

استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه

"دراسة ميدانية"

د. زينب عبد العظيم عبد الواحد*

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث استخدمت المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة العشوائية من "500" مفردة من المرأة الصعيدية بمحافظة المنيا وسوهاج وأسوان"، واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء لجمع المعلومات المطلوبة، توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه. الكلمات المفتاحية: المرأة الصعيدية، تطبيق التيك توك، الإشباع المتحققة.

Upper Egyptian women's use of Tik Tok application and the gratifications achieved from it "A field study"

Abstract:

The study aimed at identifying the Upper Egyptian women's use of Tik Tok application and the gratifications achieved from it. It is considered a descriptive study, where the study used the survey method. The random sample of the study consisted of "500" women from Upper Egypt in the governorates of "Minya, Sohag and Aswan". The study relied on a scale to collect the required information. The results of the study found that there is a statistically significant positive relationship between the use of Tik Tok by Upper Egyptian women and the gratifications achieved from it.

Keywords: Upper Egyptian women, Tik Tok application, achieved gratifications.

*المدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة المنيا

مقدمة:

شهد العالم في الآونة الأخيرة تطورات رقمية سريعة ومتلاحقة، فبظهور مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة كالفيس بوك واليوتيوب و...غيرهما، ظهرت العديد من التطبيقات الحديثة الأخرى كتطبيق "التيك توك"؛ الذى يعتبر من التطبيقات ذات النمو السريع في مصر، فبالرغم من حداثة نشأته إلا أنه إنتشر بنسبة كبيرة بين فئات المجتمع المصري المختلفة؛ ووفقا للإحصائيات العالمية تبين أنه جاء في المرتبة العاشرة في مصر من حيث أكثر التطبيقات إستخداما، كما جاء فى الترتيب السادس على مستوى العالم حتى 2020م

فهو يعد كمنصة إجتماعية بها الملايين، (<https://bit.ly/2Rwa7yC>.2020)

من الفيديوهات التى ينشرها المستخدمون له، فالمستخدم الواحد قد ينشأ عشرات أو مئات الفيديوهات فى اليوم الواحد، وذلك نظرا لقصر زمن الفيديو الواحد الذى لا يتجاوز الدقيقة الواحدة أو بضع دقائق، وبالتالي يكون محتواه مركز وهادف سواء أكان الهدف من محتواه إيجابيا أو سلبيا، فمحتوى الفيديوهات متنوعة منها السياسى والإقتصادى و الدينى أو ...إلخ، فهذا التنوع فى المحتوى يشبع إحتياجات الفئات المستخدمة له سواء أكانت هذه الفئات "أطفال أو مراهقين أو شباب أو كبار السن أو امرأة" فلكل فئة متطلباتها وإحتياجاتها التى تريد تلبيتها وإشباعها، فنجد أن المرأة تعتبر من ضمن فئات المجتمع؛ فكما يطلق عليها "هى نصف المجتمع والمرية للنصف الأخر" فهى أيضا بمثابة جزء لا يتجزأ عن هذا المجتمع؛ فهى تسعى لإثبات ذاتها وتحقيق كيانها، والمرأة بصعيد مصر ليست غافلة عما يحدث حولها من تطورات تكنولوجيا وظهور تطبيقات حديثة بالمجتمع بل هى متابع نشط ومستخدم إيجابى أيضا، حيث تعد المرأة الصعيدية شريحة هامة من شرائح المجتمع المصري، حيث تستخدم مواقع التواصل الإجتماعى بشكل عام؛ وتطبيق التيك توك على وجه الخصوص، لتحقيق إشباعاتها وإحتياجاتها المتنوعة.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت الإشباع المتحققة للمرأة من إستخدام مواقع التواصل الإجتماعى.
(1) دراسة عائشة بنت سعيد الغابشى (2020) بعنوان: استخدامات المرأة العمانية لمواقع التواصل الإجتماعى والإشباع المتحققة- دراسة ميدانية.

هدفت الدراسة إلى تحديد دوافع الإستخدامات والإشباع التى تتحقق لدى المرأة العمانية، والتعرف على أبرز المواقع والموضوعات التى تتعرض لها، وإنتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث إعتمدت على المنهج المسحى، وطبقت الدراسة على عينة قوامها "225" إمراة عمانية من سن 18 سنة فما فوق على العينة المتاحة من مستخدمى وسائل التواصل الإجتماعى من النساء العمانيات، وتم إستخدام صحيفة الإستبيان لجمع البيانات المطلوبة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أبرز دوافع عينة الدراسة للتعرض لوسائل التواصل الإجتماعى هي بالترتيب "الحصول على المعلومات والأخبار، ثم إكتساب مهارات جديدة، يليهما فى الترتيب دافع التواصل مع الآخرين، ثم الإستفادة من الشخصيات المعروفة والمتخصصة"، كما توصلت الدراسة أيضا إلى أن من أبرز الحاجات التى تسعى العينة لإشباعها من خلال التعرض لمواقع التواصل الإجتماعى هي بالترتيب "الإطلاع على ثقافة المجتمعات الأخرى، يليه تزييد من المعلومات حول قضايا وموضوعات مختلفة، يليه إشباع الحاجة إلى تعلم أشياء جديدة عن النفس وعن الآخرين، ثم التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ.

(2) دراسة أميرة محمد محمود (2019) بعنوان: استخدامات المرأة المصرية للشبكات الاجتماعية على الإنترنت والإشباع المتحققة منها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة استخدام النساء المصريات للشبكات الاجتماعية على الإنترنت بمستوى الإشباع المتحققة لديهن، وإنتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث استخدمت المنهج المسحي، واعتمدت على عينة حصرية قوامها "444" مفردة من محافظات القاهرة والجيزة من مختلف المستويات التعليمية وذلك باستخدام صحيفة الاستقصاء، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثات يفضلن استخدام الفضائيات والشبكات الاجتماعية عند استخدامهن لوسائل الإتصال الأخرى، وذلك بسبب توفر جميع إحتياجاتهن فيهم، وإنجذاب المبحوثات نحو مواقع التواصل الاجتماعي.

(3) دراسة أزهار صبيح غنتاب و أسيل شاکر محمد (2018) بعنوان: استخدام المرأة العراقية مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منه - دراسة مسحية على جمهور مدينة بغداد.

هدفت الدراسة إلى تحديد حجم استخدام المرأة العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، ويوتيوب، وتويتر، وانستجرام)، والتقصى حول الدوافع الكامنة وراء استخدام المرأة العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن الإشباع المتحققة نتيجة استخدام المرأة العراقية مواقع التواصل الاجتماعي، وصنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على المنهج المسحي، وحيث طبقت على عينة عنقودية - قوامها "453" مفردة - في مدينة بغداد، من الإناث بعمر "18" سنة فأكثر، وذلك باستخدام أدوات (الإستبانة، الملاحظة، المقابلة)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تفوق الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية؛ التي تكمن وراء استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، ويوتيوب، تويتر، انستجرام)، كما توصلت إلى إتساق الإشباع المتحققة للمبحوثات نتيجة استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

(4) دراسة إنجي محمود السيد (2017) بعنوان: استخدامات المرأة الكفيفة للصحافة المصرية الإلكترونية والإشباع المتحققة منها - دراسة ميدانية على عينة من المكفوفات.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط استخدام المرأة الكفيفة للصحافة الإلكترونية، ودوافع الاستخدام والإشباع التي تتحقق لها، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على المنهج المسحي، وطبقت على عينة عمدية قوامها (200) مفردة، عمر "18" عاما فأكثر، من المكفوفات كفا كليا بمحافظة الاسكندرية، وذلك باستخدام صحيفة الاستقصاء التي تمت من خلال المقابلة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة من تستخدم الصحف الإلكترونية من المبحوثات المكفوفات (دائما) جاءت بنسبة (76%)، بينما (أحيانا) جاءت بنسبة (24%)، كما توصلت نتائج الدراسة أيضا إلى أنه جاء في مقدمة الدوافع النفعية دافع "التعرف على مشكلات وقضايا المجتمع"، كما جاءت الدوافع الطقوسية لإستخدام المبحوثات للصحف الإلكترونية دافع "التسلية وشغل وقت الفراغ" بالمركز الأول، يليه دافع "التعارف وإكتساب الأصدقاء"، ثم دافع "الهروب من مشاكل الحياة"، وجاء في الترتيب الأخير دافع "الشعور بالبهجة والإثارة".

(5) دراسة Kevin Carilloa & Brenda Chawnerc (2017) بعنوان: لماذا يستخدمون الرجال والنساء مواقع التواصل الاجتماعي؟

هدفت الدراسة إلى معرفة الفروق بين الجنسين "الذكور والإناث" في دوافع إستمرارية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وإعتمدت الدراسة على نموذج تأكيد التوقع، ونظرية الاستخدامات والإشباع، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي إستخدمت المنهج المسحي، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها "488" مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتم جمع البيانات المطلوبة من خلال صحيفة الإستقصاء، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه تم تحفيز الرجال والنساء على حد سواء بالقدرة على تعزيز الذات، إلا أنه توجد بعض الإختلافات بين الجنسين، بينما النساء تكون دوافعهم العاطفية أكبر من الرجال مثل (المحافظة على الروابط الوثيقة، والوصول إلى المعلومات الاجتماعية)، بينما تكون دوافع الرجال الحصول على معلومات ذات طبيعة عامة.

المحور الثاني: دراسات تناولت تطبيق التيك توك.

(1) دراسة مها محمد فتحي (2021) بعنوان: تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث إعتمدت على المنهج المسحي، وطبقت العينة على (400) مفردة من طلاب الجامعات المصرية، بواقع (200) ذكور و(200) إناث من جامعات (بنى سويف، النهضة، المنيا، دراية)، مستخدمة في ذلك إستمارة الإستقصاء، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه جاءت من أهم أسباب تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك المعروضة عبر الهواتف الذكية في الترتيب الأول "للتسلية والترفيه"، ثم "التعرف على سلبيات الواقع الذى نعيش فيه"، يليهما في الترتيب "الجرأة في طرح الموضوعات"، كما توصلت أيضا بعدم وجود فروق دال إحصائيا بين متوسطات درجات الذكور والإناث ممن يتابعون فيدوهات التيك توك وتأثيرها على القيم الاجتماعية لديهم.

(2) دراسة ولاء محمد محروس (2021) بعنوان: تأثيرية المراهقين بالمحتوى غير المرغوب به على تطبيق "التيك توك" وعلاقتها بالإرشاد التربوى نحو الإستخدام الآمن: دراسة ميدانية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين.

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثيرية المراهقين بالمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق "التيك توك" وعلاقتها بالإرشاد التربوى نحو الإستخدام الآمن: دراسة ميدانية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين، وإنتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتم تطبيق الدراسة من خلال المنهج المسحي الإعلامى على عينة قوامها (200) مفردة والتي أختيرت بطريقة عمدية من المراهقين المستخدمين للتطبيق، وتم الحصول على البيانات المطلوبة من خلال إستخدام إستمارة إستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائيا بين إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب فيه على التيك توك لأنفسهم وبين أصدقائهم والآخرين من ناحية أخرى لصالح الآخرين، وتم التوصل أيضا إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق "التيك توك" ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أصدقائهم والآخرين، بالإضافة إلى عدم وجود

فروق دالة إحصائياً في مستوى إدراك المراهقين لتأثيرات المحتوى غير المرغوب على أنفسهم وعلى أصدقائهم والآخرين باختلاف النوع.

(3) دراسة شيماء عز الدين زكي (2020) بعنوان: أساليب التسويق بالفيديو القصير. دراسة استكشافية على تطبيق تيك توك في مصر.

هدفت الدراسة إلى التعرف على إستراتيجية التسويق من خلال الفيديو لإستكشاف طبيعة الفيديوهات التسويقية عبر تطبيق التيك توك، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الإستكشافية وإستخدمت الدراسة إستمارة تحليل المضمون الكيفي والملاحظة البسيطة، حيث تم تطبيق المقابلة المقننة عبر الإنترنت على عينة قوامها "21" مفردة من بين سن 15- 27 عاما في الفترة من 9 فبراير حتى 13 أبريل 2020م معظمهم من القاهرة الكبرى، وأغلبهم من الإناث فيما عدا خمسة ذكور، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه تم إستخدام التطبيق بهدف التسلية وملء وقت الفراغ، ومتابعة العديد من الفيديوهات الخاصة بالمشاهير، وتصوير فيديوهات في بعض الأحيان بالإعتماد على خاصية تحريك الشفاه، كما إستنتجت الدراسة أن التطبيق كوسيلة ترفيهية أكثر منه كوسيلة تسويقية؛ وهو ما يعنى ضرورة تقديم الفيديوهات بشكل جديد ومختلف بالإعتماد على عدة أساليب منها مشاهير تيك توك من المستخدمين له، وأيضا الإعتماد على الفلاتر والمؤثرات الصوتية.

(4) دراسة Liqian. H (2020) بعنوان: تأثير الشباب بتطبيق التيك توك على مفاهيمهم وقيمهم الاجتماعية.

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الشباب بتطبيق التيك توك على مفاهيمهم وقيمهم الاجتماعية، وإنتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث إعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، و طبق الإستبيان الإلكتروني على عينة قوامها (2000) مفردة من الشباب من مقاطعة هايديان بمدينة بكين الصينية، كما تم إختيار عينة عشوائية من الفيديوهات لتحليل مضمون القيم الاجتماعية بتطبيق التيك توك، وذلك بإستخدام صحيفة تحليل مضمون، وتوصلت نتائج الدراسة إلى ظهور مفاهيم إيجابية للشباب نحو إستخدام تطبيق التيك توك، حيث جاءت نسبة 72% منهم من المشاركين بنشاط في نشر المحتوى عبر التيك توك، بينما جاءت نسبة 28% منهم متابعين فقط لفيديوهات تطبيق الفيديو، وتوصلت الدراسة أيضا الى وجود تأثير كبير لتطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية للشباب، كما أظهرت الدراسة وجود ثلاث عوامل توسطت في تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية للعينة هي: تنوع المحتوى، والإبداع وشهرة إستخدام التطبيق بين فئات الشباب.

(5) دراسة Omar, B., & Dequan, W. (2020) بعنوان: شاهد أو شارك أو أنشئ" تأثير السمات الشخصية ودوافع المستخدم نحو فيديوهات التيك توك عبر الهاتف".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثيرات السمات الشخصية ودوافع المستخدم نحو فيديوهات التيك توك عبر الهاتف، والتعرف على إنعكاس العوامل الشخصية ودوافع المستخدمين على سلوكيات إستخدام تطبيق التيك توك، وإنتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث إعتمدت على المنهج المسحي الميداني، وذلك من خلال التطبيق على عينة قوامها (385) مبحثاً من سن (20- 34)، وذلك بإستخدام الإستبيان الإلكتروني، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن دوافع المستخدمين لها تأثير قوى في إستخدام التطبيق، ومن بين تلك الدوافع التعبير

عن الذات، والتفاعل الإجتماعي، والهروب من ضغوط الحياة، كما تبين أنه عندما يقوم الأفراد بتسجيل فيديو على التيك توك، فإن ذلك يكون للتعبير عن أنفسهم، وليكون لديهم مضمون موجود عبر التطبيق، خصوصا إذا كان التفاعل على تلك الفيديوهات ملحوظا، وهذا يزيد من إستمرارية المستخدم في القيام بالفيديوهات لتحقيق مزيد من النجاح.

(6) دراسة Wang Liao & Yang (2020) بعنوان: إستخدام الشباب لتأثيرات تطبيق التيك توك: مظاهر التأثير على القيم الاجتماعية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مظاهر تأثير إستخدام الشباب لتطبيق التيك توك على قيمهم الاجتماعية، وإستخدمت الدراسة المنهج النوعي لتحليل مظاهر تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية للشباب، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (282) مفردة سن 22- 27 من مستخدمي تطبيق التيك توك على الهواتف الذكية في نابوان، وتم الإعتماد على إستمارة الإستبيان والمقابلات عبر الهواتف الذكية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الأهداف السلوكية لإستخدام تطبيق "التيك توك" لها تأثير مرتفع على القيم الاجتماعية للشباب المستخدم للتطبيق، كما توصلت أيضا إلى أن تفاعل الشباب مع المحتوى والتعرض بصفة مستمرة للتطبيق يؤثران سلبا على القيم الاجتماعية للشباب، وأظهرت الدراسة أن مظاهر تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية للشباب تمثلت في تغيير الجوانب الوظيفية والاجتماعية والوجدانية للشباب نتيجة للإستخدام.

التعقيب على الدراسات السابقة وأوجه الإستفادة منها:

- تناولت معظم الدراسات السابقة إستخدام المرأة لمواقع التواصل الإجتماعي، وكذلك تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية للشباب وغيره، ولم تتطرق أي دراسة -على حد علم الباحثة- إلى إستخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك.
- ركزت معظم الدراسات السابقة على إستخدام المنهج المسحي في تناوله لتطبيق التيك توك، وهذا ما ساعد الباحثة على إختيار المنهج السليم للدراسة.
- تحديد مشكلة الدراسة تحديدا دقيقا وصياغتها بشكل واضح، مما ساعد على تحديد عينة الدراسة وأهميتها.
- صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بشكل علمي، مما يحقق الأهداف التي تسعى إليها الدراسة.

مشكلة الدراسة:

جاء إحساس الباحثة بمشكلة الدراسة؛ من خلال ملاحظتها لمدى إنجذاب أفراد المجتمع عامة والمرأة الصعيدية بصفة خاصة، نحو إستخدام تطبيق التيك توك، سواء أكانت هذه المرأة الصعيدية مستخدمة فقط للفيديوهات القصيرة بالتطبيق، أو منتجة لهذه الفيديوهات، كما أوجد هذا التطبيق ميدانا فعالا ونشطا للمرأة الصعيدية، وإضافة حديثة لأنشطتها اليومية؛ ويظهر إهتمام المرأة الصعيدية بهذا التطبيق من خلال مزايه المتعددة منها "قصر المدة الزمنية للفيديو المستخدم، فيإمكانها مشاهدة العديد من الفيديوهات في أقصر مدة زمنية ممكنة، وكذلك لتنوع محتواه، وسهولة إستخدامه و.... غيرهما"، حيث إختلفت إستخدامات المرأة الصعيدية لهذا التطبيق، فمنهن من تستخدمه للتسلية والترفيه، وبعضهن يستخدمه لعرض مواهبهن، وأيضا يستخدمهن بغرض التعليم، والبعض الأخر يستخدمه لإشباع فضولهن بمعرفة الأخبار المحيطة بهن، وبالتالي نلاحظ تعدد أسباب الإستخدام لتطبيق التيك توك من

جانب المرأة الصعيدية، ومن خلال دراسة استطلاعية قامت بها الباحثة على عينة عشوائية قوامها (100) مفردة من المرأة الصعيدية بمحافظة المنيا، تبين أن نسبة (40%) من أفراد العينة يستخدمون تطبيق التيك توك بصفة دائمة، وأن (52%) يستخدمونه "أحيانا" وأن (8%) لا يستخدمونه مطلقا، ونتيجة لذلك تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه؟

أهمية الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى التعرف على استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك، والإشباع المتحققة منه في ظل التكنولوجيا الحديثة، لذا فهي تسهم في الإثراء المعرفي في هذا المجال.
- تشكل هذه الدراسة أهمية تطبيقية للوزارات والهيئات المهمة بالمرأة؛ كالمجلس القومي للمرأة وغيره من المنظمات التي تحرص على مخاطبة المرأة والتواصل معها وتقديم معلومات لها ومساعدتها على حل مشكلاتها وتجاوز الصعوبات التي تواجهها، وذلك من خلال التطبيقات التكنولوجية الحديثة.
- أهمية تطبيق التيك توك، وإلقاء الضوء على الدور الذي يقوم به التطبيق كمنصة اجتماعية حديثة في التواصل بين العنصر النسائي بالمجتمع الصعيدى المصرى، بل والتوعوى أيضا.
- عدم وجود دراسات عربية - على حد علم الباحثة - تطرقت إلى استخدام المرأة بشكل عام لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه، واستخدام المرأة الصعيدية له على وجه الخصوص.

أهداف الدراسة:

- يتبلور الهدف الرئيسى في التعرف على استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية هي:
- 1- التعرف على عادات ونشاط استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك.
 - 2- كشف أسباب ودوافع استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك.
 - 3- تحديد أهم القضايا التي تناولها تطبيق التيك توك من وجهة نظر المرأة الصعيدية.
 - 4- التعرف على السلبيات التي تعرضت لها المرأة الصعيدية أثناء مشاهدة فيديوهات تطبيق التيك توك.
 - 5- التعرف على الإشباع المتحققة من استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك.
 - 6- كشف نوع تفاعل المرأة الصعيدية مع الموضوعات المقدمة على تطبيق التيك توك.

تساؤلات الدراسة:

تحدد تساؤلات الدراسة في السؤال الرئيسى التالي: ما استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه؟

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسى التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما هي عادات ونشاط استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك؟
- 2- ما أسباب ودوافع استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك؟
- 3- ما أهم القضايا التي تناولها تطبيق التيك توك من وجهة نظر المرأة الصعيدية؟
- 4- ما هي السلبيات التي تعرضت لها المرأة الصعيدية أثناء مشاهدة فيديوهات تطبيق التيك توك؟

- 5- ما الإشباع المتحققة نتيجة استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك؟
6- ما هو نوع تفاعل المرأة الصعيدية مع الموضوعات المقدمة على تطبيق التيك توك؟
فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية طردية غير دالة إحصائياً بين استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه.
2- توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع للمتغيرات الديموغرافية (المحافظة، المؤهل الدراسي، السن، المهنة، الحالة الاجتماعية، نوع السكن).
3- توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات الإشباع المتحققة للمرأة الصعيدية من استخدامها لتطبيق التيك توك ترجع للمتغيرات الديموغرافية (المحافظة، المؤهل الدراسي، السن، المهنة، الحالة الاجتماعية، نوع السكن).
متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: استخدام تطبيق التيك توك.
 - المتغيرات الوسيطة: (العمر، المؤهل الدراسي، المهنة، الحالة الاجتماعية، محل الإقامة، نوع السكن).
 - المتغير التابع: الإشباع المتحققة.
- التعريفات الإجرائية:**

- المرأة الصعيدية : يقصد بها الأنثى التي تعيش في الوجه القبلي بجمهورية مصر العربية (صعيد مصر) بغض النظر عن حالتها الاجتماعية.
- تطبيق التيك توك: عبارة عن منصة اجتماعية يستخدمونها الأفراد سواء لإنتاج أو مشاهدة أو مشاركة مقاطع الفيديو القصيرة عليه.
- الإشباع: هي درجة رضا الفرد عن ذاته نتيجة قدرته على تحقيق وتلبية رغباته ودوافعه واحتياجاته.

نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع والأحداث، كما تقوم بوصف المشكلة وتحليلها ورصدها رصداً دقيقاً شاملاً وتفسيرها بطريقة دقيقة، وتتيح هذه النوعية من البحوث وجود بيانات قابلة للقياس الكمي وتسمح بخضوع البيانات للتحليل الرياضي ومن ثم إمكانية التعميم والتنبؤ (Roger D. Wimmer, Joseph, 2003, 113)، وتم استخدام المنهج المسحي الميداني.

مجتمع وعينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من عينة عشوائية قوامها (500) مفردة من المرأة الصعيدية بمحافظة المنيا، (المنيا، سوهاج، أسوان)، وتم استبعاد (45) منهم لكونهم غير مستخدمين لتطبيق التيك توك، وبالتالي أصبح قوام العينة النهائي (455) مفردة بواقع "156 بمحافظة المنيا"، و"139 بمحافظة سوهاج"، و"160 بمحافظة أسوان".

ويوضح الجدول التالي توصيف خصائص عينة الدراسة وفقا للمتغيرات الديموغرافية:

جدول (1) يوضح الخصائص الديموغرافية للمرأة الصعيدية (عينة الدراسة)

النسبة المئوية	التكرار	الفئة	توزيع عينة الدراسة وفقاً
34.29%	156	المنيا	للمحافظة
30.55%	139	سوهاج	
35.16%	160	اسوان	
100.00%	455	الإجمالي	
16.48%	75	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراه)	للمؤهل
45.49%	207	مؤهل جامعي	
23.52%	107	دبلوم/ ثانوي	
8.79%	40	أقل من دبلوم	
5.72%	26	أمي	
100%	455	الإجمالي	
47.25%	215	من 18 الى أقل من 25 سنة	للسن
24.18%	110	من 25 الى أقل من 35 سنة	
13.19%	60	من 35 الى أقل من 45 سنة	
9.24%	42	من 45 الى أقل من 55 سنة	
6.15%	28	أكثر من 55 سنة	
100%	455	الإجمالي	
18.24%	83	عمل حكومي	للمهنة
22.42%	102	عمل خاص	
59.34%	270	لا أعمل	
100%	455	الإجمالي	
44.84%	204	عزباء	للحالة الاجتماعية
31.43%	143	متزوجة	
15.60%	71	مطلقة	
8.13%	37	أرملة	
100%	455	الإجمالي	
71.42%	325	ملك	لنوع السكن
28.57%	130	إيجار	
100%	455	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق: أن جميع المتغيرات التي تم من خلالها توصيف العينة، حظيت بنسب تمثيل مختلفة على إختلاف الفئات داخل كل متغير، بحيث تمثل مختلف فئات المرأة الصعيدية قدر الإمكان، وكذلك كان التوزيع بطريقة عشوائية، ولم تراعى الباحثة الإختيار العمدى لأفراد عينة الدراسة، وأيضا قامت الباحثة بإختيار الثلاث محافظات بالوجة القبلى (المنيا، سوهاج، أسوان)؛ ليكونوا ممثلين لصعيد مصر، حتى يمكن تعميم نتائج الدراسة على المرأة بالصعيد.

حدود الدراسة:

- **الحدود البشرية:** طبقت الدراسة على عينة عشوائية من المرأة الصعيدية قوامها (500) مفردة من محافظات "المنيا وسوهاج وأسوان".
 - **الحدود الموضوعية:** اقتصرت الدراسة على استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه.
 - **الحدود الزمنية:** تم تطبيق الدراسة في الفترة ما بين 2021/9/15 وحتى 2021/12/15م
 - **الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة على محافظات "المنيا وسوهاج وأسوان".
- #### أدوات الدراسة:

- قامت الباحثة بالإعتماد على صحيفة الإستقصاء التي تم تطبيقها إلكترونياً لجمع البيانات المطلوبة، والتي احتوت على عدة أسئلة وشملت سوئلاً لقياس دوافع المرأة الصعيدية وتمثلت الدوافع النفعية في العبارات (1: 14)، أما عبارات الدوافع الطقوسية تمثلت في (15: 23)، وكذلك تضمنت صحيفة الإستقصاء مقياساً للتحقق من إشباع المرأة الصعيدية المتحققة -عينة الدراسة- نتيجة استخدامها لتطبيق التيك توك؛ وتكون المقياس من مجموعة من الإشباعات كالتالي:
 - **الإشباع الذاتي:** تشمل العبارات (1:8)
 - **الإشباع أسرية:** تشمل العبارات (9:15)
 - **الإشباع الثقافية:** تشمل العبارات (16: 25)
 - **الإشباع الاجتماعية:** تشمل العبارات (26: 35)
 - **الإشباع الدينية:** تشمل العبارات (36: 43)
 - **الإشباع الصحية:** تشمل العبارات (44: 50)
 - **الإشباع السياسية:** تشمل العبارات (51: 55)
 - **الإشباع الاقتصادية:** تشمل العبارات (56: 60)
 - **الإشباع الاخبارية:** تشمل العبارات (61: 66)
 - **الإشباع الترفيهية:** تشمل العبارات (67: 73)
- ثم قامت الباحثة بعرض الأدوات على مجموعة من المحكمين، وبعد إجراء التعديلات قامت الباحثة بتطبيق الأدوات على عينة من المرأة الصعيدية.

الصدق والثبات:

- **إجراءات ثبات صحيفة الإستقصاء:** قامت الباحثة بحساب ثبات صحيفة الإستقصاء بالتطبيق على عينة إستطلاعية قوامها (40) مبحوثة، وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ جاء الثبات مساوياً (90)؛ وهي درجة تشير إلى تمتع صحيفة الإستقصاء بدرجة ثبات عالية.
- **الصدق الذاتي:** تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق صحيفة الإستقصاء؛ وذلك بحساب الجزر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساوياً (94)؛ وهذا يدل على تمتع صحيفة الإستقصاء بدرجة عالية من الصدق.

المعالجات الإحصائية المستخدمة: تم استخدام المعاملات الإحصائية التالية: (معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات، الجزر التربيعي لحساب الصدق، تكرارات ونسب مئوية، معامل ارتباط بيرسون، إختبار للفروق بين مجموعتين مستقلتين، مربع كا، المتوسط

الحسابي، الإنحراف المعياري، إختبار " ت " لدلالة الفروق، إختبار تحليل التباين، إختبار المقارنات البعدية "Post Hock- LSD")، وإستخدمت الباحثة برنامج Spss لحساب بعض المعاملات الإحصائية.

الإطار المعرفي للدراسة:

أولاً: تطبيق التيك توك :

*مفهوم التيك توك:

عرف هيرمان تطبيق " التيك توك" بأنه تطبيق عبر الهواتف الذكية مخصص لتسجيل ومشاركة الفيديوهات بين المستخدمين (Herrman, J. 2019)، ومنصة التيك توك هي واحدة من أكثر المنصات الاجتماعية شعبية، يمتلك بعض المبدعين الأكثر شهرة "الملايين" من المتابعين الذين يشاهدونهم وهم يغنون ويرقصون و يمثلون (https://www.haq2q.com/2021/06/mostiktok-sub.htm).

نشأة وتطور تطبيق التيك توك:*

تم إنشاء تطبيق التيك توك على يد كلا من "تشاد هارلي، وستيف تشين، وجاويد كريم" في سان فرانسيسكو، فتراوحت أعمارهم ما بين (38- 40) عاماً، حيث جاءتهم الفكرة بعد الانتهاء من تصوير العديد من الفيديوهات معاً، وأدركوا حينئذ أنه لا توجد طريقة لمشاركة تلك الفيديوهات مع بعضهم البعض، وبعد سنوات عدة خرجت هذه الفكرة الى النور وتم بيعها الى شركة جوجل مقابل 1.6 مليار دولار (Strangelove, M. 2019. p291)، وجاءت البداية لهذا التطبيق في سبتمبر عام 2016م، عندما قامت شركة Byte Dance الصينية بإطلاق تطبيق " Douyin" وهي شركة تعمل في مجال محتوى الانترنت وتشغل العديد من منصات المحتوى واستطاع التطبيق أن يعرض مقاطع فيديو قصيرة، ثم أطلق تطبيق التيك توك للمستخدمين خارج الصين، (Anderson, K. E. 2020.50) ثم تم تطويره خلال عام 2017م وفي مدة قصيرة خلال عام واحد تقريبا استطاع أن يحصل على 100 مليون مستخدم ومليار مقطع فيديو يتم مشاهدته يوميا (الموقع الرسمي لتطبيق التيك توك، 2020)، وفي عام 2017م تغير المسمى من "ميوزكلى الى التيك توك" وأصبح أكثر رواجاً بين المستخدمين. (Gaojie, T. 2018.36)

وبعدما تم اطلاق التطبيق في السوق الدولية في سبتمبر 2017م، وفي عام 2018م احتل التطبيق المرتبة الأولى بين تنزيلات تطبيقات الهاتف المجانية في متاجر التطبيقات (أشرف العوادية. 2019. 68)، أما عن التطبيق في مصر فقد أكدت الإحصائيات لعام 2019م أن تطبيق Tiktok، منتشر بين فئات المجتمع المصري باختلاف النوع والعمر والمستوى التعليمي، كما تشير الإحصائية أيضا إلى أن المصريين يشاهدون أكثر من 8.3 مليار فيديو شهريا وتمثل المرحلة العمرية من 13-24 سنة الأكثر إستخداما بنسبة 64% وهناك 7.2% مليون مستخدم نشط شهريا منهم 62% ذكورا و38% إناثا، وبذلك تحتل مصر المرتبة الحادية عشرة على مستوى العالم والثانية بعد المملكة العربية السعودية من حيث كونها الأعلى تحميلا للتطبيق (المصريون والتيك توك. 2019).

ويعد ذلك تطبيق التيك توك من التطبيقات سريعة النمو ولإنتشار في مصر، على الرغم من أنه حديث النشأة الا أنه جاء في المرتبة العاشرة في مصر من حيث أكثر التطبيقات استخداما وفقا للتقارير العالمية، وفي المرتبة السادسة على مستوى العالم حتى يناير 2020م،

تقرير (Digital in Egypt. 2020)، وتزايد إنتشار ونمو تطبيق التيك توك بين المصريين فى عام 2021 حيث تم إستخدامه من قبل الشعب المصرى سواء أكانوا منتجين للفيديوهات المعروضه عليه، أو مشاهدين لها، فقد صرحت جريدة الأهرام الوطنية المصرية هذا قائلة "اكتسب تطبيق "تيك توك" شعبية هائلة على مدار فترة زمنية قصيرة جداً، وخاصة في فئة الشباب وصغار السن، وأصبح له تأثير كبير على حياة الأشخاص (بوابة الأهرام.2021)، وفي آخر تقرير عن مؤشرات استخدام خدمات وتطبيقات الإنترنت خلال 60 دقيقة في موسم صيف 2020 م بجمهورية مصر العربية فقد جاءت مقاطع فيديو عبر تطبيقات (مثل تيك توك، لايكى،..) في المرتبة الأولى، حيث بلغ عدد المستخدمين الذين قاموا برفع ومشاركة فيديواتهم 300 ألف مستخدم، وبلغ إجمالي عدد ساعات مقاطع الفيديو 2113 ساعة، وبلغ حجم البيانات المستهلكة 2 تيرا بايت خلال 60 دقيقة (الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، 2020 م).

وبحسب موقع CNET فإن تطبيق التيك توك قد أعلن فى بيان له أن أعداد مستخدميه قد تزايدت بشكل كبير للغاية، ومن جميع الفئات حيث شملت جميع الفئات العمرية بما فيها الأكبر سناً (<https://www.elbalad.news/4981956>).

*خصائص تطبيق التيك توك:-

- 1- **تفرد تطبيق التيك توك:** حيث يشير إلى السمات المميزة والمنفردة التى لا يماثلها فيها أى تطبيقات مشابهة للفيديوهات القصيرة (مها محمد فتحى.2021. 389).
- 2- **بساطة التطبيق:** حيث يمكن للشخص المستخدم التصوير فى أى مكان يتواجد به من خلال الهاتف المحمول، فلا يتطلب إمكانيات هائلة للتصوير.
- 3- **تحديد إهتمامات المستخدم:** حيث يطلب التطبيق قبل التسجيل عليه تحديد إهتمامات المستخدم المختلفة (رياضية، تجميلية، أنماط حياة،... وغيرهما)، وذلك لتوضيح نوعية الفيديوهات التى ستظهر للمستخدمين، ولكن هذه الخطوة ليست اجبارية؛ بل يمكن تخطيها (Anderson, K. E. 2020.52).
- 4- **تنوع محتوى الفيديوات:** حيث يوفر تطبيق التيك توك الكثير من أنواع المحتوى للمستخدمين، والتى يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:-
(أ) **المحتوى التعليمي:** وهو المتعلق بتعليم المستخدمين للمهارات الحديثة كالطهى والمهارات الحياتية الأخرى.
(ب) **المحتوى الترفيهي:** وهو الخاص بالفيديوهات القصيرة المصاحبة للموسيقى بهدف الترفيه والترويج عن النفس.
- (ج) **المحتوى الترويجي:** وهو المحتوى الذى يسعى إلى التسويق أو الترويج لبعض المنتجات كأدوات التجميل وخلافه (Ling, C. 2020. 45).
- 5- **يستخدم التيك توك الذكاء الاصطناعي لتحليل إهتمامات المستخدمين وتفضيلاتهم من خلال تفاعلهم مع المحتوى، وعرض موجز محتوى مخصص لكل مستخدم.**
- 6- **يسهل مشاركة الفيديوهات الجذابة المسجلة على الفور دون أى متطلبات فنية أو إحترافية لإنتاجها أو تعديلها، ودون أن تستغرق مشاهداتها وقتاً طويلاً.**
- 7- **الحفاظ على هوية المستخدم الذى يظل بمقدوره تحديد هوية من يشارك الفيديو أو يشاهده ويعلق عليه، ولا يمكن الوصول لمحتوى الفيديو بمحركات البحث ومواقع الويب العادية (ولاء محمد محروس.2021. 358).**

8- يمكن وضع روابط لحسابات المستخدم نفسه عبر مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى لجذب المتابعين للدخول أيضا، خصوصا في حالة كون الفيديوهات على التيك توك قصيرة، ويمكن متابعتها كاملة عبر المواقع الأخرى، وذلك لسهولة انشاء فيديو قصير يبدأ من 15 ثانية ولا يتعدى الدقيقة الواحدة.

9-يسمح تطبيق التيك توك للمستخدم بإمكانية إختيار سرعة الحركة داخل الفيديو، وكذلك إضافة موسيقى في الخلفية يتم الإختيار فيما بينها لتكون مصاحبة للفيديو عند نشره، ويسمح التطبيق إمكانية الإختيار بين مقاطع صوتية مختلفة هي الأشهر والأكثر إنتشارا عبر التطبيق، كما يمكن إضافة مؤثرات مرئية وصوتية على الفيديو، وكتابة نصوص بألوان وأشكال متنوعة، وإضافة ملصقات مختلفة وفلاتر وإضافة العديد من الوسوم مع إمكانية الإشارة إلى الأصدقاء في الفيديو.

10-يتيح التطبيق إعدادات مختلفة للخصوصية، فمن الممكن أن يكون الحساب المتعلق بالمستخدم والفيديوهات به عامة؛ تظهر لجميع المستخدمين، أو للمتابعين فقط، أو تظهر بشكل خاص للمستخدم فقط (شيماء عز الدين زكي. 2020. 268).

*إيجابيات استخدام تطبيق التيك توك:-

1) يتسم تطبيق التيك توك بأنه مجاني ومتاح للتحميل، بالإضافة إلى سهولة إستخدام أدوات تحرير الفيديو الموجودة داخل التطبيق، مما يساعد الشخص ذو المعرفة المحدودة بالتكنولوجيا بإبتكار الفيديوهات والوصول إليها عبر التطبيق.

2) تتسم المشاركة عبر تطبيق التيك توك بالسهولة الشديدة، كما يستطيع المستخدم إختيار مدى رغبته في المشاركة مع المستخدمين الآخرين.

3) يستخدم التيك توك مجموعة من الخصائص "الإجتماعية – التقنية" التي تسمح للشباب ببناء والحفاظ على ترابط العلاقات الإجتماعية.

4) يستخدم تطبيق التيك توك الذكاء الإصطناعي الذي يقوم بتوزيع الفيديوهات حسب نوعها وإهتمامات المستخدمين لها.

5) يحتوى تطبيق التيك توك على سمة تكرر الأداء في فيديو جديد بالإستعانة بالفيديو الأصلي (مها محمد فتحي. 2021. 392).

*سلبيات تطبيق التيك توك:-

1) يشبه التيك توك شبكات التواصل الإجتماعي الأخرى في احتمالية الترويج للمعلومات الغير صحيحة أو الشائعات، حيث يتضمن تطبيق التيك توك تكنولوجيا تسمح بتبديل وعمل فيديوهات بوجوه وهمية، وهوما يسمح بإمكانية الترويج للمعلومات الخاطئة أو الشائعات بدون التعرف على هوية مصدرها (Bergman, R., Frenkel, S. and Zhong, R. 2020. p5).

2) يمكن أن يؤدي الإستخدام المكثف لتطبيق التيك توك إلى حدوث مشكلات نفسية للمستخدم، فقد أوضح الدكتور هشام ماجد المدير العلاجي، لمستشفى العباسية للصحة النفسية، ومؤسس جمعية أطفال مطمئنة، المخاطر التي تهدد الحياة والأخلاق والمعايير الإنسانية، فضلا عن الآثار النفسية الخطيرة له، ليس على حياة مستخدميه فقط و إنما علي المجتمع وهي كالتالي:
1) العزلة الإجتماعية: رغم أن التطبيق يدور حول التواصل الإجتماعي مع الجمهور، إلا

- أنه في الواقع يميل مستخدموه إلى العزلة الاجتماعية لدرجة أنهم لا يستطيعون الإهتمام بالعلاقات التي يحيطون بها ويفضلون الشاشة علي تلك العلاقات.
- (2) **مضيعة للوقت والطاقة:** يقضي مستخدموه ساعات طويلة علي هذا التطبيق، ويستنزفون الكثير من الوقت والمال بلا نتيجة.
- (3) **العُري والدعارة:** فبالرغم أن التطبيق لم يكن يقصد استخدامه بهذه الطريقة إلا أننا نشاهد بعض الفتيات يظهرن أجسادهن بطرق مختلفة.
- (4) **مصدر للتحرش:** نظرًا لأن التطبيق يسمح لك بمشاركة جميع أنحاء العالم ، فإن فرص التحرش اللفظي والجسدي موجودة، ويعد النقد على الشاشة أمرًا طبيعيًا ، ولكن قد يصادف نفس الأشخاص في الحياة وقد يمثلون تهديدًا لهم.
- (5) **الترجسية:** معظم مستخدمي التطبيقات مهوسون بنفسهم قد تعرف صديقًا من مستخدمي TikTok وكل ما يطلبونه هو تصوير مقطع فيديو لهم أثناء قيامهم بكل تلك الأعمال المجنونة التي يعتقدون أنها تجعلهم يبدوون جذابين.
- (7) **الألم الذاتي وتعذيب النفس:** أصبحت مقاطع الفيديو الخطرة، حيث تجاوزوا الآن حد إيذاء النفس والتعذيب والرقص أمام القطارات أو السيارات لإظهار مستخدمى التيك توك ، وزيادة المتابعين وما إلى ذلك.
- (8) **الاكتئاب:** أن مستخدمى التوك توك إذا فشلوا في تحقيق رغبتهم في القبول ينتج عن ذلك التوتر والضغط والاكتئاب.
- (9) **الإنتحار:** في حالة انحسار الشهرة أو النهاية المأساوية لمستخدم هذا التطبيق فقد يؤدي إلى أفكار أو ميول انتحارية (الاهرام الجمعة 17 ديسمبر 2021).
- وترى الباحثة،** أن هذا ليس خطأ التطبيق ولكن الخطأ يكمن في طريقة استخدام الأفراد له، فكل تطبيق له إمكانياته الحديثة والجذابة والتي من خلالها يتمكن الفرد في توظيفها كيفما يريد، سواء أكان هذا التوظيف إيجابى أم سلبى؛ فنجد مثلا معظم نجوم التيك توك يقومون بإنشاء فيديوهات قصيرة لا تلتزم بقيم وتقاليد المجتمع المصرى ، فالشخصيات الأكثر شهرة على منصات التواصل الإجتماعي مثل TikTo هي أبعد بكثير من مكانة المشاهير الكبار في أعين المعجبين المراهقين، حيث يكتسب نجوم التيك توك هؤلاء الملايين من المتابعين - العديد منهم وجدوا شهرة من خلال إنشاء مقاطع فيديوهات تيك توك قصيرة لمزامنة الشفاه مع مقاطع صوتية، والتباهي بالرقصات، وصياغة التمثيليات الكوميديّة

(<https://www.haq2q.com/2021/06/mostiktok-sub.html>).

ثانيا: نظرية الاستخدامات والإشباع:

ترى نظرية الاستخدامات والإشباع أن الجمهور المتلقى لوسائل الإعلام يعتبر عنصر أساسى فى عملية الإتصال الجماهيرى، وتؤكد هذه النظرية أن المتلقى يقوم بإستمرار بإختيار الرسائل الإعلامية بين الفيض الهائل من الرسائل التى يريد لها هو بنفسه أن يتلقاها، كما تؤكد النظرية على فاعلية الجمهور المتلقى، إذ أنه دائم التقرير لما يريد أن يأخذ من الإعلام، بدل السماح للإعلام بتوجيهه الوجهة التى يشاؤها (عصام سليمان، 2009، 203)، وبالتالي تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على فرض أساسى وهو "أن الفرد له دور إيجابى فى عملية الإتصال، وذلك لأنه لديه دوافع وحاجات تدفعه لإستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاته ورغباته" فإن مدخل الإستخدامات والإشباع يرى أن الفرد هو المسؤول

- عن إختيار وسيلة الإعلام التي تشبع إحتياجاته، وعندما تتحقق الوسيلة أى الإشباع المتوقعة فإن ذلك يقود لإستمرار إستخدام الوسيلة (إسراء سامى فهمى، 2021، 1958).
- وبالتالى تعتمد نظرية الإستخدامات والإشباع على خمسة فروض فرعية هي:-
- (1) أعضاء الجمهور مشاركون نشطاء فى عملية الإتصال الجماهير، ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة يسعون لتلبيتها.
 - (2) يتم إستخدام وسائل الإتصال الجماهيري للتعبير عن الحاجات التي يدركها الجمهور المتلقى، ويتحكم فى ذلك الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الإجتماعى، وتنوع الحاجات للأفراد.
 - (3) التأكيد على أن الجمهور يختار الرسائل والمضامين التي تشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال.
 - (4) الجمهور هو الوحدة القادرة على تحديد الصورة الحقيقية لإستخدامه وسائل الإعلام، لأنه هو إلى يحدد إهتماماته وحاجاته ودوافعه، ومن ثم إختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.
 - (5) يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة عن طريق إستخدام الجمهور وسائل الاتصال، وليس عن طريق محتوى الرسائل فقط (أزهار صبيح و أسيل شاكرا، 2018، ص138-139).

أنواع الدوافع والإشباع:

صنف روبن دوافع الجمهور لإستخدام وسائل الإعلام المختلفة:

- **دوافع منفعية:** تستهدف إكتساب المعرفة والخبرات والتعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.
 - **دوافع طفوسية:** تستهدف تضييق الوقت والإسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من مشكلات الحياة وتتعمد هذه الفئة فى البرامج الخيالية والمسلسلات والأفلام والمنوعات وبرامج الترفيه (عائشة بنت سعيد، 2020، ص68).
- كما يشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الإستجابات الفورية المرتبطة بالحاجة، ويمكن تصنيف ذلك كما يأتي:-
- (1) **إشباع المحتوى:** وهي التي تنتج من التعرض لمحتوى وسائل الاتصال، وتنقسم إلى:
 - أ- **الإشباع التوجيهية:** يقصد بها إكتساب الفرد لمعلومات جديدة أو مهارات عامة أو متخصصة، أو تأكيد الذات والتعلم من بعض المعلومات.
 - ب- **إشباع إجتماعية:** وهي التي تربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الإجتماعية كالتحدث مع الآخرين، والإحساس بالتميز، والقدرة على حل المشكلات.
 - (2) **إشباع العملية:** هي التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة، وتنقسم إلى:
 - أ- **إشباع شبه توجيهية:** هي مكملة للإشباع التوجيهية، وتتمثل في الشعور بالراحة والاسترخاء والمتعة وتجديد النشاط.
 - ب- **إشباع شبه إجتماعية:** هي مكملة للإشباع الإجتماعية، مثل إستخدام وسائل الإتصال للتخلص من الإحساس بالعزلة والملل والضيق والتحرر العاطفي والتوحد مع الشخصيات التي تعكسها وسائل الإعلام (حسن همت، 2010، ص302-303).

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

- (1) السعي إلى التعرف على كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإتصال الجماهيرية المختلفة وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل الإتصالية التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
 - (2) فهم وشرح دوافع التعرض لوسيلة اتصالية معينة من وسائل الإتصال المتعددة، والتعرف على أنماط التعرض المختلفة.
 - (3) معرفة النتائج المترتبة أي الإشباعات المحققة نتيجة التعرض للوظائف التي تقدمها وسائل الإتصال الجماهيري (عاطف العبد، ونهى العبد، 2011، ص300).
- الإستفادة من تطبيق النظرية على الدراسة الحالية:**

يعتبر مدخل الإستخدامات والإشباعات من المداخل النظرية التي تفسر دوافع استخدام الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري "التيك توك"، باعتبارهم جمهوراً نشطاً يسعى بشكل فعال وهادف خلف هذا التطبيق لإشباع احتياجاته.

وفى هذه الحالة فإن مدخل الإستخدامات والإشباعات ملائم في دراسة تشمل إستخدام تطبيق "التيك توك" سواء كانت المرأة الصعيدية تقوم بإنشاء المحتوى على هذا التطبيق أم بالتعرض له فقط، وذلك لكون تطبيق "التيك توك" يساعد جميع السيدات في عملية التواصل بالآخرين وإسهاماتهن بأفكارهن، فضلاً عن التعبير عن آرائهن، وإكتساب خبرات ومعلومات وثقافات جديدة عن مجتمعات أخرى، وهذا بدوره خلق دوافع جديدة تختلف عن تلك النابعة من وسائل الإعلام التقليدية، وكل ذلك دفع الباحثة إلى توظيف هذا المدخل في الدراسة للكشف عن دوافع إستخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والتعرف على الإشباعات التي حققتها من خلال إستخدامها لتلك التطبيق.

نتائج الدراسة:

جدول (2) إستخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك (ن=500)

النسبة المئوية	التكرار	الاستخدام
19%	95	دائماً
72%	360	أحياناً
9%	45	أبداً
100%	500	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن معظم أفراد العينة يستخدمون تطبيق التيك توك "أحياناً" بنسبة (72%)، بينما يستخدمونه "دائماً" بنسبة (19%)، أما في الترتيب الثالث والأخير جاءت المتابعة "أبداً" بنسبة (9%)، وهذا قد يرجع إلى أن المرأة الصعيدية ليس لديها الوقت الكافي والكبير لإستخدام تطبيق التيك توك بصفة دائمة، أو لعدم توافر المضمون – بسهولة- الذى تبحث عنه لتحقيق إشباعاتها المختلفة، وهذا ما ينتج عنه عدم تحقيق هدفها كما ينبغي أن يكون من خلال إستخدام تطبيق "التيك توك"، أو ربما تستخدمه السيدات والفتيات في صعيد مصر للتسلية والترفيه عنهم أو لتخفيف حدة ضغوطات الحياة الشائكة والمستمرة، بينما جاء إستخدام تطبيق التيك توك من قبل المرأة الصعيدية بصفة دائمة في المرتبة الثانية، وهذا يعود إلى الإنتشار الهائل والسريع في إستخدام المرأة الصعيدية للهواتف الذكية ومتابعة التقدم التكنولوجي، بالإضافة إلى السمات والخصائص الجذابة لإستخدام التطبيق، في حين أن عدم

الاستخدام لتطبيق التيك توك من قبل المرأة في الوجه القبلي بنسبة ضعيفة "في الترتيب الثالث والأخير" فربما تعود عزوفهن عن استخدامه ترجع إلى توافر مصادر الإعلامية أخرى بديلة لهن لإشباع احتياجاتهن منها أو لنشر التطبيق مضامين إعلامية منافية لثقافة المجتمع من وجهة نظرهم، وربما قد ترجع هذه النسبة إلى ضعف الإمكانيات المادية وصعوبة مسابرة التكنولوجيا الحديثة سواء من خلال شراء الهواتف الذكية أو توافر الإنترنت، **وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "مها محمد، 2021"** حيث توصلت إلى أن الإناث يتعرضن لفيدوهات التيك توك "أحيانا" حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة (59.5%)، بينما جاء التعرض له "نعم" في الترتيب الثاني بنسبة (30.0%)، أما في الترتيب الثالث والأخير جاء "عدم التعرض" بنسبة (10.5%).

جدول (3) أسباب عدم استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك (ن=45)

النسبة المئوية	التكرار	سبب عدم الاستخدام
11.11%	5	لم أسمع بهذا التطبيق من قبل
62.22%	28	إحتواء هذا التطبيق على فيديوهات غير أخلاقية
51.11%	23	إستخدام التيك توك مضيعة للوقت
13.33%	6	لأسباب تقنية كإستخدام موبيل قديم أو عدم توافر الإنترنت
46.67%	21	توافر وسائل إعلامية أخرى بديلة
6.67%	3	أخر تذكر

يتضح من الجدول السابق: أن غالبية أفراد العينة الذين لا يستخدمون تطبيق التيك توك لأسباب عدة أولها "إحتواء هذا التطبيق على فيديوهات غير أخلاقية" بنسبة "62.22%"، يليه "إستخدام التيك توك مضيعة للوقت" بنسبة "51.11%" وجاء السبب الثالث في "توافر وسائل إعلامية أخرى بديلة" بنسبة "46.67%"، يليه "لأسباب تقنية كاستخدام موبيل قديم أو عدم توافر الإنترنت" بنسبة "13.33%"، أما السبب السابق للأخير فجاء "لم أسمع بهذا التطبيق من قبل" بنسبة "11.11%"، وحصل "أخرى تذكر" على الترتيب الأخير بنسبة "6.67%"، **وتوضح الباحثة هذه النسب بناء على أن المجتمع المصري عامة مجتمع شرقي بطبيعته؛ يتمسك بقيمه وعاداته وتقاليده أكثر من المجتمعات الأخرى، والمجتمع الصعيدى وتحديدا "المرأة الصعيدية" أكثر ارتباطا بثقافة مجتمعا على وجه الخصوص، وهذا ما جعل معظم سيدات وفتيات المجتمع الصعيدى يعزفون عن إستخدام تطبيق التيك توك بشكل كبير نظرا لما يحتويه من مضامين منافية لثقافة المجتمع المصرى - حتى وإن كان منتجوا هذه المضامين مصريون- وإحتوائها على سلوكيات هدامة لأبناء المجتمع، وبناء عليه يرونه مضيعة لوقتهم باحثين عن مصادر إعلامية أخرى بديلة، وهذا ما تتفق معه نتيجة دراسة "أميمة أحمد، 2020" حيث أشارت إلى تصريح نسبة "79.6%" من أفراد العينة بأن تطبيق التيك توك يعرض محتوى غير هادف سعيا للكسب المادى فقط، وأن "39.8%" يشيرون إلى أن مضامين التطبيق تدعو إلى نشر الرزيلة والسلوكيات الخاطئة التى تتعارض مع عاداتنا، **وتتفق هذه النتيجة نسبيا أيضا مع نتيجة دراسة "مها محمد 2021"** حيث جاء من أسباب عدم تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك "إستخدام ألفاظ تخرج عن نطاق الآداب والإحترام" بنسبة (47.8%)، كذلك (الفيدوهات تؤكد على السلوكيات السلبية) بنسبة (15.2%).**

جدول (4) طرق تعرف المرأة الصعيدية على تطبيق التيك توك (ن=455)

النسبة المئوية	التكرار	طريقة التعرف
82.41%	375	اكتشفت هذا التطبيق أثناء تصفح الانترنت
66.37%	302	ابلغني بعض أصدقائي ومعارفي به
39.56%	180	ارسل لي احد أصدقائي فيديو من خلاله
82.2%	374	قرأت وسمعت عنه من وسائل الاعلام الاخرى

يتضح من الجدول السابق: أن معظم أفراد العينة الذين يستخدمون تطبيق التيك توك تعرفون عليه من خلال "اكتشفت هذا التطبيق أثناء تصفح الانترنت" بنسبة (82.41%)، بينما جاءت طريقة التعرف من خلال "قرأت وسمعت عنه من وسائل الاعلام الاخرى" بنسبة (82.2%)، أما طريقة "ابلغني بعض أصدقائي ومعارفي به" جاءت بنسبة (66.37%)، وفي الترتيب الأخير حصلت طريقة "ارسل لي احد أصدقائي فيديو من خلاله" بنسبة (39.56%)، وتفسر الباحثة هذه النتيجة من خلال كون المرأة الصعيدية امرأة نشيطة وإيجابية تسعى إلى تحقيق ذاتها وإشباع رغباتها وإحتياجاتها من خلال تصفحها على الانترنت - لكونه أكثر وسائل الإعلام إستخداما- ومتابعة التطبيقات الحديثة التي تظهر على الساحة والتعرف عليها وعلى خصائصها بل وإستخدامها كلما أمكن ذلك، كذلك يظهر نشاط المرأة الصعيدية أكثر من خلال تعرفها على تطبيق التيك توك نتيجة متابعتها لوسائل الإعلام الأخرى التقليدية؛ وهذا يدل على كونها متابع جيد وملاحظ دقيق لمعظم ما يحدث بالساحة التكنولوجية، وليس هذا مقتصرًا عليها فقط؛ بل على معارفها وأصدقائها الذين ينقلون الخبرات لبعضهم البعض من خلال تواصلهم معًا، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "ولاء محمد، 2021" حيث جاءت مصادر التعرف على تطبيق التيك توك من وجهة نظر عينة الدراسة من المراهقين (من خلال الإعلانات على مواقع التواصل الإجتماعي الخاصة بي) في الترتيب الأول بنسبة (52%)، بينما اختلفت نتيجة هذه الدراسة في الترتيب الثاني (من خلال أصدقائي وأقاربي) بنسبة (36%)، وفي الترتيب الثالث والأخير (من خلال وسائل الإعلام) بنسبة (12%).

جدول (5) عدد أيام استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك أسبوعيا (ن=455)

النسبة المئوية	التكرار	عدد الايام
14.51%	66	يوميًا
9.01%	41	ثلاثة أيام لأقل من ستة أيام
7.03%	32	أقل من ثلاثة أيام
69.45%	316	حسب الظروف

يتضح من الجدول السابق: أن الغالبية العظمى يستخدمون تطبيق التيك توك "حسب الظروف" بنسبة (69.45%)، بينما يستخدمونه "يوميًا" بنسبة (14.51%)، أما في الترتيب الثالث جاء الإستخدام "ثلاثة أيام لأقل من ستة أيام" بنسبة (9.01%)، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء الإستخدام "أقل من ثلاثة أيام" بنسبة (7.03%)، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة " هشام عبد المعز، 2020" والتي توصلت إلى أن (67%) من المبحوثين يستخدمون التطبيق بشكل يومي، وقد يرجع هذا الإختلاف إلى طبيعة العينة التي تم التطبيق عليها حيث تم التطبيق على عينة عمدية من المراهقين المستخدمين لتطبيق التيك توك؛ فهم

يكونون غالبا لديهم مسؤوليات طفيفة ولديهم وقت فراغ كبير أيضا، وذلك بخلاف المرأة أو الفتاة التي تقع عليها مسؤوليات أكبر سواء أكانت مسؤوليات العمل للحصول على دخل، أم مسؤوليات العمل المنزلي وتربية الأبناء وغيره، فكل هذا يجعل وقت المرأة محدود؛ وهذا ما يجعلها تستخدم هذا التطبيق بما يتناسب مع طبيعة عملها في الوقت المتاح لها حسب الظروف وليس بأيام محددة، أما نسبة (14.51%) من أفراد العينة يستخدمون تطبيق التيك توك بشكل يومي؛ فقد يرجع ذلك لكونهم ليس لديهم مسؤوليات كبيرة فيتجهون لشغل وقت فراغهم أو لكونه من أهم مصادر الحصول على المعلومات من خلاله.

جدول (6) عدد ساعات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك يوميا (ن=455)

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	85	18.7%
من ساعة إلى ثلاث ساعات	88	19.3%
ثلاث ساعات فأكثر	87	19.1%
حسب الظروف	195	42.9%

يتضح من الجدول السابق: أن ساعات الاستخدام من قبل معظم أفراد العينة لتطبيق التيك توك جاءت "حسب الظروف" في الترتيب الأول بنسبة (42.9%)، يليها "من ساعة إلى ثلاث ساعات" بنسبة (19.3%)، أما في الترتيب الثالث جاءت "ثلاث ساعات فأكثر" بنسبة (19.1%)، أما في الترتيب الرابع والأخير جاءت "أقل من ساعة" بنسبة (18.7%)، وتلاحظ الباحثة مما سبق أن معظم أفراد العينة يستخدمون تطبيق التيك توك "حسب الظروف" بنسبة مرتفعة وذلك لأن لديهم مسؤوليات كثيرة، وليس لديهم أيضا الوقت المحدد والمخصص لاستخدام هذا التطبيق وبالتالي نجدهم يستخدمونه في وقت الفراغ المناسب لهم والذي بدوره يختلف من مرأة إلى أخرى، كما تلاحظ الباحثة أن نسب استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك (من ساعة إلى ثلاث ساعات، من ثلاث ساعات فأكثر، أقل من ساعة) متقاربة جدا؛ وهذا يدل على الإهتمام المتقارب من المرأة الصعيدية في استخدامها لساعات التطبيق، وإختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "ولاء محمد، 2021"، حيث جاء استخدام "حسب الظروف" في الترتيب الأول في الدراسة الحالية؛ بينما لم تتطرق هذه الدراسة هذا البديل، بينما إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في ساعات الاستخدام اليومي لأفراد العينة لتطبيق التيك توك حيث جاء (أكثر من 3 ساعات) في الترتيب الأول بنسبة (65.5%)، يليها (من ثلاث ساعات : ساعة)، بنسبة (21.0%)، وفي الترتيب الأخير جاء (أقل من ساعة) بنسبة (13.5%)، كذلك تختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "مها محمد 2021" حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن الشباب "عينة الدراسة" يستخدمون تطبيق التيك توك بشكل يومي في الترتيب الأول (أكثر من ساعتين) بنسبة (95.3%)، يليه (غير محدد) بنسبة (28.5%)، ثم جاء في الترتيب الثالث (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة (10.7%)، وأخيرا (أقل من ساعة) بنسبة (1.4%)، كذلك إختلفت أيضا مع نتيجة دراسة "كنزة ولهي، 2020" التي وضحت أن النسبة الكبرى من أفراد العينة يستغرقون (أقل من ساعة) في مشاهدة فيديوهات التيك توك بنسبة (53.8%)، بينما إحتمل الترتيب الثاني (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة (37.6%)، وقد يرجع هذا الإختلاف إلى إختلاف أفراد العينة وإحتياجات والوقت المتاح لكلا منهم.

جدول (7) الفترة التي تفضل المرأة الصعيدية استخدام تطبيق التيك توك فيها (ن=455)

النسبة المئوية	التكرار	الفترة
7.47%	34	الفترة الصباحية "من 6ص: 10ص"
16.48%	75	فترة الظهيرة "من 10ص: 3م"
44.4%	202	الفترة المسائية "من 3م: 10م"
31.65%	144	فترة السهرة "من 10م: 6ص"

يتضح من الجدول السابق: حصول درجة كبيرة من أفراد العينة على تفضيل استخدام تطبيق التيك توك في الفترة المسائية "من 3م : 10م" حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة (44.4%)، في حين أنه جاءت "فترة السهرة" من 10م: 6ص" في الترتيب الثاني بنسبة (31.65%)، يليهما "فترة الظهيرة" من 10ص: 3م" بنسبة (16.48%)، وفي الترتيب الأخير جاءت "الفترة الصباحية" من 6ص: 10ص" بنسبة (7.47%)، وتري الباحثة أن هذا يدل على أن المرأة الصعيدية تكون مشغولة في الفترة الصباحية سواء في عملها أو بمنزلها أو مع أبنائها أو حتى بدراستها لذلك نجد النسبة ضئيلة في هذه الفترة مقارنة بالفترات الأخرى، وكذلك نجد فترة السهرة نسبة الاستخدام لتطبيق التيك توك أقل من نسبة الاستخدام في الفترة المسائية؛ فربما يعود ذلك إلى أن المرأة الصعيدية تصل إلى أقصى درجة لديها من الاستيعاب وتحتاج إلى أخذ قسط من النوم والراحة في هذه الفترة استعداد لبدء يوم جديد لها مليء بالنشاط والحيوية؛ وبالتالي نلاحظ أن الفترة المسائية هي الفترة الأكثر إقبال المرأة الصعيدية فيها على استخدام تطبيق التيك توك وذلك لإشباع إحتياجاتها في نهاية يومها، وتتفق هذ النتيجة مع نتيجة دراسة "عائشة بنت سعيد، 2020" حيث أشارت إلى أن المرأة العمانية "عينة الدراسة" تفضل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية في الترتيب الأول بنسبة (62.3%)، أما فترة السهرة جاءت بالترتيب الثاني بنسبة (23.1%)، بينما جاءت فترة الظهيرة في الترتيب الثالث بنسبة (8.4%)، وأخيرا جاءت فترة الصباح بنسبة (6.2%)، بينما تختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "دعاء حامد، 2014" حيث أكدت أن عينة الدراسة "المرأة المصرية" تتعرض للمواقع الإجتماعية بكثافة في فترة السهرة ما بعد الساعة 10 مساء بنسبة (69%)، وأيضا تختلف هذه النتيجة جزئيا مع نتيجة دراسة "إسراء سامي، 2021" حيث كشفت النتيجة أن أفضل الأوقات التي تستخدم فيها الريفات العاملات المصريات لمواقع التواصل الإجتماعي تكون في الترتيب الأول "ليلا" بنسبة (57.5%)، ثم "مساء" بنسبة (37%)، ثم فترة الظهر بنسبة (3.0%)، وأخيرا الفترة الصباحية بنسبة (2.5%).

جدول (8) عادات ونشاط استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك

م	العبارة	موافق		محايد		معارض		الدرجة المقدره	النسبة المئوية
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
1	أحرص على متابعة فيديوهات تطبيق التيك توك بشكل عام.	16.26	74	33.19	151	50.55	230	754	55.24
2	أتفرغ تماما من أي عمل أثناء مشاهدي لفديوهات التيك توك	311.4	52	19.56	89	69.01	314	648	47.47

59.78	816	43.52	198	33.62	153	622.8	104	أتابع أكثر مقاطع الفيديو مشاهدة على التيك توك "ترند أعلى"	3
63.96	873	38.24	174	31.65	144	130.1	137	أتابع فيديوهات لأفراد معينين على التيك توك "حسابات محددة"	4
60.81	830	39.56	180	38.46	175	821.9	100	أتناقش مع الآخرين حول فيديوهات ومحتويات تطبيق التيك توك	5
57.45	3921							الدرجة الكلية	

يتضح من الجدول السابق: أن أبرز عادات ونشاط استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك تمثل في الترتيب الأول (أتابع فيديوهات لأفراد معينين على التيك توك "حسابات محددة") بنسبة (63.96%)، فيما جاءت عبارة (أتفرغ تماما من أى عمل أثناء مشاهدتي لفيدوهات التيك توك) في الترتيب الأخير بنسبة (47.47%)، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "ولاء محمد، 2021" حيث جاءت تفضيلات المراهقين "لفيدوهات الترنند والأكثر مشاهدة" في الترتيب السادس بنسبة (8.9%) بينما جاءت "مقاطع الأصدقاء والمتابعين في الترتيب السابع بنسبة (4.8%)، وقد يرجع ذلك الاختلاف إلى الاختلاف في العينة؛ فنجد أن رؤية المراهقين لفيدوهات التيك توك وما تقدمه من مضامين أقل وعيا في عادات ونشاط استخدامهم لها؛ لكونهم يميلون إلى الفيدوهات الحاصلة على أعلى نسبة مشاهدة دون التدقيق في المحتوى المقدم. بخلاف المرأة الصعيدية التي تتابع فيديوهات لأفراد معينين على التيك توك "حسابات محددة" وذلك لكونها أكثر وعيا للمحتوى المقدم، أو لأنها تسعى إلى تحقيق إشباع معين من هذه الحسابات المحددة للأفراد، أو لكون أصحاب هذه الحسابات يستخدمون الأسلوب الأكثر وجذا للمرأة الصعيدية.

جدول (9) طريقة عرض فيديوهات التيك توك التي تعجب المرأة الصعيدية أثناء تقديمها (N=455)

النسبة المئوية	التكرار	الطريقة
25.71%	117	عرضها بأسلوب ساخر.
23.74%	108	التمثيل من جانب ممثلين غير مشهورين.
21.1%	96	الإستعانة ببرامج فكاهية حديثة كتغيير ملامح الوجه وخلافه.
18.02%	82	تركيب الأصوات على الشخصيات.
35.82%	163	قصر زمن الفيديو.
10.33%	47	إعتماده على مؤثرات صوتية أو مرئية
13.63%	62	الإستعانة بالخلفية الموسيقية أو بالأغاني.
28.35%	129	تنوع الفئات العمرية بالفيديو.
19.12%	87	أخرى تذكر

يتضح من الجدول السابق: إجماع معظم أفراد العينة على طريقة عرض فيديوهات التيك توك التي تعجبهم أثناء تقديمها على "قصر زمن الفيديو" في الترتيب الأول بنسبة (35.82%)، بينما جاء في الترتيب الأخير من حيث إعجاب أفراد العينة بها "إعتماده على مؤثرات صوتية أو مرئية" بنسبة (10.33%)، فقد يعود ذلك إلى تحقيق المرأة الصعيدية لرغباتها وإشباع احتياجاتها من خلال استخدامها لتطبيق التيك توك الذي يكون زمن الفيديو

قصير جدا ومركز بالمعلومة المقدمة، فهن لا يحتجن إلى الكثير من الوقت لمشاهدة العديد من مقاطع الفيديو القصيرة على التطبيق، فالمشاهد بطبيعته يعزف عن مشاهدة الفيديوهات الطويلة و خاصة الغير جذابه ومشوقة؛ كذلك لأن طبيعة الحياة سريعة ومسؤوليات المرأة الصعيدية متعددة لكونها تسابق الزمن فى إنجاز مهامها المتعددة؛ فليس لديها الوقت الكثير فى إشباع رغباتها، كذلك إقبالها على الفيديوهات التى تتنوع بها الفئات العمرية وذلك لكونها أكثر جذبا وتشويقا لها، كذلك تساعد على تحقيق الهدف بشكل أسرع من الفيديوهات التى تحتوى على فئات عمرية واحدة كالمراهين فقط أو كبار السن فقط، وذلك من خلال تقديمهم لمضمون مقطع الفيديو القصير بأسلوب ساخر يثير البهجة والسرور فى نفوسهن، بينما جاء فى الترتيب الأخير من حيث إعجاب المرأة الصعيدية بطريقة عرض الفيديوهات على اليوتيوب من خلال "إعتماده على مؤثرات صوتية أو مرئية" وذلك لكون معظم وسائل الإعلام المختلفة تحتوى على المؤثرات الصوتية أو البصرية أو كليهما معا؛ فهذه المؤثرات ليست عنصر جذب وتشويق أو حتى ميزة جديدة غير موجودة بوسائل الإعلام الأخرى؛ بينما ما يميز هذا التطبيق قصر زمن الفيديو المعروض عليه وهذا يؤكد على درجة وعى المرأة الصعيدية بالمستحدثات الإعلامية التكنولوجية، وهذا ما يتفق مع نتيجة دراسة **et Xu, S., Li, Y & .2019** حيث أشارت إلى تأكيد الباحثين على أهمية تطبيق التيك توك لكونه يساعد شركات الأعمال على تحقيق النجاح من خلال إستخدام الفيديو القصير، ولتكوين مجتمعات ناجحة لابد من ضرورة الإعتماد على التجارة الإلكترونية من خلال الفيديوهات القصيرة، **كذلك تتفق مع نتيجة دراسة "wang.2020"** حيث أشارت إلى تزايد شعبية مقاطع الفيديو عبر التيك توك، وأكد أكثر من نصف العينة 56.7% على تبنيمهم واعجابهم بالفيديوهات القصيرة.

جدول (10) أسباب ودوافع استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك.(ن=455)

م	نوع الدافع	السبب	موافق		محايد		معارض		الدرجة المقدره	النسبة المئوية
			النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
1	دوافع نفعية	للاستفادة من المعلومات الموجودة به.	42.2	192	32.53	148	25.27	115	987	72.31
2		للتعرف على ما يدور حولى من أحداث إخبارية.	41.76	190	32.09	146	26.15	119	981	71.87
3		الفضول فى التعرض لنمط اعلامى جديد مختلف عما سواه.	25.71	117	39.56	180	34.73	158	869	63.66
4		عرض وجهة نظرى بحرية.	25.05	114	40.22	183	34.73	158	866	63.44

استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه: دراسة ميدانية

70.7	965	23.96	109	40	182	36.04	164	التعرف على آراء الآخرين.	5
70.99	969	26.37	120	34.29	156	39.34	179	لغايات أكاديمية وتعليمية.	6
63.81	871	40.66	185	27.25	124	32.09	146	لتسويق وترويج منتجات وخدمات	7
73.11	998	26.15	119	28.35	129	45.49	207	اكتساب مهارات جديدة.	8
75.02	1024	22.64	103	29.67	135	47.69	217	اكتساب خبرات وأفكار جديدة.	9
75.97	1037	22.42	102	27.25	124	50.33	229	التعرف على الثقافات الأخرى.	10
52.31	714	59.56	271	23.96	109	16.48	75	للترويج المادي	11
63.88	872	38.02	173	32.31	147	29.67	135	لنتناوله قضايا المرأة الصعيدية.	12
65.86	899	34.51	157	33.41	152	32.09	146	للتعرف على حلول قضايا المرأة الصعيدية.	13
71.94	982	26.59	121	30.99	141	42.42	193	الاستفادة من الشخصيات المعروفة.	14
68.2	13034	إجمالي الدافع							
52.45	716	60.66	276	21.32	97	18.02	82	لأكون شخص مشهور	15
59.27	809	44.4	202	33.41	152	22.2	101	لمتابعة أكثر مقاطع الفيديو حصلت على أعلى نسبة مشاهدة.	16
54.8	748	57.8	263	20	91	22.2	101	تكوين صداقات جديدة	17
61.03	833	41.98	191	32.97	150	25.05	114	للتعرف على مشاهير التيك توك.	18

استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه: دراسة ميدانية

56.85	776	53.63	244	22.2	101	24.18	110	للتواصل مع الآخرين.	19
55.53	758	53.85	245	25.71	117	20.44	93	لعرض مواهبى كالتمثيل وغيره وانشاء فيديو خاص بى.	20
67.33	919	30.11	137	37.8	172	32.09	146	للهرب من ضغوطات الحياة.	21
72.67	992	21.32	97	39.34	179	39.34	179	للتسلية وقضاء وقت الفراغ.	22
70.4	961	24.62	112	39.56	180	35.82	163	لسهولة توافر التطبيق.	23
61.1	7512	إجمالي الدافع							
65.44	20546								الدرجة الكلية

يتضح من الجدول السابق: أن النسب المئوية لأبرز الدوافع النفعية تراوحت ما بين (75.97%:52.31%)، حيث جاءت عبارة (التعرف على الثقافات الأخرى) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (للتبرج المادى) في الترتيب الأخير؛ وهذا ما يشير إلى سعى المرأة الصعيدية نحو إشباع دوافعها الفكرية وتنمية مهاراتها أكثر من سعيها لتحقيق الإشباع المادى لديها بالنسبة للدوافع النفعية، في حين تراوحت النسب المئوية لأبرز الدوافع الطقوسية ما بين (72.67%:52.45%)، حيث جاءت عبارة (للتسلية وقضاء وقت الفراغ) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (لأكون شخص مشهور) في الترتيب الأخير؛ وهو ما يشير إلى حاجة المرأة الصعيدية للترفيه عن نفسها من ضغوطات الحياة المستمرة والمتلاحقة فتقوم بذلك من خلال قضاء وقت فراغها في إشباع دوافعها الطقوسية مستخدمة تطبيق التيك توك، وهو ما أكدته دراسة "2020. Omar, B., & Dequan" من خلال إشارتها إلى أن دوافع المستخدمين لها تأثير قوى في استخدام التطبيق، ومن بين تلك الدوافع التعبير عن الذات، والتفاعل الاجتماعى، والهروب من ضغوط الحياة، بينما جاء دافع المرأة الصعيدية لتكون مشهورة في الترتيب الأخير من الدوافع الطقوسية؛ فذلك أمر بديهى فالترفيه عن النفس والترويح عنها من الأولويات للإنسان الطبيعى يرفه عن نفسه أولاً ثم بعد ذلك يسعى للشهر؛ وهذا إن دل يدل على درجة الوعى الكبير ومصادقية أفراد العينة، ونلاحظ أيضاً أن نسبة الدوافع النفعية للمرأة الصعيدية من استخدام تطبيق التيك توك بلغت (68.2%) حيث جاءت في الترتيب الأول، بينما حصلت الدوافع الطقوسية على الترتيب الثانى بنسبة (61.1%)، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "عائشة بنت سعيد، 2020" حيث أكدت على أن الدوافع النفعية للمرأة العمانية لمواقع التواصل الاجتماعى مرتفعة وذلك بنسبة (77.3%) من بين عينة الدراسة وذلك بمتوسط حسابى 2.7، وإنحراف معيارى 0.5، بينما جاء إرتفاع الدوافع الطقوسية لإستخدام المرأة العمانية لمواقع التواصل الاجتماعى بمتوسط حسابى 2.3، وإنحراف معيارى 0.71، كذلك إنتفقت أيضاً هذه النتيجة مع نتيجة دراسة

"أزهار صبيح، 2018" حيث أن أفراد عينة الدراسة من النساء العراقيات يستخدمن مواقع التواصل الإجتماعى بدوافع (نفعية) بنسبة (54.59%) حيث جاءت بالمرتبة الأولى، ثم دوافع (طقوسية) بالمرتبة الثانية؛ وهذا يشير إلى أن دوافع المرأة لا تختلف باختلاف محل إقامتها وموطن نشأتها إنما للمرأة أيا كان موطنها دوافع مشتركة تسعى لإشباعها.

جدول (11) أهم القضايا التي تناولها تطبيق التيك توك من وجهة نظر المرأة الصعيدية (ن=455)

النسبة المئوية	التكرار	القضية
8.79%	40	الثار
26.37%	120	التفكك الاسرى والطلاق التعسفي
21.54%	98	التحرش الجنسي
14.51%	66	الأمومة
21.98%	100	الاختلاط
7.69%	35	حرمان المرأة من الميراث
9.23%	42	النظرة الدونية للمرأة الصعيدية
16.92%	77	زواج القاصرات
11.43%	52	كثرة الانجاب
21.98%	100	سوء التغذية
26.15%	119	ادارة المشروعات الصغيرة والمنتجات الحرفية
23.08%	105	عمل المرأة
11.65%	53	عزوفها عن الحياة السياسية
14.51%	66	الزواج الإجباري
11.21%	51	ختان الاناث
22.2%	101	العنف ضد المرأة
18.24%	83	الجرانم والحوادث
26.15%	119	الانتحار
24.84%	113	تعاطي المخدرات
11.65%	53	تجارة الاعضاء
22.64%	103	أخرى تذكر

يتضح من الجدول السابق: أن أهم القضايا التي تناولها تطبيق التيك توك من وجهة نظر المرأة الصعيدية جاءت قضية "التفكك الاسرى والطلاق التعسفي" في الترتيب الأول بنسبة (26.37%)، بينما جاءت قضية "حرمان المرأة من الميراث" في الترتيب الأخير بنسبة (7.69%)، وتفسر الباحثة ذلك من خلال أن المرأة ليست بعيدة عن المجتمع المصرى وقضاياها، بل تعتبر الركيزة الأساسية فى المجتمع المصرى، وتتأثر بقضاياها المتنوعة؛ فنجد أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يهتمون بقضية "التفكك الاسرى والطلاق التعسفي" التي تناولها التطبيق من خلال عرضه لفيدويواته القصيرة، مما يدل على المعاناة الكبيرة للمرأة التي تقع على عاتقها نتيجة المشكلات الأسرية والتي تؤدي بدورها إلى ظهور قضية "التفكك الاسرى والطلاق التعسفي"؛ وهو ما يعانى منه المجتمع المصرى الآن نتيجة الزيادة الكبيرة والهائلة فى نسب الطلاق فى مصر؛ وهو ما صرح به رئيس الجهاز المركزى للتعبئة العامة و الإحصاء (جريدة اليوم السابع، 2022) قائلا: "حالة طلاق كل دقيقتين فى مصر.. وأكثر من 10 آلاف حالة خلع فى العام"، وهذا إن دل يدل على وعى وإهتمام المرأة الصعيدية بالقضايا التي تتأثر بها، كذلك حصلت قضيتي ("إدارة المشروعات الصغيرة

والمنتجات الحرفية" و"الإنتحار") على الترتيب الثاني وهو ما نلاحظه في الواقع الحياتي لنا؛ من خلال سعى المرأة إلى الحصول على مصدر عمل وتوفير دخل لها وهذا يأتي من خلال إدارة المشروعات الصغيرة والمنتجات الحرفية وخاصة المرأة الغير عاملة وهذا يأتي من قبل تشجيع الحكومة المصرية على ذلك، وأيضا قضية إنشاز حالات الإنتحار وخاصة بين الشباب، فجميع ما سبق يؤكد على درجة الإدراك الكبرى للمرأة الصعيدية لقضاياها ومحاولة إشباعها، كما جاءت قضية "حرمان المرأة من الميراث" في الترتيب الأخير؛ لكونها قضية شرعية واضح حلها حيث حكم الله سبحانه وتعالى فيها؛ فهي قضية ليست جدلية ولا يعانى منها الكثير كما كان يحدث بالماضى بخلاق القضايا الجدلية والأساسية التي تعانى منها المرأة الصعيدية.

جدول (12) المقاطع التي تشاهدها المرأة الصعيدية على تطبيق التيك توك (ن=455)

النسبة المئوية	التكرار	نوع المقطع
25.05%	114	أعمال درامية وفنية بأداء تمثيلي للمستخدمين.
18.24%	83	مأخوه من أعمال درامية أو أغاني.
23.74%	108	الأكثر مشاهدة
12.09%	55	مقاطع الأغاني والرقص
7.47%	34	البث المباشر
14.29%	65	الأصدقاء والمتابعين
16.48%	75	أخرى

يتضح من الجدول السابق: أن معظم أفراد العينة يشاهدون مقاطع "أعمال درامية وفنية بأداء تمثيلي للمستخدمين" على تطبيق التيك توك بنسبة (25.05%)، يليه في الترتيب "مقاطع الأغاني والرقص"، بينما جاء في الترتيب الأخير مقطع "البث المباشر" بنسبة (7.47%)، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "ولاء محمد 2021" حيث أوضحت أن معظم أفراد العينة يفضلون متابعة "الترند والأكثر مشاهدة" في الترتيب الأول بنسبة (20.0%)، بينما حلت المتابعة على "مقاطع أعمال درامية وفنية بأداء تمثيلي للمستخدمين" على الترتيب السادس بنسبة (8.4%) ويمكن للباحثة أن ترجع هذا الاختلاف إلى الاختلاف في العينة المطبق عليها الدراسة؛ فعينة الدراسة الحالية تطبق على المرأة في الوجه القبلي أما عينة دراسة "ولاء محمد" طبقت على مجموعة من المراهقين؛ فكل مرحلة عمرية أو كل فئة من فئات المجتمع لها متطلبات واحتياجات تختلف عن الأخرى؛ وتبحث عما يشبع احتياجاتها ويلبى متطلباتها.

جدول (13) أساليب معالجة تطبيق التيك توك للقضايا المنشورة عليه من وجهة نظر المرأة الصعيدية (ن=455)

النسبة المئوية	التكرار	اسلوب المعالجة
25.49%	116	عرض القضايا فقط
74.51%	339	عرض القضايا ومحاولة تقديم حلول لها
100%	455	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: إتفاق معظم أفراد العينة على معالجة تطبيق التيك توك للقضايا المنشورة عليه بأسلوب "عرض القضايا ومحاولة تقديم حلول لها" في الترتيب الأول بنسبة

(74.51%)، بينما جاء أسلوب "عرض القضايا فقط" في الترتيب الثاني والأخير بنسبة (25.49%)، وهذا يؤكد على أن الأشخاص الذين يعرضون المضمون "القضايا" على تطبيق التيك توك ويحاولون وضع بعض الطرق والمقترحات لمعالجة هذه القضايا، وهذا يوضح الدور الإيجابي لإستخدام تطبيق التيك توك في المجتمع المصري، كما يدل على حاجة المرأة المصرية لإيجاد حلول للقضايا التي تواجهها، مما يشبع احتياجات المرأة الصعيدية في هذه الجانب.

جدول (14) السلبيات التي تعرضت لها المرأة الصعيدية أثناء مشاهدتها لتطبيق التيك توك (ن=455)

السلبيات	التكرار	النسبة المئوية
هدم عادات وتقاليد المجتمع	249	54.73%
تدن مستوى اللغة لإحتوائها على ألفاظ إباحية	211	46.37%
إستخدامه صور ومشاهد خادشة للحياء	281	61.76%
ليس عليه رقابة	269	59.12%
أخرى تذكر	58	12.75%

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة كبيرة من أفراد العينة تعرضن للسلبيات أثناء مشاهدة تطبيق التيك توك من خلال "إستخدامه صور ومشاهد خادشة للحياء" في الترتيب الأول بنسبة (61.76%)، يليه "ليس عليه رقابة" بنسبة (59.12%)، وفي الترتيب الثالث حصل "هدم عادات وتقاليد المجتمع" على نسبة (54.73%)، أما الترتيب الرابع فجاء "تدن مستوى اللغة لإحتوائها على ألفاظ إباحية" بنسبة (46.37%)، وأخيرا احتل "أخرى تذكر" على نسبة (12.75%)، وتتفق هذه النتيجة نسبيا مع نتيجة دراسة "ولاء محمد 2021" حيث جاءت المضامين الغير مرغوب بها على تطبيق التيك توك من وجهة نظر أفراد العينة (استعراض صور لملابس عارية خارجة عن الآداب العامة) بمتوسط مرجح 2.55، كذلك (يحتوى على مشاهد إباحية) بمتوسط مرجح 2.42، وأيضا (تقدم أفكار هادمة لقيمنا وعاداتنا وتقاليدنا) بمتوسط مرجح 2.28، كذلك إتفاق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة " سماح جعود، 2020) حيث أوضحت أن نسبة 89.4% من أفراد العينة يشاهدون على تطبيق التيك توك الأغاني والرقص المنافية للقيم والعادات بالمجتمع، وتفسر الباحثة هذا الإتفاق في النتائج من خلال: على الرغم من تنوع عينات الدراسات في إستخدامهم لتطبيق التيك توك من مراهقين و امرأة صعيدية وأطفال، لكنهم جميعا يؤكدون على قدرتهم في التعرف على ما يقدمه تطبيق الفيديوهات القصيرة "التيك توك" من نشره لألفاظ خارجة وصور خادشة للحياة ليست من ثقافة المجتمع المصري، كذلك إستخدامهم للرقص والغناء وهذا ما يساعد على هدم القيم بالمجتمعات العربية والمجتمع المصري؛ فنلاحظ أن المرأة الصعيدية إمراة واعية ومدركة جيدا لثقافة وقيم مجتمعاها.

جدول (15) الإشباع المتحقق من استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك (ن=455)

م	الإشباع المتحقق	موافق		محايد		معارض	
		النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار
1	تعلمت وصفات أكل جديدة.	77.58	1059	77.58	1059	77.58	1059

استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه: دراسة ميدانية

67.4	920	67.4	920	67.4	920	67.4	920	زادت من مهاراتي للتقنية في التعامل مع التطبيق.	2
60.73	829	60.73	829	60.73	829	60.73	829	جعلني أشعر بثقة عالية بالنفس.	3
57.73	788	57.73	788	57.73	788	57.73	788	لدى الرغبة في انشاء حساب على التطبيق.	4
53.55	731	53.55	731	53.55	731	53.55	731	أعرض فيديوهات لتوضح مواهبي الشخصية أو أحاول بذلك.	5
49.89	681	49.89	681	49.89	681	49.89	681	أصبحت من مشاهير التطبيق أو أتمنى أن أكون منهم.	6
63.66	869	63.66	869	63.66	869	63.66	869	إكتسبت مهارة حماية نفسي من التحرش الجنسي.	7
50.84	694	50.84	694	50.84	694	50.84	694	تربحت ماديا أو اسعى اليه.	8
60.17	6571	إجمالي الإشباع الذاتي							
58.32	796	58.32	796	58.32	796	58.32	796	إكتسبت مهارة للتعامل مع أو اختيار شريك الحياة.	9
59.41	811	59.41	811	59.41	811	59.41	811	تعلمت كيفية التعامل مع أهل الزوج.	10
62.93	859	62.93	859	62.93	859	62.93	859	إكتسبت مهارة تربية الأبناء.	11
65.71	897	65.71	897	65.71	897	65.71	897	أكسبني معلومات جديدة تفيدني لأسرتي.	12
73.7	1006	73.7	1006	73.7	1006	73.7	1006	إكتشفت طرق حديثة لتنظيف وترتيب وتزيين المنزل.	13
64.03	874	64.03	874	64.03	874	64.03	874	تعلمت مهارة التواصل مع أسرتي أو عائلتي.	14
66.15	903	66.15	903	66.15	903	66.15	903	إكتشفت مشكلات التفكك الأسري.	15
64.32	6146	إجمالي الإشباع الأسرية							
68.57	936	68.57	936	68.57	936	68.57	936	تعرفت على الثقافات المحلية لبلدي.	16
71.79	980	71.79	980	71.79	980	71.79	980	تعرفت على ثقافات الدول الأخرى.	17
75.09	1025	75.09	1025	75.09	1025	75.09	1025	عرفت أحدث الأزياء ومستحضرات التجميل.	18
68.28	932	68.28	932	68.28	932	68.28	932	تعرفت على ما يفكر به الآخرون.	19

استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه: دراسة ميدانية

70.99	969	70.99	969	70.99	969	70.99	969	زاد من حصيلة معلوماتي العامة.	20
65.57	895	65.57	895	65.57	895	65.57	895	تعلمت طرق التعامل مع مشكلاتي المختلفة.	21
62.34	851	62.34	851	62.34	851	62.34	851	ترسخت لدى الثقافة الصعيدية.	22
67.03	915	67.03	915	67.03	915	67.03	915	غير فكري نحو النظرة الدونية للمرأة الصعيدية.	23
66.23	904	66.23	904	66.23	904	66.23	904	فهمت أن العمل من حق المرأة الصعيدية.	24
71.06	970	71.06	970	71.06	970	71.06	970	فهمت ان الزواج الاجبارى ثقافة صعيدية خطيرة.	25
68.69	9377	إجمالي الإشباع الثقافي							
68.94	941	68.94	941	68.94	941	68.94	941	زاد من دائرة معارفى و أصدقائى.	26
62.2	849	62.2	849	62.2	849	62.2	849	جعلنى أتبنى رأى من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين.	27
66.23	904	66.23	904	66.23	904	66.23	904	جعلنى أعبّر عن آرائى بحرية مطلقة.	28
63.22	863	63.22	863	63.22	863	63.22	863	جعلنى اجتماعية أكثر.	29
64.84	885	64.84	885	64.84	885	64.84	885	سهل لى التواصل مع الأهل والأصدقاء (الآخرين).	30
63.88	872	63.88	872	63.88	872	63.88	872	جعلنى أكون آراء عن القضايا والأحداث التى تدور من حولى.	31
68.64	937	68.64	937	68.64	937	68.64	937	تعرفت على مشاهير التيك توك.	32
65.13	889	65.13	889	65.13	889	65.13	889	علمنى كيفية التعامل مع الآخرين.	33
64.03	874	64.03	874	64.03	874	64.03	874	علمت بأن زواج القاصرات يسبب مشكلات اجتماعية.	34
71.65	978	71.65	978	71.65	978	71.65	978	علمت بأن زواج القاصرات يسبب مشكلات اجتماعية.	35
65.87	8992	إجمالي الإشباع الاجتماعي							
71.21	972	71.21	972	71.21	972	71.21	972	عرفت طرق بر الوالدين.	36
71.79	980	71.79	980	71.79	980	71.79	980	تعلمت طرق مساعدة الفقراء.	37
78.32	1069	78.32	1069	78.32	1069	78.32	1069	إستمعت إلى بعض من آيات القران.	38

استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه: دراسة ميدانية

75.97	1037	75.97	1037	75.97	1037	75.97	1037	إستمعت إلى الأناشيد الدينية.	39
72.82	994	72.82	994	72.82	994	72.82	994	تعلمت أن الإختلاط الخارج عن الحدود حرام شرعا.	40
78.32	879	64.4	879	64.4	879	64.4	879	عرفني حقي الشرعي في أخذ ميراثي.	41
74.58	1018	74.58	1018	74.58	1018	74.58	1018	إستفدت معلومات دينية من رجال الدين والدعاة.	42
72.97	996	72.97	996	72.97	996	72.97	996	تعرفت على المواهب والمعجزات الدينية المختلفة للأشخاص.	43
65.87	8992	إجمالي الإشباعات الدينية							
68.72	938	68.72	938	68.72	938	68.72	938	تعرفت على الأمراض التي تصيب المرأة.	44
66.08	902	66.08	902	66.08	902	66.08	902	إكتسبت طرق تنظيم الأسرة.	45
70.62	964	70.62	964	70.62	964	70.62	964	تعلمت طرق الوقاية من الأمراض.	46
73.33	1001	73.33	1001	73.33	1001	73.33	1001	تعرفت على طرق التغذية السليمة.	47
65.64	896	65.64	896	65.64	896	65.64	896	تعرفت على حملات الدولة التوعوية ودورها في الإهتمام بصحة المرأة الصعيدية.	48
66.15	903	66.15	903	66.15	903	66.15	903	إكتشفت خطورة الحمل المبكر.	49
70.26	959	70.26	959	70.26	959	70.26	959	إكتشفت الإهمال الصحي.	50
68.68	6563	إجمالي الإشباعات الصحية							
65.35	892	65.35	892	65.35	892	65.35	892	معرفة بمشروعات الدولة للمرأة الصعيدية.	51
65.79	898	65.79	898	65.79	898	65.79	898	معرفة باتجاهات ودور المجلس القومي لحقوق المرأة.	52
66.45	907	66.45	907	66.45	907	66.45	907	توعيتي بحقوق المرأة في المجتمع السياسي.	53
66.45	907	66.45	907	66.45	907	66.45	907	معرفة على المنظمات والجمعيات الأهلية المساندة للمرأة.	54
62.34	851	62.34	851	62.34	851	62.34	851	شجعتني على المشاركة في الحياة السياسية.	55
65.27	4455	إجمالي الإشباعات السياسية							

استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه: دراسة ميدانية

67.55	922	67.55	922	67.55	922	67.55	922	إكتسب مهارات حديثة كالتطريز أو إعادة التدوير.	56
67.4	920	67.4	920	67.4	920	67.4	920	تعلمت أساليب للتوفير والإقتصاد في مصروف المنزل.	57
63.66	869	63.66	869	63.66	869	63.66	869	ساعدنى فى تسويق وترويج المنتجات.	58
65.57	895	65.57	895	65.57	895	65.57	895	اكتشفت طرق مختلفة للاستثمار.	59
65.71	897	65.71	897	65.71	897	65.71	897	تعلمت فن ادارة المشروعات الصغيرة والمنتجات الحرفية.	60
65.97	4503	إجمالى الإشباعات الإقتصادية							
68.28	932	68.28	932	68.28	932	68.28	932	تعرفت على أخبار الجرائم والحوادث.	61
62.86	858	62.86	858	62.86	858	62.86	858	يفيدنى بمتابعة قضايا الثار وتطوراتها.	62
66.37	906	66.37	906	66.37	906	66.37	906	علمت بأخبار الطقس.	63
69.3	946	69.3	946	69.3	946	69.3	946	عرفنى بأخبار مجتمعى.	64
68.06	929	68.06	929	68.06	929	68.06	929	عرفنى بأخبار المجتمعات الأخرى.	65
63.96	873	63.96	873	63.96	873	63.96	873	معرقتى بالقضايا الإخبارية للمرأة.	66
66.47	5444	إجمالى الإشباعات الإخبارية							
58.46	798	58.46	798	58.46	798	58.46	798	زاد لدى حصيلة الألفاظ والصور الإباحية الخارجة.	67
66.52	908	66.52	908	66.52	908	66.52	908	قلل من حدة الملل وضغوط الحياة.	68
64.91	886	64.91	886	64.91	886	64.91	886	أشبع لدى حب التسلية.	69
67.18	917	67.18	917	67.18	917	67.18	917	ساعدنى على ملء أوقات الفراغ.	70
64.32	878	64.32	878	64.32	878	64.32	878	أشبع لدى حب الإستمتاع بالأغاني المقدمة.	71
73.99	1010	73.99	1010	73.99	1010	73.99	1010	أضحك على المواقف الدرامية المقدمة.	72
58.32	796	58.32	796	58.32	796	58.32	796	تعلمت طرق الرقص والإستعراضات المختلفة.	73
64.81	6193	إجمالى الإشباعات الترفيهية							
66.42	66189	الدرجة الكلية							

يتضح من الجدول السابق: أن النسب المئوية لأبرز الإشباعات الذاتية تراوحت ما بين (49.89%:77.58%)، حيث جاءت عبارة (تعلمت وصفات أكل جديدة) في الترتيب الأول،

فيما جاءت عبارة (أصبحت من مشاهير التطبيق أو أتمنى أن أكون منهم) في الترتيب الأخير، في حين تراوحت النسب المئوية لأبرز الإشباع الأسرية ما بين (73.7%): (58.32%)، حيث جاءت عبارة (اكتشفت طرق حديثة لتنظيف وترتيب وتزيين المنزل) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (اكتسبت مهارة التعامل مع أو إختيار شريك الحياة) في الترتيب الأخير، بينما تراوحت النسب المئوية لأبرز الإشباع الثقافية ما بين (62.34%:75.09%)، حيث جاءت عبارة (عرفت أحدث الأزياء ومستحضرات التجميل) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (ترسخت لدى الثقافة الصعيدية) في الترتيب الأخير، كذلك تراوحت النسب المئوية لأبرز الإشباع الإجتماعية ما بين (62.2%:71.65%)، حيث جاءت عبارة (علمت بأن زواج القاصرات يسبب مشكلات إجتماعية) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (جعلنى أتبنى رأى من يعجبني من اراء المستخدمين الآخرين) في الترتيب الأخير، وأيضاً تراوحت النسب المئوية لأبرز الإشباع الدينية ما بين (71.21%:78.32%)، حيث جاءت عبارة (استمعت إلى بعض من آيات القرآن، و عرفنى حقى الشرعى فى أخذ ميراثى) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (عرفت طرق بر الوالدين) في الترتيب الأخير، بينما تراوحت النسب المئوية لأبرز الإشباع الصحية ما بين (65.64%:73.33%)، حيث جاءت عبارة (تعرفت على طرق التغذية السليمة) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (تعرفت على حملات الدولة التوعوية ودورها في الاهتمام بصحة المرأة الصعيدية) في الترتيب الأخير، في حين أنه تراوحت النسب المئوية لأبرز الإشباع السياسية ما بين (62.34%:66.45%)، حيث جاءت عبارة (توعيتي بحقوق المرأة في المجتمع السياسي، ومعرفتي على المنظمات والجمعيات الأهلية المساندة للمرأة) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (شجعتني على المشاركة في الحياة السياسية) في الترتيب الأخير، وتراوحت النسب المئوية لأبرز الإشباع الاقتصادية ما بين (63.66%:67.55%)، حيث جاءت عبارة (اكتساب مهارات حديثة كالتطريز وإعادة التدوير) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (ساعدني في تسويق وترويج المنتجات) في الترتيب الأخير، أما الإشباع الإخبارية فتراوحت النسب المئوية لها ما بين (62.86%:69.3%)، حيث جاءت عبارة (عرفني بأخبار مجتمعي) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (يفيدني بمتابعة قضايا النأر وتطوراتها) في الترتيب الأخير، وتراوحت النسب المئوية لأبرز الإشباع الترفيهية ما بين (58.32%:73.99%)، حيث جاءت عبارة (أضحك على المواقف الدرامية المقدمة) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (تعلمت طرق الرقص والإستعراضات المختلفة) في الترتيب الأخير، ويتضح مما سبق تنوع الإشباع المتحققة للمرأة الصعيدية حيث جاءت على الترتيب كالتالى (الثقافية 68.69%، الصحية 68.68%، الإخبارية 66.47%، الإقتصادية 65.97%، الإجتماعية 65.87%، الدينية 65.87%، السياسية 65.27%، الترفيهية 64.81%، أسرية 64.32%، ذاتية 60.17%)؛ مما يشير إلى الإحتياجات المتنوعة والمتعددة التى تسعى المرأة الصعيدية لإشباعها، ونلاحظ التقارب في النسب للإشباع المختلفة المتحققة للمرأة الصعيدية نتيجة إستخدامها لتطبيق التيك توك، وهذا يؤكد على إمكانية إستخدام تطبيق التيك توك إستخداما سليما مما يعود على المجتمع المصري عامة والمرأة الصعيدية على الوجه التحديد بالمنافع والفوائد الإيجابية، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "Justus، 2015" أن الإشباع التى تتحقق لأفراد العينة من إستخدام

مواقع التواصل الإجتماعي جاء (التواصل مع عائلاتهم من البلدان الأخرى، يليها (تساعدهم على تكوين صداقات جديدة)، أما في الترتيب الثالث فجاء إشباع (تقدم وسائل التواصل الإجتماعي العديد من الفرص التي يمكن أن تساعدهم على الشعور بأنهم جزء من المجتمع)، كذلك تختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "شيماء عز الدين، 2020" حيث إستنتجت الدراسة أن تطبيق التيك توك يستخدم كوسيلة ترفيهية أكثر منه كوسيلة تسويقية.

جدول (16) تفاعل المرأة الصعيدية مع الموضوعات المقدمة على تطبيق التيك توك (ن=455)

النسبة المئوية	التكرار	نوع التفاعل
21.3%	97	التعليق بالرأي (كتابة تعليق)
44.2%	201	إبداء إعجاب أو عدم إعجاب
8.1%	73	إنشاء فيديو خاص بي
11.9%	54	تحميل مواد تساند رأيي على الفيديو
14.5%	66	مشاركة الفيديو

يتضح من الجدول السابق: أن تفاعل أفراد العينة مع الموضوعات المقدمة على تطبيق التيك توك جاء بنسبة مرتفعة من خلال "إبداء إعجاب أو عدم إعجاب" بنسبة (44.2%)، وفي الترتيب الأخير احتل تفاعل "إنشاء فيديو خاص بي" بنسبة (8.1%)، وترجع الباحثة هذه النسب إلى أن أفراد العينة يفضلون التفاعل من خلال إعجاب أو عدمه وذلك لسهولة التفاعل فلا يحتاج إلى بذل الجهد والوقت لكتابة تعليقات لكن يتم التفاعل من خلال ضغط واحدة فقط، بينما احتل التفاعل من خلال "إنشاء فيديو خاص بي" على الترتيب الأخير وذلك لأنه يحتاج إلى العديد من الوقت والمجهود وأحيانا الإمكانيات العقلية والمادية، بالإضافة إلى الفن والموهبة معا؛ وكل هذا لا يتوافر لمعظم أفراد العينة، وتتفق هذه النتيجة نسبيا مع نتيجة دراسة "مها محمد 2021" حيث كانت أكثر أشكال تفاعل الشباب أثناء تعرضهم لفيديوهات التيك توك "إبداء إعجاب" بنسبة (49.4%)، يليها في الترتيب الثاني "الإرسال للأصدقاء" بنسبة (44.9%)، وجاء بالترتيب الثالث "أقوم بحفظ بعض البوستات والصور" بنسبة (40.1%)، وفي الترتيب الرابع "أقوم بالنشر على صفحتي" بنسبة (33.1%)، يليه "أحرص على إبداء الرأي وكتابة التعليقات" بنسبة (30.3%)، وجاء "أكتفى بالمشاهدة فقط" بنسبة (28.7%)، وفي الترتيب السابع والأخير "قراءة التعليقات" بنسبة (16.6%).

نتائج فروض الدراسة:

نتائج الفرض الأول:

"توجد علاقة ارتباطية طردية غير دالة إحصائياً بين استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه"

جدول (17) معاملات الارتباط بين استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه

المتغيرات	معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
استخدام تطبيق التيك توك	**،432	,000
الإشباع المتحققة	**،403	,000

* دال عند مستوى 0,05

** دال عند مستوى 0,01

ر الجدولية عند مستوى دلالة (05) = 0,09

ر الجدولية عند مستوى دلالة (01) = 0,12

تبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحقق منه، حيث أن قيمة المحسوبة بلغت في استخدام تطبيق التيك توك (432)، بينما بلغت في الإشباع المتحقق (403)، وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,01، حيث أنها أكبر من قيمة R الجدولية، وبالتالي لم يثبت صحة الفرض ولم يتحقق، ومن هنا يمكن رفضه.

ويمكن للباحثة تفسير ذلك: بأنه كلما زاد استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك، كلما زاد إشباعها منه؛ فالمرأة تشبع دوافعها النفسية كانت أو الطوقسية، وتحقق إشباعاً متنوعة لها سواء إشباعاً (ذاتية، أسرية، إجتماعية، دينية، صحية، ثقافية، سياسية، إقتصادية، إخبارية، ترفيهية، وغيرها) من إشباعاً تسعى المرأة إلى تحقيقها؛ مما يشعرها بالرضا من استخدام تطبيق التيك توك؛ فبالرغم من أن أفراد العينة أشاروا بجدول رقم (14) إلى وجود السلبيات بتطبيق التيك توك إلا أن هذا التطبيق له الجوانب الإيجابية أيضاً مما ساعد على إشباع احتياجات المرأة الصعيدية، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "ولاء محروس، 2021" حيث أكدت على وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدلات تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب فيه على تطبيق التيك توك ومستوى إدراكهم لتأثيرات هذا المحتوى على أصدقائهم وعلى الآخرين، كذلك تتفق هذه النتيجة أيضاً مع نتيجة دراسة "مها محمد، 2021" في وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك وبين إدراكهم للقيم الإجتماعية لديهم، كذلك تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "فهيمة عبد الله (2021، 233)، في وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين معدل استخدام طالبات الجامعة لمقاطع الفيديو من خلال موقع اليوتيوب والإشباع المتحقق منه.

نتائج الفرض الثاني:

"توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع للمتغيرات الديموغرافية"

1- الفروق وفقاً للعمر:

جدول (18) دلالة الفروق بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك

ترجع لمتغير العمر

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	استخدام تطبيق التيك توك
0.01	**3.50	1.004	4	4.01	بين المجموعات	
		,670	450	9301.2	داخل المجموعات	
			454	305.30	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (05) = 2,37

F الجدولية عند مستوى دلالة (01) = 3,32

ولتحديد إتجاه الفروق وفقاً لمتغير العمر ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي فئة تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hoc - LSD)، وعقب تطبيق الاختبار تبين وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير العمر لصالح أفراد العينة الأصغر سناً (من 18 إلى أقل من 25 سنة)؛ مما يعني أن الأفراد من هذه الفئة العمرية هم الأكثر استخداماً لتطبيق التيك توك، وقد يعود ذلك إلى كثرة وقت الفراغ

لديهم، أو لكونهم يعتمدون على تطبيقات الإنترنت الحديثة كتطبيق التيك توك وغيره دون غيره من مصادر المعلومات الأخرى، نظرا لما تقدمه هذه التطبيقات الحديثة وبخاصة تطبيق التيك توك من عناصر جاذبة ومشوقة لهم، وأيضا لأن المرأة الصعيدية الأصغر سنا (من 18 إلى أقل من 25 سنة) في هذا العصر الذي يتسم بالسرعة نجدها تلبى رغباتها وتحقق إشباعاتها من خلال إستخدامها لتطبيق التيك توك ومشاهدة العديد من مقاطع الفيديو في مدة زمنية قصيرة جدا وذلك لما يتميز به التطبيق من قصر المدة الزمنية للفيديو، وذلك بخلاف المرأة الصعيدية الأكبر سنا فيكون إستخدامها لتطبيق التيك توك أقل؛ نظرا لزيادة المسؤوليات التي تقع على عاتقها وقلة وقت الفراغ المتاحة لها، أو لإعتمادهم على مصادر أخرى في تحقيق دافعهم، وبالتالي ثبت صحة الفرض وتحقق، ويمكن قبوله.

2- الفروق وفقا للمؤهل الدراسي:

جدول (19) دلالة الفروق بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك

ترجع لمتغير المؤهل الدراسي

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	إستخدام تطبيق التيك توك
,257	1.33	892,	4	3.57	بين المجموعات	
		,671	450	4301.7	داخل المجموعات	
			454	305.3	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (,05) = 2,37

F الجدولية عند مستوى دلالة (,01) = 3,32

تبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المؤهل الدراسي، حيث أن قيمة F بلغت 1.33 بينما كان مستوى الدلالة 257, وهو أعلى من قيمة 0.05 أي أنه غير دال إحصائيا، ويمكن للباحثة تفسير ذلك من حيث أن المؤهل الدراسي الأقل للمرأة الصعيدية لا يعتبر عائق لإستخدامها لتطبيق التيك توك؛ فنجد أن جميع المؤهلات التعليمية والدراسية حتى المرأة الصعيدية الأمية تستخدم تطبيق التيك توك ويرجع ذلك إلى سهولة إستخدامه ولا يتطلب أن المستخدم لديه معرفة بالقراءة والكتابة لأنه يعتمد على فيديوهات قصيرة وجذابة للمرأة الصعيدية بإختلاف مؤهلها الدراسي من عدم؛ وبالتالي لم يثبت صحة الفرض، ومن هنا يمكن رفضه.

3- الفروق وفقا للمهنة:

جدول (20) دلالة الفروق بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك

ترجع لمتغير المهنة

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	إستخدام تطبيق التيك توك
0.05	3.12*	190,	2	379,	بين المجموعات	
		,675	452	3304.9	داخل المجموعات	
			454	305.30	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (,05) = 2,99

F الجدولية عند مستوى دلالة (,01) = 4,60

ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير المهنة ولمعرفة الفروق ستكون لصالح لأي فئة تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- LSD)، وعقب تطبيق الاختبار تبين وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المهنة لصالح أفراد العينة الذين لا يعملون؛ مما يعني أن الأفراد الذين لا يعملون هم الأكثر استخداماً لتطبيق التيك توك، مما يشير إلى أن العاملات سواء عملن حكومي أو خاص تستخدم تطبيق التيك توك بنسبة أقل من الغير عاملات وذلك لأن الغير عاملات يكون لديهم الوقت الكثير لإستخدام التطبيق بخلاف العاملات اللاتي يقضين معظم أوقاتهم بالعمل؛ ثم يعودون إلى منازلهم لأخذ قسط من الراحة وإستكمال باقي مسؤولياتهم المنزلية؛ مما يتبقى القليل من الوقت لديهم لإستخدام تطبيق التيك توك؛ وبالتالي ثبت صحة الفرض وتحقق، ويمكن قبوله.

4- الفروق وفقاً للحالة الاجتماعية:

جدول (21) دلالة الفروق بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير الحالة الاجتماعية

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	إستخدام تطبيق التيك توك
.438	.906	.610	3	1.82	بين المجموعات	
		.673	451	303.47	داخل المجموعات	
			454	305.30	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (05) = 2,60

F الجدولية عند مستوى دلالة (01) = 3,78

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير الحالة الاجتماعية، حيث أن قيمة F بلغت 906، بينما كان مستوى الدلالة 438، وهو أعلى من قيمة 0.05 أي أنه غير دال إحصائياً، وتوضح الباحثة ذلك من حيث أن المرأة الصعيدية باختلاف حالتها الاجتماعية تقبل على استخدام تطبيق التيك توك، فالمرأة الصعيدية بجميع حالاتها الاجتماعية لها دوافع عدة ورغبات واحتياجات تشبعها عن طريق إستخدامها للتيك توك، ولكون تطبيق التيك توك يتناول معظم قضايا المرأة سواء العزباء من خلال عرض فيديوهات لكيفية إختيار شريك الحياة مثلاً، والمتزوجة من خلال طرق التعامل مع الزوج وأهله .. وغيره من فيديوهات، والمطلقة عن طريق كيفية تربية الأبناء في غياب الأب مثلاً وهكذا فنجد تنوع وتعدد محتويات مقاطع الفيديو على تطبيق التيك توك، والتي تلبى إحتياجاتهم نتيجة جذب مقاطع الفيديو لهم من الشكل والمضمون؛ وبالتالي لم يثبت صحة الفرض ولم يتحقق، ومن هنا يمكن رفضه.

5- الفروق وفقاً لمحل الإقامة:

جدول (22) دلالة الفروق بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك

ترجع لمتغير محل الإقامة

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	إستخدام تطبيق التيك توك
.200	1.61	1.084	2	2.16	بين المجموعات	
		.671	245	303.13	داخل المجموعات	
			454	305.30	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (05) = 2,99

F الجدولية عند مستوى دلالة (01) = 4,60

تبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير محل الإقامة، حيث أن قيمة F بلغت 1,61 بينما كان مستوى الدلالة 200, وهو أعلى من قيمة 0.05 أي أنه غير دال إحصائياً، وتفسر الباحثة ذلك من خلال أن استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك متقارب بين المحافظات الثلاثة -عينة الدراسة- "المنيا، سوهاج، أسوان"، وبالتالي فإستخدام تطبيق التيك توك لم يقتصر على محافظة بعينها بالوجه القبلي "صعيد مصر"، وذلك لأهمية استخدام التطبيق وما يحققه من فائدة تعود على المرأة بصعيد مصر، سواء أكانت المرأة بشمال الصعيد والتمثل بعينة الدراسة (المنيا)، أم بمنتصف الصعيد (سوهاج)، أم في جنوب الصعيد (أسوان) على حد سواء، فجميع أفراد العينة بالمحافظات الثلاث يبحثون عن التطور والفائدة لهم، وذلك يؤكد على أن المرأة الصعيدية لم تكن في مجتمعاً مغلقاً عن التطورات والتطبيقات التكنولوجية الحديثة، بل المرأة الصعيدية هي امرأة صعيدية متحضرة تسير تطورات المجتمع الحديث.

وبالتالي لم يثبت صحة الفرض ولم يتحقق، ومن هنا يمكن رفضه.

6- الفروق وفقاً لنوع السكن:

جدول (23) دلالة الفروق بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك

ترجع لمتغير نوع السكن

مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	السكن	استخدام تطبيق التيك توك
,732	,343	.82	1.90	ملك	
		.81	1.93	إيجار	

ت الجدولية عند مستوى دلالة (,05) = 1,96

ت الجدولية عند مستوى دلالة (,01) = 2,57

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق: عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير نوع السكن، حيث أن قيمة ت بلغت 343, بينما كان مستوى الدلالة 732, وهو أعلى من قيمة 0.05 أي أنه غير دال إحصائياً، وهذا يدل على أن المستوى الإقتصادي للمرأة المصرية لا يؤثر على استخدامها لتطبيق التيك توك، فالمرأة الصعيدية التي تسكن في "إيجار" تستخدم تطبيق التيك توك مثلها مثل المرأة الصعيدية التي تسكن في "إيجار" فكلاهن يستخدمن تطبيق التيك توك وذلك لإنخفاض تكلفته؛ ولا يتطلب استخدامه سوى هاتف متطور وتوافر شبكة الإنترنت، فمجانته سهلت عملية استخدامه من قبل المرأة الصعيدية ذات المستوى الإقتصادي المختلف؛ وبالتالي لم يثبت صحة الفرض ولم يتحقق، ومن هنا يمكن رفضه.

نتائج الفرض الثالث:

"توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع للمتغيرات الديموغرافية"

1- الفروق وفقا للعمر:

جدول (24) دلالة الفروق بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك
ترجع لمتغير العمر

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الإشباع المتحقق
.479	**8.75	.511	4	2.044	بين المجموعات	
		.584	450	262.893	داخل المجموعات	
			454	264.936	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (05) = 2,37

F الجدولية عند مستوى دلالة (01) = 3,32

ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير العمر ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي فئة تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- LSD)، وعقب تطبيق الاختبار تبين وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير العمر لصالح أفراد العينة الأصغر سناً (من 18 إلى أقل من 25 سنة)؛ مما يعني أن الأفراد من هذه الفئة العمرية هم الأكثر تحقيقاً للإشباع جراء متابعتهم لتطبيق التيك توك، فكما تبين من الجدول رقم (18) أن المرأة الصعيدية الأصغر سناً (من 18 إلى أقل من 25 سنة) تستخدم تطبيق التيك توك بنسبة أعلى من غيرها، وهذا يشير إلى أن إشباعها يكون أكثر من غيرها؛ فهي تشبع لديها الدوافع الطقوسية والدوافع النفسية أيضاً، وهو ما تم توضيحه أيضاً جدول رقم (17) من خلال وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحقق منه؛ فكلما استخدمت المرأة الصعيدية الأصغر سناً تطبيق التيك توك، كلما زاد تحقيق إشباعها منه؛ وبالتالي ثبت صحة الفرض وتحقق، ويمكن قبوله.

2- الفروق وفقاً للمؤهل الدراسي:

جدول (25) دلالة الفروق بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك
ترجع لمتغير المؤهل الدراسي

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الإشباع المتحقق
.615	.667	.390	4	1.561	بين المجموعات	
		.585	450	263.37	داخل المجموعات	
			454	264.93	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (05) = 2,37

F الجدولية عند مستوى دلالة (01) = 3,32

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المؤهل الدراسي، حيث أن قيمة F بلغت 667، بينما كان مستوى الدلالة 615، وهو أعلى من قيمة 0.05 أي أنه

غير دال إحصائياً، وتفسر الباحثة ذلك من خلال أن المؤهل الدراسي لا يعتبر عائق يحول بين تحقيق المرأة الصعيدية لإشباعاتها من خلال استخدام تطبيق التيك توك؛ فالمرأة الصعيدية الأمية لها دوافع وحاجات تريد إشباعها مثل المرأة الصعيدية الحاصلة على درجة الماجستير أو الدكتوراه؛ فكلا منهما لديها رغبات ودوافع – وإن كانت متقاربة- تريد إشباعها؛ وهذا ما يؤكد أن تطبيق التيك توك لديه القدرة على مخاطبة فئات المجتمع المختلفة والمتنوعة وعدم إقتصاره على فئة أو مؤهل دراسي دون غيره؛ بل أصبح يخترق كل الحواجز من مؤهلات دراسية وغيره بإعتماده على عناصر الجذب والتشويق في تقديم محتواه شكلاً ومضموناً؛ وبالتالي لم يثبت صحة الفرض ولم يتحقق، ومن هنا يمكن رفضه.

3- الفروق وفقاً للمهنة:

جدول (26) دلالة الفروق بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المهنة

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الإشباع المتحققة
0.05	3.89*	0.019	2	0.039	بين المجموعات	
		0.586	452	264.89	داخل المجموعات	
			454	264.93	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) = 2,99

F الجدولية عند مستوى دلالة (0,01) = 4,60

ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير المهنة ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي فئة تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hoc- LSD)، وعقب تطبيق الاختبار تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المهنة لصالح أفراد العينة الذي (لا يعملون)؛ مما يعني أن الأفراد من هذه الفئة هم الأكثر تحقيقاً للإشباع جراء متابعتهم لتطبيق التيك توك؛ وتوضح الباحثة ذلك بالإستناد إلى جدول رقم (20) حيث تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المهنة لصالح أفراد العينة الذين لا يعملون؛ فهذا إن دل يدل على مصداقية أفراد العينة، فمن البديهي أنه كلما كان لدى الفرد الكثير من وقت الفراغ أقبل على استخدام الوسيلة المفضلة لديه لقضاء وقت فراغه، وكلما كثر استخدام الفرد للوسيلة المفضلة لديه، كلما حققت لديه الإحساس بالرضا والإشباع الذي يبحث عنه؛ وهنا نجد أن المرأة الصعيدية الغير عاملة يكون لديها الوفرة في الوقت لديها مما يجعلها تستخدم تطبيق التيك توك بكثرة، والذي من خلاله يتحقق إشباع لديها؛ بخلاف المرأة العاملة التي تستخدم تطبيق التيك توك في الأوقات القليلة المتاحة لها، وبالتالي تحقق جزء بسيط من إشباعاتها بخلاف المرأة الغير عاملة؛ وبالتالي ثبت صحة الفرض وتحقق، ويمكن قبوله.

4- الفروق وفقا للحالة الاجتماعية:

جدول (27) دلالة الفروق بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير الحالة الاجتماعية

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الإشباع المتحققة
.103	2.07	1.20	3	3.61	بين المجموعات	
		.579	451	261.32	داخل المجموعات	
			454	264.93	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) = 2,60

F الجدولية عند مستوى دلالة (0,01) = 3,78

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق: عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات إشباع المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير (الحالة الاجتماعية)، حيث أن قيمة F بلغت 2,07 بينما كان مستوى الدلالة 103, وهو أعلى من قيمة 0.05 أي أنه غير دال إحصائياً، وترجع الباحثة ذلك إلى أن الحالة الاجتماعية للمرأة الصعيدية لم تؤثر على تحقيق الإشباع لديها، فالمرأة الصعيدية باختلاف حالتها الاجتماعية لديها دوافع تريد إشباعها لكي تشعر بالرضا إتجاه نفسها وإتجاه المجتمع المحيط بها؛ فلا يوجد إنسان يعيش على الكرة الأرضية بدون دافع وميول ورغبات يريد إشباعها وتحقيقها؛ فالمرأة الصعيدية أي كانت دوافعها – وإن اختلفت باختلاف حالتها الاجتماعية – لديها الرغبة في تحقيق إشباعها سواء أكانت هذه الإشباع (ذاتية، ثقافية، سياسية، ... الخ)؛ وبالتالي لم يثبت صحة الفرض ولم يتحقق، ومن هنا يمكن رفضه.

5- الفروق وفقا لمحل الإقامة:

جدول (28) دلالة الفروق بين متوسطات إشباع المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير محل الإقامة

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الإشباع المتحققة
.315	1.15	.676	2	1.35	بين المجموعات	
		.583	452	263.58	داخل المجموعات	
			454	264.93	المجموع	

F الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) = 2,99

F الجدولية عند مستوى دلالة (0,01) = 4,60

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق: عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات إشباع المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير محل الإقامة، حيث أن قيمة F بلغت 1,15 بينما كان مستوى الدلالة 315, وهو أعلى من قيمة 0.05 أي أنه غير دال إحصائياً، وتعود الباحثة ذلك إلى أن المرأة الصعيدية باختلاف محل إقامتها سواء بشمال الصعيد أو منتصفه أو بجنوب الصعيد، لديها إشباع وتريد تحقيقها؛ فالمرأة في مصر عامة تعاني من بعض المشكلات وتبحث على حلولها، كذلك تتطلع في معرفة كل شيء جديد يطرأ على المجتمع حتى تواكب العصر؛ ومن هنا نجد المرأة الصعيدية بمثابة جزء من المرأة المصرية تبحث عن تحقيق أمالها و محاولة تخطي آلامها

بإشباع دوافعها؛ كذلك نلاحظ أن المرأة بجنوب الصعيد ليست بمعزل عما يحدث داخل مجتمعها إنما متابعة نشطة ومستخدمة فعالة للتطبيقات التكنولوجية الحديثة ، كتطبيق التيك توك وغيره لتحقيق وتلبية إشباعاتها المطلوبة؛ وبالتالي لم يثبت صحة الفرض ولم يتحقق، ومن هنا يمكن رفضه.

6- الفروق وفقا لنوع السكن:

جدول (29) دلالة الفروق بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك
ترجع لمتغير نوع السكن

مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	السكن	الإشباع المتحققة
,656	,446	.76	2.058	ملك	
		.76	2.023	إيجار	

ت الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) = 1,96

ت الجدولية عند مستوى دلالة (0,01) = 2,57

تبين من النتائج الموضحة في الجدول السابق: عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير نوع السكن، حيث أن قيمة ت بلغت 446، بينما كان مستوى الدلالة 656 ، وهو أعلى من قيمة 0.05 أي أنه غير دال إحصائياً، وتفسر الباحثة ذلك معتمدة على نتائج الجدول رقم (23) حيث تبين عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير نوع السكن؛ وبناء عليه فإن المستوى الإقتصادي للمرأة الصعيدية لم يؤثر على استخدامها لتطبيق التيك توك؛ وبالتالي لم يؤثر أيضا على تحقيق إشباعاتها؛ فالمرأة الصعيدية مثلها مثل أي إنسان على وجه الأرض له العديد من الاحتياجات المتنوعة والمختلفة التي يبحث على تحقيقها؛ وبالتالي فالمرأة الصعيدية الغنية أو الفقيرة لها رغبات وميول – وإن اختلفت- تسعى لإشباعها؛ فجندها تحقق هذا الإشباع نتيجة استخدامها لتطبيق التيك توك الذي يقدم محتويات وقضايا متنوعة تهم جميع الفئات الإقتصادية للمرأة الصعيدية؛ والذي بدوره يجذب هذه المرأة لتحقيق أهدافها من استخدامها؛ وبالتالي لم يثبت صحة الفرض ولم يتحقق، ومن هنا يمكن رفضه.

النتائج العامة للدراسة:

- معظم أفراد العينة يستخدمون تطبيق التيك توك "أحيانا".
- الغالبية العظمى من أفراد العينة يستخدمون تطبيق التيك توك "حسب الظروف".
- ساعات الاستخدام من قبل معظم أفراد العينة لتطبيق التيك توك جاءت "حسب الظروف".
- حصول درجة كبيرة من أفراد العينة على تفضيل استخدام تطبيق التيك توك في الفترة المسائية "من 3م : 10م".
- أبرز عادات ونشاط استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك تمثل في الترتيب الأول (أتابع فيديوهات لأفراد معينين على التيك توك "حسابات محددة").
- حصلت نسبة الدوافع النفعية للمرأة الصعيدية من استخدامها لتطبيق التيك توك على الترتيب الأول، بينما حصلت الدوافع الطقوسية على الترتيب الثاني .

- جاءت أبرز الإشباعات المتحققة للمرأة الصعيدية على الترتيب كالتالي (الثقافية-الصحية-الإخبارية-الاقتصادية-الاجتماعية-الدينية-السياسية- الترفيهية- أسرية- ذاتية).
- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه.
- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير العمر لصالح أفراد العينة الأصغر سناً (من 18 إلى أقل من 25 سنة).
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المؤهل الدراسي.
- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المهنة لصالح أفراد العينة الذين لا يعملون.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير الحالة الاجتماعية.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير محل الإقامة.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير نوع السكن.
- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير العمر لصالح أفراد العينة الأصغر سناً (من 18 إلى أقل من 25 سنة).
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المؤهل الدراسي.
- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير المهنة الذي لا يعملون.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير (الحالة الاجتماعية).
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير محل الإقامة.
- عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في بين متوسطات إشباعات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك ترجع لمتغير نوع السكن.

توصيات الدراسة:

- إستغلال إمكانيات التطبيقات الحديثة ومنها تطبيق "التيك توك" فى نشر الثقافة والقيم المصرية العريقة لمختلف الفئات بالمجتمع.
- محاربة الفيديوهات الخارجة عن قيم المجتمع، والتي تعرض مناظر و ألفاظ خادشة للحياة، وفرض العقوبات الصارمة على منشئها.
- ضرورة إنشاء حملات توعية للأباء والمؤسسات التربوية حول كيفية إستخدام الأطفال والمراهقين للتطبيقات الحديثة والإستفادة منها.
- توعية المؤسسات التربوية والدينية منشئي الفيديوهات الإباحية بالمجتمع المصرى؛ وتوضيح خطورتها عليهم، وعلى المجتمع بأكمله.
- فرض الرقابة ووضع القوانين الرادعة للحد من الإستغلال السئ لإستخدام التطبيقات الحديثة بهدف الحصول على الشهرة والنسب المشاهدة الأعلى "الترند" للتريح المادى.
- ضرورة إنشاء المؤسسات التعليمية منصات خاصة بها عبر تطبيق التيك توك؛ لجذب الدارسين وتنمية مواهبهم وبت أخبار المؤسسة و غرس القيم، وتسليية طلابها.

البحوث المقترحة:

- التعرف على تأثير إستخدام الأطفال لتطبيق التيك توك و تعديل بعض السلوكيات الخاطئة لديهم.
- إنشاء المراهقين للفيديوهات على تطبيق التيك توك وعلاقته بالتريح المادى لديهم.
- إجراء دراسة تحليل مضمون للفيديوهات المقدمة عبر تطبيق التيك توك من فترة لأخرى لقياس درجة التحسن والإلتزام بقيم المجتمع.
- إجراء دراسة شبة تجريبية حول تفعيل تطبيق التيك توك داخل المؤسسات التعليمية.

المراجع:

المراجع العربية:

- أميمة أحمد رمضان (2022). إتجاهات المراهقين نحو الفيديوهات المقدمة عبر تطبيق "التيك توك" وعلاقته بإدراكهم لمعايير التربية الإعلامية، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، مج 8، ع 39، مارس 2022.
- اليوم السابع، الثلاثاء 5 إبريل 2022م، 1:19م، <http://El Youm7.com>
- المصريون والتيك توك (2020). متاح علي الرابط التالي: <http://www.statista.com/topics/1164/social/networks>
- الموقع الرسمي لتطبيق التيك توك (2020). متاح علي الرابط التالي: <https://tiktok.com>
- الموقع الرسمي للجهاز القومي لتنظيم الاتصالات (2020). مؤشرات استخدام خدمات الاتصالات خلال شهري مارس- إبريل 2020م، متاح علي الرابط التالي: <http://tra.gov.eg/ar/media-center>
- أميرة محمد محمود (2019): استخدامات المرأة المصرية للشبكات الاجتماعية على الإنترنت والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
- أشرف خالد عوني العوادية (2019). القيم المتضمنة في تطبيق Tik Tok في ظل نظرية الحتمية التكنولوجية (دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات للمستخدمين الجزائريين)، *مجلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية*، جامعة الحاج خضر.
- أزهار صبيح غنتاب و أسيل شاكر محمد (2018). استخدام المرأة العراقية مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منه -دراسة مسحية على جمهور مدينة بغداد، ع39، *مجلة الباحث الاعلامي*، كلية الاعلام، جامعة بغداد، مج 10، كانو الثاني 2018.
- إسراء سامي فهمي (2021). استخدام الريفات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية "دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الاعلامية*، كلية الاعلام، جامعة الازهر، ع58، ج4، يوليو 2021.
- إنجي محمود السيد (2017): استخدامات المرأة الكفيلة للصحافة المصرية الالكترونية والإشباع المتحققة منها- دراسة ميدانية على عينة من المكفوفات، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، ع9، مارس 2017.
- دعاء حامد الغواي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المرأة المصرية لحقوقها، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الدولي العشرون، مستقبل الإعلام المصري في ظل الدستور، 2014، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 22-23 يونيو 4014.
- سماح جعود (2020). استخدام الأطفال في موقع التيك توك بالجزائر "دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات التطبيق، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ع11.
- شيماء عز الدين زكي (2020) أساليب التسويق بالفيديو القصير. دراسة استكشافية على تطبيق تيك توك في مصر، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع27، يونيو 2020.
- عائشة بنت سعيد الغابشي (2020) بعنوان: استخدامات المرأة العمانية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة- دراسة ميدانية، *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال*، جمعية كليات الاعلام العربية، ع5، ديسمبر 2020.
- عصام سليمان الموسى (2009). *المدخل في الاتصال الجماهيري*، ط6، عمان، دار إثراء للنشر.
- عاطف العبد، ونهى العبد (2011). *نظريات الاعلام وتطبيقاته العربية*، القاهرة، دار الفكر العربي.
- فهيمة عبد الله محمد (2021). اتجاهات طالبات الجامعات البحرينية نحو التسامح الديني وعلاقته باستخدامهن للمقاطع الدينية على اليوتيوب، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام*، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، المجلد 2021، العدد 76، يوليو 2021.

- مها محمد فتحي (2021) بعنوان: تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، مج20، ع3، سبتمبر 2021.
- **موقع بوابة الأهرام (2021)**. متاح علي الرابط التالي:
<https://gate.ahram.org.eg/News/2410934.aspx>
- **موقع صدى البلد** الإشراف العام إلهام أبو الفتوح رئيس التحرير أحمد صبري (2021). متاح علي الرابط التالي: <https://www.elbalad.news/4981956>
- ولاء محمد محروس عبده (2021). تأثيرية المراهقين بالمحتوى غير المرغوب به على تطبيق "التيك توك" وعلاقتها بالارشاد التربوي نحو الاستخدام الآمن: دراسة ميدانية في اطار نموذج تأثيرية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة*، ع33، يوليو 2021.
- هشام عبد المعز، 2020، استخدام تطبيقات الفيديو القصير وعلاقته بالآثار النفسية والاجتماعية لدى الجمهور، *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر*، مج5، ع54.

المراجع الاجنبية:

- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. **Library Hi Tech News**.
- Bergman, R., Frenkel, S. and Zhong, R. (2020), "Major TikTok security flaws found", **The Media Influence**; 7 (9), p5.
- Brenda Chawnerc , Kevin Carilloa, "Why men and women continue to use social networking sites", **article, "The Journal of Strategic Information Systems"**, Volume 26, Issue 4, 2017, P.g 322-359.
- DataReportal (2020). Global Digital Insights Digital in Egypt , **on:27-3 -2020** <https://bit.ly/2Rwa7yC>
- Gaojie, T. (2018). Study on short video of music from the perspective of interactive ritual chain - taking the "Tik Tok" App as an example," **New Media Research**, vol. 4, p 36.
- Herrman, J. (2019). How TikTok is rewriting the world: TikTok will change the way your social media works—even if you're avoiding it. **The New York Times**:
. <https://www.nytimes.com/2019/03/10/style/what-is-tik-tok.html>.
- Justus M. Gitari, (2015). social media and senior citizens: uses and gratification approach, chukka University, Kenya, April 27., In: **www.academia.edu**
- Ling, C. (2020). Study on the communication dependence of Tik Tok. **The Chinese Newspaper Press**, 18 (02), p 45.
- Liqian, H. (2020). Study On The Youth Perception of TIK TOK and Effects on Their Social Values, **MA Thesis, Bangkok University: Thailand**, p14.
- Li, S. (2019). Research on Business Model Innovation of Short Video Enterprises from the Perspective of Community Economy. **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, Vol. 385, In 2019 **3rd International Conference on Education, Economics and Management Research (ICEEMR 2019)** (pp.324-330). Atlantis Press.

- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. **International Journal of Interactive Mobile Technologies** (IJIM), 14(04), 121-137.
- Roger D.Wimmer,Joseph R.Dohinick (2003). Mass Media Research: an introduction New York: **Wadsworth The Publication Company**,113
- Strangelove, M. (2019). Watching TikTok: Extraordinary videos by ordinary people. Toronto: **University of Toronto Press**, p291.
- Wang, y (2020). Influence of camera view on Tiktok Users, presence, immersion and adoption intent. **Computers in Human Behavior**. on:27-3 - 2020 <https://bit.ly/2Rwa7yC>