



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص اتصال وعلاقات عامة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر تخصص اتصال

وعلاقات عامة

موسومة بـ:

تأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي _منصة تيك توك أنموذجا_

إشراف الأستاذ الدكتور:

بلقاسم بن عودة

من إعداد الطالبتين:

➤ كواشي شيماء

➤ مختاري أمال

لجنة المناقشة

رئيس _____

مشرفا ومقررا

ممتننا _____

د . خيثر حسين

أ.د. بلقاسم بن عودة

د. جنـاد ابراهيم

السنة الجامعية: 1445 - 1446 هـ / 2024-2025 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

يا رب لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك
لك الحمد
حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت
فالحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات
والحمد لله الذي قدرنا وأنعم علينا بإتمام رسالتنا العلمية
ثمرة لجهود سنوات من مسارنا الدراسي.
والتي نرجو من الله عز وجل أن تكون نافعة لكل طالب علم.
وبعد الحمد والثناء على المولى عز وجل، نتقدم بالشكر
إلى أستاذنا المشرف بلقاسم بن عودة حفظه الله ورعاه
ولا يفوتنا أن نشكر كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال
على تفانيهم وجهودهم في خدمة هذا التخصص.
كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان لكل من مد لنا يد العون
من قريب أو بعيد.
شكرا لكم.

أهداء



"وآخر دعوانهم أن الحمد لله رب العالمين"

الحمد لله عند البدء وعند الختام.

من قال أنا لها نالها.. أنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها
لحظة لطالما انتظرتها وحلمت بها، قصة فخر تروى ومثال يحتذى، وفي
حكاية لم تكتمل بعد بل بدأت لتوها، فتخرجي ليس نهاية بل بداية
مشوار جديد نحو أحلام أكبر.

أهدي ثمرة جهدي هذه إلى نفسي التي راهنت على النجاح، اصبري
وصابري فلا يزال الطريق طويل والدرب يسير، وكل ما همست له
بالأمس سيتحقق اليوم بإذن المولى عز وجل.

وإلى من علمني العطاء بدون انتظار، إلى من أحمل اسمه بكل افتخار
إلى من كلله الله بالهيبة والوقار والدي العزيز.

إلى حبيبتي قرة عيني، إلى القلب النابض، إلى من كانت دعواتها
الصادقة سر توفيقني ونجاحي أُمي الغالية.

وإلى إخوتي الأعزاء كل باسمه، سندي في الحياة ومصدر فخري دائما،
أدامكم الله ضلعا ثابتا لي.

وإلى كل أصدقائي وأساتذتي الأعزاء.

وإلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل وفقني الله وإياكم إلى الخير.

"اللهم انفعني بما علمتني وزدني علما"

شيماء كواشي



أهداء

قال تعالى:

﴿قُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾

إلى نفسي ، إلى تلك التي سقطت مراراً، ثم نهضت وحدها، إلى من واجهت الكثير،
وواصلت رغم كل شيء، إلى قلبي الذي لم يخن الأمل أهديك هذا الإنجاز لأنك
تستحقينه، بكل فخر إلى أبي إلى أول ملامح الأمان في حياتي، والظهر الذي لم ينحن يوماً
يا من قمت بالدورين في غيابها، أنت القوة التي كنت أستند إليها حين يثقل كل شيء. إلى
أمي...

التي لم تنجيني، لكنها ولدتي من جديد، إلى من احتضنت طفولتي بيدين من حنان،
أنت النعمة التي وهبني الله إياها. إلى أخي...شريكي في الذكريات، ورفيقي في تفاصيل
الحياة.

وجودك لا يشبه أحداً، لأنك كنت دائماً الأقرب.

إلى كل صديقي دون استثناء.

وكل من دعمني ولو بكلمة طيبة.

إلى الذين حملوا أقدم رسالة في الحياة،

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة... أساتذتنا الأفاضل.

مختاري امال



فهرس الجداول

.....	شكر وتقدير
.....	اهداء
.....	ملخص الدراسة:
.....	مقدمة:
.....	التعريف بموضوع البحث:
.....	الإطار المنهجي
.....	أ-الإشكالية:
.....	ب-فرضيات الدراسة:
.....	ج-أسباب اختيار الموضوع:
.....	أسباب ذاتية:
.....	أسباب موضوعية:
.....	د-أهداف الدراسة:
.....	هـ-أهمية الدراسة:
.....	و-نوع الدراسة:
.....	ز-منهج الدراسة:
.....	ح-أداة الدراسة:
.....	ط-مجتمع البحث:
.....	ي-عينة الدراسة:
.....	ك-حدود الدراسة:

23.....	ل-مصطلحات الدراسة:
23.....	مفهوم التأثير:
23.....	مفهوم التفاهة:
24.....	مفهوم منصات التواصل الاجتماعي:
24.....	منصات:
24.....	التواصل:
24.....	الاجتماعي:
25.....	تعريف التيك توك:
26.....	م-الدراسات السابقة:
33.....	س-الخلفية النظرية:
37.....	الإطار
37.....	النظري
39.....	الفصل الأول: التفاهة ...
39.....	تمهيد
39.....	المبحث الأول: ماهية التفاهة
39.....	المطلب الأول: مفهوم التفاهة
39.....	المطلب الثاني: خصائص التفاهة
39.....	المطلب الثالث: وسائل نشر التفاهة
39.....	المطلب الرابع: أسباب نشر التفاهة:
39.....	المبحث الثاني: أشكال التفاهة، منصات التواصل الاجتماعي كدعامة للتفاهة، محاور التعامل مع مشكلة
39.....	التفاهة وكيفية مواجهتها.
39.....	المطلب الأول: أشكال التفاهة:

39.....	المطلب الثاني منصات التواصل الاجتماعي كدعامة للتفاهة
39.....	المطلب الثالث: محاور التعامل مع مشكلة التفاهة
39.....	المطلب الرابع: كيفية مواجهة التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي:
39.....	خلاصة الفصل
40.....	تمهيد:
41.....	المبحث الأول: ماهية التفاهة
41.....	المطلب الأول: مفهوم التفاهة
42.....	المطلب الثاني: خصائص التفاهة
43.....	المطلب الثالث: وسائل نشر التفاهة
45.....	المطلب الرابع: أسباب نشر التفاهة
47.....	المبحث الثاني: أشكال التفاهة، منصات التواصل الاجتماعي كدعامة للتفاهة، محاور التعامل مع مشكلة التفاهة وكيفية مواجهتها.
47.....	المطلب الأول: أشكال التفاهة:
48.....	المطلب الثاني منصات التواصل الاجتماعي كدعامة للتفاهة
50.....	المطلب الثالث: محاور التعامل مع مشكلة التفاهة
51.....	المطلب الرابع: كيفية مواجهة التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي
53.....	خلاصة الفصل:
55.....	الفصل الثاني: منصات التواصل الاجتماعي
55.....	المبحث الأول: ماهية منصات التواصل الاجتماعي.
55.....	المطلب الأول: تعريف منصات التواصل الاجتماعي
55.....	المطلب الثاني: نشأة منصات التواصل الاجتماعي
55.....	المطلب الثالث: خصائص منصات التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: أنواع منصات التواصل الاجتماعي:	55
المبحث الثاني: وظائف منصات التواصل الاجتماعي، أهدافها، أساليب العبث بها، وإيجابياتها وسلبياتها	55
المطلب الأول وظائف وأدوار منصات التواصل الاجتماعي	55
المطلب الثاني: أهداف منصات التواصل الاجتماعي	55
المطلب الثالث: أساليب العبث في منصات التواصل الاجتماعي	55
المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي	55
خلاصة الفصل	55
تمهيد:	56
المبحث الأول: ماهية منصات التواصل الاجتماعي.	57
المطلب الأول: تعريف منصات التواصل الاجتماعي	57
المطلب الثاني: نشأة منصات التواصل الاجتماعي	58
المطلب الثالث: خصائص منصات التواصل الاجتماعي	61
المطلب الرابع: أنواع منصات التواصل الاجتماعي	63
المبحث الثاني: وظائف منصات التواصل الاجتماعي، أهدافها، أساليب العبث بها، وإيجابياتها وسلبياتها	66
المطلب الأول وظائف وأدوار منصات التواصل الاجتماعي	66
المطلب الثاني: أهداف منصات التواصل الاجتماعي	67
المطلب الثالث: أساليب العبث في منصات التواصل الاجتماعي	68
المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي	70
خلاصة الفصل:	75
الفصل الثالث: منصة التيك توك	77
تمهيد	77

77	المبحث الأول: ماهية التيك توك
77	المطلب الأول: مفهوم التيك توك
77	المطلب الثاني: نشأة منصة التيك توك
77	المطلب الثالث: خصائص ومميزات منصة التيك توك
77	المطلب الرابع: استخدامات منصة التيك توك
77	المبحث الثاني: آليات منصة التيك توك
77	المطلب الأول: أسباب رواج التيك توك وانتشاره
77	المطلب الثاني: عوامل تزايد إقبال الشباب على منصة التيك توك
77	المطلب الثالث: إيجابيات منصة التيك توك
77	المطلب الرابع: سلبيات منصة التيك توك
77	خلاصة الفصل
78	تمهيد:
79	المبحث الأول: ماهية التيك توك
79	المطلب الأول: مفهوم التيك توك
80	المطلب الثاني: نشأة منصة التيك توك
81	المطلب الثالث: خصائص ومميزات منصة التيك توك
82	المطلب الرابع: استخدامات منصة التيك توك
83	المبحث الثاني: آليات منصة التيك توك
83	المطلب الأول: أسباب رواج التيك توك وانتشاره
84	المطلب الثاني: عوامل تزايد إقبال الشباب على منصة التيك توك
84	المطلب الثالث: إيجابيات منصة التيك توك
85	المطلب الرابع: سلبيات منصة التيك توك

88.....	خلاصة الفصل:
89.....	الإطار
89.....	التطبيقي
90.....	تمهيد:
90.....	صدق وثبات أداة الدراسة:
91.....	عرض وتحليل نتائج الدراسة:
124.....	استنتاج:
125	خلاصة:
127.....	مطابقة النتائج مع الفرضيات:
129.....	مطابقة نتائج الدراسات السابقة مع الفرضيات:
131.....	خاتمة:
133.....	قائمة المراجع
139.....	الملاحق
147.....	قائمة الجداول والأشكال

ملخص الدراسة:

لقد تطرقنا في دراستنا هذه إلى الحديث عن تأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي، والتيك توك هو من بين المنصات التي تم اختيارها للدراسة عليها باعتبارها المنصة الغالب عليها المحتويات التفاهة، وذلك من خلال تحليل عوامل انتشار التفاهة على التيك توك، وما طرأ عليها من تأثيرات عديدة على القيم الاجتماعية والأخلاقية، وعليه طرحنا الإشكالية التالية: ما هو تأثير محتوى التفاهة المنتشر في منصة التيك توك على سلوكيات مستخدميها؟

كما اعتمدنا في دراستنا العلمية هذه على المنهج الوصفي التحليلي كونه المنهج المناسب لهذه الدراسة إذ يسمح لنا بالغوص في حيثيات الظاهرة المدروسة. ولقد استخدمنا أداة الاستبيان التي أتاح لنا دراسة المبحوثين «مستخدمي التيك توك» للوصول إلى المعلومات اللازمة لبلوغ النتائج والأهداف المسطرة وتم اختيار العينة الطبقية لتمثل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية جامعة ابن خلدون تيارت.

الكلمات الافتتاحية: -تأثير، التفاهة منصات التواصل الاجتماعي، التيك توك.

Abstract:

In our study, we tackled the influence of banality on the social media platforms among which TikTok was chosen to be studied as it is the platform that most contains banalities through analysing the factors leading to their spreading on Tik Tok as well as their impact on the social and moral values. Hence, we posed this problematic: what influence does ridiculous content spread in TikTok have on its users ' behaviours?

To carry out our scientific research, we depended on the analytical descriptive method being appropriate for this study since it allows us to dive in the reasons of the phenomenon in question.

we used the survey tool which allowed us to study the informants "TikTok users" so as to get the data necessary for reaching the findings and aims that have been set. We selected the stratified sample representing the students of media and telecommunications department of the Human Sciences faculty -Ibn Khaldoun University - Tiaret.

Key words: influence, banality, social media platforms, TikTok.

مقدمة

شهدت العقود الأخيرة تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، أدت إلى ظهور ما يعرف بالمجتمع الرقمي، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي إحدى الركائز الأساسية التي تؤثر على مختلف مناحي الحياة الإنسانية، من التواصل الاجتماعي، مروراً بالثقافة، وصولاً إلى الاقتصاد والسياسة.

وقد شكلت هذه المنصات تحولاً جذرياً في طبيعة الإعلام وطريقة تلقيه، حيث أزاحت النماذج التقليدية لصالح محتوى سريع، تفاعلي، ومفتوح أمام الجميع بلا وسائط أو رقابة مؤسسية واضحة.

ومن بين أبرز المنصات التي ظهرت في السنوات الأخيرة، نجد منصة "التيك توك" التي اجتاحت العالم في وقت قياسي، لتصبح من أكثر المنصات تحميلاً واستخداماً عند جميع الفئات، خاصة الشباب والمراهقين.

تقوم منصة تيك توك على نشر مقاطع فيديو قصيرة لا تتعدى بضع ثوان، غالباً ما تكون ترفيهية، ساخرة أو تعتمد على تقليد الترنندات الرائجة؛ وبينما ينظر إليه على أنه وسيلة تعبير إبداعي ومساحة حرة للمواهب، يطرح في المقابل جدلاً واسعاً حول نوعية المحتوى الذي يروج له، والرسائل التي ينقلها، والقيم التي يغرسها في وعي المستخدمين.

لقد أصبح من الملاحظ كذلك في السنوات الأخيرة، أن التفاهة باتت تشكل جزءاً لا يستهان به من المحتوى المتداول على منصات التواصل الاجتماعي عامة ومنصة تيك توك خاصة، حيث هيمن الطابع السطحي، والتقليد الأعمى، والمبالغة في الحركات والأقوال المثيرة للجدل، ما أدى إلى تراجع للمحتويات الهادفة والتثقيفية.

نتيجة لما سبق ذكره، أدى الإعلام الرقمي وانتشار منصات التواصل الاجتماعي إلى تفشي الكثير من الظواهر الدخيلة التي أثرت بشكل مباشر على البنية الثقافية والاجتماعية للمجتمعات ككل، خاصة في العالم العربي خلال السنوات الأخيرة، فقد لوحظ تصاعد ظاهرة التفاهة التي تعلي من شأن بعض المشاهير والفنانين وغيرهم مع عدم تمييزهم أو تأثيرهم الإيجابي في المجتمع، بل على العكس، باتت بعض الأفكار السطحية والتفاهة التي ليس لها معنى تروج وتستهلك بشكل واسع، دون تمحيص في دلالاتها أو جدواها. وقد نتج عن هذا الأمر اختلال في الذوق العام، حيث أصبح كثير من المتابعين ينجذبون نحو محتوى ترفيهي فارغ، بعيداً عن كل ما هو مفيد أو محفز للتفكير، مما أدى إلى تراجع الاعتبارات المرتبطة بالقيمة والفائدة في تقييم المحتوى الإعلامي، مما أثر على الأفراد وسلوكهم الثقافي.

كما أن بعض المجتمعات المحافظة بدأت تنجرف تدريجياً نحو تبني مظاهر التفاهة والانبهار بها، مما يدل على تحولات عميقة في منظومة القيم والضوابط التي تحكم الذوق العام؛ فتحول المجتمع من منتج للمعرفة إلى مستهلك

للتفاهة، يجعله عرضة لتفكك المعايير الثقافية، ويؤدي إلى تغير نظرة الأفراد للنجاح والتأثير، حيث أصبح يقاس بعدد المتابعين والمشاهدين بدلا من عمق الفكرة وجودة المحتوى.

من هذا المنطلق تهدف هذه المذكرة إلى دراسة ظاهرة التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي، واتخاذ منصة "تيك توك" كنموذج رئيسي لتحليل هذه الظاهرة كونها منصة غلبت عليها المضامين السطحية.

تكونت خطة بحثنا من مقدمة عامة وجانب منهجي انطلق من إشكالية وأسئلة وفرضيات مع أهداف وأهمية الدراسة، والمنهج المتبع ومجتمع البحث، وتحديد عينة وحدود الدراسة، والأداة المستخدمة فيها، وتحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة مع الاستناد على خلفية نظرية للدراسة وإسقاط نظري لها.

كما قدمت الخطة في جانبها النظري ثلاثة فصول تناول الفصل الأول التفاهة ضم مبحثين، شمل المبحث الأول ماهية التفاهة (المفهوم، الخصائص، وسائل نشر التفاهة وأسباب انتشارها). أما المبحث الثاني تم تقسيمه إلى (أشكال التفاهة، منصات التواصل الاجتماعي كدعامة للتفاهة، محاور التعامل مع مشكلة التفاهة، وكيفية مواجهتها). أما الفصل الثاني اندرج تحت عنوان منصات التواصل الاجتماعي، ضم مبحثين: أولهما ماهية منصات التواصل الاجتماعي من حيث (المفهوم، النشأة، الخصائص، والأنوع). أما المبحث الثاني تضمن (الوظائف، الأهداف، أساليب العبث بها، إيجابياتها و سلبياتها). وأخيرا الفصل الثالث بعنوان التيك توك، ضم مبحثين: أولهما ماهية التيك توك، و ضم أربعة مطالب (المفهوم، النشأة، الخصائص، والاستخدامات). أما المبحث الثاني تضمن (أسباب رواج التيك توك، عوامل تزايد إقبال الشباب عليه، الإيجابيات، و السلبيات).

أما الجانب التطبيقي فتمثل في صياغة استمارة وفق أربعة محاور رئيسية، وذلك بعد التأكد من صحتها، ومن ثم قمنا بتوزيع الاستمارات على الطلبة الجامعيين، ومن ثم جمعها وتفرغها بواسطة برنامج SPSS في الجداول لنقوم بالتعليق عليها وتفسيرها وتحليلها، ومناقشة نتائج الدراسة، ومطابقتها مع الفرضيات ومن ثم خاتمة، التوصيات، وقائمة المصادر والمراجع.

التعريف بموضوع البحث:

تتمثل هذه الدراسة في مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات العامة ،و الموسومة بتأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي ،حيث تم التطرق إلى منصة تيك توك التي باتت أكثر شيوعا في الآونة الأخيرة ،وتصدرت قائمة التطبيقات التكنولوجية الحديثة ،حيث يعتبر الوسيلة الفعالة في عرض الفيديوهات القصيرة و الترفيهية ،وهذا من خلال تصوير مختلف أنماط العيش من مختلف الجنسيات و الثقافات و القيم و المعتقدات ،ومنصة متاحة لمشاركة المهارات و المواهب ،إضافة إلى متابعة آخر الاتجاهات "الترندات العالمية " وتأسيسا لذلك ،فقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على إقبال المستخدمين على المحتويات التافهة الرائجة في منصة تيك توك ،وتم تحديد الطلبة الجامعيين لإجراء الدراسة عليهم كونهم من أكثر مستخدمي منصة تيك توك نظرا لعدة عوامل مترابطة ،أبرزها طبيعة المرحلة العمرية التي ينتمون إليها (الشباب)،والتي تتسم بالانفتاح على التقنيات الحديثة وحب الاستكشاف والتفاعل السريع مع المحتوى الرقمي ،بالإضافة إلى أن ضغط الدراسة والحياة الجامعية يدفع العديد منهم إلى استخدام هذه المنصة كوسيلة للهروب المؤقت من التوتر و الضغوط النفسية.

الإطار المنهجي

إن طوفان التفاهة يعبر عن ظاهرة عالمية منتشرة في بقاع الأرض وتعاني منها مختلف المجتمعات العربية والغربية، وقد أصبحت التفاهة وأهلها محاربا شرسا ينهش بمقومات المجتمع، يقتل الفكر والإبداع، ينشر الخمول والكسل، يؤثر على العلاقات الأسرية ويفتك بها، ينشر الشائعات ويظلل الرأي العام، وينتهك الخصوصية بدافع كسب المال من خلال الجماهيرية والشهرة، بل ويؤدي إلى ظهور عادات سلبية دخيلة تمس ثقافة المجتمع وزيادة الرغبة في الانعزال والإحساس بالفراغ العاطفي، كما تسهم في تفكك الأسرة والمجتمع.

وقد ساهمت طبيعة انتشار الفيديوهات القصيرة على منصات مثل تيك توك، وما تحققة من تفاعلات كبيرة و ملايين المشاهدات على بروز ظاهرة الشهرة الفارغة، حيث أصبح بإمكان أي شخص أن يظهر بدور "مؤثر" دون أن يكون له محتوى هادف أو قيمة فكرية، ويرى الباحثون و المفكرون في الإعلام و العلوم الاجتماعية أن هذه الظاهرة لا تقتصر فقط على المجال الترفيهي، بل لها أبعاد أعمق تمس البناء القيمي و الثقافي داخل المجتمعات، حيث تساهم في تشكيل أنماط من السلوكيات السطحية، وتعيد تشكيل ذوق الجمهور وفق معايير جديدة قائمة على التفاهة و المبالغة بدلا من الجودة و المعنى.

وقد لاحظنا في المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات العربية، يتأثر تأثرا ملحوظا بهذا العالم الافتراضي وما يروج له من مضامين وسلوكيات، ويتجلى هذا التأثير من خلال تغيرات سلوكية وقيمية لدى فئة واسعة من الشباب، مما يفتح المجال لظهور أنماط وسلوكيات جديدة من التفاعلات الثقافية والاجتماعية التي تتسم بالسطحية والسرعة وتفقد إلى العمق النقدي.

وفي ظل ما سبق ذكره لهذه الدراسة في تسليط الضوء حول تأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي وفق رؤية تحليلية لمنصة التيك توك، نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ماهو تأثير محتوى التفاهة المنتشر في منصة التيك توك على سلوكيات مستخدميها؟
- ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:
- ما هي طبيعة المحتوى الأكثر انتشارا على منصة تيك توك؟
- ما الدوافع النفسية والاجتماعية التي تجعل المستخدمين ينجذبون إلى التيك توك؟
- ما هي التأثيرات الاجتماعية والثقافية والسلوكية الناتجة عن متابعة المحتويات التفاهة على التيك توك؟
- كيف يمكن تعزيز المحتوى الهادف وتقليل تأثير المحتوى التفاهة على التيك توك؟

ب- فرضيات الدراسة:

للفرضيات أهمية بالغة في البحوث العلمية، فهي تساعد الباحث في الوصول إلى الحقائق والتحقق من صحتها عبر جمع البيانات وتحليلها، وكيفية اختيار الفرضيات تعتبر من أهم مراحل تشكيل البحث العلمي، لأنها عبارة عن تفسير مؤقت أو تخمين علمي لعلاقة بين متغيرين أو أكثر، يصوغه الباحث استناداً إلى خبرته أو الدراسات السابقة.

وبهدف الإجابة على التساؤلات المقترحة مسبقاً، نقترح مجموعة من الفرضيات لمعرفة صحتها أو بطلانها وهي كالتالي:

- المحتوى الترفيهي والسطحي هو النوع الأكثر انتشاراً على منصة تيك توك مقارنة بالمحتويات الأخرى نظراً لسهولة تداوله وسرعة انتشاره.
- يستخدم الطلبة الجامعيين منصة التيك توك بغية ملأ الفراغ وتلبية حاجاتهم سواء الترفيهية أو الثقافية أو الاجتماعية.
- يؤدي الاستخدام المكثف لمنصة تيك توك إلى تغيرات في السلوك الاجتماعي والثقافي للطلبة الجامعيين مثل ضعف التركيز، وتبني أنماط تفكير وقيم جديدة لا تتماشى بالضرورة مع البيئة الجامعية.
- يمكن تعزيز المحتوى الهادف على التيك توك من خلال دعم المبادرات التوعوية، وتحفيز صناع المحتوى على تقديم مواد تعليمية وثقافية، مع فرض الرقابة على المحتويات السطحية.

ج- أسباب اختيار الموضوع:

يعود اختيار موضوع تأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي "منصة تيك توك" أنموذجاً إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية يمكن حصرها في النقاط التالية:

أسباب ذاتية:

- الرغبة في دراسة موضوع التيك توك نظراً لاستخدامه المكثف من طرف الطلبة.
- تزايد استخدام التيك توك، وتأثيره على القيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية.
- الرغبة في معرفة أسباب وتأثيرات المحتوى التافه الذي أصبح أكثر جذباً للمشاهدات والتفاعل مقارنة بالمحتوى الهادف.

أسباب موضوعية:

- حادثة الموضوع، إذ يشهد تطبيق التيك توك إقبالا واسعا من طرف فئات اجتماعية واسعة، خاصة الطلبة الجامعيين.
- هيمنة المحتوى التافه والترفيهي مقارنة بالمحتوى التعليمي والثقافي في منصات التواصل الاجتماعي.
- تأثير التيك توك على فئة الشباب والطلبة من حيث التعلم والاهتمامات.

د- أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- التعرف على طبيعة المحتوى التافه المنتشر على التيك توك.
- تحليل العوامل التي تساهم في انتشار المحتوى التافه وجاذبيته.
- تقييم التأثيرات الاجتماعية والنفسية الناتجة عن متابعة المحتوى التافه في منصة التيك توك.
- تقديم توصيات لتشجيع المحتوى الهادف وتقليل الآثار السلبية للمحتوى التافه.

هـ- أهمية الدراسة:

تظهر أهمية الموضوع المدروس في أن منصة التيك توك ومنذ ظهورها شكلت قفزة نوعية، وأثارت جدلا واسعا في أوساط المهتمين والدارسين حول أهميتها ومدى قدرتها التأثيرية داخل المجتمعات، هذا ما جعلها تحظى بكم هائل من الدراسات والأبحاث التي تناولت جوانبها وتأثيراتها على مختلف المستويات الثقافية والاجتماعية وغيرها. وتكمن هذه الأهمية كذلك في وضع محاور عملية لمعالجة الآثار السلبية للتيك توك بصفة عامة، والمحتوى التافه بصفة خاصة، كما أن أهمية دراستنا النابعة من أهمية المجتمع المدروس وهي فئة الطلبة الجامعيين، ومعرفة كيفية استخدامهم لمنصة التيك توك، وتأثيراتها على السلوك الثقافي للطالب الجامعي في ظل التحولات التقنية المتسارعة في منصات التواصل الاجتماعي.

و- نوع الدراسة:

الدراسة التي نحن بصدد إجرائها هي دراسة وصفية تحليلية نحاول من خلالها وصف وتحليل تأثير التفاهة على منصة تيك توك.

فعند القيام بأي دراسة علمية لا بد من إتباع خطوات منهجية هادفة للوصول إلى نتيجة ما، وذلك عن طريق إتباع منهج محدد، وطبيعة البحث هي التي تفرض على الباحث المنهج الذي يناسب الدراسة.

ز- منهج الدراسة:

إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهجية التي يجب إتباعها في جميع الدراسات، وذلك من خلال المنهج والتقنيات لجمع كل ماله علاقة بموضوع البحث.¹

يقول ديكرت: «هناك مجموعة من الاعتبارات والحكم مثل التفكير بلا منهج، والتفكير اعتمادا على منهج كونت منها منهجي الذي يبدو لي أنني أملك من خلاله وسيلة لتنمية معرفتي بشكل متدرج والصعود بها شيئا فشيئا إلى أعلى نقطة يمكن لعقلي الضعيف وقصر حياتي أن يسمح لي ببلوغها». وقد تم تعريف المنهج على أنه الطريقة التي يقود الإنسان بمقتضاها فكره ويعبر عنه وفقا لمبادئ المعرفة وفي انسجام معها.²

ويقوم المنهج على دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها بغية الوصول إلى وصف علمي متكامل لها.³

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي التحليلي لأنه يلائم الدراسات الوصفية، ويهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة المتمثلة في تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين صناع المحتوى التافه على منصات التواصل الاجتماعي، وبالتالي يهدف إلى جمع البيانات وتحليلها وإعطاء نتائج حول موضوعنا. كما يعتبر المنهج الوصفي التحليلي المنهج المناسب لدراسة موضوعنا، حيث يعرف بأنه: «أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات على حالة الأفراد والمفردات والسلوكيات والإدراكات والمشاعر والاتجاهات، الهدف منها هو تصوير الواقع المدروس بالحصول معلومات كافية ودقيقة عن موضوع محل الدراسة».⁴

ح- أداة الدراسة:

فيما يخص أدوات جمع البيانات استخدمنا الاستبيان كأداة رئيسية، باعتباره أكثر الأدوات التي تسمح بجمع المعلومات عن المبحوثين بشكل معمق.

¹علياء شكري وآخرون، قراءة في علم الاجتماع، دار النشر الحديث، القاهرة، ط 2، 1972، ص 117.

²حنان قصبي ومحمد الهلالي، في المنهج، دار توبقال للنشر، المغرب، ط 2015، ص 11.

³عمار بوحوش ومحمد محمود التينيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 7، 2014، ص 8.

⁴أمينة طرابلسي، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال، دراسة وصفية تحليلية لإعلانات قناة سبايستون الفضائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، 2004، ص 21.

استمارة الاستبيان:

هي مجموعة من الأسئلة الدقيقة والتي يضعها الباحث بعناية كبيرة للحصول على معلومات في غاية الدقة، حيث تجرى الإجابة عليها وفق الصيغة التي قدمت فيها، وعادة ما يستخدم الباحث في هذا النوع من الاستبيان الأسئلة المغلقة التي يقوم فيها المبحوث باختيار إجابة واحدة أو أكثر من ذلك، وهي الإجابة البديلة التي وضعت للسؤال المطروح من خلال الإشارة إليها بعلامة مميزة في خانات صغيرة مخصصة لذلك، وبهذه الكيفية لا يجد المبحوث صعوبة في فهم السؤال وتقديم الإجابة.¹

ويعرف الاستبيان بأنه وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة، يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يملأ الاستمارة بالمستجيب.²

ويعرف كذلك بأنه: «مجموعة من الأسئلة المعدة والمصاغة لمتغيرات الموضوع أو معطيات الحالة وفقا لفروض موضوعية، وقد تطرح الأسئلة على المبحوث أثناء إجراء مقابلات مهنية معه، أو توزع مباشرة في استمارة من الباحث على المبحوثين أو عن طريق فريقا من المساعدين أو عن طريق وسائل الاتصال المتعددة.³

كما تعرف الاستبانة أيضا بأنها: «مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة عن الأسئلة الواردة فيها». ⁴ وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات باعتبارها الأداة الأكثر موضوعية والبعيدة عن التحيز، كما أن المبحوثين من فئة الطلبة الجامعيين وذلك يسهل علينا عملية تطبيقه على أرض الميدان، حيث أن المستوى العلمي والثقافي للمبحوثين يضمن لهم فهم أسئلة الاستبيان بشكل سلس، كما يتيح لهم الفرصة للتعبير عن مواقفهم وآرائهم لاسيما في الأسئلة المفتوحة.

وصف الاستبيان:

¹ أحمد بن مرسل، منهاج البحث في علوم الإعلام والاتصال لديوان المعلومات الجامعية، جامعة الجزائر، ط 2010، 4، ص 223.

² ربيحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الصفاء، ط 2000، 1، ص 8.

³ عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي "من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة"، دار ابن كثير، ص 209.

⁴ بوحواس عمار وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط 1، 2019، ص 71.

بني هذا الاستبيان على تفكيك مفاهيم الدراسة وكيفية قياسها على أساس محاور ومدى مناسبتها لأهداف وتساؤلات الدراسة، وقد تضمنت الاستمارة المعتمدة في دراستنا على ستة عشر سؤالاً مقسمة إلى أربعة محاور حيث يحتوي كل محور على مجموعة من الأسئلة التي تجيب على مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وذلك وفقاً لما يلي:

المحور الأول: تضمن أنماط استخدام منصة التيك توك، (احتوى على أربعة أسئلة).

المحور الثاني: تضمن تأثير التفاهة على سلوكيات المستخدم (احتوى على أربعة أسئلة).

المحور الثالث: تضمن التأثيرات المجتمعية والأخلاقية (احتوى على أربعة أسئلة).

المحور الرابع: تضمن تأثير التفاهة على صناعة المحتوى والإعلام (احتوى على أربعة أسئلة).

وبعد إنجاز وتنظيم أسئلة الاستمارة ومحاورها، وبعد الاتفاق مع الأستاذ المشرف بلقاسم بن عودة، قمنا بتوزيعها على طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ابن خلدون-تيارت-

ط - مجتمع البحث:

إن أهم الخصائص المميزة للدراسات الإعلامية أنها تتعامل مع قاعدة عريضة أساسها الجمهور كبير الحجم أو المحتوى المنشور أو المذاع، وهذا ما يحول دون التعامل مع هذه القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها.

ويمكن القول بأن مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر، أو هو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج قابلة للتعميم ويمثل هذا المجتمع الكلي المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف.¹ ويصبح التعامل مع العينات هو الأساس في الدراسات الإعلامية، فيلجأ الباحث إلى اختيار عدد محدود من المفردات يكون ممثلاً في خصائصه وسماته لمجموعة من أفراد الجمهور، أو الوثائق المطبوعة، أو المسجلة بما يتفق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة.

وفي دراستنا هذه الممثلة في تأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي-دراسة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ابن خلدون تيارت -التيك توك- أمودجا.²

ي - عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها جزء من المجتمع، أي هي جزء من الكل، على أن يكون هذا الجزء ممثلاً للكل بمعنى أنه يجب أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المسحوبة منه تمثيلاً صادقاً. أو بمعنى آخر يجب أن تكون خصائص المجتمع بما فيها

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 2، 2000، ص 117.

² محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 105.

من فروق واختلافات ظاهرة في العينة بقدر الإمكان، فالعينة يتم اختيارها عادة بهدف تعميم النتائج التي يحصل عليها الباحث منها على المجتمع بأكمله بعد ذلك، ولذا يجب على العينة أن تكون ممثلة للمجتمع حتى يتسنى للباحث استخدام بيانات ونتائج العينة في تقدير معالم المجتمع بشكل جيد.¹

الباحث يلجأ إلى العينة حيث يكون من الصعب الوصول إلى كافة أفراد المجتمع، وتأسيساً لذلك فقد اعتمدنا في دراستنا على العينة الطبقية، حيث يمكن زيادة نتائج العينة بزيادة حجم العينة، ولكن هذا سيزيد من التكاليف في نفس الوقت، فهناك طريقة لزيادة الدقة دون زيادة حجم العينة وهي التقسيم إلى طبقات حيث نضمن أن العينة تمثل كل قطاعات المجتمع.

وتعتبر العينة الطبقية أكثر الطرق شيوعاً في الدراسات الإعلامية، وبصفة خاصة جمهور الإعلام والرأي العام، حيث توفر هذه الطريقة التمثيل النسبي لخصائص المجتمع، التي تعتبر مطلباً في الدراسة. فالباحث قد يستهدف دراسة الاستخدامات في علاقتها بمتغير النوع أو متغير مستوى التعليم.²

وتمثيل العينة للمجتمع يفرض على الباحث الوقوف على نسبة تمثيل هذه الفئات في مجتمع البحث لتحديد عدد المفردات من كل فئة. وقد تم اختيارنا للعينة الطبقية نظراً لطبيعة الموضوع الذي يتطلب دراسة آراء و مواقف الطلبة الجامعيين، حيث تختلف استخدامات و تأثيرات منصة التيك توك باختلاف السن، الجنس، و المستوى التعليمي. كما تسمح العينة الطبقية بتقسيم المجتمع إلى فئات (طبقات) متجانسة داخلياً و مختلفة فيما بينها، ما يساعد على ضمان تمثيل عادل و دقيق لكل فئة مستهدفة في البحث، كما أن هذا النوع من العينات يساهم في تقليل نسبة الخطأ في النتائج و رفع مصداقية التعميم على المجتمع الكلي، مما يجعله الموضوع الأنسب لدراستنا. وباعتبار أن دراستنا تقوم على دراسة طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ابن خلدون تيارت الذين يستخدمون منصة التيك توك، فقد قمنا باختيار مجموع 105 طالب من المجموع الكلي بمفردات مجتمع البحث، وبالتالي فإن عدد أفراد العينة المتاحة التي تستهدفها دراستنا هي 35 طالب من كل مستوى بداية من السنة الثانية ليسانس و السنة الثالثة ليسانس إعلام واتصال إلى الأولى ماستر اتصال وعلاقات عامة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة ابن خلدون تيارت، حيث وقع اختيارنا على العينة الطبقية وذلك باختيار عينة متساوية تسحب من كل مستوى من المستويات الثلاث.

¹حاتم أبو زائدة، مناهج البحث العلمي، شباط، ط 2، 2018، ص 157

²محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 138.

ك- حدود الدراسة:

الحدود المكانية: وهي الإطار الذي أجريت فيه الدراسة، وقد تم إجراء دراستنا بجامعة ابن خلدون -تيارت- على مستوى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

الحدود البشرية: ويقصد بهم الطلبة الذين ستجرى عليهم الدراسة وهم طلبة الليسانس بمستوياته الأولى والثاني تخصص إعلام واتصال، وطلبة الأولى ماستر اتصال وعلاقات عامة بجامعة ابن خلدون-تيارت- .

ج/الحدود الزمنية: طبقت الدراسة من 15 مارس إلى 15 أبريل 2025 (في العام الدراسي 2024-2025).

ل- مصطلحات الدراسة:

مفهوم التأثير:

-لغة: ترك الأثر في الشيء والأثر في الشيء أي جعل فيه أثر وإشارة.

-اصطلاحاً: التأثير هو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهات قديمة وتجعلها بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام بحدوث تدعيم داخلي لاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علي¹.

كما يعرف بأنه: أحد المركبات في عملية التواصل، فالعديد من الباحثين أعطوا التأثير مكانة مركزية في عملية الاتصال وقاموا بالادعاء أن التأثير عبارة عن مركب ضروري ومهم في كل عملية تواصل، ويتم الملاحظة في هذا التعريف أن التأثير هو أهم مكونات عمليات التواصل².

-إجرائياً: هو مجموعة التغيرات التي تطرأ على المتأثرين بمحتوى التفاهة على منصة آلتيك توك، من خلال الفيديوهات والمضامين المختلفة.

مفهوم التفاهة:

-لغة: التفاهة لغويا تعني "اللغة الخشبية" *langue de bois*، وهو يشير بذلك إلى اللغة الجوفاء المحملة بحقائق وتأكيدات توتولوجية، أي النطق بتحصيل الحاصل الذي يقوم على الحشو أو مجرد التكرار بألفاظ مختلفة، أي أنها محض ألفاظ زائدة على أصل المعنى من دون فائدة.

¹ الشيخ عبد الله البستاني، الوافي: معجم وسيط للغة العربية، مكتبة لبنان، 1990، ص3.

² محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص47.

ويدل معنى كلمة التفاهة في معاجم اللغة العربية على القلة والخسة والأمر الحقير اليسير الذي لا قيمة له، وهي كذلك في استعمال الفقهاء والمحدثين حين يذكرون في باب الحدود أن اليد لا تقطع في سرقة الشيء التافه.¹

-**اصطلاحاً:** حسب ألان دونو تشير هذه الكلمة إلى كل مالا قيمة له، وكل ما هو غير جيد، فالتفاهة تعني السخافة ونقص الأصالة، وكل ما يعبر عن الرداءة.

ويؤكد دونو أن التفاهة هي التي تكون فيها السيطرة على المجتمع في يد أشخاص تافهين رديعين المستوى تسلط الضوء على كل مالا قيمة له، وهو كذلك بمثابة نمط اجتماعي وسياسي يكون فيه السيطرة المطلقة للأشخاص التافهين يعملون على صناعة قرارات وأفكار تافهة ومن ثمة تكوين جيل تافه سياسياً، معرفياً، أخلاقياً واجتماعياً.²

-**إجرائياً:** التفاهة هي كل محتوى رديء منتشر في منصات التواصل الاجتماعي عامة، ومنصة التيك توك خاصة على أيدي أشخاص ذوي مستوى متدني تنقصهم الخبرة والمعرفة في كل مجال يوضعون فيه.

مفهوم منصات التواصل الاجتماعي:

-**لغة:**

منصات: جمع منصة، وهي المكان أو الوسيلة التي يتم من خلالها عرض أو إيصال شيء معين.³

التواصل: من وصل إلى يصل، صلة، وصولاً فهو واصل، وتواصل أي بمعنى تواصل شخصان أي اجتماعاً واتفقاً.⁴

الاجتماعي: من جمع يجمع، جمعاً، فهو جامع، جموع، مجمع أي جمع بين أمرين بمعنى مزج بينهما. أو اجتماعاً وهو اسم منسوب على اجتماع العرف الاجتماعي، أو إعانات اجتماعية للأعباء الاجتماعية.⁵

-**اصطلاحاً:** منصات التواصل الاجتماعي هي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية ظهرت مع الجيل الثاني للويب، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها انتماء مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة شركة...)، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل بين الشباب سواء كانوا أصدقاء من الواقع الاجتماعي أو أصدقاء تم التعرف إليهم من خلال السياقات الافتراضية.⁶

¹ أحمد بن يوسف السيد مقاومة التفاهة، منار الفكر، اسطنبول، 2023، ص 17.

² ألان دونو، ترجمة مشاعل عبد العزيز الهاجري، نظام التفاهة، دار السؤال للنشر، بيروت، لط 1، 2020، ص 59.

³ ابن منظور، لسان العرب: معجم اللغة العربية، دارالمعارف، القاهرة، 2016، ص 376.

⁴ فؤاد أفرام البستاني، منجد الطلاب، دارالمشرق، بيروت، ط 45، ص 630.

⁵ علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي، الشركة الوطنية للتوزيع، الجزائر، ط 1983، ص 4، ص 99.

⁶ -وليد حدادي وشفيفة مهري، مواقع التواصل الاجتماعي، تعزيز المشاركة السياسية عبر المجتمعات الشبكية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2021، ص 25.

ويعرف "خليل شقرة" منصات التواصل الاجتماعي بأنها: شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، تمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور، وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

أو يمكننا القول على أن منصات التواصل الاجتماعي هي ذلك البرنامج الذي يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت، يمكن للأفراد من أن يتصلوا ببعض البعض للعديد من الأسباب المتنوعة.¹

-إجرائيا: نقصد بمنصات التواصل الاجتماعي في هاته الدراسة هي كل الشبكات المستخدمة لتبادل الآراء والأفكار، ونشر مختلف الصور ومقاطع الفيديو مثل منصة التواصل الاجتماعي "التيك توك"، التي تنشر مقاطع فيديو قصيرة ومتنوعة غالبا ما يكون محتواها سطحي.

تعريف التيك توك:

-لغة: معنى لفظ تيك توك من لسان العرب لابن منظور تعني: أحمق تائك، شديد الحمق ولا فعل له(الشيء الغريب)، قال ابن سيده: لذلك لم أخص به الواو دون الياء ولا الياء دون الواو.²

-اصطلاحا: يعرف بأنه أحد شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، يمكن استخدامه لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها مثل مقاطع الرقص الكوميديا والتعليم. والتي تتراوح مدتها غالبا ما بين ثلاث ثواني إلى دقيقة واحدة أو ثلاث دقائق.³

كما يعرف التيك توك بأنه تطبيق الوسائط الاجتماعية لمشاركة الفيديوهات متاح على نظامي Android وIos، والذي يتيح للمستخدمين مشاركة مقاطع الفيديو التي أنشأها المستخدم كثيرا بطريقة الجذب الرئيسي، ويسمح كذلك بتحميل مقاطع الفيديو ذات الحجم الصغير لأنفسهم كالرقص على الموسيقى الشعبية أو مقاطع الصوت، كما يستخدم فيه التأثيرات الكوميدية والتي يمكن تحسينها بعد ذلك باستخدام الفلاتر والرموز التعبيرية والملصقات.⁴

-إجرائيا: هو عبارة عن منصة الكترونية حديثة تتيح للمستخدمين نشر فيديوهات قصيرة تتراوح مدتها من 15 ثانية إلى 3 دقائق، مع دمج الصورة والصوت والنص، حيث ينشط عبرها صناع المحتوى التافه بكثرة.

¹-علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2004، ص52.

²-أبا الفضل جمال الدين محمد ابن مكرم ابن منظور الافريقي المصري لسان العرب دار صادر، بيروت، جزء10، ط1، ص407.

³أبوهنداد وعبد الله السواح الجندي الأزهرى، فتح ملك الملوك في حكم التيك توك، نيويورك، 2021، ص3.

⁴محمد زكريا خراب، ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق التيك توك، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد2، العدد2، 2019، ص45.

م- الدراسات السابقة:

أ/الدراسات المحلية:

1-الدراسة الأولى: بعنوان "استخدام الأطفال في موقع التيك توك بالجزائر" للباحثة جعود سماح.

استهدفت هذه الدراسة الصفحات الجزائرية لمستخدمي هذا التطبيق أجريت الدراسة في 24ماي 2020 بالجزائر، اعتمدت فيها الباحثة على المنهج الوصفي، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية تمثلت في 95 فيديو جزائري، وكانت أداة الدراسة ممثلة في أداة تحليل المضمون لجمع البيانات وجاءت نتائج الدراسة على الشكل التالي:

-أن هناك استغلال كبير للأطفال لبرنامج التيك توك الذي يعتبر أحد المواقع الحديثة، حيث يعتبر هذا الاستغلال غير هادف لهاته الفئة من الرضع إل 14سنة.

-أن أكثر المضامين التي تظهر فيها الأطفال في مقاطع موسيقية لأغاني الراي الجزائري المعروف بأنه ليس عائلي ويحمل عدة كلمات لا أخلاقية تؤثر على سلوك وقيم الأطفال.

-ظهور فئة الإناث بنسبة 87.36%من فئات الوحدات التحليلية وهذا راجع إلى أن هذه الفئة تجذب العديد من المتابعين، أما الذكور فظهروا بنسبة 12.63%.

-أكثر فئات الأطفال ظهورا هي الفئة من 7إلى 10سنوات بنسبة 69.47%تليها فئة من 11إلى 14 سنة بنسبة 14.73%وهم الأطفال الذين لديهم حساب خاص على منصة تيك توك.

-ظهور سلوكيات تتجاوز سنهم ومعظمهم هدفهم تقليد الكبار.¹

2- الدراسة الثانية: بعنوان "استخدام الأطفال في صناعة مقاطع الفيديو المصورة على تطبيق التيك توك" للباحثة إسرائ عبد الكريم أحمد إسماعيل.

أجريت هذه الدراسة بتاريخ جانفي 2022، تهدف هذه الدراسة للتعرف على وضع استخدام الأطفال داخل تطبيق التيك توك والتعرف على السلوكيات والقيم التي يجسدها الطفل من خلال المقاطع القصيرة المصورة. تكونت عينة الدراسة من 100فيديو بطريقة عشوائية واعتمدت الباحثة في جمع بياناتها على أداة تحليل المضمون، وبالاتماد على المنهج الوصفي التحليلي.

توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

¹ جعود سماح، استخدام الأطفال لموقع التيك توك بالجزائر، مجلة الدراسات الإعلامية ، المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد 11، 2020 .

- كشفت نتائج الدراسة أن ظهور فئة الذكور بنسبة 58% من عينة التحليل وهذا يرجع الى جذب هذه الفئة للعديد من المتابعين، وكانت نسبة ظهور الإناث بنسبة 42%.

- أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر الفئات العمرية ظهوراً هي الفئة من 6 إلى 9 سنوات حيث ظهرت بنسبة 44%، تليها الفئة من 9 إلى 12 سنة بنسبة 28%، أما عن الفئات الأخرى فكانت بنسبة 15% من 3 إلى 6 سنوات، و 9% من سنة إلى 3 سنوات، وأخيراً ظهرت فئة الأطفال الرضع بنسبة لا تتجاوز 4%.

- بينت الدراسة أن سمة الحركة والمرح لدى الذكور ظهرت بنسبة 59.25%، وهذا يشير لطبيعة مرحلة الطفولة فهي مفعمة بالحيوية والحركة والمرح والنشاط، تليها سمة الوسامة ظهرت بنسبة 40.75%، وأما عن الإناث فنجد أن سمة الجمال كانت بنسبة 74.19% لجذب المشاهدين والحصول على أكبر عدد من المتابعين بالإضافة إلى زيادة عدد الإعجاب بالمقطع، وسمة المرح والحركة جاءت بنسبة 20.81%.

- أظهرت نتائج الدراسة أن ظهور الطفل كدور مشارك بنسبة 87%. وهذا يوضح لنا استخدام هذه الفئة في تحقيق الشهرة وزيادة عدد المتابعين، حيث نجد أن ظهورهم جاء مع والديهم أو أحد إخوتهم بنسبة 78% ومع غيرهم من الأطفال فكان بنسبة 9%، وعن ظهوره بمفرده فكان بنسبة 13%.

وكشفت النتائج عن وجود سلوكيات المبالغة في التعبير عن المشاعر بنسبة 42.8%، وظهور سلوكيات تتجاوز سنهم بنسبة 28.6% وسلوكيات إظهار الجمال والأناقة للإناث بنسبة 20.5%، وعن السلوكيات بإظهار مشاعر الحب فكانت بنسبة 8.1%.

وأوضحت النتائج أنه استخدمت لغة الحياة اليومية بنسبة 84%، بينما ظهرت لغة الشارع بنسبة 15% وهي نسبة يستهان بها، وظهرت لغة عامية المثقفين في فيديو واحد فقط.¹

3- الدراسة الثالثة: بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب -التيك توك نموذجاً -"، للباحثين شيماء بخوش وأسماء رتيمي.

أجريت هذه الدراسة بسنة 2022، هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي، وبالأخص تطبيق التيك توك في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب، تم إنشاء استبانة وزعت إلكترونياً على عينة مكونة من 67 مبحوثاً من مستخدمي تطبيق التيك توك، كما تم الاعتماد على المنهج الوصفي.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية: وهي أنه توجد علاقة إحصائية بين التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب، وبين غياب الرقابة الأسرية على التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب وبين

¹إسراء عبد الكريم أحمد إسماعيل، استخدام الأطفال لصناعة مقاطع الفيديو المصورة على تطبيق التيك توك، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، العدد 1، 2022.

الرغبة في تحقيق الشهرة عبر التيك توك، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب عبر التيك توك تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي).¹

ب/الدراسات العربية:

1-الدراسة الأولى: بعنوان "تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية"، من طرف الباحثة خديجة خير الله عبد الرحمان العظلمات.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية للمجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية تم استخدام المنهج الوصفي، حيث تم تصميم استبانة مكونة من 24 فقرة، وتوزيعها على أفراد العينة بطريقة عشوائية بعد التأكد من صدقها وثباتها، وبعد جمع البيانات وتحليلها أظهرت النتائج وجود درجة تأثير مرتفعة لتطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 ولصالح الإناث ولصالح السنة الدراسية الرابعة، وفي ضوء تلك النتائج أوصت الدراسة بضرورة متابعة الأهل لأبنائهم الطلبة في التعامل مع التيك توك، وتجنب السلبيات التي تؤثر على المجتمع، وضرورة توعية الشباب خاصة البنات وسلبيات استخدام تطبيق التيك توك وأثره على القيم الاجتماعية، مع ضرورة وضع البرامج والندوات الإرشادية لنشر الوعي لدى الشباب بضرورة الاستفادة من تيك توك في تقوية الروابط الاجتماعية، ووضع خطة إرشادية للتقليل من الآثار السلبية الناتجة عن استخدام تطبيق التيك توك على مجموعة القيم الاجتماعية لدى الأجيال القادمة وعمل دراسات مشاهمة تتناول تأثير تطبيقات أخرى مشاهمة على القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات.²

2-الدراسة الثانية: بعنوان "الآثار السلبية لتطبيق تيك توك على القيم لدى الشباب -في إطار النظريات الإعلامية ودور الثقافة الإسلامية في مواجهتها -"، من طرف الباحث ابراهيم عبد الصابور سعيد أحمد.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الآثار السلبية التي تنعكس على قيم الشباب في عصر الإعلام الرقمي من خلال النظريات الإعلامية المتعددة كمدخل للتأثير الإعلامي في الجمهور، ثم سعت لتبيين دور الثقافة الإسلامية في مواجهة تلك الآثار، ومن ثم استعراض مجموعة من الآثار السلبية التي أفرزها تطبيق تيك توك على وجه الخصوص في قيم الشباب العربي والإسلامي، ومنها: القيم الدينية والخلقية والاجتماعية والنفسية، بالإضافة إلى قيم العمل

¹ شيماء بخوش، أسماء رتيمي، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (تيك توك نموذجا)، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، 2022.

² خديجة خير الله عبد الرحمان العظلمات، تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، المملكة العربية السعودية، العدد 46، 2022.

والإنتاج، من خلال المحتوى المقدم على تطبيق تيك توك بما ينتج عنه بشكل مباشر أو بصورة تراكمية عن طريق التعرض المتكرر (الاستخدام المكثف) أو التأثير الانتقائي للمحتوى، أو بما يحققه من إشباع يطمح له الشباب، فهذه ضرورات حتمية للإعلام الرقمي، ثم قدمت الدراسة خطة علاجية من خلال الثقافة الإسلامية لمواجهة تلك الآثار القيمة، كتعزيز القيم الإسلامية، وتطوير الوعي الرقمي، واستغلال طاقات الشباب نحو الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا، وتقديم محتوى جذاب ونماذج شابة ملهمة، مع تقديم الدراسة لرؤية استشرافية تسعى لتفعيل دور الشباب أنفسهم في مواجهة تحديات الإعلام الرقمي، كتقديم محتوى هادف، وتعزيز المحتوى الهادف، وتفعيل مبادرة إسلامية شبابية تمثل جهات دفاعية للخطر الرقمي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي والاستنباطي فانطلقت من المنهج الوصفي في وصف المحتوى المقدم على التطبيق، ومن ثم تحليل المحتوى وبيان آثاره، ثم استنباط رؤية وخطة علاجية لتلك الآثار في ضوء الثقافة الإسلامية، مع الاستناد إلى عدة دراسات إحصائية متعددة في العالم العربي والإسلامي أبرزت معامل تأثير في نواحي متفرقة عن التطبيق، وهذا وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: وجود تأثيرات عميقة وجوهرية لتطبيق تيك توك على منظومة القيم الدينية والخلقية لدى الشباب، حيث ثبت وجود تراجع ملحوظ في هاته القيم، وقد تجلّى ذلك في انتشار السلوكيات وممارسات تتعارض مع القيم الإسلامية. وكان من أهم ما أوصت به الدراسة: ضرورة تطوير إستراتيجية شاملة للعمل الدعوي الإعلامي، يشمل تأهيل الدعاة للتعامل مع المنصات الرقمية الحديثة، وتكثيف المحتوى الإسلامي الهادف على وسائل التواصل الاجتماعي وإنشاء منصات إسلامية تفاعلية جاذبة للشباب، وتطوير أساليب دعوية معاصرة تتناسب مع اهتمامات الجيل الرقمي.¹

1- الدراسة الثالثة: بعنوان «تأثير تعرض الشباب لفبديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع»، من طرف الباحثة مها محمد فتحي.

أجريت هذه الدراسة من يوليو إلى سبتمبر 2021، هدفت إلى التعرف على تأثير تعرض الشباب لفبديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة البحث في عينة قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعات المصرية بواقع 200 ذكر و 200 إناث من جامعات (بني سويف - النهضة - المنيا - دراية)، اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء، وتمثلت نتائج الدراسة فيما يلي: جاءت أهم أسباب تعرض الشباب لفبديوهات التيك توك المعروضة عبر الهواتف الذكية في الترتيب الأول من أهم هذه الأسباب "للتسلي والترفيه"، ثم التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه، يليها

¹ إبراهيم عبد الصابور سعيد أحمد، الآثار السلبية لتطبيق تيك توك على القيم لدى الشباب - في إطار النذريات الإعلامية ودور الثقافة الإسلامية في مواجهتها، حولية كلية الدعوة الإسلامية بالقاهرة، مصر، الجزء الثاني، العدد 40.

"الجرأة في طرح الموضوعات"، ثم تنشر أنماط مجتمعية جديدة، يليها "إتاحة الفرصة لتنوع الآراء والأفكار من خلال نشرها وعرضها"، ثم تنقل واقع حقيقي غير مفتعل، يليها "تسمح بمشاركة الجمهور وإبداء الرأي"، ثم "تقدم أشكال حياة شبابية معاصرة"، يليها "تؤدي إلى كشف الانحرافات في المجتمع" وأخيرا "الإلمام بخلفية الأحداث الجارية". كما أشارت النتائج إلى أهم القيم التي أبرزتها فيديوهات التيك توك المعروضة على تطبيق الهواتف الذكية في الترتيب الأول من هذه القيم "الأخلاقية"، يليها "القيم الدينية"، ثم "القيم الثقافية" يليها "القيم الاجتماعية" وأخيرا جاءت "قيم المواطنة". لا توجد فرق دال إحصائيا بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث ممن يتابعون فيديوهات التيك توك وتأثيرها على القيم الاجتماعية لديهم، يوجد فرق دال إحصائيا بين متوسطات درجات الكليات النظرية ومتوسطات درجات الكليات العملية ممن يتابعون فيديوهات التيك توك وتأثيرها على القيم الاجتماعية لديهم، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض الشباب لفيدويوهات التيك توك وتأثيرها على إدراكهم للقيم الاجتماعية لديهم، توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع تعرض الشباب لفيدويوهات التيك توك وبين إدراكهم للقيم الاجتماعية لديهم.¹

ج/الدراسات الأجنبية:

1-الدراسة الأولى: بعنوان "تأثير تعرض الشباب لفيدويوهات التيك توك" من طرف الباحثان "Dias" و«Duarte»، سنة 2022، هدفت الدراسة للتعرف على تأثير تعرض الشباب لفيدويوهات التيك توك، حيث شهد تطبيق التيك توك انتشارا واسعا على وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأشهر الثلاثة الأولى من كوفيد 19، وكان التطبيق الأكثر تنزيلا في جميع أنحاء العالم واكتسب 500000 مستخدم جديد بالبرتغال، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتكونت العينة من 347 من المراهقين البرتغاليين تراوحت أعمارهم ما بين 10 و16 على التيك توك، وقد أظهرت النتائج اختلافات بين المراهقين الأصغر سنا من 10 إلى 12 سنة و الأكبر من 13 إلى 13 سنة حيث يكون الأصغر سنا أكثر حرصا بشأن الخصوصية، و يتمتعون بمزيد من التجارب كمنشئي محتوى، بينما يركز الأكبر سنا على بناء جمهور، كما بينت الدراسة أن أهم أسباب تعرض الشباب لفيدويوهات التيك توك المعروضة عبر الهواتف الذكية، هي برامج الترفيه والتسلية بشكل أساسي.²

¹مها محمد فتحي، تأثير تعرض الشباب لفيدويوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، مجلة كلية الإعلام، جامعة النهضة المجلد 20، العدد الثالث، 2021.

²Dias, p&duarte, a, tik tok practices among teenagers in Portugal (a uses & gratifications approach, journalism and media), 2022.

2-الدراسة الثانية: بعنوان "القيم الاجتماعية الثقافية للشباب الريفي نتيجة للتعرض لتطبيق مشاركة فيديو التيك توك في شرق الصين "من طرف "y، li، tan & yang".

هدفت الدراسة إلى فحص أثر تعرض الشباب في الريف لتطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية و الثقافية لديهم ،واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي النوعي للتعرف على تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية والثقافية للشباب الريفي في شرق الصين ،و شارك في الدراسة عينة تكونت من 149 من الشباب ما بين 23 إلى 26 سنة بمنطقة سور أكارتا الريفية وما حولها ،وقد تم اختيار أفراد العينة عمدًا من الشباب الذين يملكون هواتف ذكية ولديهم حساب بالفعل على تطبيق التيك توك . وتم تطبيق الأدوات على أفراد العينة مع تحليل لعينة من الفيديوهات عبر التطبيق لاستخلاص النتائج ،وتمثلت الأدوات المستخدمة في جمع البيانات من :استبانة تأثير التيك توك على القيم الاجتماعية والثقافية ،استبانة المعلومات الديموغرافية ،استمارة تحليل محتوى فيديوهات التيك توك ،المقابلات شبه البنائية مع مجموعة تركيز العدد تساوي 3، وتم التوصل من خلال التحليلات إلى النتائج التالية :قدرة تطبيق التيك توك على تغيير القيم الاجتماعية والثقافية للشباب في الريف ،وهو ما تبرهن في صورة تغير سلوكي و دوافع المشاركة و محتوى الفيديوهات و اختيارات الموسيقى المصاحبة للفيديوهات عبر التطبيق قد خلصت الدراسة إلى وجود مستويات متفاوتة من تأثيرات التيك توك على القيم الاجتماعية والثقافية للشباب.¹

ن- حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

مما لا شك فيه أن الدراسة الحالية استفادت كثيرا مما سبقها من دراسات، حيث حاولت أن توظف كثيرا من الدراسات السابقة للوصول إلى تشخيص دقيق للمشكلة ومعالجتها بشكل شمولي، ومن جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة ما يلي:

- استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في صياغة الموضوع، والتحديد الدقيق لإشكالية الدراسة. كما استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في الوصول لمنهج ملائم، والتعرف على النظريات المناسبة وتحديد النتائج بدقة.

-استفادت الدراسة الحالية من دراسة جعود سماح من مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 11، 2020، بعنوان استخدام الأطفال في موقع التيك توك بالجزائر من تحديد النتائج.

¹Yang, y ;, tan,; social and cultural values of rural youths using the tik tok video-sharing app in eastern china; information; communication& society;2019.

-استفادت الدراسة الحالية من دراسة إسراء عبد الكريم أحمد اسماعيل من المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، 2022، بعنوان استخدام الأطفال في صناعة مقاطع الفيديو المصورة على تطبيق التيك توك، حيث ساعدتنا في الاعتماد على المنهج المناسب.

-استفادت الدراسة الحالية من دراسة بخوش شيماء وأسماء رتيمي، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، 2022، بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في انتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (تيك توك نموذجاً من خلال التعرف على دور هذه المنصات خاصة التيك توك في انحراف الشباب والتأثير عليهم بطريقة سلبية مهدمة لقيم المجتمع، كما ساعدتنا هذه الدراسة في الأداة التي اعتمدت عليها، فقد تشابحت مع أداة دراستنا.

-استفادت الدراسة الحالية من دراسة خديجة خير الله عبد الرحمن العظلمات، من مجلة كلية التربية، جامعة عين الشمس، المملكة العربية السعودية، 2022، بعنوان تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية في إثراء الإطار النظري للدراسة.

-استفادت الدراسة الحالية من دراسة مها محمد فتحي، من مجلة كلية الإعلام، جامعة النهضة، المجلد 20، العدد الثالث، 2021، بعنوان تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، من خلال النتائج التي عرضتها فقد تم الاستفادة منها كثيراً.

-استفادت الدراسة الحالية من دراسة ابراهيم عبد الصابور سعيد احمد حويلة كلية الدعوة الإسلامية بالقاهرة، مصر، الجزء الثالث، العدد 40 بعنوان الآثار السلبية لتطبيق تيك توك على القيم لدى الشباب=في إطار النظريات الإعلامية ودور الثقافة الإسلامية في مواجهتها، من الخطط العلاجية التي قدمتها لمواجهة آثار التيك توك مع تقديم نتائج ساهمت في مساعدتنا.

-استفادت الدراسة الحالية من دراسة dias وduarte، سنة 2022، بعنوان تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك من تقارب نتائجها مع نتائج دراستنا.

-استفادت الدراسة الحالية من دراسة y'yang & tan'li، سنة 2019، بعنوان القيم الاجتماعية الثقافية للشباب الريفي نتيجة للتعرض لتطبيق مشاركة فيديو التيك توك في شرق الصين من التعرف على النظريات المناسبة وتطبيقها.

س- الخلفية النظرية:

إن هذه الدراسة "تأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي منصة تيك توك أنموذجاً" لا يمكن الوصول إلى نتائج دقيقة فيها إلا من خلال الاستناد على مدخل نظري معين من نظريات الإعلام والاتصال، والتي من شأنها أن تقدم لنا نسبياً صفة التعمق والشمول لدراستنا من خلال تتبع فرضياتها وما توصلت إليه والاستفادة منها، وعليه ارتأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية الاستخدامات والإشباع، وذلك من أجل الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً وخدمة لموضوع دراستنا.

-نظرية الاستخدامات والإشباع:

أ/ مفهومها:

تعتمد نظرية الاستخدامات والإشباع على فكرة أن استخدام الأفراد للرسالة نفسها يمكن أن يختلف باختلاف الأهداف التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها، وإن تأثرت الوسيلة الإعلامية ترتبط إلى حد كبير لاختلافات وفروق قائمة بين الأفراد في تعاملهم مع الوسيلة.

وترتكز النظرية على فكرة التعرف على مسوغات استخدام أو عدم استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وأن للجمهور أسباب ودوافع معينة لاستخدامهم وسائل الإعلام واختيارهم لهذه الوسائل وفقاً للمضامين التي تحملها والتي تتناسب مع الحاجات الشخصية الخاصة بهم، وتحقيق إشباع الجمهور من تلك الحاجات عبر استخدام وسائل الإعلام. إذ تقوم هذه النظرية على أن المتلقي يقوم باستخدام وسائل الإعلام المختلفة لإشباع رغباته الكاملة.¹

ب/ فروضها:

تستند هذه النظرية على خمس فرضيات أساسية وهي:

1. أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
2. الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسائل إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه، وتحدده الفروق الفردية.
3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضامين التي تشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل، وليست الوسائل هي التي تستخدم الأفراد.

¹ علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 8.

4. يبنى الفرد اختياراته الإعلامية على أساس اهتماماته واحتياجاته وقيمه واتجاهاته الشخصية التي تتشكل في إطار علاقاته الاجتماعية.

5. الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.¹

ج/أهدافها:

يحقق مدخل الاستخدامات والإشباعات ثلاث أهداف رئيسية تتمثل في:

- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.²

د/الانتقادات الموجهة لها:

تطورت الأبحاث الخاصة بالاستخدامات والإشباعات خلال السبعينيات وبعدها، وبعد أن قدمت النظرية استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور وإشباعاته، ازداد إدراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين باعتباره عاملا وسيطا في إحداث الأثر سواء كان كبيرا أم محدودا وعلى الغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات المنهجية والموضوعية في هذا المجال إلا أنها تعرضت للعديد من الانتقادات منها:

- نظرية الاستخدامات والإشباعات لا تستحق أن تكون نظرية مستقلة بذاتها لأنها صياغة معادة لنظرية "التأثير الانتقائي".
- يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات متحفظا في طبيعته ولم يطور أدواته ويخدم منتجي المضمون، الذين يدعون أن هذا المضمون ما هو إلا مجرد احتياجات فعلية لأعضاء الجمهور ومن ثم الحاجة لتغيير هذا المضمون.
- تركز هذه النظرية على اختيارات الفرد بغض النظر عن تأثير المواقف الاجتماعية المحيطة.

¹علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سبق ذكره، ص 9.

²رايس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، المجلة العربية للدراسات والأبحاث، جامعة وهران، الجزائر، المجلد 5، جوان 2016، ص 207.

- لا يتضح في النظرية ما إذا كانت الحاجات متغيراً مستقلاً أم تابعاً أم وسيطاً، فهل الحاجات هي التي تدفع الأفراد لاستخدام الوسائل، ويؤدي ذلك لظهور حاجات جديدة تدفع الفرد لاستخدام هذه الوسائل.

- تركز النظرية على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف وذلك من خلال منظور فردي يستخدم الرسائل الإعلامية، في حين أن الرسائل الإعلامية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر ولذلك فإن كل الانتقادات الخاصة بالوظيفة تنطبق على النظرية.¹

ه/ الرد على الانتقادات الموجهة لها:

تصدى الباحثون للرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباع كإطار نظري لدراسة سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام، ومن بين الانتقادات نذكر ما يلي:

- إن الجمهور النشط يمكنه التغلب على غموض هذا المفهوم من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مراحل تتمثل في: الانتقاء قبل التعرض الاهتمام أثناء التعرض وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض.
- استطاع الباحثون وضع قائمة من الحاجات والاشباع يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له وبذلك تم تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعاتهم.²
- كما رد "حمدي حسين" على الانتقادات في النقاط التالية:
- أن مدخل الاستخدامات والإشباع ليس وظيفياً بطبيعته وأن مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور اتجاه وسائل الإعلام أو في تنظيم محتوى هذه الوسائل.
- أن التناقض بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور وبين ما يحصل عليه بالفعل يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى وتنظيم وسائل الاعلام في أي نظام إعلامي حريص على الاستجابة للواقع الذي يعمل فيه.
- أن التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال يفرض على الوسائل والجمهور أشكالاً من التغيير.
- تعتبر المشكلة الخاصة بقياس الاتجاهات والسلوك مشكلة منهجية متأصلة في العلوم الاجتماعية بصفة عامة وليست مشكلة خاصة بمدخل الاستخدامات والإشباع بمفرده.

¹ صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 80.

² صلاح محمد عبد الحميد، مرجع نفسه، ص 82.

يتناسب مدخل الاستخدامات والإشباع مع نوعية البحوث الاستطلاعية في المجالات الجديدة لاستخدام وسائل الإعلام، وهي مجالات تتطلب معلومات عن الجمهور وكيفية استخدامه لوسائل الإعلام وغيرها من البيانات التي توفرها البحوث في هذا المجال.¹

وعلى الرغم من الانتقادات الموجهة لهذه النظرية إلا أنها لا تقل أهمية ولا تزال تستخدم بشكل واسع فالنظرية تسلط الضوء على الدور النشط للفرد في تحديد الوسائط الإعلامية التي يستخدمها وكيفية استعمالها لتلبية احتياجاته وإشباع رغباته الشخصية.

و/تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على نظرية الاستخدامات والإشباع، لأنها ساعدتنا في تفسير دوافع تعرض الأفراد لمنصات التواصل الاجتماعي لتحقيق حاجاتهم وإشباع رغباتهم، ووفقا لهذه النظرية فإن انتشار المحتوى التافه على منصة التيك توك يعكس تحقيق حاجات وإشباع الجمهور المختلفة من خلال الترفيه، والضحك، والتسلية، والهروب من الضغوط اليومية، والاستمتاع بمحتويات قصيرة وخفيفة لا تتطلب تركيزا عاليا، بالإضافة إلى الإحساس بالانتماء إلى المجتمع وإثبات الذات خاصة بين الشباب، حيث يسعون إلى جذب الانتباه وزيادة التفاعل من خلال مشاركة الفيديوهات والانخراط في التحديات والهاشتاغات الرائجة والمقاطع الساخرة، كما أن التفاعل الاجتماعي والقبول الجماهيري يعزز من إنتاج المحتوى التافه، حيث تحفز إعجابات وتعليقات المستخدمين على تقديم المزيد منه لتحقيق الشهرة والانتشار السريع، وهذا ما قد يؤدي إلى إدمان المحتوى السطحي والتافه و يقلل من الاهتمام بالمحتوى الهادف ويعيد تشكيل معايير النجاح حيث يصبح التركيز على المشاهدات بدلا من جودة المحتوى، وهنا يظهر بأن التيك توك ومن خلال محتوياته التافهة حقق إشباعا سريعا، مما أثر على مستوى المعرفة والمعلومات المتداولة بين المستخدمين.

¹ حمدي حسن وظائف الاتصال الجماهيري "الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام"، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1991، ص 34.

الإطار النظري

الفصل الأول

التفاهة

الفصل الأول: التفاهة

تمهيد

المبحث الأول: ماهية التفاهة

المطلب الأول: مفهوم التفاهة

المطلب الثاني: خصائص التفاهة

المطلب الثالث: وسائل نشر التفاهة

المطلب الرابع: أسباب نشر التفاهة:

المبحث الثاني: أشكال التفاهة، منصات التواصل الاجتماعي كدعامة للتفاهة، محاور التعامل مع

مشكلة التفاهة وكيفية مواجهتها.

المطلب الأول: أشكال التفاهة:

المطلب الثاني منصات التواصل الاجتماعي كدعامة للتفاهة

المطلب الثالث: محاور التعامل مع مشكلة التفاهة

المطلب الرابع: كيفية مواجهة التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي:

خلاصة الفصل

تمهيد:

التفاهة ظاهرة إنسانية بدت منتشرة في عصرنا الحالي، وسيطرت على جميع مجالات الحياة، فنجدها قد شملت الكتب و الصحف ووسائل التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها، إضافة إلى الثقافة و الفنون ومختلف العادات و التقاليد الساذجة التي رسخت لمثل هذه المنظومة ومست بذلك طبقات المجتمع، و تعدى ذلك إلى السياسة و السلطة، ولقد تغلغت كالأوبئة وسيطرت على عقول البشر، كما استطاعت هذه التفاهة أن تغزو المجتمعات بفعل التافهين من خلال دعمهم لبعضهم البعض عن طريق الخطابات المتبادلة ومنصات التواصل الاجتماعي كالتيك توك، الذي أصبح يحظى بنسب مشاهدة وتفاعل كبير نظرا لسطحيته وافتقاده للعمق أو القيمة المعرفية أو الجمالية، حيث أصبح المستخدمين يفضلون الترفيه السريع على المضمون العميق.

لهذا يسعى هذا الفصل إلى الوقوف عند مفهوم التفاهة، وكيف ساهمت منصات التواصل الاجتماعي خاصة التيك توك في إعادة إنتاج هذا المفهوم وتعميمه.

المبحث الأول: ماهية التفاهة

المطلب الأول: مفهوم التفاهة

تعرف التفاهة على أنها: لغة الدناءة وانعدام الأهمية وتحسيد الحقارة، وتعني أيضا التناقص في الأصالة وفي الإبداع والقيم.

يقول المفكر والفيلسوف "الان دونو": التفاهة هي الشر، أي في شكل الوعي و العقل الذي يتكيف مع العلم كما هو ،و الذي يطبع مبدأ القصور الذاتي "هذا هو حقا الشر الجذري"؛فبدل الاهتمام بالرموز المهمة لبناء المجتمع و الحضارة ولإقامة وزرع الوعي الفردي أو الجماعي ،يتم تسخير وسائل الاعلام الحديثة وشبكات التواصل الاجتماعي التي هيأت التافهين ،و منحت لهم فرصة للظهور و الانتشار و الخروج الى عالم الشهرة ،حتى يتطبع الناس تدريجيا مع العبث و البذالة ،من خلال الدفع بأناس يقومون بأشياء عبثية و أشياء تافهة لا قيمة لها سوى ضرب القيم و انحلال الأخلاق و نشر الرذيلة.¹

وتعرف كذلك التفاهة على أنها استهلاك كل ما هو سلبي، والانغماس في المحتويات السطحية وسريعة الانتشار، وقد أصبحت اليوم صناعة قائمة بذاتها تسهم بإضعاف القيم الفكرية والتربوية، تؤثر بشكل مباشر على جودة الحياة الفكرية والاجتماعية.²

كما يذكر "أحمد بن يوسف السيد" في كتابه عن لفظ التفاهة في الخطاب الشرعي الذي قد ورد صريحا في حديث عن النبي أخبر فيه عن تصدر التافهين في زمن هو أشبه شيء بزماننا،فعن عوف بن مالك رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «إن بين يدي الساعة سنين خداعة، يصدق فيها الكاذب، ويكذب فيها الصادق، ويؤتمن فيها الخائن، ويخون فيها الأمين، وينطق فيها الرويضة» قيل يا رسول الله وما الرويضة؟ قال: «المرء التافه يتكلم في أمر العامة». وروي بلفظ: «السفيه يتكلم في أمر العامة»، و بلفظ: "الفويسقة أو الفاسق".

إن التفاهة التي تحدث عنها أحمد السيد لا تخرج في معناها عن دلالتها اللغوية والشرعية، وهي مشكلة متنامية الانتشار في عامة المجتمعات البشرية، خاصة في الأجيال الصاعدة منها، تنتشر في الفضاء الالكتروني والواقعي، وتخترق مختلف مجالات الحياة: ثقافية، تعليمية، اجتماعية، سياسية وغيرها.³

¹أحمد الادريسي، دعم ونشر نظام التفاهة "سلسلة أنقذوا مكارم الأخلاق"، تاريخ النشر 26-07-2023، تاريخ الاطلاع 29-04-2025، على الساعة 16:00، متاح على الرابط <https://iums.me/29997>.

² اسماعيل الحمراوي، صناعة التفاهة: تهديد صامت للوعي الاجتماعي، تاريخ النشر 13-10-2024، تاريخ الاطلاع 29-04-2025، على الساعة 16:19، متاح على الرابط <https://alssahifa.com>.

³أحمد بن يوسف السيد، مرجع سبق ذكره، ص 18.

حسب ألان دونو تعني التفاهة أنها: نمط اجتماعي وسياسي، بحيث يكون فيه السيطرة المطلقة للأشخاص التافهين، يعملون على صناعة قرارات وأفكار تافهة، ومن ثمة تكوين جيل تافه معرفيا وسياسيا وأخلاقيا واجتماعيا، فحسب دونو أن الشعب والسلطة على حد سواء ومن يساعدون على صنع هذه التفاهة، بحيث يتم فيه استبدال المثقف بالجاهل، وبالتفاهة يتبوأ التافه أعلى هرم السلطة السياسية الحاكمة، ومن ثمة يصبح المجتمع ككل بمختلف معاييرهِ القيميّة تافها.¹

المطلب الثاني: خصائص التفاهة

من أبرز سمات ظاهرة التفاهة أنها قائمة على تصدر التافهين الذين يقودون التأثير على الجماهير المتابعة، وخاصة من الجيل الصاعد، وهؤلاء الرموز والمشاهير هم من يغذون التفاهة ويروجون لها ويزينوها، فيمكننا أن نسمي ظاهرة التفاهة بظاهرة الرموز التافهة، أو ظاهرة تصدر الروييضات.

ومن سمات ظاهرة التفاهة أنها:

- ذات نمط يتسم بشدة الجاذبية والمتعة والسرعة: فلا يحتاج الشاب الى كلفة حتى ينجذب الى المخرجات التافهة بل على العكس من ذلك؛ يحتاج الى مجاهدة ليدافع عن رغباته في الانسياق إليها، بينما نجد في المقابل انخفاضاً في مستوى انجذابه الى المحتوى المفيد النافع الذي ليس فيه صفة الجاذبية والمتعة المتوفرة في المحتوى التافه، وقد ينساق بعض أصحاب المحتوى التعليمي النافع مع هذا النمط التافه فينزولون بمستوى موادهم النافعة ليخرجوها بالقالب القريب من القوالب التافهة.
- التجدد الدائم والتحديث المستمر من حيث المحتوى والأدوات: فالمتابع لهذا النمط من المحتوى يرى حالة من عدم الثبات على مستوى واحد من التفاهة، بل يرى التجديد المستمر للأنماط والمحتوى والأساليب، بحيث يضل المتأثر بها دائم الانجذاب، بعيداً عن الملل، متقلباً من فضاء تافه الى آخر أتفه منه، وهذا يزيد زمن الارتباط بالمحتوى التافه، اذ قد يمتد لسنوات طويلة دون ملل، لأن التحديث مستمر، وهذا يؤدي الى ضياع عظيم للأوقات، وإهدار للأزمات، وهي مصيبة هادمة للأمم، مراكمة للأمراض.

ومما يتصل بهذه السمة من ملاحظات: أن هذا التحديث الدائم قد أدى الى تسارع في تغيير سمات الأجيال في زمن أقصر من الأزمنة التي تتغير فيها الأجيال عادة —وهذا أمر في غاية الخطورة لمن يتأمله ويدركه—، حتى بات من الصعب على المراقب أن يواكب هذا التغير وآثاره، وحتى صار يلاحظ عن الأبناء في البيت الواحد —ممن لا ترقى

¹ألان دونو، مرجع سبق ذكره، ص 78.

بينهم في العمر إلا بضع سنوات -التغير والاختلاف في السمات والاهتمامات وفي الحدود والمعايير، وهذا كله يستدعي الاهتمام والتحديث الدائم في المتابعة وفي الأدوات الإصلاحية.

● سمة عامة في شبكات التواصل: أي أنها تحمل أموجا من الشتات و المتناقضات في داخلها، مما هو كفيل بتمزيق صفاء النفس و اجتماع القلب، فأنت في عالم شبكات التواصل أمام كم هائل من المدخلات المتناقضة، فإذا كنت تتابع في حسابك 300 حساب مثلا، ستجد أنه يظهر في صفحتك بشكل متتالي أخبار فيها دماء و مصائب وكوارث تقطع القلب، و في أنثائها تجد لقطة عن هدف للعبة كرة القدم للاعب مشهور، ثم تقرأ تعليقات الناس عليه و تفاعلهم معه و خلافات مشجعي الأندية الأخرى، ثم تعود الى خبر آخر عن أزمة سياسية كبيرة، لتنتقل بعدها مباشرة الى اعلان تجاري مزين باستعراض امرأة متبرجة تروج لتطبيق أو سلعة معينة، ثم تعود إلى مشهد قصف يهدم بيوت الضعفاء، وتظهر من بين ركابه الأشلاء، لترى بعدها جديد المشهور (التافه) الذي تتابعه ان كان اقتنى سلعة جديدة أو قام بحفلة أو نحو ذلك.

كل هذا يحدث يوميا، ويمر عليه المتابع خلال اقل من ساعة واحدة، والنتيجة من ذلك إما حالة من الشتات النفسي الكبير، وإما حالة من جمود المشاعر وبرود العواطف واستواء المتناقضات.¹

المطلب الثالث: وسائل نشر التفاهة

إن تغلغل بعض التافهين في جميع قطاعات المجتمع ومن بينها الإعلام والتعليم والاقتصاد والتجارة أصبحوا يتصدرون المشهد موجّهين أفراد المجتمع ضاربين القيم والمعتقدات والثقافات والأعراف مع دفع بالمجتمعات للانقياد الأعمى نحو العالم بدون قيم وأخلاق، ومن أهم الوسائل التي يستعملونها لنشر التفاهة وتشجيع التافهين: -الترويج للتفاهة بمناهج لها أبعاد نفسية وفكرية واجتماعية.

-الإعلام الالكتروني، حيث وجدت التفاهة فرصتها العظيمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي كالأخطبوطي تنتشر في كل مكان للتشويش على التميز والإبداع وكل ما هو جدي، وتحويل كل ما هو راقى إلى لذات وشهوات تافهة تنخر في جسم المجتمع، حيث أن شبكات التواصل الاجتماعي زادت من التفاهة وصنعت عقلا جماعيا منها، وصار بإمكان التافهين أن يكونوا رموزا من خلال عدد الإعجابات التي يحصلون عليها، ويلاحظ هنا تقلص صور النجاح التي تعارفت عليها البشرية والتي كانت معاييرها العمل الجاد والصالح، أو التفوق لصالح معيار واحد هو المال.

¹أحمد بن يوسف السيد، مرجع سبق ذكره، ص 20.

-وسائل التواصل الاجتماعي وقنوات رسمية تصنع وتصدر بعض التافهين وتصورهم على أنهم نجوم وقدوة مثلاً إعداد برنامج بملايين المشاهدات بغض النظر عن محتواه وقيمتها الفكرية أو العلمية.

-التمويل بسخاء وإنفاق مئات الملايين لإنتاج برامج تافهة، ذلك من أجل الهروب من الواقع حيث أصبح المحتوى التافه محل اهتمام والتطوير والتسويق لأفراد المجتمع وهذا أدى إلى زعزعة ثوابت المجتمعات وقيمها وأخلاقيتها أكثر من المحتوى العلمي والمعرفي النافع.

-كما تستخدم برامج التثقيف الاقتصادية لتشثيت الناس ومنعهم من إدراك الفوضى السائدة في سوق البورصة. فبدلاً من توعية الفرد إلا أن هذه البرامج تهدف إلى تضليله وبدلاً من تطور المؤسسات نحو استيعاب الموظفين وزيادة معدلات الدخل وإنعاش الموارد البشرية، تتجه الشركات إلى تقليل الوسطاء وصرف الموظفين واختصار النفقات لزيادة الأرباح. أما الأخطر من ذلك كله فهو المتواطئ الرئيسي مع خططهم وهم نقابات العمال.¹

-الصحافة، فمن خلالها انتشرت التفاهة، فالصحافة في حقيقتها ذات طبيعة اختزالية ترتبط بتوجهات مالكيها ومصالحهم، فالصحافة صناعة وما يحركها هاجس الربح والمصلحة والتسويق لذا يفهم انتشار صحافة "tabloid" المهمة بالفضائح وأخبار المشاهير، وهي تنشر مواد تافهة لذلك تسائل الغيورون على القيم (ما هي حدود حرية التعبير وتدفق المعلومات في ظل تزايد ضحايا الصحافة الذين اعتدت على حياتهم الخاصة والشخصية). والذي مكن للتفاهة أن تنتشر وترسخ أكثر هما أمران:

■ **المبالغة في التفاصيل:** وهنا تضيع الحقيقة ويغيب المعنى، وقد وصفهم الفيلسوف نيتشه بقول بليغ عندما تحدث عن الشعراء الذين يهتمون بالقصائد الخالية من القيمة بقوله: «هؤلاء يكذبون مياهم كي تبدو عميقة».

■ **البهرجة والابتذال:** فبعض الناس قد يلجأ إلى الفضائح بحثاً عن الشهرة وبهرجتها. لذلك كان السياسي الفرنسي "تاليران" في القرن الثامن عشر يقول: «كل ما يباليغ فيه هو أمر غير ذي أهمية». وكان مالك بن نبي يقول: «فكرنا خاضع لطغيان الشيء والشخص وهذا السبب سيختفي عندما تستعيد الأفكار سلطتها في عالمنا الثقافي».

¹ - متاح على الرابط <https://iums.me/29997>، تاريخ النشر 2023-07-26، تاريخ الاطلاع 2025-04-29، على الساعة 17.25.

فالتفاصيل وكثرتها عائق أمام الفهم وبناء الفلسفة والإدراك والرؤية، وهذا يجعل إسباغ من الأهمية على كل شيء ليس له معنى فيتحول كل شيء إلى هدف واحد وهو الحصول على المتعة.¹

المطلب الرابع: أسباب نشر التفاهة

من أسباب انتشار التفاهة نذكر ما يلي:

■ **جشع المال:** يمكن اعتبار المجتمع من بين أهم العوامل التي دفعت إلى صناعة التفاهة، إذ لم يعد للقناعة للأسف مكان في مجتمعاتنا اليوم بما فيها المجتمعات العربية التي تعيش اليوم ما عاشته أوروبا في القرن التاسع عشر من جشع المال، عبر عنه بعض الروائيين أمثال "دوستوفسكي" «في روايته (الإخوة كارامزوف)، و"هنري دي بلزاك" في روايته (الأب غوريو)؛ هذا الجشع للمال في ظل تزايد متطلبات الحياة وعدم قناعة الإنسان بواقعه وجريه وراء الربح السريع بجميع الطرق المشروعة بأخلاق وبدون أخلاق، والتي تتم عن نزعة فردية ذاتية ومادية محضة دفعت الكثير إلى التفاهة إلى أن يبذلوا قصارى جهدهم من أجل المال مضحين بالقيم والأخلاق.

■ **البحث عن الشهرة:** فضلا عن جشع المال؛ فإن جشع الشهرة يدفع البعض إلى نشر التفاهة علما أن الهدف من الشهرة يكون في الغالب هو المال أيضا بحيث صرنا نرى بعض المتسلقين للوصول إلى الشهرة يستعملون جميع الوسائل والطرق التي تجذب المشاهدين على منصات التواصل الاجتماعي؛ وصار بعض الذين لديهم طموحات كبيرة للشهرة يكسرون جميع الحواجز القيمة والأخلاقية وكل الأعراف حتى ولو أدى بهم ذلك إلى الاعتقال الذي صار كذلك مجلبا للشهرة، إذ نجد على القنوات الاعلامية الإلكترونية وعبر مختلف المنابر الإعلامية الرقمية عددا كبيرا من المساجين يحكون تجاربهم مع الجريمة والاعتقال بل والجرائم التي تتم داخل السجن نفسه بحثا عن الشهرة و المداخيل التي تزداد بازدياد المتفاعلين مع ما يتم نشره من تفاهات.

■ **تسيب الإعلام:** في ظل الميوعة الاعلامية التي أنتجتها مواقع التواصل الاجتماعي، يتم الترخيص للجميع في العصر الرقمي أن ينشر ما شاء، وأن يسمى نفسه صحافيا وهي من الأمور التي تسائل القائمين عنها على الإعلام خاصة في الدول العربية التي كثرت فيها القنوات الإعلامية التي تغيب فيها شروط الصحافة ولا تستجيب لدفاتر الحملات التي تنظم عادة تأسيس قنوات إعلامية ولكن يتم الترخيص لها باسم

¹ - متاح على الرابط <https://iums.me/29997>، تاريخ النشر 2023-07-26، تاريخ الاطلاع 2025-04-29، على الساعة

الصحافة فتنشر الفساد بحيث تجد مئات وأحيانا آلاف القنوات الإعلامية الخاصة لكن المرخص لها قانونا، على أنه لا يتم متابعتها في ما تنشره من أشكال الفساد والتميع والانحراف.¹

فضلا عن ذلك فإن مواقع فيسبوك ويوتيوب صاروا ملاذا للباحثين عن الشهرة، ولكون الأداء والأرباح تتم من خلال عدد الزوار والمشاركين والمنخرطين في تلك القنوات فإن نشر التفاهة بأشكالها المتعددة يعتر جالب للأرباح لهؤلاء الباحثين والباحثات عن الاغتناء خارج منظومة القيم والأخلاق وفي غياب الرقابة حتما سيزداد انتشار التفاهة.

■ **تفاهة الجمهور:** هل يمكن الحديث عن جمهور تافه نعم إنه غياب الذوق الفني السليم والإنسان المتخلق، وفي ظل الفراغ القائم لغياب الهدف وغياب برنامج عمل فإن من يتابع التفاهة لابد أن يكون متلقيا تافها يساهم في نشرها غير أنه للأسف تجد أحيانا أن التفاهة تجر إليها في أحيان كبيرة حتى هؤلاء الذين يظنون أنهم ضد التفاهة لأن الصورة تجذب المتلقي حتى دون رغبته، أحيانا، بل إنها تجلب حتى الذين ينتقدون التفاهة ويحاولون ضدها بالكتابة أو النقد أو التوعية وذلك عبر الانخراط في متابعة التفاهة، وذلك هو هدف صانعي التفاهة أي الزيادة في عدد المشاهدات والتفاعل معها علما أن الآلة لا تفرز الصالح من الطالح، ولا تميز الكتابة الناقدة والرافضة عن تلك الكتابة أو التعليق المؤيد والمشجع فلا يهم بمنطق الرقمية إلا كم المشاهدين والمتابعين والمعلقين فتزداد التفاهة ويزداد التافهون تشجيعا على نشر مزيد من التفاهات وتطوير آليات نشرها وتضخيم محتوياتها.

■ **تراجع الذوق الفني والجمالي:** يعبر هذا الانتشار الفظيع للتفاهة أيضا عن تراجع الذوق الفني والجمالي بل عن تغيير في فطرة الإنسان التي تميز بين القبيح والجميل، وبين الغث والسمين، بحيث إن غياب ذوق فني جديد ساهم في انتشار التفاهة والتافهين وإلا كيف نفسر مثلا أن محتوى تافها جمع بين أشكال الفحش والانحراف يجلب ملايين المشاهدات في بضعة أيام في حين لا تلاقي محاضرة أكاديمي علمي أو لوحة فنان راق أو قصيدة شاعر عظيم، أو موعظة شيخ صالح من المتابعات والتفاعلات إلا القليل الذي لا يتجاوز العشرات أو المئات في حين زمني قد يتجاوز السنة ألا يعبر ذلك عن تراجع في الذوق وعن غياب الوعي، وانحسار ثقافي وعلمي كبير.

■ **غياب الرقابة الرقمية:** يبدو أن غياب الرقابة الرقمية خاصة في الدول النامية وعدم التعامل القانوني الجاد مع من ينشرون هذه التفاهات من أشخاص ومواقع إلكترونية قد ضاعف من نسبة التفاهة والتافهين على

¹ سعيد سهمي مرجع سبق ذكره، ص 2.

مواقع التواصل الاجتماعي، بسبب غياب الرقابة على الإنتاج الرقمي والنشر الإلكتروني، هذا الغياب للرقابة والمتابعة القانونية يسائل طبعاً القائمين على الشأن الصحفي، فضلاً عن المحاكم الإلكترونية والقضاء الإلكتروني ومسؤولي الجرائم الرقمية الذين لا يعون خطورة هذه التفاهة على المجتمع والذين يساهمون في تمييع المجتمع وإفساد الشباب، فغياب الرقابة وغياب المتابعة يراكم إنتاج المزيد من المحتويات التفاهة التي تمس بشكل مباشر أو غير مباشر كرامة الإنسان، وغالباً ما يكون فيها وبشكل واضح اعتداء على حقوق الإنسان المدنية والسياسية أحياناً.¹

المبحث الثاني: أشكال التفاهة، منصات التواصل الاجتماعي كدعامة للتفاهة، محاور التعامل مع مشكلة التفاهة وكيفية مواجهتها.

المطلب الأول: أشكال التفاهة:

1) نساء يتباهين بالتبرج: من بين مظاهر التفاهة التي انتشرت بشكل مقرف على منصات التواصل الاجتماعي وبشكل مثير للاشمئزاز ظهور نساء يتباهين بما يقمن به يومياً من تفاهات تثير المشاهد وتجذب إليها المراهقين عبر مظاهر الفحش والتبرج والكلام الفاحش في ظل تفشي الفساد الإلكتروني، وبت المزيد من التفاهة التي تريد من مستوى المشاهدة ومن الأرباح، حتى صارت بعض النساء اللواتي يبحثن عن الشهرة والمال يلجأن إلى تصوير أنفسهن في وضعيات تخلو من العفة والحشمة والوقار لجلب المشاهدين، وفي غياب الرقابة على النشر وغياب المتابعة القضائية لمظاهر الفساد الإلكتروني، صار عدد هؤلاء الباحثات عن الشهرة والمداخيل المالية عبر ما يمكن تسميته الدعارة الرقمية يتضاعف بشكل يومي ويحفز أسراً بأكملها إلى هذا النوع من التفاهة.²

2) مراهقون يتباهون بأشكال اللباس التافه والمظهر المخل بالحياء:

ظهر في الآونة الأخيرة مراهقون يتباهون بتفاهاتهم من لباس وموضة في الحلاقة وما إلى ذلك من أشكال التفاهة، وهو ما جمع لهم جمهوراً كبيراً من المراهقين والباحثين عن التفاهة يتفاعلون معهم، حيث أن البعض منهم حققوا في فترة وجيزة عدداً هائلاً من المتابعين فاق الملايين من المشاهدات التي لم يحصل عليها أكبر العباقرة في العالم في مجالات العلوم والفنون والآداب، وهي من الأمور التي شجعتهم على مضاعفة الجهد لإنتاج مزيد من التفاهات، على اعتبار أنه في عالم الانترنت تترجم تلك المشاهدات إلى محاصيل مالية بغض النظر عن نوعية ما يتم نشره، وفي غضون تلك المنافسة بين من ينشرون التفاهة يتم نشر مزيد من الفيديوهات التي نجد فيها تنازراً بالألقاب بينهم في

¹ سعيد سيمي، مرجع سبق ذكره، ص 3.

² آلان دونو مرجع سبق ذكره، ص 203.

شكل ما يسمونه "كلاشات" بلغة الشارع ينشرون فيه كلام الشارع الذي يزيد الطين بلة، حيث يتفاعل معهم المراهقون ويتباهى من يسمون أنفسهم صحفيين مع تلك الإنتاجات التفاهة على اعتبارها حديث الساعة.

(3) **تجارب عاطفية تافهة:** تنشر بعض الفتيات بكل وقاحة تجارهن وعلاقاتهم العاطفية بشكل مقزز تجذب المراهقين والباحثين عن التفاهة، وهذه الحكايات والمغامرات العاطفية تحمل أحيانا معالم الجريمة الكاملة الأركان، والتي يفترض إن كانت هناك مراقبة صارمة على ما يتم نشره أن يتم اعتقالهن ومساءلتهن باعتبارهن مروجات لأشكال الفساد والرداءة، فضلا عن الاعتراف بما قمن به من أشكال الفساد التي تستدعي المساءلة والمحاسبة القانونية.

(4) **نشر الفساد باسم الفن:** من أشكال التفاهة كذلك ظهور المحسوبين على الفن وهم يقومون بحركات محلة بالحياء، ورقص خالي من الحشمة فضلا عن التفوه بكلمات تخدش الحياء، إما بشكل مباشر مع الجمهور أو من خلال ما يشبه الأغاني التي تحمل معاني السب والشتم والتنمر اللفظي وما إلى ذلك من الأمور التي تعبر عن انحطاط في كبير، لكن مع استغلال الحرية في التعبير وغياب المراقبة والمتابعة القانونية تتراكم هذه التجارب الشاذة التي تجلب إليها جمهورا عريضا من الشباب والمراهقين والأطفال الذين أصبحوا يقلدون هذا النوع من التفاهة الدخيلة على المجتمعات المحافظة خاصة المجتمعات العربية والإسلامية.

(5) **الكلام الفاحش:** من مظاهر التفاهة أيضا والتي أصبح الشباب يطبعون معها التفوه بالكلام الفاحش والحادش للحياء لشد أنظار الجماهير والرفع من عدد المشاهدين والمتفاعلين، حيث صار الكلام الفاحش بمثابة الموضة التي ينساق إليها المراهقون، والتي تحولت للأسف من المجتمع الافتراضي إلى الواقع الاجتماعي، فأصبح من النادر ألا تسمع وأنت تمر في الشوارع الكلام الفاحش وذلك ما يعتبر دخيلا على مجتمعاتنا العربية الإسلامية المعروفة بالمحافظة والحياء ونبد الأخلاق.¹

المطلب الثاني منصات التواصل الاجتماعي كدعامة للتفاهة

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي في وقتنا الراهن الوعاء الأكبر في الشبكة العنكبوتية، وذلك باعتبار أنها مباحة للجميع بلا شروط أو قواعد فيمكن للجميع استخدامها واللجوء إليها دون شرط أو قيد، الجاهل من حقه أن يدخلها والمنحرف والمجرم والنصاب... فلا حدود ولا مزايا لمن يريد استخدامها، ولعل الخطأ الأكبر في هذه الخدمة العالمية الحتمية أنها تفتقد للمعايير التي تحفظ مكانة المواهب وتعطيها حقها وقيمتها الحقيقية.

¹ سعيد سهمي، مرجع سبق ذكره، ص 4.

ولهذه الأسباب شجعت هذه الشبكات على سطحية التفكير، فسابقا كان التفكير أعمق والمقال والعمود كان أعمق أكثر، والآن أصبح سطحيا وأصبحت المعلومة بلا معنى وبلا تحليل ولا تفكير وهذه هي مشكلة العصر الرقمي، فالنجم اليوم في شبكات التواصل الاجتماعي ليس المفكر ولا الكاتب ولا المثقف بل هو التافه، وكلما زادت تفاهة هذا النجم زادت نجوميته وذلك لأن السوق الرأسمالية في الإعلان التجاري تعتمد زيادة أرباحها على عملية زيادة التفاهة عند الناس.

وإذا أردنا الحديث عن العقول ومستويات الوعي والمواهب، فإن الغالبية العظمى من مستخدمي هذه المنصات التواصلية هم من المسطحين فكريا وثقافيا ويكفي أن نضرب أمثلة من عمالقة الفكر والأدب يتم إهمالهم من قبل الجمهور التواصلية في الشبكات الاجتماعية، في وقت نجد فيه أصحاب العقول الاستعراضية الشكلية تحتل هذه المنصات وتستحوذ على اهتمام الكثيرين، ما يعني بالنتيجة وجود الوعي المسطح الذي أصاب الجميع بعد أن صارت شبكات التواصل أبوابا مفتوحة لتسلل المغرمين بالتفاهة وقلة الوعي.

الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل مثل (تويتر، فيسبوك، انستجرام، تيك توك) هي مجرد مواقع للقاء افتراضي وتبادل الآراء لا أكثر، فيها يتكون عقل "جمعي" من خلال المنشورات المتتابعة، هذا الفكر التراكمي السريع الذي يبلور بسرعة ودقة موضوعا محددا نجح في اختصار مسيرة طويلة كان تبادل الفكر فيها يتطلب أجيالا من التفاعل (المناظرات، الخطابات، المراسلات، الكتب، النشر، التوزيع، القراءة، والنقد). ورغم كل هذه الفرص فقد نجحت هذه المواقع في "ترميز التافهين" كما يقال، أي تحويلهم إلى رموز.

ما يجعل من تافهين مشاهير "السوشال ميديا" و"الفاشينستات" يظهرون لنا بمظهر النجاح، هو أمر يسأل عنه المجتمع نفسه الذي دأب على التقليل التدريجي لصور النجاح التي تعرفها البشرية ككل (العمل الجاد والخير للأهل والمواطنة الصالحة وحسن الخلق والآداب والفنون والرياضة وغيرها)، فألغاهها جميعا من قائمة معايير النجاح حتى اختزلها في المال فقط، وهو المعيار الوحيد الذي وضعه مجتمعنا نصب أعين شبابه.¹

يقول الكاتب النمساوي "كارل كراوس": هوت شمس الثقافة أرضا حتى أصبح الأقزام أنفسهم يظهرون بمظهر العمالقة.

إن التفاهة أصبحت ظاهرة خطيرة جدا وأصبحت بضاعة رائجة عبر وسائل الإعلام والمواقع الاجتماعية كلها عبر (يوتيوب، واتساب، تيك توك، وتويتر) هذه المنصات التي تعتمد على المحتويات القصيرة والفورية، أصبحت الحاضنة الرئيسية لصناعة التفاهة وفقا لتقرير "we are social" لعام 2023. بحيث يقدر عدد مستخدمي

¹ آلان دونو، مرجع سبق ذكره، ص 52.

الانترنت حوالي 4,89 شخص حول العالم، منهم يقضي حوالي 7 ساعات يوميا في استهلاك المحتويات المتنوعة غالبيتها ذات طبيعة سطحية والتي تساهم في ملأ الفراغ. لذا لا بد من الانتباه إلى خطورتها وإلى تأثيرها وآثارها لا على الأطفال والشباب فقط، بل على المجتمع ككل.

ويرى باحثون أن الهدف من تعميم ونشر التفاهة في المجتمع هو شغل الرأي العام عن القضايا السياسية وإلغاء آلية التفكير لديهم أو إبعادهم عن متابعة قضايا معينة.

ومن الضروري على الصالحين والمصلحين عدم ترك الساحة الافتراضية للمؤثرين السطحيين، والتصدي لهم بالشكل والأسلوب الذي يتلاءم مع تلك المنصات، فما نفع علم كبير نخترنه وفكر عظيم نمتلكه، إن لم نكن قادرين على تقديمه وإيصاله بالطريقة التي تفهمها أغلبية الناس والأجيال الشابة. والمسؤولية لمعالجة إشكالية التفاهة وآثارها السلبية على المجتمع والرأي العام تقع على وزارات الثقافة والبرلمان والاتصال والمشرع الذي عليه أن يضع قوانين وتشريعات يمكن أن تساعد في التخفيف من هذه الآفة، ولا بد له أن يتدخل في مثل هذه الظواهر لكي يوقف هذا النزيف وهذا الانتشار الخطير جدا للتفاهة على مثل هذه المواقع.¹

المطلب الثالث: محاور التعامل مع مشكلة التفاهة

إن التعامل مع مشكلة التفاهة ينبغي أن يكون على محاور متعددة وهي:

-محور العلاج: وذلك عبر التماس المباشر مع المتأثرين بالتفاهة وبالوسائل الجاذبة، وإقامة الحملات الإعلامية المكثفة حول المشكلة وعواقبها وكيفية التخلص منها، والتركيز على المدارس بالنشاطات والمعارض وعموم التحذير من المشكلة وبيان أضرارها بمختلف الوسائل (المرئية والمكتوبة، وعبر شبكات التواصل)، وتسليط الضوء على النماذج التي تجاوزت المشكلة إلى غير ذلك من الوسائل المباشرة.

وها هنا تنبيه متعلق بمحور العلاج، وهو أن من أعظم التحديات التي تواجه من يعالج ظاهرة التفاهة: إشكالية العجز عن منافسة مصادر التفاهة، حيث تحظى تلك المصادر بقدر عال من الجذب والمتعة والشمولية المؤدية إلى حالة من الهيمنة والإدمان، وهذه الهيمنة تجعل من الصعب على المربين والموجهين علاج مشكلات الجيل فيدفعهم هذا أحيانا إلى اتخاذ وسائل حادة للتغيير، أو بعكس ذلك قد يدفعهم إلى التخفيف من المضامين النافعة والصالحة والتركيز على الترفيه الخالي من المعاصي؛ ضنا أنه البديل الأنسب عن موجة التفاهة، وهذا وهم، والصواب هو أهمية التركيز على المضامين القوية الحية مع استعمال أفضل الوسائل الجاذبة للشباب واستعمال اللغة التي يفهمونها.

-محور الوقاية: ويدخل فيه التحذير من المشكلة وبيان أضرارها سواء للمتضررين منها أو لمن هو قابل للتأثر بها.

¹عبد الحق حميش، ظاهرة انتشار التفاهة والتافهين على وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية مواجهتها، 22\09\2024، تم الاطلاع عليه: 13،04،2025، على الساعة 13.00، على الموقع: <http://elkhabar.com>.

ويضاف عليه: إيجاد البيئات التربوية المناسبة التي تحتضن الشباب وتصرف مواهبهم إلى ما يفيدهم وترفع من همهم فهذا من أعظم سبل الوقاية.

ومما يعين على الوقاية كذلك: تثقيف المعلمين والآباء وإرشادهم إلى كيفية التعامل مع هذه المشكلة في طلابهم وأبنائهم.

-محور الحلول الاستراتيجية: وأهم ما يدخل في ذلك صناعة النخب الواعية المصلحة من الجيل الصاعد التي تكون مثلاً وقوة للأجيال، والتي يمكنها مخاطبة أقرانها والتأثير عليهم، وهذه لا تكون إلا عبر التربة عالية المستوى والبرامج المحكّمة والتربية العملية وهي وإن كانت مكلفة على كل المستويات إلا أن نتائجها مبهرّة وممتدة الأثر. ومما يدخل في الحلول الاستراتيجية كذلك: تكثيف الخطاب الإحيائي للهمم والعزائم والذي من شأنه أن يحمل بداخله علاجاً لكثير من المشكلات التفصيلية الداخلية ولو لم يتم علاجها بشكل مباشر.

ومن مميزات الحلول الاستراتيجية أنها تهدف إلى تمليك الأجيال القادمة أسباب قوتها الفكرية وحصانتها الذاتية أمام ما قد يستجد من المصادر المولدة للإشكالات على مختلف الأصعدة، وأن آثارها لن تظل محصورة في معالجة مشكلة التفاهة، بل ستعالج معها كثيراً من مشكلات الجيل الأخرى.¹

المطلب الرابع: كيفية مواجهة التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي

-الحكامة الرقمية ودور السلطة:

لا بد من حكمة رقمية تضمن نوعاً من الموازنة بينما تتيح الفضاءات الرقمية من حرية للنشر، وبين الأخلاقيات التي ينبغي أن توازي هذا النشر بالضمانة نفسها. والحق أن الحكامة الرقمية لا يمكن أن تتحقق دون تدخل السلطة لمحكمة الذين ينشرون التفاهة، خاصة أن أغلب تلك التفاهات تكون مرتبطة بجرائم واضحة المعالم تستوجب المتابعة القانونية وتدخل القضاء الإلكتروني، من ذلك مثلاً نجد الممارسات الغير أخلاقية التي يتم توثيقها إلكترونياً، أو الكلام الفاحش الذي يمس بالقيم، أو السب والشتم والقذف الموجه إلى أشخاص بعينهم أو التهديد أو الجهر بمظاهر الفساد فحين يصرح أحدهم أنه اشترى المخدرات أو باعها أو أنه يتعاطاها، خاصة هؤلاء الذين يوثقون تفاهتهم عبر تصوير مقاطع تثبت تعاطيهم للمخدرات، هؤلاء لا يحتاجون سوى إلى تفعيل محاكمتهم، وهو ما سيدفعهم فوراً إلى التوقف عن مثل هذه التفاهة.

-نشر الوعي الرقمي:

¹ أحمد بن يوسف السيد، مرجع سبق ذكره، ص 59-60.

كما سبق أن ذكرنا، فإن التفاهة تنتشر بتزايد المتابعين لها والمتفاعلين معها وذلك ما يهدف إليه ناشرو التفاهة، فحتى هؤلاء الذين يتابعونها بقصد انتقادها أو تحذير الناس منها أو ما شابه فهم في نهاية المطاف يضاعفون من أرباح ناشري التفاهة الذين يعولون على المشاهدة والتفاعل لتحقيق غايتهم من الأرباح وهو ما يشجعهم على هذه الظاهرة، لهذا يبقى الحل الأساس لإيقاف التفاهة هو عدم متابعتها وعدم التفاعل معها والإعراض عنها، فيمكن أن نميت الباطل بالسكوت عنه وليس بإذاعته أو التفاعل معه ولا انتقاده، كما أن المجتمع في الواقع يحتاج إلى مزيد من الوعي بمخاطرها على اعتبار أنها تدمر العقول وتستنزف الوقت وتقضي على الذوق السليم وتسهم في نشر الرذيلة وهدم الأخلاق والقيم الاجتماعية.¹

¹ سعيد سهمي، مرجع سبق ذكره، ص 7.

خلاصة الفصل:

إن التفاهة غزت المجتمعات وصعب السيطرة عليها لتغلغلها في جميع أوساط الحياة الإنسانية، ويرجع انتشارها لدعم التافهون بعضهم البعض عبر منصات التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل التواصل المرئية والمسموعة، فالتافهون استطاعوا بلوغ مبتغاهم وسيطروا فعلا على الناس واستطاعوا البروز في الساحة الفنية باعتبارهم أصحاب أذواق رفيعة، وهم في حقيقة الأمر يفتقرون لأدنى درجات الإبداع والخبرة، إذ نتج عن هؤلاء التافهين تهميش للقيم والمبادئ الإنسانية إلى غياب الذوق الرفيع.

والتفاهة ليست فقط ناتجا عرضيا لوسائل التواصل، بل هي جزء من منظومة متكاملة تعيد تشكيل الذوق العام وترتيب الأولويات الاجتماعية، حيث يمنح المحتوى السطحي مساحة أوسع على حساب المحتوى الجاد، وقد مهد هذا الطرح لفهم أعمق لكيفية تظهر التفاهة في منصة تيك توك تحديدا، باعتبارها أحد أكثر المنصات التي تعكس هذا التحول.

الفصل الثاني منصات التواصل الاجتماعي

الفصل الثاني: منصات التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: ماهية منصات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: تعريف منصات التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: نشأة منصات التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص منصات التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: أنواع منصات التواصل الاجتماعي:

المبحث الثاني: وظائف منصات التواصل الاجتماعي، أهدافها، أساليب العبث بها، وإيجابياتها وسلبياتها

المطلب الأول وظائف وأدوار منصات التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: أهداف منصات التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أساليب العبث في منصات التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

تمهيد:

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تغزو حياتنا اليومية أكثر من أي وقت مضى، فقد أضحى العالم تأسره شبكة عنكبوتية رقمية تنقل لنا مختلف المعلومات وتتيح لنا التواصل مع بعضنا البعض، وتطلعنا على مختلف الأحداث والمجريات اليومية.

كما أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل فيس بوك، يوتيوب وإنستغرام، بالإضافة إلى شبكة التيك توك من أكثر الشبكات جاذبية واستقطاباً للملايين من رواد الانترنت، وقد تطورت في السنوات الأخيرة لتصبح الأكثر انتشاراً واستخداماً خاصة بين فئة الشباب الذين تحرروا من قيود واقعهم الاجتماعي وأصبحوا أكثر حرية في التعبير من خلال التفاعل عبر مثل هذه الشبكات الاجتماعية، والتي أصبحت تنعكس على مختلف آرائه واتجاهاته، وتؤثر على سلوكياته اليومية.

ولعل من الأسباب الرئيسية لإقبال فئات المجتمعات المعاصرة وخاصة فئة الشباب وانجذابهم لهذه المواقع هو أن الانضمام لها لا يتطلب جهداً كبيراً، إذ يكفي من يريد استخدامها التسجيل في إحداها وقبول دعوة أحد ما، ثم اختيار المجموعة التي يرغب في التواصل معها ليدخل عالماً لا يخلو من إثارة المشاعر والغرائز، والتشجيع على التفاهة في كثير من الأحيان.

المبحث الأول: ماهية منصات التواصل الاجتماعي.

تعد منصات التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي الانترنت التي تجمعهم ميولات واهتمامات مشتركة.

المطلب الأول: تعريف منصات التواصل الاجتماعي

تعرف منصات التواصل الاجتماعي بأنها: خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء، ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات، بالإضافة إلى البحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين، مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة، البريد الإلكتروني، الفيديو، التدوين، ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات.¹

وتعرف كذلك بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات.²

وقد عرفها الدكتور "سعيد البطوطي" في كتابه "التسويق السياحي" بأنها: مواقع ويب أنشئت بغرض جمع المستخدمين وأصدقاء (العمل أو الدراسة)، ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، والبحث عن تكوين صداقات واهتمامات وأنشطة جديدة، كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات، المحادثة الفورية البريد الإلكتروني، مقاطع الفيديو، الصور والتدوين.

كما عرفها "محمد المنصور" بأنها: تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة)، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات، كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.

وتعرف الشبكات الاجتماعية بأنها: شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طوال السنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم.³

¹ - دهمي زينب، مواقع التواصل الاجتماعي «فيسبوك»، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 26، (2012)، ص 476.

² فهد علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 61، (2014)، ص 202.

³ - حسين محمود الهتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015، ص 84.

وتعرف أيضا بأنها: الوسائط التي نستخدمها لتكون اجتماعيين.¹

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة.

أو هي المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها، تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.²

من خلال ما ذكرناه نلاحظ أن تعريفات منصات التواصل الاجتماعي أو ما تعرف كذلك بمواقع الشبكات الاجتماعية تعدد وتختلف حسب كل باحث، غير أنها تتفق في عديد من النقاط حيث نجد أن معظم التعريفات التي تناولت منصات التواصل الاجتماعي ركزت على ما يعرف بالمجتمع الافتراضي والعلاقات التي تجمع بين أفرادها والتفاعل فيما بينهم، هذا بالإضافة إلى جانب التركيز على قضية الهوية التي تحدد من خلالها قوائم المعارف والأصدقاء الذين يتم التفاعل معهم عبر هذه المنصات.

المطلب الثاني: نشأة منصات التواصل الاجتماعي

يرجع ظهور مصطلح الشبكات الاجتماعية إلى الباحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن "جون بارنز"، والذي صاغه سنة 1954. وظهرت في السبعينيات من القرن العشرين بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية الأولى وكانت قوائم البريد الالكتروني من أولى التقنيات التي سهلت التفاعل الاجتماعي، حيث أتاح هذا التفاعل للأفراد إمكانية تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين، وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة. وفي منتصف التسعينيات من القرن العشرين بدأت شبكات التواصل الاجتماعي تظهر بشكلها الجديد، مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل. ويمكن إجمال ظهور وتطور شبكات التواصل الاجتماعي عبر ثلاث موجات أساسية، الموجة الأولى جسدت ظهور الشبكات لدعم تواصل الأفراد مع إضافة بعض الخدمات الاجتماعية من حين لآخر، والموجة الثانية تميزت بالتنافس بين شبكات عديدة لاستمالة المستخدمين من خلال التخصص بالتوجه الجماهير معينة، أما الموجة الثالثة فهي مرحلة الوصول لجماهير عريضة في ظل سيطرة وشهرة شبكات معينة.³

¹ - عبد الله ممدوح مبارك العرود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011-2012، ص 32.

² - خالد غسان ويوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط 2013، ص 24.

³ حمايدية سارة، الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2014-2015، ص 39.

ففي عام 1986 أنشأت مؤسسة العلوم العالمية شبكتها الأسرع tnsfne مع ظهور بروتوكول نقل الأخبار الشبكية، وأصبح ظهور أندية النقاش التفاعلي المباشر أمراً ممكناً، وفي منتصف التسعينيات من القرن العشرين اتصل بشبكة الانترنت ستة ملايين جهاز خادم و خمسين ألف شبكة، وأطلقت إحدى شركات الكمبيوتر برنامج البحث في الشبكة العالمية حيث أصبحت انترنت و "ويب" كلمات متداولة عبر العالم، كذلك الحال في الشرق الأوسط فقد أصبحت "انترنت" من الموضوعات الساخنة ابتداء من التصميم الأول للشبكة وحتى اليوم، أصبح هناك عدد من مزودي خدمة "انترنت" يقدمون خدماتهم.

وقد شكلت ثورة المعلومات والاتصالات والإعلام المتعدد الوسائط أحد أبرز عمليات التحول التاريخي في المعرفة والقوة والثروة في تاريخنا المعاصر.

وقد ظهر أول موقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت في شكل تجمعات على الانترنت هو موقع (جيوسيتيز geocities.com في عام 1994)، تلاه موقع (ذاجلوب [the glob.com](http://the.glob.com)) بعد ذلك بعام، ثم تلاه موقع (تريبود tripod.com) في العام نفسه، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتبادل المعلومات والأفكار الشخصية حول موضوعات مختلفة، باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات.¹

وفي عام 1995 ظهر موقع (classmatrees.com) وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً، وعضوية هذا الموقع مجانية.

وبعد عامين أطلق موقع (sixdegrees.com) الذي أخذ اسمه من عبارة "six degrees of separation" "ست درجات من الانفصال" التي أخذت من تجربة العالم الصغير لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفارد "ستانلي مليغرام" «[stanleymilgram](http://stanleymilgram.com)»، وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف، يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية، وإدراج قوائم بالأصدقاء، كما أتاح منذ عام 1998 إمكانية تصفح هذه القوائم، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999 و2001 التي لم تحقق نجاحاً لعدم جودتها المادية.

¹ محمد علي البطة، وسائل الإعلام الإلكتروني والتواصل الاجتماعي وآثارها الدينية والفكرية، دراسة دعوية، جامعة الأزهر الشريف، فرع المنصورة، ص1841.

وفي المدة بين عام 2002 وعام 2004 بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها، فقد ظهر موقع "friendater" عام 2002 في كاليفورنيا من قبل «jonathanabram»، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية، وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر الغرض من صور وملفات الأصدقاء والأفراد، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وهو متاح بلغات عدة.

وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة "skrock" كموقع للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع، إذ حصلت على المركز السابع عام 2008 في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.¹

وقبل ظهور موقع الفيس بوك أنشئ في العام 2003 موقع ماي سبيس "myspace" الأمريكي، ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العام 2006، وأهم ما يقدمه ماي سبيس تفاصيل الملفات الشخصية، وتتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، فضلا عن التدوين.

وفي فبراير من العام 2004 نشأت شبكة الفيس بوك على "مارك زكوريغ" في جامعة هارفارد، وكانت فكرته اجتماعية بحيث يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم البعض إن أرادوا، ثم عمت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، لكن الدور الكبير الذي جسده الشبكة في تعزيز المشاركة السياسية جعلها تنمو وتتسع بسرعة لتحقيق شعبية كبيرة خصوصا بين الأجيال الشابة وطب الجامعات، ولما كان من الصعب العثور على فيديوهات لأي حدث أو مشاركتها عبر الانترنت.

بعدها جاءت فكرة اليوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين هم: الأمريكي تشاد هارلي، والتاواني ستيف تشين، والبنغالي جاود كريم، الذين كانوا يعملون في شركة بايبل "paypal"، واتفق الثلاثة على تطوير الفكرة، وفي الرابع عشر من فبراير من العام 2005 تأسس موقع يوتيوب، وكانت ولادة الموقع في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وكان الإصدار التجريبي له في نوفمبر من عام 2005.²

ثم ظهر موقع تويتر في العام 2006 على يد جاك درزي "jack dorsey" وبيز ستون "biz stone" وايفان ويليامز "evan williams"، ويسمى موقع التدوين المصغر فهو يسمح للمستخدمين بكتابة رسالة (تغريده) لاتتجاوز 140 حرفا، وتويتر خدمة أطلقتها شركة "obvious" والتي مقرها سان فرانسيسكو، ثم قامت بفصل تويتر في شركة مستقلة تحمل اسم تويتر "twitter" في عام 2007.

¹ حسين محمود الهتيمي، مرجع سبق ذكره، ص 81.

² عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص 33.

أما عربيا فهناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخرا لكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى، ومن أمثلة تلك الشبكات الاجتماعية العربية ياهو مكتوب وهو من أكبر وأشهر المواقع العربية والتي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي المواقع، وتقدم لهم العديد من الخدمات مثل البحث عن أصحاب، وتكوين صداقات، ورفع ملفات الفيديو والصور، ومشاركتها مع الأصدقاء وإنشاء مجموعات، وماخو ذلك.

وموقع عربيز "arabiz" وهي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها عام 2009 وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية.

المطلب الثالث: خصائص منصات التواصل الاجتماعي

المنصات الاجتماعية هي المواقع الإلكترونية التي تتمتع بالعديد من الخصائص الفريدة بها، وهي كالتالي:

1- **التفاعلية والمشاركة:** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.¹

وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها، ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين، ومدى تفاعلهم، والرد عليهم مباشرة، وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين.

يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته (رياضة، أزياء، أوموسيقى)، أو ما يتعلق بموطنه (أحداث سياسية، خرائط أو صور لمدينته، وبعض المعالم الاثرية) التي يرغب بتقديمها للآخرين.²

الانفتاح: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي استقبال تعليقات الجمهور ومشاركتهم ولا تضع عوائق أو حواجز على هذه المشاركات، أو على تصفح المحتوى الموجود عليها أو استخدامها، ويجدر أن توجد حواجز أو (فلتر) على ما يضيفه الجمهور، ولذا تتسم بأنها مفتوحة أمام مساهمات الجمهور وإضافاتهم.³

¹ خالد غسان ويوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 26.

² حسين محمود الهتمي، مرجع سبق ذكره، ص 86.

³ - أبا الفضل حسن، تفاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي (دراسة في منظمات المجتمع المدني)، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2021، ص 88.

ويمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقومون بعملية إنتاج المحتوى، عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى.¹

3-الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع، والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي مثل خبر ما يعجبك على مدونة فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا مما يسهل ويسرع عملية انتقال المعلومات.²

4-المجموعات: هذه الخاصية هي أساس العمل الجماعي على الشبكات الاجتماعية، حيث تتمتع جميع الشبكات الاجتماعية بإمكانية إعداد مجموعة اهتمام يجمعها هدف وغرض معين، وتقدم خدمات ما على مستوى الشبكة وهذه الصفة قد يجعلها أصحاب المجموعة قاصرة على بعض الأفراد أو قد تكون عامة للجميع، حيث يمكن مثلاً لعائلة بأكملها عمل مجموعة على موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية و تغلقها ولا تتيح لأي فرد غريب عنهم الدخول أو الاشتراك في هذه المجموعة، ويمكنها أيضاً جعل هذه المجموعة عامة وتستقبل عضوية أي شخص للاشتراك على موقع الشبكة، وهذه الخاصية تتيح مشاركة الأفكار و عقد منصات حوارية تفاعلية مستمرة بين الاعضاء في أي وقت و اخبار باقي أعضاء المجموعة غير المتصلين حين اتصالهم بما حدث من تطوير و تفاعلات و غيرها، وهذه الخاصية أيضاً يمكن تضمينها بملقطات الفيديو و الصور السابق التحدث عنها.³

5-خاصية الدوام: يراد بها أن الأحاديث والتعليقات المتبادلة على هذه المواقع مسجلة ويمكن للأفراد الرجوع إليها في أي وقت ويشاءون، على هذا فإن هذه المحادثات تختلف اختلافاً كلياً عن المحادثات العادية التي تجري في الحياة الاجتماعية الواقعية، ذلك أن الكلمات التي يتبادلها الأفراد عادة ما تكون لحظية وغبر مسجلة، فلا يستطيع الفرد استرجاعها بعد اللحظة التي قبلت فيها.

6-المرونة: تتمثل في إمكانية فتح أحد المواقع من أي جهاز آخر كالهواتف الجواله من دون شرط وجود الحاسب المحمول، فالأجهزة المحمولة أصبحت تتضمن أنظمة تشغيل خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي.⁴

¹ - حسين محمود المهنيني، مرجع سبق ذكره، ص 87.

² - وليلة حدادي وشفيقة مهري، مواقع التواصل الاجتماعي: تعزيز المشاركة السياسية عبر المجتمعات الشبكية، اريد: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2021، ص 33.

³ - وليلة حدادي وشفيقة مهري مرجع نفسه، ص 35.

⁴ - أبا الفضل حسن طاهر، مرجع سبق ذكره، ص 88.

7-سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

8-اقتصادية في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالكمل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون الأخرى.

9-شاملة: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.¹

10-خاصية الصور: هذه الخاصية تتيح للمستخدم إمكانية اعداد ألبوم للصور الخاصة به، كما يتعرض من خلالها صور أصدقائه المضامين لديه وصور عائلته وصور مناسباته الخاصة أو العامة.

11-خاصية الفيديو: هذه الخاصية توفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركته على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرسالها كرسالة مرئية (صوت وصورة)، وبذلك تمكن للجمهور الحصول عليها ومشاهدتها ويمكن أن نستغل موقع اليوتيوب في هذا الأمر.

12-خاصية الأحداث الهامة: هذه الخاصية تتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء بتطورات أولاً بأول، ويمكن استغلال هذه الخاصية في الاعلان عن أحداث مهمة وذلك من خلال كتابة اسم الحدث ونوعه وتقديم وصف للحدث موعد انعقاده وموعد انتهائه.

المطلب الرابع: أنواع منصات التواصل الاجتماعي

منذ الظهور الأول لمنصات التواصل الاجتماعي وهي تطمح لتحقيق أهداف محددة خاصة الأهداف التجارية، ومنذ بدايتها وهي تختلف وتتطور لتصدر القائمة كل سنة وأخرى، فتاريخياً كان لبعض الشبكات أهمية كبيرة وصدى واسع مثل موقع "أوماي نيوز" الذي وجد إقبالا كبيراً، ومع تطور مختلف الشبكات الاجتماعية أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى عدد الجماهير، ومن أهم المواقع التي تصدرت القائمة في الوقت الحالي نجد: فايسبوك، تويتر، يوتيوب، انستغرام، واتساب، وويكي، وهي المواقع التي سنتحدث عنها باعتبارها من أهم الشبكات الاجتماعية:

1-الفايسبوك: هو شبكة اجتماعية تضم الملايين من المستخدمين يتواصلون بالصور والمشاركات عن طريق الانترنت، حيث تم افتتاح هذا الموقع على يد طالب بجامعة هارفارد ويدعى مارك، كان هدفه إقامة شبكة تضم

¹ -عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2015، ص 67.

طلبة الجامعة في موقع واحد، حيث تم تنفيذ الفكرة مع مجموعة من زملائه في قسم علم الحاسوب من فكرة موقع "فايسماتش" التابع لجامعة هارفرد 2003.

ويعتبر الفاييسبوك أكبر شبكة اجتماعية تحتل المركز الثاني في ترتيب المواقع على مؤشر (أليكسا) بعد مؤشر البحث غوغل، حيث استقطب 800 مليون في عام 2011، وهناك تواجد صحفي كبير على شبكة الفيسبوك لما تخلقه من حالة النجومية الفردية بإمكاناتها في استضافة الصور والترويج للروابط والفيديوهات، وخلق حالة إعجاب بالحالات المدونة، كما يتيح الفيسبوك كتابة الملاحظات وهي أقرب للتدوين مما أدى إلى عزوف الكثير من المدونين عن التدوين على مدوناتهم الشخصية.¹

2-تويتر: هو ثاني الشبكات الاجتماعية، ويعتبر الموقع العاشر عالمياً على تصنيف (أليكسا)، يعتمد على التدوين القصير فيما لا يزيد عن 140 حرف، وصل عدد مستخدميه إلى 500 مليون مستخدماً للشبكة في 2013، ومن المعروف أن تتبع بعض الشخصيات على الموقع وتتب أخبارهم وتصريحاتهم أدى إلى بعض المشاكل. يقوم موقع تويتر على مبدأ (التغريدة) أي كتابة نص ونشره على الصفحة الشخصية وأن محدودية الخانات أو الأحرف هو ما جعل لموقع تويتر أهمية خاصة وانتشار كبير، فالناشطون بقراءة أخبار المشاهير وتتل المواضيع الطويلة، فجاء هذا الموقع لتلبية لاحتياجات الجميع.

ويعتد مستخدمي تويتر أغلبهم من المحترفين والمختصين بغض النظر عن هذا الاختصاص أو الاحتراف، وأنه بمجرد الدخول إلى تويتر يمكن البحث عن المواضيع التي تهم نفس الاختصاص ومتابعة أخبار المحترفين في هذا الاختصاص من حساباتهم على تويتر، فالنسبة الأغلب من مستخدمي تويتر يقومون باستخدام هذا الموقع لنشر أفكارهم وأخبارهم وتعليقاتهم عن مجال عملهم أو أي موضوع آخر بالإضافة إلى أن تويتر باستطاعته كسب الأصدقاء، ولكن استخدامه كطريقة أو وسيلة للتواصل الاجتماعي الفعلي وتشكيل روابط قوية مع الناس يبقى أضعف وأقل مرونة من موقع فايس بوك.²

3-يوتيوب: هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني ويستخدم تقنية "الأدوبي فلاش" لعرض المقاطع المتحركة، ومحتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، والفيديوهات المنتجة من قبل الهواة. في أكتوبر 2006 أعلنت شركة google الوصول إلى اتفاقية شراء الموقع مقابل 1,65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1,30 مليار أورو.

¹ - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 72.

² - إباد هلال حمادي الدليمي، الشبكات الإذاعية والتلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي (وضيفة إخبارية أم ترف إعلامي)، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2020، ص 197.

4- البريد الإلكتروني: يطلق مصطلح البريد الإلكتروني بشكل عام على الثروة المختلفة وتبادل الرسائل الشخصية بين مستخدمي الكمبيوتر، وآخر من خلال أحد أنواع الربط الإلكتروني للبيانات وهو أداة لإرسال النصوص من شخص لآخر باستخدام الحاسوب، وأنه بالرغم من وجود اختلافات كبيرة بين أنظمة البريد الإلكتروني التي تقوم بتخزين البريد وإرساله، إلا أن هذه الأنظمة في الواقع تعمل بأسلوب متشابه وتتسم بخصائص متقاربة، ومن فوائده أن تكاليفه زهيدة لأبعد حد مهما كان بعد المسافة بين المرسل والمستقبل، فإن الإرسال لا يكلف مبالغ إضافية لإرساله.

5- الانستغرام: يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والانستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية. كانت بداية الانستغرام عام 2010 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور، وإضافة فلتز رقمي إليها، وإرسالها عبر الخدمات الاجتماعية.

6- المدونات: هي دمج لكلمتي "السجل" و"الويب" بالإنجليزية، وهي نوع من المواقع الإلكترونية أو جزء من أحدها وتكتب فيها التدوينات لنقل الأخبار أو التعبير عن الأفكار وتسجيل المذكرات، ويتولى صاحب المدونة إدارتها وإضافة النصوص والوثائق والوسائط المتعددة من صور ومقاطع صوتية ومرئية، مع إمكانية الحذف والتعديل، وتنشر التدوينات في المدونة وفق تصنيفات يحددها صاحب المدونة مع أرشفتها آلياً حسب تاريخ النشر، ويتم ترتيب المحتوى الأغلب ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وللمدونات أنواع مختلفة منها (مدونات الأخبار، المدونات الشخصية، مدونات المذكرات اليومية، مدونات الصور، ومدونات المقاطع المرئية).¹

7- الويكي: وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجاناً) أشهرها موقع "ويكيبيديا"، وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح.²

8- الواتساب: هو تطبيق إرسال فوري محتكر، متعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن من إرسال فيديوهات والوسائط الصوتية، تأسس من طرف الأمريكي "أكتون" والأوكراني "جان كوم" وكلاهما كان يعمل في مؤسسة "ياهو" ويقع مقرها في كاليفورنيا، ويعتبر الواتساب من أهم مواقع التواصل الاجتماعي.³

¹عبد الرحمن ابن ابراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 66.

²خالد غسان ويوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 25.

³أحمد قاسمي وسليم جداري، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط 1، 2019، ص 23.

المبحث الثاني: وظائف منصات التواصل الاجتماعي، أهدافها، أساليب العبث بها، وإيجابياتها وسلبياتها

المطلب الأول وظائف وأدوار منصات التواصل الاجتماعي

من أهم أدوار منصات التواصل الاجتماعي ما يلي:

1-التواصل: تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتبسيط الاتصال بالعالم، وتقليل المسافات، وتساعد على تقريب الناس من بعضهم البعض فهي تحسن الروابط بين الناس عبر توفير وسائل تتيح التواصل بوضوح دون التسبب في أي إزعاج، كما أنها تعمل على تقليل الحدود الثقافية والجغرافية بين القارات، فالعالم لا حدود له مع مواقع التواصل الاجتماعي.

2-المعرفة: فيما يخص المعرفة والتعليم تفتح مواقع التواصل الاجتماعي الآفاق وتمكن الناس من البحث والتعلم في المواضيع التي تستهويهم، كما تعتبر الأدوات التكنولوجية العصرية وسائل تفاعلية للحصول على آخر المستجدات في العالم.

3-التعبير عن الذات: تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منصة للعديد من الشباب للتعبير عن وجهة نظرهم وإبداعاتهم، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ذراع واق وأداة للتعبير والإبداع، فبدون مواقع التواصل الاجتماعي ستبدو أشكال مباشرة أخرى للتعبير (مثلا وجها لوجه) ذات تأثير سيء لبعض الأفراد.

4-تغيير المواقف: قدرة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما تنشره وتبثه من موضوعات على تغيير نظرة وموقف واتجاه الجمهور إلى العالم نسواء على مستوى الأشخاص أو القضايا أو على مستوى السلوك والقيم.

5-تعبئة الرأي العام: وهي من أهم خصائص وسائل التواصل الاجتماعي نظرا لقدرة على إثارة الجماهير وتحريكها لتحقيق غرض معين عن طريق تكييف الجماهير معه، وكان من أبرز الأسئلة على ذلك حراك الشباب العربي الذي تمثل في الثورات التي شهدتها بعض الدول العربية، والتي سميت بثورات الفيسبوك الذي أثبت قدرة هذا النوع الإعلام على تعبئة الرأي العام نحو التغيير.

6-التنشئة الاجتماعية: إن كل ما يتم قراءته أو مشاهدته مليء بالقيم، فذلك يعمل على تلقين المستقبل مجموعة من المعارف تعمل على تشكيل الهوية الثقافية.

7-تشكيل القيم: فمواقع التواصل الاجتماعي إما تساهم في خلق قيم واتجاهات جديدة، أو تدعيم القيم والاتجاهات السائدة والموجودة أصلا، أو تغيير القيم، أما مجالات التأثير فهي ثلاثة، إذ يعمل الإعلام الجديد على

تغيير سلوكه، حيث يبدو من الثابت أن تأثير الاعلام الجديد يمتد ليشمل قيم المجتمع أيضا، بتعزيزها ودعمها أو تعديلها أو إلغائها نهائيا، أو يخلق قيم جديدة وإحلالها في المجتمع.¹

المطلب الثاني: أهداف منصات التواصل الاجتماعي

يمكن القول: إن استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي والتي أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية تسعى نحو تحقيق الغايات التالية:

- 1) **غايات دينية اخلاقية:** وتتضح هذه الغايات من خلال الدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة.
- 2) **غايات تجارية:** وتتضح هذه الغايات من خلال تسويق والإعلان والترويج.
- 3) **غايات سياسية:** وتتضح هذه الغايات من خلال الدعاية والتحريض، وقد عاين العالم العربي شبكات التواصل الاجتماعي، مثل: الفيسبوك وتويتر من تأثير بالغ في انتقال الثورات من بلد عربي إلى آخر ومن مدينة إلى أخرى.
- 4) **غايات تعليمية:** وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات.
- 5) **غايات ترفيهية:** وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الموسيقى والصور والمقاطع المصورة وما إلى ذلك.
- 6) **غايات أدبية:** وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء.
- 7) **غايات نفسية اجتماعية:** خروجاً من العزلة وإلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعية.
- 8) **غايات شبكية وهمية:** على شبكة الانترنت سراديب وأركان حمراء لا حصر لها لراغبي اللذات الجنسية الوهمية التي يمكن أن تتحول إلى علاقات واقعية.
- 9) **غايات عاطفية:** قد تنتهي تلك الشبكات إلى التأسيس لعلاقات عاطفية منها ما ينتهي بالزواج في الواقع.²

¹ إياد هلال حمادي الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 72-74.

² حامد سعيد الجبر وأخرون، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، الجزء الثاني، ديسمبر 2017، ص 93

المطلب الثالث: أساليب العبث في منصات التواصل الاجتماعي:

الفيروسات: **viruses**:

تتفاوت الفيروسات في خطورتها و قد تصل إلى حد مسح كل البرامج و الملفات و تنتقل كالعدوى من جهاز الى الأجهزة الأخرى ،تعتبر الفيروسات الإلكترونية في الشبكات الاجتماعية من أنواع الديدان الكمبيوترية ،ومن أشهرها دودة "كوبفايس" (koobface)، التي أنشأت أكبر عدد من الكمبيوترات المسخرة لأغراض خبيثة في بيئة الجيل الثاني من الويب و فيروس كوب فيس هو عبارة عن دودة إلكترونية تنتشر عبر حسابات المستخدمين المسجلين في مواقع الشبكات الاجتماعية ذائعة الصيت من أمثال "فيس بوك" و "مايسبيس" وغيرها ،و هي تخترق قوائم الأسماء في حسابات المستخدمين ،وترسل لهم اخبارا و تعليقات تتضمن رابطا لإحدى الصفحات غير الحقيقية لموقع "يوتيوب" «وتطلب منهم تحميل نسخة حديثة من مشغل الوسائط المتعددة "فلاش" كي يتمكنوا من تشغيل مقطع الفيديو الموجود على موقع "اليوتيوب"، وبدلا من تحميل البرنامج يتم تحميل دودة "كوب فيس" على جهاز الكمبيوتر الخاص بالمستخدم ،وتتخذ منه قاعدة جديدة تشن منها غارات على أجهزة الكمبيوتر الأخرى الخاصة بالأصدقاء المدرجين في قائمة الأسماء لدى المستخدم الذي أصابت جهازه هذه الدودة.

الديدان: **Worms**:

برامج شبيهة بالفيروسات، ولكنها تختلف عنها بحيث إنها لا تحتاج الى ملف ناقل، وبإمكانها تنفيذ عملها دون الحاجة الى قيام المستخدم بعمل معين يحفزها لبدء نشاطها وهي أكثر تأثير على مواقع التواصل الاجتماعي.

الباب الخلفي **back door**:

تكون مدخلا سريا في جهاز المستخدم دون علمه، مما يسمح للمتطفل بالوصول غير الشرعي للملفات.

نشر الإباحية: **pornography**:

استدراج الشباب وتحريضهم على أنشطة جنسية عبر الوسائل الإلكترونية وإغوائهم لارتكابها، والحصول على الصور ومشاهد الفيديو بطريقة غير مشروعة لاستغلالها في أنشطة جنسية.

الابتزاز: **net extortion**:

بإغراءات معينة يحصل المبتز على صور ومواقع وأحاديث خاصة جدا ويساوم عليها للحصول على مقابل مادي أو جنسي أو نحوه.¹

¹ حامد سعيد الجبر، مرجع سبق ذكره، ص 94.

الإرهاب الإلكتروني:

وظفت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة لنشر الأفكار المتطرفة، دعم الإرهاب فكريا وماديا وتشويه الحقائق وتجنيد الاتباع باسم الجهاد.

البريد المتطفل:

يتم عشوائيا الاتصال بالمتلقي عن طريق الحملات الإعلانية يطلب منه الدخول بنقر فتحمل على جهازه ملفات ضارة، أو يقوم بتوجيهه لموقع آخر لسرقة بياناته الشخصية، فهو يضيع الكثير من وقت المستخدم ويستهلك الكثير من اتصال "bandwidth" الشبكة، ويمكن التخلص منه باستخدام "anti-spam".

قرصنة البرامج:

نسخ البرامج وتوزيعها بغية التشهير بأصحابها، وإنشاء مواقع للبرامج المقرصنة انتهاك لحقوق الملكية والنشر حجب الخدمات تعطيل الأجهزة الخادمة الموفرة للمعلومات، وتغيير عناوين مواقع الانترنت، يتم ذلك بطرق منها flooding للخدمات بطلبات الاتصال request فتعجز الخدمات عن الرد أو إيصال المعلومة ما يعطل عملية التواصل.

الاحتيال:

يتمثل الاحتيال بإغراء المتلقي بالاستجابة لطلبات المتصل في الحصول على معلومات شخصية أو العنوان البريدي الإلكتروني، ليتمكن من الدخول واستخدام البريد الإلكتروني ليتمكن من الدخول في أعمال تخصه باسم صاحب البريد الأصلي.

التشهير:

التشهير وتشويه السمعة في مواقع التواصل الاجتماعي سهل وميسر للعابثين، وذلك بالقيام بنشر معلومات حصل عليها المتصل بطريقة غير مشروعة أو معلومات مغلوطة، وتهدف إلى كسب مادي، أو سياسي أو اجتماعي معين.

سرقة كلمات المرور:

هناك طرق عدة لسرقة الأرقام السرية التي تمثل كلمة المرور إلى المواقع، ومنها استخدام برامج لاقطة "sniffer" أثناء الاتصال بالإنترنت، حيث يتمكن المجرم من التقاط معلومات المستخدمين.¹

¹ عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 56.

الاختراق:

يحدث ثغرات في نظام الحماية الخاص بالهدف، فيتمكن المخترق من الوصول إلى المعلومات بشكل غير قانوني، فيقوم بالاستيلاء على المعلومة ونشرها بعد تحريفها أو حذفها.

انتحال الشخصيات:

عن طريق الاستيلاء على كلمة المرور يمكن للمتصل العاث انتحال شخصية العديد من الشخصيات البارزة والمرموقة، والذين يملكون الآلاف من الأتباع على الشبكات الاجتماعية ويحدث ذلك غالبا على «ويتر» مما يلحق الحرج بالشخصيات التي انتحلوا صفتها. ولكي تتناقل الأجهزة المعلومات عبر الشبكة فإنها تربط (ip) ب (mac)، لكل جهاز ip عنوان فريد لا يتكرر يمكن للأجهزة الأخرى مراسلته به إضافة إلى وجود عنوان آخر يسمى ب mac¹.

المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي

أحدثت منصات التواصل الاجتماعي ثورة في الاتصال والتواصل، وذلك لجمعها ملايين من المستخدمين الذين يتبادلون كمية هائلة من البيانات والمعلومات في نفس الوقت، مما ساهم في وصول المعلومات والأفكار بصورة كبيرة لم تكن موجودة من قبل، الأمر الذي أدى إلى زيادة أعداد المشتركين فيها بصورة كبيرة جدا خاصة من المراهقين والشباب، وهناك مجموعة من العوامل التي ساعدت على انتشار الشبكات الاجتماعية، من أبرزها ظهور العزلة الاجتماعية في الأوساط الأسرية والاجتماعية بسبب نمط الحياة المعاصرة والذي يعتمد على الفردية وعدم التشارك في محيط الأسرة الواحدة، حيث أصبح جميع أفراد الأسرة في الغالب يعملون خارج المنزل مما أدى إلى حدوث فجوة في التواصل بين أفراد الأسرة الذين لا يجدون الشخص الذين يتشاركون معه تفاصيل حياتهم اليومية، وهو الأمر الذي توفره شبكات التواصل الاجتماعي، كما أن البطالة ووقت الفراغ يجعل الشباب يقضون الكثير من أوقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

أهم إيجابيات منصات التواصل الاجتماعي:

1) وفرة المعلومات: أتاحت الانترنت وفرة المعلومات في مختلف حقول العلم والمعرفة، وكذلك سرعة الوصول إليها، حيث تنتج العقول البشرية الآن من المعارف في سنوات قليلة قدرا يفوق ما كانت نتجه سابقا في عقود زمنية طويلة، وكل ذلك يتم تداوله بصورة يومية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة الموجودة على الانترنت.

¹عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 57-58.

(2) شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال: أصبحت الشبكات الاجتماعية بديلاً اتصالياً للوسائل الاتصالية الأخرى من هاتف وفاكس وتلكس وغيرها، واستحدثت أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي والاتصال بالآخرين دون التقيد بالموقع الجغرافي أو كلفة الانتقال أو عدم توافر الوقت اللازم للمقابلة، مما ساعد على تبادل الآراء بحرية على مستوى العالم، وتعتبر تكلفة الاتصال على الشبكات الاجتماعية أقل بكثير من تكلفة وسائل الاتصال الأخرى.¹

(3) سهولة الاستخدام: طورت شبكات التواصل الاجتماعي لتكون سهلة الاستخدام، ويستطيع أي مستخدم أن يتعامل معها ومع تطبيقاتها بكل يسر، مع اختلاف أعمار هؤلاء المستخدمين ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية، حيث أن استخدامها يحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس الحاسب الآلي، كما أنها تمتاز بالتصميم البسيط وسهولة إجراء المحادثات النصية والصوتية والمرئية، وتوفير صوراً متزامنة مع الوقت للتحديثات، وتقديم إشعارات معينة تثير انتباه المستخدم.

(4) شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلام: مكنت شبكات التواصل الاجتماعي مستخدميها من مشاهدة كافة القنوات التلفزيونية والاستماع إلى الإذاعات والتعرف على كل ما يحدث في العالم في وقت الحدث مباشرة ومشاهدة الأفلام والأحداث المصورة السياسية والثقافية والعلمية والرياضية، كما مكنتهم من إنشاء صفحات متخصصة لموضوع أو مؤسسة ما ونشر الأخبار ومشاركة الأحداث مع الغير.

(5) الامكان: تتخطى شبكات التواصل الاجتماعي كل الحواجز الجغرافية والمكانية التي حالت دون انتشار الأفكار وامتزاج الناس وتبادل المعارف والخبرات والمعلومات.

(6) الازمان: إن السرعة الكبيرة التي يتم نقل المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي تجعل من حق كل مستخدم الحصول على المعلومة في نفس الوقت وفي أي مكان في العالم بدون وجود فارق زمني كبير بين انتقال المعلومة بين المرسل والمستقبل.

(7) التفاعلية: تتعامل وسائل الإعلام التقليدية مع الأفراد كمستقبلين فقط، أما في عصر الانترنت فبإمكان المستخدم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والحوارات أن ينتقل من دور المستقبل إلى دور المرسل والناشر مما أدى إلى ظهر مصطلح "المواطن الصحفي".

حيث أن التطبيقات والخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي تبلغ سعة الحياة كلها، وهي متنوعة في شتى المجالات وتغطي كل اهتمامات المستخدمين لها.

¹ سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2015، ص168.

(9) المجانية: كثير من الأنماط التجارية التي تعمل في مجال تقديم خدمات الانترنت بدأت في تخفيض أسعارها لتمكين المجتمع من اعتبار خدمة الانترنت من الخدمات الأساسية في الحياة ويجب توافرها للجميع، وبالتالي بمقدور أي فرد مهما كانت طبقته الاقتصادية أن يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي الموجودة على الانترنت.

(10) إظهار المشاعر الانسانية: قبل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي كان من أهم سلبيات الانترنت أنه لا يوجد فرصة كبيرة لإظهار المشاعر الانسانية من خلال المحادثات التقليدية التي كانت تتم من خلالها، لأن الإيماءات والإشارات البشرية كان من الصعب أن تتضمن في تلك المحادثات وأتاح ظهور شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة العاطفية.¹

ويرى الباحث أن اعتماد الأفراد خاصة الشباب على الأشكال الالكترونية التي تعبر عن الحالة المزاجية سواء حزن أو سعادة أو غيرها، قد يشكل خطراً في المستقبل على اللغة المنطوقة والمكتوبة، ويضعف استخدام الأفراد لها في محادثاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، لأنهم وجدوا البديل الأسهل للتعبير عن مشاعرهم وأفكارهم مما يهدد السلامة اللغوية للأفراد في المستقبل، الأمر الذي يتطلب إجراء مزيد من الأبحاث والدراسات حول الموضوع.2.

ب\ أهم سلبيات منصات التواصل الاجتماعي:

(1) إضعاف ذاكرة اللغوية العربية: إن كثرة استخدام وسائل التواصل الالكتروني عبر الكتابات النصية والأوامر الالكترونية، تؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد بسبب عدم التواصل الطبيعي وقلة النطق باللغة العربية، فالتواصل الاجتماعي الالكتروني تنقصه الكثير من العناصر المهمة في تكوين عملية الاتصال كلغة الجسد واللمس والحركة.

(2) نشر الأفكار والمعتقدات المتطرفة: تستخدم منصات التواصل الاجتماعي لنشر المعتقدات والأفكار المتطرفة سواء الدينية أو السياسية أو العنصرية، مما يجعل المستخدم فريسة سهلة لتلك الأفكار المنافية للدين والأخلاق والعادات والتقاليد المجتمعية الأصلية والقيم الوطنية والانتماء إلى المجتمع.

(3) الشعور بالعزلة والاغتراب: أوضح العديد من الباحثين أن كثرة التعامل مع الانترنت يؤدي إلى عزل الأفراد عن بعضهم البعض، ويؤثر سلباً على العلاقات الاجتماعية فيما بينهم، فضلاً عن خلق نوع من التوحد والعزلة والشعور بالاغتراب حيث أن تواصل الأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة غير مباشرة يضر بعلاقاتهم الاجتماعية وجهاً لوجه ويضر بالوقت الذي يقضونه سوياً.

2- أممي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس 222، العدد 24، الجزء الثاني، 2018، ص 27.

- (4) إدمان وسائل التواصل الاجتماعي: (يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية) يؤدي الإدمان إلى إرهاق العين البصرة، كما قد يؤدي إلى تلف جزئي للخلايا الدماغية، ويرتبط الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي بتغيرات في الدماغ مشابهة لتلك التي تحدث عند الأشخاص المدمنين على الخمر والكوكايين والمخدرات.
- (5) إضعاف المهارات التحليلية: تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي إلى إضعاف المهارات التحليلية بفعل الاعتياد على التلقي وعدم البحث المنهجي، وعدم إنتاج المعرفة والمعلومات، واستنساخ آراء ومعطيات الآخرين.
- (6) إضعاف المهارات الجسدية والتواصلية: فالمستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي لا يستغل سوى مهارتين أو ثلاث، ما يحرمه من تنمية الطاقات الأخرى الكامنة لديه التي تساعد على النجاح في حياته المستقبلية والاندماج في المجتمع.
- (7) انعدام السرية والثقة والمصادقية: عدم كفاية أمن المعلومات المنتشرة على الانترنت، مع إمكانية اختراق الحكومات لخصوصية المواطنين على شبكات التواصل الاجتماعي ومراقبة صفحاتهم ومنشوراتهم، والتجسس على الأفراد والمؤسسات.
- (8) التزييف والتزوير الإلكتروني: توسع مجال التزييف والتزوير وسرقة صور الأفراد الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي وتزييفها باستعمال برامج معالجة الصور المنتشرة على الانترنت.¹
- (9) انقلاب قيم التواصل: إحدى ركائز وسائل التواصل التقليدية هي صناعة الصور للشخص، وبالتالي يرتبط الناس بصاحب تلك الصورة ويخو اهتمامهم بالمحتوى، ولذلك من الممكن أن تكون بعض هذه الوسائل الجديدة التي فيها الأولوية للمحتوى حلاً لسطحية سائدة على الفيسبوك مثلاً، لكن لا يمكن النظر إليها كبديل فعلي للوسائل التقليدية التي تكمن قوتها في أنها تربط مئات الملايين من الأشخاص حول هدف أساسي، هو التشارك والتعبير عن النفس ومن الصعب الإطاحة به.²
- (10) دفع المستخدم نحو التقصير في الواجبات: خاصة الواجبات الأسرية والزوجية والاجتماعية والتي تؤدي تدريجياً إلى التفكك الأسري نتيجة الإدمان على الارتباط بوسيط افتراضي، لا يفرض نفس الأعباء والمتطلبات التي ترتبها المسؤوليات الاجتماعية العادية.

¹ ميمي محمد عبد المنعم توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 28.

² حسين دبي الزويني، شفاء عبد الزهرة الكنان، شبكات التواصل الاجتماعي والإدمان الرقمي (مخاطر التفاعلية والاندماج الرقمي)، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2021، ص 25.

11)ازدياد فرص ومعدلات الطلاق: بفعل الانشغال ووهم الاكتفاء بأصدقاء شبكات التواصل وكلمات المعجبين والمعجبات والاعتقاد الخاطئ بالاستغناء عن الحاجة إلى الشريك الزوجي، ومن هنا ولد مصطلح أرامل الانترنت.

12)الاختلاط الالكتروني بين الجنسين: إن اختلاط الذكر والإناث بطريقة منافية للضوابط الدينية والشرعية من أهم سلبيات منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما قد ينجم عنها من انحلال بطيء للقيم الروحية والمعنوية.

13)الغزو الثقافي للدول: يسمى "الدعاية الثقافية الدولية"، وتزداد فاعلية هذا الدور تدريجيا مع قوة ومكانة الدول التي تمارسه في النظام الدولي، حيث تركز الدول القوية على نشر ثقافتها داخل الدول الأخرى مما أدى إلى ضعف الثقافة المحلية والقيم الأصلية لكثير من دول العالم.

14)انتشار الشائعات: نتيجة عدم وجود آلية دقيقة للتأكد من مصادر الأخبار والمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي، انتشرت الأخبار المغلوطة بصورة كبيرة ويلاحظ في كثير من الأحيان أن متصفحها يعتقدون أن هذه المعلومات دائما صحيحة ويمكن الأخذ بها دون التأكد من صحتها وصحة مصدرها.¹

¹ حسام منصور شبكات التواصل الاجتماعي: مدخل نظري لفهم الإيجابيات والسلبيات المؤتمر العلمي الدولي العلمي الافتراضي الموسوم ب: الإعلام الرقمي "المتطلبات وآفاق التغيير"، جامعة مصراتة، ليبيا، 25-26 أكتوبر 2022.

خلاصة الفصل:

نستنتج أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت حتمية في الوقت الحالي ووسيلة فعالة للتواصل بين الأفراد، حيث ساهمت بتعزيز التعارف وإزالة الحواجز الجغرافية بين المجتمعات، إضافة إلى إرسال الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات دون قيود قانونية، كما مكنت مستخدميها بتبادل الأفكار والمعلومات بسهولة وسرعة فائقة مع إتاحة فرصة التسجيل والاشتراك في مختلف فضاءاتها وتطبيقاتها الإلكترونية.

ونظرا لتجسيد هذه الشبكات الاجتماعية لمفهوم المجتمع الافتراضي، قد دمجت المستخدمين بسرعة كبيرة في هذه المواقع وانسحبهم من الواقع، وبالتالي بروز العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي تختلف عن نظيرتها في الواقع بدءا من طبيعة الاتصال ونوعه، وصولا إلى البيئة التي تنشأ فيها هذه العلاقات والمجتمع الذي تتفاعل معه ضمن كيانه.

وبالرغم من تعدد سماتها وخصائصها إلا أنها سلاح ذو حدين، فما توفره من إيجابيات فهي تطرحه في العديد من التأثيرات السلبية على الأفراد والمجتمعات، كطمس الهوية الثقافية، خرق الخصوصية، الأمراض النفسية، التشتت الأسري، كثرة الشائعات وغيرها.

الفصل الثالث منصة التيك توك

الفصل الثالث: منصة التيك توك

تمهيد

المبحث الأول: ماهية التيك توك

المطلب الأول: مفهوم التيك توك

المطلب الثاني: نشأة منصة التيك توك

المطلب الثالث: خصائص ومميزات منصة التيك توك

المطلب الرابع: استخدامات منصة التيك توك

المبحث الثاني: آليات منصة التيك توك

المطلب الأول: أسباب رواج التيك توك وانتشاره

المطلب الثاني: عوامل تزايد إقبال الشباب على منصة التيك توك:

المطلب الثالث: إيجابيات منصة التيك توك:

المطلب الرابع: سلبيات منصة التيك توك

خلاصة الفصل

تمهيد:

لقد ساهمت منصات التواصل الاجتماعي بشكل كبير في إمطة اللثام عن جانب من جوانب الانحلال الأخلاقي الذي تعرفه المجتمعات خاصة العربية منها ،والذي كان في مراحل سابقة يتم في الخفاء في ظل النفاق الاجتماعي ووراء ستار الأخلاق و التدين ،و التيك توك هو أحد هذه المنصات التي استطاعت تحقيق انتشار كبير ،حيث تتميز هذه المنصة بسهولة استخدامها و اعتمادها على الفيديوهات القصيرة ،كما يمكن الأفراد من توثيق لحظاتهم اليومية ،و مشاركة أفكارهم وآرائهم بطريقة مبتكرة و جذابة .ورغم ذلك فهو عبارة عن عملة ذات وجهين استولت على شباب اليوم ،فلم يعد تطبيق لإبراز المواهب أو الترفيه عن النفس بل شمل ذلك ليصبح له وجه آخر استغله الكثير من فارغي العقول لنشر محتويات لا قيمة لها سوى أنها تخالف المبادئ و القيم الأخلاقية للمجتمعات ،وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى جملة من العناصر التي تخص التيك توك.

المبحث الأول: ماهية التيك توك

المطلب الأول: مفهوم التيك توك

عرف "christopher" التيك توك بأنه: خدمة مشاركة الفيديوهات التي تسمح للمستخدمين بمشاهدة فيديوهات يرفعها مستخدمون آخرون من ابتكارهم.

كما عرف "2020،xiao" تطبيق التيك توك بأنه: تطبيق اجتماعي للفيديوهات القصيرة الابداعية المصاحبة للموسيقى التي تستهدف الشباب من خلال تسجيل ونشر الفيديوهات القصيرة التي مدتها 15 ثانية، تسمح للمستخدمين اختيار الفيديو الخاص بهم وواجهة الموسيقى المصاحبة له.¹

كما تم تعريف تطبيق التيك توك أو المعروف كذلك بـ "doyin" بأنه: عبارة عن منصة اجتماعية للمقاطع الموسيقية تم إطلاقها في سبتمبر 2016 بواسطة مؤسسها "تشانغ يمينغ".

وتعتبر شبكة التيك توك منصة رائدة في مقاطع الفيديو القصيرة في آسيا والعالم، إذ شهد تطبيقها للهواتف المحمولة أسرع نمو في العالم، وصارت أيضا المنصة الاجتماعية الأكبر للموسيقى والفيديو على الصعيد العالمي.

وصل مستخدمو هذا التطبيق إلى 150 مليون مستخدم نشط يوميا (100 مليون مستخدم نشط يوميا) في يونيو عام 2018، وكان التطبيق الأكثر تثبيتا في الربع الأول من عام 2018 بـ 45.8 مليون تثبيت؛ يعتمد التطبيق على تصوير مقاطع الفيديو، حيث يقوم فيها الأشخاص بتصوير مقاطع موسيقية قصيرة مرفقة بفيديو للمستخدم متفاعلا مع المقطع.²

ويمكن تعريف التيك توك بأنه: تطبيق أو منصة تواصل اجتماعي يستخدمها المراهقون والشباب للتفاعل مع الأصدقاء والمجتمع الافتراضي من أجل إشباع احتياجاتهم وتحقيق رغباتهم في التعبير عن الذات والتسلية وقطع أوقات الفراغ فالتطبيق أشبه بمنصة اجتماعية تحتوي على الملايين من الفيديوهات القصيرة، يقوم الجمهور بإنشائها ومن ثم مشاركتها ونشرها فيما بينهم.³

في 60 ثانية يمكن أو يمكن أقل، يمكن لـ "muser" أو الملهم على التيك توك أن يعبر عن نفسه في فيديو قصير يشاهده "fans" أي المعجبون أو الجمهور المتابع له الذين كلما زاد عددهم باتت فرصتهم في الحصول على "crown" أقرب ليصبح حسابه "verified" أي موثق على التطبيق أي أنه الآن من مشاهيره مثله مثل الفنانين

¹ - مها محمد فتحي، مرجع سبق ذكره، ص 388.

² - عثمان سحبان، تيك توك التطبيق الذي فضح الواقع الأخلاقي لمجتمعاتنا، تاريخ النشر 28\1\2019، تاريخ الاطلاع 20\04\2025،

12:26، مقال متاح على الرابط: <https://www.aljazeera.net>

³ - ابراهيم عبد الصابور سعيد أحمد مرجع سبق ذكره، ص 1187.

المشهورين على مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت تقليدية مؤخرا ولكبار السن (الفي سبوك، تويت، انستغرام) كالننان الاسباني الأشهر عربيا "لوتشيانوروسو" الذي يستخدم تعبيرات وجهه وجسده لتمثيل المقطع المسموع الموجود في خلفية الفيديو، نفس فكرة التيك توك الذي يتيح المقاطع الصوتية لمسلسلات وأفلام ومسرحيات، بالإضافة إلى الأغاني والموسيقى التصويرية. كما أنه يعد تطبيق تقني يتيح لمستخدميه إنشاء حساب لإعادة صنع نسخ قصيرة بحثا عن الإعجاب عن طريق التصويت من بقية المشاهدين المستخدمين من نفس التطبيق.¹

المطلب الثاني: نشأة منصة التيك توك

بعيدا عن مواقع التواصل الاجتماعي التي ازدحمت بالآباء والأمهات والأجداد وحتى الشباب من أعمار أكبر ما قبل جيل منتصف التسعينات وأوائل الألفينيات، اتخذ "المراهقين" والنشء "منفذا لهم، بعيدا عن أعين الرقيب من أفراد العائلة ليعبروا عن أنفسهم من داخل غرفهم المغلقة أو في الشوارع المفتوحة، متخذين نظرات استنكار المارة بالرقص والحركات التعبيرية "متمردة" ونشرها على الانترنت، ليشاهدها ما يقارب الـ 500 مليون مشترك حول العالم على التطبيق الصيني التيك توك، المملوك لشركة "بايت دانس" byte dance الصينية «، التي حققت قيمة سوقية تعد الأكبر على مستوى العالم مقارنة بمثيلاتها من الشركات الناشئة والتي تقترب من 7,5 مليار دولار باستغلال أطفال تتراوح أعمارهم ما بين 13 إلى 18 عاما، حددها التطبيق كفئة عمرية أكثر شيوعا لمستخدميها.

ففي أوت 2014 قرر "أليكس زو" إطلاق تطبيق ميوزكلي "miusical.ly" بعد فشل التطبيق الأول الذي طرحه مع شريكه "ويسى انج" في الأسواق والمتعلق بعرض فيديوهات "تعليمية" قصيرة لا تتجاوز 5 دقائق لقتل الملل عند الباحثين عن الدورات التعليمية المتخصصة على الخط "online"، ما يتيح لهم فرصة أكبر للتعلم والاستفادة من المحتوى المرئي المعروف لأن طول الفيديو التعليمي يصيب الأغلبية بالملل، وبالتالي الانصراف عن المحتوى. رغم ذلك إلا أن التطبيق ومنذ اليوم الأول لطرحه كان مصيره الفشل فكان البديل تحويل الفكرة من فيديوهات للتعليم إلى الرقص وتأدية مقاطع «بلاي باك» play back، لكونهما في مأزق حيث يدينان بـ 250 ألف دولار للمستثمرين الذين تبنا فكرتهما، ولم يتبقى معهما سوى 8% منها لأن تصوير المحتوى التعليمي أمر مكلف على حد تصريح "زو" وقتها، وقد نجح الأمر وحاز "ميوزكلي" «على شهرة عالمية وانتشار واسع.

وفي سبتمبر 2016 أطلق الصيني "تانيمينغ"، تطبيقا جديدا أسماه "tiktok" يقوم على فكرة "ميوزكلي"، الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتاليين، وحسب تقرير نشره موقع "i news" البريطاني حينها فإن

¹ محمد زكريا خراب مرجع سبق ذكره، ص 452-453.

مستخدمي تطبيق "ميوزكلي" انتقلوا بحساباتهم عليه الى التيك توك دون حاجة الى انشاء حساب جديد، والسبب أن "أليكس زو" صاحب "ميوزكلي" هو نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق تيك توك. و استمر كلا التطبيقين في النجاح كل على حدى إلا أن التيك توك كان الأكثر نجاحا و انتشارا خاصة 2018، حيث أكدت شركة (سنسر تاور) للبحوث في السوق أن التطبيق تم تحميله أكثر من 45.8 مليون مرة في اربع الأول من العام الجاري، وتم تداوله في 150 دولة و منطقة في العالم، و تصدره قائمة الأكثر تحميلا على المتاجر الالكترونية أكثر من فيسبوك، تويتر وإنستغرام كما ذكرت شركة البحوث أنه تم استخدامه في الصين في 2018 فقط من قبل 150 مليون مستخدما، واتسعت دائرته ليصل الى مناطق جديدة منها كامبوديا و اندونيسيا واليابان و ماليزيا و تايلندا و الفيتنام.... و بالطبع الشرق الأوسط، لينفذ صاحبي "ميوزكلي"، و "التيك توك" قرارها بالاختفاء الأول لصالح الثاني صبيحة يوم 2 أوت 2018، حيث استيقظ مستخدمي (ميوزكلي) ليجدوا أنفسهم دون سابق انذار على منصة تيك توك، بسبب ضم العلامتين التجاريتين تحت اسم واحد و تطبيق واحد، وصل عدد مستخدميه الى 500 مليون مستخدم شهريا.¹

المطلب الثالث: خصائص ومميزات منصة التيك توك

لقد تحول التطبيق الى منصة للتحديات المميزة ومن أمثلتها zoom challenger الذي يدعي فيه المشارك أنه يتعرض للاستغلال من قبل مجهول، وتحدي matilda challenge الذي يحرك فيه المستخدم الأشياء بقواه العقلية، وتتمثل أبرز سمات التطبيق في الحفاظ على خصوصية المستخدم الذي يضل بمقدوره تحديد هوية من يشارك الفيديو أو يعلق عليه.

ولا يمكن الوصول لمحتويات الفيديو بواسطة محركات البحث ومواقع الويب العادية، ونتيجة لكثرة المستخدمين العددية، تحظى مقاطع الفيديو التي تنشر على التطبيق بنطاق واسع، وهو ما يعني إمكانية تحقيق الشهرة عبر قواعد جماهيرية من المعجبين والمتابعين، كما يمكن للمستخدمين أيضا إضافة مقاطع فيديو وعلامات هاشتاغوفلاترواصوات الى قسم المفضلة، يكون هذا القسم مرئيا فقط للمستخدم على ملفه الشخصي مما يسمح له بالرجوع الى فيديو أو علامة تصنيف أو فلتير أو صوت قام بحفظه مسبقا.

كما أن لمنصة التيك توك خصائص أخرى نذكر منها:

أشار ling 2020 إلى أن تطبيق التيك توك يجمع الخصائص التالية:

¹ محمد زكريا خراب، مرجع سبق ذكره، ص 451-452.

-تنوع محتوى الفيديوهات والذي يشير الى الفيديوهات الخاصة بالتيك توك، حيث يوفر التطبيق الكثير من أنواع المحتوى للمستخدمين، والتي يمكن تصنيفها الى ثلاث أنواع رئيسية هي:

(1) **المحتوى التعليمي:** هو المحتوى المتعلق بتعليم المستخدمين مهارات جديدة مثل الرقص والطهي وغيرها من المهارات الحياتية، وكذا نشر ثقافات الدول المجاورة من لغات وأفكار وابتكارات ومعلومات.

(2) **المحتوى الترفيهي:** هو المحتوى الخاص بالفيديوهات القصيرة المصحوبة بالموسيقى لأغراض الترفيه والترويح عن النفس.

(3) **المحتوى الترويجي:** هو المحتوى الخاص بالتسويق أو الترويج لبعض المنتجات مثل أدوات التجميل وغيرها من المواد.

بالإضافة الى أن التيك توك يوفر خاصية "الدويتو" لضم الفيديوهات والتعليق عليها وكذا الرد على التعليقات بفيديوهات صوت وصورة.¹

المطلب الرابع: استخدامات منصة التيك توك

تمثلت الاستخدامات في أن دوافع المستخدمين لها تأثير قوي في استخدام التطبيق، ومن ثم نجد أن التيك توك ركز على اشباع تلك الحاجات والرغبات والتي تتمثل فيما يلي:

(1) **التعبير عن الذات و التفاعل الاجتماعي:** فقد تبين أنه عندما يقوم الأفراد بتسجيل فيديو على تطبيق التيك توك، فإن سبب ذلك يعود بالدرجة الأولى للتعبير عن أنفسهم و ليكون لديهم محتوى موجود عبر التطبيق، خصوصاً عندما يكون التفاعل على تلك الفيديوهات كبير، مما يزيد من ولاء المستخدم في القيام بالمزيد من الفيديوهات لتحقيق مزيد من النجاح و تحقيق الذات و البحث عن الشهرة، فالشباب ينجذبون الى تطبيق التيك توك لأنه يسمح بالتعبير عن الذات، و تتسم مفاهيم الشباب نحو تطبيق التيك توك بالإيجابية، حيث أدوات تحرير الفيديو سهلة الاستخدام، و تحمل ميزات كبيرة تساعد على عمل فيديوهات مسلية مثل اللقطات الكوميدية القصيرة، الرقص، الغناء، الطهي، التمارين البدنية وغيرها من الأنشطة اليومية.

(2) **الترفيه والتسلية وقضاء الوقت:** فقد جاءت أهم أسباب تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك المعروضة على الهواتف في الترتيب الأول أسباب التسلية والترفيه، و أوعزت المراهقات بدوافع استخدامهن لتطبيق التيك توك الى الترفيه بالدرجة الأولى وملء الفراغ، و تمضية وقت فراغ ممتع، ثم التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه، كما يمثل الفضول للتجربة أحد الدوافع الوجدانية أو العاطفية؛ حيث حب التمثيل و إضفاء نوع من المتعة و المرح من

¹مها محمد فتحي، مرجع سبق ذكره، ص389.

خلال الفيديوهات و حب مشاهدة الأفلام و الأغاني ،و تسجيل اللحظات و الذكريات في فيديوهات قصيرة تستمر لثواني معدودة .¹

(3)الترويج للعلامات التجارية: يمكن استخدام التيك للترويج للعلامة التجارية والمنتجات الخاصة من خلال انشاء التحديات والرقصات والفيديوهات، كما يمكن استخدام اعلانات تيك توك المدفوعة للوصول الى الجمهور المستهدف بسرعة أكبر، كما يمكن أيضا التفاعل مع المؤثرين والشخصيات المشهورة على التيك توك ليقوموا بالترويج لعلامة تجارية ما.

(4)كسب المال منه: تتيح منصة التيك توك العديد من الميزات فيما يخص التجارة الإلكترونية، فكما تحدثنا من قبل يمكن استخدام المنصة لنشر العلامة التجارية عبر التعاون مع الشخصيات المشهورة على المنصة، وكذلك يمكن التعاون مع شركات الرعاية على التيك توك التي تقدم دعما كاملا لترويج منتج خاص بمقابل مادي، كما يمكن استخدام (برنامج ابداع) من المنصة لجمع المكافآت والذي يتطلب الانضمام له بعض الشروط.

ويمكن أيضا على (تيك توك لايف) ارسال هدايا من قبل المشاهدين إلى منشئي المحتوى، وتسمى (الماسات) التي يتم استبدالها بنقود، فإذا كان لديك موهبة أيا كانت؛ يمكنك أن تحقق اربح من التيك توك عبر تقديم المحتوى للمشاهدين وللحصول على الهدايا والدعم.²

المبحث الثاني: آليات منصة التيك توك

المطلب الاول: أسباب رواج التيك توك وانتشاره

1. الذكاء الاصطناعي: وذلك من خلال تصميم وإنشاء خوارزميات تقوم بتحليل دقيق للمحتوى "فيديوهات"، ومن ثم ترشيح الفيديوهات للمستخدمين بما يتوافق مع أذواقهم، إضافة الى تقنية التحكم فيها، وطريقة عرض الفيديوهات بكل أريحية.

2. استهداف لشريحة نشطة من المستخدمين: وهم الشباب الصغار من سن 13 الى 17 سنة فهذه الشريحة عزفت وسئمت التواجد على تطبيق "الفيسبوك" الذي أصبح مكان وجود الأمهات، والآباء، والجيران والأقارب الخ. بينما يبحث الشباب عن مساحة تكون خاصة بهم، يتشاركون فيها اهتماماتهم مع من يماثلونهم في السن، بدون أي إشراف من جهة خارجية بعيدة عن أعين الرقيب من أفراد العائلة؛ لذلك هاجروا موقع الفيسبوك الى تطبيق التيك توك المجاني والأكثر شعبية.

¹ابراهيم عبد الصابور سعيد أجمد، مرجع سبق ذكره، ص1190-1191.

²رغيد أيوب، التيك توك: كلما يلزمك معرفته عن التطبيق الصيني، تاريخ النشر 15\01\2024، آخر تحديث 19 جوان 2024، تاريخ الاطلاع 23\04\2025، على الساعة 10:13، مقال متاح على الرابط <https://www.aljazwera.net>

3. يرجع إلى تنوع الأساليب التسويقية التي يستخدمها التطبيق، والاستراتيجيات الخاصة به، بالإضافة إلى ما سبق ذكره من استخدام التكنولوجيا الخوارزميات التي تتلاءم مع احتياجات المستخدمين، وتتيح للمستخدم مرونة واسعة في بناء وتعديل الفيديوهات، ومن هنا عمد الشباب إلى نشر المحتوى الابداعي عبر التطبيق حتى أصبح الأمر موضة في حياة الشباب.
4. يتمثل في إشباع رغبات ودوافع الشباب في هذه الفترة، من حيث التعبير عن الذات، حب الشهرة، النكت التسلية، الغناء والرقص.¹

المطلب الثاني: عوامل تزايد إقبال الشباب على منصة التيك توك

أصبح تطبيق التيك توك من بين تطبيقات الهواتف الذكية الأكثر انتشارا، والتي باتت تصدر تصنيفات الفيديوهات القصيرة الأكثر استخداما من خلال تزايد عدد المستخدمين الشباب وارتفاع التقييمات الإيجابية للتطبيق. في هذا الإطار أشار "jiani2019" إلى إمكانية تقسيم عوامل تزايد إقبال الشباب على استخدام تطبيق التيك توك:

- ثراء وتنوع المحتوى.
- دعم التعبير الشخصي عن المهارات والخبرات من خلال الفيديوهات القصيرة.
- النمط التفاعلي للتطبيق.
- الاستفادة من قنوات الاتصال الأونلاين لتحسين التأثير عبر التوسع في رقعة الوصول للشباب.
- استخدام لوغاريتمات قوية تجعل المحتوى المنشور من جانب المستخدمين بمثابة علامة مميزة يسهل الوصول إليها.²

المطلب الثالث إيجابيات منصة التيك توك

ترفيه: يعتبر التيك توك تطبيقا مسليا للغاية، حيث يسمح للمستخدمين بمشاهدة وإنتاج مقاطع فيديو قصيرة بطريقة سهلة وممتعة.

تعزيز الإبداعية: يسمح تيك توك للمستخدمين بتعديل مقاطع الفيديو وإضافة المؤثرات البصرية والموسيقى والنصوص، مما يعزز الإبداعية والابتكار.

¹ إبراهيم عبد الصابور سعيد أحمد مرجع سبق ذكره، ص 1189.

² منها محمد فتحي مرجع سبق ذكره، ص 390.

توفير فرص العمل: يمكن للمستخدمين الاستفادة من تيك توك للترويج لأعمالهم وتسويقها، وهذا يمكن أن يؤدي إلى فرص عمل جديدة وتوسيع نطاق العمل.

توسيع المعرفة: يمكن للمستخدمين استخدام تيك توك لتعلم المهارات الجديدة ومشاهدة مقاطع الفيديو التعليمية، مما يساعد على توسيع معرفتهم في مجالات مختلفة.

تواصل اجتماعي: يسمح تيك توك للمستخدمين بالتواصل مع الآخرين من خلال التعليقات والإعجاب والمشاركات، مما يساعد على بناء علاقات اجتماعية جديدة.¹

مشاركة المضمون والتفاعل السريع: حصول المستخدم على المعجبين خلال فترة وجيزة، يعد من الأمور السهلة على تطبيق التيك توك. فالتنقل من فيديو إلى آخر لا يتطلب من المشاهدين سوى السحب للأعلى أما في حال رغبة المشاهدين في رؤية الصفحة الخاصة بالشخص الذي قام بنشر الفيديو حتى يشاهد الفيديوهات الأخرى الموجودة على الصفحة الخاصة من خلال السحب إلى اليسار، هذا من شأنه يمكن للمشاهد من استخدام التطبيق بشكل سلس وسريع في حال رغبة المتابع للتطبيق أن يقوم بمشاركة الفيديو مع المتابعين الآخرين عليه الضغط على المشاركة.

مضمون الفيديو المتميز: على الرغم من قيام المتابعين من مشاهدة مقاطع الفيديوهات مرات متتالية عقب بعضها البعض إلا أنه لا يشعر بالملل. تتميز هذه المقاطع ببعث الفرح والسرور على المتابعين، وبالطبع في ذلك الوقت المتابع سوف يتمكن من كسر حدة الملل.²

المطلب الرابع: سلبيات منصة التيك توك

قام الدكتور هشام ماجد المدير العلاجي، لمستشفى العباسية للصحة النفسية، ومؤسس جمعية أطفال مطمئنة برصد السلبيات ومخاطر تطبيق التيك توك التي تهدد الحياة، والأخلاق، والمعايير الانسانية، فضلا عن الآثار النفسية الخطيرة له، ليس على حياة مستخدميه فقط، وإنما على المجتمع كله، وهي كالتالي:

العزلة الاجتماعية: رغم أن التطبيق يدور حول التواصل الاجتماعي مع الجمهور، إلا أنه في الواقع يميل مستخدموه إلى العزلة الاجتماعية لدرجة أنهم لا يستطيعون الاهتمام بالعلاقات التي يحيطون بها، ويفضلون الشاشة على تلك العلاقات.

¹ موقع <https://arabianexpert.org>، اطلع عليه يوم 25\04\2025، على الساعة 16:52.

² موقع <https://www.bbc.com>، اطلع عليه يوم 29\04\2025، على الساعة 13:20.

مضيعة للوقت والطاقة: يقضي مستخدموه ساعات طويلة على هذا التطبيق ويستنزفون الكثير من الوقت والمال بلا نتيجة، ورغم أن البعض قد يجني من ورائه المال ولكن ليس الكل، فهناك مخاطرة بأن المتابعين قد يحبون أو لا يحبون، وعندما لا يقدم مستخدمه ما يريده المتابعون فإنه لا يحصل على أي شيء في المقابل.

العري والدعارة: رغم أن التطبيق لم يكن يقصد استخدامه بهذه الطريقة، إلا أننا نشاهد بعض الفتيات الصغيرات -بل وغير صغيرات يظهرن أجسادهن أثناء الرقص لإرضاء الجمهور في بعض الأحيان، ويقدمن هذا تحت ضغط "متابعة المعجبين" ولا يردن أن يخسرن أو يخينن ظن معجبيهن، وكذلك لزيادة نسب المشاهدة.¹

مصدر التحرش: نظرا لأن التطبيق يسمح لك بمشاركة جميع أنحاء العالم، فإن فرص التحرش اللفظي، والجسدي الموجودة.

مصدر ابتزاز: في ثقافات معينة مثل ثقافة (باكستان والهند)، حيث يشيع القتل للشرف، يمكن استخدام المحتويات التي تمت مشاركتها عبر هذه الأنواع من التطبيقات؛ لابتزاز الأفراد حتى وإن لم يكونوا مشتركين فيها بشكل مباشر.

الترجسية: معظم مستخدمي هذه التطبيقات مهووسون بأنفسهم، فقد يقومون بتصوير مقاطع فيديو لهم أثناء قيامهم بأعمال مجنونة، والتي يعتقدون أنها تجعلهم يبدوون جذابين.

الألم الذاتي وتعذيب النفس: مستخدمو التيك توك تجاوزوا حد إيذاء النفس، فقد أصبحت مقاطع الفيديو التي ينشرونها فيها مخاطر كبيرة كالرقص أمام القطارات، أو السيارات وذلك لإظهار النفس وزيادة المتابعين وما إلى ذلك.

الاكتئاب: مستخدمو التيك توك إذا فشلوا في تحقيق رغبتهم في القبول، فإنه ينتج عن ذلك التوتر والضغط والاكتئاب.

الانتحار: في حالة انحسار الشهرة، أو النهاية المأساوية لمستخدم هذا التطبيق، فقد يؤدي ذلك إلى أفكار أو ميول انتحارية، أو قد تؤدي مشاهدة بعض الفيديوهات المنشورة على هذا التطبيق، أو بعض برامجها إلى الانتحار.

النهايات المأساوية: قد تصل محاولات جذب انتباه المتابعين إلى المشاهد الفاضحة التي ينشرها مستخدموه، والتي قد تؤدي إلى قضايا مخلة بالشرف، نهايتها مأساوية كالسجن مثلا، وقد حدث ذلك بالفعل في مصر مع بعض فتيات التيك توك.

¹ - أبو هناد عبد الله السواح الجندي الأزهرى مرجع سبق ذكره، ص 7.

الصعوبة في التوقف عن استخدامه: قد يجد بعض مستخدمي التيك توك، صعوبة في التوقف عن استخدامه، ولكن في ابريل 2018، تمت إضافة ميزة الحد من الادمان الى دوين، شجع هذا مستخدميه على أخذ استراحة كل 90 دقيقة، وفي وقت لاحق من عام 2018 تم نشر الميزة في تطبيق تيك توك، وكذلك يستخدم تيك توك بعض أهم المؤثرين مثل غابي ايروينوالان جيكن جو، وجيمسهنري، كوستيريناب، لتشجيع المشاهدين على التوقف عن استخدام التطبيق والاستراحة.

الانخفاض في مدى الانتباه: إن مستخدمي تيك توك يقومون بمشاهدة مقاطع قصيرة، مدتها 15 ثانية بشكل متكرر، تشير الدراسات الى ان هذا قد يؤدي الى انخفاض في مدى الانتباه، وهذا مصدر قلق، لأن العديد من جمهور تيك توك هم من الاطفال الصغار، الذين مازالت أدمغتهم تتطور.

التنمر الالكتروني: فقد ابلغ العديد من مستخدمي هذا التطبيق، عن حدوث تنمر الكتروني على تيك توك، بما في ذلك العنصرية، و التمييز ضد ذوي الاحتياجات الخاصة، وبعد تقرير صادر عن مجموعة الحقوق الرقمية الألمانية، اعترف تيك توك بأنها قامت بقمع مقاطع الفيديو من قبل المستخدمين المعاقين في محاولة مزعومة للحد من التنمر الالكتروني، كما طلب من المشرفين في تيك توك قمع المستخدمين الذين لديهم " شكل جسم غير طبيعي"، أو "مظهر وجه قبيح"، أو "تجاعيد كثيرة جدا"، أو في "أحياء فقيرة نفي الحقول الريفية" و "مسكن متداعية" لمنع التنمر .

تعرض خصوصية بيانات المستخدمين للخطر: فقد تم طرح مخاوف بشأن الخصوصية فيما يتعلق بالتطبيق، وإن التيك توك يجمع معلومات المستخدم وعناوين IP ومشغل الهاتف المحمول للمستخدم، ومعرفة الجهاز الفريدة، وأنماط ضغط المفاتيح وبيانات الموقع؛ ولذلك قال مطورا الويب "طلال الحاج بكري"، "تومي ميسك": إن السماح بمشاركة مقاطع الفيديو، والمحتويات الأخرى من قبل مستخدمي التطبيق عبر بروتوكول نقل النص الفائق http ما يعرض خصوصية بيانات المستخدمين للخطر.

أن محتواه فاحش وغير أخلاقي: فإن العديد من الدول قد أبدت مخاوف بشأن محتوى التيك توك الذي يعتقد أنه فاحش وغير أخلاقي ومبتذل ومشجع على مواد إباحية، بل هذا هو الواقع المشاهد — لذلك كانت هناك عمليات حظر وتحذيرات مؤقتة صادرة عن دول مثل: اندونيسيا، بنغلادش، الهند، وباكستان بشأن مخاوف المحتوى، وفي عام 2018 تم توبيخ "دوين" من قبل مراقبي وسائل الاعلام الصينية لعرضها محتوى غير مقبول مثل مقاطع الفيديو التي تصور حالات حمل المراهقات.¹

¹أبو هناد عبدا لله السواح الجندي الازهري، مرجع سبق ذكره، ص 8.

خلاصة الفصل:

يمكن اعتبار التيك توك منصة ذات وجهين، فهو من جهة أداة يستخدمها الشباب بشكل واسع للتعبير عن أنفسهم و مواكبة الاتجاهات الحديثة، ومن جهة أخرى أصبح ساحة مفتوحة لنشر محتويات غير هادفة أو تتنافى مع القيم الأخلاقية و المجتمعية، كما أظهر تحديات عديدة خاصة في ظل سهولة إنتاج المحتوى و انتشاره دون رقابة كافية، وهو ما جعل بعض النقاد يرون فيه وسيلة لتكريس أنماط سلوكية وثقافية لا تنسجم مع الهوية والقيم المجتمعية، ورغم ذلك يظل تيك توك رمزا بارزا للتحول الرقمي في العالم بفرض علينا فهمه و توظيفه بطريقة تتماشى مع ثوابت المجتمع، لاسيما في السياق الإسلامي .

الإطار

التطبيقي

تمهيد:

يعد عرض الإطار النظري للدراسة والذي يهيئ الأرضية لمشكلة الدراسة وذلك عن طريق فصوله ، يأتي الجانب الميداني بدراسة تأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي منصة تيك توك أنموذجا_ وذلك من خلال الإجراءات التي يتم اتباعها بدءا من الدراسة الميدانية والمنهج المتبع والأدوات المستعملة في البحث ، ثم مجالات البحث والعينة وكيفية اختيارها ، ثم الطرق الإحصائية لمعالجة الاستمارة التي وزعت بدورها على أفراد العينة، ثم التوصل إلى جملة من المعلومات مباشرة من المصدر الأصلي عن طريق جملة من الأسئلة.

صدق وثبات أداة الدراسة:

بعد إعداد الاستبيان تم عرضه على الأستاذ المشرف ، حيث أدلى ببعض الملاحظات ، وقمنا بتعديل ما يجب تعديله بناء على ملاحظاته ، ومن ثم عرضناه على أساتذة علوم الإعلام والاتصال من أجل تحكيمه .
الدكتور "ذبيح يوسف" أستاذ في قسم العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة ابن خلدون تيارت_
الدكتور "بن عودة موسى" أستاذ في قسم العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة ابن خلدون تيارت_
الدكتور "جلولي مختار" أستاذ في قسم العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة ابن خلدون تيارت_

عرض وتحليل نتائج الدراسة:

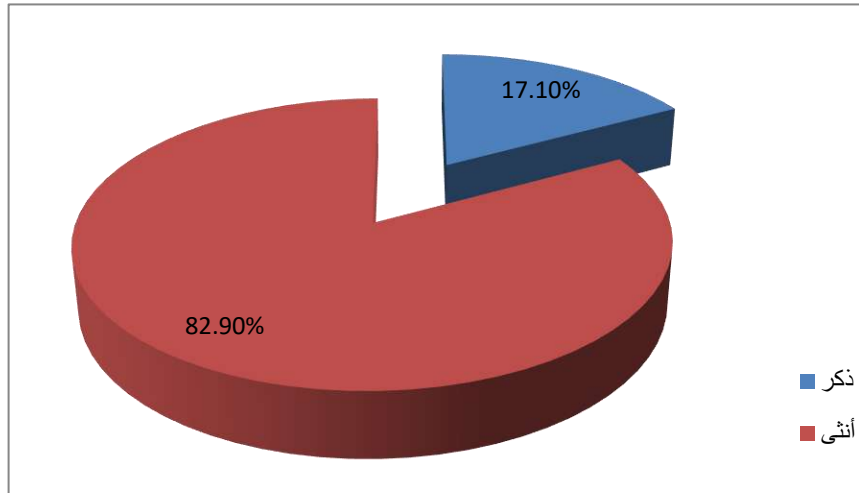
الجدول الأول: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التكرار	الجنس
%17.1	%17.1	18	ذكر
%100	%82.9	87	أنثى
%100	%100	105	المجموع

يظهر هذا الجدول أن نسبة الإناث تمثل الغالبية العظمى من العينة، حيث بلغت 82.9%، في مقابل 17.1% فقط للذكور. هذا التفاوت الكبير في التوزيع يشير إلى هيمنة واضحة للعنصر النسوي في العينة المبحوثة، وهو أمر لا بد من أخذه بعين الاعتبار عند تحليل النتائج المتعلقة بالسلوك الرقمي أو التأثيرات النفسية والاجتماعية المرتبطة بمنصة تيك توك، إضافة إلى أن طبيعة الموضوع المدروس (تيك توك)، والذي يفترض أنه يجذب جمهوراً نسوياً أكبر في بعض السياقات الثقافية.

وفي ظل هذا التفاوت يمكن أن يؤثر على تعميم النتائج، وهو ما يستدعي الحذر في التحليل النهائي للبيانات، خاصة في الموضوعات التي قد تختلف فيها الرؤى أو الاستخدامات باختلاف الجنس.

الشكل رقم (03-01): يمثل توزيع العينات حسب الجنس

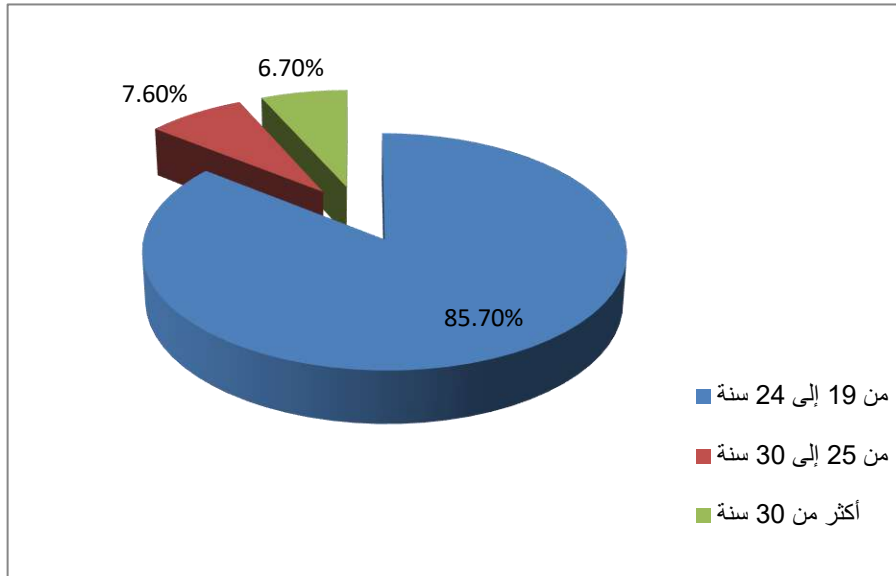


الجدول الثاني: توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التكرار	الفئة العمرية
%85.7	%85.7	90	من 19 إلى 24 سنة
%93.3	%7.6	8	من 25 إلى 30 سنة
%100	%6.7	7	أكثر من 30 سنة
%100	%100	105	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا أن الفئة العمرية الأكثر استخداماً لمنصة تيك توك هي فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 19 و24 سنة، حيث بلغت نسبتهم 85.7% من مجموع المشاركين في هذه الفئة، مما يدل على أن هذه المنصة تغطي بشعبية كبيرة بين فئة الشباب الجامعي، في المقابل انخفضت نسبة الاستخدام بشكل واضح بين الفئتين العمريتين من 25 إلى 30 سنة، وأكثر من 30 سنة، حيث لم تتجاوز نسب الاستخدام فيهما 7.6%. نستنتج أن هذا التركيز العمري سيؤثر بالضرورة على تفسير الاتجاهات والسلوكيات الرقمية، لأن التصورات والانطباعات تختلف باختلاف العمر، لا سيما في قضايا تتعلق بالمحتوى "التافه" أو بالقيم الاجتماعية والثقافية.

الشكل رقم (03-02): يمثل توزيع العينات حسب السن

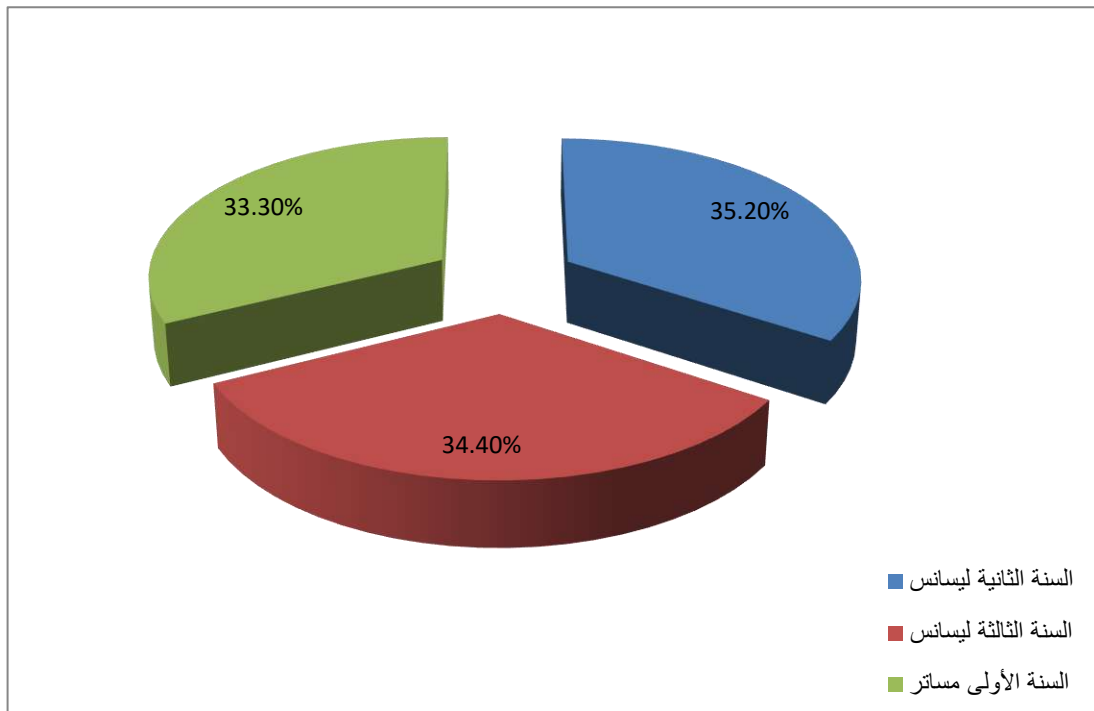


الجدول الثالث: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي

النسبة التراكمية	النسبة الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	المستوى الجامعي
%35.2	%35.2	%35.2	37	السنة الثانية ليسانس
%66.7	%31.4	%31.4	33	السنة الثالثة ليسانس
%100.0	%33.3	%33.3	35	السنة الأولى ماستر
%100.0	%100.0	%100.0	105	المجموع

يوضح هذا الجدول أن العينة تتوزع بشكل متقارب نسبيا بين مستويات التعليم الجامعي الثلاثة، حيث تشكل فئة السنة الثانية ليسانس نسبة 35.2% تليها السنة الأولى ماستر بنسبة 33.33% ثم السنة الثالثة ليسانس بنسبة 31.4% هذا التوازن في التوزيع يضيف قيمة علمية معتبرة على العينة، حيث يسمح بمقارنة المواقف والانطباعات عبر مراحل مختلفة من النضج الأكاديمي، دون أن تغطي إحدى الفئات على النتائج. مما يدل كذلك أن تقارب النسب يشير إلى أن استخدام تيك توك ليس مقتصرًا على مرحلة أكاديمية بعينها، بل هو استخدام "عرضي" عابر للمراحل الدراسية، مما يعكس تأثير المنصة الواسع النطاق بين أوساط الشباب الجامعي.

الشكل رقم (03-03): يمثل توزيع العينات حسب المستوى الدراسي



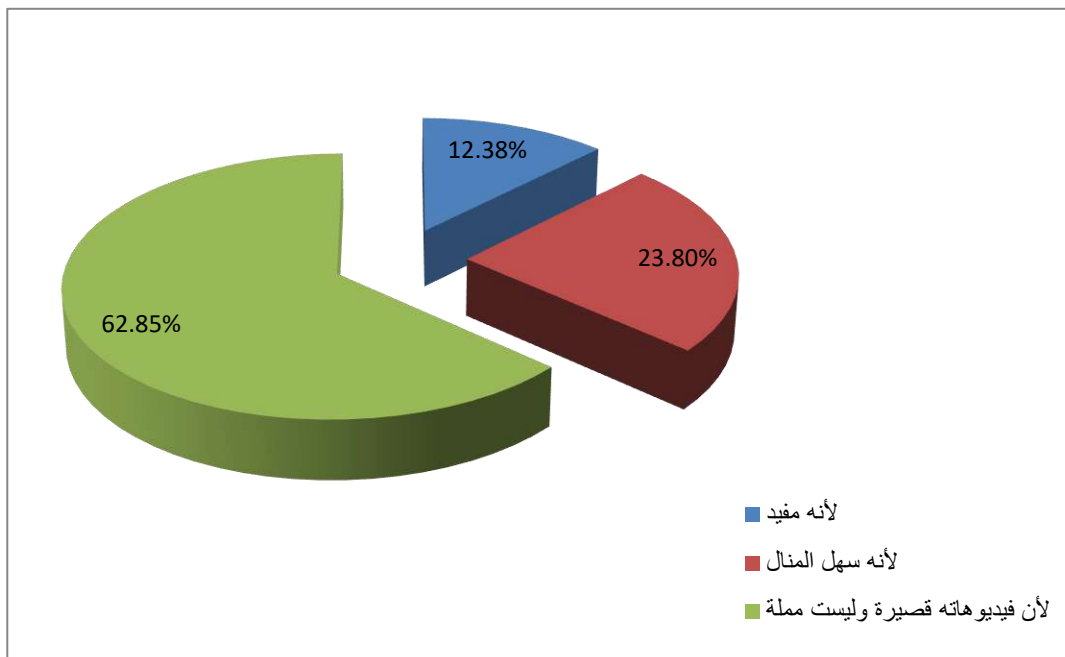
الجدول الرابع: استخدام منصة تيك توك

النسبة	التكرار	
80%	84	نعم
20%	21	لا
100%	105	المجموع

يظهر هذا الجدول أن الغالبية العظمى من أفراد العينة، وبنسبة 80.0%، يستخدمون منصة تيك توك، في حين أن 20.0% فقط لا يستخدمونها. هذا التوزيع له دلالات عدة من حيث الحضور القوي لهذه المنصة في حياة الطلبة الجامعيين.

نستنتج أن هذه النسبة المرتفعة تبرهن على أن تيك توك قد أصبح منصة رقمية ذات انتشار واسع لدى شريحة الشباب الجامعي، الأمر الذي يعكس نجاح المنصة في تكييف محتواها مع أذواق المستخدمين الشباب. إضافة إلى أن هذه الفئة هي الأكثر استخداماً للمنصة يجعلها شريحة حيوية للبحث في الآثار النفسية والاجتماعية والإدراكية لاستخدام المحتوى الرقمي، خاصة مع تزايد الجدل حول التفاهة، سطحية المحتوى، أو التأثيرات القيمة. في المقابل يتبين أن 20% من غير المستخدمين ورغم قلة نسبتهم، إلا أن وجودهم يضيف نوعاً من الضبط المقارن، حيث يمكن مقارنة تصوراتهم تجاه المنصة بمستخدميها، لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المباشر مقابل التصورات الاجتماعية غير المباشرة.

الشكل رقم (03-04): استخدام منصة تيك توك



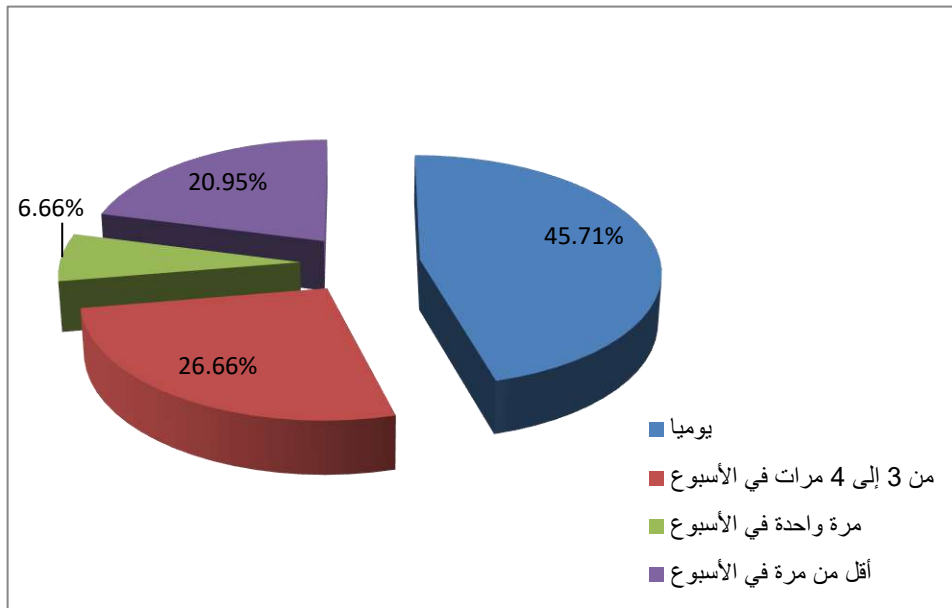
الجدول الخامس: عدد مرات استخدام منصة تيك توك

المجموع		
النسبة	التكرار	
45.71%	48	يومية
26.66%	28	من 3 إلى 4 مرات في الأسبوع
6.66%	7	مرة واحدة في الأسبوع
20.95%	22	أقل من مرة في الأسبوع
100%	105	المجموع

يتبين في هذا الجدول أن ما يقرب من نصف العينة (45.7%) يستخدمون تطبيق تيك توك بشكل يومي، وهي نسبة مرتفعة جداً تدل على اندماج المنصة في الروتين اليومي للشباب الجامعي. فالاستخدام اليومي يترجم إلى اعتماد نفسي وسلوكي متكرر، يمكن أن يرتقي في بعض الحالات إلى درجة الإدمان خاصة إذا ارتبط بفترات زمنية طويلة. إلا أن 26.7% يستخدمونه بشكل شبه منتظم (من 3 إلى 4 مرات في الأسبوع)، مما يعني أن أكثر من 72% من العينة يستخدمون المنصة بكثافة عالية أو منتظمة، أما نسبة 6.7% فقط يستخدمون تيك توك مرة واحدة أسبوعياً، بينما 21% يستخدمونه "أقل من مرة في الأسبوع"، وهذه الفئة قد تكون أقل عرضة لتأثيرات المحتوى، لكنها تشكل قاعدة مهمة للمقارنة السلوكية والإدراكية.

نستنتج من خلال هذا التوزيع أن تيك توك أصبح أكثر من مجرد أداة ترفيهية، بل أداة اجتماعية ومعلوماتية يتفاعل معها الطالب بشكل يومي، مما يحتم دراسة محتواه وتأثيراته بجدية.

الشكل رقم (03-05): عدد مرات استخدام منصة تيك توك



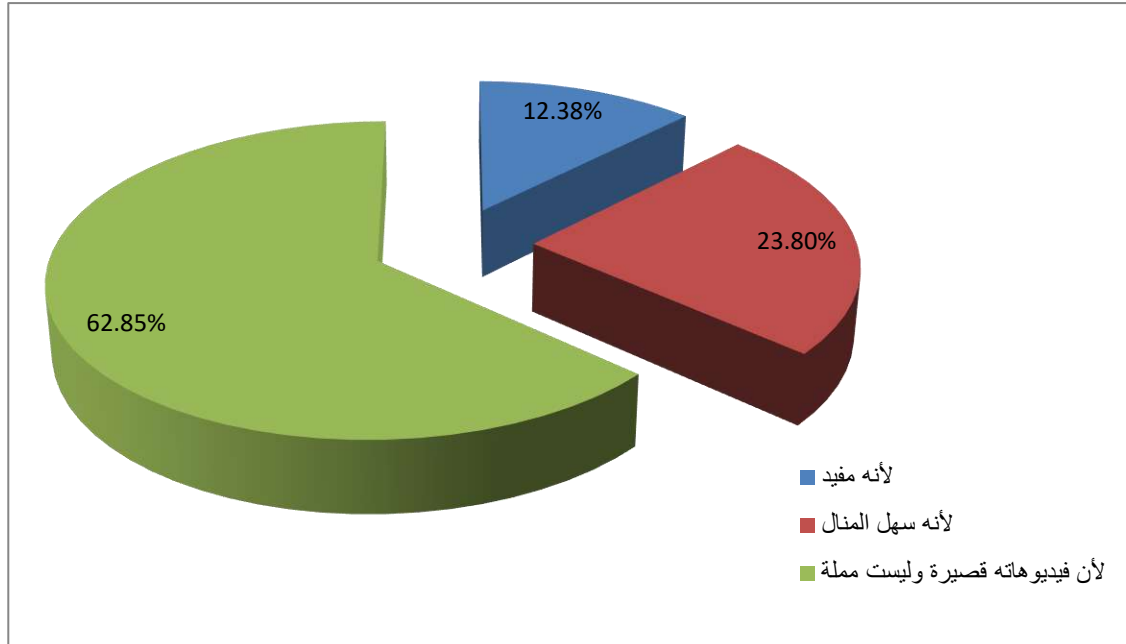
الجدول السادس: لماذا تستخدم التيك توك؟

المجموع		
النسبة	التكرار	
12.38%	13	لأنه مفيد
23.80%	25	لأنه سهل المنال
62.85%	66	لأن فيديوهات قصيرة وليست مملة
99.09%	104	المجموع

يظهر من خلال الجدول أن الدافع الأساسي لاستخدام منصة تيك توك لدى أفراد العينة هو أن فيديوهات قصيرة وليست مملة بنسبة 62.9%. يلي ذلك عامل سهولة الوصول (24.0%)، بينما اختار فقط 12.5% من المبحوثين أنهم يستخدمون المنصة لأنها "مفيدة"، إلا أن هذه النسبة تعد منخفضة، مما يعكس أن البعد الترفيهي يطغى على البعد المعرفي أو التعليمي في إدراك المستخدمين للمنصة.

نستنتج أن هذا الجدول - في سياقه العام - قد يوحي بأن خصائص المنصة التي تساهم في "سهولة وسرعة الاستهلاك" قد تكون هي نفسها التي تفتح المجال أمام المحتوى السطحي أو غير الجاد للانتشار الواسع.

الشكل رقم (03-06): لماذا تستخدم التيك توك؟



الجدول السابع: كم تستغرق من الوقت في استخدام التيك توك؟

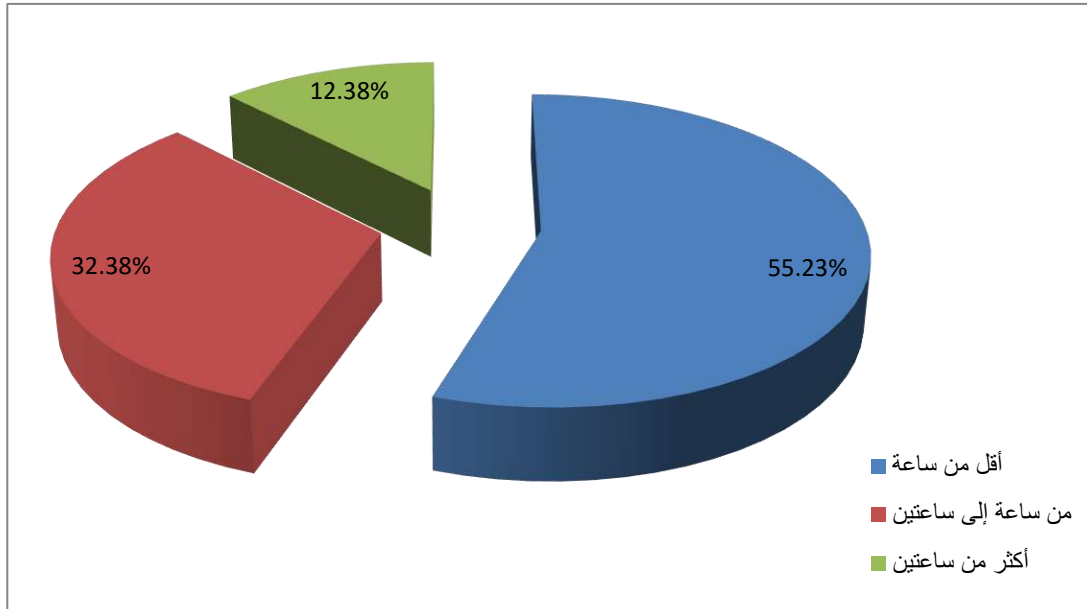
النسبة	التكرار	
55.23%	58	أقل من ساعة
32.38%	34	من ساعة إلى ساعتين
12.38%	13	أكثر من ساعتين
100%	105	المجموع

تشير النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة (55.2%) يقضون أقل من ساعة يوميا في استخدام تيك توك، بينما يقضي حوالي ثلث العينة 32.4% وقتا يتراوح بين ساعة وساعتين، ويقضي 12.4% فقط أكثر من ساعتين يوميا على تيك توك.

نستنتج أنه على الرغم من أن أغلب المستخدمين لا يقضون وقتا طويلا على المنصة، إلا أن المحتوى المكثف والمحفز الذي يقدمه تيك توك خلال فترات قصيرة قد يكون كافيا لإحداث تأثير معرفي أو وجداني كبير، وهو ما تؤكد بعض الدراسات الحديثة في علم النفس .

كما يظهر الجدول كيف أصبح استهلاك المحتوى الرقمي يتم بوتيرة زمنية تتسم بالسرعة والتقطع، مما قد يعيد تشكيل طرق تفكير الأفراد وتعاملهم مع المعلومة، وربما ينعكس على مدى التركيز والانتباه والتلقي النقدي.

الشكل رقم (03-07): كم تستغرق من الوقت في استخدام التيك توك؟



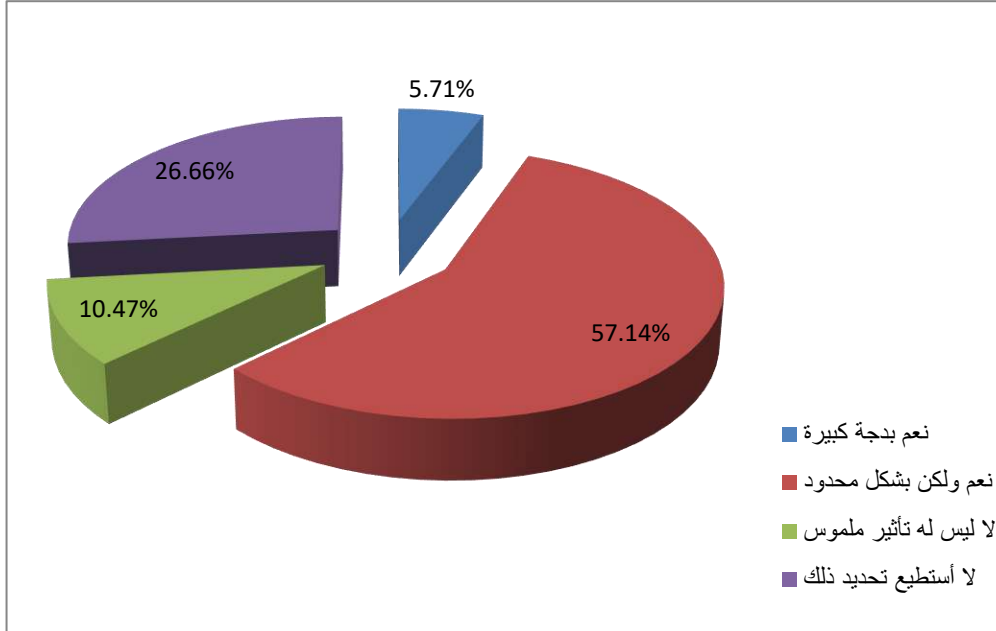
الجدول الثامن: هل تشعر أن محتوى التيك توك يساعد في نشر الوعي الثقافي والاجتماعي؟

المجموع		
النسبة	التكرار	
5.71%	6	نعم بدجة كبيرة
57.14%	60	نعم ولكن بشكل محدود
10.47%	11	لا ليس له تأثير ملموس
26.66%	28	لا أستطيع تحديد ذلك
100%	105	المجموع

تشير البيانات إلى أن الغالبية ترى أن تيك توك يسهم في نشر الوعي الثقافي والاجتماعي ولكن بشكل محدود بنسبة 57.14%، بينما يرى 5.71% فقط أنه يسهم بذلك بشكل كبير. في المقابل يرى 10.5% أنه لا يحدث أي تأثير ملموس، بينما عبر 26.7% عن عدم قدرتهم على الحسم أو التحديد.

من خلال الجدول يتبين لنا أن اعتراف أكثر من نصف العينة بالدور "المحدود" للمنصة يمكن تفسيره على أنه محاولة للموازنة بين الجاذبية الترفيهية للمحتوى ووجود بعض المضامين ذات الطابع التوعوي، مثل فيديوهات الصحة النفسية أو الثقيف السياسي الخفيف.

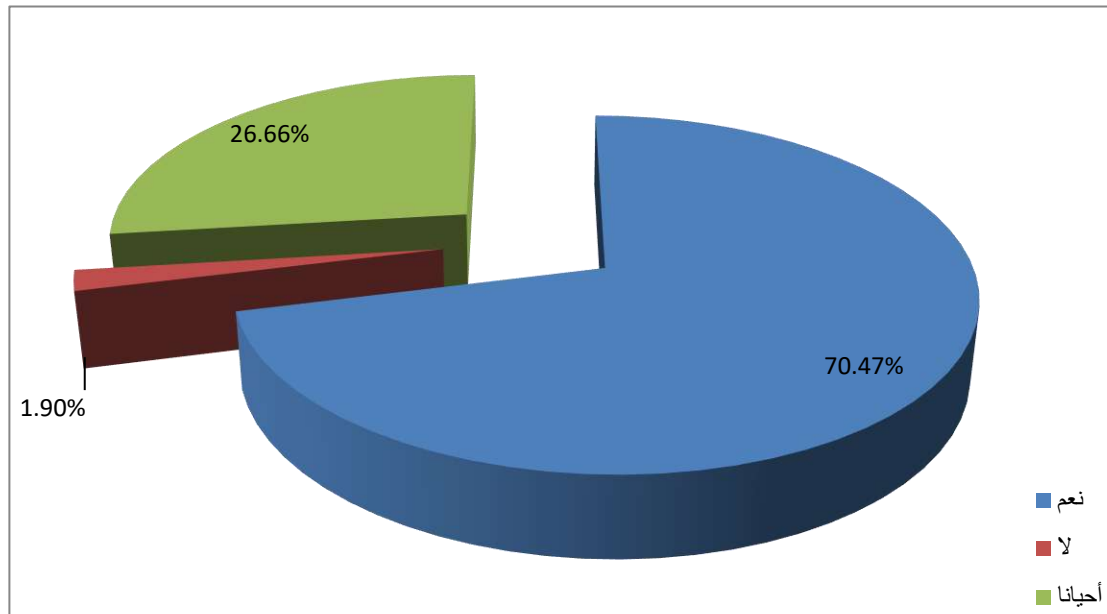
الشكل رقم (03-08): هل تشعر أن محتوى التيك توك يساعد في نشر الوعي الثقافي والاجتماعي؟



الجدول التاسع: هل تعتبر أن محتوى التيك توك يحتوي على الكثير من الفيديوهات التي يمكن وصفها بـ"التفاهة" أو السطحية؟

المجموع		
النسبة	التكرار	
70.47%	74	نعم
1.90%	2	لا
26.66%	28	أحيانا
99.04%	104	المجموع

تكشف هذه النتائج عن إجماع واسع النطاق على أن محتوى التيك توك يتضمن قدرا كبيرا من "التفاهة" أو السطحية، حيث وافق على ذلك 71.2% من المستجوبين بشكل مباشر، في حين عبر 26.9% عن هذه القناعة بصيغة جزئية ("أحيانا")، وهو ما يعني أن أكثر من 98% من المستخدمين لديهم تصور سلبي - كلياً أو جزئياً - حول طبيعة محتوى المنصة. واللافت أن 1.9% فقط نفوا وجود التفاهة تماماً، وهي نسبة هامشية. نستنتج أن هيمنة الإدراك السلبي للمحتوى تشكل مؤشراً قوياً على أزمة ثقة في القيمة المعرفية أو التربوية للمحتوى الرقمي المنتشر على تيك توك، رغم انتشاره الواسع . كما أن إدراك هذا الكم من المستجوبين للتفاهة لا ينبع من "حالات شاذة" أو مقاطع معزولة، بل يبدو أنه تصور عام وشائع، وهو ما يرجح أن التفاهة ليست "عرضاً" بل عنصراً بنيوياً في تصميم المنصة وآليات انتشار المحتوى. الشكل رقم (03-09): هل تعتبر أن محتوى التيك توك يحتوي على الكثير من الفيديوهات التي يمكن وصفها بـ"التفاهة" أو السطحية؟



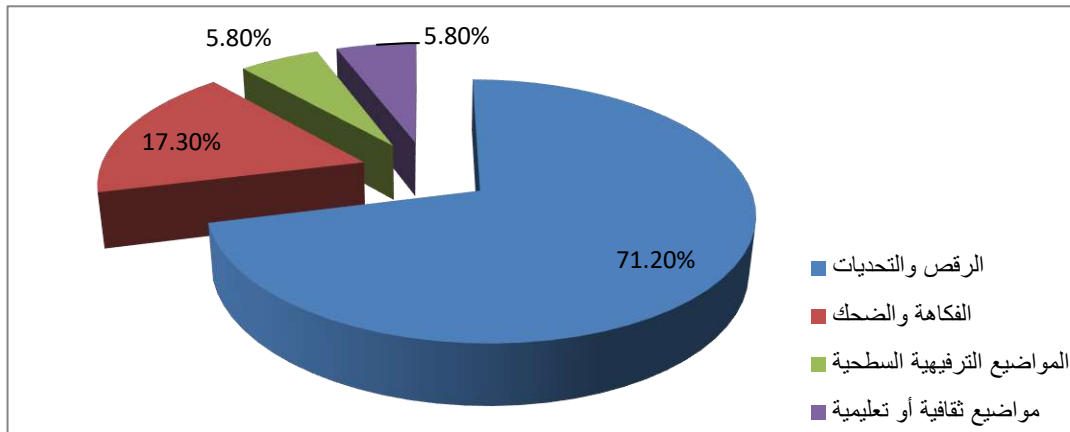
الجدول العاشر: ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى التيك توك؟

النسبة التراكمية	النسبة الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	نوع المحتوى
%71.2	%71.2	%70.5	74	الرقص والتحديات
%88.5	%17.3	%17.1	18	الفكاهة والضحك
%94.2	%5.8	%5.7	6	المواضيع الترفيهية السطحية
%100.0	%5.8	%5.7	6	مواضيع ثقافية أو تعليمية
%100.0	%100.0	%99.0	104	الصالح
		%1.0	1	مفقود (النظام)
		%100.0	105	المجموع الكلي

تعكس البيانات بوضوح أن موضوعي "الرقص والتحديات" و"الفكاهة" يهيمنان على تصور العينة لطبيعة المحتوى المنشور على تيك توك. إذ صرح %71.2 أن الرقص والتحديات هي المحتوى الغالب، بينما اعتبر %17.3 أن الفكاهة والضحك هي السمة المميزة، مقابل نسب ضئيلة تتمثل في %5.8 من المشاركين رأوا أن هناك مواضيع ثقافية أو تعليمية بارزة، وهي نسبة هامشية تؤكد أن وظيفة المنصة كمصدر تثقيفي أو معرفي غير مرئية تقريباً ضمن الإدراك الجمعي.

تعكس هذه النتائج أحد ملامح "الثقافة الرقمية السائدة" بين الشباب، حيث أصبح الترفيه الخفيف والسريع يشكل نقطة الجذب الرئيسية، على حساب المحتوى القيمي أو التأملي.

الشكل رقم (03-10): ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى التيك توك؟

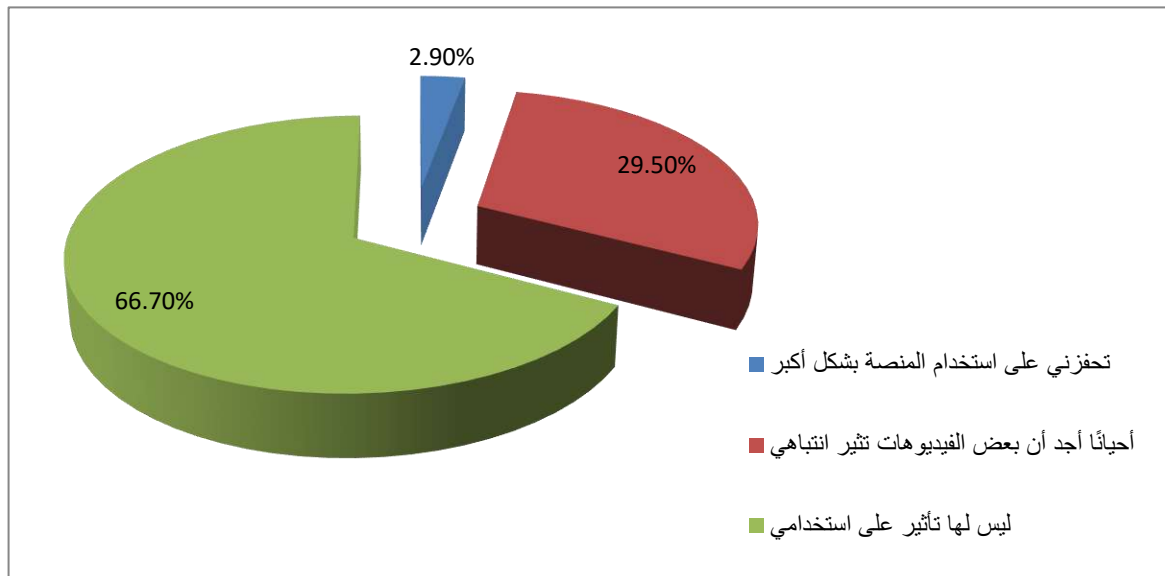


الجدول الحادي عشر: كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟

النسبة التراكمية	النسبة الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	نوع التأثير
%2.9	%2.9	%2.9	3	تحفزي على استخدام المنصة بشكل أكبر
%32.7	%29.8	%29.5	31	أحيانا أجد أن بعض الفيديوهات تثير انتباهي
%100.0	%67.3	%66.7	70	ليس لها تأثير على استخدامي
%100.0	%100.0	%99.0	104	الصالح
		%1.0	1	مفقود (النظام)
		%100.0	105	المجموع الكلي

تشير النتائج إلى أن غالبية المبحوثين (67.3%) يرون أن الفيديوهات التافهة لا تؤثر على استخدامهم للمنصة، بينما عبر 29.8% عن تفاعل انتقائي مع بعض الفيديوهات التي تثير انتباههم، في حين 2.9% فقط أكدوا أن هذا النوع من المحتوى يحفزهم على استخدام المنصة بشكل أكبر، وهي نسبة ضئيلة تؤكد أن التافهة لا ينظر إليها كمحفز رئيسي، بل كواقع مفروض يتم التكيف معه وليس تفضيله بوعي. وعليه يمكن القول أنه رغم أن ثلثي العينة ينفون وجود تأثير مباشر للفيديوهات التافهة، فإن ذلك قد يكون تعبيراً عن اللاوعي أو الإنكار النفسي الثقافي، خاصة وأن العديد من الدراسات تشير إلى أن التكرار والاعتقاد على هذا النوع من المحتوى يترك أثراً تدريجياً. كما يتبين أن هذا "الحياء الجمعي" قد يعكس نوعاً من التكيف السلبي، حيث يواصل المستخدم التصفح رغم إدراكه لرداءة المحتوى.

الشكل رقم (03-11): كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟



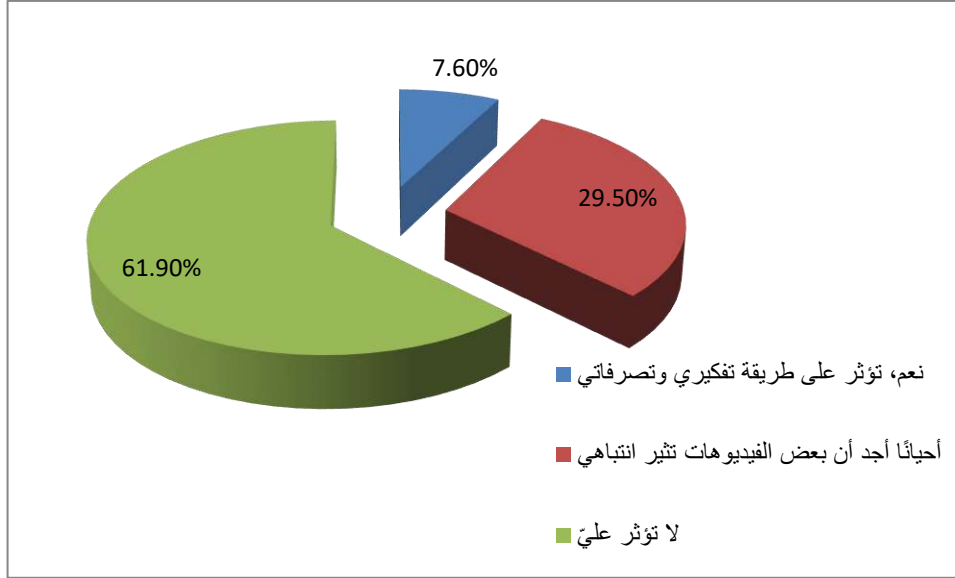
الجدول الثاني عشر: هل تجد أن المنشورات والمحتويات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصرفاتك؟

النسبة التراكمية	النسبة الصالحة	النسبة المثوية	التكرار	الرأي
%7.7	%7.7	%7.6	8	نعم، تؤثر على طريقة تفكيري وتصرفاتي
%37.5	%29.8	%29.5	31	أحيانا أجد أن بعض الفيديوهات تثير انتباهي
%100.0	%62.5	%61.9	65	لا تؤثر علي
%100.0	%100.0	%99.0	104	الصالح
		%1.0	1	مفقود (النظام)
		%100.0	105	المجموع الكلي

تظهر البيانات أن الأغلبية (62.5%) تعتقد أن المحتوى التافه لا يؤثر على اهتماماتهم أو سلوكهم الشخصي، في حين عبر 29.8% عن تفاعل جزئي مع بعض الفيديوهات، ما يدل على أن التافهة لا تمر دون أثر، بل تترك بصمات خفيفة متكررة يمكن أن تتراكم بمرور الوقت لتعيد تشكيل الاهتمامات والذوق العام. وأقر فقط 7.7% بتأثير مباشر للمحتوى لأنها قد تكون أكثر عرضة للتأثر بالتمثيلات الإعلامية السطحية، ولإعادة إنتاجها سلوكيا أو فكريا، مما يجعلها فئة حرجية في دراسات القيم والسلوكيات الرقمية.

وعليه يمكن القول أن استمرار نسبة النفي المرتفعة لتأثير المحتوى التافه قد تفسر كعلامة على وجود فجوة بين ما يدركه الأفراد وما يتأثرون به فعلي. بالإضافة إلى أن كثير من المستخدمين اليوم يتعاملون مع التافهة الرقمية على أنها واقع لا يمكن تفاديه بل يستهلك بلا شعور بالذنب، وهذا يكرس ثقافة اللامبالاة الواعية (conscious disengagement) التي تضعف الحس النقدي وتطبع السلوك الجماعي.

الشكل رقم (03-12): هل تجد أن المنشورات والمحتويات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصرفاتك؟



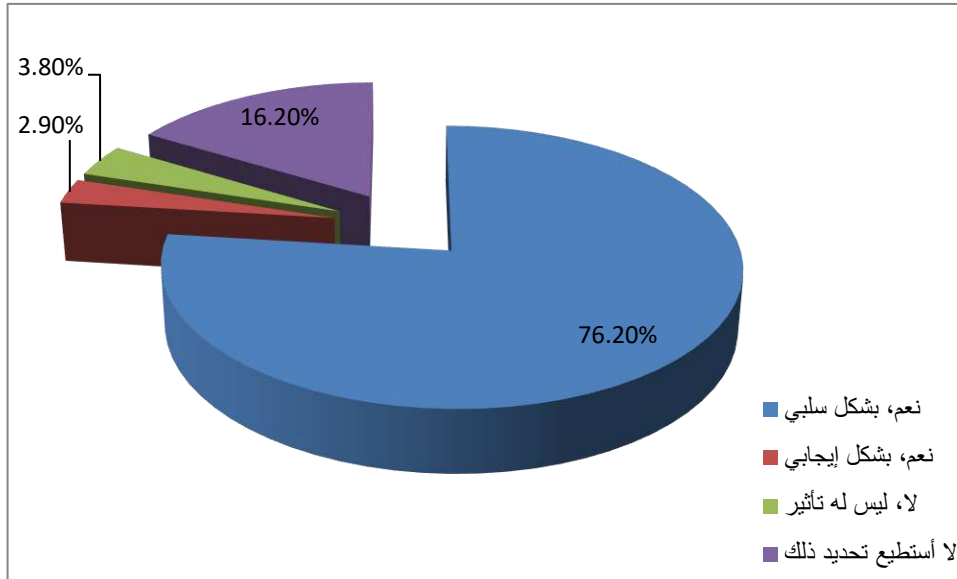
الجدول الثالث عشر: هل تعتقد أن محتوى التيك توك التافه له تأثير على القيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع؟

المجموع		
النسبة	التكرار	
76.19%	80	نعم بشكل سلبي
2.85%	3	نعم بشكل إيجابي
3.8%	4	لا ليس له تأثير
15.19%	17	لا أستطيع تحديد ذلك
99.04%	104	المجموع

تشير النتائج إلى أن غالبية ساحقة من المشاركين (76.9%) يرون أن المحتوى التافه على تيك توك يؤثر سلباً على القيم الاجتماعية والأخلاقية، في مقابل نسبة هامشية جداً ترى أن التأثير إيجابي (2.9%)، أو غير موجود (3.8%). وهناك أيضاً 16.3% عبروا عن عدم قدرتهم على الحسم.

من خلال هذا الجدول يكشف عن وعي جماعي قوي بأن هناك إشكالا قيميا حقيقيا ناتجا عن المحتوى التافه، ما يعكس شعورا بالقلق المجتمعي والاحتكاك بين أنماط الحياة الرقمية الجديدة والمنظومات القيمية التقليدية.

الشكل رقم (03-13): هل تعتقد أن محتوى التيك توك التافه له تأثير على القيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع؟

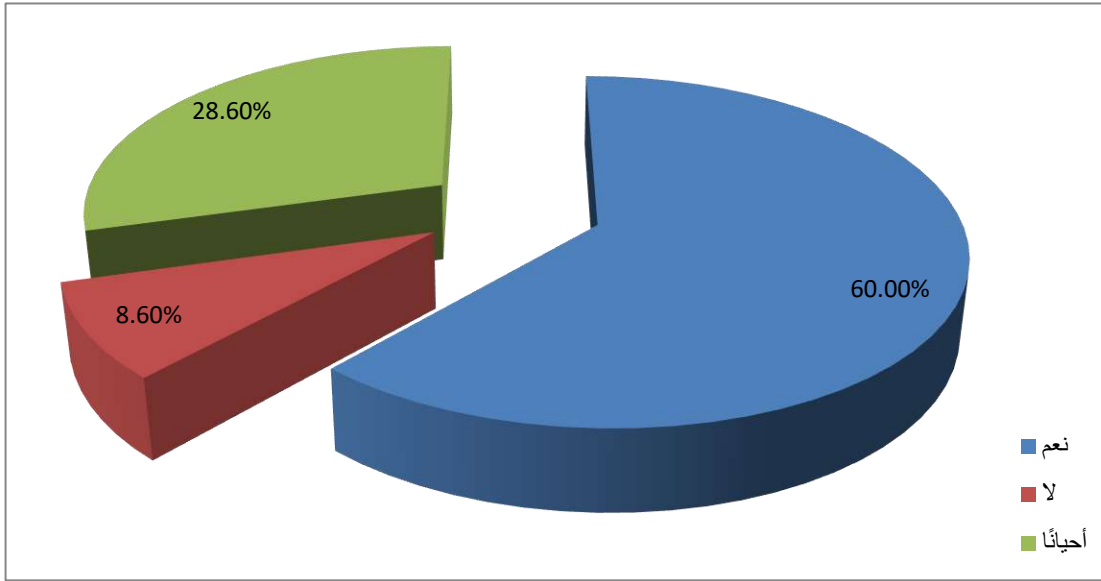


الجدول الرابع عشر: هل تعتبر أن منصات مثل التيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة؟

المجموع		
النسبة	التكرار	
60%	63	نعم
8.57%	9	لا
28.57%	30	أحيانا
97.14%	102	المجموع

يفيد هذا الجدول بأن أغلبية معتبرة من أفراد العينة (61.8%) تعتقد أن منصات مثل تيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة، بينما يرى 29.4% أن ذلك يحدث "أحيانا"، وأن التأثير يحصل بشكل جزئي يعكس رغبة في الاعتراف بأن المنصة ليست بالمطلق مفسدة أو موجهة للفكر، لكنها تحمل في داخلها آليات إنتاج تأثير اجتماعي متفاوت بينما يعترض فقط 8.8% على هذه الفكرة. تفسر نتائج هذا الجدول بأن الإجماع شبه الكامل (91.2% تقريبا إن أضفنا "نعم" و"أحيانا") على أن المنصة تساهم - كلياً أو جزئياً - في صناعة معايير اجتماعية خاطئة، يدل على فهم المشاركين بأن منصة تيك توك ليست فقط وسيلة ترفيهية بل أداة لإعادة تشكيل القيم والسلوك الجماعي.

الشكل رقم (03-14): هل تعتبر أن منصات مثل التيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة؟



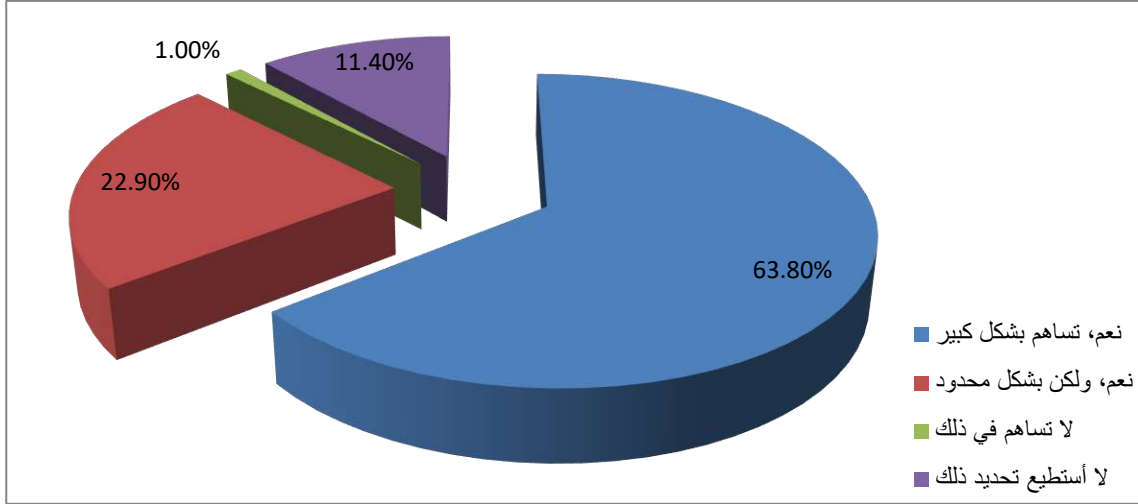
الجدول الخامس عشر: هل تعتبر أن المنصات مثل التيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة؟ (بتحديد درجة التأثير)

المجموع		
النسبة	التكرار	
63.80%	67	نعم تساهم بشكل كبير
22.85%	24	نعم ولكن بشكل محدود
0.95%	1	لا تساهم في ذلك
11.42%	12	لا أستطيع تحديد ذلك
99.04%	104	المجموع

تعزز نتائج هذا الجدول نتائج الجدول السابق، ولكنها تقدم تفصيلاً دقيقاً لدرجة التأثير، حيث يرى 64.4% من المشاركين أن منصة تيك توك تساهم بشكل كبير في تكوين معايير اجتماعية خاطئة، في حين يرى 23.1% أن هذا التأثير موجود ولكنه محدود. ويشكك 11.5% في الأمر قد تمثل هذه الفئة حالة تيه معرفي وثقافي تعيشه الأجيال الجديدة، بين ما تشاهده يوميا وما تشعر به ضمناً، فيما ينفيه تماماً 1.0% فقط.

تشير النتائج إلى أن الرأي القائل بأن تيك توك يساهم بصورة جوهرية وبنية في صناعة معايير مشوهة اجتماعياً ليس فقط حاضراً بل هو الرأي السائد بأغلبية مريحة، لكن النسبة الضئيلة جداً التي تنفي التأثير (1%) تعكس انعدام الثقة تقريباً في حيادية تيك توك أو دوره الإيجابي في تشكيل الوعي الجمعي، ما يظهر وعياً نقدياً متقدماً لدى العينة.

الشكل رقم (03-15): هل تعتبر أن المنصات مثل التيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة؟ (بتحديد درجة التأثير)

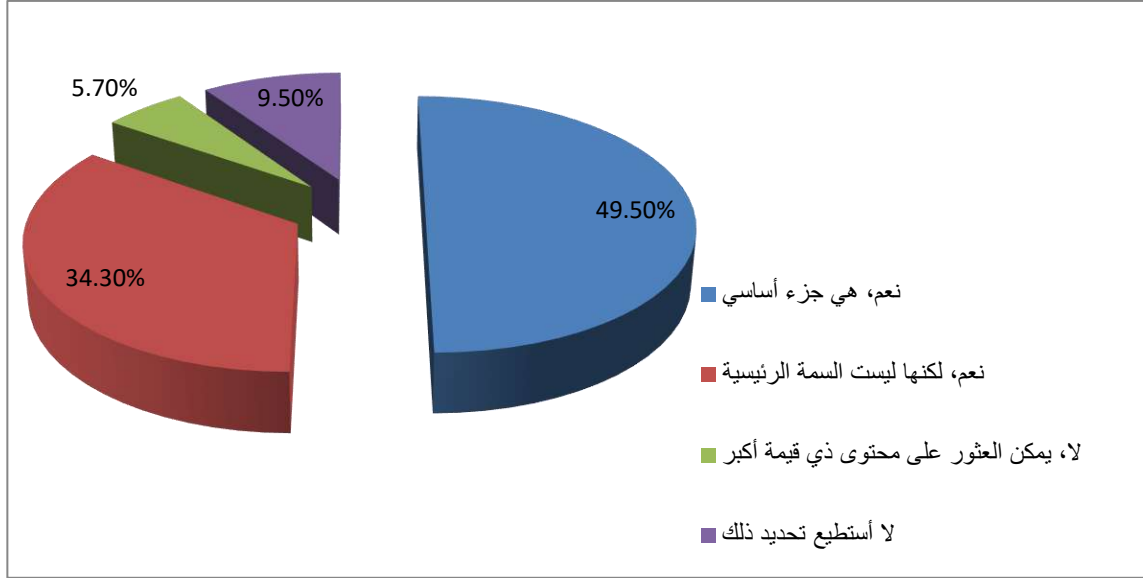


الجدول السادس عشر: هل تعتبر أن التفاهة أصبحت جزءاً أساسياً من صناعة المحتوى الرقمي على منصات مثل تيك توك؟

المجموع		
النسبة	التكرار	
49.52%	52	نعم هي جزء أساسي
34.28%	36	نعم ولكنها ليست هي السمة الرئيسية
5.71%	6	لا يمكن العثور على محتوى ذو قيمة أكبر
9.52%	10	لا أستطيع تحديد ذلك
99.4%	104	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نصف المشاركين بالضبط (50%) يرون أن التفاهة أصبحت جزءاً أساسياً من صناعة المحتوى الرقمي على تيك توك، بينما يرى 34.6% أنها موجودة ولكن ليست السمة الرئيسية، في حين تعتقد نسبة هامشية (5.8%) (أن هناك محتوى قيم يمكن العثور عليه، و 9.6% غير قادرين على تحديد موقف. حيث نستنتج من خلال هذا التحليل أنه يرى نصف العينة أن التفاهة ليست فقط موجودة بل تشكل عنصراً بنوياً وأساسياً في المنصة، وهذا يوضح تصوراً نقدياً حاداً عن توجهات الصناعة الرقمية، التي يبدو أنها تفضل السهل والسريع والمثير على العميق والمفيد. بينما نسبة 34.6% ترى أن التفاهة موجودة ولكنها ليست السمة المهيمنة، ما يشير إلى وجود وعي نسبي بالتعدد داخل المنصة، أي أن هناك من يدرك أن تيك توك يحتوي أيضاً على محتوى جيد، لكن الأخير لا يحظى بالانتشار نفسه. في حين أن نسبة ضئيلة 5.8% ترى أن المحتوى القيم ما زال يمكن العثور عليه ما يعكس شبه خفوت لصوت المستخدم المثقف أو الواعي، أو أنه ببساطة لم يعد يجد في المنصة ما يشبع حاجاته المعرفية.

الشكل رقم (03-16): هل تعتبر أن التفاهة أصبحت جزءا أساسيا من صناعة المحتوى الرقمي على منصات مثل تيك توك؟



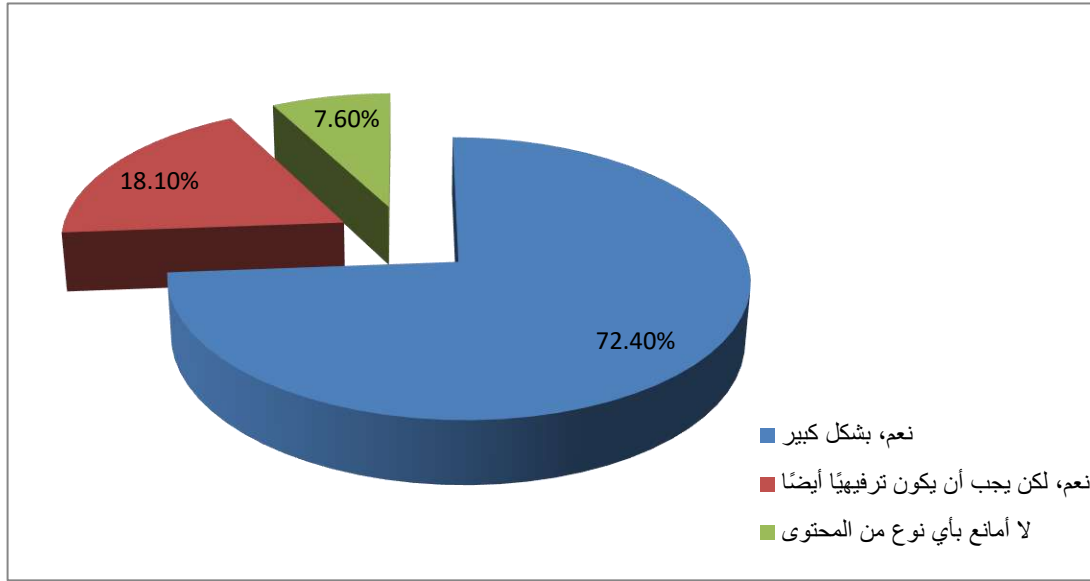
الجدول السابع عشر: هل تشجع وجود محتوى أكثر تعليميا أو تثقيفيا على تيك توك؟

المجموع		
النسبة	التكرار	
72.38%	76	نعم بشكل كبير
18.09%	19	نعم لكن يجب أن يكون ترفيهيا أيضا
7.61%	8	لا أمانع بأي نوع من المحتوى
98.09%	103	المجموع

تبرز النتائج ميولا إيجابية واضحة نحو دعم إدخال المحتوى التثقيفي والتعليمي في التيك توك، إذ عبر ما نسبته 73.8% عن دعمهم لذلك بشكل مباشر، بينما يرى 18.4% ضرورة أن يتم المزج بين التعليم والترفيه. وتبقى نسبة 7.8% فقط لا تبدي تفضيلا لمحتوى معين، بل تطالب ضمنا بمسؤولية رقمية في ما ينشر ويستهلك.

وبالتالي نستنتج بأن ارتفاع نسبة المؤيدين للمحتوى التعليمي يعبر عن توق معرفي كامن لدى المستخدمين، يؤكد أن التفاهة ليست قدرا محتوما، بل هناك قابلية لإعادة توجيه المنصة نحو مضامين ذات قيمة، في حين أن النسبة القليلة 7.8% التي لا تمنع أي نوع من المحتوى تشير إلى أن الأغلبية لم تعد محايدة تجاه طبيعة المحتوى.

الشكل رقم (03-17): هل تشجع وجود محتوى أكثر تعليمياً أو تثقيفياً على تيك توك؟



الجدول الثامن عشر: كيف تقيم التأثيرات طويلة الأمد لتفاهة المحتوى على المدى الاجتماعي والنفسي؟

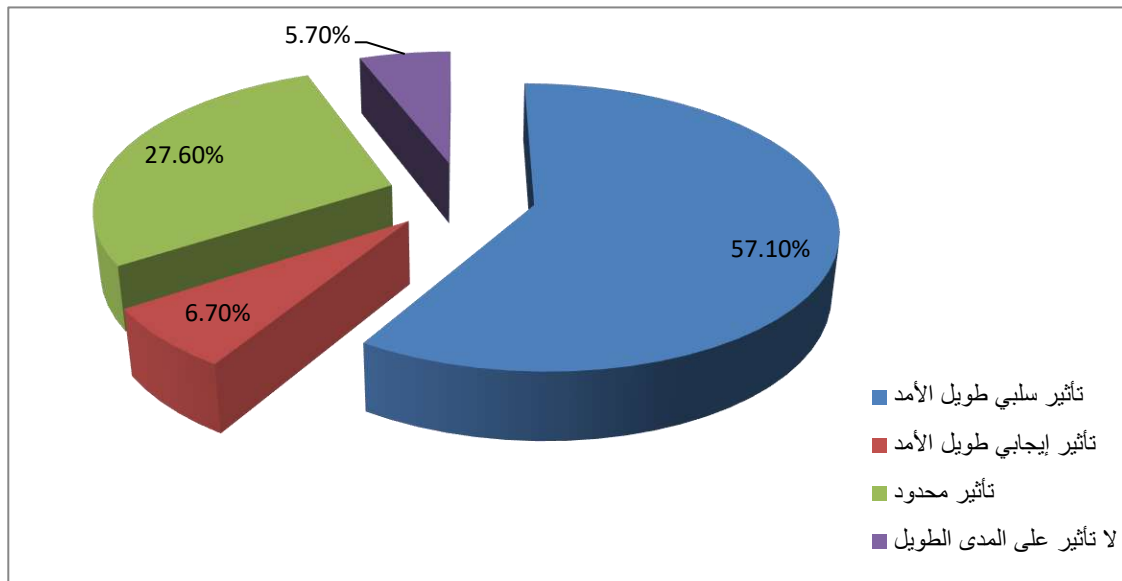
النسبة	التكرار	
57.14%	60	تأثير سلبي طويل الأمد
6.66%	7	تأثير إيجابي طويل الأمد
27.61%	29	تأثير محدود
5.71%	6	لا تأثير على المدى الطويل
97.14%	102	المجموع

يعتقد أغلب المشاركين في الدراسة (58.8%) أن التفاهة الرقمية، كما تتجلى في محتوى تيك توك، تسبب تأثيراً سلبياً على المدى الطويل اجتماعياً ونفسياً. بينما يرى 28.4% أن التأثير محدود، ويعتقد 6.9% فقط أن التأثير إيجابي، ويقل ذلك إلى 5.9% ممن يرون أنه لا يوجد أي تأثير.

تبرز نتائج هذا التحليل بأنه يرى البعض أن التأثير محدود، فإن هذه الفئة قد تمثل نظرة واقعية تسلم بوجود التفاهة لكنها تقلل من شأنها بناءً على آليات ذاتية للمقاومة أو التمييز النقدي، وهو ما يشير إلى تفاوت في المناعة النفسية الثقافية لدى المستخدمين، بينما نسبة ضئيلة ترى في التفاهة نوعاً من "التحرر من الجدية" أو "الترفيه النافع"، وقد يكون ذلك نتيجة تبني فلسفات ما بعد حداثة ترى في التفكير والسخرية أداة معرفية، لكن هذه الرؤية تبقى نادرة.

الشكل رقم (03-18): كيف تقيم التأثيرات طويلة الأمد لتفاهة المحتوى على المدى الاجتماعي

والنفسى؟



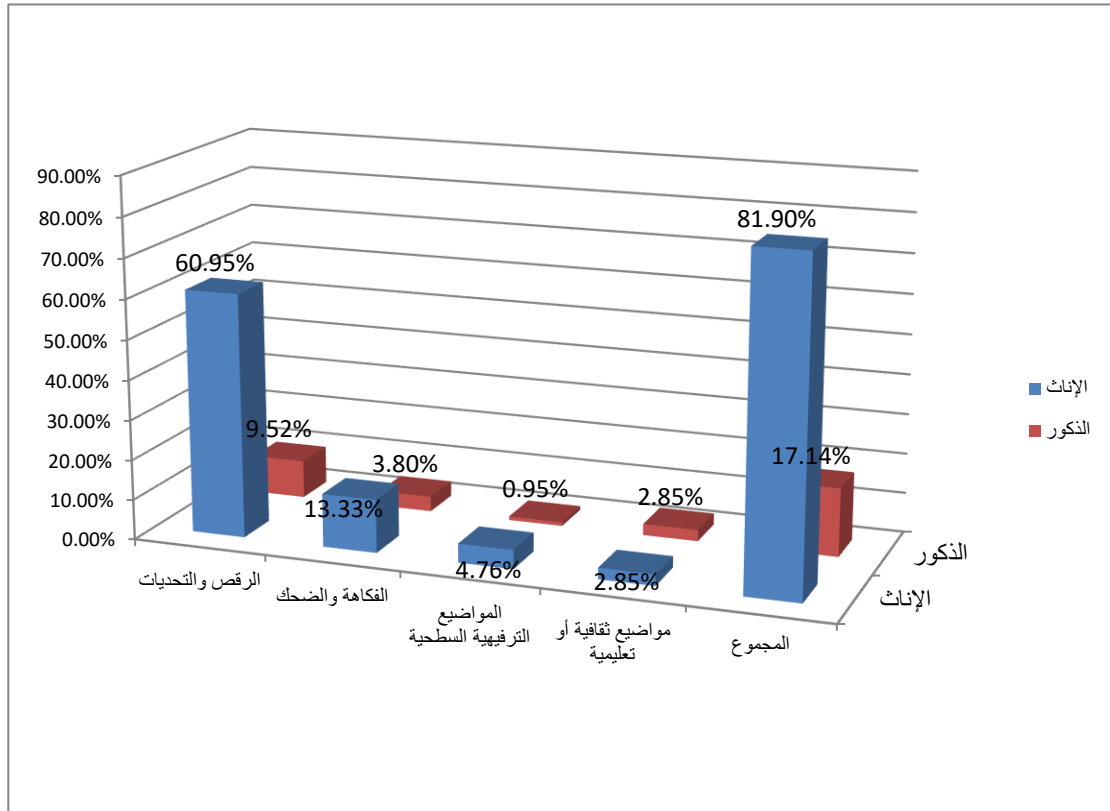
الجدول التاسع عشر: "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب الجنس

المجموع	الذكور		الإناث		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الرقص والتحديات	70.47%	74	9.52%	10	64
الفكاهة والضحك	17.14%	18	3.80%	4	14
المواضيع الترفيهية السطحية	5.71%	6	0.95%	1	5
مواضيع ثقافية أو تعليمية	5.71%	6	2.85%	3	3
المجموع	99.04%	104	17.14%	18	86

تشير المعطيات الإحصائية في هذا الجدول أن فئة "الرقص والتحديات" هي الأكثر هيمنة على محتوى تيك توك حسب رأي المشاركين، حيث حصلت على 70.47% من مجموع الإجابات، ما يعكس طابع المنصة القائم على "الفرجة السريعة" و"التزند اللحظي" المرتبط بالحركة والإبحار البصري، في حين تأتي الفكاهة في المرتبة الثانية بنسبة 17.14%، وهو ما يدل على هيمنة الترفيه بشكل عام (أكثر من 87% من مجموع الإجابات)، بينما لا تتجاوز نسبة من يعتقدون أن المحتوى ثقافي أو تعليمي 5.71% فقط، وهو ما يعزز صورة المنصة كبيئة للترفيه الخفيف لا للمعرفة أو الحوار المجتمعي الجاد.

النتائج تؤكد أن منصة تيك توك، في نظر غالبية المستخدمين، تقدم محتوى ترفيهياً قائماً على الإيقاع والحركة والضحك السريع، بينما تبقى المضامين التعليمية والثقافية في الهامش، وهو ما يشكل تحدياً كبيراً أمام من يسعى لإضفاء طابع تربوي أو توعوي على هذه المساحة الرقمية الجماهيرية.

الشكل رقم (03-19): "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب الجنس

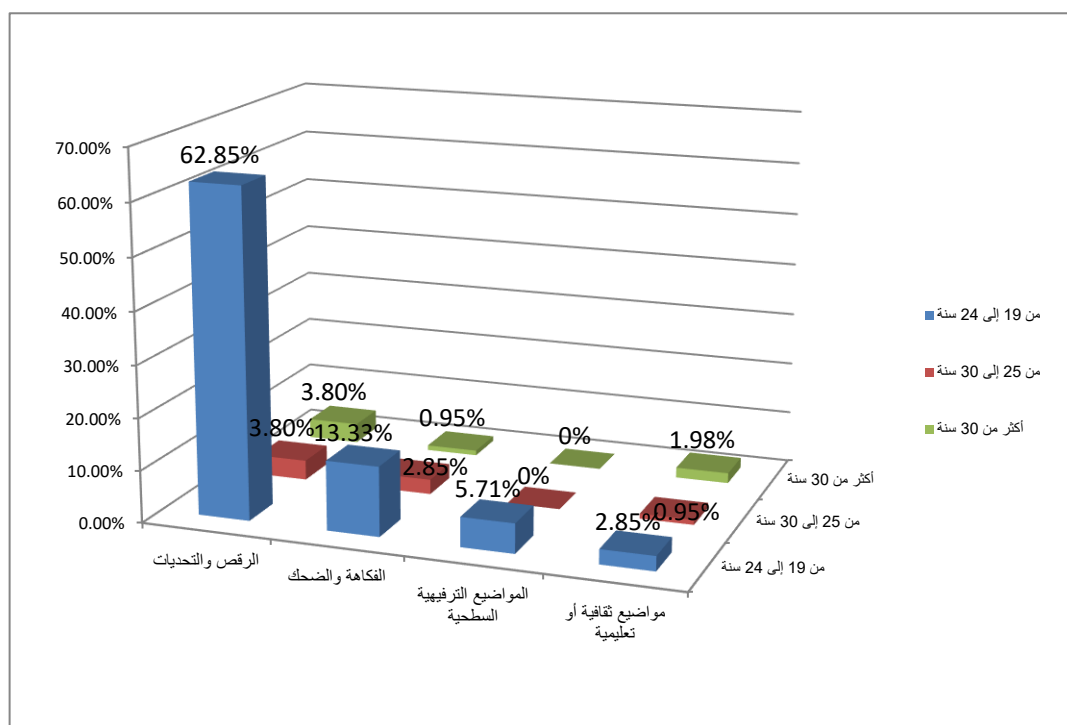


الجدول العشرون: "ما هي المواضيع التي ترى أنها تقيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب السن

المجموع	من 19 إلى 24 سنة		من 25 إلى 30 سنة		أكثر من 30 سنة		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الرقص والتحديات	62.85%	66	3.80%	4	3.80%	4	70.47%
الفكاهة والضحك	13.33%	14	2.85%	3	0.95%	1	17.4%
المواضيع الترفيهية السطحية	5.71%	6	0.00%	0	0.00%	0	5.71%
مواضيع ثقافية أو تعليمية	2.85%	3	0.95%	1	1.98%	2	5.1%
المجموع	84.76%	89	7.61%	8	6.66%	7	99.04%

تكشف نتائج هذا الجدول عن استمرار الاتجاه السائد بأن محتوى تيك توك يتمحور بشكل كبير حول الرقص والتحديات، حيث يراها 70.47% من أفراد العينة الموضوع الأكثر هيمنة، خصوصا لدى الفئة العمرية 19-24 سنة التي تمثل النسبة الأكبر في العينة، وهي الفئة الأكثر استهلاكا للمنصة. في المقابل يظهر أن الفئات الأكبر سنا لم تختلف كثيرا في تقييمها لطبيعة المحتوى، رغم قلة تمثيلها، مما يدل على إجماع عابر للأجيال على الطبيعة الترفيهية والسطحية للمنصة. وفي المقابل يبقى التمثيل النسبي لمواضيع "ثقافية أو تعليمية" متواضعا جدا، حيث لم تتجاوز 5.71% من مجموع الآراء، ما يعكس ضعف الإدراك العام للمنصة كبيئة معرفية أو تنويرية. تظهر هذه النتائج تحديا واضحا أمام صناع المحتوى الهادف، إذ أن التمثيلات الغالبة عن تيك توك لا تزال محصورة في محتوى الحركات والضحك السريع، وليس في تبادل المعرفة أو بناء الوعي. كما يثير هذا التركز حول "الرقص والتحديات" تساؤلات حول تأثير ذلك على التصورات الثقافية والذوق الجمالي لدى جيل الشباب، خصوصا في ظل تراجع المحتوى الرصين.

الشكل رقم (03-20): "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب السن



الجدول الحادي والعشرون: "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب المستوى

الجامعي

المجموع	السنة الأولى ماستر		السنة الثالثة ليساس		السنة الثانية ليساس		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الرقص والتحديات	70.47%	74	27.61%	29	22.85%	24	
الفكاهة والضحك	17.14%	18	2.85%	3	6.66%	7	
المواضيع الترفيهية السطحية	5.71%	6	1.9%	2	2.85%	3	
مواضيع ثقافية أو تعليمية	5.71%	6	0.95%	1	1.9%	2	
المجموع	99.04%	104	33.33%	35	34.28%	36	

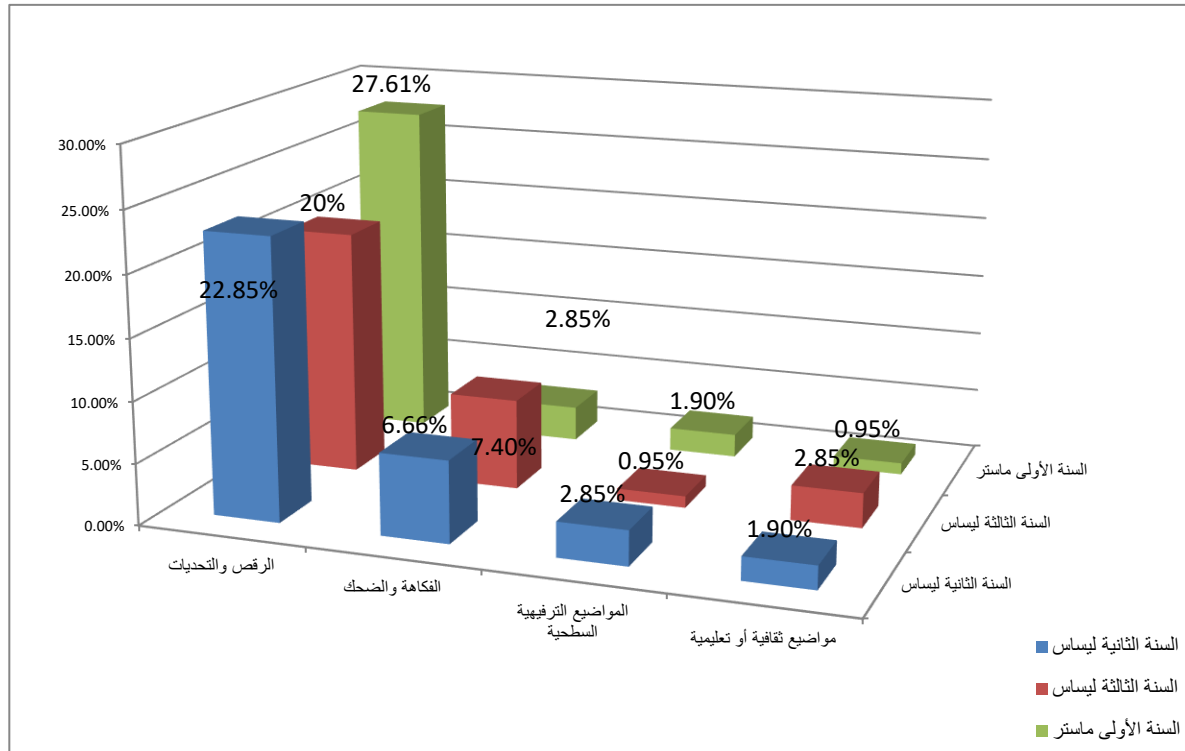
تظهر النتائج مرة أخرى أن محتوى "الرقص والتحديات" يهيمن على إدراك الطلبة الجامعيين لمحتوى تيك توك بنسبة 70.47%، وهو ما يشير إلى تجذر صورة المنصة بوصفها فضاء ترفيهياً أولاً وأخيراً، وأن هذه الصورة لا تختلف كثيراً باختلاف المستوى الجامعي، بل قد تتعزز كلما تقدم الطالب في المرحلة الدراسية؛ إذ إن طلبة الماستر سجلوا

أعلى نسبة في اختيار هذا النوع من المحتوى (27.61%)، وهو ما قد يدل على وعي نقدي أكبر، أو ربما ملل وتكرار في تجربة التلقي جعلهم يركزون على الطابع الاستعراضي للمنصة. أما المواضيع ذات القيمة الثقافية أو التعليمية، رغم تمثيلها الضئيل (5.71%)، تظل حاضرة في وعي بعض الطلبة، خاصة في مستويات أكثر تقدماً، وهو ما يمكن اعتباره نافذة صغيرة للأمل في توجيه المنصة نحو محتوى أكثر جدية وفائدة، إن وجدت الإرادة الفردية والمؤسسية لذلك.

تؤكد النتائج أن طلبة الجامعة – رغم خلفيتهم الأكاديمية – لا يلمسون تميزاً في مضمون المنصة، بل يرون أنها تعيد إنتاج المحتوى الشعبي الخفيف. وهذا يضعف إمكانية الاعتماد على تيك توك كأداة تعليمية أو وسيلة لنقل القيم المعرفية، ما لم يعاد توجيه استخدامه بوعي نقدي وتربوي.

الشكل رقم (03-21): "ما هي المواضيع التي ترى أنها تقيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب المستوى

الجامعي



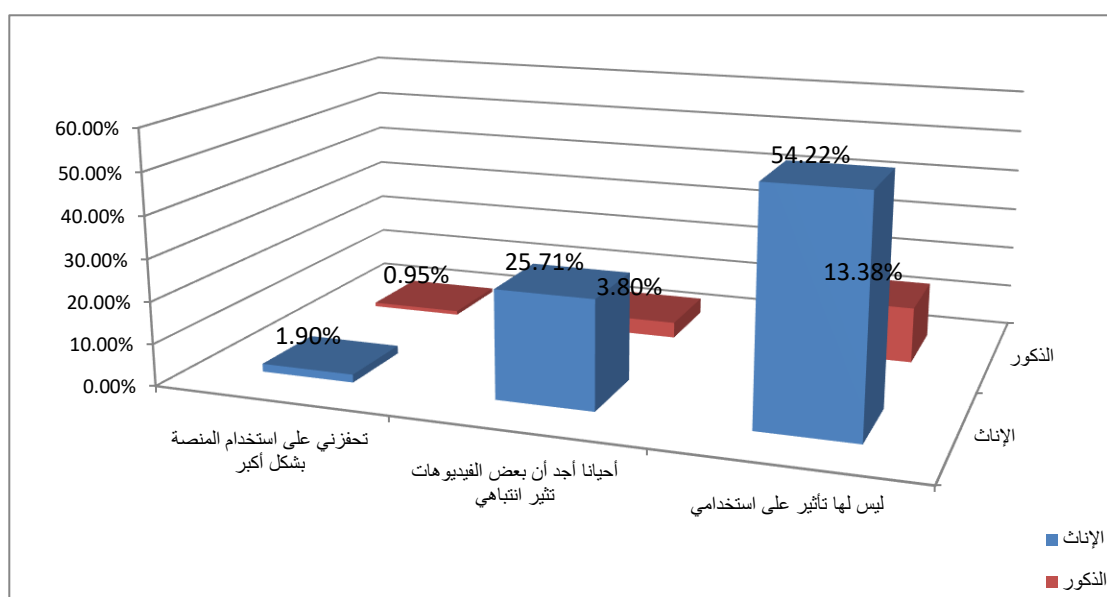
الجدول الثاني والعشرون: "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب الجنس

المجموع		الذكور		الإناث		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%2.85	3	%0.95	1	%1.9	2	تحفزني على استخدام المنصة بشكل أكبر
%29.52	31	%3.80	4	%25.71	27	أحيانا أجد أن بعض الفيديوهات تثير انتباهي
%66.66	70	%13.38	13	%54.22	57	ليس لها تأثير على استخدامي
%99.04	104	%17.14	18	%81.90	86	المجموع

توضح النتائج أن غالبية أفراد العينة خاصة من الإناث يرون أن الفيديوهات التافهة لا تؤثر على استخدامهم للمنصة بشكل واضح، حيث صرح بذلك 66.66% من المشاركين. وهذا يشير إلى نوع من "التطبيع الرقمي مع التافهة"، أي أن وجود محتوى سطحي لم يعد عاملاً حاسماً في قرار التفاعل مع المنصة أو العزوف عنها. في المقابل، أشار 29.52% إلى أن هذه الفيديوهات تثير أحيانا انتباههم، ما يدل على أن تأثير التافهة ليس دائماً سلبياً أو طارداً، بل قد يكون أحيانا مدخلاً لفضول المستخدم أو مصدراً لتسلية سريعة. والجدير بالانتباه أن فقط 2.85% من المستخدمين أفادوا بأن هذه الفيديوهات تحفزهم على استخدام المنصة أكثر، وهي نسبة ضعيفة تعكس أن التافهة ورغم انتشارها، لا تعد عاملاً جاذباً بشكل صريح.

تؤكد هذه النتائج إلى أن المحتوى التافه أصبح جزءاً من النسيج الطبيعي لاستخدام تيك توك، وأن المستخدمين طوروا آلية تكيف أو "مناعة ثقافية جزئية" ضده، يتعاملون معه ببرود أو تجاهل، ما لم يكن جذاباً أو مثيراً بصرياً. وهذا يعكس تحولاً في سلوك المشاهدة الحديثة، حيث لم تعد "القيمة" شرطاً للاستمرار، بل يكفي "الإيقاع" أو "الفضول".

الشكل رقم (03-22): "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب الجنس



الجدول الثالث والعشرون: "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب السن

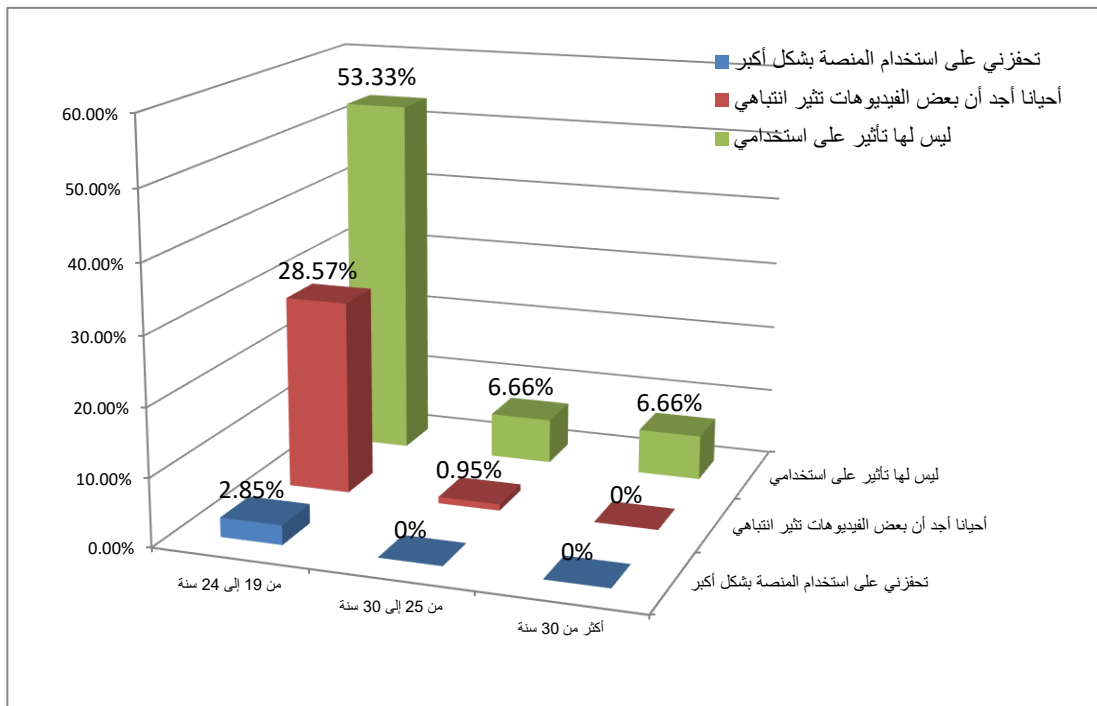
المجموع	من 19 إلى 24 سنة		من 25 إلى 30 سنة		أكثر من 30 سنة		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
تحفزني على استخدام المنصة بشكل أكبر	2.85%	3	0.00%	0	0.00%	0	2.85%
أحيانا أجد أن بعض الفيديوهات تنثير انتباهي	28.57%	30	0.95%	1	0.00%	0	29.52%
ليس لها تأثير على استخدامي	53.33%	56	6.66%	7	6.66%	7	66.66%
المجموع	84.76%	89	7.61%	8	6.66%	7	99.04%

تعكس النتائج أن الفئة العمرية 19-24 سنة، رغم كونها الأكثر تفاعلا مع تيك توك، فإنها لا ترى في المحتوى التافه عنصرا محفزا كبيرا على الاستخدام. فنسبة 2.85% من هذه الفئة صرحوا بأنه يشجعهم على الاستخدام، بينما أكد أكثر من نصفهم (53.33%) أنه لا يؤثر على تفاعلهم، وقراءة 28.57% أقرروا بأن بعض الفيديوهات التافهة تنثير انتباههم أحيانا. أما فيما يتعلق بالفئات الأكبر سنا (25 سنة فما فوق)، يتبين أن لا أحد

منها يرى في المحتوى التافه محفزا، بل تركزت الإجابات في خانة "لا تأثير"، وهذا قد يدل على وعي انتقائي أعلى، أو تبلد في الاستجابة نتيجة عدم الجاذبية، أو حتى ضعف استخدام المنصة أصلا.

يمكن القول أن هذه النتائج تضعنا أمام صورة معقدة: المحتوى التافه لا يجب بالضرورة، لكنه لا يقاوم أيضا. يتم قبوله ضمنا باعتباره جزءا من بيئة المنصة، ما يشير إلى طبيعة استهلاك رقمية محايدة، أو متساهلة مع التافهة طالما أنها لا تؤثر بشكل سلبي مباشر، كما تؤكد النتائج ما يعرف بـ "نمط الاستهلاك المتناقض"، حيث يدرك المستخدم أن المحتوى غير ذي قيمة، لكنه يواصل التفاعل معه، إما بدافع التسلية أو الاسترخاء أو العادة. وهو ما يضعف فعالية المفاهيم التقليدية للذوق أو القيمة أو المنفعة في تفسير السلوك الرقمي الجديد.

الشكل رقم (03-23): "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب السن



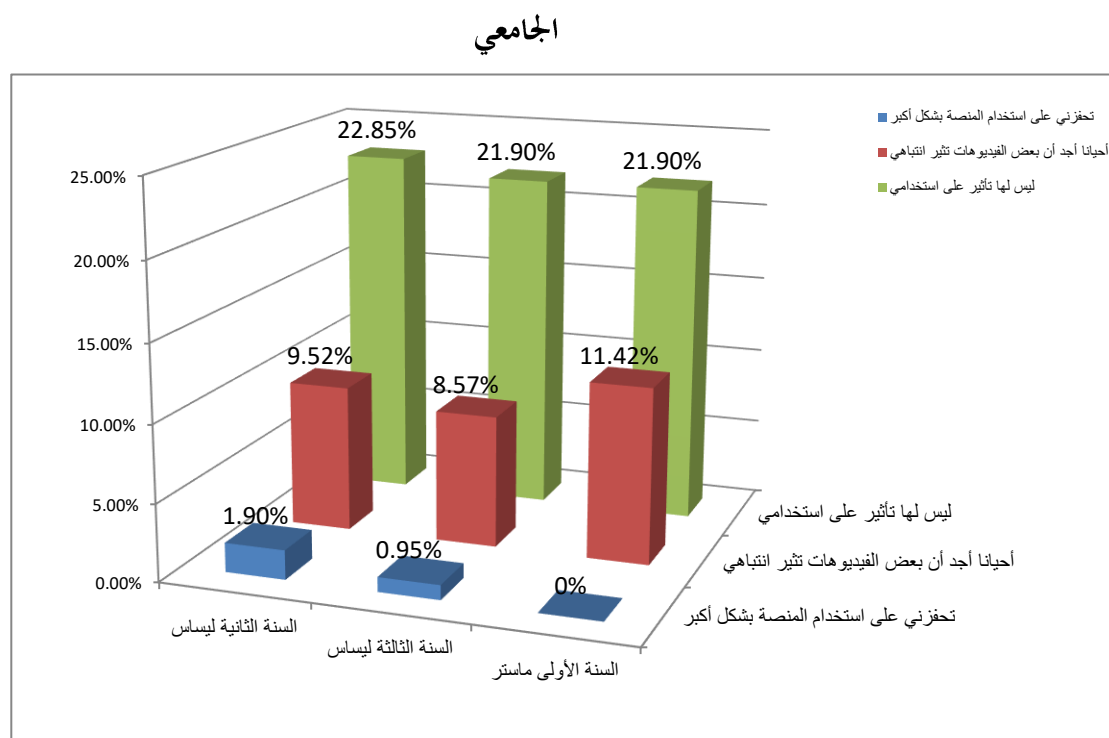
الجدول الرابع والعشرون: "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب المستوى الجامعي

السنة الثانية ليسانس		السنة الثالثة ليسانس		السنة الأولى ماستر		المجموع	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
2	1.9%	1	0.95%	0	00%	3	2.85%
10	9.52%	9	8.57%	12	11.42%	31	29.52%
24	22.85%	23	21.90%	23	21.90%	70	66.66%
36	34.28%	33	31.42%	35	33.33%	104	99.04%

تكشف هذه النتائج عن درجة عالية من الاستقرار في الرؤية النقدية للمحتوى التافه عبر مختلف المستويات الجامعية، إذ أن الغالبية ترى أن هذا النوع من المحتوى لا يؤثر على استخدامهم للمنصة (66.66% من الإجمالي)، بينما تبقى نسبة صغيرة فقط ترى فيه مصدرا لتحفيز الاستخدام بنسبة 2.85%. واللافت أن طلبة السنة الأولى ماستر، كانوا الأكثر تفاعلا ضمن فئة "أحيانا يثير انتباهي" بنسبة 11.42%، ما قد يعكس وعيا نقديا انتقائيا يفرق بين "تافه مزعج" و"تافه مثير للفضول أو الضحك". أما طلبة السنوات الأولى، خاصة السنة الثانية، فيبدو أنهم إما أكثر تساهلا مع هذا النوع من المحتوى، أو أقل إدراكا لآثاره، ما يفسر نسبة التفاعل المحايد أو التبريري لديهم.

نستنتج أن الطلبة الجامعيين، بصرف النظر عن مستواهم، يدركون وجود التافهة، لكنهم لا يربطونها بقرار استخدام المنصة أو تركها، ما يعكس نوعا من "التكيف السلبي" مع طبيعة المحتوى الرقمي الشائع، حيث تتحول التافهة من كونها مشكلة إلى مجرد واقع معتاد لا يثير القلق أو يستدعي التوقف.

الشكل رقم (03-24): "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب المستوى



الجدول الخامس والعشرون: "هل تجد أن المنشورات والمحتويات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو

تصوراتك؟" بحسب الجنس

المجموع		الذكور		الإناث		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%7.61	8	%0.95	1	%6.66	7	نعم تؤثر على طريق تفكيري وتصرفاتي
%52.29	31	%1.90	2	%27.61	29	أحيانا أجد أن بعض الفيديوهات تثير انتباهي
%61.90	65	%14.28	15	%47.61	50	لا تؤثر علي
%99.04	104	%17.14	18	%81.90	86	المجموع

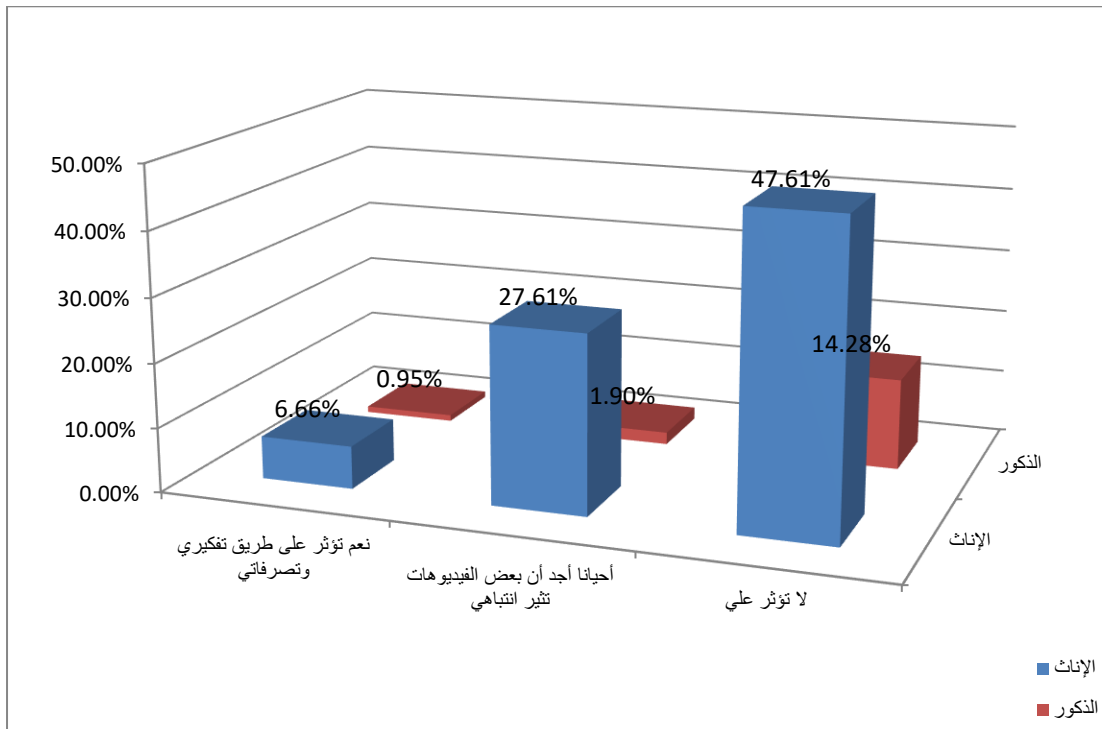
تبرز هذه النتائج مرة أخرى طبيعة العلاقة المتناقضة بين المستخدمين والمحتوى التافه، إذ ترى الغالبية (%61.90) أنه لا يؤثر فعليا على اهتماماتهم أو طريقة تفكيرهم، ما قد يعكس حالة من "التحصين النفسي الرقمي" لدى المستخدمين، أو ربما مجرد إنكار لتأثيرات غير مرئية ولكنها موجودة على المستوى الباطني أو السلوكي. في المقابل، يعترف %29.52 بأن بعض الفيديوهات التافهة تنجح أحيانا في جذب الانتباه أو إثارة الفضول، وهو مؤشر على وجود تأثير جزئي غير مقصود، يمارس بشكل عابر لكنه متكرر، وبالتالي قد يفضي إلى تحول تدريجي في أنماط التفكير أو تفضيلات الاستهلاك الرقمي. ويبقى عدد محدود ممن يرون أن هذا المحتوى يؤثر على طريقة

تفكيرهم (فقط 7.61%)، وغالبيتهم من الإناث، ما يشير إلى أنهن أكثر تفاعلا وجدانيا مع المنصة، ما يجعل التأثير النفسي والمعرفي أكثر لديهن.

نستنتج من خلال الجدول أن التأثير غير مباشر للمحتوى التافه، والذي لا يدركه المتلقي بسهولة، بل يتسلل إلى أنماط تفكيره وسلوكياته ببطء، من خلال التكرار والاعتياد، ما يجعله أكثر خطورة من المحتوى الواضح في توجهاته.

الشكل رقم (03-25): "هل تجد أن المنشورات والمحتويات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو

تصوراتك؟" بحسب الجنس



الجدول السادس والعشرون: "هل تجد أن المنشورات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟"
بحسب السن

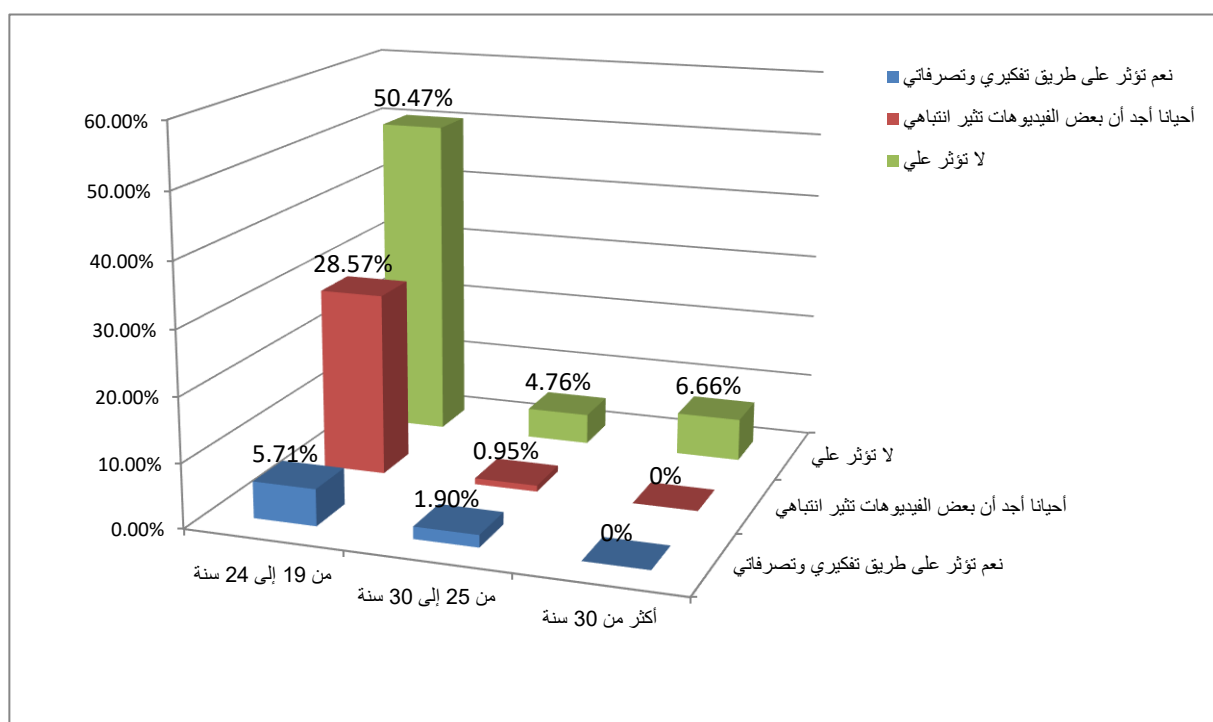
المجموع		أكثر من 30 سنة		من 25 إلى 30 سنة		من 19 إلى 24 سنة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%7.61	8	%00	0	%1.90	2	%5.71	6	نعم تؤثر على طريق تفكيري وتصرفاتي
%29.52	31	%00	0	%0.95	1	%28.57	30	أحيانا أجد أن بعض الفيديوهات تثير انتباهي
%61.90	65	%6.66	7	%4.76	5	%50.47	53	لا تؤثر علي
%99.04	104	%6.66	7	%7.61	8	%84.76	89	المجموع

تكشف النتائج أن فئة الشباب (19-24 سنة)، وهي الأكثر استخداما للمنصة، و الأكثر عرضة للاعتراف بتأثير محتوى تيك توك التافه على سلوكهم أو اهتماماتهم، حيث صرح %7.61 منهم بأنه يؤثر على طريقة تفكيرهم وتصرفاتهم، و %27.61 بأنه يثير انتباههم أحيانا، واللافت أيضا أن نسبة %49.52 منهم ترى أن المحتوى التافه لا يؤثر عليها، ما يضعنا مرة أخرى أمام ظاهرة "اللاوعي بالتأثير"، حيث يعتقد أن المحتوى لا يغير شيئا، في حين أن استهلاكه المتكرر قد يعيد تشكيل الأولويات والقيم دون وعي مباشر. في المقابل، تنعدم نسبة التأثير المعترف به بين الفئات الأكبر سنا، مما يشير إما إلى استقلال نفسي أكبر عن المحتوى الرقمي الترفيهي، أو إلى قلة التفاعل أصلا مع المنصة، ما يقلل من فرص التأثير والتأثر.

النتائج تؤكد أن الفئة العمرية الأكثر استهلاكاً للمحتوى التافه هي نفسها الأكثر عرضة لتأثيره - سواء اعترفت بذلك أو لا. وهذا يبرز خطورة "الترفيه المفرط" و"سطحية المعنى"، خاصة عندما تقدم في قوالب جذابة وممتعة للفئات التي ما تزال شخصياتها ومرجعياتها الثقافية في طور التكوين.

الشكل رقم (03-26): "هل تجد أن المنشورات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟"

بحسب السن



الجدول السابع والعشرون: "هل تجد أن المنشورات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟"

بحسب المستوى الجامعي

المجموع		السنة الأولى ماستر		السنة الثالثة ليسانس		السنة الثانية ليسانس		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%7.61	8	%0.95	1	%2.85	3	%3.2	4	نعم تؤثر على طريق تفكيري وتصرفاتي
%29.52	31	%8.57	9	%7.61	8	%13.32	14	أحيانا أجد أن بعض الفيديوهات تنثير انتباهي
%61.90	65	%23.80	25	%20.95	22	%17.14	18	لا تؤثر علي
%99.04	104	%33.33	35	%31.42	33	%34.28	36	المجموع

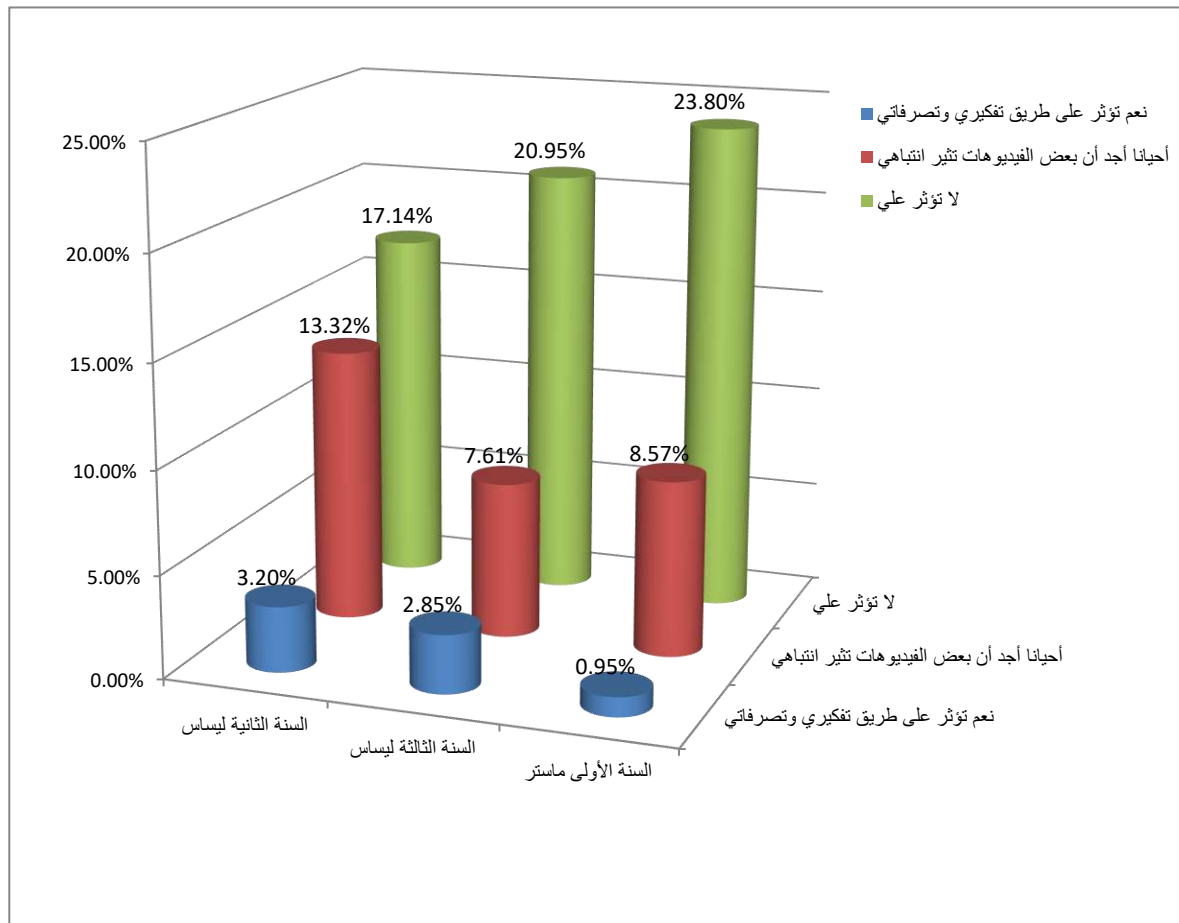
يظهر من خلال هذا الجدول أن فئة طلبة السنة الثانية ليسانس هم الأكثر اعترافاً بتأثير المحتوى التافه على تفكيرهم أو سلوكهم بنسبة 4.76%، ونسبة 17.14% اعترفوا أنها لا تؤثر عليهم مقارنة بطلبة السنوات الأعلى، ما قد يشير إلى هشاشة نسبية في البناء المعرفي والنقدي لدى هذه الفئة، أو ربما إلى قلة الخبرة في الفرز والتمييز بين

المحتوى الهادف والسطحي. من جهة أخرى تبين أن طلبة الماجستير، ورغم تقدمهم الأكاديمي، لم يكونوا بمنأى عن التأثير؛ حيث أفاد 9.52% منهم بأن بعض الفيديوهات التافهة تثير انتباههم، لكن الغالبية (22.85%) يرون أن لا تأثير لها، وهي أعلى نسبة مقارنة بالمستويات الأخرى، ما يعزز فرضية تطور الحس النقدي مع التقدم في المسار الجامعي. أما طلبة السنة الثالثة ليسانس، فبرزوا في فئة "لا تؤثر علي" (21.90%) "ما يعكس نوعاً من التحسين أو التشبع من المنصة، وقد يعود ذلك إلى طول فترة التعامل معها، أو إلى تركيز أكبر على الإنجاز الأكاديمي.

تظهر النتائج أن العلاقة بين المستوى الجامعي ومدى التأثير بالمحتوى التافه تتداخل فيها عوامل مثل النضج المعرفي، والذوق الشخصي، ودرجة الانخراط في المنصة. ورغم وجود وعي نقدي متدرج، إلا أن التأثير غير المباشر يبقى قائماً، ولو على مستوى الانتباه والفضول، وهو ما يتطلب تعزيز برامج التربية الإعلامية لدى جميع الفئات الجامعية.

الشكل رقم (03-26): "هل تجد أن المنشورات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟"

بحسب المستوى الجامعي



تحليل بيانات السؤال السادس عشر:

هل لديك أي ملاحظات أو اقتراحات حول كيفية تحسين محتوى التيك توك أو منصات التواصل الاجتماعي الأخرى.

لاحظنا بعد التحليل الدقيق للاستبيانات في السؤال السادس عشر أنه يقسم إلى أربع آراء للعينات المبحوثة وتتمثل في الرأي الأول: تحسين من محتوى التيك توك أما الرأي الثاني: فتمثل في نشر محتويات هادفة ومفيدة وبالنسبة للرأي الثالث فكان حول وضع رقابة على منصة التيك توك أما بالنسبة للرأي الرابع والأخير فكان حول الخطر النهائي لمنصة التيك توك فكانت نسبهم كالاتي:

الرأي الأول: عدد التكرارات هو 6 بنسبة 5.71 %

الرأي الثاني: عدد التكرارات هو 21 بنسبة 20 %

الرأي الثالث: عدد التكرارات هو 22 بنسبة 20.95 %

الرأي الرابع: عدد التكرارات هو 3 بنسبة 2.85 %

إلا أننا لاحظنا بعض التداخل بين الآراء وكانت كالاتي:

تداخل بين الرأي الأول والثاني: عدد التكرارات هو 6 بنسبة 5.71 %

تداخل بين الرأي الأول والرابع: عدد التكرارات هو 2 بنسبة 1.90 %

تداخل بين الرأي الثاني والثالث: عدد التكرارات هو 12 بنسبة 11.42 %

تداخل بين الرأي الثاني والرابع: عدد التكرارات هو 2 بنسبة 1.90 %

تداخل بين الرأي الثالث والرابع: عدد التكرارات هو 1 بنسبة 0.95 %

تداخل بين الرأي الأول والثاني والثالث: عدد التكرارات هو 3 بنسبة 2.85 %

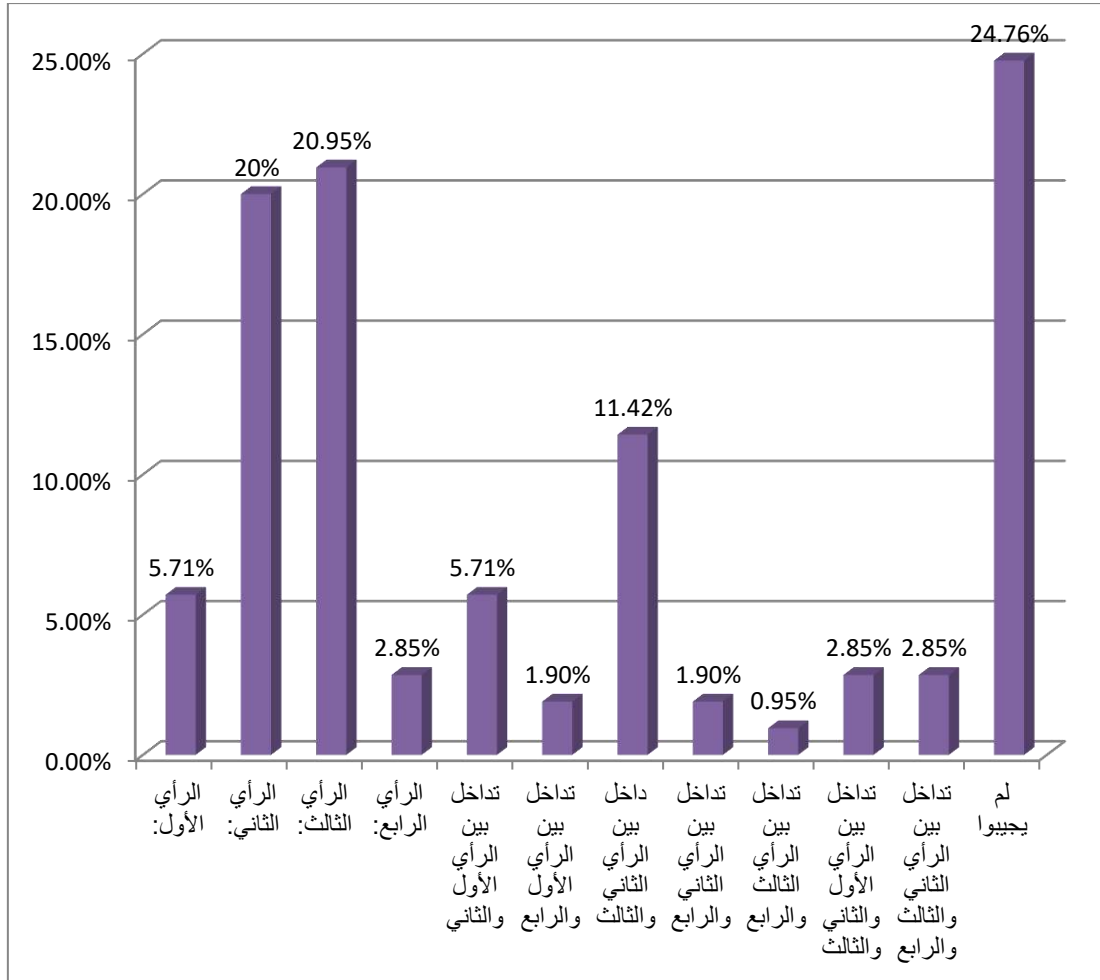
تداخل بين الرأي الثاني والثالث والرابع: عدد التكرارات هو 3 بنسبة 2.85 %

بينما كان عدد التكرارات للذين لم يجيبوا على السؤال السادس عشر 26 فردا بنسبة تقدر بـ: 24.76 % وكانت هي النسبة الأكبر من بين النسب

استنتاج:

من آراء المبحوثين نستنتج أن الرأي الغالب على السؤال السادس عشر هو فرض الرقابة على منصة التوك
توك للحد المحتويات التافهة.

الشكل رقم (03-27): اقتراحات على كيفية تحسين مصنعة التيك توك



خلاصة:

يمكن القول إن العينة الجامعية التي شملتها الدراسة تظهر وعيا نقديا متقدما تجاه طبيعة المحتوى الرقمي على تيك توك، وترى أن التفاهة ليست فقط حاضرة بل مهيمنة، وتؤثر فعليا على القيم والمعايير الاجتماعية والسلوك الفردي. و يبدو أن الشباب الجامعي يعيش حالة من التوتر بين حاجته إلى الترفيه من جهة، ورغبته في بناء وعي نقدي من جهة أخرى، ورغم هذا الوعي، فإن الاستخدام المكثف للمنصة لا يتنافى مع هذا النقد، بل يتعايش معه في مفارقة رقمية معقدة، يتطلب فهمها دمج مناهج علم النفس الاجتماعي، والدراسات الثقافية، ونظريات الإعلام المعاصر. كما أن وعي الطلبة الجامعيين المتنامي بمخاطر التفاهة لم يتحول بعد إلى سلوك استهلاكي مقاوم أو بدائل معرفية، وهو ما يبرز أهمية دور المؤسسات التعليمية في تفعيل التربية الإعلامية، وتوجيه الذوق الرقمي نحو مضامين أكثر فائدة ورصانة.

2. النتائج العامة للدراسة:

لقد توصلنا من خلال التحليلات والتفسيرات أعلاه إلى مجموعة من النتائج، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

أ. السمات الديموغرافية للعينة:

أظهرت نتائج الجداول المتعلقة بالجنس والعمر والمستوى الجامعي أن نسبة العينة تتكون معظمها من إناث 82.9%، ينتمين للفئة العمرية 19-24 سنة بنسبة 85.7% وهن موزعات بشكل شبه متساوٍ على المستويات الجامعية الثلاث (ليسانس وماستر). يشير هذا التوزيع إلى أن الدراسة استهدفت شريحة شبابية جامعية نشطة رقمياً، مما يعكس خصائص "الجيل الرقمي" بكل ما تحمله من تفاعلات يومية مع منصات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها التيك توك.

ب. مستوى الاستخدام وتكراره:

كشفت البيانات أن 80% من العينة يستخدمون منصة تيك توك، ويستخدمونها 45.7% بشكل يومي، و 55.2% لمدة تقل عن ساعة يومياً، ويظهر هذا أن منصة تيك توك قد رسخت نفسها كجزء من الروتين اليومي لشريحة واسعة من الشباب الجامعي، مما يمنح المنصة تأثيراً محتملاً متكرراً للحدوث، ولو بزمّن تراكمي محدود.

ج. دوافع الاستخدام:

ترتبط دوافع الاستخدام أساساً بطبيعة المنصة السريعة والخفيفة، حيث يرى 63.5% أن قصر الفيديوهات وعدم الملل هو السبب الأول لاستخدامها، متبوعاً بسهولة الوصول. في المقابل، فإن فقط 12.5% يرون أنها "مفيدة". هذه النتيجة تعكس تحولاً في أولويات التفاعل الرقمي، حيث يهيمن البعد الترفيهي على البعد المعرفي.

د. التصورات حول القيمة الثقافية للمنصة:

رغم الاستخدام الكثيف، فإن 57.1% فقط يرون أن للمنصة دوراً محدوداً في نشر الوعي الثقافي والاجتماعي، في حين عبر 26.7% عن عدم القدرة على تحديد ذلك. أما المواقف الحاسمة فبقيت هامشية، وهو ما يشير إلى وجود تصور عام بضعف المنفعة الثقافية لتطبيق تيك توك.

هـ. تفاهة المحتوى: وعي جمعي نقدي:

تكاد العينة تجمع على أن تيك توك مليء بالمحتوى التافه أو السطحي، حيث يرى 71.2% ذلك بشكل صريح، ونسبة 26.9% أحياناً. وتعتبر "الرقصات والتحديات" والفكاهة أكثر ما يهيمن على المحتوى وجاء بنسبة

70.47% خاصة الفئات الأصغر سنا ، بينما لا تتجاوز نسبة من يرى في المنصة طابعا تعليميا أو ثقافيا 5.8% فقط .هذا يعكس صورة نمطية قوية لدى المستخدمين حول هوية المنصة ومحتواها.

و. العلاقة بين التفاهة والتفاعل:

يرى 67.3% من المشاركين أن الفيديوهات التفاهة لا تؤثر على استخدامهم للمنصة، فيما يقر 29.8% بتأثير انتباهي جزئي .وهذا يظهر نوعا من الانفصال بين الإدراك والسلوك، حيث يستهلك المحتوى التفاهة بانتظام رغم وعي المستخدم برداءته، في ما يعرف بالتبذل الرقمي أو "اللامبالاة الواعية".

ز. التأثير القيمي والاجتماعي والنفسي:

أبرز ما في النتائج هو أن 76.9% يعتقدون أن المحتوى التفاهة يؤثر سلبا على القيم الاجتماعية والأخلاقية، ويعتقد 64.4% أنه يساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة بشكل كبير .بل إن 58.8% يرونه سببا في أثر سلبي طويل الأمد نفسيا واجتماعيا .هذه المؤشرات تبين أن التفاهة ليست مجرد تسلية، بل تنظر إليها كقوة بنوية تغير في المعايير والسلوكيات الجماعية على المدى البعيد.

ح. قابلية الإصلاح والمحتوى البديل:

رغم الصورة السلبية العامة، إلا أن 73.8% من المشاركين يشجعون بقوة على وجود محتوى تعليمي وثقافي، مع رغبة من 18.4% في أن يكون هذا المحتوى ممتعا وترفيهيا أيضا .هذا يدل على أن المستخدمين لا يرفضون المنصة في ذاتها، بل يطمحون إلى تحسينها من الداخل وتوجيهها نحو مضمون أكثر قيمة.

ي. كما كشفت النتائج عن وعي نقدي متماسك لدى الشباب الجامعي تجاه تيك توك؛ وعي يوازن بين الإعجاب السطحي بالسهولة، والقلق العميق من آثار التفاهة المتراكمة. وتشير المعطيات إلى أن تيك توك في تمثلات هذه العينة، ليس مجرد تطبيق بل أداة لإنتاج المعنى وإعادة تشكيل القيم .ومن ثم، تصبح مسؤولية صناع المحتوى، والمجتمع، والباحثين، ليست فقط في انتقاد التفاهة، بل في إعادة تأطير الذائقة الرقمية وتشجيع المحتوى القيمي الجذاب.

مطابقة النتائج مع الفرضيات:

(1) تؤكد النتائج صحة الفرضية الأولى، التي ترى أن المحتوى الترفيهي و السطحي هو النوع الأكثر انتشارا على منصة تيك توك مقارنة بالمحتويات الأخرى، وقد تحققت من خلال إجماع واسع النطاق على أن محتوى التيك توك يتضمن قدرا كبيرا من التفاهة أو السطحية، وهو ما يرجح أن التفاهة ليست عرضا، بل عنصرا بنيويا في تصميم المنصة وآليات انتشار المحتوى، كما كشفت الدراسة بأن التفاهة جزءا أساسيا من صناعة المحتوى الرقمي على تيك

توك ، ما يوضح توجهات الصناعة الرقمية التي يبدو أنها تفضل السهل و السريع و المثير بدل العميق والمفيد، وقد أكدت كذلك أن المحتوى التافه أصبح جزءا من النسيج الطبيعي لاستخدام تيك توك، حيث لم تعد القيمة شرطا للاستمرار بل يكفي الإيقاع و الفضول، كما توصلت أيضا أن المنصة هي التي تعيد إنتاج المحتوى الشعبي الخفيف، وهذا ما يضعف إمكانية الاعتماد على تيك توك كأداة تعليمية أو وسيلة لنقل القيم المعرفية، ما لم يعاد توجيهه بوعي نقدي وتربوي.

(2) تثبت النتائج صحة الفرضية الثانية، والتي تقول أن الطلبة الجامعيين يستخدمون منصة تيك توك بغية ملاءمة الفراغ و تلبية حاجاتهم سواء الترفيهية أو الثقافية أو الاجتماعية، وقد تحققت من خلال ما أسفرت عنه النتائج، حيث أن الطلبة الجامعيين يستخدمون منصة تيك توك كونها أصبحت ذات حضور قوي و انتشار واسع لدى شريحة الشباب الجامعي، بالإضافة إلى اندماج المنصة في الروتين اليومي، فالاستخدام اليومي يترجم إلى اعتماد نفسي و سلوكي متكرر، يمكن أن يرتقي في بعض الحالات إلى درجة الإدمان (فلم تعد مجرد أداة ترفيهية، بل أداة اجتماعية ومعلوماتية يتفاعل معها الطالب الجامعي بشكل يومي)، كما أكدت النتائج أن الدافع الأساسي لاستخدام التيك توك هو أن فيديوهات قصيرة وليست مملّة، زيادة على سهولة الوصول وسرعة الاستهلاك والتي تفتح كذلك المجال أمام المحتوى السطحي، وقد كشفت كذلك أنه رغم إدراك المستخدم أن المحتوى بلا قيمة، إلا أنه يواصل التفاعل معه إما بدافع التسلية أو الاسترخاء أو العادة، وقد أسفرت كذلك أن موضوع الرقص والتحديات والفكاهة يهيمنان على المحتوى المنشور على التيك توك ، ما يعكس طابع المنصة القائم على الفرجة السريع و والترند اللحظي المرتبط بالحركة والإيماء البصري .

(3) تؤكد النتائج صحة الفرضية الثالثة التي ترى أن الاستخدام المكثف لمنصة تيك توك يؤدي إلى تغيرات في السلوك الاجتماعي والثقافي للطلبة الجامعيين، وقد تحققت من خلال أن التيك توك يؤثر سلبا على القيم الاجتماعية و الأخلاقية، ما يكشف بأن هناك إشكالا قيميا حقيقيا ناتجا عن المحتوى التافه، فالتفاهة لا تمر دون أثر بل تترك بصمات خفيفة متكررة يمكن ان تتراكم بمرور الوقت لتعيد تشكيل الاهتمامات، والذوق العام ، كما أن تفاهة المحتوى ليست فقط ملاحظة عابرة، بل ينظر إليها كمهدد للبنية النفسية والاجتماعية، أي أنها تؤثر في الإدراك والتفاعل والقيم، كما كشفت الدراسة بأن منصة تيك توك ليست فقط وسيلة ترفيهية بل أداة لإعادة تشكيل معايير اجتماعية خاطئة تحمل في داخلها آليات إنتاج تأثير اجتماعي متفاوت ، بالإضافة إلى أن الفئات العمرية الأكثر استهلاكاً للمنصة، هي نفسها الأكثر عرضة لتأثيره سواء اعترفت بذلك أو لا، في حين أسفرت النتائج أن التيك توك يساهم في نشر الوعي الثقافي و الاجتماعي ولكن بشكل محدود، ما يمكن تفسيره على أنه محاولة للموازنة بين الجاذبية الترفيهية والتوعوية للمحتوى .

4) تثبت النتائج صحة الفرضية الرابعة التي ترى أنه يمكن تعزيز المحتوى الهادف على التيك توك من خلال دعم المبادرات التوعوية، وتحفيز صناع المحتوى على تقديم مواد تعليمية وثقافية، مع فرض الرقابة على المحتويات السطحية، وقد ظهر ذلك من خلال أن أغلبية المستخدمين حذت تحسين محتوى التيك توك ونشر محتويات هادفة ومفيدة، ووضع الرقابة على المحتويات في المنصة بدلا من حظرها، كما أكدت النتائج أن هناك قابلية لإعادة توجيه المنصة نحو مضامين ذات قيمة، عوضا عن رفض المنصة ككل، ذلك بغية في تحويل الفضاء الرقمي بين منصة للترفيه فقط إلى منصة محتملة للنمو الفكري والاجتماعي .

مطابقة نتائج الدراسات السابقة مع الفرضيات:

1) تطابقت الفرضية الأولى مع نتائج دراسة "إسراء عبد الكريم أحمد اسماعيل"، بعنوان "استخدام الأطفال في صناعة مقاطع الفيديو المصورة على تطبيق التيك توك"، التي ترى أن هنالك زيادة عدد الإعجابات والحصول على أكبر عدد من المتابعين على المحتويات الترفيهية التي تتميز بالحركة والمرح والحيوية والنشاط، بالإضافة إلى استخدام لغة الشوارع في مثل هذه المنصة. كما تطابقت أيضا مع دراسة الباحثان الأجنبيان "dias and douarte" بعنوان "تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك"، التي بينت أن أهم أسباب تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك المعروضة عبر الهواتف الذكية هي برامج الترفيه والتسلية بشكل أساسي.

2) لم تتطابق الفرضية الثانية مع أي دراسة من الدراسات التي اعتمدنا عليها في بحثنا.

3) تطابقت الفرضية الثالثة مع نتائج دراسة "شيماء بخوش وأسماء رتيمي" بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في انتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب_تيك توك نموذجا"، التي توصلت إلى أنه توجد علاقة احصائية بين التيك توك وإنتاج السلوك الإنحرافي لدى الشباب. بالإضافة إلى دراسة "خديجة خير الله عبد الرحمان العظامات" بعنوان "تأثير تطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر الجامعة الأردنية، التي أظهرت نتائجها وجود درجة تأثير مرتفعة لتطبيق تيك توك على القيم الاجتماعية.

تطابقت الفرضية الرابعة مع نتائج دراسة "ابراهيم عبد الصابور سعيد أحمد" بعنوان "الآثار السلبية لتطبيق التيك توك على القيم لدى الشباب في إطار النظريات الاعلامية ودور الثقافة الاسلامية في مواجهتها"، التي توصلت إلى ضرورة تطوير استراتيجية شاملة للعمل الدعوي الاعلامي الذي يشمل تأهيل الدعاة للتعامل مع المنصات الرقمية الحديثة، وتكثيف المحتوى الإسلامي الهادف على وسائل التواصل الاجتماعي، وإنشاء منصات إسلامية تفاعلية للشباب، وتطوير أساليب دعوية معاصرة تتناسب مع اهتمامات الجيل الرقمي.

خاتمة

في الختام نستنتج أن منصات التواصل الاجتماعي ومنذ ظهورها، شكلت نقطة تحول جوهريّة في أساليب الاتصال و التفاعل البشري، إذ غيرت من أنماط إنتاج وتلقي المعلومات وساهمت في خلق فضاءات تواصل جديدة تجاوزت حدود المكان والزمان، وقد جاءت منصة تيك توك باعتبارها إحدى أكثر المنصات شهرة و انتشارا خصوصا لدى فئة الشباب، حيث تمكنت خلال فترة قصيرة من فرض نفسها كأداة رئيسية للتعبير والتسلية و التأثير، غير أن هذا الانتشار السريع والمكثف رافقه بروز نوع من المحتوى الرقمي الذي يمكن وصفه بالتافه لكونه يفتقر إلى القيمة المعرفية أو الجمالية، ويرتكز أساسا على جذب الانتباه والإثارة الرخيصة ولو على حساب الذوق العام والوعي الاجتماعي .

وقد سعينا جاهدين من خلال الدراسة التي قمنا بها إلى تسليط الضوء على تأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي خاصة التيك توك، وما يخلقه في نفوس الشباب من خلال ما يتسم به من ميزات تعمل على جذب هذه الفئة وتوجههم الغالب للمحتوى الذي ينتج ويستهلك، والذي غالبا ما يكون سطحيا ويبتعد عن العمق أو الفائدة مما ينعكس سلبا على وعيهم وذوقهم العام، بل إن الأثر تجاوز ذلك ليمس جوانب الهوية الثقافية والتنشئة الاجتماعية وحتى الأداء اللغوي والسلوكي.

كما أكدت هذه الدراسة أن ظاهرة التفاهة ليست فقط عرضا جانبيا أو انحرافا بسيطا في استخدام المنصة، بل هي جزء من منطق عام تحكمه خوارزميات تروج لما يثير التفاعل ويزيد نسب المشاهدة دون اعتبار لقيمة المحتوى أو أثره حيث أن فئة كبيرة من المستخدمين وخاصة الشباب منهم، يقضون وقتا طويلا في استهلاك محتوى لا يسهم في تطوير معارفهم أو تنمية مهاراتهم، بل قد يعزز لديهم قيما استهلاكية سطحية ويؤثر سلبا على سلوكهم وقدرتهم على التمييز بينما هو ترفيهي عابر وما هو ضار على المدى البعيد.

وقد خلصت هذه الدراسة أيضا أن التفاهة على التيك توك ليست مجرد وسيلة للترفيه والهروب من ضغوط الحياة، بل شملت ذلك لتصبح مؤشرا خطيرا على تدني الوعي الجماعي وانحدار الذوق العام، كما لاحظنا غيابا شبه تام للرقابة الذاتية والمؤسسية على نوعية المحتوى المنشور، وهو ما ساهم في انتشار السطحية كقيمة رقمية مهيمنة تكافئ على شكل المشاهدات، والتعليقات، والمتابعات ما يدفع بالعديد من المستخدمين إلى تقليد هذا النمط بحثا عن الشهرة والقبول الاجتماعي.

في الأخير لا يمكننا الجزم بأن المحتوى التافه لا يستقبل فقط كمتعة لحظية، بل يتحول تدريجيا إلى مرجعية رمزية وسلوكية تؤثر على أنماط التفكير والتفاعل، خصوصا في ظل ضعف البدائل الإعلامية الهادفة وغياب التوجيه

التربوي الرشيد ،وهو ما يدعونا إلى دق ناقوس الخطر والدعوة إلى مراجعة شاملة لمضامين الإعلام الرقمي وذلك من حيث الإنتاج والتلقي ،كما يجب أن ننوه إلى أن التيك توك لم يعد مجرد منصة لعرض المواهب بل تعدى ذلك وأصبح يشكل خطرا على المجتمعات في عرضه للمحتويات التافهة التي لا قيمة لها.

ومن خلال ما توصلنا إليه نقترح مجموعة من التوصيات:

-تشجيع المحتوى الجاد والإبداعي: فعلى المؤسسات الثقافية والإعلامية دعم صناع المحتوى الهادف وتوفير منصات بديلة تعزز الإبداع وتمنح أولوية للقيمة الفكرية.

-تعزيز الرقابة الأسرية ،وضرورة توفير أدوات وإرشادات للآباء والأمهات تساعد على متابعة أبنائهم وحمايتهم من التأثيرات السلبية للمحتويات التافهة أو غير الملائمة.

-ضرورة إعادة النظر في مفهوم "مؤثر" , والعمل على ترسيخ نماذج شبابية يقتدى بها في مجالات الثقافة، العلم الفن الهادف والتنمية.

-تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

-دعم البحث العلمي في ميدان الإعلام الرقمي لفهم أعمق للظواهر الجديدة المتولدة على منصات التواصل الاجتماعي مع دعم المبادرات الرقمية الهادفة.

-تعزيز القيم الأخلاقية في نفوس الشباب خاصة الطلبة الجامعيين.

وحسب رأينا فإن منصة تيك توك تروج بشكل واسع للمحتوى الترفيهي السطحي على حساب القيم الثقافية والتعليمية، مما يساهم في نشر التفاهة والتقليد الأعمى خاصة بين فئة الشباب ،كما أنه يعزز الإدمان الرقمي ويؤثر على التركيز والسلوك الاجتماعي ،وما يتم تداوله فيه منافي للقيم الأخلاقية لدى المجتمعات الإسلامية وبالتالي يجب حظره في كل الدول العربية الإسلامية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب والمعاجم:

1. أبا الفضل جمال الدين محمد ابن مكرم ابن منظور الافريقي المصري ،لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط1، جزء10.
2. أبا الفضل حسن، تفاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي (دراسة في منظمات المجتمع المدني)، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2021،
3. ابراهيم عبد الصابور سعيد أحمد، الآثار السلبية لتطبيق تيك توك على القيم لدى الشباب في إطار النذريات الإعلامية ودور الثقافة الإسلامية في مواجهتها، حولية كلية الدعوة الإسلامية بالقاهرة، جامعة الأزهر، مصر، الجزء الثاني ، العدد 40،
4. ابن منظور، لسان العرب: معجم للغة العربية، دار المعارف، القاهرة، 2016.
5. أبوهناد وعبد الله السواح الجندي الأزهرى، فتح ملك الملوك في حكم التيك توك، نيويورك، 2021.
6. أحمد بن مرسل، منهاج البحث في علوم الإعلام والإتصال لديوان المعلومات الجامعية، جامعة الجزائر، ط4، 2010.
7. أحمد بن يوسف السيد، مقاومة التفاهة، منار الفكر، ط 1، اسطنبول، 2023.
8. أحمد قاسمي وسليم جداري، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، 2019.
9. آلان دونو، ترجمة مشاعل عبد العزيز الهاجري، نظام التفاهة، دار السؤال للنشر، بيروت، ط1، 2020.
10. إياد هلال حمادي الدليمي، الشبكات الإذاعية والتلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي (وضيفة إخبارية أم ترف إعلامي) ، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان ط 1،، 2020.
11. بوحواس عمار وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية ، ألمانيا، ط 1 ، 2019.
12. حاتم أبو زائدة، مناهج البحث العلمي، شباط، ط2، 2018.
13. حسام منصور، شبكات التواصل الاجتماعي: مدخل نظري لفهم الإيجابيات والسلبيات المؤتمر العلمي الدولي العلمي الافتراضي الموسوم ب: الإعلام الرقمي "المتطلبات وآفاق التغيير" ، جامعة مصراتة، ليبيا، 25-26 أكتوبر 2022.

14. حسين محمود المهتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015.
15. حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري "الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام"، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1991.
16. حنان قصبي ومحمد الهلالي، في المنهج، المغرب دار توبقال للنشر، ط2015، 1.
17. خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط2013، 1.
18. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الصفاء، ط2000، 1.
19. سلمان بكر بن كران الاتصال، الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ط2015، 1.
20. الشيخ عبد الله البستاني، الوافي: معجم وسيط للغة العربية، مكتبة لبنان، د.ط، 1990.
21. صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2012،
22. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان، ط 1.
23. عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي "من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة"، دار ابن كثير، 2009.
24. علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي، الشركة الوطنية للتوزيع، الجزائر، ط4، 1983، ص99.
25. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2004.
26. علي عبد الفتاح كنعان نظريات الإعلام، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
27. علياء شكري وآخرون، قراءة في علم الاجتماع، دار النشر الحديث، مصر، ط2، 1976.
28. عمار بوحوش ومحمد محمود التينيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2014.
29. فؤاد أفرام البستاني، منجد الطلاب، دار المشرق، بيروت، ط45.
30. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2000.

31. محمد علي البطة، وسائل الإعلام الإلكتروني والتواصل الاجتماعي وآثارها الدينية والفكرية، دراسة دعوية، جامعة الأزهر الشريف، فرع المنصورة، دس.
32. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
33. وليد حدادي وشفيفة مهري، مواقع التواصل الاجتماعي، تعزيز المشاركة السياسية عبر المجتمعات الشبكية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2021.
34. وليدة حدادي وشفيفة مهري، مواقع التواصل الاجتماعي: تعزيز المشاركة السياسية عبر المجتمعات الشبكية، اريد: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2021.
- الرسائل الجامعية:
35. أمينة طرابلسي، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال، دراسة وصفية تحليلية لإعلانات قناة سبايستون الفضائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004.
36. حمادية سارة، الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014-2015.
37. عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011-2012.
- المقالات:
38. إسرائ عبد الكريم أحمد إسماعيل، استخدام الأطفال لصناعة مقاطع الفيديو المصورة على تطبيق التيك توك، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، العدد، 2022.
39. جعود سماح، استخدام الأطفال لموقع التيك توك بالجزائر، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد 2020، 11.
40. دهيمي زينب، مواقع التواصل الاجتماعي «فيسبوك»، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 26، (2012)،
41. رايس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، المجلة العربية للدراسات والأبحاث، المجلد 5، جامعة وهران، الجزائر جوان 2016.
42. فهد علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 61، (2014).

43. محمد زكريا خراب، ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق التيك توك، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 2، العدد 2، 2019.
44. حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، الجزء الثاني، ديسمبر 2017.
45. حسين دبي الزويني وشفاء عبد الزهرة الكناني، شبكات التواصل الاجتماعي والإدمان الرقمي (مخاطر التفاعلية والاندماج الرقمي)، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان ط 2021، 1.
46. خديجة خير الله عبد الرحمان العظومات، تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، المملكة العربية السعودية العدد 2022، 46.
47. شيماء بخوش وأسماء رتيمي، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (تيك توك نموذجا)، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، 2022.
48. مها محمد فتحي، تأثير تعرض الشباب لفيدويوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، مجلة كلية الإعلام، المجلد 20، العدد الثالث جامعة النهضة، 2021.
49. ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية جامعة عين شمس 222، العدد 24، الجزء الثاني، 2018.
- المواقع الالكترونية:**
50. اسماعيل الحمراوي، صناعة التفاهة تهدد صامت للوعي الاجتماعي ، تاريخ النشر 13-10-2024، تاريخ الاطلاع 29-04-2025، متاح على الرابط <https://alssahifa.com>
51. أحمد بن يوسف السيد، تاريخ النشر 26-07-2023، تاريخ الاطلاع 29-04-2025، متاح على الرابط <https://iums.me/29997>
52. عبد الحق حميش، ظاهرة انتشار التفاهة والتافهين على وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية مواجهتها، 22\09\2024، تم الاطلاع عليه 13 افريل 2025، موقع: <http://elkhabar.com>
53. موقع <https://arabianexpert.org>، اطلع عليه يوم 25\04\2025.
54. أحمد الادريسي، دعم ونشر نظام التفاهة "سلسلة أنقذوا مكارم الأخلاق" ، تاريخ النشر 26-07-2023، تاريخ الاطلاع 29-04-2025، متاح على الرابط: <https://iums.me/29997>

55. رغيد أيوب، التيك توك: كلما يلزم كمعرفته عن التطبيق الصيني، تاريخ النشر 15\01\2024، آخر تحديث 19 جوان 2024، تاريخ الاطلاع 23\04\2025، مقال متاح على الرابط:
<https://www.aljazwera.net>
56. عثمان سحبان، تيك توك التطبيق الذي فضح الواقع الأخلاقي لمجتمعاتنا، تاريخ النشر 28\1\2019، تاريخ الاطلاع 20\04\2025، متاح على الرابط <https://www.aljazeera.net>
57. موقع <https://www.bbc.com>، اطلع عليه يوم 29\04\2025.
58. متاح على الرابط <https://iums.me/29997>، تاريخ النشر 26-07-2023، تاريخ الاطلاع 29-04-2025.
- المراجع الأجنبية:

59. Dias, p &duarte, a, tik tok practices among teenagers in Portugal (a uses & gratifications approach, journalism and media),2022.
60. Yang, y;,tan, social and cultural values of rural youths using the tik tok video-sharing app in eastern china; information; communication& society;2019.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

استمارة للدراسة الميدانية لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تأثير التفاهة على منصات التواصل الاجتماعي - منصة التيك توك

- نموذج -

من إعداد الطالبتين:

• مختاري أمال

• كواشي شيماء

إشراف الأستاذ:

د. بلقاسم بن عودة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته أعزائي الطلبة.

عزيزي طالب، عزيزتي الطالبة يسرنا أن نتقدم إليكم بهذه الاستمارة بغرض جمع المعلومات اللازمة لدراستنا

ولأهمية الأمر فإننا نرجو منكم القراءة المتأنية لكل سؤال والإجابة بكل صدق وموضوعية، ووضع علامة (x) في

السنة الجامعية: 2025/2024

الملحق رقم 01

البيانات الشخصية:

1- الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: من 19 إلى 24 سنة ☐ من 25 إلى 30 سنة ☐ أكثر من ☐

30 سنة

3- المستوى الجامعي : السنة الثانية ليسانس ☐ السنة الثالثة ليسانس ☐

السنة الأولى ماستر

المحور الأول: أنماط استخدام منصة التيك توك

1- هل تستخدم منصة التيك توك ؟

• نعم ☐ لا ☐

2- كم مرة تستخدم منصة التيك توك ؟

• يوميا ☐ من 3 الى 4 مرات في الأسبوع ☐

• مرة واحدة في الأسبوع ☐ أقل من مرة في الأسبوع ☐

3- لماذا تستخدم التيك توك؟

• لأنه مفيد ☐ لأنه سهل المنال ☐ لأن فيديوهات قصيرة وليست ☐

مملة

4- كم تستغرق من الوقت في استخدام التيك توك ؟

• أقل من ساعة ☐ من ساعة الى ساعتين ☐ أكثر من ساعتين ☐

المحور الثاني: تأثير التفاهة على سلوكيات المستخدم.

5- هل تشعر أم محتوى التيك توك يساعد في نشر الوعي الثقافي و الاجتماعي ؟

- نعم ،بدرجة كبيرة ☐
- نعم ،ولكن بشكل محدود ☐
- لا،ليس له تأثير ملموس ☐
- لا أستطيع تحديد ذلك ☐

6- هل تعتبر أن محتوى التيك توك يحتوي على الكثير من الفيديوهات التي يمكن وصفها

ب"التافهة" أو "السطحية"؟

- نعم ☐
- لا ☐
- أحياناً ☐

7- ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى التيك توك ؟

(يمكنك اختيار أكثر من خيار)

- الرقص والتحديات ☐
- الفكاهة والضحك ☐
- المواضيع الترفيهية السطحية ☐
- مواضيع ثقافية أو تعليمية ☐

8- كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟

- تحفزني على استخدام المنصة بشكل أكبر ☐
- تجعلني أفقد الاهتمام ☐
- بالمنصة
- ليس لها تأثير على استخدامي ☐

المحور الثالث: التأثيرات المجتمعية والأخلاقية.

9- هل تجد أن المنشورات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟

- نعم تؤثر على طريقة تفكيري وتصرفاتي ☐
- أحياناً أجد أن بعض الفيديوهات تثير انتباهي
- لا تؤثر علي ☐

10- هل تعتقد أن محتوى التيك توك التافه له تأثير على القيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع؟

- نعم بشكل سلبي ☐
- نعم، بشكل إيجابي ☐

- لا، ليس له تأثير ☐ لا أستطيع تحديد ذلك ☐

11- هل لاحظت مبالغة في تصرفات أو أفكار غير ناضجة أو سطحية بين مستخدمي التيك توك؟

- نعم ☐ لا ☐ حيانا ☐

12- هل تعتبر أن منصات مثل التيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة؟

- نعم، تساهم بشكل كبير ☐
- لا، لا تساهم في ذلك ☐
- نعم، ولكن بشكل محدود ☐
- لا أستطيع تحديد ذلك ☐

المحور الرابع: تأثير التفاهة على صناعة المحتوى والإعلام.

13- هل تعتبر أن التفاهة أصبحت جزءا أساسيا من صناعة المحتوى الرقمي على منصات مثل التيك توك؟

- نعم، هي جزء أساسي ☐
- نعم، ولكنها ليست هي السمة الرئيسية ☐

- لا، يمكن العثور على محتوى ذو قيمة أكبر ☐
- لا أستطيع تحديد ذلك ☐

14- هل تشجع على وجود محتوى أكثر تعليما أو تثقيفا على التيك توك؟

- نعم بشكل كبير ☐
- نعم، لكن يجب أن يكون ترفيهيا أيضا ☐
- لا أمانع بأي نوع من المحتوى ☐

15- كيف تقيم التأثيرات طويلة الأمد لتفاهة المحتوى على الندى الاجتماعي والنفسي؟

- تأثير سلبي طويل الأمد ☐
- تأثير إيجابي طويل الأمد ☐
- تأثير محدود ☐
- لا تأثير على المدى الطويل ☐

16- هل لديك أي ملاحظات أو اقتراحات حول كيفية تحسين محتوى التيك توك أو منصات التواصل الاجتماعي الأخرى؟



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
الاعلام والاتصال وعلم المكتبات



نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد التصريح العلمية لإنجاز بحث
(ملحق بالقرار رقم 1082 المؤرخ في ديسمبر 2020)

نحن الموقعون أدناه كل من:

الطالب (ة): الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم:
الصادرة في: بتاريخ:

الطالب (ة): الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم:
الصادرة في: بتاريخ:

الطالب (ة): الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم:
الصادرة في: بتاريخ:

المسجلين بقسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات: تخصص:
والمكلفين بإنجاز مذكرة ماستر موسومة ب:
التي هي من:
.....

نصرح بشرفنا أننا التزمنا بمراعاة المعايير العلمية، المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

توقيع الطالب الثالث

توقيع الطالب الثاني

توقيع الطالب الأول

رئيس القسم

رئيس المصلحة

.....





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون تيارت - الجزائر



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

تيارت في 2025/06/01

استمارة الإذن بطبع المذكرة

أنا المضي أسفله الأستاذ المشرف أ. د. بلقاسم بن عودة

أرخص للطلبة الآتية أسماؤهم بطبع مذكرة التخرج:

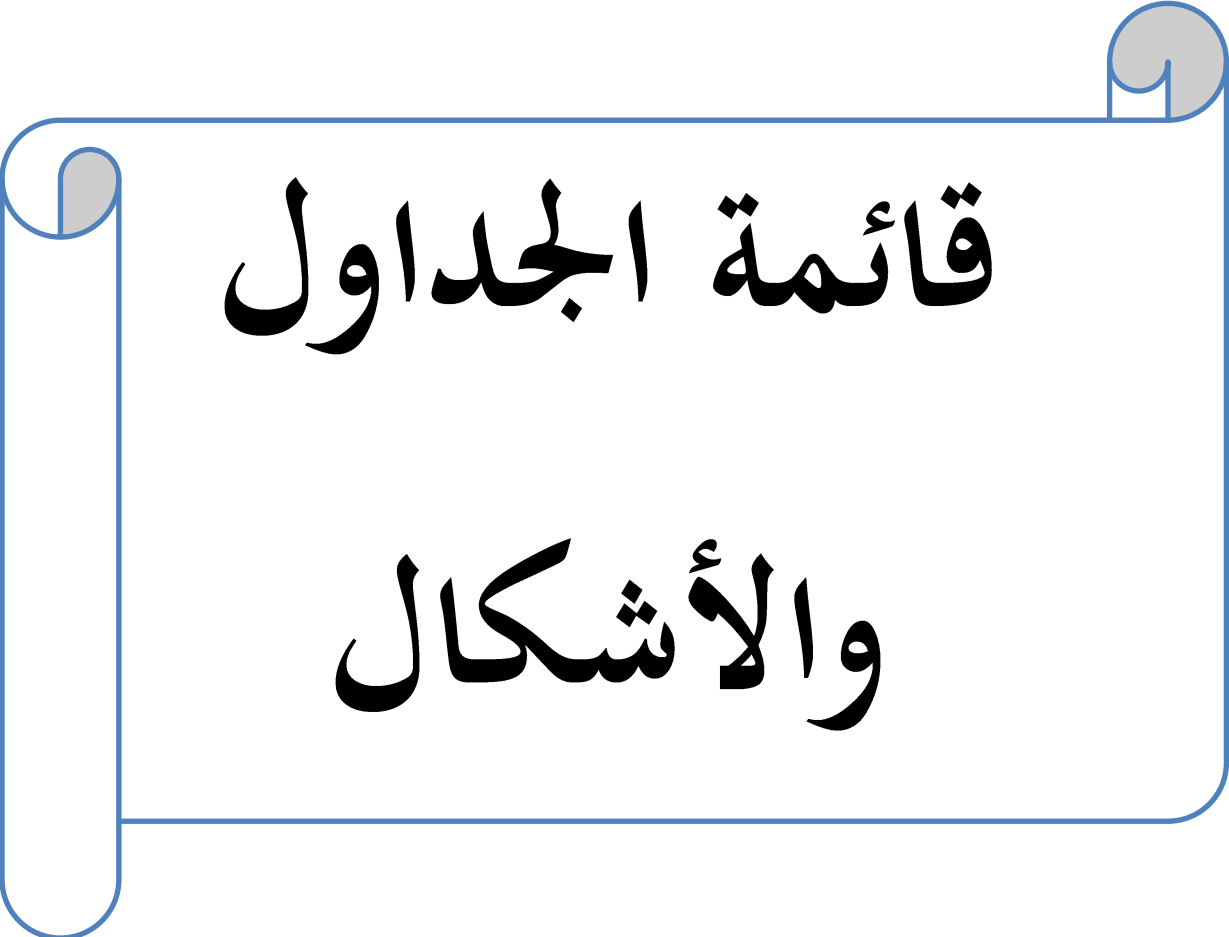
- (1) كبراشي بسماوي
- (2) محند بن آصال
- (3)

تخصص: اتصال وعلاقات عامة
عنوان المذكرة: تأثير الصحافة على صياغة التواصل ارضيائي
..... (مهمة تدريس) انجذال

بعد متابعتي وتوجيهي للطلبة المذكورين أعلاه

ختم وتوقيع الأستاذ المشرف

د. د. بلقاسم بن عودة
جامعة ابن خلدون - تيارت



قائمة الجداول

والأشكال

80	الجدول الأول: توزيع أفراد العينة حسب الجنس
81	الجدول الثاني: توزيع أفراد العينة حسب السن
82	الجدول الثالث: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي
83	الجدول الرابع: استخدام منصة تيك توك
84	الجدول الخامس: عدد مرات استخدام منصة تيك توك
85	الجدول السادس: لماذا تستخدم التيك توك؟
86	الجدول السابع: كم تستغرق من الوقت في استخدام التيك توك؟
87	الجدول الثامن: هل تشعر أن محتوى التيك توك يساعد في نشر الوعي الثقافي والاجتماعي؟
88	الجدول التاسع: هل تعتبر أن محتوى التيك توك يحتوي على الكثير من الفيديوهات التي يمكن وصفها بـ "التافهة" أو السطحية؟
89	الجدول العاشر: ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى التيك توك؟
90	الجدول الحادي عشر: كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟
91	الجدول الثاني عشر: هل تجد أن المنشورات والمحتويات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصرفاتك؟
92	الجدول الثالث عشر: هل تعتقد أن محتوى التيك توك التافه له تأثير على القيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع؟
93	الجدول الرابع عشر: هل تعتبر أن منصات مثل التيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة؟
94	الجدول الخامس عشر: هل تعتبر أن المنصات مثل التيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة؟ (بتحديد درجة التأثير)
95	الجدول السادس عشر: هل تشجع وجود محتوى أكثر تعليمياً أو تثقيفياً على تيك توك؟
96	الجدول السابع عشر: هل تعتبر أن التفاهة أصبحت جزءاً أساسياً من صناعة المحتوى الرقمي على منصات مثل تيك توك؟
97	الجدول الثامن عشر: كيف تقيم التأثيرات طويلة الأمد لتفاهة المحتوى على المدى الاجتماعي والنفسي؟ ...
98	الجدول التاسع عشر: "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب الجنس
100	الجدول العشرون: "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب السن
101	الجدول الحادي والعشرون: "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب المستوى الجامعي

الجدول الثاني والعشرون: "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب الجنس	103
الجدول الثالث والعشرون: "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب السن	104
الجدول الرابع والعشرون: "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب المستوى الجامعي	106
الجدول الخامس والعشرون: "هل تجد أن المنشورات والمحتويات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟" بحسب الجنس	107
الجدول السادس والعشرون: "هل تجد أن المنشورات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟" بحسب السن	109
الجدول السابع والعشرون: "هل تجد أن المنشورات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟" بحسب المستوى الجامعي	110

- الشكل رقم (01-03): يمثل توزيع العينات حسب الجنس 80
- الشكل رقم (02-03): يمثل توزيع العينات حسب السن 81
- الشكل رقم (03-03): يمثل توزيع العينات حسب المستوى الدراسي 82
- الشكل رقم (04-03): استخدام منصة تيك توك 83
- الشكل رقم (05-03): عدد مرات استخدام منصة تيك توك 84
- الشكل رقم (06-03): لماذا تستخدم التيك توك؟ 85
- الشكل رقم (07-03): كم تستغرق من الوقت في استخدام التيك توك؟ 86
- الشكل رقم (08-03): هل تشعر أن محتوى التيك توك يساعد في نشر الوعي الثقافي والاجتماعي؟ 87
- الشكل رقم (09-03): هل تعتبر أن محتوى التيك توك يحتوي على الكثير من الفيديوهات التي يمكن وصفها بـ"التافهة" أو السطحية؟ 88
- الشكل رقم (10-03): ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى التيك توك؟ 89
- الشكل رقم (11-03): كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟ 90
- الشكل رقم (12-03): هل تجد أن المنشورات والمحتويات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصرفاتك؟ 92
- الشكل رقم (13-03): هل تعتقد أن محتوى التيك توك التافه له تأثير على القيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع؟ 93
- الشكل رقم (14-03): هل تعتبر أن منصات مثل التيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة؟ 94
- الشكل رقم (15-03): هل تعتبر أن المنصات مثل التيك توك تساهم في تكوين معايير اجتماعية خاطئة؟ (بتحديد درجة التأثير) 95
- الشكل رقم (16-03): هل تعتبر أن التفاهة أصبحت جزءاً أساسياً من صناعة المحتوى الرقمي على منصات مثل تيك توك؟ 96
- الشكل رقم (17-03): هل تشجع وجود محتوى أكثر تعليمياً أو تثقيفياً على تيك توك؟ 97
- الشكل رقم (18-03): كيف تقيم التأثيرات طويلة الأمد لتفاهة المحتوى على المدى الاجتماعي والنفسي؟ 98
- الشكل رقم (19-03): "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب الجنس ... 99

- الشكل رقم (20-03): "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب السن 101
- الشكل رقم (21-03): "ما هي المواضيع التي ترى أنها تهيمن على محتوى تيك توك؟" بحسب المستوى الجامعي
- 102
- الشكل رقم (22-03): "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب الجنس 104
- الشكل رقم (23-03): "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب السن 105
- الشكل رقم (24-03): "كيف تؤثر الفيديوهات التافهة على تفاعلك مع المنصة؟" بحسب المستوى الجامعي
- 107
- الشكل رقم (25-03): "هل تجد أن المنشورات والمحتويات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟"
- بحسب الجنس 108
- الشكل رقم (26-03): "هل تجد أن المنشورات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟" بحسب
- السن 110
- الشكل رقم (26-03): "هل تجد أن المنشورات التافهة تؤثر على اهتماماتك اليومية أو تصوراتك؟" بحسب
- المستوى الجامعي 111
- الشكل رقم (27-03): اقتراحات على كيفية تحسين منصة التيك توك 113