تُعزى إلى متغير العمر.

6. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الإشباع المتحققة من المحتوى الترفيهي على منصة تيك توك تُعزى إلى معدّل الاستخدام اليومي للمنصة

الدراسات السابقة

دراسة (شلط والحسني، 2023) : بعنوان " استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباعات المحققة منه: دراسة ميدانية على الشباب الفلسطيني والمغربي"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أنماط استخدام الشباب الفلسطيني والمغربي لتطبيق التيك توك، وتحديد الدوافع الكامنة وراء هذا الاستخدام، ورصد أبرز الإشباعات المتحققة منه، وذلك في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي المعروف بمسح جمهور وسائل الإعلام، حيث استُخدمت صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع البيانات الميدانية من المبحوثين. وتكونت العينة من 597 مفردة من الشباب الفلسطيني والمغربي، تم اختيارهم بطريقة تضمن التنوع الجغرافي والديموغرافي.

وتوصلت النتائج إلى أن الغالبية العظمى من المستخدمين ينتمون إلى الفئة العمرية (20-25 سنة)، وأن نسبة 84.6% منهم بدأوا استخدام التطبيق منذ أقل من سنتين بمعدل زمني لا يتجاوز ساعتين يومياً، كما تبين أن 86.2% من المبحوثين يستخدمون التطبيق بصفتهم زائرين (أي مشاهدين دون إنشاء محتوى)، وجاء دافع "البحث عن التسلية والترفيه" في المرتبة الأولى ضمن دوافع الاستخدام، فيما حلت الإشباعات الترفيهية في صدارة الإشباعات المتحققة، مع إشارة 95.8% من العينة إلى أن التطبيق لا يؤثر بشكل جوهري على نمط حياتهم أو تفكيرهم.

وأوصت الدراسة بضرورة أن يركّز الآباء والأمهات على توعية أبنائهم بالاستخدام الرشيد لتطبيقات التواصل الاجتماعي، وتدرّس مادة التربية الإعلامية للشباب في مختلف التخصصات الجامعية، ومحاربة مقاطع الفيديو المسيئة من قبل الأفراد والمؤسسات المعنية، والاستفادة من إمكانيات التطبيق في عمليات التنمية المجتمعية الشاملة، فضلاً عن وضع قيود تشريعية وقانونية ومواثيق أخلاقية تنظّم عملية النشر الرقمي.

دراسة (السلمي وآخرون، 2025) : بعنوان " دوافع استخدام طلبة جامعة الملك عبد العزيز لموقع تيك توك وإشباعاتهم المتحققة منه: دراسة ميدانية"

هدفت الدراسة إلى التعرف بشكل معمق على الدوافع التي تقف وراء استخدام طلبة جامعة الملك عبد العزيز بالمملكة العربية السعودية لموقع تيك توك، إلى جانب رصد أهم التأثيرات التي يحدثها هذا الاستخدام على منظومة القيم الأخلاقية لديهم، وتحديد طبيعة الإشباعات التي يحققها لهم التطبيق، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتيح وصف الظاهرة وتحليل أبعادها المختلفة، وقد استُخدمت الاستبانة المُحكّمة كأداة أساسية لجمع البيانات من المبحوثين. وتكونت العينة من 450 طالباً وطالبة من المستخدمين الفعليين لموقع تيك توك في الجامعة، تم اختيارهم بأسلوب يضمن تمثيل التخصصات والمستويات الدراسية المختلفة.

وتوصلت النتائج إلى أن الدافع الأبرز والأكثر تكراراً لاستخدام تيك توك هو تحقيق الترفيه والتسلية وملء أوقات الفراغ، يليه دافع نشر مبادئ الدين الإسلامي وقيم المجتمع السعودي الأصيلة، كما كشفت الدراسة أن التطبيق قد أحدث تأثيرات ملموسة على القيم الأخلاقية والاجتماعية لأفراد العينة، وأنه ينجح في إشباع حاجاتهم المعرفية وإثراء رصيدهم الثقافي، فضلاً عن دوره في مساعدتهم على الهروب النفسي من ضغوط الواقع اليومي.

وأوصت الدراسة بضرورة توجيه استخدام الشباب الجامعي للتطبيق نحو المحتوى الإيجابي والبناء، وتعزيز الدور التوعوي للمؤسسات التعليمية والأكاديمية في إرشاد الطلبة نحو الاستخدام الأمثل والمسؤول لمنصات التواصل الاجتماعي، وإجراء المزيد من الدراسات المعمّقة حول التأثيرات طويلة المدى للتطبيق على البنية القيمية للشباب السعودي.

دراسة (فتحي، 2021) : بعنوان "تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن التأثير الذي يحدثه تعرض الشباب المصري لفيدوهات تطبيق التيك توك المعروضة عبر هواتفهم الذكية على مستوى إدراكهم ووعيهم بالقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع، مع تحديد أهم أسباب التعرض والموضوعات المفضلة وأشكال التفاعل ونمط القيم التي تُبرزها هذه الفيدوهات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي التحليلي، حيث استُخدمت استمارة الاستقصاء المُقنّنة كأداة رئيسة لجمع البيانات من المبحوثين، وتكونت العينة من 400 مفردة من طلاب الجامعات المصري.

وتوصلت النتائج إلى أن السبب الأول والأبرز لتعرض الشباب لفيديوهات التيك توك هو "التسلية والترفيه" الذي تصدر جميع الأسباب، يليه "التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه"، ثم "الجرأة في طرح الموضوعات"، وكشفت النتائج أن أبرز القيم التي أبرزتها الفيديوهات هي القيم الأخلاقية في المقدمة، تليها القيم الدينية ثم الثقافية فالاجتماعية وأخيراً قيم المواطنة. كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك وبين إدراكهم للقيم الاجتماعية، مع عدم وجود فروق دالة بين الذكور والإناث، ووجود فروق دالة بين الكليات النظرية والعملية.

وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام المتزايد بجودة المضمون المقدم للشباب عبر التطبيق، وتعزيز الرقابة الأسرية الواعية، وتشجيع صنّاع المحتوى على إنتاج فيديوهات هادفة تعزز القيم الاجتماعية الإيجابية، وإجراء مزيد من الدراسات حول تأثيرات التطبيق على فئات عمرية متنوعة.

دراسة (مصطفى والمكرمي، 2025) : بعنوان "استخدامات موقع التواصل الاجتماعي تيك توك وأثره على القيم الأخلاقية لدى الشباب الجامعي: دراسة حالة طلاب كلية الدراسات الاجتماعية والاقتصادية - جامعة بحري"

هدفت الدراسة إلى الكشف بشكل علمي ومنهجي عن أثر استخدام تطبيق تيك توك على منظومة القيم الأخلاقية والسلوك القويم لدى طلاب كلية الدراسات الاقتصادية والاجتماعية بجامعة بحري في السودان، والتحقق من وجود فروق بين الجنسين في هذا الشأن، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ضمن إطاره المسحي باعتباره الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية، وحُللت البيانات إحصائياً باستخدام برنامج SPSS .

وتوصلت النتائج إلى أن 73.4% من أفراد العينة يستخدمون تيك توك بانتظام، وأن الدافع الترفيهي يمثل المحرك الأساسي للاستخدام، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية قوية بين استخدام التطبيق وتردي القيم الأخلاقية ($F=6.658, p=0.002$) ، وبين الاستخدام والسلوك القويم ($F=5.540, p=0.006$)، في حين لم تُسجل فروق دالة بين الذكور والإناث ($p=0.329$). وأوصت الدراسة بضرورة تصميم وتنفيذ برامج توعية رقمية شاملة، وإدماج محتوى تربوي وأخلاقي داعم للقيم ضمن

المقررات الجامعية، وتشجيع إنتاج محتوى محلي إيجابي يعكس قيم المجتمع السوداني، وتوسيع نطاق الدراسات المستقبلية لتشمل عينات أكبر حجماً وأكثر تنوعاً.

دراسة (المصباحي، 2025) : بعنوان " دوافع استخدام طلبة جامعة الزيتونة للتيك توك والإشباع المتحققة منه"

هدفت الدراسة إلى الفهم المعمق لدوافع استخدام طلبة جامعة الزيتونة الليبية لتطبيق تيك توك والإشباع المتوقعة التي يحققونها من هذا الاستخدام، في ظل الانتشار الواسع والمتسارع للتطبيق بين الشباب الليبي عامةً والجامعي خاصةً، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يجمع بين الوصف الدقيق للظاهرة وتحليل أبعادها المتعددة، واستُخدمت الاستبانة المُحكّمة كأداة لجمع البيانات الميدانية، وتكونت العينة من 240 طالباً وطالبة من مختلف الكليات التابعة لجامعة الزيتونة الواقعة بنطاق سوق الأحد.

وتوصلت النتائج إلى أن الإناث يُظهرن انتظاماً أكبر في استخدام التطبيق مقارنةً بالذكور، وأن غالبية المستخدمين يفضلون استخدامه في أوقات غير محددة بجدول زمني، كما كشفت عن تنوع ملحوظ في دوافع الاستخدام التي شملت: تنمية المواهب الشخصية وإبرازها أمام الجمهور، والتعبير عن الرأي بحرية، وشغل أوقات الفراغ بمحتوى ممتع، والتعرف على ثقافات وتجارب مختلفة من حول العالم. وفيما يخص الإشباع، جاء الإشباع الإبداعي والترفيهي في المقدمة، يليه الإشباع النفسي ثم التعليمي فالاجتماعي، مع وجود علاقة إيجابية واضحة بين دوافع الاستخدام والإشباع المتحققة، ولم تُسجل فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في الإشباع بحسب متغيرات الجنس أو العمر أو المستوى التعليمي أو البيئة السكنية.

وأوصت الدراسة بتوجيه الشباب الجامعي نحو توظيف التطبيق في المحتوى الإبداعي والتعليمي المفيد، وتعزيز الوعي الأسري والمؤسسي بمخاطر الاستخدام المفرط وغير الموجه.

دراسة (مسعد عبد المجيد، 2021) : بعنوان " أثر اعتماد المراهقين على منصة التيك توك في تشكيل الصورة الذهنية عن الفتاة المصرية"

هدفت الدراسة إلى تقصي وفحص الأثر الذي يُحدثه اعتماد المراهقين المصريين على منصة التيك توك في تشكيل الصورة الذهنية التي يحملونها عن الفتاة المصرية، وذلك في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تفترض أن زيادة اعتماد الفرد على وسيلة إعلامية معينة يزيد من تأثيره بها، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي الذي يتيح جمع البيانات من عينات كبيرة وتحليلها كمياً، واستُخدمت استمارة الاستبيان المُصمَّمة بعناية كأداة أساسية لجمع البيانات، وتكونت العينة من مجموعة ممثلة من المراهقين المصريين الذين يستخدمون تطبيق تيك توك بشكل منتظم. وتوصلت النتائج إلى أن مستوى اعتماد المراهقين على منصة التيك توك قد شهد تزايداً ملحوظاً ومتسارعاً خلال فترة جائحة كورونا مطلع عام 2020 مع تطبيق حالة الطوارئ والإغلاق المنزلي، وأن الدافع الترفيهي المتميز بالفضول ومتابعة التحديات الرائجة كان من أبرز المحركات الرئيسية لهذا الاعتماد المتزايد، كما كشفت الدراسة أن التطبيق أسهم بشكل ملموس في تشكيل صورة ذهنية سلبية ومشوّهة عن الفتاة المصرية لدى المراهقين، وذلك نتيجة هيمنة المحتوى الهزلي والسطحي والمبالغ فيه الذي تقدمه كثير من صانعات المحتوى

وأوصت الدراسة بضرورة وضع ضوابط رقابية فعّالة على محتوى المنصة، وتعزيز دور الأسرة والمدرسة والمؤسسات التعليمية في التوعية الإعلامية النقدية لدى المراهقين، وتشجيع تقديم محتوى يعكس الصورة الحقيقية والإيجابية للفتاة المصرية.

دراسة (عدوي، 2023) : بعنوان "منصة تيك توك الرقمية ودورها في التنشئة الثقافية: دراسة تحليلية"

هدفت الدراسة إلى تحليل المنشورات المرئية المنتجة والمنشورة على منصة تيك توك من قبل أكثر الحسابات الفلسطينية متابعَةً وانتشاراً، بغرض الكشف عن الأبعاد الثقافية العميقة التي تتضمنها هذه المنشورات، ومناقشة دورها الفعلي في التوجيه والتنشئة الثقافية المعاصرة للمتابعين والجمهور، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بشقّه الخاص بتحليل المضمون الإعلامي، حيث جرى تحليل المواد المرئية المنشورة خلال فترة زمنية محددة وفق وحدات تحليل متعددة ومعتمدة أكاديمياً تشمل: الموضوع، والشكل، واللغة، والقيم، والأبعاد الثقافية، وتكونت العينة من مجموعة

المنشورات المرئية التي أنتجتها ونشرتها الحسابات الفلسطينية الأعلى في عدد المتابعين على تيك توك خلال فترة الدراسة.

وتوصلت النتائج إلى أن هذه الحسابات تركز بشكل طامح على تقديم المضمون الهزلي والكوميدي لمتابعيها بنسب مرتفعة جداً، بينما يتراجع الاهتمام بالمضمون البناء والهادف إلى نسب ضئيلة، وأن المحتوى الاجتماعي يبرز كأكثر أشكال المحتوى انتشاراً وتفاعلاً، وأن اللغة العامية المحكية هي اللغة السائدة والمهيمنة في جميع الحسابات المدروسة، كما تبين أن معظم الفيديوهات بعيدة عن القيم الهادفة والمعاني العميقة وأن هدفها الأساسي هو إثارة الضحك والترفيه فقط، مع خلوها شبه الكامل من المحتوى الوطني والقومي رغم تزامن نشر بعضها مع أحداث وطنية مهمة.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز المحتوى الثقافي الهادف والبناء على المنصة، والعمل على حماية الهوية الثقافية العربية والفلسطينية في مواجهة هيمنة الثقافة السطحية والعالمية.

دراسة (بوفعيط، 2023) : بعنوان " أثر استخدام تطبيق تيك توك على قيم وسلوكيات الشباب الجامعي "

هدفت الدراسة إلى التعرف المعمق على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لتطبيق تيك توك، وتبيان مدى الدور الذي يلعبه التطبيق كوسيلة رئيسية للتسلية والترفيه، وقياس حجم تأثيره على منظومة القيم والسلوكيات لدى هذه الفئة العمرية الحيوية، وذلك في إطار نظري يستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يجمع بين أدوات الوصف الكمي والتحليل النوعي، واستُخدمت الاستبانة المُكمّمة والمقابلة شبه الموجهة كأداتين متكاملتين لجمع البيانات الميدانية بما يحقق عمق التحليل وشموليته، وتكونت العينة من مجموعة ممثلة من طلبة جامعة جيجل بالجزائر من المستخدمين الفعليين لتطبيق تيك توك. وتوصلت النتائج إلى أن التطبيق يُستخدم بشكل أساسي ومحوري كوسيلة للتسلية والترفيه وملء أوقات الفراغ بمحتوى مرئي سريع وجاذب، وأن الاستخدام المكثف والمتكرر يحدث تأثيرات ملموسة وواضحة في سلوكيات الشباب الجامعي ومنظومة قيمهم الأخلاقية والاجتماعية، خاصة من خلال المحتوى الهزلي والتحديات الرائجة (Trends) التي ينخرط فيها كثير من المستخدمين تقليداً ومحاكاةً دون وعي نقدي كافٍ.

وأوصت الدراسة بضرورة تكثيف جهود التوعية الموجهة للشباب الجامعي حول الاستخدام الرشيد والمسؤول للتطبيق، والعمل الجاد على إنتاج ونشر محتوى هادف وبناء يعزز القيم الإيجابية ويسهم في الحد من التأثيرات السلبية المتركمة.

ثانياً: الدراسات الإنجليزية

دراسة (Omar & Dequan, 2020) بعنوان *"Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage"*

هدفت الدراسة إلى الفحص العلمي الدقيق لتأثير سمات الشخصية الخمس الكبرى (الانفتاح على الخبرة، وبقظة الضمير، والانبساط، والتوافق، والعصابية) ودوافع المستخدمين المتنوعة على أنماط سلوكيات استخدام تطبيق تيك توك، والتي صنفها الباحثان إلى ثلاثة أنماط رئيسية هي: سلوك الاستهلاك (المشاهدة)، وسلوك المشاركة (إعادة النشر والتعليق)، وسلوك الإنتاج (إنشاء محتوى جديد)، وذلك من منظور نظرية الاستخدامات والإشباع المطبقة على بيئة المحتوى المؤد من المستخدمين (UGM) واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي المسحي الذي يتيح قياس العلاقات بين المتغيرات بشكل إحصائي دقيق، واستُخدم الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسة لجمع البيانات عبر تقنية أخذ العينات الشبكية عبر الإنترنت، وتكونت العينة من 385 مستخدماً فعلياً لتطبيق تيك توك تم استقطابهم من بيانات رقمية متنوعة.

وتوصلت النتائج إلى نتيجة محورية مفادها أن الدوافع الشخصية (وليس سمات الشخصية) هي العامل الأكثر تأثيراً وتفسيراً لسلوكيات الاستخدام على تيك توك، وأن أربعة دوافع رئيسية تمثل محركات أساسية للاستخدام وهي: التعبير عن الذات، والتفاعل الاجتماعي، والهروب من الواقع (الترفيه)، والاطلاع على ما ينشره الآخرون، لكنها تختلف في مستوى تأثيرها على كل نمط من أنماط الاستخدام الثلاثة، وأوصت الدراسة بإجراء مزيد من الأبحاث المعمقة حول العلاقة التفاعلية بين الدوافع النفسية وأنماط استخدام منصات الفيديو القصير مع عينات أوسع وأكثر تنوعاً ثقافياً وجغرافياً، وتطوير مقاييس أكثر دقة لقياس سلوكيات الاستخدام المتعددة.

دراسة (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020) بعنوان *"Uses and Gratifications Sought by Pre-Adolescent and Adolescent TikTok Consumers"* :

هدفت الدراسة إلى الاستكشاف الشامل والعميق للاستخدامات والإشباعات التي يسعى إليها مستهلكو تيك توك من فئتي ما قبل المراهقة (10-12 سنة) والمراهقة (13-16 سنة)، مع تحديد الدور الذي تلعبه ثلاثة دوافع نفسية جوهرية مرتبطة بعلم نفس المراهقة وهي: التعبير عن الذات، والسعي إلى الاعتراف الاجتماعي، والبحث عن الشهرة، واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي المسحي ذي التصميم الاحتمالي، حيث اتُبع أسلوب العينة العنقودية متعددة المراحل (Multistage Cluster Sampling) لضمان التمثيل الوطني الشامل، واستُخدمت استبانات ذاتية الإكمال أُرسِلت إلى التلاميذ، ثم حُللت البيانات عبر تحليل التباين (ANOVA) والتحليل العنقودي ثنائي الخطوة باستخدام طريقة الاحتمال اللوغاريتمي، وتكونت العينة من تلاميذ 60 مدرسة موزعة عبر المناطق الإدارية الخمس الرئيسية في الدنمارك

وتوصلت النتائج إلى أن السلوكيات الاستهلاكية السلبية (أي المشاهدة والتصفح دون تفاعل) هي الأكثر شيوعاً وانتشاراً بين الفئتين العمريتين، وأن إشباع الترفيه والوجدان يمثل المحرك الأول والأساسي لجميع أنماط السلوك سواء الاستهلاكي أو التشاركي أو الإسهامي، وأن فئة ما قبل المراهقة أكثر نشاطاً وكثافةً في استخدام التطبيق مقارنة بالمراهقين الأكبر سناً، وأن السلوكيات الإسهامية (إنشاء المحتوى) مدفوعة بشكل صريح بالسعي نحو الشهرة والتعبير عن الذات وبناء الهوية.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز آليات حماية الأطفال على الإنترنت، وتوعية الآباء والمعلمين بمخاطر الاستخدام المبكر والمفرط، ومواجهة مخاطر الاستغلال والخصوصية التي تهدد الأطفال.

دراسة (Scherr & Wang, 2022) بعنوان *"Explaining the Success of Social Media with Gratification Niches: Motivations Behind Daytime, Nighttime, and Active Use of TikTok in China"* :

هدفت الدراسة إلى استكشاف وتفسير نجاح تيك توك من خلال مفهوم المنافذ الإشباعية (Gratification Niches)، أي المساحات الفريدة التي يشغلها التطبيق في تلبية حاجات المستخدمين مقارنةً بالمنصات الاجتماعية الأخرى، مع تحليل مفصل لدوافع الاستخدام وفقاً لثلاثة أنماط: الاستخدام النهاري، والاستخدام الليلي، والاستخدام النشط (إنتاج المحتوى). واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي المسحي في إطار نظري مزدوج يدمج بين نظرية المنافذ البيئية (Niche Theory) ونظرية الاستخدامات والإشبعات، واستخدم الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات، مع تطبيق التحليل العاملي المتوازي (Parallel Analysis) كأسلوب إحصائي متقدم لاستخلاص بنية الإشبعات. وتكونت العينة من 1051 مستخدماً فعلياً لتطبيق تيك توك في الصين، بتنوع عمري وجنسي يضمن شمولية التمثيل.

وتوصلت النتائج إلى اكتشاف أربعة إشبعات متميزة ومستقلة تميز تيك توك عن غيره وهي: تقديم الذات المجزي اجتماعياً (Socially Rewarding Self-Presentation)، ومواكبة الترنزات والموضة الرقمية (Trendiness)، والإدمان الهروبي من الواقع (Escapist Addiction)، والبحث عن الجدة والتنوع (Novelty)، وأن دافع الجدة هو الأكثر صلةً واتساقاً عبر جميع الفئات العمرية والجنسية. وأوصت الدراسة بتطوير أطر نظرية مبتكرة تدمج بين نظرية المنافذ ونظرية الإشبعات لفهم أعمق لآليات نجاح المنصات الرقمية الجديدة، والاهتمام بظاهرة الإدمان الهروبي كمؤشر على الاستخدام الإشكالي.

دراسة (Khattab, 2022) بعنوان *"Applying the Uses and Gratifications Theory to Identify Motivational Factors Behind TikTok Use"* :

هدفت الدراسة إلى تحديد وتصنيف العوامل التحفيزية والدوافع العميقة الكامنة وراء مشاركة المستخدمين في تحديات تيك توك وسلوكياتهم المتنوعة على المنصة، وفهم الآليات التي يمكن من خلالها تقليل انتشار تحديات إيذاء النفس الفيروسية الخطيرة، وذلك من منظور نظرية الاستخدامات والإشبعات المطبقة على هذه المنصة الفريدة، واعتمدت الدراسة على المنهج النوعي التحليلي القائم على التحليل المتجذر في البيانات (Grounded Analysis)، واستخدمت المقابلات شبه المقننة والمعمّقة كأداة رئيسة لجمع البيانات النوعية الغنية، وتكونت العينة من 32

طالباً جامعياً أمريكياً تتراوح أعمارهم بين 18 و23 عاماً من المستخدمين النشطين لتيك توك . وتوصلت النتائج إلى استخلاص ست فئات تحفيزية متسقة مع نظرية الاستخدامات والإشباعات وهي: الترفيه والتسلية (وهو الدافع الأقوى والأكثر تكراراً)، والملاءمة والمنفعة للتواصل الواسع، وزيادة التفاعل الاجتماعي وتعزيزه، والبحث عن الدعم الاجتماعي والنفسي، والسعي للحصول على المعلومات وتبادلها، والهروب من ضغوط الحياة اليومية، وأوصت الدراسة بضرورة استثمار فهم هذه الدوافع الستة في تصميم استراتيجيات فعّالة للحد من انتشار التحديات الخطيرة والمضرة بالصحة النفسية والجسدية للشباب، وتطوير سياسات منصّة أكثر أماناً.

دراسة (Stamenković & Mitrović, 2023) بعنوان *"The Motivation for Using the Social Media Platform TikTok from the Perspective of the Uses and Gratifications Theory"* :

هدفت الدراسة إلى فحص واختبار الإشباعات التي تدفع المستخدمين الشباب إلى استخدام منصة تيك توك بشكل منتظم، وتصنيف هذه الإشباعات ضمن فئات محددة يمكن قياسها وتحليلها، وذلك من منظور نظرية الاستخدامات والإشباعات كإطار نظري تفسيري، واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي المسحي، واستُخدم الاستبيان المُصمّم بالاعتماد على مقاييس مطوّرة سابقاً من قبل Omar Dequan (2020) و Khairul Nuzuli (2022)، والتي تغطي خمس فئات من الدوافع. وتكونت العينة من 135 طالباً جامعياً من كلية الفلسفة بجامعة نيش في صربيا.

وتوصلت النتائج إلى تحديد خمس فئات واضحة ومتميزة من دوافع استخدام تيك توك وهي: دافع الحصول على المعلومات والمعرفة، ودافع بناء الهوية الشخصية وتعزيزها، ودافع التفاعل الاجتماعي والاندماج مع الآخرين، ودافع الترفيه والتسلية (الذي أكدت الدراسات السابقة أنه الأكثر بروزاً وتكراراً)، ودافع التعبير عن الذات والإبداع الشخصي، كما أظهرت النتائج أن المستخدمين يتوزعون بين نمطين رئيسيين: الاستخدام السلبي (المشاهدة والتصفح) وهو الغالب، والاستخدام النشط (إنشاء المحتوى ونشره) وهو الأقل شيوعاً. وأوصت الدراسة بتوسيع نطاق البحث ليشمل عينات أكبر وأكثر تنوعاً ديموغرافياً وثقافياً، واستخدام مناهج مختلطة تجمع بين الكمي والنوعي لفهم أعمق لدوافع الاستخدام.

دراسة (Flecha-Ortiz et al., 2023) بعنوان "Hedonic and Utilitarian

Gratifications to the Use of TikTok by Generation Z and the Parasocial Relationships with Influencers as a Mediating Force to Purchase Intention"

هدفت الدراسة إلى فحص وتحليل كيفية تحقيق الإشباعات اللذية (Hedonic Gratifications) من خلال الاستخدام السلبي لتيك توك (مشاهدة المحتوى الترفيهي) للحاجات النفعية (Utilitarian Needs) لدى مستخدمي الجيل Z ، وكيف تُحفّز هذه العملية الانتقال نحو الاستخدام النشط المتمثل في التعبير عن الذات والتفاعل الاجتماعي، مع دراسة الدور الوسيط للعلاقات شبه الاجتماعية (Parasocial Relationships) مع المؤثرين في توجيه نية الشراء ، واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي التحليلي في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات، واستُخدم الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات، وحُلّ النموذج البحثي عبر نمذجة المعادلات البنائية (SEM) وتكونت العينة من 403 مستخدمين لتيك توك من أبناء الجيل Z.

وتوصلت النتائج إلى أن تيك توك يُشبع بشكل دال إحصائياً ثلاثة أنواع من الإشباعات هي: الإشباعات القائمة على نمط الوسيلة (Modality-based) ، والإشباعات القائمة على الفاعلية (Agency-based) ، والإشباعات القائمة على التفاعل (Interactive-based) ، وأن الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية للعلاقات شبه الاجتماعية لا تعمل بشكل منفصل بل تتكامل منظومياً لتلبية حاجات محددة عبر آلية الاستخدامات والإشباعات. وأوصت الدراسة بأن يراعي مصممو المنصات والمسوّقون فهم الديناميكية المعقدة بين الإشباعات اللذية والنفعية عند تطوير استراتيجيات المحتوى والتسويق عبر المؤثرين.

دراسة (Rahayu et al., 2025) بعنوان "The Role of Hedonic Motivation in

Influencing TikTok Use and How It Relates to Generation Z Characteristics"

هدفت الدراسة إلى التحقيق العلمي المعمق في دور التحفيز اللذي (Hedonic Motivation) بأبعاده الثلاثة (المتعة/البهجة Joy، والفضول Curiosity، والتحكم/السيطرة Control) في تحقيق حالة الانغماس المركّز (Focused Immersion) وتشكيل النية السلوكية لاستخدام تيك توك

لدى أبناء الجيل Z ، مع دراسة كيفية ارتباط هذه العلاقات بالخصائص المميزة لهذا الجيل الرقمي. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي التحليلي، وصيغت الفرضيات البحثية باستخدام نموذج تبني النظام القائم على التحفيز اللذي(HMSAM) ، وحُلّل النموذج البحثي باستخدام أسلوب نمذجة المعادلات البنائية بالمربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) كمنهجية إحصائية متقدمة، وتكونت العينة من 321 مستخدماً إندونيسياً لتيك توك تتراوح أعمارهم بين 13 و 27 عاماً من أبناء الجيل Z.

وتوصلت النتائج إلى أن بُعدي المتعة/البهجة والفضول يؤثران بشكل إيجابي ودال إحصائياً على حالة الانغماس المركز والنية السلوكية لاستخدام التطبيق، بينما تم رفض جميع الفرضيات المتعلقة ببُعد التحكم/السيطرة كعامل محفّز، مما يعني أن شعور المستخدم بالسيطرة على التطبيق لا يؤثر بشكل دال على الانغماس أو نية الاستخدام، في حين أن المتعة والفضول هما المحركان الحقيقيان. وأوصت الدراسة بأن يستفيد مصممو المنصات الرقمية والمسوّقون من هذه النتائج في تطوير تجارب استخدام أكثر إمتاعاً وإثارة للفضول تستهدف جمهور الجيل Z ، مع التركيز على عناصر الجِدّة والتنوع في المحتوى بدلاً من أدوات التحكم، وإجراء دراسات مقارنة عبر ثقافات مختلفة للتحقق من قابلية تعميم النتائج.

- السلمي، فهد عوض الله؛ العبدلي، عبد المعين عبد الله؛ الزهراني، محمد أحمد. (2025). دوافع استخدام طلبة جامعة الملك عبد العزيز لموقع تيك-توك وإشباعاتهم المتحققة منه. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، المجلد 8، العدد 1، ص ص 127-151.
<https://asjp.cerist.dz/en/article/271691>
- الشطيري، إبراهيم بن أحمد؛ الزهراني، أحمد بن قران. (2025). استخدام طلبة الجامعات السعودية لتطبيق التيك-توك والإشباعات المتحققة: دراسة مسحية على طلبة جامعة الملك عبد العزيز. *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، العدد 15، ص ص 175-217.
https://jcts.journals.ekb.eg/article_475801.html
- شلط، أيوب موسى؛ الحسني، زكية. (2023). استخدام الشباب الفلسطيني والمغربي لتطبيق التيك-توك والإشباعات المحققة منه: دراسة ميدانية مقارنة. *مجلة الدراسات الإعلامية*، المجلد 6، العدد 24، ص ص (عدد كامل) <https://democraticac.de/?p=91981>.
- أبزاح، رعد مؤيد خليل. (2024). استخدامات وإشباعات الشباب الأردني للمحتوى الإعلامي الترفيهي عبر منصات التواصل الاجتماعي. رسالة ماجستير (إشراف: أ.د. عزت محمد حجاب)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 1-82 <https://search.mandumah.com/Record/1578269>.
- العايب، مريم؛ رمضان، الخامسة. (2023). المحتوى الترفيهي عبر شبكات التواصل الاجتماعي واختراق القيم الثقافية لدى الشباب الجزائري. *المجلة الدولية للدراسات الإنسانية*، المجلد 2، العدد 1، ص ص 117-134 <https://asjp.cerist.dz/en/article/219196>.
- قراد، ربيع؛ شباط، صابر. (2024). صناعة الترفيه عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين سطحية المحتوى وتناقضات الجمهور الافتراضي: دراسة تحليلية. *مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية*، المجلد 7، العدد 1، ص ص 227-242 <https://asjp.cerist.dz/en/article/252483>.
- مهدي، شعبان محمد؛ محمد، جواد زين الدين. (2025). استخدام الجمهور للمحتوى الترفيهي في المنصات الرقمية والإشباعات المحققة منه. *مجلة الجامعة العراقية*، المجلد 37، العدد 6 (نيسان)، ص ص 423-444 <https://www.mabdaa.edu.iq/wp>.

- شلط، أيوب موسى؛ والحسني، زكية. (2023). استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباكات المحققة منه: دراسة ميدانية على الشباب الفلسطيني والمغربي. مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الرابع والعشرون، أغسطس 2023. متاح على: <https://democraticac.de/?p=91981>
- السلمي، الفهد عوض الله؛ والعبدي، عبد المعين عبد الله؛ والزهراني، محمد أحمد. (2025). دوافع استخدام طلبة جامعة الملك عبد العزيز لموقع تيك توك وإشباكاتهم المتحققة منه. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 8، العدد 1، ص ص 127-151. متاح على: <https://asjp.cerist.dz/en/article/271691>
- فتحي، مها محمد. (2021). تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 20، العدد 3، يوليو - سبتمبر 2021. متاح على: https://joa.journals.ekb.eg/article_198145.html
- مصطفى، سحر كمال؛ والمكرمي، محمد يحيى. (2025). استخدامات موقع التواصل الاجتماعي تيك توك وأثره على القيم الأخلاقية لدى الشباب الجامعي: دراسة حالة طلاب كلية الدراسات الاجتماعية والاقتصادية - جامعة بحري. مجلة الأبحاث والدراسات الإنسانية، المجلد 6، العدد 11، ص ص 300-318. DOI: <https://doi.org/10.53796/hnsj611/17>
- المصباحي، إيمار. (2025). دوافع استخدام طلبة جامعة الزيتونة للتيك توك والإشباكات المتحققة منه. مجلة بحوث الاتصال، جامعة الزيتونة، ليبيا. متاح على: <https://azuojournals.ly/index.php/jcr/issue/view/20>
- مسعد عبد المجيد. (2021). أثر اعتماد المراهقين على منصة التيك توك في تشكيل الصورة الذهنية عن الفتاة المصرية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. متاح على: https://jkom.journals.ekb.eg/article_226481_551533df9746bc92bf60c191a987b31b.pdf

– عدوي، عبد الله محمود. (2023). منصة تيك توك الرقمية ودورها في التنشئة الثقافية: دراسة تحليلية. *المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري*، المجلد 5، العدد 2. DOI: 10.46988/IJMMC.05.02.2023.01 متاح على:

<https://journals.gulfuniversity.org/index.php/ijmmc/article/download/189/134/599>

– بوفعيط. (2023). أثر استخدام تطبيق تيك توك على قيم وسلوكيات الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جيجل، الجزائر. متاح على: <http://dspace.univ-jijel.dz:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/14163>

الدراسات الأجنبية :

- Barta, S., Flavián, M., & Gurrea, R. (2023). Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70, 103149. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698922002429>
- Bucknell Bossen, C., & Kottasz, R. (2020). Uses and Gratifications Sought by Pre-Adolescent and Adolescent TikTok Consumers. *Young Consumers*, 21(4), 463–478. DOI: <https://doi.org/10.1108/YC-07-2020-1186>
- Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Branber, A., Buffington, B., & Kidder, D. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, 2, 100014. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772501422000112>
- Flecha-Ortiz, J. A., et al. (2023). Hedonic and Utilitarian Gratifications to the Use of TikTok by Generation Z and the Parasocial Relationships with Influencers as a Mediating Force to Purchase Intention. *Journal of Interactive Advertising*, 23(4). DOI: <https://doi.org/10.1080/15252019.2023.2195403>
- Gu, L., Gao, X., & Li, Y. (2022). What drives me to use TikTok: A latent profile analysis of users' motivations. *Frontiers in Psychology*, 13, 992824.

<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.992824/full>

- Khattab, M. (2022). Applying the Uses and Gratifications Theory to Identify Motivational Factors Behind TikTok Use. *Human Factors in Healthcare*, 2, 100012. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100012>
- Mohd Fauzi, S. M., Adnan, W. H., Khamis, M. F., Ibnu, I. N., & Mazlan, N. H. (2023). Seize the present day: TikTok entertainment content and youth satisfaction. *Forum Komunikasi*, 18(1), 104–119. https://forumkomunikasi.uitm.edu.my/images/FK18No1Apr23/Abstracts_Eng/FKAPR2023_06_TIKTOK_ABSTRAK_BI.pdf
- Ojomo, O., & Sodeinde, O. A. (2021). Social media skits: Reshaping the entertainment experience of broadcast audience. *SAGE Open*, 11(3), 1–13. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/21582440211032176>
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 14(4), 121–137. <https://online-journals.org/index.php/i-jim/article/view/12429>
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 14(4), 121–137. DOI: <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Portilho Borges, N. (2023). User gratifications in social media usage – The case of TikTok. Master's dissertation, Universidade Católica Portuguesa, Lisbon. <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/41410/1/203322282.pdf>
- Rahayu, F. S., Nastiti, F. E., & Arthajanvian, D. (2025). The Role of Hedonic Motivation in Influencing TikTok Use and How It Relates to Generation Z Characteristics. *Advances in Human-Computer Interaction*, 2025, Article 5971465. DOI: <https://doi.org/10.1155/ahci/5971465>
- Scherr, S., & Wang, K. (2022). Explaining the Success of Social Media with Gratification Niches: Motivations Behind Daytime, Nighttime, and Active Use of TikTok in China. *Computers in Human Behavior*, 124. University of Augsburg. Retrieved from: <https://opus.bibliothek.uni-augsburg.de/opus4/frontdoor/deliver/index/docId/97750/file/97750.pdf>
- Stamenković, I., & Mitrović, M. (2023). The Motivation for Using the Social Media Platform TikTok from the Perspective of the Uses and Gratifications Theory. *Applied Media Studies*, 4(2), 9–23. Retrieved from: <https://msae.rs/index.php/home/article/view/84>

- Vaterlaus, J. M., & Winter, M. (2021). TikTok: An exploratory study of young adults' uses and gratifications. *The Social Science Journal*, 62(3), 613–632.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03623319.2021.1969882>

–

Midocean University
College of Media and Marketing
Bachelor of Digital Media



A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

**Motivations for the public's adoption of the TikTok platform as a
source of entertainment content**

Prepared by: Amirh Soluman aljohany
ID:232001903

Supervised by:
Dr. Tewfik amri