



استخدامات الشباب العراقي لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه  
( دراسة ميدانية ) طلبة جامعة بابل نموذجاً

## استخدامات الشباب العراقي لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه ( دراسة ميدانية ) طلبة جامعة بابل نموذجاً

م. م نهاد سالم حبيب الحسيني

جامعة بابل

مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية

البريد الإلكتروني Email : [art.nuhad.salem@uobabylon.edu.iq](mailto:art.nuhad.salem@uobabylon.edu.iq)

**الكلمات المفتاحية:** الاشباعات ، تطبيق التيك توك ، طلبة جامعة بابل

### كيفية اقتباس البحث

الحسيني، نهاد سالم حبيب ، استخدامات الشباب العراقي لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه ( دراسة ميدانية ) طلبة جامعة بابل نموذجاً ،مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، نيسان ٢٠٢٦، المجلد: ١٦، العدد: ٤ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر ( Creative Commons Attribution ) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.

Registered في مسجلة في  
**ROAD**

Indexed في مفهرسة في  
**IASJ**

Journal Of Babylon Center For Humanities Studies 2026 Volume :16 Issue : 4  
(ISSN): 2227-2895 (Print) (E-ISSN):2313-0059 (Online)



استخدامات الشباب العراقي لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه  
(دراسة ميدانية) طلبة جامعة بابل انموذجا



## Iraqi Youth's Use of TikTok and the Gratifications Derived From It (A Field Study of University of Babylon Students)

M.M. Nihad Salem Habib Al-Husseini  
University of Babylon  
Babylon Center for Cultural and Historical Studies



**Keywords** : Gratifications, TikTok app, University of Babylon students.

### How To Cite This Article

Al-Husseini, Nihad Salem Habib , Iraqi Youth's Use of TikTok and the Gratifications Derived From It (A Field Study of University of Babylon Students),Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, april 2026, Volume:16,Issue 4.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license  
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)



[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

### Abstract

This study examines the nature of University of Babylon students' use of the TikTok application and the gratifications they derive from it. Based on the importance of the study, the researcher defined the research problem with the following main question: What gratifications do University of Babylon students derive from using the TikTok application?

The researcher found it necessary to conduct a scientific study, which was essentially a field study. The researcher employed a survey methodology, utilizing a questionnaire distributed to a sample of (90) students from the University of Babylon to collect the required data. This period was defined as (November 1, 2025 – February 1, 2026), as it allowed for accurate and comprehensive results, ultimately achieving the study's objectives. The researcher reached important conclusions, summarized as follows:





1-It was found that the majority of TikTok users are keen to access media and communication platforms for entertainment and leisure. The prevailing political climate appears to be the primary reason for this motivation.

2-The research revealed that the TikTok application plays a significant role in disseminating information among young people, as evidenced by the majority of students at the University of Babylon who support and endorse this practice.

3. It was found that the majority of students interact with information circulating on TikTok in various ways, including liking, commenting, saving videos, and sharing content. This indicates that information shared on the TikTok app captures students' interest and attention.

4. It was found that students' reliance on the TikTok application for information is moderate, as most of the respondents rely on it to a moderate or rare degree, which reflects limited confidence in the application as a primary source of information, or they may have other preferred sources.

#### المستخلص

استخدامات الشباب العراقي لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه (دراسة ميدانية لطلبة جامعة بابل)

الباحث : نهاد سالم الحسيني

تبحث هذه الدراسة في طبيعة استخدام طلبة جامعة بابل لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه واستنادا الى اهمية الدراسة حدد الباحث المشكلة البحثية بالتساؤل الرئيس الاتي : ما الاشباع المتحققة من استخدام طلبة جامعة بابل لتطبيق التيك توك ؟

وجد الباحث ان من الضروري اعداد دراسة علمية، وهي بطبيعتها دراسة ميدانية استخدم فيها الباحث المنهج المسحي ، والاستعانة باستمارة الاستبيان وتوزيعها على عينة من طلبة جامعة بابل قوامها (٩٠) مبحوثا لجمع البيانات المطلوبة ، خلال المجال الزمني المحدد بالمدة والتي بدأت في ( ١ / ١١ / ٢٠٢٥ - ١ / ٢ / ٢٠٢٦ ) نظرا لان هذه المدة تتيح حصر نتائج دقيقة وشاملة وصولا الى تحقيق الاهداف المرجوة من الدراسة

توصل الباحث الى نتائج مهمة تلخصت بالاتي :

١. تبين إن الغالبية من مستخدمي تطبيق التيك توك إن الجمهور يكون حريصا على التعرض لوسائل الإعلام والتواصل من اجل التسلية والترفيه عن النفس ، ويبدو إن البيئة السياسية المتأزمة هي السبب في احتلال هذا الدافع المرتبة الأولى .



٢. بدأ إن تطبيق التيك توك يؤدي دورا كبيرا في نقل المعلومات في الوسط الشبابي وهذا ما كشفه البحث ذلك إن غالبية الطلبة في جامعة بابل تؤيد وتتبني ذلك.

٣. تبين إن النسبة الاكبر من الطلبة يتفاعلون مع المعلومات المتداولة في موقع التيك توك وبأشكال عديدة منها الإعجاب او التعليق أو حفظ الفيديوهات أو مشاركة المحتوى، وهذا يعني إن المعلومات المتداولة في تطبيق التيك توك تثير اهتمام الطلبة وتلفت أنظارهم.

٤. تبين ان اعتماد الطلبة على تطبيق التيك توك للحصول على المعلومات يتسم بالاعتدال، اذ يعتمد معظم المبحوثين عليهما بدرجة متوسطة أو نادرة، ما يعكس ثقة محدودة بالتطبيق كمصدر أساسي للمعلومات، أو قد يكون لديهم مصادر أخرى مفضلة.

#### المقدمة:

اصبحت تطبيقات التواصل الاجتماعي من اهم مظاهر الحياة المعاصرة بعد التطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته مجالات الحياة كافة ، ويعد تطبيق التيك توك من ابرز التطبيقات التي شهدت انتشار واسع بشكل فاق كل التوقعات وذلك نتيجة لتطوره السريع وتحديثاته المتلاحقة التي تسهم في تعزيز حضوره الى جانب تطبيقات التواصل الاجتماعي الاخرى، فضلا عن وجوده على اجهزة الهواتف المحمول.

اذ يحظى تطبيق التيك توك بجماهيرية واسعة في العالم وبخاصة شريحة الشباب التي تستخدمه بشكل كبير لسهولة التسجيل فيه وتنوع محتواه وخصائصه التقنية ،وقد اتخذت شريحة الطلبة من تطبيق التيك توك اداة رئيسة للتواصل مع الاخرين ومتابعة المشاهير وقضاء اوقات ليست بقليلة ، اذ فاق التطبيق مواقع التواصل الاجتماعي الاخرى.

وانطلاقا من اهمية تطبيق التيك توك الذي بات يشكل محورا مهما في حياة الشباب تولدت رغبة لدى الباحث في معرفة طبيعة استخدامات الشباب العراقي لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه (دراسة ميدانية لطلبة جامعة بابل) ومن اجل بلوغ الاهداف المرسومة للبحث اقتضت ضرورة البحث العلمي تقسيمه على ثلاثة فصول : تناول الفصل الاول الاطار المنهجي للبحث الذي اشتمل على: التعريف بمشكلة البحث وأهميته واهدافه ، وفروض البحث، ونوع البحث والمنهج المستخدم ، وادوات البحث ، والنظرية المستخدمة ومجتمع البحث وعينته ومجالات البحث والتعريف بالمفاهيم ، فيما تناول الفصل الثاني الاطار النظري للبحث الذي تضمن : نبذة عن تطبيق التيك توك وخصائصه ودور الخوارزميات فيه وانعكاسات استخدام الطلبة للتطبيق بينما تضمن الفصل الثالث على : ثلاثة محاور تناول الاول البيانات الديموغرافية والثاني



خصائص وعادات استخدام التطبيق اما المحور الثالث فقد تضمن الاشباع المتحققة من استخدام التطبيق.

## الفصل الاول

### الاطار المنهجي للبحث

#### أولاً: مشكلة البحث

يعد الإحساس بالمشكلة وتحديدها هي نقطة البداية في البحوث العلمية وأهم خطوة فيها، إذ تعتمد عليها الخطوات والإجراءات الأخرى، وان التشخيص السليم لمشكلة البحث القائم على الحقائق والمعلومات المتوفرة، يساهم في تحديد أبعاد المشكلة تحديداً دقيقاً، ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى معرفة نتائجها

وتقوم مشكلة البحث على اساس تساؤل رئيس وهو (ما الاشباع المتحققة من استخدام الشباب العراقي لتطبيق التيك توك؟)

وانبثق عن هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية الآتية:

- ١- ما دوافع استخدام الشباب العراقي لتطبيق التيك توك؟
- ٢- ما مدى اعتمادك على تطبيق التيك توك كوسيلة تواصل اجتماعي؟
- ٣- ما اتجاهات الشباب العراقي إزاء المعلومات التي يتناولها تطبيق التيك توك؟
- ٤- ما المحتوى الذي يفضلهُ الشباب العراقي في تطبيق التيك توك؟

#### ثانياً: أهمية البحث

تنبع أهمية هذا البحث مما يأتي:

##### أ- الأهمية العلمية الاكاديمية

تكتسب البحوث العلمية أهميتها من المواضيع التي تتناولها، كذلك تكمن في الى أي مدى يشكل إضافة نوعية الى ميادين العلم والمعرفة، ويعد تناول استخدامات الشباب العراقي لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه موضوع مهم يساهم في إثراء الادبيات الإعلامية المتعلقة بتطبيقات التواصل الاجتماعي ، ويمكن ان يسد فراغا مازال قائما في المكتبة الإعلامية.



## ب - الأهمية العملية المهنية

ما يؤكد على أهمية الدراسة كونها ذات ارتباط وثيق بالمجتمع الإعلامي، أي العاملين في مجال الاعلام، نظراً لما يقدمه البحث من نتائج وتوصيات حول استخدام تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي (التيك توك) من قبل الشباب العراقي والإشباع المحققة منه.

### ثالثاً: أهداف البحث

- ١- الكشف عن الاشباع المترتبة عن استخدام الطلبة لتطبيق التيك توك
- ٢- التعرف الى دوافع استخدام الطلبة لتطبيق التيك توك
- ٣- معرفة المساحة الزمنية التي يشغلها المستخدمون لتطبيق التيك توك
- ٤ - التحري عن أبرز الموضوعات التي يفضلها الطلبة اثناء استخدام تطبيق التيك توك
- ٥-الكشف عن مدى اعتماد الطلبة على تطبيق التيك توك في الحصول على المعلومات

### رابعاً: فروض البحث

يسعى البحث الى اثبات الفروض الآتية :

- ١-يرتبط استخدام تطبيق التيك توك من قبل المبحوثين في جامعة بابل بأوقات الفراغ والروتين اليومي.
- ٢- لا يعد تطبيق التيك توك مصدر اساسي موثوق للمعلومات لدى المبحوثين .
- ٣-يعتمد طلبة جامعة بابل بشكل واسع على تطبيق تيك توك في الحصول على المعلومات

### خامساً: نوع البحث ومنهجه

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية بحسب نوعه ، واعتمد البحث على منهج المسح ، ذلك إن هذا المنهج من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعاً ، خاصة في البحوث الاستكشافية والبحوث الوصفية (زغيب، ٢٠٠٩، صفحة ١٠٩) ويصنف المنهج المسحي حسب الهدف منه الى نوعين أساسيين: ( المسح الوصفي ، المسح التحليلي )

### سادساً: أدوات البحث

وهي الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات والمعلومات، يدخل في اختيار الأدوات والوسائل طبيعة الدراسة أو البحث، كذلك الهدف من الدراسة ويمكن ان يلجأ الباحث الى أكثر من وسيلة أو أداة في بحثه من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة، ، وقد استعمل الباحث الأدوات الآتية:

استمارة الاستبيان : وسيلة من وسائل جمع المادة العلمية في الدراسات التي تتطلب التعرف على آراء ومواقف واتجاهات مجموعة من الناس ( قد تكون الرأي العام بمجمله ، أو فئة من





المجتمع ، طلاب ، موظفين ، مدرسين ، ربات بيوت ، .. الخ ) كما يمكن التعرف من خلالها على الواقع الاجتماعي أو ظاهرة معينة من خلال آراء العينة قيد التحليل ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث في ضوء موضوع المشكلة التي اختارها لبحثه.

### سابعا: النظرية الموجهة للبحث

يقدم نموذج الإستخدام والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد بأن أسلوب الافراد أمام وسائل الاعلام والاتصال أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية ، ومقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام والاتصال ، فإن هذا النموذج يأخذ في الإعتبار المتلقي كنقطة بدء بدلاً من أن تكون الرسالة الإعلامية والإتصالية هي نقطة البداية ، ثم التعرف على سلوكه الإتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الاتصال (شفيق، ٢٠١٤، صفحة ١٨٨)

ويرى النموذج أن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل الإعلامية والإتصالية بدلاً من أن يتصرفوا سلبياً تجاهها، ولا يفترض هذا المدخل وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والتأثيرات في الجمهور ، ويفترض بدلاً من ذلك أن الجمهور يستخدم الرسائل لأمر كثيرة، وتشكل هذه الاستخدامات عوامل وسيطة ( متغيرات متداخلة في مصطلح مناهج البحث ) في عملية التأثير، فضلاً عن، إن هذا المدخل يوفر مجالاً رحباً لاختبار السلوك الاتصالي الفردي مضافاً إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي بها يخلق المتلقي حاجاتهم ويشبعونها . وحتى الآن يمكن وصف الكثير من الحاجات التي تم دراستها بوصفها إشباع الحاجات ذات العلاقة بوسائل الإعلام والاتصال.

إن هذا المدخل يفترض إن إشباع الحاجات لا يتم من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة فحسب، بل يتحقق من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة ، (العبدالله، ٢٠١٠، صفحة ٢٨٠)

ولم تسلم نظرية الإستخدامات والإشباع من الانتقادات التي وجهت إليها ، منها إن النظرية لم تحدد بوضوح مفهوم النشاط activity الذي يتصف به الجمهور المتلقي في علاقته بالاستخدام والإشباع ، كذلك لا تصلح نتائج النظرية للأعمام ، لان الاستخدامات والإشباع من وسائل الإعلام تختلف باختلاف الثقافات كما تختلف باختلاف العوامل الديموغرافية، (الحميد، ٢٠٠٤، صفحة ٢٥٧)



ولإيضاح علاقة نظرية الاستخدامات والإشباع بهذا البحث، يرى الباحث أن هذه النظرية تعد من النظريات المناسبة جدا لدراسة عملية الإتصال من خلال التطرق لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن ضمنها تطبيق التيك توك من خلال النقاط الآتية :

١. تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على إشباع حاجات الأفراد من الناحية المعرفية والثقافية ، من خلال احتواء هذه المواقع على تطبيقات عديدة تتيح للأفراد البحث والتواصل والتفاعل مع العالم الخارجي .

٢. ألغت مواقع التواصل الاجتماعي الحواجز الجغرافية والزمانية وجعلت الفضاء الإلكتروني أو الرقمي فضاءً مشتركاً للحوار وتبادل الآراء رغم اختلاف الزمان والمكان .

٣. أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي بإعطاء مساحة أكبر للأفراد ليس فقط في تلقي الاخبار والمعلومات، بل جعلت منهم شريكا اساسيا في صنع هذه الأخبار وبنها للعالم ما أدى إلى ظهور مصطلح المواطن الصحفي أو صحافة المواطن .

#### ثامنا: مجتمع البحث وعينته

١- مجتمع البحث : يعرف مجتمع البحث بأنه جميع مفردات أو وحدات الظاهرة أو موضوع الدراسة سواء كان المجتمع مكون من أوزان أو أفراد أو سلع أو مزارع في منطقة معينة.. (القيم، ٢٠١٢، صفحة ١٣٥) ، ويمكن أن نحدد المجتمع في هذا البحث بطلبة جامعة بابل من مستخدمي تطبيق التيك توك ، ولكبر مجتمع البحث لابد من أخذ عينة تمثل مجتمع البحث الاصلي .

٢. عينة البحث : العينة sample وهي جزء من مجتمع الدراسة ، وتمثل مجتمع الدراسة تمثيلا صادقا لكي يمكن إمام نتائج الدراسة المبنية على العينة على المجتمع بأكمله .

ويجب أن يتم اختيار عينة البحث بطريقة علمية موضوعية وفق قواعد المنهج العلمي المنظم ، وقد حدد الباحث جامعة بابل مجتمعا لبحثه واختار من هذا المجتمع وبطريقة قصدية عينة تمثل طلبة الدراسة الاولية في الجامعة ، وقد قسم الباحث الجامعة إلى كليات مختلفة هي : (الآداب، العلوم، القانون، الهندسة) ، وتتضمن هذه الكليات مختلف الاقسام العلمية، كلا على حدة ووجد الباحث أن الحجم المناسب للعينة هو (١٠٠) مفردة ، (الآداب ٢٥ مبحوثا ، العلوم ٢٥ مبحوثا ، القانون ٢٥ مبحوثا، الهندسة ٢٥ مبحوثا ) ، وقد وزعت استمارات الاستبيان الكترونيا بصورة عشوائية في الكليات المذكورة ، وقد جمعت الاستمارات الصحيحة وعددها ( ٩٠ ) استمارة .





### تاسعا : مجالات البحث

١. **المجال المكاني** : اتخذ الباحث من جامعة بابل مجالا مكانياً، واختار مجموعة من الكليات وفق مقتضيات البحث وقام الباحث بتوزيع الاستمارة الكترونياً على الطلبة في الكليات المذكورة.

٢. **المجال الزمني** : يتحدد المجال الزمني بفترة إعداد الاستمارة والتي بدأت في (١ / ١١ / ٢٠٢٥) وانتهت في (٢ / ٢٦ / ٢٠٢٦) ، وقام الباحث بتنفيذ الاستبيان عبر توزيع الاستمارة الكترونياً على عينة البحث من طلبة جامعة بابل في الكليات المذكورة .

٣. **المجال البشري** : نعني به مستخدمي تطبيق التيك توك من طلبة جامعة بابل الذين جرت الدراسة عليهم ، وقد تم الحرص على ان تكون العينة المبحوثة من الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وعن طريقها تطبيق التيك توك.

### عاشراً: المفاهيم والمصطلحات ذات العلاقة بالبحث

أ- **الشباب العراقي**: وهم الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين (١٨ \_ ٣٥) سنة ، بحسب تعريف الأمم المتحدة .

ب- **تطبيق التيك توك**: هو أحد التطبيقات الذي يعتمد على انتاج مقاطع فيديو قصيرة ، وتم تطويره بواسطة شركة صينية Byte Dance يسمح للأفراد بدمج الصورة مع الموسيقى وكذلك يسمح بإضافة النصوص من خلال تقنيات سهلة الاستخدام وهذا ساعد على الانتشار الواسع للتطبيق . (مهدي، ٢٠١٩، صفحة ١٣)

ت- **الإشباع**: هو ارضاء رغبة او بلوغ هدف ما او خفض دافع ، ونعني به في دراستنا مجموعة من الرغبات التي يتوصل مستخدم التيك توك الى تحقيقها.

### الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث

#### اولاً-نبذة عن تطبيق التيك توك

أطلق الصيني تشانغ يمينغ، عام ٢٠١٦ تطبيقاً جديداً أسماه **Tik tok** يقوم على فكرة "ميوزكلي" الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتاليين ، وحسب تقرير نشره موقع **I news** البريطاني فإن مستخدمي تطبيق "ميوزكلي" انتقلوا بحساباتهم إلى تيك توك دون حاجة إلى إنشاء حساب جديد، والسبب أن "أليكس" زو" صاحب ميوزكلي هو نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق التيك توك. (هاجر، بوزيناوي نجاه، العيد، ٢٠٢٣، صفحة ٢٢)

واستمر كلا التطبيقين في النجاح كل على حدى إلا أن "تيك توك" كان الأكثر نجاحاً وانتشاراً خاصة في ٢٠١٨، حيث أكدت احصائيات شركة (سنسر تاوور) للبحوث في السوق أن التطبيق تم تحميله أكثر من ٤٥.٨ مليون مرة في الربع الأول من العام الجاري، وتم تداوله في



١٥٠ دولة ومنطقة في العالم، وتصدره قائمة الأكثر تحميلاً على المتاجر الإلكترونية أكثر من "فيسبوك"، و"تويتر" و"انستغرام". كما ذكرت شركة البحوث في الصين في ٢٠١٨ فقط من قبل ١٥٠ مليون مستخدماً واتسعت دائرته ليصل إلى مناطق جديدة منها كامبوديا واندونيسيا واليابان وماليزيا وتايلاند وفيتنام وبالطبع في الشرق الأوسط لـينفذ صاحب "ميوزكلي" و"تيك توك" قرارهما باختفاء الأول لصالح الثاني صبيحة يوم ٠٢ أوت ٢٠١٨، حيث استيقظ مستخدمي "ميوزكلي" ليجدوا أنفسهم دون سابق إنذار على منصة "تيك توك"، بسبب ضم العلامتين التجاريتين تحت اسم واحد وتطبيق واحد، ووصل عدد مستخدميه إلى ٥٠٠ مليون مستخدم شهرياً. (صافية، ٢٠٢١، صفحة ٢١)

#### ثانياً: خصائص التيك توك

- يتمتع تطبيق التيك توك بخصائص عدة ، أهمها : (ناصر، ريان عايد ، اسماء بن، ٢٠٢١)
- ١- يقدم التطبيق فيديوهات جذابة لا تتجاوز مدتها ١٢ ثانية مع إضافة الموسيقى وبعض المؤثرات الصوتية بجانب الملصقات التي تضاف إلى الوجه وذلك باستخدام تقنيات التصوير المتاحة على التطبيق والهواتف الذكية،
  - ٢- إنشاء المحتوى بسهولة ومشاركته قام TikTok بتبسيط عملية إنشاء الفيديو ومشاركته ، مما يعني أنك لست بحاجة إلى أن تكون منشئ محتوى محترف لإنشاء مقاطع فيديو باستخدام التطبيق. كل ما عليك فعله هو تسجيل أي شيء في أي مكان ونشره على الفور. أيضاً نظراً لأن مقاطع الفيديو قصيرة فإن إنشائها ومشاهدتها لا يستغرق وقتاً وجهداً. بمجرد فتح التطبيق ، تبدأ مقاطع الفيديو في التشغيل واحد تلو الآخر ، مما يجعل من السهل للغاية على المستخدمين مشاهدة مقاطع الفيديو العشوائية لساعات.
  - ٣- يستخدم TikTok تقنيات مختلفة لجعل المحتوى المحلي على نطاق عالمي مثل: المسابقات المحلية يدير التطبيق غالباً مسابقات وتحديات محلية ويلتقط التوجهات المحلية من خلال استخدام هاشتاجات محلية، مثل حملة Create For Good التي تم إطلاقها في عيد الأضحى من قبل المشاهير والمؤثرين الإقليميين رفعت الحملة الوعي بأولئك الذي يعانون من ضعف السمع أو النطق.
  - ٤- يستخدم التطبيق علامات الهاش تاج المحلية للإشارة إلى موضوعات المستخدمين إنشاء المحتوى.





٥-يساعد هذا التطبيق على الاستفادة من التوجهات المحلية وإنشاء محتوى ينتشر عبر المنصة، مثل إطلاق حملة TikTokCares في المملكة العربية السعودية وعبر منطقة الشرق الناس حول الاحتياجات التي يحتاجون إليها خلال الصيف العربي الحار .

٦- وكذلك يسمح للمستخدمين بإضافة مقاطع فيديو وعلامات هاشتاك وبعد اضافة علامة اعجاب على المقاطع التي يرد إضافتها إلى قسم (المفضلة) وهذا القسم يكون مرئيا للمستخدم فقط في ملفه الشخصي مما يتيح له العودة بسهولة الى أي فيديو قام بحفظه سابقاً .

٧- تنوع المحتوى في تطبيق التيك توك الى أنواع مختلفة من المحتوى الذي يقدمه الموقع للمستخدمين وإمكانية تصنيفها الى ثلاث فئات أساسية منها : (فتحي، ٢٠٢١، صفحة ٣٨٩)  
**المحتوى التعليمي** : يتضمن هذا النوع تعليم مهارات جديدة للمستخدمين كالتطبخ والرقص وغيرها

**المحتوى الترفيهي** : يتمحور حول الفيديوهات القصيرة المدمجة مع الموسيقى وهدفها الترفيه والتسلية .

**المحتوى الترويجي** : هذا النوع يتعلق بالترويج للمنتجات معينة كأدوات التجميل وغيرها من الخدمات والمنتجات

### ثالثاً - دور الخوارزميات في موقع التيك توك

يرى العديد من المتخصصين بأن للخوارزميات دور كبير في تطبيق التيك توك ويكاد عملها كحارس بوابة ، فعن طريقها يراقب التطبيق الشباب المستخدمين ويلاحظ اهتماماتهم وميولهم ونشاطاتهم سواء كانت تعليقات او اعجابات او مشاركات للمحتوى داخل التطبيق ، اذ يعتمد في هذا الحال على ادوات الذكاء الاصطناعي بشكل كامل في معرفة ما يفضله المستخدمون وبذلك يتمكن من معرفة وجهات نظرهم كصناع المحتوى وحتى المستخدم العادي. وبذلك يسهل إنشاء مميزات خاصة بمحتوى التيك توك الذي يكون متاحاً لأي مستخدم نشط أن يصبح صانع محتوى ، إذ يمكنهم من إنتاج وتحرير الفيديوهات وإضافة نصوص ورسومات ومؤثرات متنوعة ، كما يعزز الوسوم المرفقة بالفيديوهات من فرص الاستفادة من الاتجاهات الشائعة، ويسهم في خلق محتوى فيروسي لجذب انتباه المستخدمين ، ووفقاً لخبراء التسويق يعمل الموقع على تعزيز الروابط مع المستخدمين إذ يسمح للأشخاص الذين ليس لديهم حساب أن يستمتعوا بالمحتوى ويتابعوه (شيماء، ٢٠٢٣، صفحة ١٦)

وتعتمد خوارزمية فيك توك على مستوى المشاركة، وكلما زادت تفاعلات الفيديو زادت فرصة ظهور الفيديو ، كما تأخذ الخوارزمية بالصبان معدل مشاهدة الفيديو بالكامل، فإذا شاهد



المستخدم الفيديو بالكامل فهذا يشير الى أن المحتوى جذاب وذو صلة ، وكذلك تتأثر الخوارزمية بجودة الفيديو، ولا بد أن تكون مقاطع التيك توك عالية الجودة ويتمتع بإضاءة جيدة وجودة الصوت تكون واضحة ؛ لذا من الضروري التأكد من مقاطع الفيديو الخاص بالمستخدم جذابة بصرياً ومضيئة بشكل جيد.

### انعكاسات استخدام الشباب لتطبيق التيك توك

يستخدم الشباب تطبيق التيك توك بتوجهات مختلفة واشباعات عدة وذلك عن طريق استخدامهم وتعرضهم للفيديوهات وبذلك يمكن ان تتولد انعكاسات سلبية على مستخدمي التطبيق ، اهمها :

١-الادمان: . وجود ارتباط سلبي بين الاستخدام المفرط لتطبيق تيك توك والعديد من المشكلات النفسية. ونظراً لارتفاع معدلات استخدام تيك توك، لا سيما بين الشباب، فإن نتائجنا ضرورية لتعزيز فهمنا للعلاقة بين استخدام تيك توك والصحة النفسية

٢-ضياح القيم الاسرية: هذا التمرد المتزايد على سلطة الأسرة أو توجيهاتها لا يحدث فجأة، بل هو نتاج تراكمي لمحتوى يُعيد برمجة وعي المتلقي اثناء استخدامه المتواصل للتطبيق

٣-الاغتراب: يتجسد عن طريق تقليد الشباب للغرب في سلوكهم وثقافتهم

٤-العزلة الاجتماعية: ويقصد به شعور الفرد بالوحدة والفراغ النفسي، والافتقاد الى الأمن والعلاقات الاجتماعية والبعد عن الآخرين حتى وان وجد بينهم

٥-التمرد: شعور الفرد بالبعد عن الواقع ومحتويات الخروج عن المألوف والشائع، وعدم الانصياع لمعادات والتقاليد السائدة والرفض والكراهية والعداء لكل ما يحيط بو من قيم ومعايير وقد يكون التمرد عمى النفس أو عمى المجتمع.

### الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

#### المحور الاول : البيانات الديموغرافية

##### ١- النوع الاجتماعي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الخيارات	النوع الاجتماعي
الأولى	٥١.١١%	٤٦	ذكر	
الثانية	٤٨.٨٨%	٤٤	أنثى	
	١٠٠%	٩٠	المجموع	

توضح بيانات الجدول اعلاه التوزيع التكراري والنسبي لعينة من طلبة جامعة بابل الذين شاركوا في الاجابة عن اسئلة الاستبانة حول استخدامهم لتطبيق التيك توك، بحسب النوع الاجتماعي، و افرزت عملية إجابات المبحوثين عن ان فئة الذكور سجلت ( ٤٦ ) مشاركاً، وهو ما يمثل نسبة ( ٥١.١١ % ) من إجمالي العينة، وجاءت بالمرتبة الاولى في تصنيف فئات النوع الاجتماعي، بينما جاءت بالمرتبة الثانية فئة الإناث اللواتي بلغ عدد المشاركات في هذا الاستبيان ( ٤٤ ) مشاركة، وهو ما يمثل نسبة ( ٤٨.٨٨ % ) من إجمالي العينة، أي بفارق نسبي بسيط، من ذلك يتبين أن الفارق بين الفئتين ليس كبيراً، اذ شارك الذكور بنسبة أكبر بقليل من الإناث، ما يشير إلى تقارب واضح في نسبة المشاركة بين الجنسين، كما ان هذا التوزيع المتقارب قد يعكس توازناً نسبياً في اهتمام الجنسين باستخدام تطبيق التيك توك.

### المحور الثاني: خصائص وعادات استخدام موقع التيك توك

الجدول (١) يبين خصائص وعادات استخدام المبحوثين لموقع التيك توك

السؤال	الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
هل لديك حساب في التيك توك	نعم	٩٠	١٠٠%	الأولى
	لا	صفر	صفر%	الثانية
	المجموع	٩٠	١٠٠%	

السؤال (٢) ما متوسط استخدامك لموقع التيك توك؟

الجدول (٢) يبين متوسط استخدام المبحوثون لتطبيق التيك توك

ت	الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	من ساعتين - ٣ ساعات	٢٥	٢٧.٧٧%	الأولى
٢	من ساعة - ساعتين	٢١	٢٣.٣٣%	الثانية



٣	أقل من ساعة	٢٠	٢٢.٢٢%	الثالثة
٤	من ٣ ساعات - ٤ ساعات	١٣	١٤.٤٤%	الرابعة
٥	أكثر من ٤ ساعات	١١	١٢.٢٢%	الخامسة
	المجموع	٩٠	١٠٠%	

توضح بيانات الجدول اعلاه التوزيع التكراري والنسبي للمبحوثين في جامعة بابل وفقاً لعدد الساعات التي يقضونها في استخدام التيك توك، فقد اظهرت عملية المسح الميداني لإجابات المبحوثين ان الاستخدام (من ساعتين-٣ ساعات) جاء بالمرتبة الاولى بواقع ( ٢٥ ) تكراراً، ما يمثل نسبة مئوية مقدارها ( ٢٧.٧٧%) من اجمالي حجم العينة. في حين جاء المبحوثون الذين يقضون في استخدام التطبيق من ( ساعة إلى ساعتين) بالمرتبة الثانية بواقع ( ٢١ ) تكراراً و نسبة مئوية بلغت (٢٣.٣٣%) .

اما المرتبة الثالثة فقد حل فيها المبحوثون الذين يقضون في استخدام الموقعين يوميا من (أقل من ساعة) بواقع ( ٢٠ ) مبحوثاً بما يمثل نسبة مئوية مقدارها (٢٢.٢٢%) فيما حلت فئة (من ٣ ساعات - ٤ ساعات) بالمرتبة الرابعة بواقع ( ١٣ ) تكراراً و بنسبة مئوية مقدارها (١٤.٤٤%) ، أي ان المبحوثين يقضون من ثلاث ساعات - ٤ ساعات يومياً في استخدام تطبيق التيك توك. و في ضوء المعطيات الاحصائية اعلاه يتبين ان المدة الزمنية القصيرة: تشير الى استخداما محدودا والنسبة الكبيرة من المبحوثين والبالغة نسبتها (١٢.٢٢%) والتي تقضي (أكثر من ٤ ساعات) يومياً ، وهذا يدل في جانب منه على اعتماد المبحوثين على تطبيقات أخرى.

السؤال ( ٣ ) ما الأوقات التي تفضل فيها استخدام تطبيق التيك توك؟

الجدول ( ٣ ) يبين الأوقات التي يفضل المبحوثون فيها استخدام التطبيق

ت	الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	حسب وقت الفراغ	٢٨	٣١.١١%	الأولى



٢	مساء	٢٥	٢٧.٧٧%	الثانية
٣	صباحا	١٩	٢١.١١%	الثالثة
٤	ظهرا	١٠	١١.١١%	الرابعة
٥	عصرا	٨	٨.٨٨%	الخامسة
	المجموع	٩٠	١٠٠%	

توضح بيانات الجدول أعلاه توزيع المبحوثين في جامعة بابل وفقاً للأوقات التي يفضلون فيها استخدام تطبيق التيك توك ، فقد تبين من المسح الميداني ان النسبة الأكبر من المبحوثين وبتكرار بلغ (٢٨) مبحوثاً وبنسبة مئوية مقدارها (٣١.١١%) يفضلون استخدام التطبيق حسب أوقات فراغهم ، ما جعل خيار (حسب أوقات الفراغ) يحتل المرتبة الأولى بين الخيارات ، فيما حلت فئة (مساءً) بالمرتبة الثانية بواقع ( ٢٥ ) مبحوثاً وحصلت على نسبة (٢٧.٧٧%) يفضلون التصفح في المساء، وهو وقت يرتبط غالباً بالاسترخاء بعد انتهاء الأنشطة اليومية، مما يتيح للمستخدمين فرصة للاطلاع على المحتوى في التطبيق.

اما المبحوثون الذين يفضلون استخدام تطبيق التيك توك (صباحاً) بالمرتبة الثالثة بواقع ( ١٩ ) تكراراً ، أي ما يمثل نسبة مئوية قدرها (٢١.١١%) وربما يكون ذلك جزء من روتينهم اليومي ، أما الذين يفضلون التصفح اثناء وقت (الظهيرة) فحلوا بالمرتبة الرابعة بمجموع ( ١٠ ) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١١.١١%) وقد يعزى الى استراحات العمل أو الدراسة.

في حين حلت فئة (عصراً) بالمرتبة الخامسة والاحيرة في تصنيف الاوقات بواقع ( ٨ ) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٨.٨٨%) يفضلون هذا الوقت، الذي قد يتزامن مع انتهاء الدوام الرسمي والعودة إلى المنزل.

ويتبين مما تقدم ان النسبة الكبيرة من أفراد العينة (٣١.١١%) تفضل استخدام تطبيق التيك توك حسب وقت الفراغ و تشير هذه النسبة إلى أن العديد من المبحوثين لا يلتزمون بوقت محدد لمتابعة المحتوى، بل يعتمدون على اوقات الفراغ المتاحة لهم، ويرتبط ذلك بتنوع أنماط الحياة والالتزامات اليومية.



كما تبين من الجدول ان النسبة الأقل من المبحوثين تفضل التصفح (عصراً) حيث بلغت نسبتها (٨.٨٨%) ، وقد يعود ذلك الى انشغال المبحوثين بالتحضيرات اليومية وعدم توفر الوقت الكافي لمتابعة الأخبار في بداية اليوم.

وخلاصة للمؤشرات الاحصائية في التوزيع النسبي والتكراري، فإن البيانات تُظهر أن استخدام تطبيق التيك توك من المبحوثين في جامعة بابل يتأثر بشكل كبير بأوقات الفراغ والروتين اليومي.

السؤال (٤) ما دوافع استخدامك لتطبيق التيك توك؟

الجدول (٤) يبين دوافع استخدام المبحوثين للتطبيق

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الخيارات	ت
الأولى	٤٢.٢٢%	٣٨	التسلية والترفيه	١
الثانية	١٧.٧٧%	١٦	التواصل مع الاصدقاء	٢
الثالثة	١٥.٥٥%	١٤	الحصول على المعلومات	٣
الرابعة	١٤.٤٤%	١٣	كسب المال والشهرة	٤
الخامسة	١٠%	٩	متابعة المشاهير	٥
	١٠٠%	٩٠	المجموع	

أشارت نتائج البحث في الجدول أعلاه ، إن (٣٨) مبحوثاً من العينة وبنسبة (٤٢.٢٢%) يستخدمون تطبيق التيك توك من اجل (التسلية والترفيه) عن انفسهم سبباً ودافعاً لاستخدام التطبيق وقد حلت في المرتبة الاولى ، وإن (١٦) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (١٧.٧٧%) يجدون في (التواصل مع الاصدقاء) دافعاً وسبباً لاستخدام تطبيق التيك توك ، كما أشار الجدول إلى إن (١٤) مبحوثاً وبنسبة (١٥.٥٥%) يستخدمون تطبيق التيك توك من أجل



(الحصول على المعلومات) ، اما فئة (كسب المال والشهرة) فقد حلت بالمرتبة الرابعة بواقع ( ١٣ ) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت ( ١٤.٤٤%)، فيما حلت فئة (متابعة المشاهير) بالمرتبة الاخيرة بواقع (٩) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (١٠%) ويمكن أن نستنتج من هذه المعطيات ان النسبة الاكبر من مستخدمي تطبيق التيك توك يستخدمون التطبيق من اجل التسلية والترفيه عن انفسهم.

السؤال ( ٥ ) ما مدى تفاعلك مع المحتوى الذي ينشر على موقع التيك توك؟

الجدول (٥) يبين مدى تفاعل المبحوثين مع المحتوى

ت	الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اتفاعل	٢٧	٣٠%	الأولى
٢	اتفاعل كثيرا	٢٣	٢٥.٥٥%	الثانية
٣	اتفاعل قليلا	٢٢	٢٤.٤٤%	الثالثة
٤	لا اتفاعل	١٨	٢٠%	الرابعة
	المجموع	٩٠	١٠٠%	

توضح بيانات الجدول اعلام الى ان نسبة (٣٠%) من المبحوثين وبواقع (٢٧) تكرار (يتفاعلون) مع المحتوى المنشور في تطبيق التيك توك ، وان نسبة (٢٥.٥٥%) من المبحوثين وبواقع (٢٣) تكرارا (يتفاعلون كثيرا) مع المحتوى الذي ينشره التطبيق وحلت بالمرتبة الثانية ، بينما حلت فئة (اتفاعل قليلا) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية مقدارها (٢٤.٤٤%) وبواقع (٢٢) تكرار وحلت اخيرا فئة (لا اتفاعل) بنسبة مئوية مقدارها (٢٠%) وبواقع ١٨ تكرارا، ويمكن ان نستنتج ان النسبة الاكبر يتفاعلون في موقع التيك توك مع المضامين المنشورة فيه.



المحور الثالث: الإشباع المتحققة من استخدام الشباب لتطبيق التيك توك  
السؤال ( ٦ ) ما ابرز الاشباع التي تحققها من خلال استخدامك لتطبيق التيك توك؟

الجدول (٦) يبين ابرز الاشباع المتحققة من استخدام التطبيق

ت	الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اجتماعية	٣١	٣٤.٤٤%	الأولى
٢	ترفيهية	٣٠	٣٣.٣٣%	الثانية
٣	اقتصادية	١٢	١٣.٣٣%	الثالثة
٤	عاطفية	٩	١٠%	الرابعة
٥	دينية	٨	٨.٨٨%	الخامسة
	المجموع	٩٠	١٠٠%	

يظهر من بيانات الجدول أعلاه ، إن الاشباع ذات الطابع الاجتماعي حصلت على (٣١) تكرارا وحلت بالمرتبة الاولى بنسبة مئوية بلغت (٣٤.٤٤%) ، وحصلت الاشباع ذات الطابع الترفيهي على (٣٠) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (٣٣.٣٣%) من أجوبة المبحوثين ، بينما اجاب (١٢) من المبحوثين على ان الاشباع التي يحققها تطبيق التيك توك هي ذات طابع اقتصادي وبنسبة مئوية بلغت (١٣.٣٣%) ، أما الاشباع ذات الطابع العاطفي فقد تم اختيارها من قبل (٩) مبحوثين وبنسبة مئوية مقدارها (١٠%) كما تبين من الجدول أعلاه إن الاشباع ذات الطابع الديني أكدت من قبل (٨) مبحوثين وبنسبة مئوية مقدارها (٨.٨٨%) ، ونستخلص من بيانات الجدول أعلاه إن أكثر الاشباع تداولها في تطبيق التيك توك حسب نتائج الدراسة من قبل الطلبة هي ذات الطابع الاجتماعي وهذا يدل على تفاعل الطلبة مع الظاهرة الاجتماعية في العراق.

السؤال ( ٧ ) ما طبيعة تفاعلك في تطبيق التيك توك ازاء المضامين المنشورة؟

الجدول (٧) يبين طبيعة التفاعل ازاء المضامين المنشورة في التطبيق

ت	الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الاعجاب	٤٤	%٤٨.٨٨	الأولى
٢	التعليق	١٧	%١٨.٨٨	الثانية
٣	حفظ الفيديوهات	١٤	%١٥.٥٥	الثالثة
٤	مشاركة المحتوى	١٠	%١١.١١	الرابعة
٥	المساهمة بصناعة المحتوى	٥	%٥.٥٥	الخامسة
	المجموع	٩٠	%١٠٠	

أظهرت نتائج الجدول اعلاه إن أكثر أنواع تفاعل طلبة جامعة بابل ازاء المضامين التي يجري تداولها في تطبيق التيك توك هي (الاعجاب) إذ أشار إلى ذلك (٤٤) مبحوثاً وبنسبة مئوية مقدارها (%٤٨.٨٨) وحلت بالمرتبة الاولى، واختار (١٧) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (%١٨.٨٨) فئة (التعليق)، أما فئة (حفظ الفيديوهات) فقد إختارها (١٤) مبحوثاً من عينة الدراسة وبنسبة مئوية بلغت (%١٥.٥٥)، بينما إختار (١٠) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (% ١١.١١) فئة (مشاركة المحتوى)، وحل أخيراً بديل (المساهمة بصناعة المحتوى) إذ إختارها (٥) من المبحوثين وبنسبة مئوية مقدارها (%٥.٥٥).

نستنتج من ذلك إن النسبة الأكبر من أفراد العينة تتفاعل مع المحتوى في تطبيق التيك توك وبأشكال عديدة اهمها (الاعجاب)، ما يعني إن المحتوى تثير اهتمام الطلبة وتلفت أنظارهم.

السؤال (٨) هل تبلورت اتجاهات لدى الطلبة ازاء المعلومات جراء التفاعل على تطبيق التيك توك؟

الجدول (٨) يبين الاتجاهات المتبلورة ازاء المعلومات

ت	الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الى حد ما	٤٥	%٥٠	الأولى
٢	نعم	٢٩	%٣٢.٢٢	الثانية
٣	لا	١٠	%١١.١١	الثالثة
٤	لا اعلم	٦	%٦.٦٦	الرابعة
	المجموع		%١٠٠	

تشير بيانات الجدول اعلاه الى ان (٤٥) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (٥٠%) من المبحوثين اختاروا البديل (إلى حد ما) في تبلور اتجاهات معينة لدى الطلبة ازاء المعلومات جراء التفاعل على تطبيق التيك توك، بينما حصل البديل (نعم) على اجابات (٢٩) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (٣٢.٢٢) من أجوبة المبحوثين ، أما نسبة (١١.١١%) فقد ذهبت للبديل (لا) بواقع (١٠) تكرارات ، واختار عدد من المبحوثين ونسبتهم (٦.٦٦%) البديل (لا اعلم) ، لذلك يمكن القول بعدم تبلور اتجاهات حقيقية للطلبة في جامعة بابل ازاء التفاعل مع المعلومات على تطبيق التيك توك.





السؤال (٩) ما مدى اعتمادك على تطبيق التيك توك في الحصول على المعلومات ؟

الجدول (٩) يبين مدى اعتماد المبحوثين على تطبيق التيك توك في الحصول على المعلومات

ت	مدى الاعتماد	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اعتمد الى حد ما	٣٩	%٤٣.٣٣	الأولى
٢	اعتمد عليها نادرا	٢٨	%٣١.١١	الثانية
٣	اعتمد بشكل كبير	٢٣	%٢٥.٥٥	الثالثة
	المجموع	٩٠	%١٠٠	

تكشف بيانات الجدول أعلاه عن مدى اعتماد المبحوثين من طلبة جامعة بابل على تطبيق التيك توك للحصول على المعلومات ، فقد أظهر المسح الميداني ان فئة (اعتمد إلى حد ما) جاءت بالمرتبة الأولى بواقع ( ٣٩ ) تكرارا وحصلت على نسبة مئوية بلغت (٤٣.٣٣%)، في حين جاءت فئة (اعتمد عليها نادرا) بالمرتبة الثانية بمجموع ( ٢٨ ) تكرارا وحصلت على نسبة مئوية مقدارها (٣١.١١%).

اما المرتبة الثالثة والأخيرة في التصنيف فقد حلت فيها فئة (اعتمد بشكل كبير) بواقع ( ٢٣ ) تكرارا وحصلت على نسبة مئوية بلغت (٢٥.٥٥%)، وهي الفئة الأقل اعتمادا. ونستنتج من بيانات الجدول ان الاعتماد على تطبيق التيك توك للحصول على معلومات عن يتسم بالاعتدال، اذ يعتمد معظم المبحوثين عليهما بدرجة متوسطة أو نادرة، مما يعكس ثقة محدودة بالتطبيق كمصدر أساس للمعلومات، أو قد يكون لديهم مصادر أخرى مفضلة.



## الاستنتاجات

- ١- تبين إن الغالبية من مستخدمي تطبيق التيك توك إن الجمهور يكون حريصا على التعرض لوسائل الإعلام والتواصل من اجل التسلية والترفيه عن النفس ، ويبدو إن البيئة السياسية المتأزمة هي السبب في احتلال هذا الدافع المرتبة الأولى .
- ٢- بدأ إن تطبيق التيك توك يؤدي دورا كبيرا في نقل المعلومات في الوسط الشبابي وهذا ما كشفه البحث ذلك إن غالبية الطلبة في جامعة بابل تؤيد وتتبنى ذلك.
- ٣- تبين إن النسبة الاكبر من الطلبة يتفاعلون مع المعلومات المتداولة في موقع التيك توك وبأشكال عديدة منها الإعجاب او التعليق أو حفظ الفيديوهات أو مشاركة المحتوى، وهذا يعني إن المعلومات المتداولة في تطبيق التيك توك تثير اهتمام الطلبة وتلفت أنظارهم.
- ٤- اتضح ان الطلبة يقضون ساعات طويلة نوعا ما في استخدام تطبيق التيك توك تصل إلى (ساعتين الى ٣ ساعات ) يوميا وهي مدة لا يمكن الاستهانة بها وبالتالي فأن احتمالات تأثر الشباب بالمعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي كبيرة.
- ٥- اتضح من نتائج الدراسة بعدم تبلور اتجاهات حقيقية للطلبة في جامعة بابل إزاء التفاعل مع المعلومات على تطبيق التيك توك.
- ٦- اثبتت نتائج الدراسة تصدر الاشباع ذات (الطابع الاجتماعي) في المرتبة الأولى بين أهم الاشباع التي يفضلها الباحثين عينة الدراسة في استخدامهم لتطبيق التيك توك.
- ٧- تبين ان اعتماد الطلبة على تطبيق التيك توك للحصول على المعلومات يتسم بالاعتدال، اذ يعتمد معظم الباحثين عليهما بدرجة متوسطة أو نادرة، ما يعكس ثقة محدودة بالتطبيق كمصدر أساسي للمعلومات، أو قد يكون لديهم مصادر أخرى مفضلة.

## المراجع والمصادر

- ١- حسنين شفيق. (٢٠١٤). نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد . القاهرة: دار فكر وفن.
- ٢- شيماء ذو الفقار زغيب. (٢٠٠٩). مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- ٣- كامل القيم. (٢٠١٢). مناهج واساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الانسانية. بغداد: دار حمورابي للدراسات والبحوث.
- ٤- محمد عبد الحميد. (٢٠٠٤). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير . القاهرة: عالم الكتب.
- ٥- مها محمد فتحي. (٢٠٢١). تأثير تعرض الشباب لفيديوهات tik tok عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام .



٦-مهدي. (٢٠١٩). الترويج الاعلاني عبر مواقع التواصل الاجتماعي(دراسة تحليلية). الجزائر .

٧-مي العبدالله. (٢٠١٠). نظريات الاتصال. بيروت: دار النهضة العربية.

٨-ناصر، ريان عايد ، اسماء بن. (٢٠٢١). تأثير تطبيق التيك توك على سلوك المراهق ، دراسة ميدانية. ولاية قالمة، الجزائر.

٩-هاجر، بوزيناوي نجاة، العيد. (٢٠٢٣، ٦ ٢٠). الاستخدامات الترفيهية لمنصة التيك توك وأثرها على التحصيل الدراسي للطلاب الجامعي، دراسة مسحية. الجزائر.

١٠-ولد طاطة سعديّة،جلطي صافية. (٢٠٢١). الطلبة الجامعيين والتيك توك دراسة ميدانية في الاستخدامات والإشباع المحققة منه والآثار المترتبة. الجزائر.

### References and Sources

1-Hassanein Shafiq. (2014). Media Theories and Their Applications in New Media Studies. Cairo: Dar Fikr wa Fan.

2-Shaimaa Zulfiqar Zaghib. (2009). Research Methods and Statistical Applications in Media Studies. Cairo: Egyptian-Lebanese House.

3-Kamel Al-Qayem. (2012). Methods and Techniques of Scientific Research Writing in the Humanities. Baghdad: Hammurabi House for Studies and Research.

4-Muhammad Abdul Hamid. (2004). Media Theories and Trends of Influence. Cairo: Alam Al-Kutub.

5-Maha Muhammad Fathi. (2021). The Impact of Youth Exposure to TikTok Videos on Their Smartphones on Their Perception of Social Values in Society. Egyptian Journal of Public Opinion Research.

6-Mahdi. (2019). Advertising Promotion via Social Media (An Analytical Study). Algeria.

7-Mai Al-Abdullah. (2010). Communication Theories. Beirut: Dar Al-Nahda Al-Arabiya.

8-Nasser, Rayan Ayed, Asma Ben. (2021). The Impact of TikTok on Adolescent Behavior: A Field Study. Guelma Province, Algeria.

9-Hajar, Bouzinaoui Najat, El-Eid. (June 20, 2023). The Recreational Uses of the TikTok Platform and Their Impact on University Students' Academic Achievement: A Survey Study. Algeria.



استخدامات الشباب العراقي لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه

(دراسة ميدانية) طلبة جامعة بابل انموذجا



10-Ould Tata Saadia, Jalti Safia. (2021). University Students and TikTok: A Field Study of Uses, Gratifications Derived from It, and Resulting Effects. Algeria.



مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية ٢٠٢٦ المجلد ١٦ / العدد ٤

