



# مجلة

# العلوم الاجتماعية والتطبيقية

JOURNAL OF SOCIAL AND APPLIED SCIENCES

دورية محكمة ربع سنوية

تصدر عن الجمعية المصرية للدراسات الإنسانية والخدمات العلمية



العدد الثالث  
يوليو ٢٠٢٤ م

مدير التحرير

دكتور/ محمد عطا عبدالعزيز

رئيس التحرير

الاستاذ الدكتور/ يسري شعبان عبد الحميد

سكرتير التحرير

دكتور/ منه حسن عمر

مجلة العلوم الاجتماعية والتطبيقية



### بحث بعنوان

التأثيرات الاجتماعية لأصحاب بثوث التيك توك على قيم متابعيهم  
دراسة مسحية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية

### إعداد

أ/ سارة العتيبي

باحثة ماجستير بقسم الصحافة والإعلام الرقمي  
بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز  
المملكة العربية السعودية

أ.د/ أفنان عبد الله بكر قطب

أستاذ مشارك بقسم الصحافة والإعلام الرقمي  
بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز  
المملكة العربية السعودية

## ملخص الدراسة:

تعد متابعة البثوث الحية Live Streaming والتفاعل معها من أبرز الممارسات الرقمية التي يقوم مستخدمو تطبيق التيك توك. هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على التأثيرات الاجتماعية لأصحاب بثوث التيك توك على قيم متابعيهم. استندت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية كإطار نظري. اعتمدت الدراسة على الاستبانة لجمع البيانات من عينة تكونت من مستخدمي تيك توك من المجتمع السعودي. بلغ عدد العينة ٣٨١ فرداً من مستخدمي التطبيق و تراوحت أعمارهم بين ١٨-٥٦ عاماً .

وتوصلت نتائج الدراسة على أنه هناك آثار اجتماعية سلبية للبثوث الحية في التيك توك. وتكمن أبرز الآثار الإيجابية لبثوث التيك توك أنها تُتيح فرصاً للشباب في التعبير عن أفكارهم، تسهم في التواصل والتفاعل مع الآخرين من مستخدمي التطبيق، وتساعد بنسب متوسطة على عرض المواهب لدى المتابعين. أما الآثار السلبية للبثوث الحية، فاشتملت على: ضعف التواصل الاجتماعي، الفعلي، والتذمر الأسري، والعزلة والانطواء، وضعف التحصيل الدراسي. أما بالنسبة للجانب القيمي، أكدت الدراسة أن البثوث الحية تتضمن مشاهد غير لائقة لجذب انتباه المتابعين وتحقيق نسب مشاهدة عالية وأن بثوث التيك توك تساعد على إرضاء الميول المختلفة حتى المنحرفة منها لدى متابعيه إلى حد ما. وبالتالي، فالبثوث الحية لا تسهم توك في إكساب المتابعين قيماً أخلاقية كما أكدت الاختبارات الإحصائية. وبالرغم من أن الدراسة أكدت أن بثوث تيك توك تساهم في نشر الأخبار بكافة أنواعها، إلا أنه ثبت أيضاً المؤثرين في التيك توك يقدمون معلومات خاطئة قد تؤدي إلى تضليل المتابعين وذلك بسبب المغريات المادية أحياناً. وبشكل عام، أكد المبحوثين أنهم يستخدمون التطبيق بغرض التسلية، وملء وقت الفراغ، بجانب متابعة العديد من الفيديوهات الخاصة بالمشاهير، وتصوير فيديوهات في بعض الأحيان، بالاعتماد على خاصية تحريك الشفاه.

## الكلمات المفتاحية:

البثوث الحية، التيك توك، المغريات المادية، المتابعين، منصات التواصل الاجتماعي.

## The Social Effects of Tik Tok Streamers on the Values of Followers: A Quantitative Study within the Framework of Social Responsibility Theory

### Study summary:

Watching and interacting with Live Streaming is one of the most prominent digital practices among TikTok users. This study aimed to identify the social effects of TikTok Live Streaming on the values of their followers. The study relied on social responsibility theory. The study applied surveys of a sample of 381 TikTok users who ranged from 18-56 years.

The results of the study found that there are negative social effects of the TikTok live streams. The positive effects of Tik Tok live streaming included: providing opportunities for young people to express their ideas, communicating and interacting with other users of the application, and help broadcasters to display talents among followers. The negative effects of live streaming included: poor face-to-face communication, family complains, isolation and introversion, and poor academic achievement. As for the value aspect, the study confirmed that live streaming includes inappropriate scenes to attract the attention of followers and achieve high viewership rates, and satisfying the different tendencies and desires, even deviant ones, among its followers to some extent. Thus, live streaming does not contribute to imparting ethical values to followers, as confirmed by statistical tests. Although the study confirmed that TikTok live streaming contributes to the broadcasting news of all kinds, it has also been proven that influencers in TikTok provide false information that may lead to misleading followers, sometimes due to financial temptations. In general, the respondents confirmed that they use the application for the purpose of entertainment, passing time, in addition to following many videos of celebrities, and sometimes posting videos, relying on the lip-syncing features.

### Keywords:

:live streaming, Tik Tok, material temptations, followers, social media platforms.

## أولاً: مدخل لمشكلة الدراسة

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي ومنها تطبيق تيك توك من الأدوات المهمة التي يستخدمها العديد من الأفراد لنشر أفكارهم وآرائهم والتواصل مع جمهورهم. يحظى أصحاب بثوث تطبيق تيك توك بمتابعة كبيرة تتأثر بمحتوى ما ينشرون، وهو ما يجعل تأثيرهم على قيم متابعيهم موضوعاً مهماً يستحق الدراسة.

انتشرت منصة التيك توك TIK TOK بشدة أثناء جائحة كورونا Covid-19 حيث انضم له ٥٢.٥ مليون مستخدم حول العالم في شهر مارس ٢٠٢٠، ليكون هو الأكثر تحميلاً بوصفه تطبيقاً غير متعلق بالألعاب الإلكترونية. ويرجع هذا الاستخدام الكثيف أثناء الجائحة إلى الطبيعة الفكاهية وغير الرسمية للتطبيق، والتي مكنت المستخدمين من قضاء وقتهم أثناء الحظر (Su, Y., & et. Al., 2020, p5). واستطاع تيك توك (Tik Tok) في عام ٢٠٢٠ تحقيق تفاعل ٨٠٠ مليون مستخدم حول العالم، حيث تجاوز تحميله حاجز ٢ بليون في الربع الأول من العام ٢٠٢٠ خلال الفترة من يناير وحتى أبريل ٢٠٢٠. ليكون بذلك الأعلى شعبية في تاريخ تطبيقات الهواتف الذكية في ربع سنة (Jorge Vázquez-Herrero, & et al., 2020, Pp. 5-6). وفي تقرير Statista Research Department الذي أعلن عنه في شهر مارس ٢٠٢١، ظهر تطبيق التيك توك يتفاعل عليه (٢٧.٤٣) مليون مستخدم شهرياً من خلال أجهزة أندرويد (Android) حول العالم، ليكون بذلك هو أكثر التطبيقات على متجر (Google Play Store). هذا وأشارت أحد الدراسات أن المستخدمين من المراهقين تحديداً يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي بهدف التواصل مع الأصدقاء وأفراد العائلة، وقد أدى هذا التواصل الكثيف مع مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام أدى لمشاكل صحية عديدة، ومشاكل تتعلق بالهوية الثقافية (Asad Ali, & et al., 2016, .327).

وتتفاوت التأثيرات الاجتماعية التي يمكن أن يمارسها أصحاب بثوث تطبيق تيك توك على قيم متابعيهم بين الإيجابية والسلبية. فمن جهة، قد يكون لديهم القدرة على تحفيز الآخرين ونشر الأفكار الإيجابية. كما يمكن أن يلهموا فئة واسعة من الشباب ويشجعوهم على اكتساب مهارات جديدة وتحقيق

أهدافهم. من ناحية أخرى، قد يؤدي نشر محتوى سلبي أو غير ملائم إلى تشجيع سلوكيات سلبية وتشكيل وجهات نظر غير صحيحة لدى الجمهور.

وتعد شريحة الشباب هم الأكثر استخداماً للتطبيق والبنوث والحية، وبالتالي هم الأكثر عرضه للآثار النفسية والاجتماعية الناتجة عن هذا التعرض. وحيث أن فئة الشباب الذين تبنى عليهم الآمال في صلاح المجتمع وريادته، يعد أمر سلامة بنيتهم النفسية والاجتماعية والقيمية قائماً أساسياً في بناء الوطن، لقيادة المجتمع والعمل على رفعته وتقدمه. ومن المتوقع الزيادة المستمرة في عدد المستخدمين لتيك توك، وهو ما يشير لأهمية إجراء الدراسة الحالية على التطبيق للوقوف على أنماط استخدامه السعودية وتحديد أثر المغريات المادية على مشاهدي البثوث الحية. لذلك فإن فهم هذه التأثيرات ذات أهمية كبيرة، حيث يمكن لأصحاب بثوث تطبيق تيك توك أن يكونوا عوامل إيجابية في نشر الوعي وتعزيز القيم الإيجابية في المجتمع. ويمكن أن يكونوا أيضاً عرضة لمسؤولية كبيرة عند تأثيرهم بشكل سلبي على جمهورهم.

#### مشكلة الدراسة:

حددت منصة ترخيص الموسيقى "lickd.com" آلية حساب "الراتب الاجتماعي"، وعدد المتابعين الذين تحتاجهم على "تيك توك" و"إنستقرام" و"يوتيوب" لكسب 100000 دولار من الأرباح، ولحساب التقديرات استخدمت "lickd.com" بيانات من حساب YouTube money calculator، وتقرير تسعير المؤثرين التابع لوكالة منشئي المحتوى seven six، حول "كم عدد المتابعين الذي تحتاجهم على تيك توك للحصول على الأموال. فإذا كان لديك أكثر من 100000 متابع فيمكنك توقع بين 500 إلى 5000 آلاف دولار شهرياً وتتراوح الصفقات من 50 إلى 150 ألف دولار لأشهر الحسابات في "تيك توك" ويتم كسب الأموال في التيك توك عن طريق تفعيل خاصية تمويل صناع المحتوى، والترويج والتسويق وعمل الدعايات للمنتجات والخدمات وحصول على المبلغ المتفق عليه من التاجر نفسه أو الأسرة المنتجة.

كذلك توجد خاصية البث المباشر في تيك توك والتي يحصل من خلالها صانع المحتوى على "الهدايا" وهي التي تتميز بها التيك توك عن غيرها فصانع البث المباشر في التيك توك يحصل على هدايا من المشاهدين، ولكل هدية لها عدد مادي من النقاط وأكثر الهدايا انتشار "القلب" وعلامة التيك توك و"الوردة" و"الدونات" و"finger heart" وتتراوح أسعار الهدايا من الوردة وهي 0.38 ريال سعودي، وتعتبر عدد نقطة واحدة إلى سعر هدية القفل، وهو 278.37 ريال سعودي وتعد أعلى هدية في التيك توك هدية الأسد وقيمتها 1502.5 ريال سعودي. ويمكن لصانع المحتوى بعد جمع الهدايا من البث

وبعد انتهاء البث أو عند جمع عدد معين من النقاط يستطيع صانع المحتوى أو المؤثر على سحب قيمتها المادية من PayPal. وتعتبر الخسارة مع مؤثرين التيك توك مكسب حيث إنه عند عدم رغبته بحسابه في التيك توك ببيعه بمبلغ مادي على أحد المتابعين.

وعليه، ولأن المكاسب المادية تؤثر على قيم ومبادئ مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وبعض المستخدمين ليس لديهم الثقافة أو الخبرة العالية لمدى تأثيرهم على المتابعين وتأثر سلوكهم لزيادة عدد المتابعين والمشاهدات، وفذلك تأثير على القيم الدينية والأخلاقية للمجتمع السعودي، ومن هذا المنطلق انتشرت ظاهرة البث المباشر غير الهادف، والذي تحمل رسائل سلبية على المشاهد، وفيها تغيير لسلوك المؤثرين وتصرفات غريبة غير مألوفة منهم، من هنا حددت الباحثة مشكلة الدراسة وهي تأثير المغريات المادية على سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي.

#### أهمية الدراسة:

تعتبر وسائل الإعلام بشكل عام إحدى أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تساهم في تكوين شخصية الفرد، ومع تطورها وتقدمها طغت بعض من سلبياتها على إيجابياتها، فأصبح المستخدمون وخاصةً فئة الشباب من ضحاياها، وبدلاً من أن تعيدهم صرتهم وأفسدت أخلاقياتهم نتيجة تأثيرها في سلوكياتهم بسبب المغريات المادية التي تقدمها منصات التواصل الاجتماعي خصوصاً التيك توك. ولذلك، تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال الآتي :

- ١) رصد تأثير المغريات المادية والهدايا التي تقدمها البثوث الحية على سلوك المستخدمين.
  - ٢) تساهم في لفت الأنظار للجانب السلبي لمنصات التواصل الاجتماعي بشكل عام.
  - ٣) تعكس مدى تأثير المستخدمين بمنصة التيك توك بشكل خاص ودوره في بلورة تفكيرهم وسلوكياتهم وتغيير قيمهم ومعتقداتهم بسبب تأثرهم بالمغريات المادية.
- ونظراً لندرة الدراسات العربية التي تناولت البثوث الحية في التيك توك والمغريات المادية تسعى الدراسة الحالية لتقديم إضافة علمية فيما يخص ممارسة متابعة البثوث الحية Live Streaming وانعكاساتها على المجتمع.

#### أهداف الدراسة:

#### الهدف الرئيس:

فهم التأثيرات الاجتماعية للبثوث الحية التي تنتشر في التيك توك.

#### ويتفرع من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

- ١- التعرف على أثر المغريات المادية على سلوك أصحاب التيك توك.

٢- التعرف على دوافع متابعة بثوث تيك توك.

أسئلة الدراسة:

السؤال الرئيس:

ما التأثيرات الاجتماعية المنعكسة على متابعي البثوث الحية في تيك توك؟  
ويتفرع منه الأسئلة التالية:

- ما أثر المغريات المادية على سلوك أصحاب البثوث؟

- ما هي دوافع متابعة بثوث تيك توك؟

مصطلحات الدراسة:

**المغريات المادية اصطلاحاً:** هي مغريات بيعيه ذات أهمية كبيرة، حيث يحاول الترويج من خلال أسلوب الاقناع والترغيب أن يبرز المغريات المختلفة التي يتضمنها المنتج. (الفرا، ٢٠٢٢، ص: ١٠) **المغريات المادية إجرائياً:** هي المؤثرات النقدية أو الاقتصادية مثل المكافآت والأجور التي تستخدم في تحفيز مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي لتقديم أعمال ومضامين تحصد مشاهدات ومتابعات عالية.

والمغريات المادية قد تكون في صورة مال أو جوائز أو هدايا أو مكافآت عينية أخرى، وهي مثير داخلي يعمل على خلق وإثارة القوى الكامنة لدى الفرد والتي تحدد نمط السلوك أو التصرف المطلوب من خلال إشباع حاجاته ورغباته لسلوك معين يتفق مع الأداء الذي يحقق طلبات المتابعين. وينتج عنها سلوكيات غير سوية يقوم بها مستخدم منصات التواصل الاجتماعي خصوصاً التيك.

**التأثيرات الاجتماعية:** هي التجارب الاجتماعية التي يمر بها الفرد، مثل التنشئة الاجتماعية والتفاعلات مع الآخرين، تلعب دوراً حاسماً في تشكيل قيمه.

**القيم الاجتماعية:** هي تلك المجموعة من الأحكام العقلية التي تقوم بالعمل على توجيهنا نحو رغباتنا واتجاهاتنا والتي تكون نتيجة اكتساب الفرد من المجتمع المتعايش به وهي تعمل على تحريك سلوكياته، حيث تعتبر القيم هي ذلك البناء الشخص الذي ينشأ في داخل الإنسان ومن خلال حياته وتجاربه الحياتية التي مرت به. (عمر، ٢٠٢٢)

**التيك توك اصطلاحاً:** تطبيق تقني يتيح لمستخدميه إنشاء حساب لإعادة صنع نسخ قصيرة لتمثيلات سمعية بصرية مختلفة من الأغاني والمسرحيات والمواقف المشهورة التي يتم تسجيلها سابقاً بالصوت، بحثاً عن الإعجاب عن طريق التويت من بقية المشاهدين المستخدمين لنفس التطبيق (خراب، عرفه،

٢٠١٩، ص ٤٥)، (Hennan, 2019) بأنه تطبيق عبر الهواتف الذكية مخصص لتسجيل ومشاركة الفيديوهات بين المستخدمين، (فتحي ، ٢٠٢١ ، ص ٣٨٨،  
 التيك توك إجرائياً: هو عبارة عن تطبيق يتيح للمستخدمين نشر الفيديوهات القصيرة ودمج الصورة مع الصوت بالإضافة إلى النص، وذلك عن طريق تقنيات سهلة الاستخدام ويسمح بمشاركتها عبر منصات التواصل الاجتماعي.

### منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي ، وتم اختيار هذا المنهج لملائمته لطبيعة الدراسة وإمكانية تعميم نتائج الدراسة.

### تصميم الدراسة:

المنهج الكمي الذي يعتمد على جمع وتحليل البيانات الكمية ثم التفسير ومقارنة النتائج.

### مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور العام بالمملكة العربية السعودية الذين يتابعون منصة تيك توك.

### عينة الدراسة:

تم اختيار العينة من مستخدمي منصة تيك توك من المجتمع السعودي وتم عمل والبالغ عددهم ٣٨١ فرداً من الذكور والإناث وتم حصر العينة في أواخر ١٤٤٥هـ.

### أدوات جمع البيانات:

بناء على طبيعة البيانات وأهداف الدراسة ، تم استخدام الاستبانة لتحقيق أهداف هذه الدراسة ويعرف الاستبيان على أنه " أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين ويقدم على شكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان"، (عبيدات واخرون، ٢٠١٢، ص ١٠٦) وقد تصميم أداة الدراسة بالرجوع إلى الأدبيات ذات العلاقة بموضوع الدراسة مثل مقياس إدمان تطبيق الفيس بوك (Salem, Almenaye, & Andreassen, 2016) ودراسة (سالي نصار ، ٢٠٢٢) التي ركزت على الآثار النفسية والاجتماعية الإيجابية والسلبية التي نشأة عن استخدام تيك توك في ظل نظرية الحضور الاجتماعي ومدخل الاستخدامات والإشباع. كما تم تحكيم الاستبانة بعد عرضها على عضوين من كلية

الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز وتم الأخذ بملاحظات المحكمين بتعديل عبارات الاستبانة لمناسبة الأسئلة البحثية .

### أولاً: الإطار النظري

من الملاحظ أن ظاهرة "المؤثرون" عبر منصات التواصل الاجتماعي، أو "البلوجرز"، أو "Influencers"، أو "صناع المحتوى" من أهم الظواهر حالياً، وبرزوا كمؤثرين يحتلون مكانة اجتماعية متميزة؛ حتى أصبحوا من أبرز عناصر الجذب استخداماً في مختلف المجالات، وخاصةً المجالات المرتبطة بالترويج والتسويق للمؤسسات المختلفة.

والمؤثرون هم وسطاء يقدمون في خطاباتهم معلومات موثوقة عن المؤسسات والشركات من خلال أساليبهم في استخدام المنتجات والخدمات والتعليق عليها والإشارة إليها عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث يبحث المستهلكون من خلال هؤلاء المؤثرون عن معلومات صادقة، ويرى هذا الاتجاه أنه رغم وجود دراسة واحدة - على حد علم الباحثة - التي اهتمت بالمحتوى الموجه للمستخدمين في مجالات التسويق المتنوعة، إلا أن عدد الدراسات التي اهتمت بدراسة الأنشطة الاتصالية للمؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي مازال محدوداً (Cotter. K., 2019, P. 895 - 913).

١.١ أنواع المؤثرين: يمكن تصنيف المؤثرين إلى ثلاثة أنواع كالتالي (Cotter. K., 2019, Pp. 895 - 913).

١. مشاهير المؤثرين: هم نجوم السينما، والمطربون، وعارضو الأزياء، والشخصيات التلفزيونية التي لها وجود قوي عبر الإنترنت وتتمتع بمجموعات كبيرة من المتابعين عبر منصات التواصل الاجتماعي.

٢. المؤثرون عبر منصات التواصل الاجتماعي: هم من يظهرون أنفسهم عبر منصات التواصل الاجتماعي كخبراء ويصبحون معروفين كمتخصصين في بعض الموضوعات، سواء كانت موضوعات تتعلق بالأزياء أو الرياضة أو التكنولوجيا، وما إلى ذلك.

٣. المؤثرون محدودي الانتشار: وهم يشبهون المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي، ولكن يحظون بعدد أقل من المتابعين، إلا أنهم يتمتعون بقوة تأثير على المتابعين بشكلٍ عالٍ.

ويحقق هؤلاء المشاهير الاجتماعيين الشهرة من خلال التفاعل مع الجماهير والدرشة معهم والرد عليهم، ويشعرون أنهم مسئولون عن استمرار هذا التفاعل من خلال فتح حوار متصل معهم، وهذا النوع من التسويق قضى على فكرة "المتفرج المسرحي" فأصبح الجمهور نشطاً وفعالاً والاتصال ثنائياً.

ويمكن تقسيم مستخدمي التيك توك إلى ثلاث فئات رئيسية كالتالي (Hui Zuo, & Tongyue Wang, 2019)

٤. **المستخدمون العاديون (Ordinary Persons):** حيث وجدوا ضالتهم في التعبير عن أنفسهم، ومن أجل تحقيق الذات، والرضا الداخلي، من خلال ما يتيح التطبيق من تمكين الجمهور العادي لإنتاج محتوى طبقاً لاحتياجاتهم النفسية.

• **المشاهير وقادة الرأي (Opinion Leaders):** للاستفادة من القيمة التجارية التي يتيحها التطبيق يسعى المشاهير لاستخدامه في الدعاية لأنفسهم أو أعمالهم أو آرائهم، كمثل استخدام ممثل معين للتطبيق للإعلان عن قرب عرض فيلمه الخاص أو عرض أحد قادة الرأي عن رأيه في منتج معين.

**المؤسسات المهنية (Business Organizations):** وذلك للدعاية لمنتجات المؤسسة والشركة وتخصيص هذا التطبيق لتضييق الفجوة بينها وبين الشباب المستهدف، وبخاصة أن أغلب متابعي التطبيق هم من الشباب. (Hui Zuo, & Tongyue Wang, 2019, 1-2)

## ١.٢ الآثار الاجتماعية لتطبيق التيك توك:

١- **تحديات خطيرة:** يمكن لمستخدمي التيك توك الاشتراك في خمس تحديات مختلفة، وهي التحديات التي حظي بعضها بشهرة واسعة مثل تحدي (In My feelings challenge) الذي اجتاح مختلف التواصل الاجتماعي وعرف باسم "كيكي"، بجانب تحدي (Oha nana) الذي تطلب أداء حركات راقصة على أنغام الأغنية نفسها.

٢- **النبت الاجتماعي:** اقترن القبول المجتمعي إلى حد بعيد بعدد المتابعين، فإذا كان قليلاً أو معدوماً، شعر المستخدمون بأنهم منبوذون لا يرغب أحد في مصادقتهم.

٣- **الحسابات الوهمية:** يتستر العديد خلف حسابات وهمية للتمتر والتحرش بالآخرين عبر التعليقات.

٤- **العزلة الاجتماعية:** بالرغم من أن تطبيق التيك توك يدور حول التواصل الاجتماعي مع الجمهور، إلا أنه في الواقع يميل مستخدميه إلى العزلة الاجتماعية لدرجة أنهم لا يستطيعون الاهتمام بالعلاقات التي يحيطون بها ويفضلون الشاشة عن العلاقات الاجتماعية (محمد سيد، ٢٠١٨).

٥- **مضيعة للوقت:** يقضي مستخدموه ساعات طويلة ويستنزفون الكثير من الوقت بالملل بلا نتيجة.

٦- **العري والدعارة:** رغم أن التطبيق لم يكن قصداً استخدامه بهذه الطريقة إلا أننا نشاهد الفتيات والنساء يظهرن أجسادهن أثناء الرقص لإرضاء الجمهور في بعض الأحيان، ويقدمن هذا تحت

ضغط من المتابعين ولا يردن أن يخسرن طمعاً في زيادة نسبة المشاهدة، وبالتالي تزيد المكافآت المادية المقدمة.

٧- مصدر التحرش: نظراً لأن التطبيق يسمح للمستخدم بمشاركة جميع أنحاء العالم، فإن فرص التحرش اللفظي موجودة، ويعد النقد على الشاشة أمراً طبيعياً، ولكن قد يصادف نفس الأشخاص مرة أخرى.

٨- النرجسية: معظم مستخدمي التطبيق مهووسون بأنفسهم، وكل ما يطلبونه هو تصوير مقطع فيديو لهم، أثناء قيامهم بكل تلك الأعمال المجنونة يعتقدون أنها تجعلهم جذابين.

٩- الألم الذاتي وتعذيب النفس: تجاوز مستخدمو التطبيق إيذاء النفس، فقد أصبحت مقاطع الفيديو الخطرة والرقص أمام القطارات والسيارات والتعذيب لإظهار النفس.

١٠- الاكتئاب: فشل مستخدمو التطبيق في تحقيق لغتهم في القبول يتسبب في التوتر والضغط والاكتئاب.

١١- النهايات المأساوية والسجن: وصل جذب الانتباه المتابعين على المشاهدة الفاضحة التي تؤدي الى قضايا مخلة بالشرف أو الدعوى إلى الفسق.

### 3.1 تأثير المغريات المادية على السلوك:

يقصد بالسلوك بوجه عام الاستجابات الحركية والغدية، أي الاستجابة الصادرة عن عضلات الكائن أو عن الغدد الموجودة في جسمه أو الأفكار والحركات العضلية أو الغدية، كما أن جميع الأنشطة التي يقوم بها الكائن الحي وبذلك يدخل تحت مفهوم السلوك والنشاطات العقلية والفسولوجية التي تحدث داخل الكائن الحي ذاته. فهناك أنواع مختلفة لوصف السلوك نذكرها كما يلي، ( السيد ٢٠٠٤، ص ٩،

#### أ- سلوك داخلي وخارجي:

- ١- السلوك الداخلي: ويتمثل في الأفكار والمشاعر التي تدور بداخل الشخص.
- ٢- السلوك الخارجي: يتمثل في الإيماءات أو الحركات أو التصرفات (الشربيني، ٢٠٠٦، ص ١١-١٢).

#### ب- السلوك الفطري والسلوك المكتسب:

##### ١- السلوك الفطري: ويتميز بالخصائص التالية:

- يكون هذا السلوك ذا فائدة حيث يساهم في المحافظة على بقاء الفرد، وعلى استمرارية النوع.
- يمكن للعضوية أن تظهر هذا السلوك بالرغم من غياب فرض التعليم أو ندرتها (حريقة، ٢٠٠٤)

٢- السلوك المكتسب: ويتميز بخصائص التغيير والتأثر بشروط المحيط إلا أن السلوك الفطري لا يمكن أن ينمو ويتطور بمعزل عن السلوك المكتسب.

### ج- السلوك السوي واللاسوي:

١- السلوك السوي: لعبت حركة الصحة العقلية دوراً كبيراً في ربط مفهوم السواء بمفهوم التكيف، فالسواء ينظر إليه على أنه التكيف الجيد الذي يُظهره الفرد للظروف الاجتماعية المحيطة.

٢- السلوك اللاسوي: الشخصية غير السوية هي التي تخالف الشخصية السوية.

وتعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على النظريات التالية:

### أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعود بدايات نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى تشكيل لجنة حرية الصحافة والمعروفة باسم لجنة هاتشينز ١٩٤٢، والتي اهتمت باختبار دور وسائل الإعلام في المجتمع الديمقراطي. وبعد ٤ سنوات من البحث أصدرت اللجنة تقريرها حول المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، ويتضمن أن حرية وسائل الإعلام يقابلها التزامات تجاه المجتمع تتمثل في الأهداف الأخلاقية في المجتمع (Jason T. Peifer, 2012)، فيجب على وسائل الإعلام أن ترفع مستوى الأداء المهني لها بتوفير كافة المعلومات للجمهور المستهدف لتلبية احتياجاته من وسائل الإعلام.

### مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

- التأكيد على مسؤولية الحرية من خلال البحث عن الحرية وضماناتها، ووضع حدود لها يجب احترامها، ومن هذا الجانب تقوم وسائل الاعلام بالتزامات معينة تجاه المجتمع وفي مقدمتها حماية الصالح العام.

- احترام مبادئ وقيم المجتمع مع ضمان هامش معتبر للحرية الإعلامية، بالإضافة إلى التأكيد على مبادئ الشرف الإعلامي وضرورة التحلي بها.

- يجب أن تعكس وسائل الإعلام تنوع الآراء والأفكار بإتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض.

- يجب أن يكون الإعلاميون مسؤولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية، وعليهم الالتزام بمعايير ومواثيق العمل الإعلامي. مها عبد المجيد صلاح (٢٠٠٨).

- يجب أن تعمل وسائل الإعلام على توفير كافة المعلومات للجمهور في سياق الموضوعية.

- يجب أن تكون وسائل الإعلام منبراً للنقد، وتبادل الآراء حول مختلف القضايا التي تهم المجتمع.

### استخدام نظرية المسؤولية الاجتماعية في الدراسة الحالية:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية "المسؤولية الاجتماعية"، حيث تركز الدراسة على معرفة تأثير المغريات المادية التي يقدمها التيك توك على سلوك المستخدمين، ولما كانت السلوكيات أظهرت الانحرافات الأخلاقية والاجتماعية وعدم الالتزام بمسؤولية الفرد المستخدم نحو مجتمعه من منطلق المسؤولية الاجتماعية، وقيام البعض بنشر مقاطع فيديو فاضحة ومخلّة، وسلوكيات تحث على الانحراف، فإن هذه الدراسة تعتمد على نظرية المسؤولية الاجتماعية للكشف عن مدى الالتزام الاجتماعي والأخلاقي والسلوكي لمستخدمين التيك توك نحو المجتمع.

وتعتمد الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية في اختبار الافتراضات التي تقوم عليها النظرية من خلال استقصاء آراء الباحثين حول المسؤولية الاجتماعية لمستخدمين التيك توك، وهل يلتزمون بها أم لا من وجهة نظرهم.

### ثانياً: الدراسات السابقة

بعد رصد بعض أدبيات التراث العلمي المتعلقة بمتغيرات الدراسة ذات الاتصال بموضوع الدراسة، تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور رئيسية كالآتي:

**المحور الأول: الدراسات الخاصة بتأثير الماديات على النواحي السلوكية عبر منصات التواصل الاجتماعي:**

دراسة (بخوش، رتيمي، ٢٠٢٢) التي هدفت إلى الكشف عن دور التيك توك في إنتاج السلوك الإنحرافي لدى الشباب، وتم جمع البيانات بواسطة استبانة الكترونية على عينة مكونة من ٦٧ مفردة من مستخدمي موقع التيك توك. وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة إحصائية بين التيك توك وإنتاج السلوك الإنحرافي لدى الشباب، وبين غياب الرقابة الأسرية عن التيك توك. كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إنتاج السلوك الإنحرافي لدى الشباب تعزى لمتغيرات الجنس والسن والتعليم.

دراسة (لعموري، نحال، ٢٠٢٢) التي هدفت للكشف عن دوافع استخدام الشباب الجزائري فئة المراهقين لتطبيق التيك توك وإشباعهم المتحققة عبر التطبيق. بالإضافة للتعرف على عادات وكثافة الاستخدام وتأثيره على القيم الاجتماعية. تم الاعتماد على المنهج الوصفي واستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات بالاعتماد على العينة القصدية بحجم ١٥٠ مفردة. وأكدت النتائج أن سلبيات التطبيق تغزو حياة المراهقين فمن التصفح الدائم إلى المشاركة اليومية وبكل ما هو مخالف لقيم المجتمع، إنتاج لغات جديد رموز وعبارات قد لا تفهمها الأسرة ويعتمدها المراهقين على شكل رمز سري في التواصل مما يجعل الموضوع خطير للغاية.

دراسة (يحيى، بوزانة، ٢٠٢٣) التي هدفت إلى تحليل ظاهرة مشاركة الطفل الجزائري في صناعة المحتوى على منصة التيك توك من خلال التعرف على شكل المحتوى المقدم والموضوعات التي يتناولها ورصد الأبعاد القيمية المتضمنة. تم توظيف نظرية الحتمية القيمية في الدراسة. وتم تحليل عينة عمدية من مقاطع الفيديو بواسطة استمارة تحليل مضمون. توصلت الدراسة إلى أن أكثر المواضيع المتناولة هي الترفيهية إلى جانب عرض المواهب التمثيلية بارتداء الملابس العصرية التي تتماشى مع الموضة واستخدام اللغة العامية الجزائرية في صناعة المحتوى. وأكدت الدراسة أن اتجاه عينة الدراسة من مقاطع الفيديو التي يشارك فيها الطفل كان سلبياً فالقيم السلبية والتصرفات غير الأخلاقية والعوانية التي تم رصدها جعلت من هذه البيئة الافتراضية وما تحويه من نماذج سلوكية سيئة تمارس تأثيراً سلبياً قد يشكل خطراً حقيقياً على التنشئة الاجتماعية السليمة للأطفال المستخدمين للتطبيق، بالإضافة إلى انتهاك خصوصية حياتهم الخاصة بتصويرهم في كل الأماكن الممكن تخيلها حتى في غرف نومهم.

#### المحور الثاني: الدراسات الخاصة بمستخدمي تطبيق التيك توك:

ودراسة (Zhang, Wua, Liu, 2019) التي أشارت إلى أهمية تطبيق التيك توك، وانعكاسه على المستخدمين لدرجة تصل إلى الإدمان، وبالاعتماد على المدخل الاجتماعي للتكنولوجيا استهدفت الدراسة الوقوف على المؤثرة لإدمان تيك توك، بالتطبيق على ٣٨٨ مستخدم باستخدام الاستقصاء، وقد تبين أن تفضيل المبحوثين التطبيق يكون في إطار الترفيه، بالإضافة إلى أن القلق من التفاعل مع الآخرين على أرض الواقع والعزلة الاجتماعية كانت من ضمن العوامل المؤثرة في إدمان التطبيق.

دراسة (عز الدين، ٢٠٢٠) التي اهتمت بالتركيز على استراتيجية التسويق بالفيديو القصير، لاستكشاف طبيعة الفيديوهات التسويقية عبر تطبيق تيك توك، وذلك من خلال الاعتماد على تحليل المضمون الكيفي، والملاحظة البسيطة، وتطبيق ٢١ مقابلة شبه مقننة على الإنترنت للمستخدمين من سن ١٥-٢٧ عاماً. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك عدداً من أنماط استخدام "تيك توك" من قبل الماركات في مصر، وذلك في إطار إطلاق إعلانات مختلفة تظهر بعدة أشكال للمستخدمين عبر التطبيق، وإنشاء حساب باسمها عبر التطبيق نفسه. وأكد المبحوثين أنهم يستخدمون التطبيق بغرض التسلية، وملء وقت الفراغ، بجانب متابعة العديد من الفيديوهات الخاصة بالمشاهير، وتصوير فيديوهات في بعض الأحيان، بالاعتماد على خاصية تحريك الشفاه (Lip syncing).

دراسة (فتحي، ٢٠٢١) التي هدفت إلى التعرف إلى تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع. تكونت العينة من (٤٠٠) مفردة من طلاب الجامعات المصرية بواقع ٢٠٠ ذكور و ٢٠٠ إناث من جامعات (بنى سويف - النهضة المنيا - دراية). وتمثلت نتائج الدراسة فيما يلي: جاءت أهم أسباب تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك Tik Tok المعروضة عبر الهواتف الذكية في الترتيب الأول من هذه الأسباب "للتسلية والترفيه"، ثم "التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه"، يليها "الجراءة في طرح الموضوعات"، ثم "تنشر أنماط مجتمعية جديدة"، يليها "إتاحة الفرصة لتنوع الآراء والأفكار من خلال نشرها وعرضها"، ثم "تنقل واقع حقيقي غير مفتعل"، يليها "تسمح بمشاركة الجمهور وإبداء الرأي"، ثم "تقدم أشكال حياة شبابية معاصرة"، يليها "تؤدي إلى كشف الانحرافات في المجتمع"، وأخير "الإلمام بخلفية الأحداث الجارية". كما أشارت النتائج إلى أهم القيم التي أبرزتها فيديوهات Tik Tok المعروضة على التطبيق في الترتيب الأول من هذه القيم "الأخلاقية"، يليها "القيم الدينية"، ثم "القيم الثقافية"، يليها "القيم الاجتماعية" وأخيرا "قيم المواطنة".

دراسة (خير الله، ٢٠٢٢) التي هدفت إلى التعرف إلى تأثير التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية. تم استخدام المنهج الوصفي، حيث تم تصميم استبانة، وتوزيعها على عينة مكونة من ٤٣٠ مبحوث. أظهرت النتائج وجود درجة تأثير مرتفعة لتطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني. كما ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( . ٠٠٠ ) لصالح الإناث، ولصالح السنة الدراسية الرابعة، وأوصت الدراسة بضرورة متابعة الأهل لأبنائهم الطلبة في التعامل مع التيك توك وتجنب السلبيات التي تؤثر على قيم المجتمع.

دراسة سالي نصار، (٢٠٢٢) التي عكفت الدراسة إلى معالجة استخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الهواتف الذكية، بالتركيز على تطبيق TikTok. وهدفت إلى الكشف عن الآثار النفسية والاجتماعية السلبية والإيجابية الناتجة عن هذا الاستخدام، في ضوء نظريتي الحضور الاجتماعي، ومدخل الاستخدامات والإشباع. وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز الآثار النفسية الإيجابية؛ الاستخدامات الدعوية، والهروب من التوتر، وظهرت أبرز الآثار النفسية السيئة، وهي الغيرة، والإحباط والاكئاب، والقلق والاضطراب، والهوس، والتحرش، والتتم. وكانت أبرز الآثار الاجتماعية الإيجابية؛ أداة داعمة للتواصل الاجتماعي، والحملات التوعوية، واكتساب مهارات جديدة، ومعرفة منتجات جديدة،

وأن أبرز الآثار الاجتماعية السلبية هي ضعف التواصل الاجتماعي الفعلي، والتذمر الأسري، والعزلة والانطواء، وكفاءة التحصيل الدراسي.

### التعقيب على الدراسات السابقة:

١- تتفق معظم الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية، حيث أنها ركزت على موضوع استخدام منصات التواصل الاجتماعي والقيم بشكل عام، ومنصة التيك توك بشكل خاص، إلا أن المحور الجوهري الذي تعتمد عليه الدراسة الحالية وهو المغريات المادية وأثرها على سلوك مستخدمي التيك توك، وهذا ما يقدم للدراسة الحالية الاستفادة المباشرة لمعرفة الآثار التي مست القيم الأخلاقية والاجتماعية والأسرية الناتجة على السلوكيات التي يقوم بها المستخدمين لمنصة التيك توك نتيجة في ظل المغريات المادية التي يقدمها لهم.

٢- اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة من خلال اعتمادها على المنهج المختلط، والذي يتناسب وطبيعة الموضوع المتناول بالدراسة، وكذلك الاعتماد على أداة الاستبيان، وأداة المقابلة ومنها من اعتمد على الاستبيان الإلكتروني مثل دراسة (بخوش، رتيمي، ٢٠٢٢)، وذلك لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين، وهو تقريباً ما أجمعت على اعتماده معظم الدراسات السابقة. بينما اختلفت مع دراسة (عز الدين، ٢٠٢٠)، حيث اعتمدت على تحليل المضمون الكيفي، والملاحظة البسيطة، وتطبيق ٢١ مقابلة شبه مقننة.

٣- اختلفت هذه الدراسة مع دراسة (نصار، ٢٠٢٢)، ودراسة (لعموري، نحال، ٢٠٢٢)، حيث اعتمدت الدراسة الحالية على النظرية الاجتماعية بينما اعتمدت الدراستين السابقتين على نظرية الاستخدامات والإشباع، بينما اعتمدت بقية الدراسات على نظريات مختلفة مثل دراسة (شهرزاد يحيى، بوزانة، ٢٠٢٣)، التي اعتمدت على نظرية الحتمية القيمية، ودراسة (Zhang, Wua, Liu, 2019)، التي اعتمدت على المدخل الاجتماعي للتكنولوجيا. وتميزت دراسة (نصار، ٢٠٢٢) في الاعتماد على نظرية (الحضور الاجتماعي)، بينما تميزت هذه الدراسة باستخدام نظرية (المسؤولية الاجتماعية).

٤- اتفقت معظم الدراسات السابقة على استخدام العينة العمدية، وهي الطريقة التي تعتمد عليها الدراسة الحالية، بينما اختلفت دراسة (فتحي، ٢٠٢١)، ودراسة (إبراهيم، ٢٠١٧)، حيث اعتمدتا على العينة العشوائية.

٥- تختلف الدراسة الحالية من ناحية زاوية معالجة المشكلة محل الدراسة، حيث ركزت معظم الدراسات السابقة على فئة الشباب، ومنها من ركزت على الطفل، مثل دراسة (يحيى، بوزانة، ٢٠٢٣)، في حين

تطبق هذه الدراسة على الجمهور العام من المملكة العربية السعودية الذين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي.

وساعدت الدراسات السابقة الباحثة في بلورة موضوع الدراسة وتحديد أهداف الدراسة. كما ساهمت في تحديد المداخل النظرية التي تعتمد عليها الدراسة. واستفادت منها في صياغة تساؤلات الدراسة، فمن خلال مراجعة الدراسات السابقة اتضح أهم المتغيرات التي يمكن دراستها وأهم التساؤلات التي يمكن أن تدعم الدراسة وتضيف لها، وتحديد الخطوات المنهجية المناسبة لموضوع الدراسة. بالإضافة إلى أنها أرشدت الباحثة إلى معرفة أهم المراجع التي يمكن الاستعانة بها في هذه الدراسة. ووضع تصور عام للدراسة من خلال تحديد أهم الابعاد التي يمكن التركيز عليها عند تناول مشكلة الدراسة

#### الإطار التطبيقي

تتناول هذه الجزئية عرضاً لتحليل الاستبانة وإجراءاتها وتحقيق أهدافها، وأخيراً التطرق إلى مناقشة نتائج الدراسة ، وفيما يلي عرض تفصيلي لذلك:

جدول رقم (١): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع

العمر	التكرار	النسبة / المعدل
ذكر	٧٩	٢٠.٤%
أنثى	٣١٠	٧٩.٦%
الإجمالي	٣٨٩	١٠٠%

وبالنظر الي الجدول رقم (١) نلاحظ أن نسبة الاناث جاءت أكثر من نسبة الذكور حيث جاءت النسبة (٧٩%) ويدل ذلك على أن أكثر مستخدمي التيك توك من الاناث ويبدو أن ذلك لتوافر وقت فراغ أكثر عند الإناث.

جدول رقم (٢): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

العمر	التكرار	النسبة / المعدل
٢٤-١٨	١٣٢	٣٤.٦%
من ٣٥-٢٥	١١٨	٢٨.٩%

من ٣٦ - ٥٥	١١٠	٣٠.٧%
٥٦ فأكثر	٢٢	٥.٨%
الإجمالي	٣٨١	١٠٠%

وبالنظر الي الجدول رقم (٢) نلاحظ أن أكثر المستخدمين لتطبيق التيك توك تتراوح أعمارهم بين ١٨ وحتى ٢٤ عام، وهذا يدل أن هذه الفئة لديها وقت فراغ كافي فضلاً عن شغف هذه الفئة بالتكنولوجيا الحديثة وتعلقهم بها.

جدول رقم (٣): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة / المعدل
متزوج/ة	١٦١	٤٢.٣%
أعزب / أعزباء	٢٠١	٥٢.٨%
مطلق/ة	١٥	٣.٩%
أرمل /ة	٤	١%
الإجمالي	٣٨١	١٠٠%

ومن الجدول رقم (٣) نلاحظ الحالة الاجتماعية لمتابعي بثوث تيك توك نجد أن الأعزب عددهم ٢٠١ بنسبة ٥٢.٨% ومتزوج عددهم ١٦١ بنسبة ٤٢.٣% والمطلق عددهم ١٥ بنسبة ٣.٩% والأرمل عددهم ٤ بنسبة ١% مما يدل على أن أكثر متابعي تيك توك من فئة أعزب.

جدول رقم (٤) : اجابات افراد عينة الدراسة على عبارات (المحور الأول) حسب متوسطات الموافقة- التأثيرات

الاجتماعية المنعكسة على متابعي البثوث

(الفرض الأول: هناك تأثيرات اجتماعية منعكسة على متابعي البثوث الحية في تيك توك)

العبارة	التكرار	درجة الموافقة	النسبة

الانحراف المعياري		غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	النسبة	رقم العبارة
٠.٣٧٩	٤.٨٣	١٤	٣٦	٧١	١٠١	١٦٠	ك	١ يتعمد البعض إظهار الجانب الإيجابي والمثالي فقط على التيك توك ; مما يسبب الإحباط و اليأس للبعض
		٣.٧	٩.٤	١٨.٦	٢٦.٤	٤١.٩	%	
٠.٤٥٥	٣	٩	٥٧	٨٨	٩٠	١٣٨	ك	٢ تتسبب بثوث التيك توك في ضعف تطور الشخص اجتماعياً و مهنياً .
		٢.٤	١٤.٩	٢٣	٢٣.٦	٣٦.١	%	
٠.٦١٥	٢.٠٣	٢٤	٥٨	١٠٩	١٣٠	٦٢	ك	٣ تتيح بثوث تيك توك فرصاً للشباب في التعبير عن أفكارهم.
		٦.٣	١٥.١	٢٨.٥	٣٣.٦	١٦.٢	%	
٠.٥٢١	٢.٢٧	٦٥	١٢٤	١١١	٥٣	٢٧	ك	٤ تساهم البثوث الحية في الحد من المشكلات الاجتماعية وتقديم حلول لها
		١٧.١	٣٢.٦	٢٩.٢	١٣.٩	٧.١	%	
٠.٦١٥	٢.٦٣	٢٤	٥٨	٩٦	١٣٤	٦٩	ك	٥ تسهم بثوث تيك توك في التواصل والتفاعل مع الآخرين .
		٦.٣	١٥.٢	٢٥.٢	٣٥.٢	١٨.١	%	
٠.٧٦١	٢.٨٠	٢٤	٧٢	١١٠	١٠٩	٦٨	ك	٦ تساعد بثوث التيك توك على عرض المواهب لدى المتابعين .
		٦.٣	١٨.٨	٢٨.٧	٢٨.٥	١٧.٨	%	
٠.٧٤٧	٢.٨٣	١٠٢	١٤١	٨٦	٢٤	٢٩	ك	٧ تساهم بثوث تيك توك في إكساب المتابعين

		٢٦.٧	٣٦.٩	٢٢.٥	٦.٣	٧.٦	%	قيماً أخلاقية مثل الصدق والأمانة.	
٠.٦٠٦	٣.٣٣	٧٦	١٤٣	١٠٠	٣٦	٢٦	ك	تقدم بثوث التيك توك مضامين ثقافية موثوقة.	٨
		١٩.٩	٣٧.٥	٢٦.٢	٩.٤	٦.٨	%		
٠.٨٤٤	٣.٦٧	٦٣	١٣٧	١٠٧	٥٩	٢٥	ك	تقدم بثوث التيك توك مضامين اجتماعية مميزة.	٩
		١٦.٥	٣٥.٩	٢٨	١٣.١	٦.٥	%		
٠.٨٠٢	٣.٣٣	٢٦	٥٣	١٠٠	١٠.٩	٩٢	ك	يعطي القائد الحرية الكاملة للمرؤوسين لإنجاز أعمالهم.	١٠
		٦.٨	١٣.٩	٢٦.٣	٢٨.٧	٢٤.٢	%		

### مناقشة النتائج:

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (١) بعدد (١٦٠) موافق بشدة بنسبة ٤١.٩ من أفراد العينة و (١٠١) موافق بنسبة ٢٦.٤% من أفراد العينة، و (٧١) موافق إلى حد ما بنسبة ١٨.٦% من أفراد العينة و (٣٦) غير موافق بنسبة ٩.٤% من أفراد العينة، و (١٤) غير موافق بشدة بنسبة ٣.٧% من أفراد العينة، بمتوسط حسابي ٤.٨٣ وانحراف معياري قدره ٠.٣٧٩ الأمر الذي يشير إلى تعمد البعض إظهار الجانب الإيجابي والمثالي فقط على التيك توك؛ مما يسبب الإحباط للبعض.

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٢) بعدد (١٣٨) موافق بشدة بنسبة ٣٦.١% من أفراد العينة و (٩٠) موافق بنسبة ٢٣.٦% من أفراد العينة، و (٨٨) موافق إلى حد ما بنسبة ٢٣% من أفراد العينة و (٥٧) غير موافق بنسبة ١٤.٩% من أفراد العينة، و (٩) غير موافق بشدة بنسبة ٢.٤% من أفراد العينة، بمتوسط حسابي ٣ وانحراف معياري قدره ٠.٤٥٥ الأمر الذي يشير إلى أن بثوث التيك توك تتسبب في ضعف تطور الشخص اجتماعياً ومهنياً.

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٣) بعدد (٦٢) موافق بشدة بنسبة ١٦.٢% من أفراد العينة و (١٣٠) موافق بنسبة ٣٣.٩% من أفراد العينة، و (١٠٩) موافق إلى حد ما بنسبة ٢٨.٥% من أفراد العينة و (٥٨) غير موافق بنسبة ١٥.١% من أفراد العينة، و (٢٤) غير موافق بشدة بنسبة ٦.٣% من أفراد العينة، بمتوسط حسابي ٢.٠٣ وانحراف معياري قدره ٠.٦١٥ الأمر الذي يشير إلى بثوث تيك توك تتيح فرصاً للشباب في التعبير عن أفكارهم.

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٤) بعدد (٢٧) موافق بشدة بنسبة ٧.١% من أفراد العينة و (٥٣) موافق بنسبة ١٣.٩% من أفراد العينة، و(١١١) موافق إلى حد ما بنسبة ٢٩.٢% من أفراد العينة و(١٢٤) غير موافق بنسبة ٣٢% من أفراد العينة، و (٦٥) غير موافق بشدة بنسبة ١٧% من أفراد العينة، بمتوسط حسابي ٢.٢٧ وانحراف معياري قدره ٠.٥٢١ الأمر الذي يشير إلى البثوث الحية تساهم بشكل بسيط جدا الحد من المشكلات الاجتماعية وتقديم حلول لها.

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٥) بعدد (٦٩) موافق بشدة بنسبة ١٨.١% من أفراد العينة و (١٣٤) موافق بنسبة ٣٥.٢% من أفراد العينة، و(٩٦) موافق إلى حد ما بنسبة ٢٥.٢% من أفراد العينة و(٥٨) غير موافق بنسبة ١٥.٢% من أفراد العينة، و (٢٤) غير موافق بشدة بنسبة ٦.٣% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٦٣ وانحراف معياري قدره ٠.٦١٥ الأمر الذي يؤكد أن بثوث تيك توك تساهم في التواصل والتفاعل مع الآخرين.

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٦) بعدد (٦٨) موافق بشدة بنسبة ١٩.٨% من أفراد العينة و (١٠٩) موافق بنسبة ٢٨.٥% من أفراد العينة، و(١١٠) موافق إلى حد ما بنسبة ٢٨.٧% من أفراد العينة و(٧٢) غير موافق بنسبة ١٨.٨% من أفراد العينة، و (٢٤) غير موافق بشدة بنسبة ٦.٣% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٨٠ وانحراف معياري قدره ٠.٧٦١ الأمر الذي يشير إلى أن بثوث تيك توك تساعد بنسب متوسطة على عرض المواهب لدى المتابعين.

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٧) بعدد (٢٩) موافق بشدة بنسبة ٧.٦% من أفراد العينة و (٢٤) موافق بنسبة ٦.٣% من أفراد العينة، و(٨٦) موافق إلى حد ما بنسبة ٢٢.٥% من أفراد العينة و(١٤١) غير موافق بنسبة ٣٦.٩% من أفراد العينة، و (١٠٢) غير موافق بشدة بنسبة ٢٦.٧% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٨٣ وانحراف معياري قدره ٠.٧٤٧ الأمر الذي يؤكد أن بثوث تيك توك تساهم في إكساب المتابعين قيماً أخلاقية مثل الصدق والأمانة.

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٨) بعدد (٢٦) موافق بشدة بنسبة ٦.٨% من أفراد العينة و (٣٦) موافق بنسبة ٩.٤% من أفراد العينة، و(١٠٠) موافق إلى حد ما بنسبة ٢٦.٢% من أفراد العينة و(١٤٣) غير موافق بنسبة ٣٧.٥% من أفراد العينة، و (٧٦) غير موافق بشدة بنسبة ١٩.٩% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٣.٣٣ وانحراف معياري قدره ٠.٦٠٦ الأمر الذي يشير إلى أن بثوث التيك توك لا تقدم مضامين ثقافية موثوقة.

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٩) بعدد (٢٥) موافق بشدة بنسبة ٦.٥% من أفراد العينة و (٥٠) موافق بنسبة ١٣.١% من أفراد العينة، و(١٠٧) موافق إلى حد ما بنسبة ٢٨% من

أفراد العينة و(١٣٧) غير موافق بنسبة ٣٥.٩% من أفراد العينة، و (٦٣) غير موافق بشدة بنسبة ١٦.٥% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٣.٦٧ وانحراف معياري قدره ٠.٨٤٤ الأمر الذي يشير إلى أن بثوث التيك توك لا تقدم مضامين اجتماعية مميزة.

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (١٠) بعدد (٩٢) موافق بشدة بنسبة ٢٤.٢% من أفراد العينة و (١٠٩) موافق بنسبة ٢٨.٧% من أفراد العينة، و(١٠٠) موافق إلى حد ما بنسبة ٢٦.٣% من أفراد العينة و(٥٣) غير موافق بنسبة ١٣.٩% من أفراد العينة، و (٢٦) غير موافق بشدة بنسبة ٦.٨% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٣.٣٣ وانحراف معياري قدره ٠.٨٠٢ الأمر الذي يشير إلى أن بثوث تيك توك تساهم في نشر الأخبار بكافة أنواعها.

#### جدول رقم (٥)

إجابات افراد عينة الدراسة على عبارات (المحور الثاني) حسب متوسطات الموافقة  
 أثر المغريات المادية على سلوك أصحاب البثوث  
 (الفرض الثاني : أنه هناك تأثير للمغريات المادية على سلوك أصحاب بثوث التيك توك)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار		العبارة	رقم العبارة
		غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	النسبة			
٠.٦٤٠	٢.٠٧	٣	١١	٥٧	١١٦	١٩٤	ك	يقدم المؤثر في التيك توك معلومات خاطئة قد تؤدي إلى تضليل المتابعين وذلك بسبب المغريات المادية أحياناً	١	
		٠.٨	٢.٩	١٥	٣٠.٤	٥٠.٩	%			
٠.٣٧١	٢.٠٠	٢٣	٥٩	٨٠	٩٩	١١٩	ك	تؤثر هدايا اصحاب الإعلانات على تقديم قيم اجتماعية من قبل المؤثرين.	٢	
		٦.١	١٥.٥	٢١.١	٢٦.١	٣١.٣	%			
٠.٦٦١	١.٦٧	٦	٥	٤٢	٨٤	٢٤٣	ك	يقدم بعض المؤثرين في التيك توك مشاهد غير لائقة لجذب انتباه المتابعين وتحقيق نسب مشاهدة عالية	٣	
		١.٦	١.٣	١١.١	٢٢.١	٦٣.٩	%			

٠.٥٨٣	٢.٧٣	٥	٩	٣٨	٨٦	٢٣٨	ك	يقدم المؤثرين في التيك توك نماذج سلبية قد تسهم في تشويه صورة المجتمع الذي ينتمون إليه وذلك من أجل الحصول على المشاهدات والأموال.	٤
		١.٣	٢.٤	١٠.١	٢٢.٩	٦٣.٣	%		
٠.٨٨٧	٣.٢٠	٩	٩	٦٤	١٢٣	١٧٤	ك	يساعد تطبيق تيك توك في التسويق و الترويج لجميع الأفكار التي يقدمها أصحاب البثوث.	٥
		٢.٤	٢.٤	١٦.٩	٣٢.٥	٤٥.٩	%		
٠.٧٠٢	٢.٣٠	٣١	٦٢	١٣٩	٩١	٥٥	ك	يساهم تطبيق التيك توك في الترويج للأعمال الخيرية والجمعيات.	٦
		٨.٢	١٦.٤	٣٦.٨	٢٤.١	١٤.٦	%		
٠.٧١٨	١.٩٧	١٢	١٨	٩٥	١٣٥	١١٨	ك	يساعد تطبيق التيك توك على تحقيق العائد المادي المناسب لأصحاب البثوث	٧
		٣.٢	٤.٨	٢٥.١	٣٥.٧	٣١	%		
٠.٦٧٩	٢.٢٣	١٠.٣	١٣٥	٧٢	٤٠	٢٨	ك	أتفاعل مع كل المحتويات التي يقدمها	٨

		٢٧.٢	٣٥.٧	١٩	١٠.٦	٧.٤	%	المؤثر الذي أقوم بمتابعته.	
٠.٦١٥	٢.٩٧	١٠.٤	١١٣	١٠٠	٣٥	٢٥	ك	أُتأثر بشكل فعال بالإعلانات التي يقدمها تيك توك .	٩
		٢٧.٦	٣٠	٢٦.٥	٩.٣	٦.٦	%		

## مناقشة النتائج:

وجاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (١) بعدد (١٩٤) موافق بشدة بنسبة ٥٠.٩% من أفراد العينة و (١١٦) موافق بنسبة ٣٠.٤% من أفراد العينة، و(٥٧) موافق إلى حد ما بنسبة ١٥% من أفراد العينة و(١١) غير موافق بنسبة ٢.٩% من أفراد العينة، و (٣) غير موافق بشدة بنسبة ٠.٨% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٠٧ وانحراف معياري قدره ٠.٦٤٠ الأمر الذي يؤكد أن المؤثرين في التيك توك يقدمون معلومات خاطئة قد تؤدي إلى تضليل المتابعين وذلك بسبب المغريات المادية أحياناً.

كما جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٢) بعدد (١١٩) موافق بشدة بنسبة ٣١.٣% و(٩٩) موافق بنسبة ٢٦.١% من أفراد العينة، و (٨٠) موافق إلى حد ما، بنسبة ٢١.١% من أفراد العينة و(٥٩) غير موافق بنسبة ١٥.٥% من أفراد العينة، و (٢٣) غير موافق بشدة بنسبة ٦.١% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٠٠ وانحراف معياري قدره ٠.٣٧١ الأمر الذي يؤكد أن الهدايا التي يقدمها اصحاب الإعلانات تؤثر بشكل كبير على تقديم قيم اجتماعية من قبل المؤثرين.

كما جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٣) بعدد (٢٤٣) موافق بشدة بنسبة ٦٣.٩% و(٨٤) موافق بنسبة ٢٢.١% من أفراد العينة، و (٤٢) موافق إلى حد ما، بنسبة ١١.١% من أفراد العينة و(٥) غير موافق بنسبة ١.٣% من أفراد العينة، و (٦) غير موافق بشدة بنسبة ١.٦% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ١.٦٧ وانحراف معياري قدره ٠.٦٦١ الأمر الذي يؤكد قيام بعض المؤثرين في التيك توك مشاهد غير لائقة لجذب انتباه المتابعين وتحقيق نسب مشاهدة عالية.

كما جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٤) بعدد (٢٣٨) موافق بشدة بنسبة ٦٣.٣% و(٨٦) موافق بنسبة ٢٢.٩% من أفراد العينة، و (٣٨) موافق إلى حد ما، بنسبة ١٠.١% من أفراد العينة و(٩) غير موافق بنسبة ٢.٤% من أفراد العينة، و (٥) غير موافق بشدة بنسبة ١.٣% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٧٣ وانحراف معياري قدره ٠.٥٨٣ الأمر الذي يؤكد أن المؤثرين في تيك توك يقدمون

نماذج سلبية قد تسهم في تشويه صورة المجتمع الذي ينتمون إليه وذلك من أجل الحصول على المشاهدات .

كما جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٥) بعدد (١٧٤) موافق بشدة بنسبة ٤٥.٩٪ و(١٢٣) موافق بنسبة ٣٢.٥٪ من أفراد العينة، و (٦٤) موافق إلى حد ما، بنسبة ١٦.٩٪ من أفراد العينة و(٩) غير موافق بنسبة ٢.٤٪ من أفراد العينة، و (٩) غير موافق بشدة بنسبة ٢.٤٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٣.٢٠ وانحراف معياري قدره ١.٠٨٨٧ الأمر الذي يشير إلى حد كبير بأن تطبيق تيك توك يساعد في التسويق والترويج لجميع الأفكار التي يقدمها أصحاب البثوث.

كما جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٦) بعدد (٥٥) موافق بشدة بنسبة ١٤.٦٪ و(٩١) موافق بنسبة ٢٤.١٪ من أفراد العينة، و (١٣٩) موافق إلى حد ما، بنسبة ٣٦.٨٪ من أفراد العينة و(٦٢) غير موافق بنسبة ١٦.٤٪ من أفراد العينة، و (٣١) غير موافق بشدة بنسبة ٨.٢٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٣٠ وانحراف معياري قدره ١.٠٧٠٢ الأمر الذي يشير إلى أن تطبيق التيك توك يسهم إلى حد ما في الترويج للأعمال الخيرية والجمعيات.

كما جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٧) بعدد (١١٨) موافق بشدة بنسبة ٣١.٢٪ و(١٣٥) موافق بنسبة ٣٥.٧٪ من أفراد العينة، و (٩٥) موافق إلى حد ما، بنسبة ٢٥.١٪ من أفراد العينة و(١٨) غير موافق بنسبة ٤.٨٪ من أفراد العينة، و (١٢) غير موافق بشدة بنسبة ٣.٢٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ١.٩٧ وانحراف معياري قدره ٠.٧١٨ الأمر الذي يؤكد أن تطبيق التيك توك يساهم بشكل كبير في تحقيق العائد المادي المناسب لأصحاب البثوث.

كما جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٨) بعدد (٢٨) موافق بشدة بنسبة ٧.٤٪ و(٤٠) موافق بنسبة ١٠.٦٪ من أفراد العينة، و (٧٢) موافق إلى حد ما، بنسبة ١٩٪ من أفراد العينة و(١٣٥) غير موافق بنسبة ٣٥.٧٪ من أفراد العينة، و (١٠٣) غير موافق بشدة بنسبة ٢٧.٢٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٢٣ وانحراف معياري قدره ٠.٦٧٩ الأمر الذي يؤكد عدم تفاعل متابعي التيك توك مع كل المحتويات التي يقدمها المؤثر الذي يقوم بمتابعته.

كما جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٩) بعدد (٢٥) موافق بشدة بنسبة ٦.٦٪ و(٣٥) موافق بنسبة ٩.٣٪ من أفراد العينة، و (١٠٠) موافق إلى حد ما، بنسبة ٢٦.٥٪ من أفراد العينة و(١١٣) غير موافق بنسبة ٣٠٪ من أفراد العينة، و (١٠٤) غير موافق بشدة بنسبة ٢٧.٦٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٩٧ وانحراف معياري قدره ١.٠٦١٥ الأمر الذي يؤكد عدم تأثر المتابعين بكل المحتويات الإعلانية التي يقدمها تيك توك.

جدول رقم (٦): إجابات افراد عينة الدراسة على عبارات (المحور الثالث) حسب متوسطات الموافقة- أسباب

متابعة بثوث التيك توك

(الفرض الثالث : هناك دوافع لمتابعة بثوث التيك توك )

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار		العبارة	رقم العبارة
		غير موافق بشدة	غير موافق	موافق الى حد ما	موافق	موافق بشدة	النسبة	%		
٠.٧٧٧	١.٥٠	٣٧	٦٩	١٤٣	٧٢	٥٦	ك	تسهم بثوث التيك توك في حرية إبداء الرأي.	١	
		٩.٨	١٨.٣	٣٧.٩	١٩.١	١٤.٩	%			
٠.٥٧١	١.٨٧	٧٤	١٢٣	١٠٤	٤٦	٢٩	ك	تساعد البثوث في بث الوعي الاجتماعي	٢	
		١٩.٧	٣٢.٧	٢٧.٧	١٢.٢	٧.٧%	%			
٠.٦٢٦	٢.٢٣	٣٠	٥١	١٢١	١١٢	٦٢	ك	تسهم البثوث في تكوين علاقات مع أشخاص لهم نفس الاهتمامات.	٣	
		٨	١٣.٦	٣٢.٢	٢٩.٨	١٦.٥	%			
٠.٦٥١	٢.٣٠	٣٢	٦٨	١٣٢	٩٧	٤٨	ك	تساعد البثوث في إرضاء الميول المختلفة لدى متابعيه.	٤	
		٨.٥	١٨	٣٥	٢٥.٧	١٢.٧	%			
٠.٥٤٧	٣.٦٧	٤١	٤٣	١٠٩	٩٤	٩١	ك	تيك توك من التطبيقات المميزة في الترفيهية و التسلية.	٥	
		١٠.٨	١١.٤	٢٨.٨	٢٤.٩	٢٤.١	%			

٠.٨٧١	٣.٠٠	٨٠	١٢٣	١٠٠	٤٧	٢٦	ك	تساهم البثوث تيك توك في ترسيخ القيم الاجتماعية الإيجابية	٦
		٢١.٣	٣٢.٧	٢٦.٦	١٢.٥	٦.٩	%		
١.٠٦	٢.٩٧	١٢	١٨	١١١	١٠.٦	١٣٠	ك	تساهم بثوث تيك توك في نشر الأخلاقيات السلبية.	٧
		٣.٢	٤.٨	٢٩.٤	٢٨.١	٣٤.٥	%		
٠.٥٥٦	١.٦٣	٥٨	١٢٥	١٠.٧	٥٧	٢٩	ك	تساعد بثوث تيك توك في إيجاد فرص عمل صادقة لمتابعيها.	٨
		١٥.٤	٣٣.٢	٢٨.٥	١٥.٢	٧.٧	%		
١.٠٤	٢.٩٣	١٤	٣٠	١١٩	١١٧	٩٧	ك	يمكن تحقيق الربح الوفير عبر العمل على تطبيق تيك توك.	٩
		٣.٧	٨	٣١.٦	٣١	٢٥.٧	%		
٠.٤٨٤	١.٨٠	٢٦	٥٢	٨٠	١١٠	١١٠	ك	تساهم بثوث تيك توك في تمضية وقت الفراغ.	١٠
		٦.٩	١٣.٨	٢١.٢	٢٩.١	٢٩.١	%		

## مناقشة النتائج:

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (١) بعدد (٥٦) موافق بشدة بنسبة ١٤.٩% و(٧٢) موافق بنسبة ١٩.١% من أفراد العينة، و (١٤٣) موافق إلى حد ما، بنسبة ٣٧.٩% من أفراد العينة و(٦٩) غير موافق بنسبة ١٨.٣% من أفراد العينة، و (٣٧) غير موافق بشدة بنسبة ٩.٨% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٠٧ وانحراف معياري قدره ٠.٦٤٠ الأمر الذي يشير إلى أن بثوث التيك توك تسهم إلى حد ما في حرية إبداء الرأي. وهذا ما أكدت عليه دراسة (فتحي ، ٢٠٢١) والتي أكدت على أن أهم الأسباب التي تجذب الشباب لفيدويوهات التيك توك هي إتاحة الفرصة لتنوع الآراء والأفكار من

خلال نشرها وعرضها ثم يأتي في المرتبة الثانية أنها تنقل واقع حقيقي غير مفتعل، ويليها أيضاً أنها تسمح بمشاركة الجمهور وإبداء الرأي، ثم أنها تقدم أشكال حياة شبابية معاصرة.

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٢) بعدد (٢٩) موافق بشدة بنسبة ٧.٧٪ و(٤٦) موافق بنسبة ١٢.٢٪ من أفراد العينة، و (١٠٤) موافق إلى حد ما، بنسبة ٢٧.٧٪ من أفراد العينة و(١٢٣) غير موافق بنسبة ٣٢.٧٪ من أفراد العينة، و (٧٤) غير موافق بشدة بنسبة ١٩.٧٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٠٠ وانحراف معياري قدره ٠.٣٧١ الأمر الذي يؤكد أن بثوث التيك توك لا تساعد في بث الوعي الاجتماعي لدى الشباب. وهذا ما أكدت عليه دراسة (نصار، ٢٠٢٢) حيث إن نتائج الدراسة أكدت على أنه هناك آثار اجتماعية سلبية لتطبيق التيك توك وهي ضعف التواصل الاجتماعي الفعلي، والتذمر الأسري، والعزلة والانطواء، وكفاءة التحصيل الدراسي.

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٣) بعدد (٦٢) موافق بشدة بنسبة ١٦.٥٪ و(١١٢) موافق بنسبة ٢٩.٨٪ من أفراد العينة، و (١٢١) موافق إلى حد ما، بنسبة ٣٢.٢٪ من أفراد العينة و(٥١) غير موافق بنسبة ١٣.٦٪ من أفراد العينة، و (٣٠) غير موافق بشدة بنسبة ٨٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ١.٦٧ وانحراف معياري قدره ٠.٦٦١ الأمر الذي يؤكد أن بثوث التيك توك تسهم إلى حد ما في تكوين العلاقات مع أشخاص لهم نفس الاهتمامات. وتؤكد دراسة ((Zhang, Wua, Liu, 2019) أن تفضيل المبحوثين التطبيق يكون في إطار الترفيه، بالإضافة إلى أن القلق من التفاعل مع الآخرين على أرض الواقع والعزلة الاجتماعية كانت من ضمن العوامل المؤثرة في إدمان التطبيق.

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٤) بعدد (٤٨) موافق بشدة بنسبة ١٢.٧٪ و(٩٧) موافق بنسبة ٢٥.٧٪ من أفراد العينة، و (١٣٢) موافق إلى حد ما، بنسبة ٣٥٪ من أفراد العينة و(٦٨) غير موافق بنسبة ١٨٪ من أفراد العينة، و (٣٢) غير موافق بشدة بنسبة ٨.٥٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٧٣ وانحراف معياري قدره ٠.٥٨٣ الأمر الذي يؤكد أن بثوث التيك توك تساعد على إرضاء الميول والرغبات المختلفة حتى المنحرفة منها لدى متابعيه إلى حد ما. وهذا ما أكدته دراسة (رتيمي، ٢٠٢٢) والتي توصلت إلى أنه توجد علاقة إحصائية بين التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب، وبين غياب الرقابة الأسرية عن التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب عبر التيك توك تعزى لمتغيرات الجنس والسن والتعليم.

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٥) بعدد (٩١) موافق بشدة بنسبة ٢٤.١% و(٩٤) موافق بنسبة ٢٤.٩% من أفراد العينة، و (١٠٩) موافق إلى حد ما، بنسبة ٢٨.٨% من أفراد العينة و(٤٣) غير موافق بنسبة ١١.٤% من أفراد العينة، و (٤١) غير موافق بشدة بنسبة ١٠.٨% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٣.٢٠ وانحراف معياري قدره ٠.٨٨٧ الأمر الذي يشير إلى حد كبير بأن تيك توك من التطبيقات المميزة في الترفيه والتسلية.

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٦) بعدد (٢٦) موافق بشدة بنسبة ٦.٩% و(٤٧) موافق بنسبة ١٢.٥% من أفراد العينة، و (١٠٠) موافق إلى حد ما، بنسبة ٢٦.٦% من أفراد العينة و(١٢٣) غير موافق بنسبة ٣٢.٧% من أفراد العينة، و (٨٠) غير موافق بشدة بنسبة ٢١.٣% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٣٠ وانحراف معياري قدره ٠.٧٠٢ الأمر الذي يؤكد أن بثوث تيك توك لا تساهم في ترسيخ القيم الاجتماعية الإيجابية. وهذا ما أكدته دراسة (رتيمي، ٢٠٢٢) والتي توصلت إلى أنه توجد علاقة إحصائية بين التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب، وبين غياب الرقابة الأسرية عن التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب عبر التيك توك تعزى لمتغيرات الجنس والسن والتعليم.

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٧) بعدد (١٣٠) موافق بشدة بنسبة ٣٤.٥% و(١٠٦) موافق بنسبة ٢٨.١% من أفراد العينة، و (١١١) موافق إلى حد ما، بنسبة ٢٩.٤% من أفراد العينة و(١٨) غير موافق بنسبة ٤.٨% من أفراد العينة، و (١٢) غير موافق بشدة بنسبة ٣.٢% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ١.٩٧ وانحراف معياري قدره ٠.٧١٨ الأمر الذي يؤكد أن بثوث تيك توك تساهم في نشر الأخلاقيات السلبية. وهذا ما أكدته دراسة (رتيمي، ٢٠٢٢) والتي توصلت إلى أنه توجد علاقة إحصائية بين التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب، وبين غياب الرقابة الأسرية عن التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب عبر التيك توك تعزى لمتغيرات الجنس والسن والتعليم.

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٨) بعدد (٢٩) موافق بشدة بنسبة ٧.٧% و(٥٧) موافق بنسبة ١٥.٢% من أفراد العينة، و (١٠٧) موافق إلى حد ما، بنسبة ٢٨.٥% من أفراد العينة و(١٣٥) غير موافق بنسبة ٣٣.٢% من أفراد العينة، و (٥٨) غير موافق بشدة بنسبة ١٥.٤% من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٢٣ وانحراف معياري قدره ٠.٦٧٩ الأمر الذي يؤكد أنه قد تساعد بثوث تيك توك في إيجاد فرص عمل صادقة لمتابعيها.

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٩) بعدد (٩٧) موافق بشدة بنسبة ٢٥.٧٪ و(١١٧) موافق بنسبة ٣١٪ من أفراد العينة، و (١١٩) موافق إلى حد ما، بنسبة ٣١.٦٪ من أفراد العينة و(٣٠) غير موافق بنسبة ٨٪ من أفراد العينة، و (١٤) غير موافق بشدة بنسبة ٣.٧٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ٢.٩٧ وانحراف معياري قدره ٠.٦١٥ الأمر الذي يؤكد أنه يمكن تحقيق الربح الوفير عبر العمل على تطبيق تيك توك. وهذا ما نصت عليه دراسة (عزالدين ، ٢٠٢٠) التي والتي اهتمت بالتركيز على استراتيجية التسويق بالفيديو القصير وأكدت على أنه يمكن تحقيق الربح باستخدام تطبيق التيك توك ولا شك أن هذا من الممكن أن يوفر ربح كبير لصاحب البثوث على التطبيق .

جاءت إجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (١٠) بعدد (١١٠) موافق بشدة بنسبة ٢٩.١٪ و(١١٠) موافق بنسبة ٢٩.١٪ من أفراد العينة، و (٨٠) موافق إلى حد ما، بنسبة ٢١.٢٪ من أفراد العينة و(٥٢) غير موافق بنسبة ١٣.٨٪ من أفراد العينة، و (٢٦) غير موافق بشدة بنسبة ٦.٩٪ من أفراد العينة بمتوسط حسابي ١.٥٠ وانحراف معياري قدره ٠.٧٧٧ الأمر الذي يؤكد أن بثوث تيك توك تساهم في ملء أوقات الفراغ. وقد أكدت دراسة (عزالدين ، ٢٠٢٠) على ذلك حيث وأكد الباحثين أنهم يستخدمون التطبيق بغرض التسلية، وملء وقت الفراغ، بجانب متابعة العديد من الفيديوهات الخاصة بالمشاهير، وتصوير فيديوهات في بعض الأحيان، بالاعتماد على خاصية تحريك الشفاه (Lip syncing).

#### الخاتمة والنتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

لقد كان الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على التأثيرات الاجتماعية لأصحاب بثوث التيك توك على قيم متابعيهم دراسة مزجية في إطار نظرية المسؤولية

الاجتماعية، وتم تطبيق الدراسة على ٣٩٠ فرداً من مستخدمي منصة تيك توك من المجتمع السعودي. وأسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج يمكن إيجازها في النقاط التالية :

(أ) الجوانب الإيجابية لبثوث التيك توك :

- بثوث تيك توك تتيح فرصاً للشباب في التعبير عن أفكارهم.
- بثوث تيك توك تسهم في التواصل والتفاعل مع الآخرين.
- بثوث تيك توك تساعد بنسب متوسطة على عرض المواهب لدى المتابعين.
- البثوث الحية تساهم بشكل بسيط جداً الحد من المشكلات الاجتماعية وتقديم حلول لها.
- بثوث التيك توك تسهم إلى حد ما في حرية إبداء الرأي.
- تطبيق التيك توك يساهم إلى حد ما في الترويج للأعمال الخيرية والجمعيات.
- قد تساعد بثوث تيك توك في إيجاد فرص عمل صادقة لمتابعيها.
- يمكن تحقيق الربح الوفير عبر العمل على تطبيق تيك توك.
- تيك توك من التطبيقات المميزة في الترفيه والتسلية.
- بثوث التيك توك تساهم إلى حد ما في تكوين العلاقات مع أشخاص لهم نفس الاهتمامات.

(ب) الجوانب السلبية:

- لا تساهم بثوث تيك توك في إكساب المتابعين قيماً أخلاقية مثل الصدق والأمانة.
- تتسبب بثوث التيك توك في ضعف تطور الشخص اجتماعياً ومهنياً.
- يعتمد البعض إظهار الجانب الإيجابي والمثالي فقط على التيك توك؛ مما يسبب الإحباط واليأس للبعض.
- بثوث التيك توك لا تقدم مضامين ثقافية موثوقة.
- بثوث التيك توك لا تقدم مضامين اجتماعية مميزة.
- بثوث تيك توك تساهم في نشر الأخبار بكافة أنواعها حتى المضللة.

- المؤثرين في التيك توك يقدمون معلومات خاطئة قد تؤدي إلى تضليل المتابعين و ذلك بسبب المغريات المادية أحياناً.
- يقوم بعض المؤثرين في التيك توك بعمل بعض المشاهد الغير لائقة لجذب انتباه المتابعين وتحقيق نسب مشاهدة عالية.
- بعض المؤثرين في تيك توك يقدمون نماذج سلبية قد تسهم في تشويه صورة المجتمع الذي ينتمون إليه وذلك من أجل الحصول على المشاهدات و الأموال.
- تطبيق تيك توك يساعد في التسويق والترويج لجميع الأفكار التي يقدمها أصحاب البثوث حتى ولو كانت منحرفة.
- بثوث تيك توك لا تساهم في ترسيخ القيم الاجتماعية الإيجابية.

ثانياً : التوصيات:

توصيات البحث:

(أ) لأصحاب بثوث التيك توك:

- الوعي بالتأثير الاجتماعي: على أصحاب بثوث التيك توك بأن يكونوا على دراية بالتأثير الذي يمكن أن يكون لمحتواهم على متابعيهم، خاصة الشباب.
- المسؤولية الاجتماعية: يجب على أصحاب بثوث التيك توك استخدام منصاتهم لتعزيز القيم الإيجابية، مثل الإحسان والاحترام والمساواة.
- الموثوقية والصدق: يجب أن يكون محتوى أصحاب بثوث التيك توك دقيقاً وصادقاً، وأن يتجنبوا نشر المعلومات المضللة أو المسيئة.
- التنوع والشمول: يجب على أصحاب بثوث التيك توك تمثيل التنوع الموجود في مجتمعاتهم في محتوهم، وتجنب الصور النمطية الضارة.
- التفاعل مع المتابعين: يجب على أصحاب بثوث التيك توك التفاعل مع متابعيهم، والاستماع إلى آرائهم، والرد على أسئلتهم.

(ب) للمتابعين:

- التفكير النقدي: يجب على متابعي بثوث التيك توك أن يكونوا مفكرين نقديين، وأن لا يصدقوا كل ما يشاهدونه أو يسمعون.

- التقييم الذاتي: يجب على متابعي بثوث التيك توك تقييم تأثير مشاهدة محتوى التيك توك على صحتهم العقلية والنفسية.
- التواصل مع العائلة والأصدقاء: يجب على متابعي بثوث التيك توك قضاء الوقت مع العائلة والأصدقاء في العالم الحقيقي، بدلاً من الاعتماد على التيك توك للتواصل الاجتماعي.
- البحث عن مصادر معلومات موثوقة: يجب على متابعي بثوث التيك توك البحث عن مصادر معلومات موثوقة للحصول على معلومات حول القضايا المهمة.
- الإبلاغ عن المحتوى الضار: يجب على متابعي بثوث التيك توك الإبلاغ عن أي محتوى ضار أو مسيء يشاهدونه.

### (ج) للمجتمع:

- التوعية بمخاطر التيك توك: يجب على المجتمع زيادة الوعي بمخاطر التيك توك، خاصةً على الأطفال والشباب.
- تعزيز التربية الإعلامية: يجب على المجتمع تعزيز التربية الإعلامية لمساعدة الناس على فهم كيفية تقييم المعلومات التي يجدونها على الإنترنت.
- دعم البحث العلمي: يجب على المجتمع دعم المزيد من الأبحاث العلمية حول تأثير التيك توك على الأفراد والمجتمع.
- تنظيم استخدام التيك توك: يجب على المجتمع النظر في تنظيم استخدام التيك توك، خاصةً بالنسبة للأطفال والشباب.

### الخاتمة.

مع تزايد الرغبة في كسب المال من خلال صناعة المحتوى في تيك توك، أصبح المجتمع يصطدم يومياً بممارسات "مخلة" لدرجة أن البعض أصبح يتنافس لتقديم محتوى مخل من أجل الشهرة.

وقد أظهرت هذه الدراسة، أن لأصحاب بثوث التيك توك تأثيرًا كبيرًا على قيم متابعيهم، خاصةً الشباب. ويمكن أن يكون هذا التأثير إيجابيًا أو سلبيًا، اعتمادًا على محتوى بثوث التيك توك وسلوكيات أصحابها. وقد أكدت الدراسة على أهمية المسؤولية الاجتماعية لأصحاب بثوث التيك توك، ودعت إلى مزيد من الأبحاث حول تأثير التيك توك على الأفراد والمجتمع. وأشارت الدراسة إلى عدد من التحديات التي تواجه أصحاب بثوث التيك توك في تحقيق المسؤولية الاجتماعية .

## أولاً: المراجع العربية:

١. إبراهيم، ع. ع. (٢٠١٧). واقع المسؤولية الاجتماعية لشركات التأمين العاملة في قطاع غزة ، دراسة ميدانية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الأقصى.
٢. إبراهيم، ي. ي. س. (٢٠١٧). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة شركة توزيع كهرباء محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا بجامعة الأقصى.
٣. بخوش، ش. ش.، ورتيمي، أ. (٢٠٢٢). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (التيك توك نموذجاً). مجلة آفاق لعلم الاجتماع، ١٢(١)، ٢٠٢-٢٢٠. الجزائر ، جامعة البليدة ٢، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
٤. البشر، م. ب. س. (2014). *نظريات التأثير الإعلامي*. الرياض: العبيكان للنشر والتوزيع.
٥. بلال، ب. (٢٠١٨). التحليل الموضوعي للمقابلات البحثية في العلوم الاجتماعية. *مجلة البحوث والدراسات الإنسانية*، ١٦، ٢١٧-٢١٨.
٦. الحاج، ك. (٢٠٢٠). *نظرية الإعلام والاتصال*. الجمهورية السورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
٧. حريقة، ب. (2004). *موسوعة الأسرة الحديثة*. بيروت: دار النشر والتوزيع.
٨. حسن، ل. م. م. (٢٠١٠). *المسؤولية الاجتماعية لبرامج تلفزيون الواقع تجاه الشباب الجامعي ، دراسة تطبيقية (رسالة ماجستير غير منشورة)*. جامعة الزقازيق.
٩. حوجو، ع.، و مقراني، س. (٢٠٢٠). الانعكاسات السلبية لاستخدام الأبناء الأجهزة الرقمية كما يدركها الآباء (تطبيق التيك توك أنموذجاً). *مجلة التغيير الاجتماعي*، ٥(١)، ١٤٥-١٦٣. الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
١٠. خراب، م. ز. (٢٠١٩). *ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق التيك توك*. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، ٢ (2).
١١. دغبوج، و. (٢٠١٧). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الانحرافي لدى الطالب الجامعي. *مجلة تطوير العلوم الاجتماعية*، ١٠ (3)، ٢٥-٤٢.
١٢. زكي، ش. ع. (٢٠٢٠). *أساليب التسويق بالفيديو القصير: دراسة استكشافية على تطبيق "تيك توك" في مصر*. *مجلة بحوث العلاقات العامة*، ٨(٢٧)، ٢٦٤-٢٩٧. القاهرة ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة.

١٣. السيد، ج. ب.، وعبد الموجود، أ. (2004). *الانحراف والجريمة في عالم متغير*. أسوان، المكتب الجامعي الحديث.
١٤. سيد، م. (٢٠١٨، ١٩ نوفمبر). تيك توك.
١٥. الشربيني، م. ش. (2006). *المراهقة وأسباب الانحراف*. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
١٦. صلاح، م. ع. (٢٠٠٨). *المدونات المصرية بين الحرية والمسؤولية: دراسة تحليلية*. في المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسؤولية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
١٧. عبد الرحمن، خ. خ. (٢٠٢٢). تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة. *مجلة كلية التربية، ٤٦ (٤)*، ٢١٤-١٨٥. جامعة عين شمس - كلية التربية.
١٨. فتحي، م. م. (٢٠٢١). تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٢٠ (٣)*، ٣٨٨. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام.
١٩. الفرا، غ. (٢٠٢٢). *مقرر الإعلام والتسويق الصيدلاني*. سوريا: جامعة حماه، كلية الصيدلة.
٢٠. القريوطي، م. ق.، الخوالده، ر. ع.، وقطيشات، م. ك. (٢٠١٤). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة في شركة زين للاتصالات الخلوية. *مجلة دراسات العلوم الإدارية، ٤١ (1)*.
٢١. لعموري، أ.، و نحال، س. (٢٠٢٢). تأثير وسائل التواصل الرقمية على القيم الاجتماعية لدى المراهق الجزائري: التيك توك أنموذجاً. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، ٩ (٢)*، ٢٤٢-٢٥٧.
٢٢. نافع، ش. (٢٠١٩). استخدام المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الإعلانية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثامن يوليو - ديسمبر*. جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة.
٢٣. نصار، س. (٢٠٢٢). التأثيرات النفسية والاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية (TikTok نموذجاً). *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٧٩ أبريل*. جامعة القاهرة - كلية الإعلام.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Aisar Salihu Musa, (2015). Exploring the Uses and Gratifications Theory in the Use of social media among the Students of Mass Communication in Nigeria, *Malaysian Journal of Distance Education*, 17(2), 85–86.
2. Asad Ali, Anam Iqbal & Kanwal Iqbal (2016). EFFECTS OF SOCIAL MEDIA ON YOUTH: A CASE STUDY IN UNIVERSITY OF SARGODHA. *International Journal of Advanced Research*, 4(11),.327.
3. Azi Lev-On (2011). Communication, community, crisis: Mapping uses and gratifications in the contemporary media environment. *New Media & Society*,14(1), 99.
4. Badriya Abdul Jaffar (2019). Living in a Moment: Impact of TikTok on Influencing Younger Generation into Micro-Fame, *Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication*, 10, 190–194.
5. Castillo, A., B., Romero, L., M., & Ayala. A., L., (2020), Kid influencers in Spain: understanding the themes they address and preteens' engagement with their YouTube channels, *Haloenol*. 6, 9.
6. Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2016), *Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives*. New York, NY: Little, Brown.
7. Cotter. K., (2019), Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram, *New media & Society*, 21, 4, 895– 913.
8. Diah wardhani, Sri hesti & Nindyta aisyah dwityas (2019). Uses and gratifications of social media: media use among university students in jakarta, *international journal of communication research*, 9(1), 24.

9. Hortensia Gorski, Mircea Fuciu, & Natalia Croito, (2014), "Corporate Social Responsibility depending on the Size of Business Entity", University of Primorska, Slovenia.
10. Hui Zuo, & Tongyue Wang (2019), Analysis of Tik Tok User Behavior from the Perspective of Popular Culture, *Frontiers in Art Research*, 1(3), 1-2.
11. Hui Zuo, & Tongyue Wang (2019). Analysis of Tik Tok User Behavior from the Perspective of Popular Culture, *Frontiers in Art Research*.
12. Jad Melki & Claudia Kozman (2019). Media dependency, selective exposure, and trust during war: Media sources and information needs of displaced and non-displaced Syrians, *Media, War & Conflict*, 1(21), 3.
13. Jason T. Peifer, (2012), Can We Be Funny? The Social Responsibility of Political Humor, *Journal of Mass Media Ethics*, 27 – 269.
14. Jorge Vázquez-Herrero, María-Cruz Negreira-Rey & Xosé López-García (2020). Let's dance to the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok, *Journalism*, 1(19), 5-6.
15. Li Xu, Xiaohui Yan, & Zhengwu Zhang (2019). "Research on the Causes of the "Tik Tok" App Becoming Popular and the Existing Problems," *Journal of Advanced Management Science*, 7(2), 59-63.
16. McNally, D., & Speak, K. D. (2017), *Be your own brand: Achieving more of what you want by being more of who you are* , (San Francisco, CA: Berrett Koehler Publishers
17. Salem, A., Almenaye, S., & Andreassen, C. S. (2016). A Psychometric evaluation of Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS) of university students. *International Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 6(5), 199-205.

18. Su, Y., Baker, B., Doyle, J. & Yan, M. (2020), Fan engagement in fifteen seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via TikTok. *International Journal of Sport Communication*, 5.
19. Zhang, X., Wu, Y., & Liu, S. (2019). Exploring short-form video application addiction: Socio-technical and attachment perspectives. *Telematics and Informatics*, 42.