

الإنتاج التفاعلي لمقاطع الفيديو القصيرة وعلاقته بالاعتراب الثقافي لدى الجيل الرقمي

بالتطبيق على الأجيال الرقمية

دياسمين محمد إبراهيم السيد*

الملخص:

اكتسب تطبيق التيك توك TIKTOK لمقاطع الفيديو القصيرة المصحوبة بالموسيقى مكانة بارزة للجيل الرقمي وهو جيل الشباب الذي ولد في عصر الرقمية وأكثر كفاءة وبراعة في استخدام الرقمية وإنتاج المحتوى التفاعلي المشترك الذي يمكنهم من أن يصبحوا مبدعين يشاركون المحتوى الإبداعي من خلال مقاطع فيديو قصيرة حيث شكلت هذه الأجيال الفضاء الأنسب لاحتضان هذا النمط الاتصالي الجديد لإنتاج ومشاركة واستهلاك الفيديوهات القصيرة على تطبيق التيك توك وبالتوازي مع استخدام هذا التطبيق أصبحت مشكلة الاعتراب الثقافي لهذه الأجيال تطرح نفسها في نسج المشكلات الاجتماعية والثقافية التي يمر بها المجتمع حيث انتشرت قيم اللامعيارية لديهم وفقدان الهدف والعزلة الاجتماعية ومركزية الذات ومن هنا تتمحور المشكلة البحثية في معرفة طبيعة العلاقة بين الإنتاج التفاعلي للفيديوهات القصيرة على تطبيق التيك توك وعلاقته بالاعتراب الثقافي لدى الأجيال الرقمية التي تهتم بالتجارب التي يشاركونها في البيئة الرقمية بالاعتماد على نظريتي التفاعل الرمزي والمعرفية الاجتماعية وطبقت الدراسة على عينة قوامها 250 مفردة من مستخدمي تطبيق التيك توك والذين تتراوح أعمارهم من 13 عام إلى 26 عاماً وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين إدمان استخدام تطبيق التيك توك ومظاهر الاعتراب الثقافي لدى الجيل الرقمي.

الكلمات المفتاحية: تطبيق التيك توك TIKTOK، الاعتراب الثقافي، الجيل الرقمي، نظرية التفاعلية الرمزية، النظرية المعرفية الاجتماعية

Interactive production of short videos and their relation to the cultural alienation of the digital generation by applying to digital generations

“TikTok” Application for short videos accompanied with music has gained a prominence of the digital generation which is the youth generation who have born at the digital era and they are more competent and more intelligent in using the digitals and produce the joint interactive content throughout the short videos, where these generations has formed the suitable

*مدرس العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام - جامعة بني سويف

space to embrace this new pattern of communication to produce, share and consuming the short videos on TikTok's Application in parallel with using such application, the problem of cultural alienation is coming up in the fabric of the social and cultural problems that the society is facing, where the social anomia have been spread in their life and loss of purpose, social isolation and egocentricity. Therefore, the research problem is actually about knowing the nature of relation between the Interactive production of short videos on Tik Tok application depending on the two theories of Symbolic Interactionism and Social Cognitive. The study was applied to a sample of 250 singles from the Tik Tok users from the ages 13 to 26 years and the study found a relationship between the addiction to Tik Tok application and the cultural alienation of the digital generation.

Key words: TIKTOK application, Cultural alienation, Digital generation, Symbolic Interactionism, and Social Cognitive Theory

المقدمة:

تطبيق (تيك توك. TIK TOK) هو الموجة الجديدة من وسائل التّواصل الاجتماعيّ التي أدخلت ثقافةً فرعيةً جديدةً للجيل الحاليّ، وأحدث ثورةً في وسائل التّواصل الاجتماعيّ للشباب خاصة- خلال عمليات الإغلاق العالمية التي أحدثتها أزمة فيروس كورونا؛ حيث شهد تطبيق (Tik Tok) ارتفاعًا هائلًا في عدد المستخدمين، وأصبح التطبيق الأكثر تنزيلًا في عام 2020 أثناء فترة الأغلاق ليصبح منصةً شائعةً خاصة- بين المستخدمين الأصغر سنًا، حيث يشكل الشّباب الذين تتراوح أعمارهم بين 13 و 18 عامًا نصف المستخدمين البالغ عددهم 500 مليون شهريًا، فهو الأسرع نموًا بين منصات التّواصل الاجتماعيّ التي أبهرت وشغلت أكثر من مليار مستخدم في 150 دولة مختلفة، والذي يسمح لمستخدميه بإعداد مقاطع فيديو قصيرة، ومقاطع موسيقية، ويمنحهم منصةً للتعبير عن أنفسهم بشكلٍ مبتكرٍ وبارعٍ لتصوير مواهبهم. (1)

يعد تطبيق (تيك توك. Tik Tok) أحد أشهر تطبيقات الترفيه للأجهزة المحمولة وأكثرها انتشارًا بين الجيل الرقميّ كوسيلة لإظهار الشعبية والسعي وراء الاهتمام العام بفضل قوة مقاطع الفيديو الشهيرة التي تتسم بأنها مسلية ومرحة بالنسبة للجيل الرقميّ، والتي تبلغ مدتها 15 ثانية للأنشطة الترفيهية مثل الحركات الغنائية الراقصة، والكوميديا ومزامنة الشفاه، والتحديات، والألعاب المثيرة، وغيرها، فتُحصَلُ مقاطع الفيديو على كثيرًا من المشاهدين والمعجبين، ويمكن استخدامها كمصدر إلهام من قبل المستخدمين الآخرين، وتتضمن ميزات الفيديو القصير التي تستغرق من عدة ثوانٍ إلى عدة دقائق الإنتاج منخفض التكلفة، والمحتوى القابل للانتشار بشكل كبير، والحدود غير الواضحة بين المنتجين والمستهلكين، ووفقًا لشروط وأحكام تطبيق (تيك

توك. Tik Tok) فإن الحد الأدنى للسن المستخدم للتطبيق هو ثلاثة عشر عامًا، ويمكن للمستخدمين الاستفادة من مجموعة متنوعة من القوالب والفلتر والتأثيرات المرئية، بالإضافة إلى مكتبة الموسيقى المدمجة لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة، وهناك حقيقة أخرى حول (Tik Tok) وهي أنها لا تحافظ على قاعدة مستخدميها الحالية قوية فحسب، بل إنها تجذب -باستمرار- مستخدمين جددًا، وتضيف- إلى شعبيتها في جميع أنحاء العالم- زيادةً ثابتةً في قاعدة مستخدميها. (2)

يختلف تطبيق (Tik Tok) عن نظرائه من المنصّات الأخرى؛ حيث إنه يوفر بنية تقنية قوية تمكن الفرد من تحرير مقاطع الفيديو الخاصة به لتقديم عروض تقديمية ذاتية، ويجعلها ممتعة للتفاعل مع المستخدمين الآخرين، ويوفر تطبيق (Tik Tok) للمستخدمين المؤثرات الصوتية والفلتر والعلامات والتحديات والخوارزميات للتفاعل مع المستخدمين الآخرين، وبالتالي يُمكن العرض الذاتي الرقمي لِيتم تنفيذه بفعالية. فهو عبارة عن منصة ترفيهية تحتوي على مقاطع فيديو قصيرة بدلاً من المنصّات الأخرى التي تعتمد على نمط الحياة، حيث يسجل المستخدم أحداث حياته بشكلٍ أساسي من خلال البيانات والصور، وهناك جانب آخر فريد من نوعه لـ (Tik Tok) هو ثقافته القابلة للتكوين أو التقليد، فمن الشائع إعادة تخصيص مقطع موجود عن طريق مزج تأثيرات بصرية إضافية أو وضع طبقات فوق مقطع فيديو مسجل حديثًا، وبالتالي يكون المحتوى أكثر عفوية وأكثر تسلية ويتوافق مع العوامل التي تساهم في انتشار تقنية الذكاء الاصطناعي (3).

يوظف تطبيق (Tik Tok) تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) لعرض المحتوى المخصص للمستخدم من خلال تحليل اهتمامات المستخدم وتفضيلاته وتفاعلاته مع المحتوى الموجود على التطبيق، في حين نمت شعبيته بشكل كبير في السنوات الثلاث الماضية، فقد أثرت مخاوف بشأن تأثيره على المستخدمين والمجتمع بسبب مخاوف الخصوصية ومرشحات العرق، وإساءة استخدام البيانات، والاعتراّب الثقافي والنفسي، والعزلة الاجتماعيّة، وإدمان استخدامه، والتأثيرات الاجتماعيّة والنفسيّة (4).

هناك عاملان يؤثران على استخدام تطبيق (Tik Tok) وهما: العوامل الداخلية؛ والتي تشمل المشاعر والمواقف والشخصيات الفردية والأحكام المسبقة والتوقعات والاهتمامات وعملية إنشاء المحتوى والظروف المادية والقيم والاهتمامات والدافع. والعوامل الخارجية؛ التي تضمن الخلفية العائلية والمعلومات التي تم الحصول عليها والمعرفة والأشياء الجديدة والاعتراّب والعزلة (5).

وَاجة تطبيق (Tik Tok) في مهده سلسلة من الجدل ففي عام 2019 تم حظره في الهند لفترة قصيرة من الوقت بسبب "قضايا أخلاقية". وتم اتهامه بعدم القيام بما يكفي لحماية المستخدمين -وهم إلى حد كبير من المراهقين والسُّباب- وتم التحقيق بشأن

(Tik Tok) في الولايات المتحدة بشأن مخاوف تتعلق بالأمن القومي، ولكن على الرغم من أوجه القصور هذه فقد أثبت التطبيق مقاومة الانتقادات والحظر⁽⁶⁾.

تحديد المشكلة البحثية:

لقد شكلت الأجيال الرقمية الفضاء الأنسب لاحتضان هذا النمط الاتصالي الجديد لإنتاج ومشاركة واستهلاك الفيديوهات القصيرة على تطبيق (تيك توك) وبالتوازي مع استخدام هذا التطبيق أصبحت مشكلة الاغتراب الثقافي للجيل الرقمي تطرح نفسها في نسيج المشكلات الاجتماعية والثقافية التي يمر بها المجتمع؛ حيث انتشرت قيم اللامعيارية لديهم، من خلال العديد من السلوكيات غير المقبولة اجتماعياً، وبالتالي تتمحور المشكلة البحثية في معرفة طبيعة العلاقة بين إدمان استخدام تطبيق (تيك توك) والاعتراب الثقافي لدى الأجيال الرقمية من خلال فكرة الجمهور النشط، وتفحص هذه الدراسة إدمان استهلاك الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) (Tik Tok) ومشاركتهم النشطة في التفاعل مع الوسطاء والمستخدمين الآخرين (أي: المشاركة) ، وكذلك إنشاء المحتوى (أي: الإنتاج) للعرض العام وعلاقته بالاعتراب الثقافي لديهم باستخدام نظريتي التفاعل الرمزي، والمعرفية الاجتماعية.

أهداف الدراسة:

تحقيق هدف عام يتمثل في معرفة العلاقة بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) ومظاهر الاعتراب الثقافي لديهم، وينبثق منه عدة أهداف فرعية وهي: - التعرف على معدل إدمان استخدام أفراد العينة لتطبيق (تيك توك) يومياً. - معرفة أسباب إدمان أفراد العينة لتطبيق (تيك توك). - الكشف عن أشكال التفاعل التي يفضلها أفراد العينة على تطبيق (تيك توك). -الكشف على نوعية محتوى الفيديوهات التي يستهلكها أو ينتجها أو يشاركها أفراد العينة عبر تطبيق (تيك توك). - رصد مؤشرات الاعتراب الثقافي لدى الجيل الرقمي مستخدمي تطبيق (تيك توك). - التعرف على العلاقة بين أسباب استخدام تطبيق (تيك توك) وإدمان استخدام التطبيق ودوره في تكريس مؤشرات الاعتراب الثقافي لديهم. -معرفة تأثير النوع على العلاقة بين إدمان استخدام التطبيق والاعتراب الثقافي لدى المبحوثين.

أهمية الدراسة:

- الأهمية النظرية: تكمن الأهمية النظرية في حداثة الدراسة الحالية، وما تقدمه من دراسات سابقة حول متغيرات الدراسة (إدمان استخدام تطبيق (تيك توك) والاعتراب الثقافي) وبالتالي تمهد الطريق أمام الباحثين والمهتمين بهذا المجال لإجراء المزيد من الدراسات المرتبطة في هذا المجال لذلك تعد هذه الدراسة إضافة

لدراسات السابقة التي تناولت هذه الظاهرة وتأثيرها على الفرد والمجتمع. وتعد دراسة تطبيق (تيك توك. Tik Tok) موضوعاً جديداً نسبياً ومثيراً للاهتمام، وبدأت دراسته مؤخراً خلال الثلاث سنوات الماضية مع بداية ظهور وانتشار التطبيق بشكل سريع؛ فهو يعد التطبيق الأكثر شعبية بين الشباب؛ حيث إن صانعي تطبيق (Tik Tok) قد فهموا عقلية الشباب مقارنة بالتطبيقات التنافسية الأخرى، وصمموا واجهة المستخدم مع مراعاة متطلبات الجيل الرقمي وجذب انتباههم بسهولة، واستهدفوا جمهوراً محدداً وعرفوا أنه سيكون له جاذبية هائلة بين الجيل الرقمي؛ لأنه يمنحهم الحرية للتعبير عن أنفسهم بشكل إبداعي من خلال مجموعة متنوعة من الأدوات مثل: الغناء، أو التحديات، أو مزمنة الشفاه، والتعبير عن تفردهم، وفي نفس الوقت يمنحهم امتياز كونهم ناشرين ورعاة لإبداعاتهم.

– **الأهمية المجتمعية:** تسبب تطبيقات الهواتف الذكية (Apps) الإدمان والشراسة للمستخدمين نظراً لتميزها وسهولة استخدامها وحدثتها وشعبيتها المتزايدة، واستخدامها لتقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) حيث تمثل تلك التطبيقات مرجعاً اجتماعياً ثقافياً لتجمعات الجيل الرقمي، وتشكل جزءاً لا يتجزأ من بنية أي مجتمع، وتتمثل مهمة (Tik Tok) كمنصة وسائط اجتماعية في الإبداع والابتكار والمعرفة والإنتاج والمشاركة وتقديم كل اللحظات اليومية للمستخدمين مباشرة عبر الهاتف المحمول من خلال الفيديوهات القصيرة التي لا تتعدى دقيقة، فقد غير تطبيق (Tik Tok) النمط التقليدي للثقافة الشعبية.

– **الأهمية العلمية:** تأتي الأهمية العلمية لهذه الدراسة من تركيزها على فئة الجيل الرقمي بهدف التعرف على أسباب استخدامهم الشره وإدمانهم للتطبيقات الرقمية الحديثة باعتبارها جزءاً من واقعهم اليومي؛ حيث يمكن للتجربة الناجحة لـ (Tik Tok) أن توفر تجربة تشغيل لتطبيقات أخرى مماثلة وتمكينها من تحسين وابتكار وظائفها ومحتوياتها باستمرار، وبالتالي تعزيز التطور لصناعة الفيديو القصير؛ ممن ينتج عنه العديد من التأثيرات السلبية كالاغتراب الثقافي، وما يتضمنه من العزلة الاجتماعية، واللامعيارية وفقدان الهدف، ومركزية الذات.

مُسْتَحْدَمُو تَطْبِيقِ (تيك توك. Tik Tok)

صنف تشو وهيكيونج Zhou و Heekyoung (2019) مستخدمي تطبيق (تيك توك) (Tik Tok) إلى ثلاث فئات بدءاً من التعلم ومشاركة المواهب الإبداعية حيث يتم تصنيف المستخدمين إلى:

1- مجموعة مستكشفي المحتوى Content Explorer Group تشارك هذه المجموعة في عدد محدود من الأنشطة الاجتماعية كمتابعة المستخدمين الآخرين وتصفح المحتويات المقترحة.

2- مجموعة متعلم إبداعي Learner-Creative Group تقوم مجموعة المتعلمين المبدعين بأرشفة مقاطع الفيديو بما يتماشى مع دوافع التعلم الخاصة بهم، وكذلك التعليقات والإعجاب على مقاطع الفيديو، ونادرًا ما يشارك المستخدمون لمجموعة المتعلم الإبداعي أعمالهم الإبداعية.

3- مجموعة إبداعية Creative Group تتخذ المجموعة الإبداعية إجراءات لإنشاء مواهبهم وتحويلها ومشاركتها، ويتابع المستخدمون في هذه المجموعة منتجي المحتوى الآخرين بنشاط ويتفاعلون مع أعمالهم.

هذا التصنيف مهم لتفسير سلوك مستخدمي (Tik Tok) على المنصة في مجالات خارج سياق التعلم ومشاركة المواهب الإبداعية؛ حيث يشكل المستخدمون دورًا فعالًا في إنتاج المحتوى والتفاعل مع المحتوى الذي تم إنشاؤه؛ ليصبحوا أبطالًا عدد لا نهائي من التحديات المقترحة على التطبيق. (7)

أنواع المُحتوى على تطبيق (تيك توك) (TIK TOK):

هناك كثير من المحتويات التي يتم تقديمها للمستخدمين، وتأتي محتويات (Tik Tok) من كل جانب من جوانب الحياة والمحتويات المختلفة تجلب التجارب المختلفة للمستخدمين، ويمكن حصرها في ثلاثة أنواع كبيرة وهي: (8)

أ – التدريس أو التعلم: أي تعلم المستخدمين مهارات مختلفة مثل الرسم والطبخ والحركات الراقصة والتمارين الرياضية والألعاب والمهارات الحياتية الأخرى.

ب - الترفيه: ويشمل بعض مقاطع الفيديو الموسيقية القصيرة لمستخدمي الترفيه ومقاطع الفيديو الفكاهية.

ج. الترويج: حيث إن بعض المؤثرين والنجوم يروجون لبعض المنتجات للمستخدمين، مثل الترويج لمستحضرات التجميل والمقتنيات الرياضية وغيرها.

الجيل الرقمي digital generation :

هناك جيل جديد له اسم وتصنيف ظهر مع الثورة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، وبدأ خبراء التسويق والاجتماع بدراسته منذ مطلع 2013 وهو " الجيل الرقمي أو الجيل (Z. زد) وهو الجيل الذي ولد بعد عام 1995 حتى 2010، وهذا الجيل يعتبر الأعلى استخدامًا للعالم الرقمي ويشكل 40% من سكان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وهو جيل متمرس على التكنولوجيا.

ويمكن تسمية: جيل الرقمية أو "الطلاقة الرقمية" أو "الكفاءة الرقمية" وهي القدرة على إعادة صياغة المعرفة للتعبير عن النفس بشكل إبداعي ومناسب، والقدرة على إنتاج وتوليد معلومات، وهناك أيضًا عبارات أخرى يمكن توظيفها لوصف قدرة شخص ما أو مهاراته في استخدام التكنولوجيا، والتي تشمل كلا من معرفة استخدام

الحاسوب ومعرفة تكنولوجيا المعلومات والكفاءة الرقمية ومهارة تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة على العمل بسرعة، والكفاءة مع المعلومات والتكيف مع التقنيات الجديدة والتعليم الذاتي والفردية⁽⁹⁾.

الإطار النظري للدراسة:

مدخل التفاعلية الرمزية: Symbolic Interactionism Theory

تعد واحدة من المحاور الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية في تحليل الأنساق الاجتماعية، وهي تبدأ بمستوى الوحدات الصغرى للفرد وسلوكه كمدخل لفهم التسق الاجتماعية وتنتقل إلى الوحدات الكبرى للمجتمع وتنظيماته المختلفة، وولدت اهتمامًا بمفاهيم لها دور في فهم الاتصال والتفاعل مثل الرموز، والنفس، واللغة، والانا، والذات، والعقل، وتهتم بدراسة معانٍ ظاهرة للتفاعل الاجتماعي، وتعديل هذه المعاني وإعادة تشكيلها من خلال عمليات التأويل التي يستخدمها الأفراد في تفاعلهم مع الرموز⁽¹⁰⁾.

وتعني التفاعلية الرمزية التفاعل الذي ينشأ بين مختلف العقول والمعاني والذي يعد سمة مميزة للمجتمع الإنساني، وألقت النظرية الضوء على عملية التفاعل حيث كشفت أن الأفراد يشاركون بعضهم بعضًا خلال هذا التفاعل أكثر من كونهم يستجيبون للسلوك الظاهر المتبادل⁽¹¹⁾ ويعد التفاعل (أي: سلسلة مستمرة من الاتصالات بين الأفراد) والمرونة (أي: القدرة على التصرف حسب الموقف) والرموز (أي: الإشارات التي تسهل التفاعل) والوعي الذاتي (أي: قدرة الإنسان على تمثيل الأدوار) أهم مصطلحات التفاعلية الرمزية⁽¹²⁾.

بهذا المعنى يصبح الفرد مشاركًا نشطًا في عالمه الاجتماعي ويتصرف بناءً على المواقف ومن خلال عمليات التفاعل المعقدة والمرنة يتم إنشاء المعاني والأدوار الاجتماعية أو الحفاظ عليها أو تعديلها أو تغييرها ويستجيب الأفراد للمواقف على أساس كيفية إدراكهم وتعريفهم لها في البيئة التفاعلية. (13)

و تبنى مؤسس التفاعلية الرمزية جورج هربرت ميد بعض الأفكار المهمة في صياغة النظرية التفاعلية الرمزية وهي التركيز على عمليات التفاعل الاجتماعي بين الفاعل وبيئته الاجتماعية والطبيعية بافتراض أن حقيقة البيئة تركز على تأويل الفرد لمحيطه، كما أن العلاقة بين الفاعل ومحيطه متغيرة وليست ثابتة. فالفرد قادر على تأويل العالم من حوله أي قراءة المعاني التي يتصورها لعالمه الاجتماعي والطبيعي (14).

ولقد طور وأضاف هربرت بلومر على أفكار وفرضيات جورج هربرت ميد - وهو من رواد التفاعلية الرمزية بعده- ومن أهم إضافاته للنظرية التفاعلية الرمزية أن الأفراد والجماعات مجهزون للفعل على أساس معاني الأشياء التي يتضمنها عالمهم، ومن ثمَّ يقوم السلوك على أساس المعاني الاجتماعية وهي ثلاثة أنماط: الأول: نمط

المعني الطبيعي للأشياء، والثاني: نمط المعني الاجتماعي للأشياء، والثالث: نمط المعني التجريدي للأشياء. وهذه المعاني تُحوَرُ وتُعدَّلُ، ويتم تداولها عبر عمليات تأويلٍ يستخدمها كلُّ فردٍ في تعامله مع الإشارات التي يواجهها (15).

الفرضيات الأساسية للنظرية:

يتصرف الأفراد حيال الأشياء على أساس ما تعنيه لهم تلك الأشياء، فالمعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني، حيث تُحوَرُ وتُعدَّلُ وتُداولُ خلال عملية تأويلٍ يستخدمها كل فرد في تعاملاته مع الإشارات التي يواجهها (16).

وفي هذا السياق تتبنى الدراسة هذه الفرضيات؛ فمن خلال الفرضية الأولى فإن الجيل الرقميّ (مستخدمو تطبيق (تيك توك) يتصرفون وفقاً للمضامين التي تقدم في تطبيق (تيك توك) على أساس ما تعنيه لهم تلك المضامين، ويتلقون الرسائل أثناء الاتصال التفاعلي الافتراضي، ومن خلال الفرضية الثانية فإن المعاني التي ينتجها مستخدمو تطبيق (تيك توك) هي نتاج غير رسمي للتفاعل الترفيهي الاجتماعي بين مستخدمي تطبيق (تيك توك) في البيئة الرقمية، ومن خلال الفرضية الثالثة فإن المعاني التي يتداولها ويستخدمها مستخدمو تطبيق (تيك توك) تحور وتعدل ويتم تداولها خلال عملية تأويلية مع الإشارات والرموز الدلالية التي يستخدمها الأفراد في نشر وإنتاج المضامين في بيئة تطبيق (تيك توك).

نقد النظرية التفاعلية الرمزية:

أكدت التفاعلية الرمزية على أن المجتمع تفاعل رمزي دون أن تشير إلى أنماط الظروف مهما كان نوع التفاعل الذي يؤدي إلى ظهور وانبثاق أي نمط من أنماط البناء الاجتماعي واستمراره وتغييره في سياق أي ظرف من الظروف، فهناك غموض اتسمت به أطروحات التفاعلية الرمزية، وكيفية تشكيل التنظيم الاجتماعي وتغييره، وهناك غموض بين عملية التفاعل ونتائجها، فعدم صياغة براهين وحجج كافية وذلك حول: كيف؟ وإلى أين؟ وما عمليات التفاعل التي تعمل على تكوين واستمرار وتغيير أنماط التنظيم الاجتماعي المتنوعة والمتباينة؟ بالإضافة إلى أن التفاعلية الرمزية قد جعلت التفسير الاجتماعي ينحصر في نطاق التغيير النفسي للأفراد وليس التغيير في الوحدات أو الأنساق الاجتماعيّة الكبرى. كما أن التفاعلية الرمزية أغفلت الجوانب الواسعة للبنية الاجتماعيّة؛ لذلك نجدها لا تعبر عن ظواهر اجتماعية معينة كالقوة والصراع والتغيير، وأن صياغتها النظرية مغرقة في الغموض، وأنها تقدم صورة منقوصة عن الفرد. (17)

تعتبر التفاعلية الرمزية من أقدم النظريات السوسولوجية التي تهتم بدراسة الفعل والتفاعل الاجتماعي؛ وعليه فإن لهذه الدراسة أسبابها الموضوعية لتستقر على تبني مدخل التفاعلية الرمزية للتعرف على العلاقة بين إدمان استخدام الجيل الرقميّ لتطبيق

(تيك توك) والاعتراب النَّقَافِي، ولتقف الدِّرَاسَة على الكيفية التي يعاد فيها تشكيل وصياغة ثقافة هذا الجيل من خلال هذا السياق، فإن التفاعلية الرمزية تهتم بدراسة التفاعل بين الجيل الرَّقْمِي والبيئة الافتراضية المتمثلة في استخدامه لتطبيق (تيك توك).

النَّظَرِيَّةُ المَعْرِفِيَّةُ الاجْتِمَاعِيَّةُ: Social Cognitive Theory

اهتمت النَّظَرِيَّةُ المَعْرِفِيَّةُ الاجْتِمَاعِيَّةُ بدراسة النظام الذي يطوره الفرد في تنظيم الذات وعملياته، فالفرد بذلك يدير الظروف المحيطة به بالصورة التي يكونها من خلال عملية الإدراك والوعي (18) وتقوم النَّظَرِيَّةُ المَعْرِفِيَّةُ الاجْتِمَاعِيَّةُ على فكرة الملاحظة لأداء الآخرين، فهي إحدى نظريات التعلم التي تؤكد على أن استمرار السلوك الذي ينشأ من خلال علاقة سببية تبادلية بين عوامل أساسية وهي: محددات الشخصية، ومحددات بيئية، وأخرى سلوكية (19).

تستند النَّظَرِيَّةُ المَعْرِفِيَّةُ الاجْتِمَاعِيَّةُ (SCT) إلى الفرضية الأساسية بأن العوامل البيئية والشخصية والعوامل السلوكية الأخرى تتفاعل للتأثير على بعضها البعض في عملية ثنائية الاتجاه تسمى السببية المتبادلة، وأوضح فونت وآخرون Font2016 أن سلوك الفرد يتم تحديده من خلال البيئة والخصائص الشخصية، وأشاروا إلى أن الخصائص الشخصية تتشكل من خلال السلوك وأن السلوك والخصائص الشخصية يؤثران على بيئة الشخص (20).

تم طرح النَّظَرِيَّةُ المَعْرِفِيَّةُ الاجْتِمَاعِيَّةُ (SCT) في الأصل بواسطة باندورا، وتنص على أن السلوك الفردي والإدراك الذاتي والبيئة الاجتماعية ديناميكية وتفاعلية، ويشتمل الإدراك الذاتي على عنصرين أساسيين: الكفاءة الذاتية، وتوقع النتائج، تشير الكفاءة الذاتية إلى إدراك الفرد لقدرته على التصرف، وهذا التوقع الناتج هو الحكم على النتيجة المحتملة للفرد لمهمته. والميزة الرئيسية للنظرية هي الحفاظ على السلوك الذي لا تضعه العديد من النظريات الأخرى في الاعتبار، تم استخدام النَّظَرِيَّةُ المَعْرِفِيَّةُ الاجْتِمَاعِيَّةُ على نطاق واسع لفهم وتوقع خصائص السلوك الفردي والجماعي، ولتحديد الطرق التي يمكن أن تغير السلوكيات الشخصية (21).

فروض النَّظَرِيَّةِ:

تنص النَّظَرِيَّةُ المَعْرِفِيَّةُ الاجْتِمَاعِيَّةُ وهي نظرية سلوكية على أن العوامل الشخصية والعوامل البيئية والسلوكيات تؤثر بشكل متبادل على بعضها البعض (22).

الفرضية الأولى: يستطيع الأفراد تعلم سلوكيات أو أفعال جديدة بملاحظة أداء الآخرين لها، وتطورت النَّظَرِيَّةُ من الاعتماد على فكرة الملاحظة إلى التركيز على المعرفة الاجتماعية ولذلك سميت بذلك الاسم.

الفرضية الثانية: أن جزءا كبيرا من التعلم الإنساني يحدث في البنية الاجتماعية، فالأفراد يطورون معرفتهم ومهاراتهم واستراتيجيتهم واعتقاداتهم ومواقفهم عن طريق ملاحظة الآخرين، وركزت النظرية على العناية بالبيئة الاجتماعية ودور المتعلم النشط في تلك البيئة، واعتُبرت هذه النظرية شاملة حول التعلم بالمشاهدة.

وطبق باندورا مبادئ النظرية المعرفية الاجتماعية على مهارات المعرفة والحركة والمهارات الاجتماعية ومهارات التنظيم الذاتي وقضايا العنف الاجتماعي والتطور الأخلاقي والقيم الاجتماعية والمشاركة السياسية والقضايا الصحية والنفسية (23).

تعتمد هذه الدراسة على النظرية المعرفية الاجتماعية (SCT) التي تراعي العوامل التي تؤثر على الأفراد في اكتساب سلوكهم والحفاظ عليه، مع مراعاة البيئة الاجتماعية التي يؤدي فيها الأفراد السلوك، والميزة الرئيسة للنظرية المعرفية الاجتماعية هي الحفاظ على السلوك الذي لا تضعه كثير من النظريات الأخرى في الاعتبار.

مراجعة الدراسات السابقة:

عن استخدام الأفراد لتطبيق (Tik Tok) أثناء العزلة الاجتماعية التي تسبب فيها وباء COVID-19 فقد توصلت دراسة ناتاليا تمارا كيروز 2020 باستخدام منهج المسح إلى أنه التطبيق الأكثر تنزيلاً واستخداماً خلال أزمة كورونا، وأنه جعل الشبَاب في حالة نشاط لأنهم يشاركون في الموضوعات أو الاتجاهات الأكثر تداولاً؛ مثل تحديات الرقص والتمثيل والبرامج التعليمية والتي تمثل نوعاً من الترفيه بالنسبة لهم (24).

وتتفق معها دراسة كارل 2020 التي وصفت التفاعل على تطبيق (Tik Tok) خلال أزمة كورونا من خلال تحليل 28234 مقطع فيديو احتوت على 18 علامة تصنيف مرتبطة بفيروس كورونا، وتوصلت النتائج أن محتويات الاستهلاك السريع التي تميز هذا التطبيق بمثابة الترفيه للأفراد أثناء أزمة كورونا (25).

بينما بحثت دراسة تشو 2020 في حسابات (Tik Tok) الرسمية التي تديرها مراكز الرعاية الصحية في الصين، وتم تحليل 31 حساباً للرعاية الصحية خلال شهر، وكشفت النتائج أن مستخدمي (Tik Tok) يفضلون عرض وتنسيق مقاطع الفيديو لربطها بفهمهم للمصطلحات الطبية المختلفة فيما يتعلق بنوع المحتوى، وتشارك مراكز الرعاية الصحية المحتوى الطبي مع منصة (Tik Tok) وتستخدمه بوصفه قناة اتصال صحية (26).

ووصفت دراسة كوري إتش باش وآخرين 2020 محتوى مادة COVID-19 على (Tik Tok) بتحليل 100 مقطع فيديو تم نشره تحت علامة التصنيف #Coronavirus إلى جانب تحليل 17 منشورا نشرتهم وزارة الصحة العالمية، وتوصلت النتائج إلى أن مقاطع الفيديو الأكثر استهلاكاً هي: الفلق، والحجر الصحي،

و غالبًا ما ركزت مقاطع فيديو منظمة الصحة العالمية على انتقال الفيروس والأعراض، ولكنها غطت هذه الموضوعات في أقل من 10٪ من مقاطع الفيديو (27).

وتتفق مع تلك النتائج دراسة مرزیه 2020 لمعرفة استخدامات منصة (تيك توك) لنشر المعلومات العامة للجمهور أثناء تفشي وباء كوفيد 19، حيث توصلت النتائج أنه مصدر جدير بالثقة لمعلومات الجمهور، حيث بقي الأطباء مسؤولين عن المحتوى من خلاله، وعن المبادئ التوجيهية العديدة التي تم إبرازها من جمعيات الحماية الطبية حول كيفية تخفيف المخاطر حيث تحتوي هذه الصفحات والحسابات على عدد كبير من المتابعين، وأنه أداة قوية لتعزيز الالتزام بالنصائح الطبية من خلال الفيديوهات القصيرة وتعزيز التدابير الصحية مثل التباعد الاجتماعي (28).

وبالنسبة للاستخدام السياسي لتطبيق (تيك توك) فقد توصلت دراسة خوان 2020 التي طبقت على مجموعة من الجمهوريين والديمقراطيين في الولايات المتحدة إلى أن التواصل السياسي على (Tik Tok) أكثر تفاعلية مقارنة بمنصات التواصل الاجتماعي الأخرى، مع دمج المستخدمين وقنوات المعلومات المتعددة لنشر رسائلهم حيث قام المستخدمون الجمهوريون بتوليد محتوى سياسي أكثر من الديمقراطيين في المناقشات المتقاطعة، ويخلقون مشاهد سياسية قصيرة تؤدي إلى إدراك السياسة أكثر فيه. (29)

و اتفقت مع تلك النتائج دراسة جينودو 2020 لتحليل الاتجاهات في سلوك النشر والمشاركة والتعليق على منصة (تيك توك) وكيفية استخدامها للتواصل السياسي من خلال تحليل 5495 حسابًا على (Tik Tok) توصلت النتائج إلى هجرة العلامات التجارية لوسائل الإعلام السياسية إلى منصة (تيك توك) وانتقل كبار مستخدمي اليوتيوب (YouTube) السياسيين إلى (Tik Tok)، مما يشير إلى أن الخطاب السياسي سيصبح احترافيًا بشكل متزايد (30).

وبحثت دراسة بزيل 2020 في كيفية تبادل المعلومات السياسية بين الأقران على مقاطع فيديو (Tik Tok) اليسارية الأمريكية كدراسة حالة توصلت النتائج إلى استخدام الشبكات للمنصة (تيك توك) للتحديث عن آرائهم في المناقشات السياسية والأيديولوجيات والموضوعات والاتجاهات المعاصرة ومشاركة المعلومات السياسية بين الأقران (31).

وفي دراسة جورج 2020 لمعرفة تأثير (Tik Tok) على عمل وسائل الإعلام الإخبارية السياسية وتكيفها مع تلك المنصة بالتطبيق على 234 حسابًا وتحليلًا لمحتوى 19 وسيلة إعلامية وبرنامجًا إخباريًا توصلت النتائج إلى استهلاك الأخبار السياسية من خلال (تيك توك) والشعبية الكبيرة للمنصة التي تخاطب جمهور الشباب؛ حيث تميزت منصة (تيك توك) بالمحتوى المرئي والقصير والديناميكيات المحددة من خلال

التوصيات الخوارزمية وعلامات التصنيف والتحديات الشائعة وأنه يسعى إلى وجود نهج جديد للصحافة للأجيال الشابة (32).

وبحثت دراسة كيلي في الميزات "الاجتماعية والتقنية" لـ (Tik Tok) ومشاركة المستخدم التي تدعم أداء هوية المراهقين الصغار وتشكيل المجتمعات الرقمية داخل التطبيق، وتوصلت النتائج إلى أن (Tik Tok) يوفر فرصاً للشباب المراهقين للتعامل مع القضايا السياسية وتشكيل مجتمعات نشطة حيث يستخدم تطبيق (Tik Tok) مجموعة متنوعة من "الميزات الاجتماعية والتقنية" التي تمكن المراهقين من إنشاء شبكة متماسكة من العلاقات التي تدعم تشكيل مجتمعات الناشطين السياسيين والحفاظ عليها، وتتنوع إمكانيات الاتصال في تطبيق (Tik Tok) وتختلف تمامًا عن المنصات الاجتماعية الأخرى (SNS) حيث يتم بناء الاتصال على الاهتمامات المتشابهة للشباب المراهقين التي يتم إجراؤها في تنسيق فيديو؛ حيث يركز المراهقون على إنشاء المحتوى كوسيلة للتعبير عن الذات بدلاً من التواصل مع الأصدقاء أو أصدقاء الأصدقاء من خلال القصص (33).

وعن سمات المحتوى الإعلامي على تطبيق تيك توك توصلت دراسة محمد فتحي 2020 التي حلت كافة الفيديوهات المنشورة على منصتي (صدي البلد وواشنطن بوست) -باعتبارهما أكثر المنصات الإخبارية العربية- إلى أن منصة واشنطن بوست نجحت في استغلال المحتوى الإعلاني للترويج لنفسها دون أن يشعر المتلقي أنه أمام مادة إعلانية بخلاف منصة صدي البلد، وأن محتوى منصة واشنطن بوست جاء متنوعاً في كافة الفيديوهات (34).

وبالنسبة لدوافع استخدام تطبيق (تيك توك) فقد حققت دراسة عمر 2020 في كيفية استخدام الأشخاص لتطبيق (Tik Tok) من حيث الاستهلاك والمشاركة وإنتاج السلوكيات وفحصت دور السمات الشخصية ودوافع المستخدمين بالتطبيق على 385 مستخدماً من مستخدمي (Tik Tok) وأشارت النتائج إلى أن دوافع المستخدمين وليس سمات الشخصية هي التي لها تأثير كبير على استخدام (Tik Tok)، وأن دوافع التعبير عن الذات والتفاعل الاجتماعي والهروب هي عوامل تنبؤيه مهمة لسلوكيات استخدام (Tik Tok) ولكنها تختلف في المستويات والتأثير (35).

وفي دراسة كلوج 2020 لتحليل محتوى فيديوهات أداة تحدى الرقص (#distanceance) على تطبيق (تيك توك) لإعادة بناء استراتيجيات استهلاك المشاركين والدوافع أظهرت نتائج المقابلات مع مستخدمي (Tik Tok) أن الأشخاص الأصغر سناً بشكل خاص لديهم الحافز للمشاركة في التحديات إذا تعاملوا مع المهارات الفردية الحالية، أو خلقوا دافعاً شخصياً لتعلم المهارات وهم أكثر انفتاحاً على التجارب

الجديدة وهم أكثر عرضة للمشاركة في التحديات الفيروسية والعديد من المستخدمين تحفزوا للمشاركة بسبب التحدي مع أصدقائهم⁽³⁶⁾.

في حين قدمت دراسة يوكسين يانغ 2020 خريطة عامة لفهم كيف يصنع الشَّبَاب المعاني في منصة (Tik Tok) باستخدام المقابلات للتحقيق في دوافع المستخدم وتفاعلاته، ووجدت النتائج أن الهروب من الواقع وتحسين الحالة المزاجية هما الدافعان الرئيسان للمستخدمين، والتعبير عن الذات والتواصل مع الأصدقاء من الأسباب الفرعية، واكتشفت النتائج أن (Tik Tok) كمنصة تحفز إبداع المستخدمين من خلال تصميم واجهات مستخدم بسيطة وسهلة التشغيل وأدوات تحرير شاملة وعملية⁽³⁷⁾.

وهدفت دراسة ديري 2020 إلى التعرف على دافع إنتاج المحتوى للمستخدمين وتوقعاتهم وتحليل الأداء الذاتي لمستخدمي (Tik Tok) من خلال محتوى الفيديو الذي يشاركونه واعتمدت الدراسة على أسلوب المقابلات، وتوصلت النتائج إلى أن الأفراد يتمتعون بفرصة تقديم عروضهم التقديمية الذاتية أمام أتباعهم أو أصدقائهم، وبناء ذواتهم الرقمية، وتبرز منصات مشاركة الفيديو بشكل خاص من حيث الجمع بين مستخدميها والجمهور، ويعمل (Tik Tok) على زيادة الأداء الذاتي للفرد ويعرضون المزيد من المحتوى الذي يكشف عن الجوانب الإيجابية لهم من خلال الاستفادة من الميزات الهيكلية والفرص التي يوفرها (Tik Tok)⁽³⁸⁾.

بينما حللت دراسة جونج 2019 تعليقات المشاهدين على مقاطع فيديو مشاركة مهارات الرسم المختارة وأنشطة المبدعين على تطبيق (Bilibili) و(Tik Tok). بالإضافة إلى المقابلات المتعمقة مع 12 من مستخدمي (Tik Tok) عبر رسائل مباشرة لفهم تجربة تعلم المعرفة ومشاركتها عبر المنصة. وتوصلت النتائج إلى أن مشاركة المعرفة جزءًا مهمًا من استخدام التطبيقين، وتختلف فئات المعرفة المشتركة على (Tik Tok) من المهارات الإبداعية والخبرة الشخصية إلى المعرفة الواضحة مثل العلوم والتكنولوجيا والثقافة وأن التعلم في شكل فيديو قصير يشجع بشكل كبير على المشاركة في الأنشطة المختلفة، وأن مستخدمي (Tik Tok) يقومون بإنشاء ومشاركة أعمالهم⁽³⁹⁾.

ومن خلال المقابلات مع 28 من مستخدمي (تيك توك) في دراسة شينغ 2019 كشفت النتائج أن الأفراد يستخدمون التطبيق ليس فقط للترفيه، ولكن أيضًا لمواكبة "الموضة" وللاسترخاء والاستمتاع وقتل الوقت وتكوين صداقات أكثر من الغرباء عبر الإنترنت والتواصل مع الآخرين ومشاركة قصص الحياة الشخصية ومشاركة وجهات نظرهم والعثور على مجتمع مناسب⁽⁴⁰⁾.

وعن تأثير تطبيق (تيك توك) على المستخدمين في دراسة سيل ديلون 2020
على المراهقين وبالطبع على 650 من الإناث والذكور التايلانديين الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و25 عامًا خلصت النتائج إلى أن استخدام التطبيق كان له تأثير سلبي

ضئيل للغاية على قاعدة المستخدمين المستهدفين الرئيسيين، وأن استخدام التطبيق يبدو أنه أكثر اهتمامًا للمتفرجين من المستخدمين الفعليين، وأن المستخدمين المستهدفين في (Tik Tok) سعداء بالتطبيق على الرغم من أن نسبة كبيرة لديها تجارب سلبية مع التطبيق (41).

بينما دراسة نيتا 2020 التي طبقت على 69 طالبًا في جامعة بليتار الإسلامية لتحديد مدى تأثير استخدام تطبيق (Tik Tok) على مستوى الثقة بالنفس توصلت النتائج إلى وجود تأثير كبير لاستخدام تطبيق تيك توك على مستوى الثقة لدى الطلاب، ويساعدهم على أن يكونوا أكثر ثقة كما أنه تطبيق بمثابة مكان لمشاركة الإبداع. (42)

وفي دراسة حالة لأحدى عشر مستخدمًا لتطبيق (تيك توك) كوسيلة للتعبير الإبداعي وكيف أن (Tik Tok) مكن هؤلاء الشَّبَاب من إثبات أنفسهم كمشاهير في دراسة باتل 2020، توصلت النتائج إلى أن (Tik Tok) واحد من أفضل المَنَصَّات لتصوير مواهب الشَّبَاب، ومن خلال هذه المنصة تكتسب المواهب الشابة شعبية كبيرة عالميًا، وأنه الأداة المفضلة لعرض المواهب والعثور على المتابعين والجمهور دون حواجز الحدود الوطنية أو قيود على التدخلات المادية والمحلية مع سهولة تشغيله والوصول إليه من خلال الهواتف المحمولة (43).

وعلى خلاف النتائج السابقة في دراسة هشام فوللي 2020 للتعرف على العلاقة بين استخدام الجمهور تطبيقات الفيديو القصير عبر الهواتف الذكية والآثار النفسية والاجتماعية السلبية والدوافع والإشباع المتحققة منه باستخدام منهج المسح على 614 مفردة توصلت النتائج إلى وجود علاقة بين استخدام الجمهور لتطبيقات الفيديو القصير والآثار النفسية والاجتماعية السلبية لديهم (44).

وللتعرف على كيفية يدرك مستخدم (تيك توك) المسؤولية الأخلاقية للمنصة توصلت نتائج دراسة سكاليني 2020 من خلال 47 مقابلة متعمقة إلى اعتراف الباحثين بفكرة الفردية للمسؤولية الأخلاقية، والتركيز على الذات؛ حيث يشعر الأشخاص الذين تمت مقابلتهم بالراحة على المنصة؛ حيث يمكنهم التعبير عن أنفسهم علانية واحتضان خلافاتهم، ويقر المستخدمون بمستوى معين من الالتزام تجاه الآخرين المعروفين (45).

ولمعرفة ردود الفعل العاطفية في دراسة جيانغ 2019 حول تجربة المستخدم عبر تطبيق (تيك توك) لتحسين أداء سلوكيات معينة توصلت النتائج إلى أن ما يميز (Tik Tok) هو الفيديو القصير للموسيقى والذي يجمع بين القدرة القوية على التعبير بالموسيقى والتعبير عن الإمكانيات الثقافية الشعبية للفيديو القصير، وهو ما يتوافق مع جاذبية الشَّبَاب، وأعربت مفردات العينة عن رضاهم الكبير عن أصالة محتوى (Tik Tok) ومتعته وعمليته ووقته الحقيقي و قدرة التطبيق على نشر ومشاركة المرح كما يشعر الشَّبَاب دائمًا بأنهم غير قادرين على التوقف عن التصفح، وتجذب هذه التجربة العاطفية اللاواعية انتباه المستخدم وتحسن القدرة على مشاهدة تطبيق (Tik Tok) (46).

وعن استخدام تطبيق (تيك توك) في مجال التسويق حللت دراسة ينجيا 2020 القيمة التجارية لتطبيق (Tik Tok) من وجهة نظر المستخدمين والعلامة التجارية والمحتوى، وتم التحقيق في نماذج الربح الحالية لمقاطع فيديو (Tik Tok) القصيرة، وتوصلت الدراسة إلى أن (Tik Tok) يستفيد من آلية المحتوى المتبادل لتوسيع نطاق المستخدمين بشكل مستمر من خلال الترويج، واستخدام العوامل الخارجية للتطبيق لتنمية نفسه باستمرار وتوسيع الفجوة مع المنتجات المنافسة الأخرى، ويساعد (Tik Tok) المعلنين في إنتاج محتوى أكثر ملاءمة لوضعه على منصة (Tik Tok) وتحظى قيمة (Tik Tok) بتقدير كبير ومقبول على نطاق واسع من قبل السوق، وتشمل نماذج أرباحها الإعلانات والتجارة الإلكترونية والبت المباشر (47).

بينما توصلت دراسة فروست 2020 باستخدام مجموعات المناقشة المركزة إلى أربعة عوامل رئيسية مساهمة في حملات التسويق الفيروسي على (Tik Tok) وفقاً للمشاركين تساهم في مشاركتهم على (Tik Tok). هذه العوامل هي الفكاهة والبساطة وقابلية الارتباط والإبداع (48).

ولدراسة العوامل المساهمة في الشعبية المتصورة لـ (Tik Tok) نجد في دراسة هوى 2019 باستخدام منهج المسح على 200 مشارك، وجود علاقة بين تنوع المحتوى والتفرد في المحتوى المقدم والشعبية للمنتجات من خلال تطبيق (تيك توك) وبيروج (Tik Tok) بشكل أساسي للفيديو الأصلي عالي الجودة بأنواع مختلفة من المحتوى التي تتميز بالغمي والتنوع وتلبي متطلبات المستخدمين المختلفين. لذلك، يعد تنوع المحتوى هو العامل الرئيس الذي يؤثر على شعبية (Tik Tok) (49).

بينما استخدمت دراسة بيران سو 2020 منهج netnographic لاستكشاف استخدام (Tik Tok) بين عشرة رياضيين خلال جائحة COVID-19، وتوصلت النتائج أن مقاطع فيديو (Tik Tok) التي ينتجها الرياضيون تتميز بأنها مرحة وأصلية، وأن منصة (تيك توك) يمكن أن يستخدمها الرياضيون بشكل مربح في استراتيجيات العلامة التجارية الخاصة بهم على الإنترنت، ويوفر التواصل عبر (Tik Tok) فرصاً للرياضيين لتعزيز علاقات المعجبين الحالية والترويج للمحتوى ذو العلامات التجارية وجذب شرائح المعجبين الجديدة (50).

وفى دراسات حول استخدام الإنترنت وتطبيقاته المختلفة والاعتراب الثقافي توصلت دراسة أشواق بنت غازي وآخرين 2019 للتعرف على علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالاعتراب الثقافي (تطبيق سناب شات) لدى الشباب الجامعي السعودي بالتطبيق على 400 طالب جامعي توصلت نتائج الدراسة إلى وجود ظاهرة الاعتراب الثقافي بين الشباب الجامعي، وأن تطبيق سناب شات ساهم في انتشار مظاهر الاعتراب الثقافي حيث إن اللامعيارية وفقدان الهدف أعلى مظاهر الاعتراب الثقافي لديهم (51).

وفي دراسة حبيبة نوغري 2017⁽⁵²⁾ حول مظاهر الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجزائري من مستخدمي موقع فيسبوك والتي طبقت على 100 مفردة ودراسة إيمان نوري 2016 حول البيئة الرقمية وعلاقتها بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين على عينة قوامها 410 مفردة عن وجود عدة مظاهر للاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعي الجزائري بنسبة كبيرة، حيث يشكل استخدام موقع الفيس بوك الهويات الثقافية لدى الشباب، وله تأثير على العزلة الاجتماعية وفقدان الهدف.⁽⁵³⁾

بينما دراسة عبد الوهاب جوده وآخرين 2016 للتعرف على مدي اعتماد طلاب الجامعة العمانيين على شبكات التواصل الاجتماعي باستخدام الهواتف الذكية وعلاقة هذا الاعتماد بالاغتراب لديهم باستخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام طبقت هذه الدراسة على 300 طالب جامعي، وتوصلت النتائج إلى أن مستوى الاغتراب لدى الشباب الجامعي يزداد بزيادة الاعتماد على الهاتف المحمول وتمثلت أعلى مظاهر الاغتراب في العزلة الاجتماعية واللامعيارية.⁽⁵⁴⁾

أما دراسة إيناس محمود حامد وآخرين 2017 لتحديد مستوى الاغتراب الثقافي للمراهقين الناتج من استخدام لغة الفرانكو أراب في وسائل الاتصال الإلكترونية، وطبقت الدراسة على 404 طالب ثانوي، وتوصلت نتائج الدراسة لوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الوسائل الإلكترونية -بصفة عامة- واستخدام لغة الفرانكو أراب -بصفة خاصة- وارتفاع مستويات الاغتراب الثقافي لديهم.⁽⁵⁵⁾

وفي دراسة عبد الهادي النجار 2007 للتعرف على العلاقة بين التعرض لشبكة الأنترنت والاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعي الليبي بالاعتماد على منهج المسح توصلت النتائج إلى وجود علاقة بين كثافة التعرض لشبكة الأنترنت والاغتراب الثقافي، وكذلك علاقة بين الرضا عن المضمون المقدم على الأنترنت والاغتراب الثقافي لدى الطلاب.⁽⁵⁶⁾

واختلفت مع تلك النتائج دراسة إيمان نوري 2012 حول استخدام الأنترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي لدى طلاب الجامعة على عينة قوامها 400 مفردة أسفرت النتائج إلى أنه لا توجد علاقة بين استخدام الأنترنت والاغتراب الثقافي لدى طلاب الجامعة وأن الاغتراب الثقافي لديهم يعود إلى المظاهر الدخيلة على المجتمعات.⁽⁵⁷⁾

التعليق على الدراسات السابقة:

- تناولت الدراسات تطبيق (تيك توك) من عدة جوانب أهمها التأثير الاجتماعي والنفسي لاستخدام التطبيق، والدوافع والإشباع المتحققة من استخدامه، وتأثيره السياسي على المستخدمين، وتأثيره في مجال التسويق، وكثافة استخدامه أثناء أزمة كوفيد19.

- تنوعت المناهج البحثية المستخدمة ما بين: المنهج الكمي، والمنهج الكيفي، وكذلك تنوعت الأدوات البحثية ما بين: تحليل المضمون، والاستبيان، والمناقشات المركزة، والمقابلات المتعمقة.
- توصلت دراسات الاغتراب الثقافي والبيئة الافتراضية لوجود تأثير لاستخدام الإنترنت على مستخدميه في تحقيق الاغتراب الثقافي، والعزلة الاجتماعية، وفقدان الهدف، واللامعيارية.
- تنوعت الشبكات والمنصات الاجتماعية التي تم تحليلها في دراسات الاغتراب الثقافي ما بين: استخدام الإنترنت -بصفة عامة-، واستخدام موقع فيسبوك، وتطبيق سناب شات، وتطبيقات الهواتف الذكية الأخرى.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الدراسة الحالية كثيرًا من الدراسات التي سبقتها؛ حيث حاولت الدراسة أن توظف كثيرًا من الجهود السابقة للوصول إلى تشخيص دقيق للمشكلة، وعالجتها بشكل شمولي، ومن جوانب الاستفادة العلمية من الدراسات السابقة ما يلي: -
- استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في الوصول إلى صياغة دقيقة للعنوان البحثي.
- وظفت الدراسة الحالية توصيات ومقترحات الدراسات السابقة في دعم مشكلة الدراسة وأهميتها -خاصة-دراسة عمر 2020، ودراسة سيل ديون 2020، ودراسة جيانغ 2019.
- استفادت الدراسة الحالية من دراسة هشام فولي 2020، ودراسة ناتاليا تمارا كيروز 2020، في إثراء الإطار النظري.
- استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في الوصول للمنهج الملائم لدراسة موضوع الاغتراب الثقافي وعلاقته بإدمان استخدام تطبيق (تيك توك) لدى الجيل الرقمي.
- استفادت الدراسة الحالية من دراسة عبد الوهاب جوده وآخرين 2016، ودراسة إيمان نوري 2016، ودراسة حبيبة نوغري 2017، في صياغة أدوات الدراسة.
- أفادت الدراسات السابقة في طريقة تصميم مقياسي الدراسة والجوانب التي تضمنها.
- استفادت الدراسة الحالية من دراسة أشواق بنت غازي وآخرين، ودراسة حبيبة نوغري 2017 في صياغة التصور المقترح.
- استفادت الدراسة من نتائج الدراسات السابقة في تحليل بيانات الدراسة، ومقارنة هذه النتائج بنتائج الدراسة.

تساؤلات وفروض الدِّراسة:

- 1- ما مقدار الوقت الذي يقضيه أفراد عينة الدِّراسة في استخدام تطبيق (تيك توك)؟
- 2- ما أكثر مضامين مقاطع الفيديو التي يستخدمها ويشاركها وينتجها أفراد عينة الدِّراسة على تطبيق (تيك توك)؟
- 3- ما أسباب تصفح وإنتاج ومشاركة أفراد عينة الدِّراسة للفيديوهات على تطبيق (تيك توك)؟
- 4- ما مقدار الوقت الذي يقضيه أفراد عينة الدِّراسة في إنتاج الفيديوهات التي يشاركونها على تطبيق (تيك توك)؟
- 5- ما الوقت المفضل بالنسبة للأفراد عينة الدِّراسة للمشاركة وإنتاج المحتوى مع الآخرين؟
- 6- ما هي أكثر فئة من فئات (نوع) المستخدمين للتطبيق (تيك توك) ينتمي إليها أفراد عينة الدِّراسة؟

فروض الدِّراسة:

انطلاقاً من عنوان الدِّراسة " الإنتاج التفاعلي لمقاطع الفيديو القصيرة وعلاقته بالاغتراب التَّقافي لدى الجيل الرَّقْمِي " وبناء على إشكاليته صيغَ فرضها الرئيسي على النحو التالي:

- وجود علاقة بين إدمان استخدام الجيل الرَّقْمِي لتطبيق (تيك توك) لإنتاج ومشاركة واستهلاك الفيديوهات القصيرة والاغتراب التَّقافي لديهم.
- وتم صياغة فروض فرعية بناء على هذا الفرض الرئيسي وهي:
- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرَّقْمِي لتطبيق (تيك توك) واللامعيارية لديهم.
- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرَّقْمِي لتطبيق (تيك توك) والعزلة الاجتماعيَّة لديهم.
- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرَّقْمِي لتطبيق (تيك توك) ومركزية الذات لديهم.
- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرَّقْمِي لتطبيق (تيك توك) وفقدان الهدف لديهم.
- يؤثر متغير النوع على معنوية العلاقة بين إدمان استخدام الجيل الرَّقْمِي لتطبيق تيك توك ومقياس الاغتراب التَّقافي.
- يؤثر متغير النوع على معنوية العلاقة بين أسباب استخدام الجيل الرَّقْمِي لتطبيق تيك توك ومقياس الاغتراب التَّقافي.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- الإنتاج التفاعلي: هو إنشاء ومشاركة محتوى الفيديوهات القصيرة المختلفة على تطبيق (تيك توك)، وذلك من خلال تبادل ومشاركة الأدوار بين مستخدمي تطبيق (تيك توك) في بيئة تفاعلية تتميز برفع الصدى، وقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.
- الاغتراب الثقافي: هو ابتعاد الفرد عن ثقافة مجتمعه، ورفضها، والنفور منها، والانبهار بكل ما هو غريب أو أجنبي من عناصر الثقافة - وخاصة أسلوب حياة الجماعة والنظام الاجتماعي-.
- الجيل الرقمي: وهو الجيل الذي ولد بعد عام 1995 حتى 2010 ميلادي، وهم الشريحة العمرية من 11 سنة حتى 26 سنة.
- اللامعيارية: وهي تحدد ما هو صواب وما هو خطأ، وما هو جائز وما هو غير جائز، وما هو مقبول داخل الجماعة وما هو غير مقبول.
- العزلة الاجتماعية: هي مدى ما يشعر به الفرد من وحدة وانعزال عن الآخرين وابتعاد عنهم وقلة عدد معارفه، ومن ثم ضعف العلاقات الاجتماعية التي ينتمي إليها.
- فقدان الهدف: الشعور بأنه لا يوجد للحياة أية دلالة.
- مركزية الذات: وهي اللحظة التي يري فيها الفرد أنه محور الوجود، ويهتم بالأشياء من خلال مصلحته الذاتية.

نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوع "الدراسات الوصفية" Descriptive Studies التي تستهدف التعرف على العلاقة بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) وعلاقته بالاغتراب الثقافي لديهم، وأسباب استخدامهم للتطبيق؛ حيث تسعى الدراسة إلى توصيف أنماط استخدام تطبيق (تيك توك) وتأثيرها على الاغتراب الثقافي.

منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة منهج المسح بهدف وصف ودراسة ظاهرة إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) وعلاقته بالاغتراب الثقافي لديهم. ويستخدم هذا المنهج في مسح عينة من الجيل الرقمي المستخدمين لتطبيق تيك توك.

مجتمع وعينة الدراسة:

يحدد مجتمع الدراسة في مستخدمي تطبيق (تيك توك) في المجتمع المصري.
*قامت الباحثة باختيار عينة (عمدية) من 250 مفردة من مستخدمي تطبيق (تيك توك) الذين تتراوح أعمارهم ما بين 13 إلى 26 عامًا.

مقاييس الدراسة:

- مقياس الاغتراب الثقافي:

استعانت الباحثة بمجموعة من المقاييس الخاصة بالاغتراب الثقافي لبناء مقياس الاغتراب الثقافي بما يتناسب مع تطبيق (تيك توك) وعينة الدراسة المتمثلة في الجيل الرقمي، وقد تم استخلاص مجموعة من الأبعاد التي تعبر عن متغير الاغتراب الثقافي، وقد اطلعت الباحثة على المقاييس التالية قبل إعداد مقياس الاغتراب الثقافي في بيئة (تيك توك) وهم: مقياس الاغتراب الثقافي (إيمان نوى 2016)، ومقياس الاغتراب الثقافي (حبيبة ونوغي 2017) ومقياس مشاعر ومعتقدات الاغتراب (سنا حامد 2004) (58).

- مقياس إدمان تطبيق (تيك توك):

تم إعداد مقياس إدمان تطبيق (تيك توك) من قبل الباحثة، وتكون من 12 عبارة بعد اطلاع الباحثة على عدة مقاييس خاصة بكثافة استخدام الأنترنت والفيس بوك مثل: مقياس إليسون 2006 لكثافة استخدام تطبيق فيس بوك.

أدوات جمع البيانات:

صحيفة الاستقصاء:

حيث تم جمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية باستخدام صحيفة الاستقصاء والتي تم تصميمها للتعرف على تأثير إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) على الاغتراب الثقافي وذلك من خلال رصد البيانات كميًا وتفسيرها كميًا، وقد تم قياس الاغتراب الثقافي من خلال مجموعة من الأسئلة، فضلًا عن مقياس ليكرت الثلاثي الذي يتكون من (موافق، محايد، معارض).

إجراءات الصدق والثبات:

تحققت الباحثة من صدق مقاييس الدراسة وذلك على النحو الآتي:

(1) صدق المحكمين:

تم عرض المقياس على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في التربية وعلم النفس التربوي والإعلام (59) لتحديد الصدق الظاهري للمقياس ومدى صحة وملاءمة

صياغة المفردات للأهداف التي وضعت من أجلها، وقد بلغت نسبة اتفاق المحكمين على مفردات المقياس ككل (96,3%) وهي نسبة مرتفعة تدل على صلاحية مفردات مقياس إدمان استخدام تطبيق (تيك توك)، ومقياس الاعترا ب النَّقَافِي، ومقياس أسباب استخدام تطبيق (تيك توك)، هذا وقد اشتملت التعديلات التي أدخلت على المقياس وفقا لأراء المحكمين:

- تعديل صياغة بعض الألفاظ والعبارات.
- الموازنة بين عدد المفردات التي تقيس كل بعد.
- تعديل معيار التقييم من خماسي إلى ثلاثي.

(2) التحليل العا مِلِّي الاستكشافي:

استخدمت الباحثة أسلوب التحليل العا مِلِّي الاستكشافي Exploratory Factor Analysis بهدف الكشف عن البنية العالمية للمقياس وتحديد المكونات العالمية المتميزة له.

(3) معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha:

تم حساب قيمة معامل ألفا كرونباخ لكل من الأبعاد والدرجة الكلية للمقياس، وجاءت جميع قيم معاملات الثبات تتراوح بين (0,71 كحد أدنى 0,97 كحد أقصى) وجميعها قيم مرتفعة تشير إلى ارتفاع ثبات المقياس.

جدول رقم (1) يوضح ثبات مقاييس الدِّرَاسَةِ وصدقها

متغيرات الدِّرَاسَةِ	ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق الذاتي
شراهة الاستخدام	0,714	0,844
أسباب خاصة بالتطبيق	0,823	0,907
أسباب خاصة بالمستخدمين	0,798	0,893
أسباب اجتماعية	0,884	0,940
اللامعيارية	0,942	0,970
العزلة الاجتماعيَّة	0,860	0,927
مركزية الذات	0,815	0,902
فقدان الهدف	0,739	0,859

يتبين من الجدول السابق نتائج جميع الإجراءات السابقة، وأن مقياس إدمان استخدام (تيك توك) ومقياس أسباب استخدام التطبيق ومقياس الاعترا ب النَّقَافِي يتسم بدرجة عالية من الصدق والثبات بما يشير إلى إمكانية الاعتماد عليه كأداة معيارية

لتقييم إيمان استخدام تطبيق (تيك توك) والاعتراب التَّقَافِي لدى أفراد عينة الدِّرَاسَة وتحقيق أهدافها.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدِّرَاسَة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science" SPSS

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدِّرَاسَة:

- * التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- * المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- * الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين بناء على عدد المراتب في السؤال، ثم تجميع ناتج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وحساب النسب المئوية لبند السؤال.
- * الوزن النسبي الذي يحسب بالمعادلة الآتية: (المتوسط الحسابي $\times 100$) على الدرجة العظمى للعبارة.
- * اختبار ك 2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- * معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio) وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0,30، ومتوسطة إذا تراوحت بين 0,30 – 0,70 وقوية إذا زادت عن 0,70.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0,05 فأقل.

نتائج الدِّراسة الميدانية:

السمات الديموغرافية لمستخدمي تطبيق (تيك توك) (عينة الدِّراسة):
خصائص عينة الدِّراسة:

جدول رقم (2)
خصائص عينة الدِّراسة

خصائص العينة		ك	%
النوع	ذكور	145	58%
	إناث	105	42%
السن	من 11 إلى 15 عامًا	59	23,6%
	من 15 إلى 20 عامًا	152	60,8%
	من 20 إلى 26 عامًا	39	15,6%
المرحلة التعليمية	المرحلة الإعدادية	34	13,6%
	مرحلة التعليم الثانوي	105	42%
	مرحلة التعليم الجامعي	90	36%
	مرحلة التعليم بعد الجامعي	21	8,4%

- 1- النوع: يشير الجدول رقم (2) إلى أن نسبة مستخدمي تطبيق (تيك توك) من الذكور أعلى من الإناث في عينة الدِّراسة، وقد يرجع ذلك إلى تنوع المحتويات التي ينتجها أفراد العينة وخاصة محتوى التحديات التي قد يخوضها الذكور أكثر من الإناث.
- 2- السن: أوضحت نتائج الدِّراسة في الجدول السابق أن أعلى فئة عمرية استخدامًا لتطبيق (تيك توك) الفئة (من 15 إلى 20 عامًا)، يليها الفئة العمرية (من 11 إلى 15 عامًا) ويرجع ذلك إلى أن هذه المرحلة العمرية هي الأكثر تأثرًا باستخدام التطبيق حسب ما أكدته الدراسات.
- 3- مستوى التعليم: أظهرت نتائج الدِّراسة أن النسبة الكبرى من مستخدمي التطبيق في مرحلة التعليم الثانوي ومرحلة التعليم الجامعي وذلك نتيجة منطقية أن يكون الأكثر استخدامًا للتطبيق من هم في التعليم قبل الجامعي لهُو يسهم وتعلقهم بالتطبيق وتصميم التطبيق لهذه الفئة التعليمية.

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدِّراسة البسيطة:

(1) الزمن اليومي المنقضي في تصفح تطبيق تيك توك:

جدول رقم (3)

الزمن اليومي المنقضي في استخدام تطبيق تيك توك

الزمن اليومي المنقضي في استخدام تطبيق تيك توك		ك	%
أقل من ساعة يوميًا		91	36,4%
من ساعة إلى ساعتين يوميًا		112	44,8%
أكثر من ثلاث ساعات يوميًا		47	18,8%
الإجمالي		250	100%

تشير نتائج الجدول رقم (3) إلى الوقت المنقضي من قبل أفراد العينة في استخدام تطبيق (تيك توك) من ساعة إلى ساعتين يومياً بـ أقل من ساعة يومياً، وتوضح النتائج السابقة كثافة متابعة واستخدام عينة الدراسة للتطبيق (تيك توك) وأنه بمثابة عادة يومية لمتابعة المحتويات الجديدة والمقترحة، ونشر قصصهم اليومية من خلاله.

(2) أنواع المحتوى الذي يفضل أفراد العينة مشاهدتها على التطبيق:

جدول رقم (4)

أنواع المحتوى الذي يفضل المبحوثين مشاهدته على التطبيق (ن=250)

أنواع المحتوى الذي يفضل المبحوثين مشاهدته على التطبيق	ك	%
مضامين الكوميديا	164	65,6%
المضامين العنائنية الراقصة	146	58,4%
مضامين الفيديوهاات التعليمية	223	89,2%
مضامين التحديات #challenges	227	90,8%
مضامين مزمنة الشفاه	233	93,2%

يوضح الجدول رقم (4) أنواع المحتوى الذي يفضل أفراد العينة متابعته على تطبيق (تيك توك)، حيث محتويات مزمنة الشفاه يليها محتويات التحديات ثم الفيديوهاات التعليمية، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة ناتاليا تمارا كيروز 2020.

ويشير أفراد العينة عن أنفسهم من خلال إجراء مزمنة الشفاه مع نغماتهم المفضلة وبالتالي تعد فيديوهاات مزمنة الشفاه مثالا للثقافة الشعبية، حيث يقد المستخدمون الاتجاهات المنتشرة والمتداولة على تطبيق (تيك توك) والتي (يشار إليها باسم "العلامات" أو "التحديات") ويتعاونون من خلال إعادة تهيئة محتوى الآخرين. وأحدث هذا النشاط الاجتماعي لهجة من العبارات والمصطلحات والنكات (أي ما يسمى ميمات الإنترنت (Internet meme) وهو مصطلح يستخدم لوصف شعار أو فكرة تنتشر بسرعة من شخص إلى آخر من خلال الإنترنت، وقد تكون ميم الإنترنت على شكل: صورة، رابط تشعبي، فيديو، صور، موقع، أو هاشتاج، ويعد أحد أنواع المحتويات الأكثر مشاهدة هو "فيديو التحدي" "challenge video" حيث يعيد المستخدمون أداء مهمة أو نشاط معين بأسلوبهم الفردي، وهناك مجموعة من مقاطع الفيديو على (Tik Tok) يمكن أن تكون بمثابة برامج تعليمية لمساعدة المستخدمين على تعلم مهارات معينة وتشمل مقاطع فيديو للطهي ومقاطع فيديو للتمارين الرياضية وغيرها، وقد يجد المستخدمون أن هذه الدروس التي تبلغ مدتها 15 ثانية أو 60 ثانية مفيدة في الحياة الواقعية وممتعة وموجزة، وتتضمن الكوميديا مجموعة من مقاطع الفيديو ذات الموضوعات المختلفة التي تجعل المستخدمين يضحكون، ويمكن أن توفر

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

لهم إشباعاً فورياً بناءً على شخصية المشاركين واهتماماتهم، وتشير مقاطع الفيديو الغنائية الراقصة إلى المبدعين الذين يقومون بحركات وفقاً لإيقاع الموسيقى وفي معظم الحالات يتبع المبدعون الآخرون هذه الحركات بتعديلات صغيرة.

(3) أسباب استخدام التطبيق:

جدول رقم (5)
أسباب الاستخدام الخاصة بالتطبيق (ن=250)

الأسباب	الدرجة	دائمًا		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		%	ك	%	ك	%	ك		
يوفر مميزات غير موجودة بالتطبيقات الأخرى	223	89,2%	223	10%	25	0,8%	2	2,88	96,1%
أنه مختص بإنشاء ومشاركة الفيديوهات القصيرة	218	87,2%	218	12%	30	0,8%	2	2,86	95,5%
سهولة استخدام التطبيق	193	77,2%	193	22,8%	57			2,77	92,4%
وجود مؤثرات جمالية للفيديو	202	80,8%	202	17,2%	43	2%	5	2,79	92,9%
وجود الفلاتر لتلوين مقاطع الفيديو والصور	184	73,6%	184	25,2%	63	1,2%	3	2,72	90,8%
حرية اختيار الموسيقى المفضلة عند إعداد الفيديوهات	192	76,8%	192	20,8%	52	2,4%	6	2,74	91,5%
قصر المدة الزمنية للفيديو	189	75,6%	189	21,6%	54	2,8%	7	2,73	90,9%
تنوع محتويات الفيديوهات المقدمة	193	77,2%	193	21,2%	53	1,6%	4	2,76	91,9%
سهولة إنشاء الفيديوهات	192	76,8%	192	22,4%	56	0,8%	2	2,76	92%
إضافة تأثيرات (أي حركات سريعة/ بطيئة)	201	80,4%	201	18,8%	47	0,8%	2	2,80	93,2%
تغيير المؤثرات الصوتية	184	73,6%	184	23,6%	59	2,8%	7	2,71	90,3%
تنزيل فيديو مستخدم آخر وإعادة استخدامه	172	68,8%	172	28%	70	3,2%	8	2,66	88,5%
إنشاء ثنائي مع مستخدم آخر	185	74%	185	19,6%	49	6,4%	16	2,68	89,2%
تفاعل عدد كبير من المستخدمين عبر تطبيق تيك توك	169	67,6%	169	28,4%	71	4%	10	2,64	87,9%

يشير الجدول رقم (5) إلى الأسباب الخاصة بالتطبيق لاستخدامه من قبل أفراد العينة حيث يوفر مميزات غير موجودة بالتطبيقات الاجتماعية الأخرى في المرتبة الأولى لاستخدام أفراد العينة للتطبيق، يليها أنه مختص بإنشاء ومشاركة الفيديوهات القصيرة، ثم إضافة تأثيرات (أي: حركات سريعة- بطيئة) يليها وجود مؤثرات جمالية للفيديو، يليها سهولة استخدام التطبيق، ثم سهولة إنشاء الفيديوهات، يليها تنوع محتويات الفيديوهات المقدمة، ثم حرية اختيار الموسيقى المفضلة عند إعداد الفيديوهات، يليها قصر

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

المدة الزمنية للفيديو، ثم وجود الفلاتر لتلوين مقاطع الفيديو والصور، يليها إنشاء ثنائي مع مستخدم آخر، ثم تنزيل فيديو مستخدم آخر وإعادة استخدامه، يليه تفاعل عدد كبير من المستخدمين عبر تطبيق تيك توك.

وتوضح النتائج أسباب استخدام أفراد العينة الخاصة بمميزات التطبيق والتي جذبت أفراد العينة لاستخدامه لتمتعه بمميزات مختلفة ومتنوعة عن التطبيقات الأخرى وسهولة استخدامه.

جدول رقم (6)

أسباب الاستخدام الخاصة بالمستخدمين (ن=250)

الأسباب	الدرجة		دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
لمواكبة كل ما هو جديد	179	71,6%	59	23,6%	12	4,8%			2,67	88,9%
الشعور بأنني شخص أكثر اجتماعية، وتنمية مهارات التفاعل الاجتماعيين بالآخرين	174	69,6%	67	26,8%	9	3,6%			2,66	88,7%
التخلص من ضغوط الحياة	168	67,2%	66	26,4%	16	6,4%			2,61	86,9%
الشعور بالمتعة والسعادة والتخلص من الملل والضيق	183	73,2%	54	21,6%	13	5,2%			2,68	89,3%
إظهار المواهب	187	74,8%	50	20%	13	5,2%			2,70	89,9%
للتواصل الاجتماعي مع الأخرى	181	72,4%	54	21,6%	15	6%			2,66	88,8%
مواكبة التحديات الجديدة مع الآخرين	168	67,2%	70	28%	12	4,8%			2,62	87,5%
التعبير عن الذات	169	67,6%	65	26%	16	6,4%			2,61	87,1%
مشاركة قصص الحياة الشخصية	178	71,2%	53	21,2%	19	7,6%			2,64	87,9%

تشير النتائج في الجدول رقم (6) إلى الأسباب الخاصة بأفراد العينة لاستخدام تطبيق (تيك توك)؛ حيث جاء في المرتبة الأولى إظهار المواهب، يليها الشعور بالمتعة والسعادة والتخلص من الملل والضيق، ثم لمواكبة كل ما هو جديد، يليها للتواصل الاجتماعي مع الآخرين، ثم الشعور بأنني شخص أكثر اجتماعية، وتنمية مهارات التفاعل الاجتماعي بالآخرين، يليها مشاركة قصص الحياة الشخصية، ثم مواكبة التحديات الجديدة مع الآخرين، يليها التعبير عن الذات، ثم التخلص من ضغوط الحياة، ويتفق مع تلك النتائج دراسة عمر 2020 ودراسة يوكسين يانغ 2020.

توضح النتائج السابقة أسباب استخدام أفراد العينة للتطبيق لإظهار مواهبهم من خلال إنتاج الفيديوهات المختلفة والشعور بالمتعة والسعادة ومواكبة كل جديد من المحتويات التي تظهر على تطبيق (تيك توك).

جدول رقم (7)

الأسباب الاجتماعية لاستخدام التطبيق (ن=250)

الأسباب	الدرجة	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%		
الإحباط أثناء الحجر الصحي لفيروس كورونا	165	66%	73	29,2%	12	4,8%	2,61	87,1%	
تمضية وقت الفراغ	182	72,8%	58	23,2%	10	4%	2,69	89,6%	
لتعلم المهارات الترفيهية والتسلية	175	70%	58	23,2%	17	6,8%	2,63	87,7%	
الترفيه والتسلية	178	71,2%	56	22,4%	16	6,4%	2,65	88,3%	
أسلوب حياة عصري	174	69,6%	55	22%	21	8,4%	2,61	87,1%	
تحسين الحالة المزاجية	178	71,2%	61	24,4%	11	4,4%	2,67	88,9%	
تقليد الآخرين	174	69,6%	63	25,2%	13	5,2%	2,64	88,1%	

يشير الجدول رقم (7) إلى الأسباب الاجتماعية لاستخدام أفراد العينة لتطبيق (تيك توك) حيث جاء تمضيه وقت الفراغ في المرتبة الأولى، يليها تحسين الحالة المزاجية، ثم الترفيه والتسلية، ثم تقليد الآخرين، يليها تعلم المهارات، ثم الإحباط أثناء الحجر الصحي لفيروس كورونا، ثم أسلوب حياة عصري. وهذا ما أكدته دراسة كارل 2020 ودراسة شينغ 2019.

وتشير النتائج السابقة إلى الأسباب الاجتماعية لاستخدام أفراد العينة للتطبيق حيث: شغل وقت فراغهم وتحسين حالتهم المزاجية والتسلية والترفيه.

(4) الوقت المستغرق لإنشاء مقطع فيديو على التطبيق:

جدول رقم (8)

الوقت المستغرق لإنشاء مقطع فيديو على التطبيق

الوقت المستغرق لإنشاء مقطع فيديو على التطبيق	ك	%
أقل من 10 دقائق	81	32,4%
من عشر دقائق إلى 20 دقيقة	147	58,8%
من 21 دقيقة إلى 40 دقيقة	9	3,6%
أكثر من واحد وأربعين دقيقة	13	5,2%
الإجمالي	250	100%

تشير نتائج الجدول رقم (8) إلى الوقت المستغرق من قبل أفراد عينة الدراسة لإنتاج مقاطع الفيديو المختلفة على تطبيق (تيك توك) حيث يستغرقون من عشر دقائق إلى عشرين دقيقة، يليها أقل من عشر دقائق، ثم أكثر من إحدى وأربعين دقيقة، وأخيراً من 21 دقيقة إلى 40 دقيقة.

وقد يرجع ذلك إلى أن المستخدمين يمرون بعملية تحرير خلف الكواليس حتى يصلوا إلى مرحلة النشر. ووفقاً لذلك، يقوم المستخدمون بإجراء العديد من عمليات التحرير مثل ضبط زاوية الكاميرا، والتحقق من الخلفية، وحفظ كلمات الأغاني، وإجراء الترتيبات المختلفة مثل: التصوير التجريبي، ومن بين أهم الترتيبات التي يُعتقد أنها تزيد من جودة المحتوى المراد مشاركته هي حفظ الكلمات وممارسة التصوير. وبمجرد اكتمال عملية التحضير للفيديو، يقوم المستخدمون بإنهاء المحتوى المثالي للعروض التقديمية الذاتية من خلال أدوات التحرير مثل: استخدام التأثيرات، وتعديل لون الفيديو والصوت، ومدته، وإضافة ملصقات متنوعة، كما تشير النتائج السابقة إلى كثافة استخدام أفراد العينة للتطبيق واستغرق أوقات قصيرة لإنتاج الفيديوهات المختلفة سواء: مزامنة الشفاه، أو التحديات، أو الفيديوهات التعليمية؛ مما يدل على سهولة استخدام مميزات التطبيق وعدم قضاء أوقات طويلة في إنتاج المحتويات مما يسهل عليهم إنتاج أكثر من فيديو.

(5) الفترة المناسبة لمشاركة أفراد العينة المحتوى على تطبيق (تيك توك):

جدول رقم (9)

الفترة المناسبة لمشاركة المحتوى على التطبيق

الفترة المناسبة لمشاركة المحتوى على التطبيق	ك	%
الفترة الصباحية	8	3,2%
فترة الضحى والظهيرة	14	5,6%
فترة المساء	44	17,6%
فترة السهرة	80	32%
لا يوجد وقت محدد	104	41,6%
الإجمالي	250	100%

يوضح الجدول رقم (9) الفترة الزمنية المناسبة لأفراد العينة لإنتاج ومشاركة محتوى الفيديوهات على تطبيق (تيك توك)، حيث لا يوجد وقت محدد لإنتاج ومشاركة المحتوى على تطبيق (تيك توك)، يليه فترة السهرة، ثم الفترة المسائية، ثم فترة الضحى والظهيرة، ثم الفترة الصباحية.

وتدل النتائج على إنتاج ومشاركة المحتوى الذي ينتجه أفراد العينة في أي وقت؛ حيث يمكنهم إنتاج ومشاركة أكثر من محتوى على مدار اليوم ومشاركته وفقاً للتحديات

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة

أو المحتويات التي يشاهدونها على التطبيق، ومن يقلدونها، وتتم مشاركة المحتوى عبر التطبيق في ساعات المساء المتأخرة أو أوقات السهرة والتي يُعتقد أنها الفترة الزمنية التي يتم فيها استخدام تطبيق (تيك توك) بشكل أكبر.
أما عن أنواع المحتوى الذي يفضل أفراد العينة إنتاجه ومشاركته على التطبيق:

جدول رقم (10)

أنواع المحتوى الذي يفضل المبحوثون إنتاجه على التطبيق (ن=250)

أنواع المحتوى الذي يفضل المبحوثون إنتاجه على التطبيق	ك	%
الكوميديا	167	66,8%
المحتوى الغنائي الراقص	135	4,8%
الفيديوهات التعليمية	215	86%
التحديات #challenges	229	91,6%
مزامنة الشفاه	12	54%

يشير الجدول رقم (10) إلى أن محتوى التحديات أكثر المحتويات إنتاجاً ومشاركة من قبل أفراد العينة، يليها محتوى الفيديوهات التعليمية، ثم محتويات مزامنة الشفاه، ثم محتوى الكوميديا، يليها المحتوى الغنائي الراقص من خلال التقليد.

وتدل النتائج على أن تحدى الآخرين والمحتويات التعليمية أهم المحتويات التي يفضلها أفراد العينة للإنتاج والمشاركة على صفحاتهم؛ وقد يرجع ذلك إلى رغبتهم في تقليد الآخرين والاستفادة من مواهب الآخرين في القيام بالتحديات أو تعلم مهارات جديدة أو للاستمتاع أو التعبير عن جزء من أنفسهم أو اكتساب التقدير أو طريقة للتواصل الاجتماعي مع الأصدقاء، ويمنح تطبيق (تيك توك) المستخدم واجهة لإنتاج مقاطع فيديو قصيرة، والتعبير عن تفردهم وفي نفس الوقت يمنحهم امتياز كونهم ناشرين ورعاة لإبداعاتهم.

(6) أنواع مستخدمي تطبيق (تيك توك) أفراد العينة:

جدول رقم (11)

الفئات التي ينتمي لها أفراد عينة الدراسة مستخدمي تطبيق (تيك توك):

الأنشطة	الترتيب		الأول		الثاني		الثالث		الوزن بال نقاط	الوزن المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تصفح محتويات تيك توك ومتابعة المستخدمين الآخرين	86	34,4%	111	44,4%	53	21,2%	533	35,4%		
كتابة التعليقات والإعجابات بفيديوهات الآخرين والاحتفاظ بها	96	38,4%	104	41,6%	50	20%	546	36,2%		
إنتاج ومشاركة الفيديوهات مع المستخدمين الآخرين	70	28%	38	15,2%	142	56,8%	428	28,4%		

يشير الجدول رقم (11) إلى أكثر فئة ينتمي إليها مستخدمو تطبيق (تيك توك) حيث في المرتبة الأولى: كتابة التعليقات والإعجابات بفيدوهات الآخرين (فئة متعلم إبداعي)، يليها تصفح محتويات تطبيق (تيك توك) ومتابعة المستخدمين الآخرين (فئة مستكشفي المحتوى)، ثم إنتاج ومشاركة الفيدوهات مع المستخدمين الآخرين (فئة الإبداع). وتدل النتائج السابقة أن مستخدمي التطبيق يتعلمون المهارات والمواهب من خلال مشاركتهم وإعجابهم وكتاباتهم للتعليقات المختلفة، وتشكل مشاركات أفراد العينة جزءاً من الأداء الذاتي للأجيال الرقمية، والأداء الذاتي الرقمي للفرد هو مزيج مما يشاركه وينتجه ويشاركه عنه كـ (التعليقات، الإعجابات، الصور المميزة، مقاطع الفيديو أو الأماكن، أو قصص الحياة الشخصية). وهذا ما أوضحته دراسة جونغ 2019.

7) وعن اعتقاد أفراد العينة عن أن تطبيق (تيك توك) لا يلقي قبولاً من الأجيال الأكبر سناً منهم:

جدول رقم (12)

مدى الاعتقاد أن استخدام (Tik Tok) لا يلقي قبولاً للأجيال الأكبر سناً

مدى الاعتقاد أن استخدام (Tik Tok) يمثل مشكلة للأجيال الأكبر سناً	ك	%
دائماً	136	54,4%
أحياناً	84	33,6%
لا	30	12%
الإجمالي	250	100%

تشير نتائج الجدول رقم (12) إلى أن أفراد العينة يعتقدون أن تطبيق (تيك توك) لا يلقي قبولاً لدى الأجيال الأكبر سناً؛ وقد ترجع تلك النتائج إلى أنهم لا يحبذون استخدامهم للتطبيق وقضاء ساعات طويلة من وقتهم في استخدامه لإنتاج ومشاركة الفيدوهات المختلفة.

النتائج الخاصة بمقاييس الدراسة:

مقياس إدمان (تيك توك):

اثبت نتائج الجدول رقم (13) لعبارات مقياس إدمان تطبيق (تيك توك) لدى مفردات العينة أن المتوسط الحسابي قد جاء مرتفعاً للعبارات مما يوضح كثافة استخدام الشباب لتطبيق (تيك توك) في التواصل الاجتماعي، وبعد عاملاً من العوامل المحددة لدرجة الاندماج في المجال العام أو العالم الافتراضي، وبالتالي تزداد احتمالات الاغتراب عن الواقع الحقيقي، حيث يفترض أن زيادة عدد ساعات الاستخدام تؤدي إلى طول فترة انعزال الفرد عن واقعه الحقيقي والانغماس في تفاعلات اجتماعية إلكترونية مع الآخرين، ومن ثم إتاحة الفرصة للابتعاد عن القواعد والمعايير الاجتماعية الموجودة في الواقع، وكل ذلك يؤدي تدريجياً إلى ارتفاع مستوى الاغتراب. ومن السلبيات المرتبطة

بالجيل الرقمي؛ إدمان وسوء استخدام وسائل التكنولوجيا والتطبيقات التكنولوجية؛ مما يؤثر عليهم ويعزز الرغبة لديهم في العزلة والأنانية والاستحواذ.

مقياسُ الاغترابِ الثقافي:

كشفت الجداول رقم (14) و(15) و(16) و(17) عن تباين التأثيرات الناتجة عن إدمان استخدام تطبيق (تيك توك) وانعكاسه على مستويات الاغتراب لدى الجيل الرقمي، ولقد اتضح وجود تأثير لاستخدام عينة الدراسة لتطبيق (تيك توك) فيما يتعلق بالاغتراب الثقافي، مما يشير إلى أن استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) قد أدى – تدريجيا – إلى انسلاخ الأفراد من سياقاتهم الاجتماعية، وانغماسهم ضمن جماعات افتراضية على تطبيق (تيك توك)، وتفضيل التواصل الاجتماعي من خلاله على التواصل الواقعي، الأمر الذي بدأ معه بروز ارتفاع في مستويات الاغتراب لديهم، وفيما يتعلق "بالعزلة الاجتماعية فإن استخدام تطبيق (تيك توك) قد أحدث قدرا من العزلة الاجتماعية وانسلاخ الأفراد من السياق الاجتماعي وفقدان العلاقات الاجتماعية والانعزال عن الآخرين.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) واللامعيارية لديهم.

جدول رقم (18)

معنوية العلاقة الارتباطية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك واللامعيارية لديهم

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**0,206	0,001

** دال عند مستوى معنوية 0,01

تشير نتائج الجدول رقم (18) إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) واللامعيارية لديهم، وبذلك يتم قبول الفرض الأول.

ينتج من الاستخدام المكثف أو إدمان الاستخدام بعض مظاهر الاغتراب الثقافي، وهو بعد اللامعيارية. ويوضح ذلك أن كثافة استخدام تطبيق (تيك توك) يؤدي إلى التبعية والتقليد الأعمى لمظاهر الثقافة الغربية والإعجاب بها، وبعد فترة يؤدي إلى تحول وتغير في العادات والقيم والأعراف واستبدالها بنماذج ثقافية وسلوكية واجتماعية غربية تهدد ثقافة المجتمع وفقدان الهوية، وهذا ما اتفقت معه دراسة أشواق بنت غازي وآخرين 2019، ودراسة حبيبة نوغري 2017 ودراسة إيمان نوري 2016.

الفرض الثاني: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك والعزلة الاجتماعية لديهم.

جدول رقم (19)

معنوية العلاقة الارتباطية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك والعزلة الاجتماعية لديهم.

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0,991	0,001-

تشير نتائج الجدول رقم (19) إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك والعزلة الاجتماعية لديهم، وبذلك نرفض الفرض الثاني، وتختلف تلك النتائج مع نتائج الدراسات التالية: دراسة أشواق بنت غازي وآخرين، 2019، ودراسة حبيبة نوغري 2017 ودراسة إيمان نوري 2016.

الفرض الثالث: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك ومركزية الذات لديهم.

جدول رقم (20)

معنوية العلاقة الارتباطية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك ومركزية الذات لديهم.

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0,001	**0,216

** دال عند مستوى معنوية 0,01

تشير نتائج الجدول رقم (20) إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك ومركزية الذات لديهم، وبذلك يتم قبول الفرض الثالث.

ينتج من الاستخدام المكثف أو إدمان استخدام التطبيق بعض مظاهر الاغتراب الثقافي، وهو بعد مركزية الذات، وتوضح تلك النتيجة أن إدمان استخدام تطبيق (تيك توك) يؤدي إلى الفردية والخيار الشخصي وفقدان الشعور بالانتماء، وبالتالي إفراغ الهوية الثقافية من كل محتوى.

الفرض الرابع: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك وفقدان الهدف لديهم.

جدول رقم (21)

معنوية العلاقة الارتباطية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك وفقدان الهدف لديهم.

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0,008	**0,166

** دال عند مستوى معنوية 0,01

تشير نتائج الجدول رقم (21) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك وفقدان الهدف لديهم، وبذلك يتم قبول الفرض الرابع

الفرض الخامس: يؤثر متغير النوع على معنوية العلاقة بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك ومقياس الاغتراب الثقافي.

جدول رقم (22)

العلاقة بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك ومقياس الاغتراب الثقافي عند الإناث.

مستوى المعنوية	معامل بيرسون	أبعاد الاغتراب الثقافي
0,000	**0,391	اللامعيارية
0,962	0,005	العزلة الاجتماعية
0,000	**0,354	مركزية الذات
0,002	**0,305	فقدان الهدف

** دال عند مستوى معنوية 0,01

يشير الجدول رقم (22) إلى وجود علاقة ارتباطية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك ومقياس الاغتراب الثقافي وفقاً لمتغير النوع؛ حيث إن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) وبعد اللامعيارية وفقاً لمتغير النوع، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) وبعد مركزية الذات وفقاً لمتغير النوع. وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدمان استخدام الجيل الرقمي لتطبيق (تيك توك) وبعد فقدان الهدف وفقاً لمتغير النوع، وبذلك نقبل الفرض الخامس بشكل جزئي.

تدل النتائج على أن متغير النوع له دور رئيسي في إدمان استخدام تطبيق (تيك توك) وتحقق مظاهر الاغتراب الثقافي لدى المستخدمين.

الفرض السادس: يؤثر متغير النوع على معنوية العلاقة بين أسباب استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك ومقياس الاغتراب الثقافي

جدول رقم (23)

العلاقة بين شراهة استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك ومقياس الاغتراب الثقافي عند الإنجاب.

أسباب اجتماعية		أسباب خاصة بالمستخدمين		أسباب خاصة بالتطبيق		متغيرات الاقتران
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0,000	**0,398	0,000	**0,431	0,000	**0,421	اللامعيارية
0,127	0,150	0,012	*0,244	0,008	**0,257	العزلة الاجتماعية
0,000	**0,374	0,001	**0,324	0,000	**0,432	مركزية الذات
0,033	*0,209	0,004	**0,281	0,001	**0,306	فقدان الهدف

* دال عند مستوى معنوية 0,05

** دال عند مستوى معنوية 0,01

يشير الجدول رقم (23) إلى وجود علاقة ارتباطية بين أسباب استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك ومقياس الاغتراب الثقافي وفقاً لمتغير النوع؛ حيث إن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك وبعد اللامعيارية وفقاً لمتغير النوع. ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام الجيل الرقمي لتطبيق تيك توك وبعد مركزية الذات وفقاً لمتغير النوع. وبذلك نقبل الفرض السادس بشكل جزئي.

مناقشة النتائج العامة للدراسة:

- فيما يتعلق بإدمان استخدام تطبيق (تيك توك) توضح النتائج أن سلوك الاستخدام المكثف لتطبيق (تيك توك) يتأثر بالعوامل الشخصية والاجتماعية وبالمميزات الخاصة بالتطبيق - خاصة- أن النقطة المحورية الخاصة بتطبيق (تيك توك) لا تتعلق بعرض الصداقات والشبكات مثل وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، ولكن تتمثل أعظم نقاط قوة تطبيق (تيك توك) (Tik Tok) في أنها تعتمد على مقاطع الفيديو الخاصة بالمستخدمين لتتم مشاركتها ومشاهدتها على ملف الأخبار للتطبيق (صفحة "من أجلك For you").

- أكدت النتائج على الاستخدام المفرط والمكثف لتطبيق (تيك توك) حيث يعتبر الاستخدام المفرط سمة مهمة للإدمان، وإدمان التطبيق قد يكون له عواقب سلبية على الصحة العقلية لسن ما قبل المراهقة والمراهقين من الجيل الرقمي؛ مثل: انخفاض التعلم وأداء العمل، وضعف جودة التعامل مع الآخرين، وقد يكون النطاق الكامل للفيديو وميزة التمرير هي التي تدفعهم إلى مشاهدة المزيد والمزيد من مقاطع الفيديو دون وعي حتى عندما لا تكون لديها رغبة قوية في مواصلة المشاهدة، وقصر مدة فيديو (Tik Tok) تتيح للمستخدمين الحصول على الرضا الفوري في ثواني، وخوارزمية التوصية بالمحتويات المقترحة في توقع تفضيلات الفيديو للمستخدمين؛ وبالتالي مع استمرار ظهور محتوياتهم المفضلة على الشاشة لها دور

في صعوبة مغادرة المستخدمين للتطبيق وهي العوامل التي تقود المستخدمين إلى الإدمان.

● وفيما يتعلق بأسباب استخدام تطبيق (تيك توك) أظهرت النتائج أن استخدم الأفراد لتطبيق (تيك توك. Tik Tok) لتلبية الاحتياجات العاطفية مثل: قتل الملل، وتعديل المزاج، والتعبير عن الذات. ومع ذلك هناك أيضًا أفراد يستخدمون تطبيق (تيك توك. Tik Tok) من أجل التعلم والمعرفة والسعي لتعلم المهارات، وآخرون يستخدمون تطبيق (تيك توك) للتبادل الاجتماعي.

- استخدم الأفراد المميزات المختلفة على تطبيق تيك توك مثل: القوالب الموسيقية العصرية؛ لكي يشعروا بالترفيه عند مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة مثل: مقالب العائلات، أو مقاطع فيديو خارجة عن المألوف مثل: استخدام المؤثرات الخاصة لتحويل خلفيات الفيديو المختلفة، لأنه من السهل إنشاء مقاطع فيديو على التطبيق لأنها قصيرة وتعتمد عادةً على الحياة الحقيقية للفرد، وتجلب للمستخدمين راحة فورية وهروبًا سريعًا من الحياة التي لا يرضون عنها.

● فيما يخص إنتاج واستهلاك ومشاركة المحتويات على تطبيق (تيك توك) أوضحت النتائج سلوك استخدام أفراد العينة لتطبيق (تيك توك) والمتمثل في ثلاثة سلوكيات وهن: الاستهلاك، والمشاركة، والإنتاج، ويتضمن الاستهلاك (التصفح أو المشاهدة أو القراءة أو العرض) مثل: "مشاهدة الأداء ومقاطع الفيديو من نوع التقليد" و "مشاهدة مقاطع الفيديو من نوع نمط الحياة (مثل السفر والطعام والملابس والجمال)، وتتمثل المشاركة في (الإضافة، المشاركة، النشر، التعليق) مثل "التعليق على مقاطع الفيديو الخاصة بالآخرين" و "الإعجاب" بمقاطع الفيديو الخاصة بالآخرين و"مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بالآخرين على تطبيق (تيك توك)، ويتمثل الإنتاج في (إنشاء ونشر المحتوى الشخصي). مثل فيديوهات التحديات ومزامنة الشفاه؛ أي إنتاج مقاطع الفيديو باستخدام وظائف ومميزات تطبيق (تيك توك)، وتشير نتائج الدراسة إلى أن أفراد العينة لديهم ميل للتعليق والإعجاب ومشاركة مقاطع الفيديو عند استخدام تطبيق (تيك توك)، ويمكن أن يُعزى أحد التفسيرات المحتملة لهذه الظاهرة إلى مجموعة من المشاعر والمعتقدات والنوايا السلوكية المتعلقة بالتضامن والاهتمام بالآخرين.

- عملية إنتاج المحتوى هي التفاعل الأكثر فاعلية في تحفيز الإبداع وخلق شعور بالمجتمع، ويتضمن المحتوى بعض أنواع المحاكاة، أو الاقتباس، أو أصوات مزامنة الشفاه، وحركات وأنشطة الرقص الغنائية، أو المحتويات التعليمية، وما إلى ذلك، ويمكن للمستخدمين اختيار مقاطع الفيديو التي يرغبون في إعادة تمثيلها إما بتقليد حركات الرقص التي صممها وأداها راقصو التطبيق المشهورون، أو اتباع حوارات

- مزمنة الشفاه الأكثر ارتباطاً أو مضحكة بالنسبة لهم أو القيام بأنشطة أكثر ذات مغزى بالنسبة لهم.
- ترتقي عملية إنتاج المحتوى واستهلاكه بين المستخدمين إلى منصة إنتاج تفاعلية تعاونية والتي تقدم منظوراً جديداً لوظائف الوسائط الاجتماعيّة الحالية وفهمها، وتطبيق (تيك توك) بمثابة بيئة تفاعلية لإنتاج ومشاركة الفيديو.
- تتيح مميزات تطبيق (تيك توك) (Tik Tok) التعبير عن الذات وإظهار المواهب وتعلم المهارات، كما أن قصر مدة الفيديو جعل الإنتاج أسهل وأسرع، ويوفر تطبيق (تيك توك) للمستخدمين مكاناً آمناً لتطوير خصائصهم ومهاراتهم في إنتاج مقاطع فيديو قصيرة أكثر إبداعاً وتسليّة.
- التفاعلات على تطبيق (تيك توك) هي وقود الإبداع، وهي عبارة عن الإعجابات والتعليقات والمشاركة والتعليقات لمنتج المحتوى لتوسيع إبداعاتهم ودوافعهم لمواصلة الإنتاج؛ بينما بالنسبة للمبدعين يتم تضمين تفاعلاتهم مع النظام الأساس في عملية إنتاج الفيديو؛ حيث يربطون مقاطع الفيديو الخاصة بهم باتجاه تطبيق (تيك توك) الممتع أو القوالب، ويقدمون تدفقات الأفكار الخاصة بهم إلى المجموعة الإبداعية.
- السمة المركزية لثقافة الجيل الرّقمي هي الاتصال باعتباره الشكل الرئيسي للتواصل الاجتماعي، ويلاحظ أن الاتصال في تطبيق (تيك توك) مبني على أيقونات مثل "الإعجابات" والتي تترجم قدرًا كبيرًا من المعلومات حول الأذواق والتفضيلات والأيديولوجيات إلى خوارزميات وتوصيات ومقترحات.
- يبحث الجيل الرّقمي عن الخبرات وليس عن المحتوى فقط؛ ولهذا السبب يفي تطبيق (تيك توك) بمتطلباته، وأنه المفضل لهم باعتباره تجربة تفاعلية كاملة للشباب، ويوفر التطبيق إمكانيات للقيام بأشياء إبداعية؛ لأنه أداة تسمح بتعديل الكثير، أو القص، أو وضع حركة بطيئة، أو سريعة بطريقة سهلة للغاية بحيث يفهمها أي شخص.
- تشرح النظريّة المعرفيّة الاجتماعيّة كيف يتأثر سلوك الجيل الرّقمي ببيئة (تيك توك)؟ (على سبيل المثال: التطور في التطبيق، سهولة الاستخدام، المميزات التي يحويها التطبيق) والقدرة السلوكية (أي المعرفة والمهارات لإنتاج الفيديوهات والمشاهد المختلفة والدخول في التحديات والتقليد) والارتباط الأخلاقي (أي طرق التفكير لقبول السلوكيات الضارة) والكفاءة الذاتية (أي مستوى الثقة في أداء السلوك) وتوقعات النتائج (أي العواقب المتوقعة لأفعال الفرد قبل أداء السلوك).

● وفيما يتعلق بإدمان استخدام تطبيق (تيك توك) وعلاقته بمظاهر الاغتراب الثقافي أظهرت النتائج أن إدمان استخدام أفراد العينة لتطبيق (تيك توك) له علاقة بمظاهر الاغتراب الثقافي؛ حيث ساهم تطبيق (تيك توك) في انتشار مظاهر الاغتراب الثقافي بين أفراد العينة على الترتيب التالي: اللامعيارية ومركزية الذات؛ وفقدان الهدف من خلال الممارسات السلوكية والشخصية والبيئية؛ وشعورهم بعدم الرضا عن ثقافتهم المحلية؛ وذلك نتيجة انبهارهم بالثقافات الأخرى المتضمنة داخل محتويات فيديوهات تطبيق (تيك توك) والتطلع إليها وتقليدها مما يعكس على شخصيتهم ويحدث تغييراً ثقافياً لديهم على مستوى نمط الحياة والقيم والأفكار والعادات والتقاليد، ومن ثمّ الابتعاد عن الثقافة المحلية لأنها لا تشبع احتياجاته مما يمحي هويتهم ويفقد انتماءهم شيئاً فشيئاً.

– أن فكرة الارتباط بين استخدام تطبيق (تيك توك) والاغتراب الثقافي تنفق مع الأفكار النظرية القائلة بأن كثرة استخدام الجيل الرقمي للهاتف المحمول تقترن بانتهاكهم للقواعد العامة، ومن ثم فقدان المعايير والقواعد الضابطة للفعل الاجتماعي، ومن ثم إضعاف عملية الضبط الاجتماعي، وأدى استخدام تطبيق (تيك توك) إلى ظهور جماعات اجتماعية ندية، وخلق ثقافة فرعية لدى الشباب تحدد معاييرهم، وأسلوب حياتهم الخاصة بما تتضمنه من اتجاهات وميول وتوقعات جديدة، بل وظهور أنماط جديدة تميز ثقافة الجيل الرقمي وانتهاك القواعد والضوابط المنظمة للسلوك ومن ثم فقدان المعايير.

– وتوصلت النتائج إلى أن وجود علاقة بين أسباب استخدام تطبيق (تيك توك) سواء الخاصة بالتطبيق أو الأفراد أو الأسباب الاجتماعية والاعتراب الثقافي؛ حيث يفتقر الجيل الرقمي شعوراً بأنهم يعيشون بقيم لا يتوحدن معها ومنفصلون عن هذه القيم، ومنبهرين بكل هو أجنبي وغريب من عناصر الثقافة.

– يساعد استخدام تطبيق (تيك توك) الأفراد على تشكيل فضاءات خاصة بهم، تشكل عوالمهم الخاصة وتجرى فيها مختلف أنماط العلاقات والتفاعلات الاجتماعية الخاصة، الأمر الذي يؤدي إلى انسلاخ الفرد من واقعه الاجتماعي والانخراط في جماعات افتراضية خاصة به، مما يساعد على عزله الاجتماعية أكثر، ذلك أن مميزات التطبيق وتطويره يساعد على نمو وتجديد التفاعل داخل الفضاء الإلكتروني وزيادة قدرته على احتواء الفرد وانسلاخه من الواقع الفعلي باعتبار أن استخدامه يجعل التواصل غير محدود مكانياً أو إقليمياً، وينشغل من خلاله الجيل الرقمي في نشاطات متعددة عبر فضاءات مختلفة.

مقترحات الدِّراسة:

- هناك حاجة إلى مزيد من البحث حول استخدام تطبيق (تيك توك. Tik Tok) وعلاقته بالخصوصية، وأمان البيانات، والمواد الإباحية، والعلامات التجارية، والتسويق، حيث يستطيع تطبيق (تيك توك) (Tik Tok) مساعدة عملائه في العثور على جمهورهم المستهدف؛ ومن خلال نسخ أنماط محتوى المستخدم ينتج تطبيق (تيك توك) (Tik Tok) المزيد من الإعلانات لنشر منتجات العملاء والتي يمكن أن تزيد من نوايا الشراء لدى الجمهور، ويجمع تطبيق (تيك توك) (Tik Tok) البيانات التي أنشأها المستخدمون والتي تتضمن "معلومات الملف الشخصي" للمستخدمين و "معلومات المحتوى والسلوك" و "الموقع". هذه البيانات هي المورد الأساس لتطبيق (تيك توك) (Tik Tok) لجذب الشركات على مستوى العالم.
- الحاجة إلى إجراء المزيد من الدراسات حول تأثير التطبيق على الجيل الرِّقْمِيّ - خاصة أن تطبيق (تيك توك) يوفر لهم مساحة للتعبير عن آرائهم ومخاوفهم فيما يتعلق بالقضايا المختلفة، ويجدون أن مواقع الشبكات الاجتماعيّة جذابة وذات مغزى لحياتهم الاجتماعيّة ويقضون الوقت على تطبيق (تيك توك. Tik Tok) لمعرفة المزيد عن هويتهم ومواهبهم من خلال مشاهدة هوياتهم ومشاركتهم وأدائهم مع أقرانهم الآخرين، قد تبدو المجتمعات الرِّقْمِيّة فوضوية وغير منظمة لمستخدم جديد لتطبيق (تيك توك. Tik Tok) ، لكن يتفاوض الجيل الرِّقْمِيّ على هذه المساحة من خلال إدراك كيفية الوصول إلى جمهور أوسع واستخلاص القوة من أولئك الذين "يتابعون" و "يعجبون" بمقاطع الفيديو الخاصة بهم حول آرائهم، وعندما يتم تمكينهم من قبل جمهورهم يصبح إمكانية إجراء تغييرات في العالم الواقعي أكثر بروزاً وتؤدي إلى التغيير الاجتماعي.
- ظهور المزيد والمزيد من مقاطع الفيديو المبتذلة التي تجعل الجماهير المستهدفة وخاصة الجيل الرِّقْمِيّ تتأثر بشدة، حيث تقدم مقاطع الفيديو المبتذلة هذه قيماً خاطئة؛ لذلك من أجل التطوير المنظم الحميد لتطبيق (تيك توك) (Tik Tok)، هناك نقطتان يجب الاهتمام بهما. الأولى: ابتكار وتحسين جودة المحتوى من خلال تشجيع المحتوى الذي ينتجه المستخدمون والتعبير عن تنوع المحتوى للجمهور المستهدف، والثانية: مراجعة صارمة للمحتوى من خلال نفاذ بعض المحتوى غير المؤهل لتقليل التأثير السيئ على الجمهور بالإضافة إلى زيادة سمعة العلامة التجارية لـ (Tik Tok)، وبالتالي تجنب نشر معلومات سيئة تؤثر على الرأي العام وتعزيز سمعة تطبيق (تيك توك) (Tik Tok). ولذلك توصي الدِّراسة بإجراء مزيد من البحث حول استخدام تطبيقات الوسائط الاجتماعيّة الشائعة، ومزيد من المراقبة لتوسيع شعبية استخدامات تطبيقات الوسائط الاجتماعيّة بشكل عام.

ملاحقُ الدِّراسة

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

مقاييس الدراسة:

1- مقياس إيمان تطبيق (تيك توك):

جدول رقم (13)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس إيمان تيك توك (ن=250)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا		أحياناً		دائماً		الدرجة	العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك		
%94,5	2,84	%4,8	12	%6,8	17	%88,4	221		لا أستطيع تخيل الحياة بدون تطبيق تيك توك
%92,8	2,78	%1,2	3	%19,2	48	%79,6	199		أشعر بالمتعة أثناء مشاهدتي للفيديوهات المختلفة على التطبيق
%88,9	2,67	%2	5	%29,2	73	%68,8	172		أشعر بالمتعة أثناء مشاركتي للفيديوهات التي أعجب بها على التطبيق
%87,6	2,63	%1,2	3	%34,8	87	%64	160		أشعر بالمتعة أثناء نشر فيديو على تيك توك من إنتاجي
%87,6	2,63	%4,4	11	%28,4	71	%67,2	168		أتابع باستمرار عدد الإعجابات على الفيديوهات التي أنتجها وأشاركها مع الآخرين
%88,3	2,65	%5,2	13	%24,8	62	%70	175		الوقت الذي أقضيه في استخدام التطبيق يتزايد باستمرار
%84	2,52	%9,2	23	%29,6	74	%61,2	153		أفضل قضاء معظم وقتي في استخدام تطبيق تيك توك عن أن أشارك في أي أنشطة اجتماعية
%86,5	2,60	%7,6	19	%25,2	63	%67,2	168		أتناقش مع أصدقائي حول ما أشيره أو أنتجه من فيديوهات قصيرة على التطبيق
%86,8	2,60	%6,8	17	%26	65	%67,2	168		أشعر برغبة ملحة باستمرار لمتابعة كل جديد ينشر على تطبيق تيك توك
%84,4	2,53	%8,8	22	%29,2	73	%62	155		أتابع باستمرار ما يشيره الأصدقاء من فيديوهات على التطبيق
%83,9	2,52	%12	30	%24,4	61	%63,6	159		أخوض دائماً سباق التحديات مع الآخرين على التطبيق
%84	2,52	%9,6	24	%28,8	72	%61,6	154		ساعدني التطبيق كثيراً في إظهار مواهبي وإبداعي الفنية

2- موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس اللامعيارية:

جدول رقم (14)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس اللامعيارية (ن=250)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف	العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك		
%89,9	2,70	%6	15	%18,4	46	%75,6	189		أرى أن عادات مجتمعي تسلبني حريتي
%83,9	2,52	%8	20	%32,4	81	%59,6	149		أعتقد أن المجتمعات التي لا تخضع للقيم الاجتماعية تنعم بالحريّة
%85,1	2,55	%13,2	33	%18,4	46	%68,4	171		لكي أواكب التطور التكنولوجي على أن أخالف الضوابط الاجتماعية
%83,3	2,50	%10,4	26	%29,2	73	%60,4	151		أشعر بأن الذين يستخدمون تطبيق تيك توك مقربون مني فكرياً
%83,2	2,50	%11,6	29	%27,2	68	%61,2	153		يجب التخلص من القيود الاجتماعية

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
أفضل تقليد كل ما ينشر على تطبيق تيك توك غير مبالٍ بالأعراف الإجتماعية	180	72%	41	16,4%	29	11,6%	2,60	86,8%
أفضل طريقة العيش الغربية	158	63,2%	67	26,8%	25	10%	2,53	84,4%
أفضل الاستماع الى الموسيقى الغربية حتى لو لم أفهم لغتها	164	65,6%	67	26,8%	19	7,6%	2,58	86%
أعتقد أن عادات الغربيين أفضل من عاداتنا.	170	68%	59	23,6%	21	8,4%	2,60	86,5%
استخدامي للألفاظ الأجنبية في حديثي يزيد من مكانتي وتقديري عند الآخرين	160	64%	62	24,8%	28	11,2%	2,53	84,3%
أرى أن اللغة العربية لم تعد صالحة لهذا العصر	146	58,4%	73	29,2%	31	12,4%	2,46	82%
أفضل تقليد الأغاني والرقصات المختلفة التي تنشر على تطبيق تيك توك حتى إن لم أفهم معانيها	160	64%	56	22,4%	34	13,6%	2,50	83,5%
أعرض على بعض محتويات الفيديوهات التي تنشر على تطبيق تيك توك لأنها تهاجم القيم والأعراف المجتمعية	155	62%	61	24,4%	34	13,6%	2,48	82,8%
أحب الفيديوهات الناقدة للثقافة وعادات المجتمع	141	56,4%	78	31,2%	31	12,4%	2,44	81,3%

3- موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس العزلة الاجتماعية:

جدول رقم (15)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس العزلة الاجتماعية (ن=250)

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
أفراد عائلتي يرفضون استخدام تطبيق تيك توك	191	76,4%	43	17,2%	16	6,4%	2,70	90%
تضييق دائرة علاقتي الاجتماعية باستمرار	155	62%	80	32%	15	6%	2,56	85,3%
أعتقد أن واقع الحياة يجعل الفرد غريباً داخل مجتمعه	170	68%	58	23,2%	22	8,8%	2,59	86,4%
دائماً أسجل فيديوهات على تطبيق تيك توك عند حضور المناسبات الاجتماعية	158	63,2%	59	23,6%	33	13,2%	2,50	83,3%
أفضل استخدام تطبيق تيك توك لفترات طويلة عن التواصل مع الأقارب	141	56,4%	78	31,2%	31	12,4%	2,44	81,3%
أفضل مشاهدة الفيديوهات التي تخالف عادات المجتمع	150	60%	65	26%	35	14%	2,46	82%
أعتقد بوجود فجوة بين تفكيري وتفكير من لا يستخدم تطبيق تيك توك؛ لذا أختلف معهم في وجهات النظر دائماً	156	62,4%	63	25,2%	31	12,4%	2,50	83,3%
أبحث عن التميز من خلال اندماجي أكثر في تطبيق تيك توك	158	63,2%	54	21,6%	38	15,2%	2,48	82,7%
يشكو أفراد أسرتي من عدم اكتراثي لما يحدث معهم بسبب استخدام تطبيق تيك توك	154	61,6%	65	26%	31	12,4%	2,49	83,1%
لا أشعر بالوحدة عند الاندماج في تطبيق تيك توك	163	65,2%	58	23,2%	29	11,6%	2,54	84,5%

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

العبارة	الموقف		موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أشعر بالسعادة عند إنتاج ومشاركة الفيديوهات المختلفة على تطبيق تيك توك	146	58,4%	74	29,6%	30	12%	2,46	82,1%		

4- موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس مركزية الذات:

جدول رقم (16)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس مركزية الذات (ن=250)

العبارة	الموقف		موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الحرية المطلقة في المحتويات المعروضة على تيك توك جزء مهم من التطبيق	178	71,2%	49	19,6%	23	9,2%	2,62	87,3%		
لا أحب أن يتدخل أحد في محتوى ما أنتجه أو أشاركه على تيك توك	148	59,2%	79	31,6%	23	9,2%	2,50	83,3%		
يغلب الشك في علاقتي بالآخرين	158	63,2%	60	24%	32	12,8%	2,50	83,5%		
أحب أن أحصل على النصيب الأكبر من الإعجابات أو التعليقات على فيديواتي التي تنشر على تيك توك	153	61,2%	74	29,6%	23	9,2%	2,52	84%		
كل فرد يمكنه تحقيق أهدافه باستخدام تطبيق تيك توك	160	64%	69	27,6%	21	8,4%	2,56	85,2%		
أهتم فقط بنسب التفاعل التي أحققها على تيك توك	168	67,2%	53	21,2%	29	11,6%	2,56	85,2%		
أعتقد لا شيء يستحق التفكير كثيرا أكثر من ذاتي	163	65,2%	65	26%	22	8,8%	2,56	85,5%		
لا أهتم بنوع المحتويات التي أنشرها ما دام تحقق لي نسب مشاهدة عالية	153	61,2%	67	26,8%	30	12%	2,49	83,1%		

5- موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس فقدان الهدف:

جدول رقم (17)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس فقدان الهدف (ن=250)

العبارة	الموقف		موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أستغرق وقتا طويلا من يومي للتصوير وإعداد محتوى الفيديو الذي أنشره على تيك توك	174	69,6%	51	20,4%	25	10%	2,60	86,5%		
أحب أن أشاهد كل جديد على تيك توك حتى لو لم يكن مفيدا	153	61,2%	79	31,6%	18	7,2%	2,54	84,7%		
أحيانا يكون ليس لدى هدف محدد عن مشاهدة محتويات تيك توك	161	64,4%	61	24,4%	28	11,2%	2,53	84,4%		
الأنشطة التي أمارسها على تطبيق تيك توك مضيعة للوقت	160	64%	58	23,2%	32	12,8%	2,51	83,7%		
أعتقد بأن الشهرة على تيك توك عبارة عن حظ	155	62%	63	25,2%	32	12,8%	2,49	83,1%		
أشعر بأن تطبيق تيك توك ممل	150	60%	60	24%	40	16%	2,44	81,3%		
أعتقد بأن تيك توك يستحق الوقت الذي أقضيه في مشاهدته	151	60,4%	63	25,2%	36	14,4%	2,46	82%		

المراجع:

- (1) Bresnick, E.2019. "Intensified Play: Cinematic study of (Tik Tok) mobile app". **Research Gate**, available at: [www. researchgate.net/publication/335570557_Intensified_Play_Cinematic_study_of_TikTok_mobile_app](http://www.researchgate.net/publication/335570557_Intensified_Play_Cinematic_study_of_TikTok_mobile_app) (accessed 5 January 2020).
- Neyaz, A., Kumar, A., Krishnan, S., Placker, J., & Liu, Q. 2020. "Security, Privacy and Steganographic Analysis of FaceApp and (Tik Tok)". **International Journal of Computer Science and Security (IJCSS)**, Vol14(2), 38.
- (2) Su, Y., Baker, B. J., Doyle, J. P., & Yan, M. 2020. "Fan engagement in 15 seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via (Tik Tok)." **International Journal of Sport Communication**, 13(3), 436-446.
- Eghtesadi, M., & Florea, A. 2020. "Facebook, Instagram, Reddit and Tik Tok: a proposal for health authorities to integrate popular social media platforms in contingency planning amid a global pandemic outbreak". **Canadian Journal of Public Health**, 111, 389-391.
- (3) Su, Y., Baker, B. J., Doyle, J. P., & Yan, M, **Op, cit.**
- (4) Neyaz, A., Kumar, A., Krishnan, S., Placker, J., & Liu, Q. 2020. "Security, privacy and steganographic analysis of FaceApp and (Tik Tok)". **International Journal of Computer Science and Security (IJCSS)**, Vol14(2), 38.
- (5) Palupi, N. D., Meifilina, A., & Harumike, Y. D. N. 2020. "The Effect Of Using Tiktok Applications On Self-Confidence Levels". **JOSAR (Journal of Students Academic Research)**, Vol5(2), 66-74.
- (6) Dilon,c. 2020. "(Tik Tok) Influences on Teenagers and Young Adults Students: The Common Usages of The Application (Tik Tok)." **American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences**.
- (7) Derya, G. Ü. L., Oğuz, K. U. Ş., & Göksu, O. 2020. "I'm Not Like Real Life in Videos, I'm Pretending": A Review of The Self Presentations of (Tik Tok) Users". **Intermedia International E-journal**, Vol7(12), 115-128.
- Quiroz, N. T. 2020. "(Tik Tok) La Aplicación Favorita Durante El Aislamiento". **Revista Argentina de Estudios de Juventud**, (14), e044-e044.
- (8) Hou, L. 2018. "Study on the perceived popularity of (Tik Tok)". **Graduate School, Bangkok University**.
- (9) Bondarenko, V. 2018. "Mobile Applications As A Tool Of Self-Education In The Generation Z Environment." **Ukrainian Journal on Library and Information Science**, 1, 86-98.

-
- Nicolas, É. M. 2020. "The Impact of Social Media on Adolescent Attachment Style for Generation Z." (**Doctoral dissertation**, Faculty of the California School of Professional Psychology, Alliant International University).
 - Li, X. 2019. "Exploration of Generation Z Using Social Media from an Emotion Perspective." **Doctor Of Philosophy**, the Graduate College ,The University Of Arizona.
 - (10) Persson, M. 2020. "Introducing Social Robots in Swedish Dementia Care: Exploring the Interaction between Care Workers, Residents, and Robotic Cats." **Journal of Sociology and Social Work**, Vol8(1), 8-19.
 - Redmond, M. V. 2015. "Symbolic interactionism." **English Technical Reports and White Papers**. 4.
 - Jun, D. 2020." An Analysis of Jd's Financing Process for Supply Chain Companies: Based on the Symbolic Interaction Theory." **The Frontiers of Society, Science and Technology**, Vol2, Issue9: 43-53.
 - (11) Hughes, P. 2016. "Using symbolic interactionism insights as an approach to helping the individual with Asperger's syndrome overcome barriers to social inclusion." **British Journal of Special Education**, 43(1), 60-74.
 - Dambam, A. A., & Yahai, M. 2020. "The Symbolic Interactionism As An Alternative To The Adverse Effects Of Boko Haram On Universal Basic Education In Nigeria. "**International Journal of Innovative Research and Advanced Studies (IJIRAS) Volume 7 Issue 4, April 2020**.
 - (12) Kumar, M., "Distinctive Features Of Symbolic Interactionism." Sociology, Part-1i Paper-I
 - Kadir, B., Bahfiarti, T., & Farid, M. 2020. "Social Communication Of Addewatang Putta Sereng Ritual In Bone Regency". **Jurnal Ilmu Budaya**, Vol8(2), 208-215.
 - (13) Dambam, A. A., & Yahai, M. **Op, cit**.
 - (14) Khan, M. (2020). Cultural Symbols, Identity and Meaning Formation: Symbolic Interactionist Analysis of Chinua Achebe's Things Fall Apart. *University of Chitral*, **Journal of Linguistics & Literature**, vol2(1), 1-9
 - Hughes, P, **Op, cit**.
 - (15) KUMAR, M, **Op, cit**.
 - (16) إيمان نوي، 2016، "البيئة الرقمية وعلاقتها بالاعترا ب النثقافي عند الطلبة الجامعيين _ دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد خضر بسكرة-المستخدمين لبعدي البيئة الرقمية " رسالة دكتوراة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خضر بسكرة.
 - (17) Dambam, A. A., & Yahai, M. **Op, cit**.
 - Kumar, M., **Op, cit**.
-

- (18) يوسف قطامي، 2004، "النظريّة المعرفيّة الاجتماعيّة وتطبيقاتها". ط1. دار الفكر للنشر والتوزيع.
- (19) ريهام سامي، 2020، "مشاهدة الشّبَاب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت": دراسة كيفية، *مجلة البحوث الإعلامية كلية الإعلام، جامعة الأزهر،* ال عدد55، المجلد3.
- (20) Boutros, B. 2018. "Self-reported food safety behaviors in independent ethnic restaurants: An application of the Social Cognitive Theory". **Doctoral dissertation**. Kansas State University Manhattan, Kansas.
- Ma, L., Ding, X., Zhang, X., & Zhang, G. 2020. "Mobile Users' Self-Disclosure Behavior on WeChat: Application of Social Cognitive Theory." **Mobile Information Systems, 2020**.
- (21) Kim, H., Kim, Y., & Lee, D. 2020. "Understanding the Role of Social Media in Political Participation: Integrating Political Knowledge and Bridging Social Capital From the Social Cognitive Approach." **International Journal of Communication, Vol14, 22**.
- Alexander, D. S., Cao, C., & Alfonso, M. L. 2021. "Examining Whether the Social Cognitive Theory Concepts Predict Childhood Obesity Prevention Outcome Expectations." **International quarterly of community health education, Vol41(2), 143-151**.
- (22) Oyibo, K., & Vassileva, J. 2020. "Tailoring Behavior Models based on Gender and Users' Exercise-Type Preference: A Social Cognitive Approach." **Persuasive 2020, Adjunct proceedings of the 15th Int. conference on Persuasive Technology**.
- Lee, K. H., Lin, C. Y., Tsao, J., & Hsieh, L. F. 2020. "Cross-sectional study on relationships among FoMO, social influence, positive outcome expectancy, refusal self-efficacy and SNS usage." **International Journal of Environmental Research and Public Health, Vol17(16), 5907**.
- (23) يوسف قطامي، مرجع سابق.
- (24) Quiroz, N. T. 2020. "(Tik Tok) The Favorite Application During Isolation" Argentine Journal of Youth Studies." **Argentine Journal of Youth Studies, (14), e044-e044**.
- (25) Herencia, C. A. B. 2020. "The digital spread of the coronavirus: Measuring entertainment engagement on the emerging social network TikTok." **Spanish journal of health communication, 171-185**.
- (26) Zhu, C., Xu, X., Zhang, W., Chen, J., & Evans, R. 2020. "How health communication via (Tik Tok) makes a difference: a content analysis of (Tik Tok) accounts run by Chinese Provincial Health Committees." **International journal of environmental research and public health, Vol17(1), 192**.

- (27) Basch, C. H., Hillyer, G. C., & Jaime, C. 2020. "COVID-19 on (Tik Tok): harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages." **International journal of adolescent medicine and health**, 1(ahead-of-print).
- (28) Eghtesadi, M., & Florea, A. 2020. "Facebook, Instagram, Reddit and TikTok: a proposal for health authorities to integrate popular social media platforms in contingency planning amid a global pandemic outbreak." **Canadian Journal of Public Health**, 111, 389-391.
- (29) Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. 2020, July. "Dancing to the partisan beat: a first analysis of political communication on TikTok." **In 12th ACM Conference on Web Science** (pp. 257-266).
- (30) Guinaudeau, B., Vottax, F., & Munger, K. 2020. "Fifteen Seconds of Fame: (Tik Tok) and the Democratization of Mobile Video on Social Media." **University of Amsterdam**.
- (31) Buzzell, M. 2020. "Stop licking the boots and start marching them" An exploratory research proposal into peer-to-peer political discussion on (Tik Tok)." **M.A. university of Amsterdam**.
- (32) Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M. C., & López-García, X. 2020. "Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok." **Journalism**.
- (33) Burns-Stanning, K. 2020. "Identity in communities and networks (Tik Tok) social networking site empowering youth civic engagement." **Network conference. Net studies. Org**, 1-11.
- (34) محمد فتحي يونس. 2020. "سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق «تيك توك» دراسة مقارنة بين المنصّات العربية والأجنبية". **مجلة البحوث الإعلامية**. كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، المجلد الثالث، يوليو 2020.
- (35) Omar, B., & Dequan, W. 2020. "Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on (Tik Tok) mobile video usage." **International Association of Online Engineering**. Retrieved November 28, 2020 from <https://www.learntechlib.org/p/216454/>.
- (36) Klug, D. 2020. "It took me almost 30 minutes to practice this". Performance and Production Practices in Dance Challenge Videos on TikTok. **arXiv preprint arXiv:2008.13040**.
- (37) Yang, Y., & Zilberg, I. E. 2020. "Understanding Young Adults' TikTok Usage." **UCSD Department of Communication**.
- (38) Derya, G. Ü. L., Oğuz, K. U. Ş., & Göksu, O. **Op ,Cit**.
- (39) Qiyang, Z., & Jung, H. 2019. "Learning and Sharing Creative Skills with Short Videos: A Case Study of User Behavior in TikTok and Bilibili." **International Association of Societies of Design Research (IASDR), Design Revolution**.
- (40) Guinaudeau, B., Vottax, F., & Munger, K. **Op.Cit**.
-

- (41) Dilon,c , **Op ,Cit.**
- (42) Palupi, N. D., Meifilina, A., & Harumike, Y. D. N. 2020. "The Effect Of Using Tiktok Applications On Self-Confidence Levels." **JOSAR (Journal of Students Academic Research)**, Vol5(2), 66-74.
- (43) Patel, K. 2020. "(Tik Tok) the New Alternative Media for Youngsters for Online Sharing of Talent: An Analytical Study." Available at SSRN 3600119.
- (44) هشام فولبي عبد المعز. 2020. "استخدام تطبيقات الفيديو القصير وعلاقته بالآثار النفسية والاجتماعية لدى الجمهور" **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، المجلد الخامس، يوليو 2020.**
- (45) Scalvini, M. 2020. "Negotiating morality and ethics: the social media user's perspective on TikTok." **Erasmus University Rotterdam.**
- (46) Xiao, J. 2019. "Research on TikTok APP Based on User-Centric Theory." **Applied Science and Innovative Research**, vol3(1), 28-36.
- (47) Hu, Y. 2020. "Research on the commercial value of Tiktok in China. *Academic Journal of Business & Management*, Vol2(7): 57-64.
- (48) Pettersson, N., & Frost, A. 2020. "What makes a Zoomer tick? A qualitative study about Generation Z and (Tik Tok) Tik Tok." **School of Business, Society and Engineering**, Mälardalen University.
- (49) Hou, L. (2018). Study on the perceived popularity of (Tik Tok)." **Graduate School**, Bangkok University.
- (50) Su, Y., Baker, B. J., Doyle, J. P., & Yan, M. 2020. "Fan engagement in 15 seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via (Tik Tok)." **International Journal of Sport Communication**, vol13(3), 436-446.
- (51) أشواق بنت غازي وآخرون، 2019، "علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالاعترا ب الثقافى استخدام تطبيق السناب شات وسط الشبأب الجامعي السعودي"، **مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية.**
- (52) حبيبة نوغري، 2017، "حول مظاهر الاعترا ب الثقافى في مواقع التواصل الاجتماعي" **الفيس بوك أنموذجاً** دراسة ميدانية على عينة من الشبأب بجامعة المسيلة "رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بو ضياف بالمسيلة.
- (53) إيمان نوري، 2016، " البيئة الرقمية وعلاقتها بالاعترا ب الثقافى عند الطلبة الجامعيين " **رسالة دكتوراه، قسم علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر.**
- (54) عبد الوهاب جوده وآخرون، 2016، "تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية وعلاقتها بالاعترا ب لدى الشبأب الجامعي في سلطنة عمان" **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.**
- (55) إيناس محمود حامد وآخرون، 2017 " استخدام المراهقين للفرانكو أراب في وسائل الاتصال الإلكترونية وعلاقته بمستوي الاعترا ب الثقافى لديهم" **مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس.**

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- (56) عبد الهادي النجار، 2007، " العلاقة بين التعرض لشبكة الأنترنت والاعترا ب الثقافى لدى الشبأب الجامعي الليبي." دراسة ميدانية على طلاب جامعتي عمر المختار ووقار يونس، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعي للمواطن العربي - القاهرة -2007.
- (57) إيمان نوري، 2012، "استخدام الأنترنت وعلاقته بالاعترا ب الثقافى لدى الطلبة الجامعيين " رسالة ماجستير، قسم علم اجتماع، الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر.
- (58) سناء حامد زهران، 2004، "إرشادات الصحة النفسية لتصحيح مشاعر ومعتقدات الاغتراب"، القاهرة، عالم الكتب.
- (59) أسماء المحكمين:-وفق الترتيب الهجائي: أ.د. أمال عبد السميع باظة (أستاذ الصحة النفسية- بكلية التربية- جامعة كفر الشيخ)، أ.د. سامي محمود أبو بيه (أستاذ علم النفس التربوي- بكلية التربية- جامعة المنوفية)، أ.د. عبد المنعم أحمد الدردير (أستاذ علم النفس التربوي- بكلية التربية- جامعة قنا)، أ.د. محمود عبد الحليم منسي (أستاذ علم النفس التربوي- بكلية التربية- جامعة الإسكندرية)، أ.د. نعيمة جمال شمس (أستاذ الصحة النفسية- بكلية التربية- جامعة المنوفية)، د. نوال شرفاوي بخيت (مدرس الصحة النفسية- كلية التربية - جامعة المنوفية)، أ.د عبد العزيز السيد عميد -كلية الإعلام -جامعة بني سويف)، أ.د بركات عبد العزيز الأستاذ المتفرغ -كلية الإعلام -جامعة القاهرة)، د. أماني البرت (الأستاذ المساعد -كلية الإعلام -جامعة بني سويف).