

قسم : قسم علوم الاعلام والاتصال
تخصص إتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

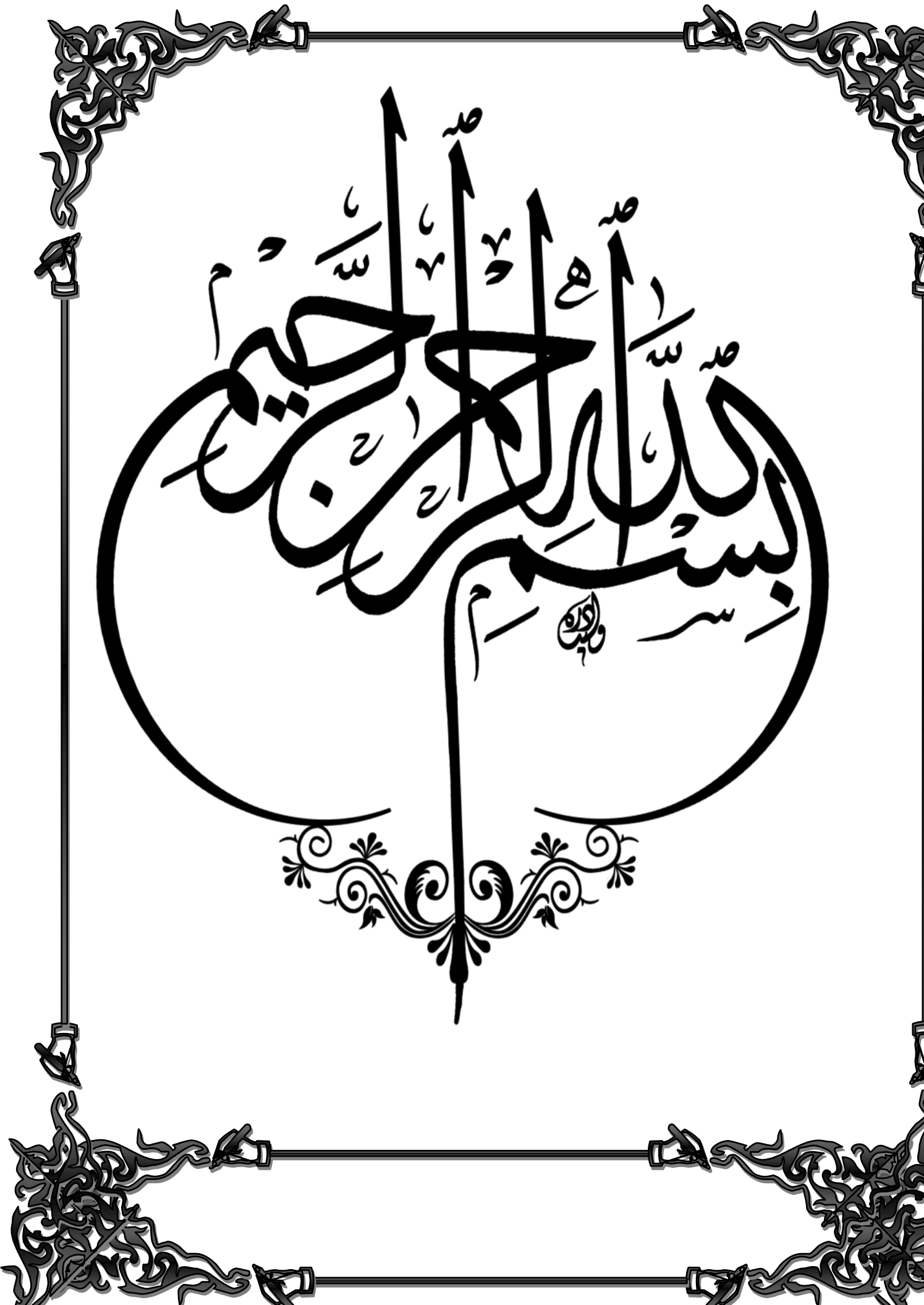
الوظيفة الترفيهية عبر التطبيقات الإلكترونية -دراسة ميدانية
على عينة من مستخدمي منصة تيك توك

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D تحت اشراف
الأستاذ عبد الحي عبد اللطيف
من اعداد الطلبة :
براهمية عبد الحميد
سهايلية اشرف
أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
عبد الغني بوزيان	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
عبد الحي عبد اللطيف	أستاذ مساعد (أ)	مشرفا ومقرا
البار الطيب	أستاذ محاضر (أ)	عضوا ممتحنا

السنة الدراسية : 2022 - 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكروعرفان

قال الله تعالى: "وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ..."

سورة إبراهيم الآية ﴿٧﴾

الحمد لله كثيرا على نعمة العلم ونشكر الله الذي أعاننا ووفقنا

على إنجاز هذا العمل المتواضع.

نشكر الله العلي القدير الذي أنعم علينا بنعمة العقل والدين. القائل في محكم التنزيل "وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ" سورة يوسف آية 76 صدق الله العظيم. وقال رسول الله (صلي الله عليه وسلم): "من صنع إليكم معروفاً فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه).... "رواه أبو داود وأيضاً وفاءً وتقديراً واعترافاً منا بالجميل نتقدم بجزيل الشكر لأولئك المخلصين الذين لم يألوا جهداً في مساعدتنا في مجال البحث العلمي، وأخص بالذكر الأستاذ الفاضل: «الدكتور عبد الحي عبد اللطيف " على المساعدة وصاحب الفضل في توجيهنا ومساعدتنا في تجميع المادة البحثية، فجزاه الله كل خير. ولا ننسى أن نتقدم بجزيل الشكر للذين قاموا بتوجيهنا طيلة دراستنا، وأخيراً نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من مدوا إلينا يد العون والمساعدة في إنجاز مذكرة التخرج على أكمل وجه.

إهداء:

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد :

اهدي هذا العمل المتواضع:

لكل من كان سبب في وجودي أبي وأمي حفظهما الرحمان ورعاهما .

-لكل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من إخوة واخوات

-الى كل الأقارب و الأصدقاء والزملاء دون استثناء .

-إلى كل من علمني حرف في هذه الدنيا.

-الى كل من ساعدني في هذا العمل من قريب أو بعيد

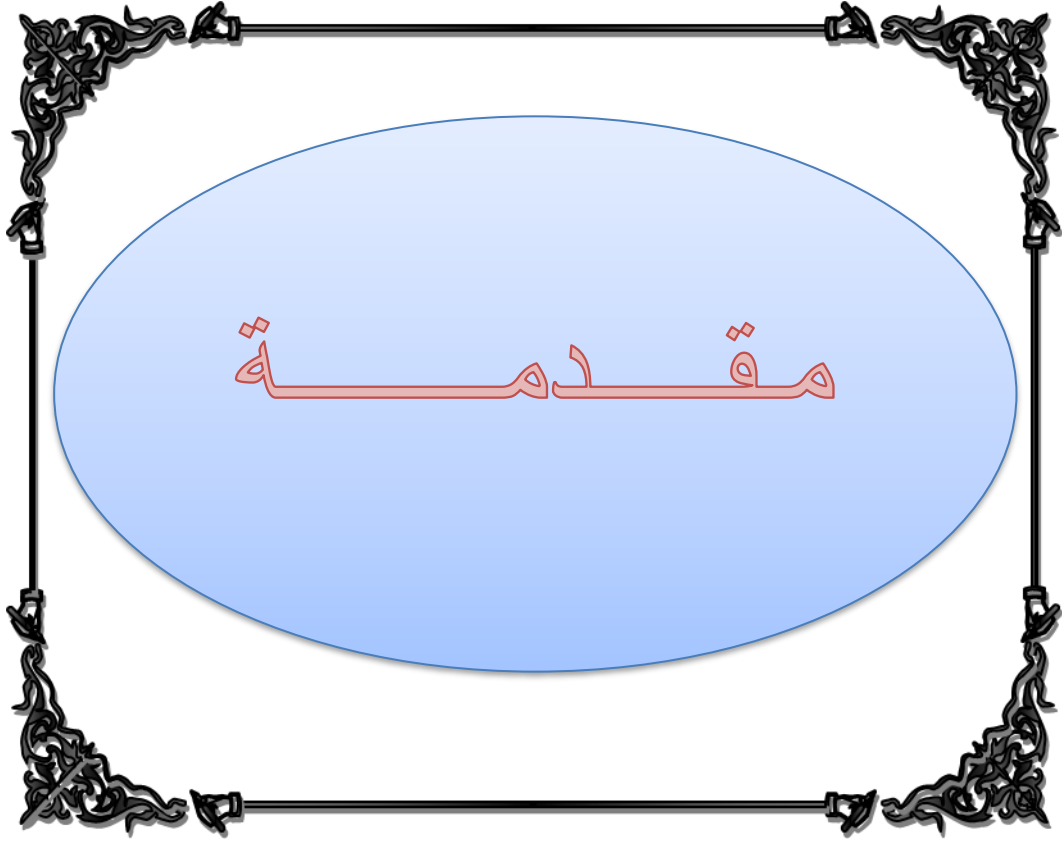
أهدي هذا العمل الذي أسأل فيه الصواب، أن يكون نافعا لي ولغيري من الطلاب ولكل من إطلع عليه.

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
البسمة	/
شكروعرفان	/
إهداء	/
فهرس الموضوعات	
مقدمة	أ- ب
❖ الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
1- تحديد إشكالية الدراسة	02
2- التساؤلات الفرعية	02
3- أسباب اختيار موضوع الدراسة	03
4- أهمية الدراسة	04
5- أهداف الدراسة	04
6- المدخل النظري للدراسة	05
7- منهج الدراسة	14
8- أدوات جمع بيانات الدراسة	15
9- مجتمع البحث وعينة الدراسة	18
10-1- المجال المكاني والبشري	21
10-2- المجال الزمني	21
11- تحديد وضبط مفاهيم الدراسة	22
12- الدراسات السابقة	26
❖ الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
المبحث الأول: الترفيه	
1- مفهوم الترفيه	34
2- 5- الترفيه مقارنة نفسية	35
3- الترفيه مقارنة اجتماعية	36
4- أهداف الترفيه	37
الترفيه والجانب الاقتصادي	38

39	6- أهمية الترفيه في وسائل الاعلام
40	7- وظائف الترفيه
	المبحث الثاني: التطبيقات الإلكترونية
41	1- مفهوم التطبيقات الإلكترونية
42	2- نشأة وتطور التطبيقات الإلكترونية
44	3- الإعلام الجديد- وسائل التواصل الاجتماعي -
45	4- نماذج عن التطبيقات الإلكترونية:
45	➤ -فاسبوك
46	➤ يوتيوب
47	➤ التويتر
48	➤ سناب شات
48	➤ واتساب
49	5- تطبيق التيك توك كمثال ميداني
	➤ مفهوم التيك توك
	➤ نبذة عن مؤسس التيك توك
	➤ نشأة وتطور التيك توك
53	6- إيجابيات وسلبيات التيك توك
58	7- المحتويات الهابطة والذوق العام
60	8- المضامين الترفيهية عبر منصة تيك توك
63	9- التيك توك والربح المادي
	❖ الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة
94/67	1- عرض البيانات وتحليل النتائج
95	2- النتائج الجزئية والعامّة للدراسة

100	-خاتمة
/	-قائمة المصادر والمراجع.
/	-ملاحق الدراسة.
/	-ملخص الدراسة.



إن ظهور التطبيقات الإلكترونية أحدث تغييرات في المفاهيم والمصطلحات والممارسات غير في المضمون والوظائف، فأصبحت لهذه التطبيقات وظائف متعددة كالوظيفة التواصلية والتعليمية والثقافية إضافة إلى ذلك الوظيفة الترفيهية.

لقد احتل الترفيه في التطبيقات الإلكترونية الحديثة حيزا هاما وأصبحت بذلك سمة العصر الإلكتروني فقد أضحت هذه المواقع تعمل على إنتاج محتويات وبرامج بغرض جذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين المتفاعلين وألغت بينهم الفروقات الجغرافية والثقافية، حيث أصبح هؤلاء المستخدمين يتعاطون هذه المضامين ويدخلون عليها بشكل جعلها تحتل وقتا كبيرا في حياتهم اليومية، فلا يكاد يمر يوم إلا وتجد هناك مضامين جديدة وتفاعل جديد.

ومن أبرز هذه التطبيقات تطبيق التيك توك الصيني الذي استطاع استقطاب واهتمام وشغف مستخدميه وتربع على عرش منصات التواصل الاجتماعي في ظرف وجيز، حيث يقوم مستخدم المنصة بنشر فيديو أو مقطع قصير مع أصدقائه ومشاركته لحظات حياته بكل سهولة، فقد أصبح النافذة الأولى للإبداع وتفجير المواهب الدفينة لتحقيق الشهرة بالإضافة إلى إشباع الرغبات النفسية والمعنوية والمادية.

ومن هذا المنطلق سنحاول من خلال دراستنا معرفة مدى استخدام الطلبة الجامعيين للتيك توك والرغبات الترفيهية المحققة منه بالاعتماد على خطة بحث منهجية متكونة من مقدمة وثلاث فصول، فصل منهجي، فصل نظري وآخر تطبيقي، ثم خاتمة وبعض اللواحق وقائمة المصادر والمراجع، حيث قمنا في الفصل الأول والذي يتمثل في الإطار المنهجي بطرح إشكالية الدراسة وحددنا أبرز تساؤلاتها والأسباب الذاتية والموضوعية وراء اختيار الموضوع، أهمية الدراسة والأهداف المرجوة منها شرح مفاهيم الدراسة وعرض الدراسات السابقة ثم مجالات الدراسة، يلها منهج الدراسة وأدواتها، إضافة إلى تحديد مجتمع البحث والعينة، وأخيرا المقاربة النظرية وإسقاطها على موضوع الدراسة..

أما الفصل الثاني وهو الإطار النظري، فقد تضمن مبحثين المبحث الأول بعنوان الترفيه، تحدثنا فيه عن مفهوم الترفيه، أهميته، أهدافه، وظائفه، ومقاربة نفسية واجتماعية، والترفيه والجانب الاقتصادي. وفصل ثاني يتضمن التطبيقات الإلكترونية حيث تطرقنا فيه الى مفهوم التطبيقات الإلكترونية، ونشأتها، والإعلام الجديد وبعض من نماذج التطبيقات الإلكترونية فيسبوك، توتير سناب شات، ويوتيوب وخصصنا بالذكر تطبيق التيك توك كمثال ميداني : مفهومه ونشأته، وفئة المضامين الترفيهية عبر التيك

توك ،وتطرقنا الى المحتويات الهابطة والذوق العام وايجابيات وسلبيات التيك توك وكذلك التيك توك والربح المادي .

وأخيرا الفصل الثالث وهو الإطار التطبيقي للدراسة حيث قمنا بالإجابة على أسئلة الاستبيان والذي تضمن خمسة محاور ،المحور الأول ويتعلق بخصائص المبحوثين، والثاني يتضمن عادات استخدام الطلبة منصة التيك توك، والمحور الثالث يتحدث عن التيك توك والجانب النفسي والمحور الرابع يتضمن القيم الأخلاقية والاجتماعية في منضور التيك توك ومحور خامس يشمل الدوافع الربحية من خلال منصة تيك توك، لنصل إلى عرض النتائج والخاتمة .

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- تحديد إشكالية الدراسة
- التساؤلات الفرعية
- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- المدخل النظري للدراسة
- منهج الدراسة
- أدوات جمع بيانات الدراسة
- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- المجال المكاني
- المجال الزمني
- تحديد وضبط مفاهيم الدراسة
- الدراسات السابقة

1- الإشكالية:

لقد أحدثت الثورة التكنولوجية تحولات في المفاهيم والوسائل فظهرت كنتائج لها وسائل الاعلام ثم تطورت لتظهر لنا وسائل حديثة مثل التطبيقات الالكترونية، وما ارتبط بها من مفاهيم ووظائف فكل وسيلة او تطبيق الكتروني له وظائف متعددة ومتداخلة وتتحدد كل وظيفة بناء على طبيعة هذه التطبيقات والغايات التي وجدت من اجلها.

ومن بين هذه الوظائف نجد الوظيفة الاخبارية والتثقيفية والتعليمية ، خدماتية، تواصلية، البيع والشراء الإلكتروني، الارشاد السياحي، الحماية ضد الفيروسات الالكترونية، فاعتبرت هذه الوظائف على مرتاريخ هذه الوسائل كوظائف تقليدية حيث دخلت المنافسة فيما بينها بفعل العولمة الإعلامية والثقافية فكل وسيلة (تطبيق) أضحت بحث عن احتلال مكانة هامة لدى جمهورها فأفرزت هذا التحول وظيفة جديدة يطلق عليها الوظيفة الترفيهية.

ان الصراع المتزايد للحصول على أفضل محتوى هو أحد اهم العوامل التي زادت من محاولة هذه الوسائل الاستثمار في محتوياتها وجعلها أكثر جذبا للجمهور ، ان الوظيفة الترفيهية باتت مهمة كبرى سواء في منظور صانعي المحتوى او في منظور الجمهور المتلقي. حيث أصبحت المحتويات الترفيهية عبر هذه التطبيقات مثل التيك توك (TikTok) تهدف الى تخفيف التوتر النفسي والضغطات اليومية وذلك في محاولة منها لتحقيق نوع من التوازن النفسي وهذا من خلال الانتشار الواسع لاستخدام هذه التطبيقات بغية اشباع الرغبات الترفيهية لدى مختلف الفئات فمنصة التيك توك تتيح للشباب والمراهقين خاصة فرصة نشر وتبادل كم هائل من مقاطع الفيديو والصور ، تحمل في طياتها معاني ودلالات ومؤثرات صوتية مختلفة او ما يعرف في السوشيال مديا (بالترند) ان بساطة المحتوى وسهولة الانضمام الى هذا التطبيق سمح لكل بمشاركة أفكاره و مولاته الترفيهية باقل التكاليف وعبر اللوحات الذكية . إذا فالترفيه الذي هو في الأصل رغبة طبيعية لدى البشر فهو ليس شيئا ثانويا في حياة الافراد وانما أصبح ضروريا خاصة في العصر الحالي الذي يتسم بالقلق والضغطات اليومية وهذا مايفسر مدى الاستخدام الواسع لذات التطبيق ومن هذا المنطلق تأتي إشكالية بحثنا في صيغة التساؤل الرئيسي الآتي: ما هي الوظيفة الترفيهية لمنصة التيك توك؟

2-التساؤلات الفرعية:

يندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي أسئلة فرعية كالآتي:

1-هل اصبح استخدام التيك توك عادة لدى مختلف فئات المجتمع ؟

2هل أصبحت منصة تيك توك عبارة عن متنفس من الضغوطات اليومية؟

3-هل تماشى محتويات التيك توك مع قيمنا الأخلاقية والاجتماعية؟

4-هل الدافع الربحي والشهرة جعلنا من منصة التيك توك وجهة للأفراد والمجتمعات؟

1/أهداف الدراسة:

لا تخلو أي دراسة من الأهداف سواء كانت اهداف بعيدة المدى او قريبة المدى فهي التي تجيب عن تساؤلات الباحث وتعبر عن الغرض من البحث وتعمل على تقييم مستوى جودة البحث ويمكن تلخيص اهداف هذه الدراسة في العناصر الآتية:

- الكشف عن أساليب الترفيه عبرهاته التطبيقات الإلكترونية والتيك توك TikTok بصفة خاصة
 - تسليط الضوء عن الاحتياجات والاشباع التي يحققها المستخدمون جراء استخداماتهم اليومية للتطبيقات الالكترونية في ظل الوظيفة الترفيهية.
 - التعرف على المضامين التي يتم تداولها ونشرها عبر هذه المنصة.
 - تحديد دوافع صناعة المحتويات وطرق الاستثمار فيها بهدف تحقيق الربح.
- معرفة العلاقة بين الوظيفة الترفيهية والتطبيقات المستخدمة في أوساط الشباب

2-أسباب اختيار الموضوع:

❖ الأسباب الذاتية:

- الاستخدام الواسع للتطبيقات الالكترونية وخاصة تطبيق التيك توك TikTok قصد الترفيه دفع بنا للرغبة في دراسة الموضوع.
- اهتمامنا الشخصي بالموضوع تبعا لأهميته البالغة في أوساط الشباب.
- ملائمة موضوع الدراسة للتخصص بما أننا طلبة ماستر اتصال تنظيبي.
- اثرنا تخصصنا والكلية عموما بزداد علمي والتطرق لنتائج هذه الدراسة التي تعد حديثة والاستفادة منها.
- الرغبة في البحث في سياق صناعة المحتوى الترفيهي عبر التطبيقات الإلكترونية وتطبيق التيك توك خاصة

❖ الأسباب الموضوعية:

- تقاطع موضوع دراستنا مع تخصصنا الأكاديمي حيث ان موضوع الدراسة الوظيفة الترفيهية عبر التطبيقات الإلكترونية-دراسة ميدانية على عينة مستخدمي منصة التيك توك-
- اختيار الموضوع لحدائته فهو لم يخضع لدراسات سابقة كثيرة من قبل.
- يدخل ضمن الدراسات الإعلامية ووظيفة وسائل الاعلام.
- قابلية الموضوع للنزول به الى الميدان.
- وجود فوائد ميدانية تساعد على فهم الموضوع

3/أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تدرس موضوع يخص كل فئات المجتمع وخاصة الفئة الشبانية منه، وذلك في ضوء الوظيفة الترفيهية عبر التطبيقات الإلكترونية واستقطاب عينة من مستخدمي أحد هذه التطبيقات الا وهو التيك توك TikTok حيث يمكننا ان نبرز الأهمية فيما يلي:

- القيمة الجوهرية التي تتناولها الدراسة التي اتسعت دائرة استخدامها في بيئة التجمعات البشرية.
- الوصول الى نتائج يمكن الاستفادة منها من خلال دور هذه التطبيقات في تخفيف الضغط اليومي واستبداله بالأثر الترفيهي.
- تنمية وعي الجمهور المتلقي بالدور الذي تلعبه التطبيقات الإلكترونية بما فيها التيك توك بترك البصمة الترفيهية في الاوساط المختلفة في ظل الوظيفة الترفيهية.
- التطور التكنولوجي الهائل وتفاقم الاستخدامات اليومية لهاته التطبيقات من اجل اشباع الرغبات الترفيهية.
- تنوير الرأي العام والجمهور المتلقي بضرورة المتابعة العقلانية للمحتويات الترفيهية الإيجابية وتجنب الهابطة منها.

4/المدخل النظري للدراسة:

- النظرية البنائية الوظيفية:

البنائية الوظيفية ليست في واقع الامر سوى صياغة جديدة لأفكار ومسلمات قديمة تعود الى القرن التاسع عشر وترتبط بظهور ذلك الاتجاه القوي ذي الصبغة العلمية للدفاع عن النظام الرأسمالي وتبريره وعلى ذلك فان المؤسسين الحقيقيين للوظيفية، هم علماء الاجتماع الاوائل من الوضعيين العضويين و تعتمد الوظيفية بصفه اساسيه على فكره النسق العضوي التي اعتمدت عليها النظريات العضوية وهي الفكرة التي مؤداها ان كل شيء يمكن النظر اليه باعتباره نسقا او كلا متكامل يتكون من اجزاء مثل الكائن الحي ويجدر بنا قبل ان نستطرد في شرح العلاقة بين الوظيفية وبين الوضعية والانثربولوجيا الثقافية ان نحدد اولاً الخصائص الأساسية للاتجاه الوظيفي في النظرية الاجتماعية¹.

➤ أولاً: تعريفها:

هي من النظريات المهمة في علم الاجتماع تستمد أفكارها واصولها من أداء مجموعة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية، حيث يرسو هذا في أساس هذا الاتجاه تحليل بنية ووظائف التكوينات الاجتماعية بالدرجة الأولى المؤسسات الاجتماعية².

كما تعرف أيضا:

>يهتم مفهوم الوظيفية. functionalism بتحليل العلاقة بين النظام ككل. والوحدات المكونة لهذا النظام . organism وترجع جذور هذا المصطلح إلى العلوم البيولوجية والاجتماعية والسلوكية، ففي علم البيولوجيا مثلاً يعتبر جسم الإنسان نظاماً كلياً يحتوي على مجموعة من الأعضاء، ويقوم كل عضو بدور مهم في حياة النظام ككل، ويرتبط كل عضو أيضاً بالأعضاء الآخرين داخل النظام ويتضمن مفهوم الوظيفية في النظام الاجتماعي مجموعة من الوحدات units والوحدة يمكن أن تكون الفرد او المؤسسة الاجتماعية أو الثقافية، وتمارس هذه الوحدات مجموعة من الأنشطة. مثل: الاستهلاك، نقل الاخبار، الترفيه³.

>ويمكن وضع تعريف النظرية الوظيفية في السيسولوجيا حيث ان لها معنى سسيولوجي: يعني مصطلح وظيفة في علم الاجتماع مجموعه من الوقائع والتأكيدات حول ما يمكن ان يعنيه مجتمع ما⁴.

1 سمير نعيم احمد: النظرية في علم الاجتماع، ط5، دار المعارف، الكويت، 1985، ص200

2 عمر خليل معين: معجم علم الاجتماع المعاصر، عمان، دار اشراق، 2006، ص256

3 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 126،

4 حسن ملحم: الفكر العلمي والمنهجية، مطبعة دحلب، الجزائر، 1993، ص 46.

بمعنى النظر الى المعتقدات والأنشطة الاجتماعية بإظهار الكيفية التي تعمل بها تلك الأنشطة والوظائف التي تؤديها، للحفاظ على البناء الاساسي للمجتمع وغالبا ما تشير الوظيفة الى الاسهام الذي يقدمه الجزء الى الكل هذا الكل يكون ممثلا في المجتمع او الثقافة، ولعل ذلك هو المعنى الذي يقصده كثيرا من الانثروبولوجيين مثل : كليف براون، ورف لينون ، ومالينو فسكي ، و دوركايم ، ايضا عندما يستخدمون كلمة وظيفة¹.

ثانيا: اهم روادها:

تالكوت بارسونز: ازداد تالكوت بارسونز سنة 1902 في ولاية كولورادو الأمريكية في مدينه سبرنغ، ينحدر بارسونز من عائلة متدينة ذات ثقافة رفيعة إذا كان والده قسيسا ذو نزعه بروتستانتية تلقى بارسونز تعليمه الجامعي في كليه امهرست حيث كانت البيولوجيا محور اهتمامه ، انتقل للدراسة بمدرسه الاقتصاد بلندن حيث درس على يد عالمي الاجتماع ك هوهاوس والأنثروبولوجي مالينو فسكي الذي دفعه الاهتمام بالاتجاه الوظيفي².

تأثر تالكوت بارسونز فكريا بعلم الاجتماع الفرنسي ايميل دوركايم وعالم النفس النمساوي سيجموند فرويد والايطالي صاحب نظريه الصفوة فلفيدو باريتو وعالم الاجتماع الالماني ماكس فيبر وكذلك بعلماء الاقتصاد التقليديين ،وقد بدا بارسونز كتاباته النظرية مسترشدا بماكس ويمكن تصنيف مؤلفاته الاولى تحت نظريات الفعل الاجتماعي السابق الحديث عنها ،ويرتكز الايطالي النظري بارسونز على اربعة مفهومات اساسيه هي : الفعل الاجتماعي ،الموقف، والفاعل، وتوجهات الفاعل ،ويرى بارسونز ان كل فعل عباره عن سلوك ولكن كل سلوك ليس فعلا فاتجاه الفراشة نحو الضوء والذي يعتبر استجابة آلية من جانب ذلك الكائن لمنبه الضوء سلوكا وليس فعلا اما اذا دخل عنصر ذاتي بين المنبه والاستجابة فان هذا السلوك يصبح فعلا فاذا تخيلنا ان الفراشة قالت لنفسها كم هذا الضوء جميل الى اني اريد ان اكون قريبة منه ولذلك فاني ساعطير اليه مباشرة وباسرع ما يمكن ففي هذه الحالة يصبح السلوك فعلا³.

روبرت ميرتون : روبرت ميرتون عالم اجتماع امريكي ولد في جنوبي فيلادلفيا في الولايات المتحدة الامريكية لعائلة يهودية من اصل الاوروي ارتبط منذ صغيره بالموسيقى والحياه الثقافية وتوجه نحو الفنون تبع دراسته في جامعه هارفورد واخذ بدراسته علم الاجتماع وحصل على الدكتوراه من الجامعة

¹ نيكولاتيماشيف: نظرية علم الاجتماع «طبيعتها وتطورها»، ط4، القاهرة، دار المعارف، 1977، ص321
² تالكوت بارسونز وتصوره عن السوسيولوجيا، بوابة علم الاجتماع، متاح على الموقع-<https://www.b-sociology.com>، تاريخ الولوج 2023/05/12، على الساعة 15:21 .
³ سمير نعيم احمد: مرجع سابق، ص204، 205.

نفسها عام 1936 واصبح واحد من اعضاء الهيئة التدريسية فيها كما عمل في جامعه كولومبيا واصبح استاذا فيها عام 1947 ومديرا لمركز الدراسات الاجتماعية المطبقة في الفطرة (1942 1971)¹.

روبرت ميرتون على الرغم من الاختلافات بين تالكوت بارسونز وروبرت ميرتون في تفاصيل النظرية التي حاول كل منهما صياغتها وبالرغم من الانتقادات التي وجهها كل منهما للاخر ومن التعديلات التي اقترح ميرتون ادخالها على الوظيفية الا ان كليهما من نفس المسلمات النظرية الايديولوجية التي يبدا بها كل اصحاب الاتجاه الوظيفي واصحاب الاتجاه العضوي من قبلهم واهم هذه المسلمات ان البناء الاجتماعي في حالة ثبات وان هناك تكاملا بين عناصر هذا البناء وان هناك اجتماعا عاما بين اعضاء المجتمع على قيم معينة وان هناك توازن يجب ان لا يصيبه الخلل في البناء الاجتماعي.

لقد بدا ميرتون الذي كان تلميذا لتالكوت بارسونز بنقد بارسونز على اساس ان اعماله تمثل جهدا غير واضح لمحاولة تكوين نظريه اجتماعيه عامه ولكنه لم يمس في كتاباته المسلمات الرئيسية التي ارتكزت عليها اعمال بارسونز او غيره من الوظيفيين ذلك هو انه ذاته ، سلم بها تماما وبدلا من ذلك ركز جهده على نقد تفاصيل هذه الاعمال او الفروض الجزئية التي تحتوي عليها.

ورأى ميرتون النظرية في علم الاجتماع يجب ان تكون متوسطة المدى وعرف النظرية متوسطة المدى بانها: تلك التي تقع بين طرفين، الطرف الاول يتمثل في مجموعة الافتراضات العلمية البسيطة التي نقابلها عند اجراء البحوث الميدانية والطرف الثاني يتمثل في النظريات الشاملة الموحدة التي تسعى الى تفسير كل ملاحظه عن انتظام في السلوك الاجتماعي والتنظيم الاجتماعي².

وقد قام روبرت ميرتون بتلخيص العملية البنائية الوظيفية للمجتمع فيما يلي:

01- ان افضل طريقه للنظر الى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطه وانه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الاخر.

02- يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي واذا حدث اي نوع من التنافر داخله فان قوى معينه سوف تنشط من اجل استعادة التوازن.

03-تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره وبمعنى اخر فان كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.

¹ ميرتون(روبيرت)-الموسوعة العربية، متاح على ال موقع <https://arab-ency.com> ، تاريخ الولوج 2023/05/12، على الساعة 15:27.

² سمير نعيم احمد: مرجع سابق ،ص209.

04- ان بعض الانشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده اي ان هناك متطلبات اساسية وظيفية تلبى الحاجات الملحة للنظام وبدونها لا يمكن لهذا النظام ان يعيش.

واذا طبقنا الافتراضات السابقة على الاتصال الجماهيري نلاحظ ان وسائل الاعلام تقوم بأنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الاجتماعي وتساهم في تحقيق التوازن الاجتماعي لهذا المجتمع وبمعنى اخر ترتب عليها نتائج بالنسبة للمجتمع ككل.

ثالثا: مبادئ النظرية البنائية الوظيفية :

الاتجاه الوظيفي يهتم بتحليل العلاقة بين النظام ككل والوحدات المكونة لهذا النظام ويمكن تلخيص ذلك في فكرتين:

-الاولى ترى ضرورة دراسة الوحدات الكبرى في المجتمع مع الارتكاز على البعد العضوي في علم الاجتماع.

-الثانية تركز اهتمامها على وظيفة الوحدات الصغرى في المجتمع واعتبارها التحليل السسيولوجي¹.

رابعا: مسلماتها :

على الرغم من ان هناك عديد من علماء الاجتماع الذين ينتمون الى الاتجاه الذي يعرف باسم الوظيفية مثل رويت ميرتون وجورج هوماتز وتالكوت بارسونز وماريون ليفي وروبيرت بليز وغيرهم ،وعلى الرغم من ما يوجد من اختلافات بين هؤلاء العلماء الا انه يمكننا القول بصفة عامة ان الاتجاه الوظيفي يعتمد على سته افكار رئيسية او مسلمات محورية هي:

> اولا : يمكن النظر الى اي شيء سواء كان كائنا حيا او اجتماعيا وسواء كان فردا او مجموعه صغيره او تنظيما رسميا او مجتمعا او حتى العالم بأسره على انه نسق او نظام وهذا النسق يتألف من عدد من الاجزاء المترابطة فجسم الانسان نسق يتكون من مختلف الاعضاء والأجهزة، والجهاز الدوري فيه مثلا عبارة عن نسق يتكون من مجموعه من الاجزاء وشخصية الفرد نسق يتكون من اجزاء مختلفة مثل السلوك والحالة الإنفعالية والعقلية ..الخ وكذلك المجتمع والعالم.

ثانيا: لكل نسق احتياجات اساسية لا بد من الوفاء بها والا فان النسق سوف يفنى او يتغير تغير جوهريا فالجسم الانساني مثلا يحتاج للأكسيجين والنيوتروجين وكل المجتمع يحتاج لأساليب لتنظيم السلوك ومجموعة لرعاية الاطفال.

¹ صالح مصطفى الفوال: معالم التفكير السوسيولوجي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1998، ص367.

ثالثاً: لا بد ان يكون النسق دائماً في حالة توازن كذلك لا بد ان تلي اجزائه المختلفة احتياجاته فاذا اختلفت وظيفة الجهاز الدوري فان الجسم سوف يعتل ويصبح في حالة من اللاتوازن او اللاتزان.

رابعاً: وكل جزء من اجزاء النسق قد يكون وظيفياً اي يساهم في تحقيق توازن النسق وقد يكون ضاراً وظيفياً ان يقلل من توازن النسق وقد يكون غير وظيفي اي عديم القيمة بالنسبة للنسق .

خامساً : يمكن تحقيق كل حاجة من حاجات النسق بواسطة عدة متغيرات او بدائل فحاجة المجتمع لرعاية الاطفال مثلاً، يمكن ان تقوم بها الاسرة او دار الحضانه وحاجه المجموعة الى التماسك قد تتحقق عن طريق التمسك بالتقاليد او عن طريق الشعور بالتهديد من عدو خارجي.

سادساً : وحده التحليل يجب ان تكون الانشطة او النماذج المتكررة، فالتحليل الاجتماعي الوظيفي لا يحاول ان يشرح كيف ترعى اسرة معينة اطفالها ولكنه يهتم بكيفية تحقيق الاسرة كنظام لهذا الهدف¹.

نقد البنائية الوظيفية :

إن بارسونز هو أشهر ممثلي النظريات الوظيفية المعاصرين ولذلك فإننا سنركز على نظريته بوصفها ممثلة لهذا الاتجاه في علم الاجتماع الغربي التقليدي ، ان أهم كتب أشهر ممثلي هذا الاتجاه هو مؤلفه "النسق الاجتماعي" والذي يقع في 555 صفحة ، وقد يكون أهم نقد وجه إليه هو ذلك الذي وجهه عالم الاجتماع الأمريكي رايت ميلز في كتابه "التصورات السوسيولوجية" لقد قرر ميلز بعد قراءته لهذا الكتاب الذي يقدم فيه بارسونز نظريته أن ما يقوله بارسونز فيه صعب على الفهم حقاً بل قد يكون من المستحيل فهمه. وأن كل ما يفعله بارسونز في نظريته هذه ليس أكثر من مجرد التلاعب بالألفاظ وبالمفاهيم طول الوقت لكي يبدو عميقاً في تحليله للقراء وأن ما يقدمه ليس إلا تأملات فكرية تفتقر إلى الأدلة الموضوعية، وقد قام ميلز بمحاولة استخلاص ما يريد بارسونز أن يقوله فعلا من وسط كل المتاهات الفكرية التي يجرى القارئ إليها وذلك بأن قام بترجمة الكتاب كله من اللغة الإنجليزية غير المفهومة والمعقدة إلى التي يستخدمها بارسونز إلى لغة إنجليزية بسيطة، وقد ترجمه في أربع فقرات فقط هي كل ما يهدف بارسونز إلى قوله من نظريته فاتضح أن بارسونز يقرر ما يلي :

"هناك نسق اجتماعي يقوم فيه الأفراد بأفعال اتجاه بعضهم البعض وهذه الأفعال عادة ما تكون منظمة لأن الأفراد في النسق يشتركون سويًا في الاعتقاد في قيم معينة وفي أساليب مناسبة للسلوك . وبعض هذه القيم يمكن أن نسميها معايير والذين يتبعون هذه المعايير يتصرفون بشكل متشابه في المواقف المتشابهة،

¹ سمير نعيم أحمد: النظرية في علم الاجتماع، ص 201-200 .

وهذا ما يحقق الانتظام في المجتمع أو ما نسميه بالتوازن الاجتماعي Social equilibrium وهذا التوازن مهم جدا للمجتمع. ويتحقق التوازن وتتم المحافظة عليه عن طريق أسلوبين : التطبيع Socialization والضبط الاجتماعي Social control و الأسلوبان مكملان لبعضهما البعض، وهدفهما جعل الأشخاص في المجتمع ينصاعون للمعايير التي توجد بالنسق الاجتماعي، فإذا ما فشل التطبيع الاجتماعي في جعل الأشخاص يتبعون المعايير فإن الضبط الاجتماعي يجبرهم على ذلك ويتساءل ميلز عما قدمه "بارسونز" من نظرية متضخمة مليئة بالمفاهيم المعقدة والألغاز أكثر من المعرفة العامة المتوفرة لدى الجميع¹.

-إسقاط النظرية:

بما أن موضوعنا هو الوظيفة الترفهية عبر التطبيقات الإلكترونية دراسة ميدانية علي عينة من مستخدمي منصة التيك توك .

حيث تعتبر التطبيقات الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن بني (بناءات) تشكل مجموعة أجزاء هذه الأجزاء هي المرسل ، الضمون ، المتلقي، والوسيلة، الرسالة... كل جزء له مكانة إجتماعية داخل البنية الكلية ، وله دور يتحدد إنطلاقا من المكانة الاجتماعية، ووظيفة يتم تفعيلها إنطلاقا من جعل الدور فعال، في دراستنا تعاملنا مع التطبيقات الإلكترونية على انها بني(بناءات) إجتماعية ، كل جزء داخل البنية له وظيفة .

من بين هذه الوظائف هناك الوظيفة ترفهية لتطبيق التيك توك هذه الأخيرة لها غاية هي الحفاظ على البناء الاجتماعي ككل (التطبيقات) وهذه تعمل بالإضافة الى وظائف أخرى على تحقيق الإنسجام.

➤ نظرية الإستخدامات والإشباعات :

-تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات :

يطلق عليها البعض نموذجا والبعض الآخر مدخل ويطلق عليه آخرون منظور².

¹ سميرنعيم احمد :النظرية في علم الاجتماع ،مرجع سابق،ص220-221
² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر ، دار المطبوعات الجامعية، 2010، ط 3،

وتعرف بأنها دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة¹.

-نشأة هذه النظرية:

ظهرت هذه النظرية لأول مرة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري لمؤلفيه الياهو" كانز وجي بلوملر (1974) Elihu katz and jay Blumeler ، وكانت الفكرة الأساسية للكتاب تدور حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

وتقول تلك النظرية أن جزءا مهما من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم، مثلما قال مارك ليفي هناك 5 أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة، التوجه المعرفي ،عدم الرضا ،التوجه العاطفي ،التسلية).

قدم هذا المدخل للمرة الأولى في عام 1959 حينما تحدث عالم الاتصال المعروف Katz عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيراتها على الجمهور، واقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة السؤال: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟

وكان الظهور الفعلي لمنظور الاستخدامات والإشباع عام 1944 في المقال الذي كتبه عالمة الاجتماع الأمريكية Herzog بعنوان الاستماع للمسلسل اليومي وإشباعاته، وتوصلت من خلال المقابلات التي أجرتها ، مع مائة من المستمعات الى المسلسل النهاري، الذي يقدمه الراديو إلى وجود اشباعات أساسية للاستماع إلى هذه النوعية من المسلسلات.

وتواصلت الجهود البحثية في هذا الميدان الجديد حتى وصلت إلى حالة من النضج تبلورت من خلالها عناصر هذه النظرية الجديدة وأهدافها وفروضها، لتصبح لها فيما بعد تأثير كبير في أولويات بحوث الإعلام في العالم لسنوات عدة².

-فروض النظرية

تعتمد هذه النظرية على خمسة فروض وهي:

¹ رجب عبد الحميد الأسلوب العلمي في إعداد وكتابة البحث الإمارات دار الكتاب الجامعي، ط1، 2015، ص 197.

² كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2011، ص 144،145.

-أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصورة تلبي توقعاتهم.

-يعتبر استخدام وسائل الاتصال من الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.

-التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجات الأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.

-يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع حاجاتهم.

-يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط¹.

-أهداف النظرية:

- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.

- فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.

- معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال².

- الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية:

شن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوما على هذه النظرية ومنظرها من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدرتها النظرية، بأن لها قدرة على إدارة الجمهور، ومن أبرز الانتقادات التي وجهت لنظرية الإشباع والاستخدامات:

-أولا: أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين open ended way حول الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام.

-ثانيا: اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة من أجل توزيعها تكراريا وتدرجيا تبعا لكثافتها.

1 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق ص141.

2 عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، قط، القاهرة، دار الفكر العربي، 2011 ص 300.

-ثالثا: لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الإشباعات التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.

-رابعا: فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيما بينها الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضا كميا أو مفاهيميا.

-خامسا: إن هذه الرسائل لم تعط صورة مفصلة وأكثر تصاعديا لإشباعات وسائل الإعلام لا تؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية¹.

-الرد على أهم الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات :

على الرغم من الانتقادات التي يتعرض لها مدخل الاستخدامات والإشباعات، إلا أنه يمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي، بالإضافة إلى إسهامات المدخل في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور، وتحديد الباحثين القائمة كبيرة من دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية تختلف وفقا لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة، كما أن استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات له أهمية واضحة في دراسة الجمهور، ويعتبر جزءا من السعي المستمر لتطوير بحوث الإعلام بعيدا عن نماذج الاتصال ذات التأثير المباشر نحو محاولات أكثر تقدما لفهم بين القائم بالاتصال والجمهور ووضعها في إطار اجتماعي أوسع إن مدخل الاستخدامات والإشباعات ليس مدخلا وظيفيا تطبيقيا، وأن مصادر التعبير قائمة سواء في سلوك الجمهور نحو الوسيلة أو في المضامين التي تقدمها الوسيلة ذاتها، فالتناقض بين الإشباعات والعلاقة التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات التي تتحقق بالفعل من التعرض لوسيلة ما يمكن أن يؤدي إلى تغيير في اختيارات الجمهور لوسائله المفضلة.

كما توجد ضرورة أن تتجه الاستخدامات والإشباعات لدراسة نوع وقوة العلاقة بين تلك الإشباعات التي لم تتحقق وتلك الإشباعات التي تتحقق بالفعل.

- لم يلتزم الباحثون ممن استعانوا بمدخل الاستخدامات والإشباعات بمنهج فردي، إذ أن العبارات الخاصة بوظائف الوسائل مع المستوى الفردي يمكن أن توجد عبارات موازية لها على المستوى الجمعي أو المجتمع ككل.

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، صان، دار أسامة للنشر والتوزيع، نط، 2014، ص85-86.

- تتمثل أهمية مدخل الاستخدامات الإشباعية فيما يتعلق بدراسة تكنولوجيا الاتصال الحديثة لمواقع التواصل الاجتماعي، مثلاً إذ يفترض أن المستخدمين لديهم أهداف معينة يريدون أن يحققونها من --- --
-إستخدامهم لتكنولوجيا قد تكون معقدة ومرتفعة التكلفة، وبالتالي تكون الاستخدامات الإشباعية المترتبة عليها¹.

-إسقاط النظرية:

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعيات التي تساعد الباحثين في التعرف على العادات والدوافع والإشباعيات المحققة من خلال استخدام وسائل الإعلام بصفة عامة والإعلام الجديد بصفة خاصة، وبما أن محور دراستنا يسلط الضوء على استخدام الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك والإشباعيات الترفيهية المحققة منه، تم اعتمادنا على هذه النظرية كونها تعتمد هذه الدراسة على فكرة الجمهور النشط، الذي يستخدم تطبيق التيك توك وأن الجمهور في ضوء هذه النظرية تنشأ لديهم دوافع لاستخدام تطبيق التيك توك وإشباع رغبات وحاجات ترفيهية، وتساعد الاستخدامات والإشباعيات في فهم وتفسير الأسباب التي تدفع بالطلبة الجامعيين لاستخدام تطبيق التيك توك وطرق تفاعلهم معه في ظل الثورة المعلوماتية، التي يشهدها عصرنا الحالي على اعتبار أن هذا التطبيق من بين التطبيقات الأكثر رواجاً واستخداماً في الوقت الحالي، كونه يلبي حاجات ورغبات وميولات الطلبة الجامعيين الترفيهية.

7-منهج الدراسة:

> يعرف المنهج على أنه المسلك الذي يؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة عدد من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة المعلومة².

يهتم المنهج الوصفي بدراسة الظواهر والأحداث، كما هي من حيث خصائصها وأشكالها والعوامل المؤثرة في ذلك فهو يدرس حاضر الظواهر والأحداث عن طريق توصيفها، مع جمع الجوانب والأبعاد ويهدف لإستخلاص الحلول وتحديد الأسباب .

>كما يعرف المنهج على انه فن التنميص الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة من اجل الكشف عن الحقيقة³.

¹ محمد جلوب الكناني، الإعلام الفضائي والجنس، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، دط، 2012، ص 2011، 212.

² بالخير سديد : منهجية البحث العلمي وأصالتها عند المسلمين : دار الخلدونية للنشر. والتوزيع، الجزائر 2013، ص 101.

³ نوزاد حسن احمد، المنهج الوصفي في كتاب سيبونا، جامعة قاز يونس، دار الكتب الوطنية، بنغازي، 1996، ص33

> ويعرفه عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات عل انه طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من اجل الوصل الى اغرض محددة لوضعية او لمشكلة اجتماعية معينة¹.

- اذا فلكل دراسة منهجها الملائم والخاص ويرجع ذلك لطبيعة مشكلة البحث والأهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها حيث استخدمنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي باعتباره خادما لبحثنا الحالي .
- وبالجمع بين التعاريف السابقة يمكن تعريف المنهج الوصفي انه ذلك المسلك والطريقة التي تعمل على دراسة وتحليل المعلومات والظواهر انطلاقا من عملية وصفها وصولا إلى حقائق وحلول تخص المشكلات.
- بما أن المنهج الوصفي يصف ويحلل ويفسر مختلف البيانات حول الظواهر المدروسة ، وإستنادا عما سبق فإن إعتقادنا على المنهج الوصفي يتيح لنا فرصة الجمع الوفير للمعلومات حول الظاهرة المدروسة وتحديد أسباب البحث فيها مع وصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها كميا وكيفيا تمهيدا للإجابة على تساؤلنا الرئيسي .

8- أدوات جمع البيانات:

لا يقوم أي بحث علمي في غياب أدوات جمع البيانات التي هي بمثابة المكونات والأدوات التي تعمل وفق آلية يعتمد عليها القائم بالدراسة قصد الإحاطة بجوانب دراسته و توفير المعلومات والبيانات الخاصة بالبحث المراد إنجازه حيث اعتمد ثاني دراستنا هذه أداتي الاستبيان والملاحظة ، انطلاقا من إستمارة الإستبيان والأسئلة التي تدور في محور توجيهنا البحثي وكذلك ملاحظتنا .

- تعريف الإستبيان : أداة الإستبيان أو كما يحلو للبعضى تسميته بالاستفتاء، هو عادة يعبر عنه بمجموعة في الأسئلة والاستفسارات، مرتبطة بعضها البعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث وترتبط أسئلة الاسبيان عادة بموضوع البحث والمشكلة التي إختارها ، وترسل أسئلة الاستبيان المكتوبة هذه عادة بالبريد العادي أو أي طريقة أخرى ، كالبريد الالكتروني إلى مجتمع البحث أو إلى مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات الذين إختارهم الباحث كعينة لبحثه².

- وقد تكونت استمارة الاستبيان الإلكتروني من 29 سؤالا موزعة على خمسة محاور ، وقد تم توزيع 100 إستمارة واسترجاع 100 إستمارة .

1 عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1995، ص136

2 - عامر ابراهيم قنديلجي : منهجية البحث العلمي ؛ دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع؛ عمان؛ 2012؛ ص 224.

الملاحظة تقريبا لا يمكن الاستغناء عن اداه الملاحظة في اي بحث علمي ويرجع ذلك للأهمية البالغة التي تلعبها هذه الأخيرة في توفير البيانات والمعلومات التي تسعى لحل مشكلة الدراسة:

- تعريف الملاحظة: هي من اقدم وسائل جمع البيانات / المعلومات، استخدمت للتعرف على الظواهر والاحداث بشكل عام وفي العلوم الاجتماعية بشكل خاص وتعد احد الوسائل المتعلقة بجمع البيانات والمعلومات عبر السلوكيات العقلية والمشاعر والمواقف والاتجاهات بالنسبة للفرد، ولها طبيعة خاصة لانها تؤدي الى معلومات لا يمكن للوسائل الاخرى الحصول عليها مثل دراسة سلوك احد العمال ومراقبة انتاجية العمال فالملاحظة عبارة عن تفاعل وتبادل بيانات بين الباحث والمبحوث بغرض جمع البيانات /المعلومات، المحدده حول موضوع معين¹.
- كما يمكن تعريف الملاحظة: على انها عملية مراقبه لسلوك الظواهر والاحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهها وعلاقتها باسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد تفسير العلاقة بين المكونات والتنبؤ بسلوك الظاهرة او الحدث وتوجيهها لخدمة اغراض الانسان وتلبية متطلباته².
- استنادا لما سبق وجمعا بين التعريفين يمكن تعريف الملاحظة: على انها اداة لجمع البيانات تتجسد في رصد ومتابعه الظواهر او سلوك الافراد والتدقيق في التفاصيل التي لها علاقه وموضوع البحث، بهدف تحليل الظواهر ورسم صورته لنتائج الدراسة.
- شبكه الملاحظات:

قبل مباشرتنا لدراستنا البحثية والسعي نحو توفير المعلومات والبيانات التي تساهم في رفع اللبس عن موضوعنا الذي جاء تحت عنوان "الوظيفة الترفهية عبر التطبيقات الالكترونية -دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي منصة تيك توك-" اذا تطلب منا ذلك ضرورة النزول الى الميدان والتدقيق في تفاصيل افراد عينتنا حيث من الملاحظات التي احصيناها ورصدناها ما يلي:

1- امتلاك الطلبة تخصص اتصال(مفردات العينة) الى هواتف ذكية .

02- تثبيت تطبيق التيك توك على هواتفهم ولوحاتهم الذكية.

1 العوامة نائل حافظ:أساليب البحث العلمي ،2002،ص130

2 كمال دشلي:منهجية البحث العلمي،منشورات جامعة حماد سوريا كلية الاقتصاد،مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية،2016،ص89

03-الاستخدام الواسع لذات التطبيق بعد تسجيلهم عبر المنصة وانشاء حسابات خاصه بهم قصد متابعة مختلف المحتويات.

04- لم يعد الفيسبوك هو التطبيق الوحيد الذي يشغل الطلبة ويثير اعجابهم بل اصبحت هناك تطبيقات منافسة تلفت الانتباه.

05-لعل الفاسبوك كان يسمح بالتعامل والمشاركة عبر الكتابة فقط الا ان التيك توك اتاح فرصه اخرى كمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة التي تحمل مؤثرات صوتية او ما يطلق عليه (الترند) اي ان التيك توك يملك مزايا من نوع اخر.

06-ملاحظتنا للاهتمام الكبير للجنس الانثوي بتطبيق تيك توك مما قد يجسد الفرق بين نسبه الاستخدام لتطبيق تيك توك بين الاناث والذكور.

07-لجوء الطلبة الى محتويات منصة تيك توك في اوقات فراغهم خاصه عند انعزالهم وكذا عند شعورهم بضغطات الدراسة والحياة اليومية.

08-هناك من افراد العينة من يعيش حاله ادمان لمنصة تيك توك ومضامينها.

09-امتلاك غالبية الطلبة لتطبيق تيك توك وذلك مقارنة بالفيسبوك الذي أصبح تطبيق للتواصل اما عن التيك توك فقد اتاح التفاعل فهو تطبيق للتفاعل بين مختلف الشرائح.

10-كما لاحظنا ان هناك من الطلبة من هم من صانعي محتويات تيك توك من خلال اللقطات والفيديوهات التي يلتقطونها ويتداولونها فيما بينهم كذلك البعض الاخر الذين هم من زوار المنصة ومتابعي المضامين فقط.

11-أصبح وجهة لهم نظرا لحدائته وتنوع وكثرة مضامينه حيث طغى استعماله وبات في الصدارة.

12-ايضا لاحظنا ان الشهرة هي غاية بعض الطلبة والطالبات مستخدمي المنصة.

13-لاحظنا ايضا ان الفئات العمرية التي تستخدم تيك توك تتراوح اعمارهم بين 18 الى 30 سنة.

14-يوجد العديد من الطلبة الذين يزورون التطبيق لمشاهده المحتوى المضحك والترفيهي.

15-لاحظنا أن عنصر الاناث أي الطالبات في مجتمع دراستنا يقومون بالولوج إلى منصة التيك توك بغية البروز إلى عالم الشهرة وتحقيق الريح المادي .

- 16-اغلب الذين يهتمون بمنصة التيك هم من الفئة الشبانية او بمصطلح أدق الفتية.
- 17-هناك من الطلاب من له مسؤوليات حياتية والتزامات عائلية وأخرى عملية لا تسمح له بالولوج او التفرغ الى المنصة والاهتمام بالجانب الترفيهي.
- 18-لاحظنا بأن فئة من أفراد العينة لا تهمهم مصالح المجتمع من خلال المضامين التي يتفاعلون معها عكس من لا يرتبطون بمنصة تيك توك بشكل كبير.
- 19-لاحظنا من الطلبة الذين يعرضون الفيديوهات عبر تيك توك لا يهتمهم اذا ما كانت تمس بالغير او احترامه .
- 20-لاحظنا تصوير فيديوهات لتيك توك في الحرم الجامعي دون مراعات المارة او اخذ إذن تصويرهم .
- 9-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث :>المجتمع هو مجموعة من الأفراد المشتركين في نفس الخصائص ،ومجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل او المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا انه يصعب الوصول الى هذا المجتمع المستهدف لضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح او الممكن الوصول اليه والاقتراب لجمع البيانات والذي يعتبر عادة ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها ونختا منه عينة البحث ¹.

>ويعرف أيضا بأنه مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خصائص تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري عليها البحث او الدراسة ².

إذا فمجتمع البحث هو تلك الفئة من الأفراد التي يقصدها الباحث من أجل دراسة ظاهرة ما فيمثل بذلك مجموعة العناصر الى لها علاقة بمشكلة البحث، يباشر الباحث في تحديدها كي يسهل عليه تعميم نتائج الدراسات على باقي أفراد المجتمع المدروس.

1 الدعليج بن عبد العزيز:مناهج وطرق البحث العلمي ،دارصفاء للنشر والتوزيع ،2010،ص77.

2 موريس انجرس ،بوزيد صحراوي و آخرون:منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،الجزائر ،دار القصبية للنشر والتوزيع ،2006،ص298.

ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال المستخدمون لتطبيق التيك توك جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي-تبسة- والذين بلغ عددهم 500 مفردة

➤ عينة الدراسة:

➤ بغرض تقريب مفهوم العينية إلى القاري نقول بأن الفرد عادة يقوم بتذوق جزءاً أو ملعقة صغيرة من الطعام المطبوخ أو الموضوع في القدر أو الإناء الذي يوجد فيه الطعام، الذي ينوي تناوله وذلك بعرض معرفة معناه وقوة تركيبته وملائمه لمذاقه.

➤ ويمكن تعريف العينية **Semple**، المستخدمة في البحث العلمي، بأنها نموذج يشمل ويعكس جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يعنى الباحث عن دراسته كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل وحدات المجتمع المعني بالبحث¹.

➤ وتعرف أيضاً بأنها الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل او المنمذج الذي يجري الباحث مجمل محور عمله عليها ولا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة باختيار العينات².

➤ تحديد عينة الدراسة: العينة العشوائية الطبقية.

• تعريف العينة العشوائية الطبقية:

تعني تقسيم افراد مجتمع البحث لفئات طبقاً لخصائص معينة شريطة ان يكون هناك فرق فعلي بين الفئات ويتم الاختيار من كل فئة بسحب عشوائية³.

• وتعرف أيضاً: انها نوع من أنواع العينات الذي تعتمد كذلك على تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح وفئات وطبقات مهنية أو اجتماعية أو تعليمية⁴.

هناك العديد من الأسباب والاعتبارات التي قادتنا إلى اختيار وتحديد حجم العينة من أهمها الإمكانيات المادية المتاحة و التزامنا بوقت محدد لإجراء الدراسة.

1 - عامر إبراهيم قنديلجي: مرجع سبق ص186.

2 خالد احمد فرحان المشهداني، رائد عبد الخالق عبد الله العبيدي :مناهج البحث العلمي ،دار الأيام للنشر والتوزيع ،ط1، 2015،ص229.

3 العساف صالح حمد:المدخل إلى البحث في العلو السلوكية،الرياض،دار الزهراء،2012،ص114.

4 عامر إبراهيم قنديلجي:مرجع سابق،ص140 .

حيث أننا اعتمدنا في الأساس في اختيار حجم العينة، حسب نوع الدراسة والتي هي نوعية بهدف الحصول على معلومات جديدة تساعد على فهم البحث وتوصلنا إلى ما يخدمنا في هذه الدراسة.

حيث ان في دراستنا يبلغ حجم مجتمع الدراسة 500 مفردة من طلبة قسم الاتصال.

واخترنا منه نسبة 20% كحجم لعيتنا أي ما يقبلها 100 مفردة.

وبما أن مجتمع بحثنا ينقسم الى عدة فئات كالآتي:

-ثالثة ليسانس اتصال. 204 منهم 60 ذكور/ 147 إناث

-أولى ماستر اتصال تنظيبي. 136 منهم 38 ذكور/ 98 اناث

-ثانية ماستر اتصال تنظيبي. 160 منهم 58 ذكور/ 102 اناث

ولحساب عدد الأفراد الذين يمثلون عينة دراستنا لابد من المرور على القانون الخاص بالعينة العشوائية الطبقية كالآتي:

● عدد افراد الطبقة = عدد افراد الطبقة الكلي/حجم مجتمع الدراسة X حجم العينة.

- طلبة الثالثة اتصال:

$$\text{العينة المطلوبة} = 100 \times 500 / 204 = 41 \text{ العينة المطلوبة} = 41$$

حسب الجنس

$$\text{عدد الذكور} = 41 \times 204 / 60 = 12 \text{ عدد الذكور} = 12$$

$$\text{عدد الإناث} = 41 \times 204 / 147 = 29 \text{ عدد الإناث} = 29$$

- طلبة الأولى ماستر:

$$\text{العينة المطلوبة} = 100 \times 500 / 136 = 27 \text{ العينة المطلوبة} = 27 \text{ طالب}$$

حسب الجنس:

عدد الذكور = 27 X 136/38 = 8 عدد الذكور = 8

عدد الإناث = 27 X 136/98 = 19 عدد الإناث = 19

- طلبة الثانية ماستر:

العينة المطلوبة = 100 X 500/160 = 32 طالب العينة المطلوبة = 32 طالب

حسب الجنس:

عدد الذكور = 32 X 160/58 = 12 عدد الذكور = 12

عدد الإناث = 32 X 160/102 = 20 عدد الإناث = 20

➤ **حدود الدراسة (المكان والزمان):** نظرا لتأطير العمل الميداني في كل بحث على وجب، القائم بالدراسة الوقوف عند حدود معينة يقوم برسمها والسير حسب شروطها المكانية والزمانيات.

9-1- الحدود المكانية والبشرية (المجال المكاني والبشري):

إتباعا لمتطلبات دراستنا وبعد اختيارنا لعينة تخدم الموضوع فقد أجرينا دراستنا على مستوى مدينة تبسة وتحديدًا بـ جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - قسم علوم الإعلام والاتصال. حيث يتميز هذا الحد المكاني بخصوصيات دفعت بنا إلى اختياره وهي تواجد مجتمع دراستنا وهم طلبة قسم الاتصال من سنة ثالثة اتصال واولى وثانية ماستر تخصص اتصال تنظيمي، كذلك ما يميز هذه الفئة المراد اجراء دراستنا عليها من حيث الجانب التعليمي وكذلك لأنهم من نفس تخصصنا ويسهل التعامل معهم في الإطار البحثي إضافة إلى استخدامهم واهتمامهم بمنصة التيك توك لأن تصورنا بحكم المستوى الدراسي والتخصص يرسم لنا رؤية مختلفة لاستخدامهم للمنصة وكذلك التنوع الجنسي من اناث وذكور والفروق العمرية.

2-9-الحدود الزمانية :

بعد توفيق من الله عز وجل تم الشروع في هذه الدراسة بداية من منتصف شهر نوفمبر 2022 حيث انطلقنا في جميع الزاد العلمي والمادة الأولية التي تتماشى وموضوع بحثنا ودام ذلك إلى غاية بداية تربصنا الميداني منتصف شهر مارس 2023 إلى غاية نهاية أفريل وبعد توزيع استمارة الاستبيان على أفراد عينتنا واستخلاص النتائج والبيانات وتحليلها فترامن ذلك مع بداية شهر ماي 2023. حيث ان سنة 2023 تميزت ببروز منصة التيك توك وتصدرها المراتب الأولى ، فأصبحت أكثر شيوعا وأكثر استخداما من طرف شرائح المجتمع المختلفة وخاصة الطبقة المتعلمة وهذه الأخيرة أصبحت تستخدم المنصة بصفة كبيرة على خلاف غيرها من التطبيقات مثل الفاسبوك ، تويتير وغيرهم .

10-تحديد المفاهيم والمصطلحات:

➤ -مفهوم الوظيفة:

❖ لغة: جاء في لسان العرب <في مادة (وظف) الوظيفة من كل شيء ما يقدر له في كل يوم من رزق أو طعام أو علف أو شراب وجمعها الوظائف والوظف ووظفت الشيء ووظفه توظيفا الزمها إياه وقد وظف له توظيفا، على الصبي كل يوم حفظ آيات من كتاب الله عز وجل؛ والوظيف لكل ذي أربع ما فوق الرسغ إلى مفصل الساق ووظيفا يدي الفرس ما تحت ركبتيه إلى جنبه ووظيفا رجله إلى ما بين كعبيه إلى جنبه¹.

وهو أيضا <المعنى المباشر الظاهر ووظيفة الأخلاق هي إقامة معيار السلوك في

إطار الجماعة المحافظة على توازن العلاقة واستمرارها².

❖ اصطلاحا: <هي وحدة من وحدات العمل تتكون من عدة أنشطة مجتمعة مع بعضها البعض في الموضوع والشكل ويمكن أن يقوم بها فرد واحد أو أكثر³.

¹جلول توهامي: مفهوم الوظيفة بين النحو واللسانيات ،مجلة البحوث والدراسات ،المجلد 20 ،ع16، الاغواط، 2023، ص129-128.

² نصر سالم موسى أبو مصطفى: وظيفة العلاقات العامة الدبلوماسية في المنظمات الطوعية ،رسالة لنيل درجة الدكتوراه الفلسفة في العلاقات العامة والاعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2016 ص 4 .

³-موقع المنتدى العربي لإدارة الموارد البشرية ،قاموس المصطلحات الإدارية [https:// hrdiscussion.com](https://hrdiscussion.com) 15/02/2023 تاريخ الولوج 06: 13 .

كان دي سوسير أول من قال بأن الوظيفة الأساسية للغة هي التواصل "حين يرد مصطلح الوظيفة دالاً على علاقة فالمقصود العلاقة القائمة بين مكونين أو مكونات في المركب الإسمي أو الجملة"¹.

وفي المقابل نجد أن :

الوظيفة في المفهوم الإعلامي تعني: >الآداء الذي تقوم به وسيلة من وسائل الإعلام بالنسبة لجمهور في مجال معين (التعليم، الأخبار، الإرشاد، التوجيه، والوظيفة الظاهرة والوظيفة الكامنة) وقد لجأ قسم من الباحثين الإعلاميين إلى تبني هذه المفاهيم في تحليلهم لنظم الإعلام والانساق الاتصالية ومن أبرزهم (لا زويل، وروجيز كلاوس وجارلس رايت) وعليه فإن الوظيفة المركزية لأي عملية اتصالية تتضح في إطارها العام من خلال النمط الاتصالي الذي تتخذه². من خلال التعاريف السابقة يمكننا تعريف الوظيفة إجرائياً:

➤ التعريف الإجرائي:

الوظيفة هي ذلك النشاط والتفاعل الذي يتجسد في قالب خدمة تقدمها وسيلة إعلامية لجماعة من المتلقين بهدف إشباع رغبات معينة في مجالات مختلفة وتعالج قضايا عديدة كالرغبات الترفيهية مثلاً.

➤ 2- مفهوم الترفيه:

❖ لغة: الرء والفاء والهاء أصل واحد يدل على نعمة وسعة مطلب ، من ذلك الرفه وهو ان ترد الإبل كل يوم متى شاءت³.

-الترفيه تقابله في الإنجليزية >>Entertainment اشتق من رفه بمعنى نفس وروح ويشتق من الانجليزية entartai معناه يستضيف "أو يكرم وفادة" أو يسلي بمعنى استضافة المتلقي لتمضية وقت ممتع ولطيف بعيداً عن مشاغله وهمومه.⁴

¹أحمد المتوكّل: المنحى الوظيفي في الفكر اللغوي العربي ، الاصول والإمتداد ،دار الأمان ،الرباط ،الطبعة الأولى ،2006 ص 22.

² طارش جاسم العقابي:الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية في العراق ،رسالة درجة دكتوراه الفلسفة في الاعلام ،جامعة بغداد،2004، ص30.

³أبي الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء ،معجم مقاييس اللغة ،الجزء2،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ،1979،ص419.

⁴ عكاك فوزية:الترفيه و اوقات الفراغ لدى الشباب مجلة المربي،العدد21،الجزائر،2018،ص27 .

❖ اصطلاحاً: هو نوع من أوجه النشاط التي تمارس في وقت الفراغ والتي يختارها الفرد بدافع شخصي لممارستها والتي يكون من نواتجها اكتساب العديد من القيم البدنية والاجتماعية والمعرفية¹.

الترفيه يتعلق بالألوان والأنشطة التي يمارسها الفرد خارج أوقات عمله، وهو بهذا يدل على أن الفرد اختار بضعة أوجه من الأنشطة لممارستها طوعاً نتيجة لرغبة داخلية دافعة وان المشاركة في هذه الألوان من الأنشطة تمدده براحة ورضى نفسي².

❖ التعريف الإجرائي للترفيه:

هو عبارة عن مجموعة النشاطات التي يتبناها الفرد وتتم عملية ممارستها بوسائل وأشكال عديدة ، في أوقات الفراغ بغية التنفيس عن النفس ومن اجل رفع من مستوى القدرات النفسية والاجتماعية والصحية ومثال ذلك الترفيه عبر التطبيقات الإلكترونية وبالأخص عبر منصة tik Tok.

➤ تعريف الوظيفة الترفيهية:

❖ اصطلاحاً:

❖ هي الترويح عن الجماهير وتخفيف أعباء الحياة عنهم³.

❖ التعريف الإجرائي للوظيفة الترفيهية:

تتمثل الوظيفة الترفيهية في دراستنا في خروج طلبة قسم الاتصال جامعة تبسة من الضغوطات اليومية والتوتر واحساسهم بالمتعة، عن طريق استخدام منصة تيك توك.

➤ تعريف التطبيقات الإلكترونية: >هي عبارة عن منصات وبرامج إلكترونية تقوم على الاستفادة

من تكنولوجيا الصوت والصورة وبراعة البرمجة والتصميم الإلكتروني في الخروج بمنصة مذهلة وجذابة وسهلة التعامل⁴.

وهي ايضاً >عبارة عن برامج تصممها الشركات المصنعة للهواتف أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف أو شركات أخرى متخصصة في صناعة التطبيقات ويقوم المشترك بتنزيلها على هاتفه من متاجر شركات

¹ كمال درويش ، محمد الحمامي ، رؤية عصرية للترويح وأوقات الفراغ، ط3، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، 2007، ص55

² إحسان محمد الحسن ، علم إجتماع الفراغ ، ط2، دار وائل للنشر ، عمان ، 2009، ص60.

³ الفصل الثاني - محمد سرهد ، متاح على الموقع: <https://mohammadmsrhd.blogspot.com> ، تاريخ

الولوج : 2023/01/17 على الساعة 13:55.

⁴ موسوعة كويبيديا: متاح على الموقع <https://www.qpedia.org> تاريخ الولوج 2023/04/11 على الساعة 22:32

الهواتف العالمية على حسب نوع نظام تشغيل الهاتف وتقدم هذه التطبيقات خدماتها للمستخدم والتي تفيده في حياته اليومية في شتى المجالات، كالتطبيقات الرياضية، الإخبارية أو التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو تطبيقات ترفيهية، دينية، علمية، تعليمية، سياحية¹.

❖ كما يمكن تعريف التطبيقات الإلكترونية على أنها: برامج >تصمم بواسطة مجموعة برمجيات الكترونية تثبت على الأجهزة النقالة والحواسيب المحمولة والمكتبية وتتاح تلك التطبيقات الذكية على العديد من الأجهزة الالكترونية...²

❖ التعريف الإجرائي للتطبيقات الإلكترونية: تعتبر نوع من أنواع البرامج الإلكترونية التي صممت بتكنولوجيا عالية قصد تثبيتها على الأجهزة واللوحات الالكترونية الذكية كالهواتف النقالة والحواسيب، بعد تحميلها من المتاجر عبر الانترنت، ويتم استخدامها بهدف تقديم خدمات متنوعة واشباع رغبات نفسية واجتماعية كاستخدام منصة تيك توك لإشباع الرغبات الترفيهية.

➤ تعريف الاستخدام:

لغة: من استخدم، استخدما اي اتخذ الشخص خادما اي يخدمه فهو خادم وخدام له.

ويعرف أيضا: في اللغة العربية من الفعل استخدام، استخدم استخدمه اتخذه خادما

اصطلاحا: > نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار وبتكرار الاستعمال واندماجه في ممارسات وعادات الفرد، يمكن القول بأن الاستخدام وسيلة إعلامية وما يتحدد بالخلفيات الديمقراطية والاقتصادية للأفراد فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجيا هي مصدر سيرورة الاستخدام³.

التعريف الإجرائي للاستخدام: يمكننا تعريف الاستخدام في دراستنا على أنه عملية الولوج والتصفح لمنصة التيك توك من طرف طلبة قسم الاتصال لجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي -تبسة- بهدف تحقيق رغباتهم الترفيهية والترويح عن أنفسهم.

¹ ناصر احمد العدساني: أهمية استخدام التطبيقات الالكترونية الموافقة مع الأجهزة الجواله في اعمال المنشئات الفندقية، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد46، الكويت، 2022، ص6.

² احمد عطية ربع الفايد: اثر التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد32، السعودية، 2021، ص424.

³حسن شفيق: نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، الجزائر، ط1، 2014، ص286.

➤ تعريف التيك توك:

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي على الأنترنت يمكن استخدامه لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها مثل مقاطع الرقص والكوميديا والتعليم ونحوها، والتي تتراوح مدتها غالبا من ثلاث ثواني إلى دقيقة واحدة أو ثلاث دقائق لبعض المستخدمين¹.

ويعرف أيضا على > أنه تطبيق اجتماعي شهير متخصص بصناعة مقاطع الفيديو القصيرة ومشاركتها مع الأصدقاء وغيرهم من المتابعين على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة ويتيح التطبيق للمبدعين الهواة والمحترفين ميزات إضافة المؤثرات والتسجيلات الصوتية والفلترات والملصقات إلى مقاطع الفيديو الخاصة بهم بالإضافة إلى قدرة رواده على إنشاء مقاطع فيديو ثنائية مشتركة متناسبا مواقعهم الجغرافية المختلفة².

ويمكن أن نعرفه بأنه >تطبيق تقني يتيح لمستخدميه إنشاء حساب لإعادة صنع نسخ قصيرة لتمثيلات سمعية بصرية مختلفة من الأغاني والمسرحيات والمواقف المشهورة التي يتم تسجيلها سابقا بالصوت، بحثا عن الإعجاب عن طريق التصويت من بقية المشاهدين المستخدمين لنفس التطبيق.³

➤ تعريف الطالب الجامعي:

❖ اصطلاحا:

> والذي اكتسب المعلومات عن طريق الدراسة النظامية الطويلة بالجامعة وبنوع خاص أتقن دراسة أكاديمية أو أكثر على معرفة تفصيلية ومهارة في البحث والتحليل النقدي في ميدان دراسته⁴.
ويعرف أيضا: >على أنه كل متعلم مسجل في معهد عال أو جامعة أو كلية⁵.

1. 11-الدراسات السابقة:

هي تلك الأبحاث والدراسات التي سبق وأن تناولت جانب من الموضوع الذي قام الباحث بدراسته كدراسة أحد متغيراته وبذلك تكون ذات صلة بعنوان البحث الحالي، يتم اللجوء إلى هاته الدراسات من أجل اثراء

1 دانة أبو أصفر، تطبيقات وبرامج: متاح على الموقع تاريخ، الولوج: 2023/04/08 الساعة 15:30 <https://tech.mawdoo3.com>

2 أبو هناء عبد الله السواح الجندي الازهري:فتح ملك الملوك في معرفة حكم التيك توك، أمريكا، 2021، ص03 .

3 زكرياء خراب:ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق التيك توك، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام الراي العام، مجلد2، العدد 2019، ص45.

4 محمد حمدان: معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، دار الفوز والمعرفة، عمان، 2007، ص87.

5 ميشال جرجس: معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2005، ص305.

الدراسة وفك اللبس عن مختلف الشوائب لأنها ذات فعالية في الفهم الجيد للموضوع المراد دراسته قبل التطرق لمراحل البحث الأخرى.

➤ الدراسة الأولى:

كانت للباحث "رياض زريقي" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص علوم الإعلام والاتصال، بعنوان "الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفاسبوك -طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نموذجاً- وكان ذلك سنة 2020/2021م.

• اشكالية الدراسة:

تدور حول وسائل الإعلام ووساطتها في المجتمع وتكوينها لعدة تصورات وتحديد إدراك الأفراد بربطها بين الواقع الاجتماعي الخارجي والتجربة الشخصية كما تمت الإشارة إلى الترفيه باعتباره أحد الوظائف الإعلامية في ضوء الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي حيث يلجأ الطلبة لتلبية رغباتهم الترفيهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إذ انتهى ذلك بتساؤل رئيسي مفاده:

"ما فعالية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تلبية الحاجات الترفيهية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة؟"

وتندرج منه فرضية عامة كالآتي:

"تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تلبية حاجات طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة من الترفيه، رغم منافسة مصادر إعلامية أخرى لها، وذلك لما توفره من تفاعلية وفي كنف بيئتهم الثقافية والاجتماعية "

• وفرضيات فرعية:

- طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها، لذا فهم يختارون المضامين والوسائل المناسبة لإشباعها. وذلك وفق عوامل الفروق الفردية.

- تتنافس شبكات التواصل الاجتماعي مع مصادر إعلامية أخرى في تحديد اختيارات المضامين الترفيهية لدى طلبة جامعة محمد خيضر قصد إشباع حاجياتهم

- المعايير الثقافية والاجتماعية لدى طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة لها تأثير على استخدام المضامين الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي.

• وتم اتباع إجراءات منهجية:

تجلت في اعتماد منهج المسح الاجتماعي (المسوح عبر الأنترنت)، المنهج الاثنوجرافي، المنهج التجريبي، واعتمد الباحث أداة الاستمارة الإلكترونية لجمع البيانات، المقابلة، التجربة الملاحظة بالمشاركة، وايضا العينة الطبقية حجمها (382) مفردة.

• أهداف الدراسة:

يمكن حصرها فيما يلي:

- تحديد الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي عامة، والفاسبوك خاصة في تلبية الاحتياجات الترفيهية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة. والتعرف على اسباب تشكلها.

- معرفة طبيعة المضامين الترفيهية المنتجة عبر شبكات التواصل الاجتماعي عامة، والفاسبوك خاصة من طرق جامعة محمد خيضر بسكرة، ثم مقارنتها بما هو متناول.

- محاولة التقديم عبر شبكات التواصل الاجتماعي عامة، والفاسبوك خاصة مضامين حاملة لرسائل محددة مسبقا ودراسة أثر هذه الرسائل على الطلبة. قصد التعرف على ماهية وكيفية صناعة المضامين الترفيهية الاكثر تأثيرا.

• نتائج الدراسة:

- يمكن اعتبار طلبة جامعة محمد خيضر جمهور نشط تتحكم الفروق الفردية الخاصة بهم في اختيار المضامين المشبعة لحاجاتهم الترفيهية.

- ان طلبة جامعة محمد خيضر يستخدمون بالخصوص الفاسبوك وبالعموم شبكات التواصل الاجتماعي وبشكل دائم لإشباع حاجياتهم من الترفيه، رغم منافسة المصادر الاعلامية الأخرى لها.

- إقرار الطلبة بإرضاء حاجياتهم من الترفيه بمضامين لا يتقبلها المجتمع وبغض النظر عن مصدرها المحلي أو الأجنبي.

التعليق على الدراسة:

لقد كانت لدراسة "رياض زرقى" عدة أوجه تشابه مع دراستنا حيث نجد أن كل منهما يدرس الجانب الترفيهي الإلكتروني (شبكات التواصل الاجتماعي، التطبيقات الإلكترونية) وكذلك استخدمتا الدراستين استمارة الاستبيان لجمع المعلومات وتم توزيعها على عينة طبقية. أما عن أوجه الاختلاف فتبين في كون

دراسة "رياض زروقي" تعلقت بالاستخدامات الترفيهية عبر تطبيق فيسبوك بصفة خاصة بينما في دراستنا خصصنا الترفيه عبر منصة تيك توك كما يختلف الدراستين في المنهج المتبع إذ اتبعنا في دراستنا المنهج الوصفي خلاف الدراسة الأخرى التي تبنت مناهج: منهج المسوح عبر الأنترنت المنهج التجريبي، المنهج الاثنوجرافي. ولا ننسى أيضا نقاط الاستفادة انطلاقا من معرفة أسس الاستخدامات الترفيهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيق فيسبوك وكذلك اشباع الرغبات الترفيهية لدى افراد العينة.

➤ الدراسة الثانية:

دراسة ل «عيرج زينة» و«كحيلة عائشة» مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والإتصال تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، بعنوان "استخدامات الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك والاشباعات المحققة منه " دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والإتصال -بجامعة جيجل- وكان ذلك سنة 2022/2021 م.

• إشكالية الدراسة:

كانت تدور حول التطور التكنولوجي في العصر الحالي الا وهو عصر الانترنت وشبكات المعلومات والاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح بتبادل الاخبار والثقافات وسهولة الوصول إلى المعلومات حيث كان تيك توك من أبرز هذه الشبكات باعتباره الأشهر والأحدث ويتيح التفاعل والابداع وتفجير المواهب وذلك عند استخدامه يتم تحقيق اشباعات ورغبات مختلفة خاصة الاستخدامات من طرف الطلبة الجامعيين ومن هنا تم طرح:

• التساؤل الرئيسي:

فيما تكمن استخدامات الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك والاشباعات المحققة من ذلك؟

تفرعت منه اسئلة فرعية كالآتي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لطلبة التيك توك؟

- ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك؟

- ما هي طبيعة الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين من استخدامهم لتطبيق التيك توك؟

- وتم اتباع إجراءات منهجية:

بداية باعتماد منهج المسح بالعينة وأيضاً أداتي الملاحظة واستمارة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات إضافة إلى العينة القصدية ممثلة ب (88) مفردة

- أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك.
- الكشف عن الدوافع التي تؤدي بالطلبة الجامعيين إلى استخدام تطبيق التيك توك.
- التعرف على مختلف الإشباعات التي يحققها الطالب الجامعي جراء استخدام تطبيق التيك توك
- إثراء المكتبة الجامعية بهذا النوع من البحوث.
- التحكم في خطوات البحث العلمي.

- نتائج الدراسة:

- اوضحت الدراسة ان الوقت الذي يقضيه طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال في استخدامهم للتيك توك غير محدد كل حسب رغبته.
- توصلت الدراسة إلى أن سبب انجذاب الطلبة الجامعيين للتطبيق هو السيناريو الجيد للفيديوهات.
- أكدت الدراسة ان دافع استخدام الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك هو دافع التسلية والترفيه.
- أكدت الدراسة ان المضامين المفضلة لدى الطلبة الجامعيين هي المضامين الترفيهية.
- غالبية الطلبة الجامعيين أكدوا في مجملهم ان التيك توك يحقق إشباعات من حين لآخر.
- جاءت الاشباعات الاجتماعية محققة من استخدام الطلبة الجامعيين لتطبيق التيك توك هي التعرف على أحوال الناس والقضايا الاجتماعية.
- أكدت الدراسة ان الاشباعات النفسية التي يحققها التيك توك للطلبة الجامعيين هي المتعة.
- بينت نتائج الدراسة ان الاشباعات الترفيهية التي يحققها التيك توك للطلبة الجامعيين هي الإستماع لمقاطع الأغاني.
- أظهرت النتائج النهائية ان الطلبة الجامعيين يرون ان تطبيق التيك توك تطبيق سيئ بنسبة 56,25 % بالمقارنة مع الشبكات الاجتماعية الأخرى.

• التعليق على الدراسة:

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا كونها تعالج احد متغيرات دراستنا وهو تطبيق تيك توك والإشباعات المحققة منه بما فيها الاشباعات الترفيهية التي لقت اهتماما كبيرا انطلاقا من النتائج العامة للدراسة وكذلك اعتماد اداتي الملاحظة واستمارة الاستبيان واختيار طلبة الاعلام والاتصال كأفراد عينة هذه اوجه التشابه ،أما عن أوجه الاختلاف فقد ظهر اختلاف في المنهج إذ اتبعنا في دراستنا المنهج الوصفي بينما في هذه الدراسة كان منهج المسح بالعينة إضافة إلى الاختلاف في نوع العينة بين عينة طبقية واخرى قصدية وأيضا التوسع في مختلف الاشباعات المحققة من استخدام تطبيق تيك توك بينما نحن في دراستنا خصصنا بالذكر الوظيفة الترفيهية عبر التيك توك ،وهناك نقاط للاستفادة من هذه الدراسة التي افادتنا باكتشاف الأسباب والدوافع التي تتحكم في الانجذاب نحو تطبيق التيك توك ودور هذه المنصة الفعال في التنفيس والترويح عن النفس .

الدراسة الثالثة:

دراسة ل "وزان احمد أمين" و "العابد بالله معتز" مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر علوم الإعلام والاتصال بعنوان "أشكال تفاعل الشباب الجزائري على موقع تيك توك -دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقة – وكان ذلك سنة 2022/2021 م.

• إشكالية الدراسة:

تدور اشكالية هذه الدراسة حول السعي إلى كشف أشكال تفاعل الشباب ومختلف الممارسات الاتصالية لهم على موقع التيك توك وان أغلبية التطبيقات تدعم التواصل والمشاركة بين الأصدقاء حول العالم وكان من أبرز هذه التطبيقات والمواقع في الآونة الأخيرة والتي احدثت ضجة الا وهو تطبيق تيك توك.

يندرج التساؤل الرئيسي في:

-فيما تتمثل أشكال تفاعل الشباب على موقع التواصل الاجتماعي تيك توك؟

وتندرج ضمنه أسئلة فرعية وهي كالآتي:

-كيف يستخدم الشباب موقع التيك توك؟

-ماهي الممارسات الاتصالية للشباب على موقع التيك توك؟

-فيما تتمثل دوافع استخدام الشباب لموقع التيك توك؟

- ماهي انعكاسات استخدام موقع التيك توك على القيم الاخلاقية للشباب؟

• الإجراءات المنهجية:

تم الاعتماد على المنهج المسحي وتم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات، واعتمد على العينة القصدية وكان حجمها (170) مفردة.

أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام وتفاعل الطلبة لموقع التيك توك.
- التعرف على الدوافع التي جعلت من الطلبة اللجوء إلى التفاعل مع موقع تيك توك.
- تحديد الأغراض الذي يحققها الطلبة من استخدام موقع تيك توك.
- معرفة الأثر الذي يتركه استخدام هذا التطبيق لدى الطلبة.

• نتائج الدراسة:

وأهم هاته النتائج تم تلخيصه فيما يلي:

- كشفت الدراسة أن أفراد العينة يفضلون جهاز الهواتف الذكية لتصبح موقع تيك توك عكس الأجهزة الأخرى مثل اللوحات الالكترونية والحاسوب.
- أظهرت الدراسة ان افراد العينة يستخدمون التيك توك من أجل التصفح فقط ولا يوجد اهتمام واضح.
- أظهرت الدراسة ان نسبة كبيرة من افراد العينة تتفاعل مع مواضيع ترفيهية كشفت نتائج الدراسة ان نسبة أكثر من 38 % من افراد عينة الدراسة ان موقع تيك توك يتميز عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من حيث ثراء وتنوع المحتوى.
- أظهرت نتائج الدراسة ان أكثر من نسبة 31% من أفراد العينة يرون بأن من أهم الإشباعات التي حققها موقع تيك توك هي اكتساب شعبية بالإضافة إلى الشهرة.
- تبين من خلال الدراسة ان نسبة كبيرة من افراد العينة لا تؤثر فيهم فيديوهات تيك توك على قيمهم الاخلاقية بينما نسبة قليلة أخرى تؤثر فيهم
- من خلال الدراسة تبين ان نسبة كبيرة من افراد العينة يستخدمون موقع تيك توك غير من قيمهم الاخلاقية وأدى إلى طمسها وتحريفها.

-كشفت الدراسة أن نسبة أكثر من 33% كان تقييمهم لمضامين تيك توك بأنه مضمون سلمي لا يتسم بالاحترام ومراعات الآداب العامة.

• التعليق على الدراسة:

نجد أن الدراستين السابقة و الحالية حاولت التعرف على مستخدمي التطبيقات الالكترونية المتمثلة في التيك توك وتشابه أيضا هذه الدراسة مع دراستنا في العينة حيث وقع الاختيار على طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال و مدى تفاعلهم على موقع تيك توك بالإضافة إلى استخدام أداة الاستبيان في كلا الدراستين ونجد أيضا اوجه اختلاف تتمثل في أن الدراسة السابقة حاولت التعرف على تفاعل الشباب الجزائري على موقع تيك توك اما دراستنا حاولنا من خلالها التعرف على الوظيفة الترفيهية عبر التطبيقات الالكترونية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي منصة تيك توك، وتختلف الدراستان أيضا في نوع العينة إذ اخترنا العينة الطبقية بينما في الدراسة السابقة كانت القصصية وادوات جمع البيانات اعتمدنا الملاحظة والاستبيان وفي هاته الدراسة تم اعتماد الاستبيان فقط، اما عن نقاط الاستفادة استفدنا من الدراسة السابقة في التعرف على مدى تفاعل الشباب على موقع تيك توك وودافع استخدامه وممارسات التي يسعى الشباب إلى ممارستها عبر التطبيقات الالكترونية المتمثلة في التيك توك من أجل الترفيه واشباع الرغبات الترفيهية ..

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول

1- مفهوم الترفيه

2- 5- الترفيه مقارنة نفسية

3- الترفيه مقارنة اجتماعية

4- أهداف الترفيه

الترفيه والجانب الاقتصادي

6- أهمية الترفيه في وسائل الاعلام

7- وظائف الترفيه

المبحث الثاني :

- 1- مفهوم التطبيقات الإلكترونية
- 2- نشأة وتطور التطبيقات الإلكترونية
- 3- الإعلام الجديد- وسائل التواصل الاجتماعي -
- 4- نماذج عن التطبيقات الإلكترونية:
 - -فاسبوك
 - يوتيوب
 - التويتر
 - سناب شات
 - واتساب
- 5- تطبيق التيك توك كمثال ميداني
 - مفهوم التيك توك
 - نبذة عن مؤسس التيك توك
 - نشأة وتطور التيك توك
 - 6- إيجابيات وسلبيات التيك توك
 - 7- المحتويات الهابطة والذوق العام
 - 8- المضامين الترفيهية عبر منصة تيك توك

المبحث الأول: الترفيه

1- مفهوم الترفيه:

لقد اهتم العلماء ورجال الفكر بالجانب الترفيهي لما يمثله من أهمية في حياة الفرد والمجتمع ومن ثمة أفردوا العديد من البحوث وقد جاءت محملة بالعديد من الآراء والمقولات التي وإن اختلفت ظاهراً فقد توافقت عمقا وباطنا، فنجد تيلر مثلا ينظر للترفيه على أنه " نوعا من أوجه النشاط التي تمارس في وقت الفراغ والتي يختارها الفرد بدافع شخصي لممارستها والتي يكون من نواتجها اكتساب العديد من القيم البدنية والاجتماعية والمعرفية¹».

مما يعني أن الترفيه من الأفعال الإرادية التي لا يكون صاحبها مجبرا كما أنه يمارس حينها أي نشاط يرغب فيه وفي الغالب تكون هوايته المفضلة هي البارزة أثناء وقت الفراغ ومن ثمة يعمد للترفيه عن نفسه كأن يمارس الكرة أو يكتب أو يطالع كتب وغير ذلك من الهوايات والأشغال التي لا يكون فيها مرغما.

كما أن كارلسون Carlson يسوق وجهة نظره في هذا المجال إذ يرى بأنه " الخبرة في قضاء وقت ممتع وقضاء وقت فراغ يكون محض الإرادة الحرة للفرد ومن خلاله يحصل على اشباع فوري ومباشر²" ففي هذه المقولة نجد إضافة تمثلت في كون الترفيه يحتاج الى خبرة في تسيير هذا الوقت ومحاولة الاستفادة من كل دقيقة حتى يشبع الانسان رغباته الداخلية وعليه يعود لعمله الرسمي وقد أفرغ طاقاته السالبة بعد أن يتزود بحيوية ونشاط يدفعان به لممارسة مهامه بعدم وجد وعليه تكون الفائدة من الترفيه هي> الاسترخاء والرخاء النفسي³< والمتابع لحياة الأفراد أثناء العطل يلحظ أن كل واحد من هؤلاء تكون نيته المسبقة هي الراحة والتخفيف من أعباء الحياة ومشاكل الوظيفة، ففي المجتمعات مثلا تكون العطلة السنوية وحتى أيام العطل من المقدسات التي لا يتم فيها المزج بين العمل والراحة وعليه يكون الترفيه والترويح عن النفس > في الوقت الذي يكون فيه المواطن متحررا من جميع اشكال أشكال الاغتراب : أي الشروط و القيود والضغوط الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحضارية⁴ ومدلول هذا القول يدفع بنا للجزم بأن أي نشاط يمارسه الإنسان كوظيفة حين يدخل في فترة الراحة فإن صاحبه يكون قد

1 كمال درويش، محمد الحمامي رؤية للترويح وأوقات الفراغ ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة ، ط 1 ، 2007 ، ص 55.

2 احسان محمد ،مسلم ، علم اجتماع الفراغ ، دار وائل للنشر ، عمان، ط 2 ، 2009، ص 64.

3 كمال درويش، محمد الحمامي : مرجع سابق ص55

4 احسان محمد مسلم : مرجع سابق ص61

ألقى نشاطه الترفيهي لأننا كما أشرنا سابقا من أساسيات النشاط الترفيهي خلو البال من أية مشاغل مهما كبرت قيمتها أو صغرت ومع ذلك فإن وضع تعريفا دقيقا للترفيه يتفق عليه الجميع يكاد يكون مستحيلا لأن المعلومات غير متوفرة بشكل جيد. <الأمر الذي جعل مفهوم الترفيه يبدو مراوغا وتعريفه إشكاليا¹.

وفي الغالب فإن التعريفات تتوقف عند تأثيره أكثر من مضمونه وهذا ما نلاحظه في قاموس "وبستر" إذ جاء فيه <بأنه الفعل الذي يسلي أو يرفه أو يجعل الوقت يمر بطريقة مبهجة²> فالمتلقي لمثل هذا التعريف يدرك أننا أمام وصف الطاهرة معينة الى أعماقها دون الولوج كما أننا نجد " فلابر " يذهب بنا للقول بأنه <كل ما يمنح أو يريد أن يمنح نوعا من الارتياح من حقائق الحياة المكدره والترتبية³> فالمعنى هنا لا يختلف عن تعريفات سابقة نظرت للأمر ظاهرا بمعنى أن الترفيه هي الفترة التي يكون فيها الفرد خاليا من هموم الحياة متفرغا للهو والاستمتاع.

2- الترفيه مقارنة نفسية:

لا يمكن بأي شكل من الأشكال عزل الترفيه عن الجوانب النفسية للفرد إذ من غير المتوقع أن يكون الانسان متفرغا للتسلية وهو في حالة نفسية مزية وبما أن الترفيه يحتاج الى خلو النفس من مشاغل فهو بالتالي من ضرورياته الاستعداد الكلي للاستمتاع أكبر قدر ممكن وقد كان التلفزيون ولا يزال من أهم وسائل الإعلام المهمة القادرة على جلب اهتمام المجتمعات انطلاقا من برامجها المتنوعة ومنها البرامج الترفيهية ومن المؤكد أن الراغب في العملية الترفيهية إنما يسعى لتغيير نفسيته وتعديل مزاجه وهي النقطة الأساسية التي ينطلق منها أصحاب البرامج وقد أكد <كانز و نولكر الأهمية الاستثنائية للخصائص النفسية للفرد وعلى حالة الاغتراب واللاتوازن التي يعيشها الفرد في المجمعات الحديثة..... هذا التغريب ينتج الرغبة في الترفيه والهروب من الواقع⁴> .

مما يعني أن الفرد في العصر الحالي أحوج ما يكون للترفيه أكثر من أي وقت مضى ومن ثمة نجد أن الأهمية التي توليها وسائل الاعلام بمختلف أنواعها وأشكالها للترفيه يكون انطلاقا من معرفة العوامل

1 بوقرة رضوان: المداخل النظرية لتفسير ظاهرة الترفيه في المضامين الإعلامية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع8، جانفي 2015، ص 109.

2 المرجع نفسه، ص109.

3 المرجع نفسه، ص109.

4 بوقرة رضوان: المداخل النظرية لتفسير ظاهرة الترفيه في المضامين الإعلامية ، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية ، ع8، جانفي 2015، ص 110.

النفسية ولأن البرامج التلفزيونية تخضع في الغالب لدراسة السوق ومتطلباته فقد كان لزاما وجود الترفيه وتوظيفه إيماناً من أصحاب المؤسسات الإعلامية لقيمته ومدى الفائدة المرجوة من ورائه ولأن المتلقي صار هو المركز والمركز الذي تدور حوله النتاجات الثقافية وعليه فإننا نلاحظ بأن > المتلقي وفق هذه النظرية يحظى بمكانة مركزية فهو نفسه الدافع وراء وجود المضامين الترفيهية في وسائل الإعلام وفي الوقت ذاته هو موضوع التأثير بالنسبة لهذه المضامين بمعنى يصبح في آن واحد بسبب العملية وموضوعها¹. والمتابع لأكثر لهذه الحصص المخصصة للترويج عن النفس يلمس التأثير المباشر للمجتمع تماشياً مع تغير النفسيات البشرية خاصة الدور الذي يلعبه جيل اليوم فأكثر ما يبث من ترفيه يقدمه الشباب -وهو في الغالب موجه لفئة عمرية معينة.

3- الترفيه مقارنة اجتماعية:

يعتبر الترفيه في العصر الحديث ظاهرة اجتماعية وحاجة انسانية والمتابع لما ينتج من برامج يتفق ان المنتج لمثل هذه النتاجات يراعي في الغالب عادات المجتمع وتقاليده خاصة المجمعات المحافظة والتي لا تزال إلى الآن محافظة على الخصوصيات راسمة بذلك حدوداً لا يمكن تجاوزها ومن هنا فإن الترفيه يكون في الغالب بعيداً والكلام الخارج عما تمليه الأخلاق وحتى التعاليم السماوية.

ويذهب علماء الاجتماع الى الإقرار بأن الدواع الحقيقية لإيجاد مؤسسات ترفيهية وأماكن عامة للتسلية مرجعها الأساسي اجتماعي وليس نفسي ومن هنا فإن "مكاي" يرى بأن > الترفيه ليس سوى الاستجابة المناسبة لشعور المتلقي واحتياجاته الأصلية ولكن المتلقي حقيقة ليس من النوع الشخصي إنه من النوع الاجتماعي اي المجتمع² وعليه يكون الترفيه من هذه الوجهة مطلباً جماعياً وليس فردياً والواقع المعاش يثبت حقا بأن الترفيه يجد اقبالا من طرف المجتمع حتى الطبقات الكادحة تحاول بطريقة أو أخرى إيجاد سبيل للترفيه عن النفس.

ويضيف "مكاي" في هذا الاتجاه > إن بنية غالبية المجتمعات المعاصرة في وضع جعل الاغلبية الواسعة محرومة من الخيرات المادية، ولا تستطيع أن تحقق هدف تحسين أوضاعها المادية في هذه الحالة يمكن أن يتم تعويض تلبية هذه الحاجة بتقمص شخصيات نجوم وأبطال عالم الترفيه او بالمشاركة المزيفة في حياتهم الناجحة³ فالرغبة في الهروب من المعاناة والاحساس بالعجز تدفع بصاحبها لالتماس

¹ بوقرة رضوان، المرجع سابق، ص111.

² مرجع سابق، ص 111.

³ مرجع سابق، ص 111.

المنافذ التي تخرجه من واقعه الى ما هو آني ، شريطة أن ينسى من خلاله واقعه الدائم والمزري. وفي هذا المضمار نجد أن "جان ماري" قد هاجم الرؤية الأمريكية والتي ترى بأن الترفيه حاجة نفسية وبهذا الطرح المخالف نصبح امام فرضية تحيلنا الى أن الترفيه يدخل >ضمن السياقات الاجتماعية والاقتصادية والعمليات الاجتماعية الكبرى¹، وقد دافع هؤلاء على النظرية القائلة باجتماعية الترفيه.

4- أهداف الترفيه:

مما لا شك فيه أن للترفيه أهدافا بالغة الأثر في الحياة الخاصة والعامة ولقد استطاع العقل البشري من خلال الاهتمام للعوامل المساعدة على العملية الترفيهية أن يخطو بالمجمعات قدما إذ وجد الأفراد الذين يتعرضون للضغوطات العالية واليومية ملاذا متنفسا انطلاقا من الحدائق وصولا للألعاب والبرامج التي تبثها وسائل الميديا والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص .

➤ المجال الصحي:

من بين النشاطات المساعدة على الترفيه نجد الرياضة بمختلف أنواعها وهي في ظاهرها وسيلة من الوسائل الترفيهية إلا أنها في الحقيقة مفيدة للإنسان >إذ أنها تعمل على إكساب الفرد القدرات الحركية كالقوة والسرعة والتحمل والمرونة² < وهي بالتالي تساهم في بناء البنية الجسدية والتي تكون في الغالب مانعا قويا لإصابة صاحبه بالأمراض وهي الأهداف الاساسية التي تدفع لممارسة الرياضة.

➤ المجال النفسي:

لا يمكن الاختلاف حول الدور الذي تلعبه الوسائل الترفيهية والنشاطات المختلفة خارج مجال العمل إذ انها تعمل على تحسين الأمزجة والخروج من حالات الحزن والكآبة إذ أن تغيير الأجواء يساعد على استبدال >مشاعر الارهاق والتعب والجزع والتوتر بمشاعر البهجة والراحة ومن خلال الترفيه يمكن إشباع بعض الحاجات كالحاجة الى التقدير وتحقيق الذات والحاجة الى الانتماء³ ، وكلما اقتنع الانسان بالفائدة التي يضيفها الترفيه لحياته كلما كانت حالته النفسية في أحسن أحوالها فالذي يقدم

¹ بوقرة رضوان المداخل النظرية لتفسير ظاهرة الترفيه في المضامية الإعلامية، مرجع سابق، ص112

² سمير دحماني : العربي زعايش : دور الترفيه في توجيه سلوك الشباب ، دراسة ميدانية بجامعة الهدية : مذكرة تخرج لنيل شهادة مستشار الشباب ، السنة الدراسية 2013 / 2014، ص22.

³ سمير دحماني : العربي زعايش : دور الترفيه في توجيه سلوك الشباب ، مرجع نفسه ص22.

على النشاطات دون الأمل في جني المال تكون متعته أكبر وأفضل وقد يعود عليه بالفائدة المادية فيكون بذلك قد أصاب أكثر من غاية .

➤ اهداف اجتماعية:

أغلب النشاطات الترفيهية تركز على التواصل الجماعي المباشر وغير المباشر وعليه يكون هدف هذه الانشطة الربط بين أفراد الأسرة والمجتمع ومحاولة إزالة الحواجز المصطفة والتي يعاني منها الناس في الحياة العملية وكلما تعلق الفرد بالترفيه تكون العلاقات الاجتماعية أفضل إذ يسود جو من الأخوة والألفة والاحترام وعليه فإن القيم الاجتماعية تكون هي السائدة متمثلة في > قيم الأخوة والتفاهم والالفة والعدل وغير ذلك من القيم الايجابية التي تسهم في اكساب الفرد القدرة على إقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين¹ < ففي كرة القدم مثلا لا يتم التمييز بين الافراد إلا من خلال القدرات الفنية والقدرة على التحكم في الروح الجماعية

5-الترفيه والجانب الاقتصادي :

من بين الأهداف التي يسعى أصحاب المؤسسات الترفيهية الى تحقيقها الربح المادي وبالتالي الإسهام في دعم عجلة الاقتصاد وكلما تنوعت المجالات وازداد الإقبال كانت الحركة الاقتصادية أكثر نموا. فالترفيه يهدف إلى إمتاع الفرد والخروج به من رتابة الحياة وضيقها الى ما هو أفضل وعليه يسعى أصحاب مؤسسات الترفيه الى <مساعدة الفرد على القيام بوظيفة عن كفاية، وبالتالي زيادة الانتاج وقد أظهرت نتائج البحوث الحديثة أن تخفيض ساعات العمل ومنح العامل يومين عطلة أسبوعيا قد يساهم في زيادة معدل الإنتاج² > والواقع يثبت حقيقة أن الأفراد الذين يقضون وقت أطول في العمل دون الاستفادة من أوقات الراحة يقل إنتاجهم مع مرور الوقت لأن العامل النفسي يكون له تأثير على العقل والذي بدوره يؤثر على الجسد وهذا يكون مرده الإجهاد المتواصل وعليه > فكلما ارتفع المستوى الصحي كلما زادت القدرة على الانتاج وزاد الإقبال على لعمل فضلا عما يحققه من وفرة في النفقات العلاجية ومن تأخير لسن التقاعد³ < وحين تكون هذه الشروط متوفرة فبالأكيد يزيد الانتاج ويكون وضع المؤسسة أفضل حالا وبالتالي يتحقق الفائض المالي وتكون الموازنة على ما يرام.

¹ سمير دحماني : العربي رعايتها ، دور الترفيه مربع سابق،ص 22.

² مرجع نفسه،ص 22.

³ مرجع نفسه،ص 22.

6-اهمية الترفيه في وسائل الإعلام:

يعد الترفيه من أهم المرتكزات الأساسية التي تعتمدها وسائل الاعلام لسببين إثنين الترفيه والعائد المادي من خلال المتابعة والاشهار>خاصة وأن وسائل الإعلام الجماهيرية توفر العديد من الخدمات مثل - عرض كل الثقافات والمنتجات في قالب إغرائي جذاب يستهدف القلوب قبل العقول والتي ولدت الاستغلال اللاعقلاني ولو كان ذلك على حساب الثقافات المحلية الساندة والقيم الاجتماعية المتأصلة¹.

ومن هنا يتبين لنا أهمية الترفيه في وسائل الاعلام إذ أنه يسعى دانما لتقديم برامج تمتاز بالطابع الاستهلاكي دون الاهتمام بالجواهر فالإعلام عموما همه الوحيد نسبة المشاهدة وليس التوعية والتثقيف. ولذلك نجد اليوم ما يسمى بالإعلام الجماهيري والذي يعمل على دراسة المجتمع وصولا للمطلبات التي تحتاج إليها كل جماعة وهذا >ما تسعى الإعلانات الى الوصول اليه، حيث تجعل علاقة الزبون بالمواد الاستهلاكية تخضع لتمثيلاتها في العالم الرمزي فالزبون لا يشتري هذه الماركة من اللباس ... التي تروجها وسائل الإعلام أو الرمز الذي يختزن جملة من القيم او السلوكيات²

إذا فظاهر الأمران الإشهار بالنسبة للمواطن ترفيها لأنه يقدم على المشاهدة و في ثنيته تمضية الوقت، ولكن وسائل الإعلام من خلال المادة الاشهارية الترفيه والتي في الغالب تكون مصحوبة بالفكاهة و السخرية إلا أنها تنطوي على رسائل الترويج وايصال الأفكار وكلما استطاعت هذه الوسائل التأثير على المواطن كانت الفائدة المادية قيمة فهناك شركات تسعى لإنجاح سلعتها وقد نجح الإعلام في تغيير الكثير من الأفكار فالسيارة مثلا صارت ضرورة لا مناص منها وهذا بفضل ما يبثه الاعلام عبر المسلسلات والافلام والإعلانات وغيرها لذا فقد أصبحت >وسائل لإنتاج السلع والاستهلاك ..اي بالتفاعل مع الأشياء أكثر مما يحددها التفاعل الاجتماعي مع الآخرين..³ ولولا وجود المادة الترفيهية المبتوثة إعلاميا لما كان هناك اهتماما بالبرامج وعليه لن نجد أكثر السلع رواجاً في الاسواق مما يعني أن الإعلام أدرك سريعا الأهمية التي يحوزها الترفيه في النفوس فسعى جادا لدراسة المتطلبات وإيجاد المؤثرات .

¹بير برجل، منسل فوكو، وآخرون: التحليل الثقافي، تر: فاروق واحمد مصطفى، مكتبة الاسرة، لبنان، 2009، ص 141

² نصر الدين لعياضي، الصورة في وسائل الإعلام العربية بين البصر والبصيرة العدد 1 2006،، مجلة إتحد الدول العربية، ص 76

³Baundr drillard (1), Lasociété de consommation, éditions Denoel, 1970, p 151.156

7-وظائف الترفيه:

للترفيه وظائف متعددة وهي جميعها تسعى للترفيه عن الافراد وتجديد النشاط وبت الحيوية في النفوس فالوظيفة الترفيهية يقصد بها <تخفيف التوتر وخلق المتعة عن طريق ممارسة الرياضة بحيث أن العالم الذي نعيش فيه يتطور بخطى سريعة¹ > فالنشاط الترفيهي وجد أساسا لإخراج العامل من وضعه المعاش إلى لحظات أو أوقات الخروج من واقعه إلى عالم افتراضي ينسيه همومه ومشاكله اليومية حتى إذا عاد للعمل يقبل عليه بجدية وصرامة مما يسهم في رفع المردود بروح عالية وزيادة وتيرة عمل المؤسسة ويزيد من ربحها الاقتصادي.

ومن بين هذه الانشطة التي تدخل في وظائف الترفيه نجد مثلا <الرياضة الجماعية التي يرغب الجميع المشاركة فيها وتجد كرة القدم والبيسبول وكرة السلة. أما الفردية فنجد منها السباحة والمشي والركض الخفيف وركوب الدرجات في الهواء الطلق والغابات² > فهذه الرياضيات ضرورية خاصة في عصر الضغط العملي والاسري فالفرد في الوقت الحالي يجد نفسه امام مشكلات الحياة في حاجة دائمة للترفيه ولذا فإن هذه الرياضيات المذكورة وغيرها من الألعاب المسلية تسهم بشكل إيجابي في الترويج عنه ومساعدته على افراغ شحنات الغضب والقلق والضغط الدائم. وقد أتاحت المؤسسات الترفيهية هذه الأنشطة للعمل على تحقيق وظائفها بشكل لائق مثل ممارسة الرياضة سواء الفردية او الجماعية.

• ويمكن تلخيص وظائف الترويج عن النفس فيما يلي :

بالنسبة لوظائف الترويج فإنه يؤدي وظيفة لكل من الفرد والجماعة والمجتمع :

1- "وظائف الترويج بالنسبة للفرد فقد حددها "جروس" في ثلاث وظائف أساسية تتمثل في :

-الإنعاش والتسلية .

-توسيع المعرفة .

-المشاركة الاجتماعية التلقائية

اما عن وظائف الترفيه بالنسبة للمجتمع والجماعة "فقد أوضح "جروس" مؤكدا أن للفراغ وظائف معينة للجماعة والمجتمع نفسه تتمثل في مزاولة وانتقاء الأصدقاء وجعل العمل محور الجماعة، وكذلك التوحد

1 - الوظيفة الترفيهية: متاح على الموقع <https://www.laka.com>، تاريخ الولوج 2023/03/10، على الساعة 10:07

2 - الوظيفة الترفيهية، الموقع نفسه، على الساعة 10:17 .

الوطني الذي يترتب عليه تنمية روح الجماعة لدى الفرد ودعم توحد الفرد والجماعة مع المجتمع مما حدا بالخدمة الاجتماعية كمهنة ان تهتم بزيادة الأداء الاجتماعي وكذلك مساعدتهم ليحققوا قدرا اكبر من قدراتهم الكامنة لتحسين آدائهم الاجتماعي " وبمعانينة هاته الوظائف التي تحاكي الطبيعة الاجتماعية سنجد ما يلي :

"- الترويج نشاط مغاير للعمل

- فيه وبه يستعيد الإنسان حيويته ونشاطه .

- يخلص الإنسان من رتابة العمل الروتيني ونمطيته .

- يدخل السرور على النفس ويحقق لها الانتعاش"¹.

المبحث الثاني:التطبيقات الإلكترونية

1- مفهوم التطبيقات الإلكترونية:

إن الحديث عن التطبيقات الالكترونية يقودنا حتما للتعامل مع العالم الرقمي والذي يعني الاتصال والتواصل الالكتروني اعتمادا على الهواتف الذكية والحواسيب وعليه فإن العملية الالكترونية هي > العملية الاجتماعية التي تتم من خلالها الاتصال الآتي عن بعد(لا يرى بعضهم بعضا أو من مسافات بعيدة) بين أطراف يتبادلون الادوار (المرسل يستقبل والمستقبل يرسل) في بث الرسائل المتنوعة واستقبالها) صور، رسومات، كلام مكتوب، أصوات مسموعة) من خلال النظم الرقمية ووسائلها) نص شريط فيديو او ورق مصور، وأقراص مدمجة²<.

ان العملية الإلكترونية هي عملية اتصالية بين أفراد المجتمع يربط بينهم التواصل البعدي أو ما يسمى بالعالم الافتراضي والذي صار موازيا للعالم الواقعي بل ومنافسا له في مجالات كثيرة منها الترابط الأسري وهي تعتمد على نقل الكلام المكتوب والمسموع والافلام والصور وكل ماله علاقة بمجال الابداع والخلق والابتكار وهي تتمثل أيضا في > تحويل النصوص و الصور التناظرية الى وحدات رقمية محمولة عبر وسائل الاتصال³< بالمقارنة بين التعريفين تجد أن الأول جعل العلاقة اجتماعية بينما الثاني حصر

1 الترويج. مفهومه – ماهيته – مبادئه - البلاغ، متاح على الموقع: <https://www.balagh.com> تاريخ الولوج : 2023/01/13 على الساعة 11:30 .

²و رضا عكاشة ، تأثيرات وسائل الاعلام من الاتصال الذاتي الى الوسائط المتعددة ،العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2006 ، ص 27

³يونس عرب : قانون الكمبيوتر، منشورات اتحاد المعارف العربية، 2001، ص 11

التعريف في المجال التقني وعليه يمكن الجمع بين المفهومين والقول بأنه عملية تقنية اجتماعية ومنه نستخلص أن التطبيقات الإلكترونية هي " وسائل إعلامية إلكترونية >توافق أو تزامن في استعمال أكثر من وسيط إعلامي إلكتروني في الحاسوب والانواع الأساسية المتاحة في الوسائط الإلكترونية هي النص المكتوب ، التصوير والرسم و الصوت والصورة المتحركة ، ونقل هذه الوسائط على أقراص مدمجة يجعله وسيطا إعلاميا¹" وهو ما يتطبق على وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها وأشكالها فجميعها تكون مدمجة وتصل للمتلقى عبر وسيط إلكتروني كالحاسوب وغيره وعليه فإن التطبيقات الإلكترونية تعد إعلاما بديلا لأنها تعتمد >على الخلط أو التفاعل مع أنواع متعددة كالنص المكتوب و الصور والأصوات والرسومات والفيديو في الحاسوب أي بعبارة أخرى الوسائط الإلكترونية المتعددة تعني الاستعمال المختلط بيه أكثر من وسيلة رقمية في تركيبية تفاعلية أو مختلطة أو مدمجة² ولأن الوسائط الإلكترونية متعددة فإننا نود الوقوف على حقيقة نشأة الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها وأشكالها) نظرا للأهمية التي يمثلها لدي شرائح مختلفة من المجتمع .

2-نشأة وتطور التطبيقات الإلكترونية:

لقد بات من الضروري الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعية لأنها تعد أساس التطبيقات الإلكترونية إذا أن خاصية الفيسبوك والتويتر وغيرها صارت من ضروريات الحياة الاجتماعية التواصلية ومما ساعد على انتشارها وسهولة التعامل معها إذا أنها تتمثل في >مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور، وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات ، وإرسال الرسائل ، وإجراء المحادثات الفورية سبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين اعضاءها³.

فالخاصية الأساسية لهذه المواقع تتمثل في توفر الشبكة العنكبوتية (الانترنت) ومن ثمة انشاء مواقع يتم من خلالها نقل الصور والايخبار وتبادل المراسلات من التواصل و في الغالب تستقطب أعدادا من مختلف الاعمار والأجناس.

¹ محمد جاسم فلحي الموسوي : النشر الإلكتروني، الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة . دار المناهج عسان، 2005،ص 99

² محمد جاسم فلحي الموسوي ،مرجع سابق ص99

³ حسين شفيق، الإعلام الجديد ،الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية ، دار فكر و قن للطباعة والنشر والتوزيع 2011،ص 66

مع اختلاف المستويات العلمية والمعيشية. وكما أنها تعتبر > منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثما ربطه من خلال نظام. اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعة مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية¹ وهذا ما نلاحظه في الحياة العامة أي أن أفراد المجتمع يتواصلون الآن من خلال انشاء مواقع تحت مسميات مختلفة لتبادل أطراف الحديث والأخبار والملفات وغيرها ولم يعد من الضروري التشارك في الهموم والانشغالات ذاتها إذ أن الفضاء الالكتروني سمح للجميع بالخوض في قضايا متعددة ثم مناقشتها في الغالب سطحيا فيعلو الضجيج ويقل صوت العقل وقد اتخذت هذه المواقع من الويب انطلاقة فعلية للنشاط إذ : بواسطته >تسهل عملية التفاعل النشط بين الاعضاء المشاركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة على الانترنت....² < وكلما كانت عملية التدفق بالنسبة للنت تكون العملية التواصلية أفضل وأكثر سلاسة وعليه تزايد العملية التفاعلية .

وهي أيضا عبارة عن >تركيبية اجتماعية الكترونية تتم صياغتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات. وتتم تسمية الجزء التكويني الاساسي) مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة mode) بحيث تيم ايصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة³ بمعنى أن العالم الافتراضي قائم على شبكة علاقات افتراضية تربطها علاقة مع عالم الاقتصاد والمحيط الاجتماعي وجميع هؤلاء يتحركون ويتواصلون عبر وسيط الكتروني.

من أبلغ المفاهيم التي تصب في هذا المجال هو النظر لهذه المواقع على أنها >شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الاصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم⁴. ومن هنا فإن مواقع التواصل

¹ رضي زاهر : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، ص 23.

² رضي زاهر : نفس المرجع، ص 23

³ محمد منصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال ، مجلس كلية الآداب والتربية الاكاديمية العربية ،الدنمارك 2012، ص 25.

4 - المرجع نفسه، ص 25

الاجتماعي هي حياة موازية للعالم الواقعي حيث تعمل على نقل ما هو واقعي إلى ما هو افتراضي وتعمل على تسهيل تواصل الأفراد سواء كانوا يقيمون بالقرب من بعضهم أو يقيمون في أماكن بعيدة ومتفرقة.

3-الإعلام الجديد:(وسائل التواصل الاجتماعي) :

حين نذكر الجديد يعني أن ثمة قديما كان سائدا بطرق وأساليب تقليدية الى أن حدث تغييرا في المنظومة التواصلية وهذا ما نلاحظه على العالم الاعلامي التقليدي والمتمثل في التلفاز والإذاعة ، الجرائد الى أن ظهر الحاسوب فحوسب جميع مناحي الحياة ومنها الإعلام الذي خلق له بديلا متمثلا في المواقع الاجتماعية والوسائط الإعلامية ويمكن القول بأن الإعلام الجديد هو >مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية لإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو¹ < إذا فالإعلام الجديد لم يقم بقطيعة تامة مع الإعلام القديم وإنما استفاد من تقنياته ووظفها لخلق عوالم جديدة وبالتالي فالإعلام الجديد يمثل >ثلاثة منظومات تواصلية داخل شبكة الانترنت. المنظومة الفردية، الجمعية) مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات منتديات الحوار، البريد الالكتروني. الدردشة، مواقع Wikipédia المنظومة المؤسسية (مواقع وبوابات المؤسسات، الاقتصادية الجماعية، الحكومية المواقع الإعلامية الإخبارية)².

.. ومما يمكن قوله في هذا الصدد أن الإعلام الجديد يشمل جميع المنظومات التواصلية سواء كانت فردية مثل مواقع التواصل أو جماعية كالمواقع الإعلامية التي تشترك فيها مجموعة من الأفراد لبث العديد من الأخبار والجدير بالذكر> أن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة ب:(Facebook، YouTube، twitter) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي لينتج إعلام يزواج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأة عليها السلطة الرابعة³ وفي المجمل نجد أن التطبيقات الالكترونية قد استطاعت أن تكون مكملا للإعلام التقليدي ومنافسا في أحيان أخرى مما دفع بالوسائل التقليدية للسعي مجددا لمجارات كل ما هو مستجد في الساحة التكنولوجية .

¹ paul Martin lentes, California State University.From [http:// Commfaculay. FULLestan.edu/tester/Curriculum / me Worldinda.html](http://Commfaculay.FULLestan.edu/tester/Curriculum/meWorldinda.html). Retrieved: 05.02.2023 20:00h/

²الصادق الحمامي، الاعلام الجديد مقارنة تواصلية،4م،ع4،تونس،2006،ص3

³ محمد منصور: مرجع سابق ص62

4- نماذج عن التطبيقات الالكترونيات:

➤ الفايسبوك:

لقد استطاعت البدائل الإعلامية والمتمثلة في مواقع التواصل لجميع الطبقات الاجتماعية أن تكون بديلا حقيقيا بالنسبة لمجتمع ومن هنا فقد بات الفيسبوك من بين الأولويات التي يولها الفرد أهمية واهتماما نظرا للخدمة التي يؤديها فهو مثلا ينقل الأخبار والأفلام والصور والمحادثات المتبادلة كما يمنح خاصية التحدث المباشر صوتا وصورة فإذا أردنا معرفة غايته فإنه يسعنا أن نقول <هو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب يمكن المشتركين في الموقع من الإشارك في شبكة أو أكثر على الموقع¹> مما يعني أن الأساس الأول لتكوين مثل هذه المواقع هو توفر عنصرين ، الأفراد وشبكة النت والتي تعد عسبا أساسيا للتواصل وهو بالتالي من المواقع التي تسهل عملية التعليم والتعلم والانطواء تحت لواء جماعات مختلفة ومجموعات متعددة في الآن ذاته .

ويعد الفيسبوك حاليا من > أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار و التوسيع قيمته السوقية عالية وتنافس على ضمه كبريات الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفايسبوك هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف الانحاء برمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي²> وكما أشرنا سابقا فإن سهولة التعامل مع الفيسبوك وسهولة الدخول والخروج مع خاصية الاستقبال والحذف بالإضافة لإنشاء تطبيقات خاصة بالأفراد أو المؤسسات ،

جميعها سرعت في انتشار الفاسبوك واعتلانه جميع المنصات الأخرى ولا غرابة حين نعلن بأنه الصديق والمحبيب للطبقات المهمشة وأصحاب الحظوظ الأدنى إذ يرون فيه منجاة وسفينة تبحرهم في أعماق العالم الافتراضي والمعروف انه <تم انشاءه اصلا كمنتدى لطلاب الجامعات حيث لايزال مستخدما

1 سعاد عيساني: أولويات الاساتذة الجامعين مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي 2014، 62

2 - ما هر عودة الشمالية . محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي : الإعلام الرقمي الجديد . دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع الاردنية ، ط1، 2015، ص 203

بشكل كبير من قبل الطلاب¹ وهذا لا يعني ان الطلاب وحدهم من يتأثر بمزاياه، ولكنهم الفئة الأكثر ولعا به واستخداما لتطبيقاته.

وقد كان محدودا في البداية وقاصراً على طلاب جامعة هارفارد حيث درس مالكة إلا أنه بعد سنتين قرر الدفع به لشرائح أوسع مما جعل الإقبال عليه أكثر مما كان متوقعا >وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع ، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 الى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007² وقد تزايدت أعداد مستخدميه إلى أضعاف مضاعفة فالإقبال لايزال متزايدا خاصة مع التحديثات الجديدة والتي ركزت في الغائب على الخصوصية الفردية والسرية والحفاظ على المعلومات خاصة فيما يتعلق بعمل الصحفيين والنشطاء في مجالات مختلفة >وقد تزامنت هذه التطويرات والتحديثات مع بروز الخدمة الجديدة المنافسة للفاسبوك (قول بلص) والتي جذبت مالا بين المستخدمين بمجرد مرور أسابيع من انطلاقها³ كما أن هناك تطبيقات أخرى كانت ولا تزال تعمل على منافسة الفيسبوك ومحاولة التقدم عليه إلا أن الملاحظة والمطلع عن قرب يلمس صعوبة المنافسة.

➤ اليوتيوب:

لا تقل أهمية اليوتيوب في الوسط الاجتماعي عن نظيراتها من التطبيقات -فالخدمات المتاحة جعلت الإقبال في تزايد مستمر حسب موقع اليسكا فقد صار >ثالث أكبر المواقع في العالم بعد فيسبوك وجوجل في يوليو) تموز 2006) صرح المسؤولون عن الموقع أن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل (100) مليون يوميا⁴ ومن خلال هذه الإحصائية يتضح لنا أن اليوتيوب كتطبيق الكتروني بات من الوسائط التي دخلت بيوت وقلوب وعقول الناس ومن بين خدماته أنه يهتم بالفئات جميعها

كما أنه يقدم الكثير من الخدمات في مجال العلم والتدريب وبث المواهب وكل هذه الاهتمامات دفعت بالأجبال المثقفة وغير المثقفة والمتعلمة وغيرها للإقبال عليه > بعد إطلاق اليوتيوب أصبح من السهل نشر الافلام ليشاهدا المستخدمين حول العالم. أصبح العديد من الهواة ينشرون مقاطع مصورة

1 ماهر عودة الشمالية ، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي :المرجع نفسه، ص 204

2 المرجع نفسه، ص 205

3 المرجع نفسه ص 207

4 دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر أنموذج ، مركز المحتسب للاستشارات الرياض ط 1، 1438هـ، ص

بشكل مستمر¹ وقد حرص اليوتيوب على مراعاة حقوق الملكية وهو بالتالي لا يسمح بنشر الأفلام والحوارات وكل ما هو محمي قانوناً وحتى إن حدث العكس فإن إدارته ما ان تتلقى اعتراضاً حتى تسارع لحذف المادة محل الشكوى مع تقديم الاعتذار بالإضافة إلى حرصه على عدم نشر الأفلام الإباحية بشكل كامل.

وقد استعان اليوتيوب بتقنية <أدوبي فلاش لعرض الأفلام، يتطلب مشاهدة الأفلام تحميل البرنامج المشغل لفلاش رغم أن الشركة تذكر بأن البرنامج موجود حالياً في حوالي 90%. من أجهزة الحاسب في العالم التي تستخدمه لتصفح الانترنت...²> والحق أنه كلما جد جديداً في التطور التكنولوجي كلما عمدت التطبيقات ومن بينها اليوتيوب إلى استحداث ميزات غير مألوفة لجلب المتلقي والاستحواذ على أكبر قدر من المشاهدة من بين المزايا الأخرى التي ينفرد بها اليوتيوب في جودة الصوت وتنوع الأفلام مع كل إضافة تعمل الشركة على الجودة والانقار.

➤ -التويتير:

من بين التطبيقات الأخرى التي استفادت من الطفرة التكنولوجية نجد التطبيق المسى تويتير ويدخل ضمن <الشبكات الاجتماعية وفيه سيستم تبادل الرسائل النصية وتسمى (تويت) ويجب أن لا تريد عن (140) حرفاً توضع في الملف الشخصي للمشارك، وتكون هذه الرسائل مفتوحة للجميع، إلا إذا رغب المشارك أن يحصرها على أصدقائه المقربين³> وعليه يكون تويتير كتطبيق اجتماعي له خاصية ينفرد بها وهي تغيير المشترك حيث يكون ملتزماً بعدد الكلمات عكس ما هو معمول به في الفيسبوك حتى اليوتيوب الذي يسمح بالتعليق دون قيد ولكنه هو الآخر يضع قيود على نوعية الأفلام بمعنى أن كل تطبيق له خصوصياته التي يتوجب احترامها والتقيدها وقد بدأت < قصة تويتير من خلال عصاف ذ هني مشترك بين المؤسس دروس وعدد من زملاءه العاملين في شركة وأديو وفي محرك بحثي للصوت والصورة ، و طرح دروس في الاجتماع فكرة رسائل SMS يتم ارسالها عبر الانترنت لمجموعة صغيرة... وفي أبريل 2007 تاسست شركة تويتير كشركة مستقلة⁴> فتويتير كما نلاحظ من هذه المقولة بدأ بفكرة سنة

¹ مركز المحتسب للاستشارات، المرجع السابق، ص 36

² علاء الدين احمد خليفة: استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي، الجامعة العراقية كلية الإعلام، مجلة الجامعة العراقية العدد (36/3)، ص 240.

³ المرجع نفسه، ص 541

⁴ المرجع نفسه، ص 541

2006 وقد تطورت إلى أن صارت موقعا وتطبيقا مما دفع بالمؤسس صاحب الفكرة إلى إعلانه تأسيس الشركة الراعية لهذا التطبيق.

➤ -سناب شات:

ينفرد السناب شات عن التطبيقات الأخرى بأن له خاصية تتمثل في أنه > تطبيق رسائل مصورة ضعه إيفان شبيغل Evans spiegel براون روبرت مورفي يمكن للمستخدمين عن طريق التطبيق التقاط صور وتسجيل الفيديو. وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين. بعين المستخدمون مهلة¹ < والجميل في هذا التطبيق أنه بالإضافة إلى إتاحة مجالاً لأصحاب الملكيات الإبداعية الفنية كالرسم والتصوير فإنه يعمل على محو جميع المستندات بعد فترة معينة وهي من الأساليب المحببة بالنسبة للذين يودون الحفاظ على خصوصياتهم ولكن قد تعد سلبية عند فئات أخرى تود في الغالب الحفاظ على الذكريات والأحداث المميزة.

➤ -واتساب:

لا يكاد يختلف هذا التطبيق عن السناب شات من حيث الخاصية التقنية التي يتمتع بها فهو الآخر يعد > تطبيق مراسلات فورية يمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدم من إرسال الصور ، الرسائل الصوتية ، الفيديو والوسائط تأسس في عام (2009م) من قبل الأمريكي بريان أكتون والاكراي جان كوم (الرئيس التنفيذي أيضا). وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو² وهذا التطبيق متاح على جميع الهواتف منها الأندرويد، بلاك بيري ويندو فون ، وقد استحوذت شركة الفيسبوك على الواتساب في 19 فبراير/ شباط من العام (2014) بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي³ : مما يعني أن الخدمات التابعة للواتساب هي الآن تحت إدارة الفيسبوك مع أن هذا التطبيق لا يزال يحافظ على نفس مزاياه وخصوصياته السابقة وهي إن كل التطبيقين مستقل بذاته ولكن تحت مسؤولية موحدة وقد تزايد عدد المشتركين . في هذا التطبيق خاصة في السنوات الأخيرة.

1 دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا مركز المحتسب للاستشارات ،ص 28.

2 المرجع نفسه ،ص 39 .

3 المرجع نفسه، ص 40.

5-تطبيق التيك توك Tik Tok كمثال ميداني :

➤ مفهوم التيك توك :

ثمة عدة تعريفات تتعلق بتطبيق التيك توك ومن بينها أنه <تطبيق عبر الهواتف الذكية مخصص لتسجيل ومشاركة الفيديوهات بين المستخدمين¹ ومن هذا المنطلق نقف عند "عبر الهواتف الذكية" مما يوحي بخصوصية يتميز بها هذا التطبيق وهي اشتراط هواتف ذكية للإشغال عليها وهذا لا يعني وجود الحاسوب ولكن الهاتف الذكي يمنح صاحبه التقاط الصور وصناعة المحتوى المتمثل في فيديوهات قصيرة فنية وغير فنية هادفة وغير هادفة، ففي الغالب تكون من باب المتعة ليس إلا ولكن هذا لا ينفي وجود جوانب إيجابية في حالات أخرى أما الخصوصية الثانية وهي امكانية مشاركة الفيديوهات بين المستخدمين وهذا ما ساعد على سرعة انتشاره بين فئات المجتمع وعليه فإن التيك توك وانطلاقاً من <خدمة مشاركة الفيديوهات التي تسميع للمستخدمين بمشاهدة فيديوهات يرفعها مستخدمون آخرون من ابتكارهم²، بات الفاعل الأساسي من الوسائط الأخرى خاصة أن الإقبال عليه في عصرقلت فيه الضوابط الأخلاقية أو كادت تنعدم مما حاد بجل الشباب عن البرامج الفعالة والجادة وتحول بهم لما هو ادنى قيمة معرفية .

وقد نشأت هذه المنصة <في الصين وشهدت منذ نشأتها في عام 2016 تقدماً ملحوظاً حيث بلغ عدد المستخدمين للتطبيق قرابة نصف مليار مستخدم في جميع أنحاء العالم والتطبيق عبارة عن منصة تدعم العديد من الميزات خاصة الفيديو³ فالأعداد الهائلة التي انطوت تحت هذه المنصة تدل على التأثير الواضح للمحتوى المقدم والذي يمس جميع الشرائح فقدت تنوعت برامجه بين التعليمي والترفيهي والترويجي كالإعلانات المتعلقة بأدوات التجميل وغيرها من المتعلقات النسائية خصوصاً ومع أن

¹ Herman J. (2019) Hour Tik Tok is rewriting the Word Tik Tok Will Change the way your social media works even if you're avoiding it | the new York tams/https://www.mytaimes.com.2019/03/style/wathis-tik tok.html.

² Christopher.c(2019)"the tik-tok effect:How tik tok has provided New Ways consume Great and share Muisic the I international journalof Arts Education.p3

³مها محمد فتحي: تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، م20، ع3، 2021، ص 389

فترة ظهوره قصيرة ومتأخرة مقارنة مع الفيسبوك مثلا إلا أن سهولة استعماله وعدم التشديد في الضوابط جعل منه تطبيقا اجتماعيا متفرداً بذاته، والملاحظ مؤخراً أن الإنتقادات التي مست هذا التطبيق خاصة الجوانب الأخلاقية التي دفعت بالأفراد للانحراف فقد بدأت هذه المنصة اللجوء إلى مراقبة المحتوى

مع مراعاة اختلاف مفهوم القيم الاجتماعية اذ يعرفها البعض بأنها <سمة إدراكية عملية للسلوك يمكن أن يتغير تبعا للمواقف والبيئة الإجتماعية والنشأة الثقافية والسمات الشخصية¹> فالقيم تخضع للأعراف التي تملئ العادات والتقاليد خاصة في المناطق الملتزمة بينما يختلف الأمر في المدن الكبرى والاماكن السياحية .

إن المتابع للتطبيقات الالكترونية يقف على حقيقة مفادها ان من بين المنصات التي أوجدت لنفسها قاعدة جماهيرية هي منصة التيك توك والتي أسهمت في تغيير أنماط الحياة الاجتماعية خاصة لدى فئة الشباب والذي تستهويه الفيديوهات القصيرة ذات الطابع الفني وقد أتاحت هذه المنصة لهؤلاء > إنتاج التجارب الشخصية وبرامج الاثارة والجنس والجريمة واللهو والتسلية التي فاقت الحدود، وتجاوزة المالوف والمعهود لتدقق بقوة في الفضاء السبراني مما يؤدي إلى بناء منعكسات شرطية لدى الكثير من المستخدمين وتغرق اصحابها في دوامة الإقبال غير الإرادي على هذه المواقع، وقد يصعب الانسلاخ بمرور الوقت . من منابع المتعة السيبرانية² < فالتيك توك لا يضع الحدود والموانع ومحاربة الجنس الفاضح مثلما يفعل الفايسبوك مثلا أو اليوتوب الذي يسعى دوما لحجب المواقع الأكثر إباحية وعليه فقد وجد الشباب المولع بمثل هذه الاشياء فرصة سانحة في التعبير عن ما كان ممنوعاً سابقا فالمهم لدى فئة الشباب هو الوقوف على عدد الإعجابات والتعليقات والمشاهدات.

وعليه فقد باتت هذه البدائل سلطة اعلامية تحتل المراتب الاولى في إيصال إنشغالات الأفراد والمجتمعات ولم يعد للوسط الرسمي قيمة كما كانت في السابق، فالتطور المتسارع للتكنولوجيا جعل من وسائل الإعلام والمنصات الإجتماعية قرية اعلامية لا ينقسم بعضها عن بعض فالمواطن العربي مثلا ما بعد ذلك البدوي المتخفي في جلبابه وإنما تعداه إلى مواطن عالمي يتواصل مع العالم الخارجي ويوصل صوته من

¹ 2- Narvaez, D (2019). Moral development and moral values: evolutionary and neurobiological influences. In McAdams, DP, Shiner, R.L. Tackett, Handbook of personality. Guilford, New York, NY, pp.346

² 1-Aviel Goodman, "Addiction. Definition and Implications, British Journal of Addiction 85, (1990):00 h2023/03/12/

خلال الصورة والكتابة والصوت وهذا ما اثبتته جائحة كورونا فقد كان للتكنولوجيا والوسائط منها التيك توك دورا فاعلا في تقديم صورة حقيقية عن ما تعانيه الشعوب التي لم يكن لها قيمة على المستوى الدولي فالعالم الافتراضي الذي >يرتكز علىالتقد الهائل في التكنولوجيا و المعلوماتية بالإضافة الى لروابط المتزايدة على كافة الأصعدة على الساحة الدولية المعاصرة¹ < وبالتالي فقد وجدت الفئات الشبانية وسيلة خارجية عن الضوابط الإعلامية التي كانت مسيطرة على الأحداث برمتها فالعام التكنولوجي المعاصر وفر انطلاقا من منصة التيك توك مجالا حيويا صوتا وصورة وسرعة في النقل خاصة الأفلام القصيرة والأغاني التي باتت متنفسا للذكور والاناث على حد سواء.

➤ نبذة عن مؤسس منصة تيك توك :

"تشانغ بي ميل" من مواليد 1983 ولد في مقاطعه في FUGIAN في مدينة بكين الصينية وعمل والديه بالخدمات الاجتماعية واسمه يعبر في معناه اللغة الصينية عن مقوله "فاجئ الجميع" وتخرج تشانغ من جامعه. NANKIA الصينية في عام 2005 حيث درس الالكترونيات الدقيقة قبل ان يغير تخصصه للبرمجيات²، هو رائد اعمال صيني قام بتأسيس شركه (باي دانس) في عام 2012 حيث بلغت قيمتها في 2019 ما يقارب من مليار دولار امريكي وبلغ عدد مستخدميها في ذلك الوقت اكثر من مليار مستخدم نشيط شهريا كما طور تشانغ بي ميل تطبيق الاخبار(توتياو) ومنصة مشاركة الفيديو تيك توك³.

● نشأة وتطور التيك توك :

بعد تعدد التطبيقات الإلكترونية وشيوعها في مختلف الاتجاهات والمجالات الحديثة في عصر تكنولوجيا المعلومات فهذه البرامج الذكية تساهم بوظائفها في تقديم خدمات متنوعة وذلك منذ ظهورها ونشأتها مروراً إلى تطورها وبروز الأحداث منها شيئاً فشيئاً لذلك وجب الإشارة إلى نشأة تطبيق تيك توك.

"بعيدا عن مواقع التواصل الاجتماعي التي ازدحمت بالاباء والامهات والاجداد وحتى الشباب من الاعمار الاكبر ما قبل جيل منتصف التسعينات واوائل الالفينات اتخذ المراهقين و"النشء" منفذا لهم بعيدا عن عين الرقيب من افراد العائلة ليعبرو عن انفسهم من داخل غرفهم المغلقة او في الشوارع المفتوحة

¹ صالح حسين سليمان الرقب: العولمة التكنولوجية الحديثة، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1، 1998، ص40.

² كيف جعل مؤسس تيك توك التطبيق عالميا؟، دبي-البوابة العربية للأخبار التقنية، متاح على الموقع:

<https://www.alarabiya.net> تاريخ الولوج: 2023/02/17 على الساعة 14:56.

³ مؤسس «تيك توك». العين الإخبارية، متاح على الموقع: <https://al-ain.com>، تاريخ الولوج 2023/02/17 على الساعة 15:30.

متحدين نظرات استنكار المارة بالرقص والحركات التعبيرية المتمردة ونشرها على الانترنت ليشاهدها ما يقارب ال 500 مليون مشترك حول العالم على التطبيق الصيني تيك توك المملوك لشركة بايت دانس الصينية التي حققت قيمه سوقيه تعد الاكبر على مستوى العالم مقارنة بمثيلاتها من الشركات الناشئة والتي تقترب من 7.5 مليار دولار باستغلال اطفال تتراوح اعمارهم ما بين 13 الى 18 عاما حددها التطبيق كفته عمريه اكبر شيوعا لمستخدميه.

ففي أوت 2014 قرر "اليكس زو" اطلاق تطبيق "ميوزكلي" بعد فشل التطبيق الاول الذي طرحه مع شريكه "لويس بانش" في الاسواق والمتعلق بعرض فيديوهات تعليميه قصيره لا تتجاوز 05 دقائق لقتل الملل عند الباحثين عن الدورات التعليمية المتخصصة على الخط "on line" ما يتيح لهم فرصه اكبر للتعلم والاستفادة من المحتوى المرئي المعروف لان طول الفيديو التعليمي يصيب الاغلبية بالملل وبالتالي الانصراف عن المحتوى رغم ذلك الا ان التطبيق ومنذ اليوم الاول لطرحه كان مصيره الفشل فكان البديل تحويل الفكرة من فيديوهات تعليم الى الرقص وتأدية مقاطع بلاي باك "play back" لكونها في مأزق حيث يدينان ب 250 الف دولار للمستثمرين الذين تبنا فكرتهما ولم يتبقى معهما سوى 8% منه منها لان تصوير محتوى تعليمي امر مكلف على حد تصريح "زو" وقتها وقد نجح الامميوزكلي" على شهره عالميه وانتشار واسع.

وفي سبتمبر 2016 أطلق الصيني "تسانغ يي ميل" تطبيقا حديثا أسماه TIK TOK يقوم على فكرة "ميوزكلي"، الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتاليين وحسب تقرير نشره موقع inwes اللبريطاني حينها فإن مستخدمي تطبيق "ميوزكلي" انتقلو بحساباتهم عليه إلى "تيك توك" دون حاجة إلى انشاء حساب جديد، والسبب ان "اليكس زو" صاحب "ميوزكلي" هو نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق "تيك توك"¹

اذا فقد "ظهر تطبيق تيك توك في بداياته عام 2016 تحت مسمى "ميوزكلي" وفي عام 2017، تغير إلى المسمى الحالي "تيك توك" واصبح أكثر رواجاً بين المستخدمين، أيضاً تم تغيير شعار "التيك توك" في مارس عام 2019 ليعكس الهدف الحقيقي للتطبيق وهو الفيديوهات الموسيقية. ويعتبر أكثر مستخدمي التطبيق من الإناث، كما أن معظمهم من الشباب"².

1 محمد زكرياء خراب :ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق التيك توك، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مجلد 02، العدد 02، 2019، ص 451، 452.

2 مها محمد فتحي :مرجع سابق، ص 389

"تيك توك" كان الأكثر نجاحا وانتشار خاصة في 2018، حيث أكدت إحصائيات شركة (سنسر تاوور)، للبحوث في السوق ان التطبيق تم تحميله أكثر من 45,8 مليون مرة في الربع الأول من العام الجاري ، وتم تداوله في 150 دولة ومنطقة في العالم ، وتصدره قائمة الأكثر تحميلا على المتاجر الإلكترونية أكثر من "فيسبوك"، و"تويتر"، و"انستجرام"، كما ذكرت شركة البحوث انه تم استخدامه في الصين في 2018 فقط من قبل 150 مليون مستخدما ، واتسعت دائرته ليصل إلى مناطق جديدة منها كامبوديا وإندونيسيا واليابان وماليزيا وتايلاند وفيتنام ... وبالطبع الشرق الأوسط، لينفذ صاحبي "ميوزكلي" و"تيك توك" قرارهما بإخفاء الأول لصالح الثاني صبيحة يوم 02 اوت 2018 ، حيث استيقظ مستخدمي "ميوزكلي" ليجدوا انفسهم-دون سابق انذار-على منصة "تيك توك"، بسبب ضم العلامتين التجاريتين تحت اسم واحد وتطبيق واحد، ووصل عدد مستخدميه إلى 500 مليون مستخدم شهريا¹.

6- إيجابيات وسلبيات التيك توك :

- إيجابيات تطبيق التيك توك :
- الترفيه والتسلية: من خلال مكتبة متنوعة من مقاطع الفيديو القصير التي لا تتعدى 15 ثانية إلى دقيقة للمقطع الواحد ، بين الرقص والنكات والغناء ومقاطع من المسرحيات الكوميدية وأصوات الفنانة والمشاهير وغيرها .
- الكشف عن المواهب: من خلال صناعة المحتوى ، الذي قد تكون سبب في اكتشاف مواهب غنائية أو تمثيلية من بين المستخدمين بمساعدة أدوات تحرير والتقاط فيديو بمؤثرات خاصة مميزة .
- شريك اعلامي :كمشاركة تطبيق التيك توك في حملة "مدى" في دولة الإمارات العربية المتحدة في ابريل 2020 م حيث تعهد التطبيق بالتبرع بمبلغ دولارين لكل فيديو يتم انشاءه عبر التطبيق .
- المشاركة في حملات إعلامية للتوعية المجانية : بتسليط الضوء على الأمراض والابوة مثل جائحة (كورونا) منذ مارس 2020 م ، وهو ما ظهر في نشر فيديوهات رئيسة عند استخدام التطبيق نحو ذلك ، وعلامة تفاعلية أعلى التطبيق بالضغط عليها ليظهر محتوى من فيديوهات توعية ووقاية من الفيروس حول العالم ، بالإضافة إلى نشر فيديوهات توعية بتغيرات المناخ في أغسطس 2019 م على التطبيق .

¹ محمد زكرياء خراب: مرجع سابق ،ص 452.

- الريح والتسويق(وكالة اعلانية):على سبيل المثال من خلال التعاقد مع شركات وعلامات تجارية وموسيقية معروفة، من خلال شراكة تجارية بالترويج لمنتجاتها في أثناء عرض مقاطع الفيديو على حساب المستخدمين الأشهر على التطبيق (الانفلونسر) تكون من خلال تصنيف الحساب الشخصي للمستخدم بمشاهدة تتعدى آلاف مشاهدة وخاصة في ظل سهولة التصفح والانتقال من فيديو لآخر .
- الشهرة : نجحت تطبيقات الفيديو القصير في جذب الباحثين عن الشهرة من مراحل عمرية مختلفة بثت فيديوهات بمضامين متنوعة ومشاركة محتوى عائلي او شخصي ينال إعجاب المتفاعلين في التطبيق التي تكون سببا في الريح المادي او نجوم للتطبيقات أو نجوم إعلامية، كما أن بعض أولياء الأمور انساقو خلف سحر الشهرة فبدأو بمشاركة أطفالهم وأفراد الأسرة بتلك المقاطع والظهور مع بعضهم البعض في مقاطع الفيديو.
- توثيق لحظات بارزة في حياة المستخدمين :عائلية او شخصية او غير ذلك .
- وضع الترابط العائلي : وهي خاصية اطلقها تطبيق تيك توك في الشرق الاوسط- في أبريل 2020 م تتيح للآباء مراقبة محتوى أبنائهم بتخصيص اعدادات الأمان على حساباتهم و وفقا لإحتياجاتهم ،على الرغم من عدم وجود ضمانات تقنية لتحقيق هذا الوضع.
- تكوين فضاء اجتماعي وثقافي : بإقامة صداقات جديدة رغم المسافات الجغرافية (المواطن العالمي) لخلق عالم يوازي عالمهم الفيزيائي ، وتعزيز الصداقات القديمة بالتواصل في أي وقت ومكان¹.
- يتسم تطبيق التيك توك بأنه متاح مجانا للتحميل عبر برامج تشغيل الابل والاندرويد بالاضافة الى سهولة استخدام ادوات تحرير الفيديو الموجودة داخل التطبيق والتي تسمح حتى للشباب ذوي المعرفة المحدودة بالتكنولوجيا بابتكار الفيديوهات والوصول اليها عبر التطبيق.
- تتسم المشاركة عبر التيك توك بالسهولة الشديدة لانه من المقبول اجتماعيا استخدام التطبيق كمشاهد او مؤدي لعروض الفيديو او كلاهما كما يستطيع المستخدم اختيار مدى رغبته في المشاركة مع المستخدمين الاخرين ويستخدم تطبيق تيك توك مجموعة من الخصائص الاجتماعية "التقنية" التي تسمح للشباب ببناء والحفاظ على شبكه متماسكة من العلاقات الاجتماعية ايضا فان قدرات الاتصال داخل تطبيق تيك توك تتسم بالتنوع والاختلاف عن

¹ هشام فولى عبد المعز: استخدام تطبيقات الفيديو القصير وعلاقته بالأثار النفسية والاجتماعية لدى الجمهور ،مجلة البحوث الإعلامية، ع54، مجلد5، يوليو2020، ص3428-3429

- شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى حيث ان الاتصال في تطبيق التيك توك يعتمد على الاهتمامات المشتركة بين المستخدمين من خلال نوعيه الفيديوهات التي يركز عليها الشباب .
- يستخدم تطبيق تيك توك الذكاء الاصطناعي لتوزيع الفيديوهات حسب نوعها واهتمامات المستخدمين تعتمد هذه اللوغاريتمات على الفيديوهات الأكثر مشاهدة او اعجابا من جانب المستخدم ،وتعمل هذه القدرة على الربط والسماح للمستخدمين بتطبيق تيك توك بالحصول سريعا على متابعين.
 - يقوم الشباب عادة بتكرار السلوك الذي يشاهدونه على التيك توك سواء كان ذلك نوع من الرقص او تحدي معين او "اسكتش" كوميدي ايضا يحتوي تطبيق التيك توك على سيمية تكرار الاداء في فيديو جديد بالاستعانة بالفيديو الاصلي يسمح ذلك للشباب بتقمص دور البطولة مع نجومهم المفضلين في المجال الالكتروني¹.
 - -خوارزميه رائعة في اقتراح المحتوى: تتميز منصة التيك توك بخصايه FOR YUO والتي تستخدم خوارزميات دقيقه مع الذكاء الاصطناعي لتحديد الفيديوهات المناسبة لك وبالتالي اذا لم تكن سعيدا بشأن احدى المحتويات يمكنك فقط البحث عن المحتوى الذي تهتم به لفتره من الزمن وبعد ذلك يمكن لتيك توك ان تقترح لك افضل المحتويات المتشابهة.
 - -اكتشاف ثقافات مختلفة حول العالم : تتيح منصة تيك توك الكثير من الفيديوهات الرائعة التي تجعلك تتعرف على ثقافات العالم وانماط حياتهم، ويتجلى ذلك من خلال معرفه امثله عن غذائهم، لغتهم، تعاملاتهم، ...الخ، وكذلك ستجد فيديوهات لا يتكلم فيها الناس كثيرا فتكون طبيعية وخاليه في اغلب الاحيان من المؤثرات والخدع البصرية.
 - -سهوله انشاء المحتوى باحترافيه عالية : يقدم تيك توك ادوات سهله لصناعه الفيديوهات الترفيهيه باحترافيه عالية وقد جعل هذا الامر الكثير من الناس ينجذبون للمنصة على وجه التحديد والمميز ايضا انه يسهل عليك الابداع وقد راينا مقاطع فيديو قام بتسجيلها صغار في العمر باحترافيه عاليه مع تيك توك².
 - -سليبات تطبيق التيك توك:

لكل وسيط من الوسائط التكنولوجية ايجابياته وسلبياته فهو سلاح ذو حدين ولعل من أخطار وسائل التواصل الاجتماعي التيك توك خصوصا هو نقل الثقافة القرينة للعالم العربي والمسلم مما جعل أكثر

¹ مها محمد فتحي :مرجع سابق ،ص392، 393.

² انسى سليبات TIK TOK وتعالى أخبرك بأفضل إيجابيات للتطبيق، حوحو للمعلومات، متاح على الموقع

<http://www.igli5.com> تاريخ الولوج 2023/04/13 على الساعة 18:27.

الشباب يتسابق خلف هذا الوافد الجديد حامة أن الفروقات أو السلطة الابوية غير قادرة على كبح جماح هذا التدفق الهائل وعليه فقد أضححت هذه الوسائط بالإضافة لجانبها الترفيهي <إديولوجيا تعبر من بصورة مباشرة على إرادة الهيمنة على العالم وأمركته وبتعبير آخر فالولايات المتحدة الأمريكية تحاول إعادة تشكيل العالم وفق مصالحها الاقتصادية والسياسية¹.

فظاهرالتيك توك هو تبادل الفيديوهاات القصيرة والصور ولكن حقيقته هو تقليد الغرب في سلوكياته والسير على خطاه وقد وجد التيك توك طريقا معبدا لدى فئة المراهقين وحتى الفئات الناقمة على أوضاعها ومنه سعيها لتفريغ غضبها من خلال هذا الوسيط وهذا التصرف التلقائي غالبا يصب في مصلحة الدول الغربية وخاصة امريكا التي يهيمها توحيد عادات وتقاليد الشعوب لضمان أمنها وسيطرتها الكلية .

والمتلقي للنتاج الوسائطي يوقن أن الثقافة الغربية تتسلل لهذه الشبكات وتزرع تأثيرها في جميع الشرائح بدرجات متفاوتة <فنموذج الثقافة الامريكي يتسلل عبر الشركات عابرة للقارات إلى كل مكان في العالم، وينتشر بسرعة مذهلة لانه بالضرورة أصلح النماذج ولكن ينتشر كما ينتشر البواء في العالم. الامركة هنا امركة مظاهر الحياة كلها سواء في الاقتصاد أو العلوم أو القيم والتقاليد وحتى الألعاب والفنون والامراض والجوع...² فالعيب ليس في النموذج الأمريكي الإيجابي لأن ذلك يعد منظومة تساعد في بناء الامم والحضارات وإنما الإشكال يتمثل في السلبيات الناتجة عن هذا التقليد الأعمى والتهافت على النموذج الغربي والأمريكي تحديدا ، والملاحظ لحال شبابنا اليوم والفئة المنشغلة بالتيك توك يلحظ تغييرا في السلوك والسير قدما نحو الانحلال وعدم الإحترام وتكسير الخطوط الحمراء المتمثلة في الدين والاخلاق وعليه فبدلا من استعمال التيك توك لتغيير أوضاعنا الاقتصادية والسياسية وجدنا أنفسنا نتشبت بالفتات والفتور ضا ربين عرض الحائط باللب والجوهر.

فالتيك توك استطاع التواجد على مستوى < العلاقات والتفاعلات والهوايات والثقافات وحتى على مستوى ابستيمييات العالم أجمع لتغيير تصوراتنا و معارفنا تجاه ذاتنا وتجاه الآخر³ وهذا ما ينطبق على باقي التطبيقات التكنولوجية الأخرى مع تفاوت.

¹ محمد عابد الجابري: العولمة والهوية الثقافية عشر أطروحات ، دار المستقبل العربي، بيروت، ع288، 1998، ص137

² - عبد الله البزاز: حكمة العولمة والتربية جريدة الإمارات العربية المتحدة، عدد الاثنين 116 يوليو/ 2001

³ سارة بن ربيالة: الوسيط الاجتماعي "تيك توك " وهندسة المجتمعات العربية المعاصرة ،مجلة علوم اللغة العربية وآدابها، م13 ع 1 ،التاريخ 2021/03/15، ص10 .

تأثيرها ولكن يبقى التيك توك أكثر تأثيراً لسببين اثنين هما سرعة الإنتشار وزحف الفئات الشبابية . والتي تعد الأكثر عددا والأقل وعيا. وبالتالي فقدتها أضحت >الثقافة على تشفير الهاوية فلا خصوصية تحترم ولا عادات ولا تقاليد ولا دين ولا عرف ولا حتى قانون في ظل الفضاء السيبراني الجديد والمد الوسائطي الجارف والمدمر حرمان الشعوب تنتهك ، أعراضها تستباح، خصوصياتها تعولم ،شبابها بين نوافذ الفيسبوك والتيك توك¹ .

فالتيك توك مثلا أتاح فرصة لانتشار الاغاني منها الرابوية التي تكون غالبا محملة بالفاظ ساقطة أو منافية للدين وأخلاقيات المجتمع وهي في الغالب تدعو للإنحلال والتسيب والخروج عن المؤلف. ولكن هذا لا يعنى بالضرورة انعدام ايجابيات التيك توك فكما أشرنا سابقا فكل وسيط تكنولوجي له مساوئ ومحاسن إلا أن السلبيات صارت أعظم من مما كانت عليه سابقا نظرا لإنفلات الوسائط الحديثة من الرقابة السلطوية والأبوية.

ويمكن تلخيص السلبيات في مايلي:

- **الادمان:** وهو مرض نفسي كما يصفه علماء النفس يتعلق بمعدل استخدام بعض الجمهور من اجل المتعة والاشباع وهي وفق التقارير المحلية والدولية قد وصلت لمرحلة الادمان بسبب الاستخدام السلبي الذي يسبب القلق والتوتر والاضطراب المزاجي وعلى سبيل المثال يتذكر العالم انتحار الفتاه الهندية انيتا (24 عاما) في ولاية تاميل نادو بعد ان منعها زوجها من استخدام تطبيق تيك توك ولحقتها في فبراير 2019 م بالهند ايضا فتاه في مومباي بعيد مولدها بعد ان وبختها جدتها لطول استخدامها للتطبيق.
- **التحرش الالكتروني:** هناك مفردات مستحدثه لوصف ظاهره التحرش الالكتروني كالتحرش الرقمي او التحرش الافتراضي وهو استخدام شبكه الانترنت في التواصل مع المرأة بقصد ايدائها والاضرار بها جنسيا وابتزازها اجتماعيا.
- **التنمر الالكتروني :** يكون باستغلال المحتوى في التطبيقات بشكل متعمد وعدائي تجاه الاخرين مما يلحق ضرر مادي او معنوي ويطلق عليه مستخدمى التطبيقات (بالتحفيل) او التنمر، وذلك بالسخرية ممن هم اقل جمالا او مستوى اجتماعي او ثقافي وغيره مما دفع تطبيق تيك توك اطلاق اختبار معلومات لدعم احتفالية يوم الانترنت الأمن في ابريل 2020 وقدم التطبيق نصائح

¹ سارة بن ريالة: الوسيط الاجتماعي "تيك توك" « وهندسة المجتمعات العربية المعاصرة ،مرجع سابق،ص13.

وارشادات تدعم الرفاهية الرقمية دون التعرض الى التنمر الالكتروني وحظر المحتوى الذي يدعم او يشجع العنف او الكراهية او اي محتوى غير مقبول مجتمعيًا .

- عرض محتوى غير اخلاقي : كان من اهم اسباب الهجوم على تلك التطبيقات في العالم ومصر ودفع ذلك لتحرك برلماني والمجلس الاعلى لتنظيم الاعلام والجهاز القومي لتنظيم الاتصالات بسبب نشر العديد مقاطع الفيديو التي لا تتوافق مع القيم والعادات والتقاليد وايحاءات جنسيه وملابس فضحة ومثيرة والرقص .
- الانعزال والانطواء وفقدان التواصل الاجتماعي الطبيعي : فقد اصبح اغلبه المستخدمين يميلون الى العزلة والاتصال الالكتروني مع الاخرين والانقطاع عن العديد من النشاطات الاجتماعية والتواصل مع عالمهم الافتراضي مما يخلق سلوكا انطوائيا كما يرى علماء النفس.
- التحديات الخطرة: مثل مخاطر لعبه تيك توك فقد انتشرت تلك اللعبة على تطبيق تيك توك ويطلق عليها تحدي (كاسر الجمجمة) ، وبدأ استخدامها بين الطلاب في المدارس المصرية بكثافه وهي تعتمد على استدراج طالبين لزميل ثالث لهما بحجه اللعب معهما من خلال قفزهم جميعا معا الى الاعلى وفي اثناء قفزه يقومان بعرقلته على النزول الى الارض بشكل طبيعي فيفقد الشخص توازنه بشكل سريع ويسقط على الارض بشكل مفاجئ وتحول هذا التحدي الى (ترند) في ايام على التطبيق.
- إزدراء الاديان: انتشرت بعض مقاطع الفيديو في ابريل 2020 م لشباب وفتيات يقومون بأداء الصلاة في المنزل باستهزاء وسخرية منها وبعضهم يدخل اثناء الصلاة ، وتم القبض على ثلاثة منهم واحالتهم للنيابة العامة.
- مخاطر أمنية (مجهولية مصير البيانات) : وهي تتمثل في مخاطر جمع البيانات والمعلومات عن المستخدمين مثل الموقع الجغرافي ونشاط المستخدمين وبريدهم الالكتروني لكون البيانات تمثل السلعة الاقتصادية الابرز او كما يطلق عليها(نفط القرن الحادي والعشرين)ويتصف تطبيق تيك توك(بالخطر الامني على الشعب) فقد يجمع بيانات شخصيه وقوائم اتصال وبيانات مواقع وتفاصيل بطاقات ائتمان يمكن استغلالها لصالح الصين المالكة للتطبيق.
- إستغلال التنظيمات الإرهابية: استغلت التنظيمات الارهابية مثل تنظيم الدولة الإسلامية(داعش) انتشار تطبيق تيك توك ونشرت حسابات موثقه وصلت ل 24 حسابا وفق صحيفه(وول ستريت جورنال)الامريكية كتاكتيك دعائي لاغراض تجنيد عناصر جديده ونشرت هذه الحسابات محتوى يصور قطع الرؤوس والأنشطة العسكرية وتجهيز هذه الفيديوهات بطريقه

ملائمه لجمهور تيك توك من الشباب بأسلوب عالي الجودة مع الموسيقى والمؤثرات كما تظهر أيضا بعض مقاطع الفيديو اعضاء يغنون اناشيد للتنظيم¹.

7-المحتوى الهابط والذوق العام:

>يمكن تطبيق التحليل الوظيفي على دراسة وسائل الاعلام للتعرف على ظاهرة المضمون الهابط لتلك الوسائل. نستطيع أولاً أن نحدد هذا الجزء من محتوى وسائل الإعلام الذي يقع ضمن الذوق الثقافي الهابط أو الذي يعطى إشباعاً للجماهير العريضة بحيث يراه بعض الناس أنه يحط من قدر الذوق مثل : العنف الزائد، وتصوير الأساليب الإجرامية وموضوعات الرعب والوحشية والبرامج الإباحية، والميلودراما الموحشة، والموسيقى المثيرة، وغيرها من المظاهر التي تثير استياء النقاد .

المحتوى الهابط وهو الذي يثير استياء النقاد بشكل مستمر مثل : الدراما التليفزيونية التي تؤكد على العنف، أو البرامج الجنسية الفاضحة التي تصل إلى حد الدعارة أو الكوميديا المسفة ، أو الموسيقى المثيرة، أو أى محتوى يساهم في خفض الذوق وإفساد الأخلاق أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعياً.²

إن العامل الأساسي في انتشار منصات التواصل الإجتماعي وعلى رأسها التيك توك هو الاقبال الجماهيري وقد تنبه أصحاب هذه التطبيقات لهذه الحيثية مما دفع بهم لإيجاد طرق لزيادة عدد المشاهدات ومن بين الأساليب المتبعة هي تقديم >المحتوى الترفيهي الذي يتبع ويثير أكبر عدد من أفراد الجمهور وهو المحتوى الهابط ولطالما كان الهدف الاساسي لنظام وسائل الإعلام هو الريج الإقتصادي فإن الجنس والصنف أو أي محتوى آخريثير الإهتمام أو يبقى عليه ولو كان متسما بالذوق الهابط - سيسعى الى زيادة عدد الجمهور المشاهد للإعلانات، هذه الأخيرة تؤمن الاستقرار المالي للمشروع الإعلامي بوصفه مؤسسة اقتصادية³، ويتبين من هذه المقولة أن المؤسسات الإعلامية التقليدية والا الإلكترونية الحديثة لا يهمنها الجمهور الجاد فالجماهير التي تكون ذات نفع و الاقل وعيا وعليه فإنه لا يهمنها المحتوى بقدر الرغبة في تضييع الوقت والخروج من الملل والروتين بأي وسيلة كانت ، وهذا ما نشاهده في أكثر البرامج التي تلقى إقبالا منقطع النظير والمدقق في محتوى تلك المؤسسات يلحظ انحطاط ما تم عرضه على المشاهد والأدهى من ذلك لجوء بعضها لبث مشاهد العنف والجنس بحجة أن الجمهور في حاجة

1 هشام فولي عبد المعز:مرجع سابق، ص 3429، 3430، 3431، 3432.

2 حسن عماد مكاوي.ليلي حسين السيد:مرجع سابق، ص129.

3. بوقرة رضوان: المدخل النظري لنظرية ظاهرة الترفيه، مرجع سابق، ص 8 .

لرؤية الواقع دون مساحيق تجميلية وهذا ما انعكس سلبننا على سلوكيات الأفراد بل أنه مس حتى العادات والتقاليد التي كانت قائمة من قبل.

ويمكن تحديد عناصر النظام الاجتماعي الذي يحدث بداخله مستوى الذوق الهابط فيما يلي:

1- الجمهور : وهو العنصر الرئيسى للنظام الاجتماعي الخاص بوسائل الاتصال الجماهيرية وينقسم الجمهور إلى طبقات اجتماعية متمايضة بينها علاقات متشابكة في مجالات عديدة ولا بد من تحديد احتياجات أفراد الجمهور، وطبيعة العلاقات الاجتماعية بين أفرادها.

2- هيئات البحث : وهي الجهات التي تقدم معلومات للمسؤولين عند انتقاء أنواع المحتوى الذي سيوزع على الجمهور.

3- الموزعون : حيث ينتقل المحتوى - مهما كان نوعه - من موزع إلى الجمهور.

4- المنتجون والممولون : وهناك مجموعة كبيرة من الأنظمة الفرعية ضمن عنصر المنتج، ومن أمثلة ذلك : الممثلون والمخرجون والمراسلون ورؤساء أقسام الأخبار وغيرهم.

5- وكالات الإعلان : ويرتبط الممول والموزع والمخرج وهيئة البحث بوكالات الإعلان.

6- نظم الرقابة : مثل الهيئات التشريعية التي تضع اللوائح التنظيمية الخاصة بوسائل الإعلام¹.

8- فئة المضامين الترفيهية عبر تيك توك :

يعتبر التيك توك من أشهر التطبيقات الإلكترونية رواجاً بين المستخدمين في عصرنا الحالي وفي العالم بأسره فهو بميزاته المتنوعة يسمح بمشاهدة آلاف الفيديوهات التي تحمل مضامين مختلفة والتفاعل معها ومشاركتها لذلك سنتطرق في هذا العنصر لبعض المضامين الترفيهية المتاحة عبر منصة تيك توك :

1- الألعاب عبر تيك توك وميزة Live

بعد ان كان تطبيق الفيديوهات القصير يخطط للدخول في عالم الألعاب المختلفة قصد التفاعل والترفيه وذلك انطلاقاً من ميزة تيك توك لايف التي تسمح لصانع المحتوى بمشاركة مختلف الأفكار مع الجمهور كاللعب والنكت والتحديات المختلفة والألغاز والفوايزر: "وبحسب تقارير فإن تيك توك سيستثمر بشكل كبير في ألعاب HTML 5 التي تستند للويب ومع ذلك استخدام ميزة Live فستسمح للمستخدمين ومنشئي المحتوى بإشراك المعجبين بشكل أفضل أثناء البث المباشر".

1 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص130

وكتجربة أولية قد أجراها التطبيق و"وفقا لموقع tuchcrunch فإن تيك توك أطلق لعبته الخاصة garden of good التي تم انشاؤها بالشراكة مع منظمة feeding america غير الربحية وركزت على جمع التبرعات الخيرية حيث بدت أشبه بتجربة لمعرفة ما اذا كان مستخدمو تيك توك سيلعبون لعبة داخل التطبيق".

إضافة إلى ذلك وتطويرا للعب عبر المنصة "أشار موقع watchful إلى أن ميزة الألعاب للهواتف قد تسمح بمشاركة الشاشة بحيث يمكن لمنشئي المحتوى مشاركة شاشتهم مع المشاهدين في الوقت الفعلي، بما في ذلك الكاميرا والصوت والاشعارات والتنبيهات الأخرى، كما يسمح للمستخدمين بإضافة صندوق الكنز إلى مقاطع الفيديو الحية التي توزع العملات المعدنية بعد ان يصل عداد الوقت إلى مجموعة عشوائية من المستخدمين"¹.

2- مقاطع الفيديو المضحكة :

من بين المحتويات الترفيهية عبر منصة تيك توك نجد تنوع في المقاطع القصيرة والمسلية حيث "تعتبر المقاطع القصيرة المضحكة والمسلية من بين احسن المواضيع التي تحقق نسب عالية من المشاهدات داخل تطبيق التيك توك، بحيث ان الأخير انشئ خصيصا لمثل هذه الفيديوهات القصيرة التي تجذب عدد كبيرا من الأشخاص لمشاهدتها، وذلك راجع إلى أن أغلب الناس يحبون دائما المقاطع الطريفة التي تخفف عنهم بعضا من المعانات النفسية التي يعيشونها باستمرار سواء ضغط العمل أو الملل .. الخ".

3- المحتوى الرياضي :

ان استثمار الأفراد لأوقات فراغهم وملئها بمختلف الأنشطة الترفيهية يزرع فيهم حب الرياضة ومتابعة كل ما له علاقة بها لذلك سنقف عند المضامين الرياضية الترفيهية عبر منصة تيك توك ف "قد نختلف في نوعية الرياضة التي نعشقها ونتابعها بشغف واستمرار لكن لا أحد يمكن أن لا تستهويه الرياضة بشكل عام فمننا من يحب كرة القدم والآخرين يحبون كرة السلة، وفئة أخرى كرة المضرب (التنس)، كرة الطائرة، وهكذا ويوجد داخل تطبيق تيك توك الآلاف من الحسابات التي تهتم بالمجال الرياضي وقد تمكنوا فعلا من تحقيق نسب عالية من المشاهدات نظرا للأسباب التي ذكرتها سابقا".

وبما ان كرة القدم هي الرياضة الشعبية الأكثر رواجاً وشيوعاً في العالم فيدفع ذلك بمستخدمي المنصة ونشطاءها ب "نشر مقاطع فيديو صغيرة عن أبرز اللقطات التي يتوقع ان تعجب المتابعين مثل أهداف تم

¹ إلهام ابو الفتوح: تيك توك يستعد للمنافسة على دخول عالم الألعاب عبرة ميزة - صدى البلد، متاح على الموقع

<https://www.elbalad.news> تاريخ الولوج: 2023/04/04 على الساعة 09:47

تسجيلها بطرق محترفة ومثيرة للاهتمام أو مراوغات كروية رائعة أو تصدييات خيالية للكرات والتسديدات "، كل هاته المضامين وغيرها التي تدخل في المجال الرياضي لها دور ترفيهي فعال في الترويج عن انفس الجماهير المتلقية .

4- المقاطع الخاصة بالسفر:

السفر من مكان لآخر والاستمتاع بالتنقل وزيارة الأماكن، عنصر من العناصر الأساسية التي تلعب دورا في التنفيس والترويج عن النفس ويتجلى ذلك في ان "كثير من النجوم والمشاهير في تطبيق التيك توك ، حققوا نجاحا باهرا عن طريق نشر مقاطع صغيرة في حياتهم الشخصية عن رحلات السفر التي يقومون بها بشكل دوري بحيث يبرزون اهم واعرق المآثر التاريخية والاماكن السياحية للبلدان التي يزورونها مع إبراز عاداتهم وتقاليدهم،ومادام الإنسان عنده غريزة حب الاستطلاع وحب التعرف على مختلف ثقافات الشعوب الأخرى فإنه دائما ما يتابع هاته النوعية من الفيديوهات وبذلك يرفه بها عن نفسه متمنيا ومبرمجا في مستقبه زيارات لمثل لتلك البلدان إضافة إلى تعرفه على مختلف الثقافات.

5-المحتوى الخاص بالأطفال الصغار:

من منا لا يحب الأطفال الصغار وجمالهم وصفاتهم وكل تفاصيلهم " بحيث ان نشر مقاطع طريفة خاصة المشاهد التي تظهر براءتهم وعفويتهم تستوقف الكثير من الأشخاص للاستمتاع بها ومشاهدتها، وتذكر ايام كانوا في تلك السنين، خاصة فئة النساء التي تعد الزبون الابرز لمثل هذه النوعية من الفيديوهات، دون أن ننسى فئة كبيرة من الرجال، اذا فبراءة الصغار يهدي النفوس ويرسم البسمة على وجوه الكثيرين .

6-مقاطع الفيديو الخاصة بوصفات الطبخ:

موضوع الطهي يستهوي فئة كبيرة من افراد المجتمع بمختلف شرائحه وخاصة النساء فهم ينشغلون بذلك في أغلب اوقاتهم ويسعون لتطوير قدراتهم والاستمتاع بطهو مختلف المأكولات ومن هذا المنطلق "يعتبر نشر مقاطع صغيرة عن وصفات الطبخ من المواضيع الشائعة على تطبيق التيك توك ، نظرا لما لها من حضور قوي في وسائل التواصل وعلى التيك توك بالخصوص ،وبمجرد الدخول إلى التطبيق ستتفاجئ بأن محتوى الطبخ وإعداد الوصفات له قاعدة جماهيرية حاشدة من جميع أنحاء العالم حسب اختلاف رغباتهم فهناك من يتشى أكلها فقط وهناك من تعجبه طريقة الطهي والاكل معا .

7- المقاطع التعليمية:

ينجذب كل فرد إلى تعلم أشياء جديدة والاستفادة قدر الإمكان من المعلومات وبما ان التعلم يملأ جزء من أوقات الفراغ فهو بذلك يرفه عن النفس ويساهم في اكتساب مستخدمي منصة تيك توك لمهارات جديدة و "بسبب غلاء اسعار الدورات التكوينية أو في المواقع الإلكترونية التي تباع الخدمات التكوينية ، لجأ الكثير من الشباب والشابات ، خاصة الذين لا يمتلكون اموالا كافية لدفع هاته الرسوم ، إلى وسائل التواصل الاجتماعي التي تتوفر فيها هاته التدريبات مجانا وبشكل كامل ومنها تطبيق تيك توك بالخصوص " فهو يتيح فرصة كبيرة في التفاعل وجني معلومات كثيرة وقيمة في عديد المجالات سواء من الناحية الدراسية أو اكتشاف مهارات أخرى كالألبسة والموضة وتسريحات الشعر والطهي والرقص و بعض المهارات في مجال الميكانيك والسيارات بالإضافة إلى البناء والديكور وغيرها¹.

8- مقاطع الرقص والغناء :

أصبح الرقص والغناء في هذا الزمن من الأمور التي ينشغل بها الكثير وخاصة فئة المراهقين والشباب وذلك بدافع الترفيه فقد "ساهمت مقاطع فيديو الرقص في زيادة شعبية تطبيق تيك توك الهائلة ، إذ يمكنك نشر مقاطع فيديو رقص لإضافة قليل من المرح إلى محتواك وكسب المزيد من المتابعين " الذين ينجذبون إلى هذا النوع من المحتوى بطريقة ساحرة ، كما "تحظى مقاطع الفيديو التي تركز في الموسيقى بشعبية على تطبيق تيك توك ؛لذا يمكنك انشاء مقاطع فيديو للترفيه فقط ، أو يمكنك تغيير كلمات اغنيتك بطريقة تتلاءم مع علامتك التجارية " فسهولة مشاركة الفيديوهات أدى إلى تنوع الأغاني وتنوع مؤلفيها وظهور مواهب جديدة تساهم بدرجة عالية في نشر كل ما هو ترفيهي .

9- المقاطع الهادئة:

يبحث الكثيرون عن الهدوء بعيدا عن زحمة الحياة وضغوطاتها لذلك "لا يجب أن تكون جميع مقاطع الفيديو على تطبيق تيك توك مضحكة أو ساخرة ، إذ يحب بعض الناس مشاهدة المشاهد الهادئة للاسترخاء قليلا ، على سبيل المثال يمكن أن يعرض الفنان لقطة وهو يخلط الألوان أو لقطات قريبة وهو يرسم " وغيرها من المشاهد التي تخفف التوتر وتزرع الراحة النفسية في جسد من يلقاها.

10- المقاطع الخاصة بدروس التجميل والماكياج:

¹ راند الأعمال العربي: أفضل أفكار محتوى تيك توك الناجحة لسنة 2023 ، متاح على الموقع <https://the-arabic.entrepreneur.com>، تاريخ الولوج 04/04/2023، على الساعة 19:23 .

مما لا شك فيه ان الطابع التجميلي هو من ضروريات المرأة واولوياتها فإهتمامهم البالغ بتعلم فنون إستعمال مساحيق التجميل التي ترفع من مستوى الرضى عن جمالهن ويزيد من سعادتهم مع تدفق المؤثرين إلى تطبيق تيك توك أصبحت المنصة مشهورة جدا لدى المستخدمين المهتمين بمحتوى نمط الحياة ،ويمكن انشاء مقاطع مباشرة عن دروس ماكياج تركز في مجموعة من الموضوعات . " التي تجيب عن اسئلة الجمهور المتلقي حسب رغباتهم واحتياجاتهم.

9-التيك توكوالريح المادي:

لم تعد منصات التواصل الاجتماعي تطبيقات تستعمل للترفيه والترويح بل أنها صارت بالإضافة إلى ذلك ذات نفع مادي أي أنه يمكن الافراد المولعين باستعمالها أن يكون لهم مردوداً ماديا وبالتالي دخلا يساعد في تحسب وضعهم الاقتصادي ومع ذلك فإن فرصة الريح من التيك توك ليست متاحة في جميع الدول إذ أن ثمة ما يخطر هذه الخدمة نهائيا لأسباب سياسية وأخرى أخلاقية وعليه >ليست جميع الدول مؤهلة للريح من التيك توك حيث هناك دول متاح فيها الريح من التيك توك عن طريق المشاهدات وأخرى محظورة أساسا من تحميل تطبيق التيك توك على جهازك تبعا لموقعها الجغرافي¹ .

مما يعني أن الدول التي يكون فيها العائد المادي متاحا هي دول معروفة سلفا ولا بد للمواطن الراغب في أن يكون له مد خولا التطبيقات الاجتماعية، الانتماء أو على الأقل تربطه علاقة بتلك الدول وهي كالاتي > الولايات المتحدة الأمريكية المملكة العربية المتحدة (بريطانيا)، اسبانيا ،إيطاليا ،فرنسا².

ففي هذه الدول المذكورة يكفي تحقيق عدد من المشاهدات ليصير بإمكانك الحصول على رواتب مالية تزداد قيمتها كلما ارتفع عدد المشاهدات وهذا لا يعني أن الدول العربية لايمكنها الريح من هذه التطبيقات الإلكترونية وخاصة التيك توك وإنما يكون الاستفادة من المال بطريقة أخرى وهي توظيف الاشهار الذي تتكفل الشركات بدفع مقابل له فكلما كان عدد المشاهدات عاليا يكون الإقبال على السلعة التي يتم الإعلان عنها ومنه ترتفع اسهم تلك الحاجيات المراد بيعها ومن هذا المنطلق يكون الدفع و هذا الأمر معمولا به حتي في الدول المذكورة سابقا إلا أن الفرق في إحتساب عدد المشاهدات.

¹ لانا الحريري: الريح المادي من التيك توك عن طريق المشاهدات أهم شروط الريح <http://blos, le abil.com> ،التوقيت 13:15، 2023/03/15.

²المرجع نفسه ،التوقيت 13:30

- شروط الريح من التيك توك:

يضع القائمين على خدمة التيك توك شروطاً لا بد من تحقيقها للاستفادة من الريح المادي تتمثل في الآتي:

> يجب أن يزيد عمر ناشري الفيديوهات عن 18 عاماً. وهو سن الرشد عند معظم دول العالم.

- يجب أن يقوم الناشر بإنشاء محتوى حصري من تأليفه أياً غير مسروق أو منسوخ .
- يجب ان يكون المحتوى مفيد لمشاهد ويقدم له أي نوع من أنواع المنفعة .
- يجب أن يمتلك منشئ محتوى تيك توك 10 آلاف متابع على حساب كحد أدنى لتحقيق الريح منه .
- الحصول على 100 ألف مشاهد على الأقل للفيديوهات وذلك في مدة أقصاها 30 يوماً من تاريخ نشر الفيديو.
- يجب أن يكون حساب منشئ المحتوى متوافقاً مع شروط وسياسات خصوصية استخدام تطبيق تيك توك .
- أخيراً أن يكون صانع الفيديوهات في إحدى الدول التي تتفعل فيها ميزة الريح من التيك توك عن طريق المشاهدات¹.

فهذه الشروط أساسية وضرورية لتحقيق ميزة الريح وكما رأينا فإن أهم هذه الشروط هي عامل السن والذي يعد من الأولويات التي تراعيها الدول الناتجة للمال مقابل المشاهدات بالإضافة إلى حق الملكية الفكرية على بعض التطبيقات التي تمنح المال مقابل أي محتوى يتم عرضه على القناة الإلكترونية يكفي فقط تحقيق عدد المشاهدات ولعل من أهم الشروط التي تكون عائقاً في البداية هي عدد المتابعين أولاً ثم عدد المشاهدات إذ أن لكل رقم معين قيمة مالية تختلف من دولة إلى أخرى.

¹ لانا الحريري: الريح من التيك توك، تاريخ الولوج 2023/03/15، على الساعة 13:45 .

الفصل الثالث:

الاطار الميداني للدراسة

- -عرض البيانات وتحليل النتائج
- -2-النتائج الجزئية والعامّة للدراسة
- -خاتمة
- -قائمة المصادر والمراجع.
- -ملاحق الدراسة.

المحور الأول: تحليل البيانات السيسويديمغرافية :

الجدول الأول: يوضح توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
32%	32	ذكور
68%	68	إناث
100	100	الإجمالي

01- من خلال الجدول اعلاه وبالنظر الى تكرارات عينة الدراسة البالغ حجمهم 100 فرد نلاحظ ان 32 منهم تمثل عدد الذكور بنسبة بلغت 32% اما حجم الاناث فقد بلغ 68 انثى بنسبة مئوية قدرت ب 68% .

- وعليه نستنتج ان الإناث هم الأكثر اقتحاما واستعمالا لمنصة تيك توك.

-- من خلال العينة التي أجرينا عليها الدراسة المتعلقة باهتمامات كل جنس وجدنا ان نسبة الذكور لم تتجاوز 32% بينما نسبة الاناث 68% والاجمالي 100% ويرجع ذلك الى ان عندد الايئات يفوق عدد الذكور في مجتمع البحث الخاص بدراستنا، وبما ان الدراسة عشوائية فهي تعكس لنا تفاوت هاتين الفئتين في الاهتمام بمحتوى التيك توك والاشتغال عليه ايضا وفي البحث عن الاسباب التي زادت فئة الاناث عددا وهي الغالبة في هذه العينة نجد أن من بينها اهتمام الانثى بكل ما له علاقة بالترفيه خاصه أن تيك توك يعتمد على الموسيقى واللقطات المصورة والافلام القصيرة جدا وهو ما يتناسب وطبيعة الإناث بالإضافة الى أن اكثر ما يبث على التيك توك يكون له علاقة بالترفيه، بمعنى انه بعيد عن القضايا التي تتطلب اشتغالا ذهنيا والمعروف ان اكثر الإناث ليست لهن استعدادا للجلوس امام البرامج الجادة والتي تتطلب حضورا، من هذه الاسباب نجد ان الإناث لهن رغبة في الولوج الى عالم الشهرة من خلال بث الافلام القصيرة التي يظهرن من خلالها مواهبهن في الرقص والغناء وما شابه ذلك من امور الحياة، وهذا ما لاحظناه في شبكة الملاحظات لعينة الدراسة ، بالإضافة الى ان أغلب اللواتي يدخلن عالم التيك توك يفعلن ذلك هروبا من الضغوطات وممارسه هوايتهن بعيدا عن العادات والتقاليد والمنظور الديني لذلك نجد ان في الغالب محتويات تيك توك خاصة ما تنتجه الإناث يكون في أغلبه يعتمد على مغريات الجسد واللقطات او الحركات العابثة والساخرة والتي في المجمل يكون من ورائها تحقيق لرغبات ترفيهية ونفسية وهذا ما لاحظناه من خلال شبكه الملاحظات في الجانب المنهجي، حيث تؤكد لنا

النتائج ان الفئة الغالبة هم الفئة الانثوية في المقابل نجد ان الذكور هم الاقل عددا لأسباب اهمها ان اكثر الذكور لهم اهتمامات اخرى مثل ممارسة الرياضة والجلوس في المقاهي وتبادل أطراف الحديث في الاماكن العامة وهذا ما لا يتاح للإناث لأن في اغلبهن تكون حياتهن ما بين الدراسة والبيت وتكون ثم رقابة عائلية مما يحرمهن من فرصه الاستمتاع بالحياة اليومية وممارسة هوايتهن علنا وعليه يكون هذا الجانب السلبي المؤثر في حرية الإناث هو العامل الجيد بالنسبة للذكور ولذلك يكون اهتمامهم بمشاغل اخرى ،فهذه الاسباب التي ذكرناها هي من العوامل التي تجعل اهتمام الانثى بصفة عامه اكثر واقبالها على التيك توك .

• الجدول 02: يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر.

النسبة المئوية	التكرار	السن
40%	40	23-18
42%	42	28-23
10%	10	33-28
08%	08	33 فما فوق
100%	100	الإجمالي

02- من خلال الجدول اعلاه وبالنظر الى تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم اجمالا 100 فرد نلاحظ ان 40 فردا يمثلون الافراد الذين تتراوح اعمارهم من 18 الى 23 سنة بنسبة بلغت 40% اما الذين تتراوح اعمارهم ما بين 23 الى 28 سنة فقد بلغوا 42 فرد بنسبه قدرت ب 42% في حين ان البالغين من العمر 28 الى 33 سنه البالغ عددهم 10 افراد فقد بلغت نسبتهم 10% اما الذين اعمارهم تراوحت من 33 سنة فما فوق فقد كان عددهم 08 افراد بنسبة مئوية قدرت ب 8%.

- وعليه فالملاحظ هنا ان الفئات العمرية التي تتراوح اعمارهم بين 18 الى 28 سنه هم الاكثر ولوجا او استعمالا لمنصة التيك توك اي الفئة الشبانية.

-- وبالنظر في هذه العينة الموجودة امامنا على الجدول نجد ان نسبة الذين تتراوح اعمارهم ما بين 18 و23 سنة متقاربة مع الذين تتراوح 23-28 يعني ان اهتمامات هاتين الفئتين متقاربه وذلك راجع الى أسباب سننطرق إليها بينما الفئة العمرية المحصورة بين 28-33 هي التي تمثل نسبة متدنية اذا ما قورنت بالنسب المذكورة أنفا ثم تليها نسبه 8% والتي يمثلها اولئك الذين تجاوزت اعمارهم 33سنة

وحين نعيد ما سبق يتبين لنا ان اهتمامات الشباب بالتيك توك تكون أولوية في حياتهم ،كما لاحظنا ان غالبية الطلاب هم من الفئة الشبانية الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-28 سنة هم الذين لديهم انجذاب كبير نحو منصة التيك توك بدافع الترفيه والترويح عن النفس ومحاولة إزاحة الضغط النفسي وملاً وقت الفراغ ،ونجد بعد ذلك الفئة المحصورة اعمارهم بين 28-33تناقص اهتمامها اذ انها 10% وهم الذين يتجاوزون مرحلة المراهقة كما ان المسؤوليات تزداد على كاهل هؤلاء في الغالب الذين يبلغون سن 28 فما فوق حتى 33 يكون لهم اهتمامات أسرية ومهنية وحياة زوجية هي الغالبة وعليه تقل مساحه الحرية ويتقلص وقت الفراغ كما ان الاشخاص في هذا العمر لا تكون رغبتهم في الترفيه جد كبيرة ولا يختلف عن اولئك الذين أعمارهم 33 فما فوق فالاسباب الدافعة لعدم اهتمام الفئة العمرية المحصورة بين 28-33 هي نفسها، إذ نجد النسبة المئوية لم تقل كثيرا فهي 8% ما يعني أن الذين بلغوا 33 سنة فما فتقريبا ويمكن القول عليهم انهم من الجمهور غير النشط. فمهما اختلفت الفئات العمرية كل حسب عمرها لها اهتمامات حيث تتشابه الوظيفة ويختلف محتوى الترفيه.

الجدول 03: يوضح توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص.

النسبة المئوية	التكرار	التخصص
41%	41	سنة ثالثة إتصال
27%	27	سنة أولى ماستر إتصال تنظيمي
32%	32	سنة ثانية ماستر إتصال تنظيمي
100%	100	الإجمالي

03- من خلال الجدول اعلاه وبالنظر الى تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم اجمالا 100 فرد نلاحظ ان 41 فردا منهم الذين بلغت نسبتهم 41% هم طلبة السنة الثالثة ليسانس اتصال في حين ان تخصص السنة اولى ماستر بلغ عددهم 27 فرد بنسبه قدرت ب 27% اما الذين لديهم مستوى ثانية ماستر اتصالات تنظيمي فقد بلغ عددهم 32 ونسبتهم كانت 32%.

- ومن هنا نجد ان طلبه سنه ثانية ماستر وكذلك طلبت السنة الثالثة ليسانس اتصالات هم الذين لديهم اهتمام بمنصة التيك توك.

-- عند الدراسة حسب متغير التخصص يتبين لنا من خلال العينة التي اجرينا عليها الدراسة حسب تخصصاتهم ومدى اهتمامهم بالتيك توك فتبين لنا ان نسبة الثالثة ليسانس اتصال تمثل 41% بينما اولى ماستر 27% اما الثانية ماستر 32% وبالمقارنة بين النسب نجد ان النسبة الادنى هي طلاب ماستر 1 وان نسبة الثالثة ليسانس والثانية ماستر متقاربة وعليه نجد ان طلاب الثالثة ليسانس جنحو نحو الترفيه ولا يكون ذلك من خلال ما يبث في التيك توك لان محتوياته كما قلنا سابقا في الغالب لا تحتاج ذهنا متوقدا ولا اعصاب مشدودة لان ما يبث فيه اصلا ولد خصيصا للترفيه وتخفيف الضغوطات يبقى ان اولى ماستر والذين حازوا النسبة الأدنى لهم اسبابهم الخاصة فهؤلاء يكونون في ضغط وبرامج مكثفة بالاضافة الى الخوف من الرسوب وبالتالي تضيع سنة دراسية مهمه مما يجعل اهتمامهم بالترفيه اقل وسعيهم لما هو جدي فاذا ما نظرنا في الفئة الثالثة وهي فئة الثانية ماستر نجد ان عددهم قد تفوق على عدد طلبة الاولى ماستر اذ تمثل نسبتهم 32% نسبة عالية ومقبولة ،ففي الاوقات التي يبدا الطالب فيها انجاز بحثه الجامعي فيكون في الغالب محتاجا لما يرفه به عن نفسه ويخرج من ضغط مذكرة التخرج والتحضير لها .

المحور الثاني: عادات استخدام منصة تيك توك.

الجدول 04: يوضح هل تخصص وقت يومي للولوج إلى منصة تيك توك والإطلاع على مضامينها؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
60%	60	نعم
40%	40	لا
100%	100	الإجمالي

04- من خلال الجدول اعلاه والذي يتمحور حول تخصيص وقت يومي للولوج الى منصة تيك توك والاطلاع على مضامينها نلاحظ ان افراد العينة الذين يخصصون وقتا للولوج هم 60 فرد بنسبه قدرت ب 60% والذين اجابوا بلا عددهم 40 ونسبتهم تقدر ب 40%.

- وعليه نستنتج ان تخصيص وقت للولوج الى منصة تيك توك عند افراد عينتنا بنسبه تعتبر عالية وهذا ما يوضحه الجدول في الأعلى.

- من خلال الاستبيان الذي قمنا به والمتعلق ب هل تخصص وقت يومي للولوج الى منصة تيك توك والاطلاع على مضامينها ،الاسباب التي جعلت نسبة المهتمين اكثر من نسبه غير المهتمين وجدنا ان اكثر

المنتمين للنسبة الغالبة هم من الشباب وليست لديهم انشغالات حياتية وهم من اولئك الذين يحبون الترفيه والترويح عن النفس بالاضافة الى ان اكثرهم من فئة المراهقين الذين يتأثرون بالموسيقى والافلام القصيرة التي تكون في اغلبها تثير الحركة وتعتمد الى استعمال السخرية، بينما الفئة الاقل يمثلها اولئك الذين بلغوا او تجاوزوا سن معينة لديهم من الانشغالات ما يحول بينهم وبين وسائط الميديا وخاصة منصة التيك توك والتي تكون مضامينها في الغالب تافهة او لا تحمل ايه رسالة يمكن ان يستفاد منها في نظرهم، وعليه ان المهتمين الذين يخصصون وقت يومي للولوج الى منصات تيك توك هدفهم الاساسي الاطلاع على ما يستجد في هذه المنصة وبالتالي اخذ اكبر قدر من المتعة والاستفادة وتضييع الوقت في مشاهدة مثل هذه البرامج. اي هم من الجمهور النشط لأن التفاعل في التيك توك يتم من خلال تحديد التوزيع المكاني والزمني للجمهور فمضامين التيك توك توضع في زمن غير زمننا.

الجدول 05: يوضح هل انت من زوار المنصة بشكل دائم ؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
80%	80	نعم
20%	20	لا
100%	100	الإجمالي

05- من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح هل انت من زوار المنصة بشكل دائم حيث لاحظنا ان عدد الافراد الذين اجابوا بنعم هم الاكثر وكانوا بنسبه 80% بينما الذين اجابوا بلا كان عددهم 20 فرد وبنسبه بلغت 20%.

- نستنتج ان افراد العينة اغلبهم هم من زوار المنصة بشكل دائم بنسبة عالية.

-من خلال الاستبيان الذي اجريناه على مجموعه 100 شخص والذين طرحنا عليهم السؤال هل انتم من زوار المنصة بشكل دائم ، من ابرز الاسباب الداعية و التي ساهمت في جعل نسبة الاقبال عالية مقابل النسبة الراضية والتي هي اقل ، التي ذكرناها سابقا والمتمثلة في ان فئة الشباب المراهق والأقل من سن الثلاثين هم الفئة التي لديها من الوقت والاستعداد لهذه المنصة والاطلاع على مضامينها وبطبيعة الحال فان في هذه النسبة تكون نسبة الاناث والتي وجدناها في الجدول السابق هي الغالبة نظرا لدوافع كنا قد تطرقنا اليها منها مكوث النسوة في البيوت وعدم وجود اماكن للترفيه خاصة في المدن التي لا تزال فيها التقاليد والعادات هي السائدة بالاضافة الى الكبت المنزلي ومحاولة التنفيس عن المكبوتات الداخلية

كما اشرنا من قبل لأن فئة الإناث لديهن استعداد لكسر المحذور خاصة ان لم يكن ذلك كاشفاً لحقيقتهم ، تكون هذه الفئة ضمن هذه النسبة العالية 80% وبالتالي فان البرامج التي تبث او الفيديوهات التي يتم انتاجها يكون في الأصل موجهه لهؤلاء النسوة ومنها ما يكون موجها الى الشباب المراهق والذي لا يزال يبحث عن المتعة وأيضا اصبح التيك توك عبارة عن مصدر للمعلومة ، ويمكن القول عليهم هم عبارة عن جمهور مسخدم ومتفاعل ، اما التي لها اهتمامات اخرى ربما يمثلها الفئة 20% وقد تدخل في هذه الفئة اصحاب الوظائف المرموقة واصحاب الفكر الجيد وحتى اولئك الذين لديهم مسؤوليات واحساسهم بالمسؤولية عالي جدا ، فمن غير المعقول ان تكون هذه الفئة الناضجة ضمن اولئك الذين يهتمون بمحتوى التيك توك بنسب ضئيلة لانه في الاصل يحمل قيمة فكرية اجتماعية، ثقافية ،سياسية، لكنها لا تجذبهم بطريقة كبيرة تجعلهم من مدمني هذه المنصة، وكذلك يمكن القول ان لهذه الفئة مجالات ترفيهية تقليدية كالملاعب، المقهى .. الخ ، وهذا هو نوع آخر من الجمهور الذي يتلقى ويتأثر فقط.

الجدول 06: هل تقوم بالولوج إلى منصة تيك توك لأنك من صناع المحتوى ؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
22%	22	نعم
78%	78	لا
100%	100	الإجمالي

06- من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل هل تقوم بالولوج الى منصة تيك توك لأنك من صناع المحتوى حيث لاحظنا ان الذين اجابوا بلا من افراد العينة هم الاكثر بنسبة 78% مقارنة بإجابة نعم التي كانت من قبل 22 فرد بنسبه 22%.

- ومن هنا نستنتج ان افراد العينة نسبه كبيره منهم يقومون بالولوج الى المنصة ليس بغرض صناعه المحتوى.

- هل تقوم بالولوج الى منصة تيك توك لأنك من صناعه المحتوى حين طرحنا هذا السؤال الاستبائي على فئة من الافراد وعددها 100 فرد توصلنا الى اجابتين الفئة الاولى اجابت بنعم ونسبتها 22% والفئة الثانية اجابت ب لا ونسبتها 78% ولأننا نبحث دائما في الاسباب التي تجعل هذه النسب متفاوتة وجدنا ان الذين يدخلون الى المنصة ليسو من صانعي المحتوى بمعنى ان الفئة الثانية وهي الغالبة 78% قد تكون من أولئك الذين يهتمون بمضامين تيك توك ولكنهم لا يصنعون المحتوى وهي الفئة التي يطلق عليها اسم

الجمهور غير الفعال الذي يتأثر بالمضامين الترفيهية، أما الذين يهتمون بمضامين التيك توك بانتاج المحتوى وهي الأقل يمثلها أصحاب الأفكار الذين لديهم افكار يصنعون من خلالها محتوى يرفهون به على انفسهم او بالترفيه على المتابعين عبر المنصة، كما انه ليس بإمكان الجميع صناعة المحتوى وإنما الأغلبية فئة مستهلكه وعليه فإن نسبة 22% وهي نسبة قليلة ومدنية إذا ما قورنت بنسبة الذين لا ينتجون محتوى تيك توك هي نسبة مرضية وواقعية او قريبة من الواقع لان في الغالب الذين يتوجهون للانتاج يكونون اقل فليس الكل له افكار يستطيع من خلالها خلق المشاريع الجادة او غير الجادة وبمقارنة ما توصلنا اليه في الجانب النظري، ممكن أن تكون نسب 22% كذلك هم من الذين يسعون الى نحو الإشهار أو إيصال سلعة والترويج لسلعه ما.

الجدول 07: هل أصبحت زيارة منصة التيك توك عادة لديك؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
58%	58	نعم
42%	42	لا
100%	100	الإجمالي

07- من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل هل اصبحت زيارة تيك توك عادة لديك حيث ان 58 من الافراد يعتبرونها عادة لديهم بنسبه 58% بينما 42 منهم اجابوا بلا بنسبه قدرت ب 42%

- نستنتج بعد هذه الإجابة ان الذين يعتبرون زياره المنصة عاده لديهم اكثر ولكن مقارنه بالذين اجابوا بلا هي نسب متقاربة.

- التحليل: يبين لنا الجدول الذي امامنا نسبة الذين يقومون بزيارة يومية الى التيك توك وقد وجدنا أن الذين تربطهم علاقة بالتيك توك نسبته 78% بينما الذين لا علاقة لهم به أو أن والذين زيارتهم ليست يومية فقد بلغت نسبتهم 42% وكما تم في السابق فان النسبة التي اجابت ب لا هذا لايعني أنها مقاطعة تماما لتيك توك ومضامينه وانما قد تكون من الفئات التي تزور التيك توك من حين لآخر ولكن ليس بشكل دائما ولا بصفة رسمية يبقى أن الذين أجابوا بنعم وهم الفئة المتمسكة بعادة الإطلاع على مضامين التيك توك يضعون أولوية لنشر ما يتعلق بهم ونسبتهم كما نرى 58 %، وهي نسبة عالية لان كثير من الشباب لديهم تمسك وثيق بمنصة تيك توك وعليه تكون هذه النتيجة المتوصل اليها تؤكد ما

جاء في نظرية الإستخدامات والإشباع حيث أنهم يستخدمون هذه المنصة من أجل اشباع رغباتهم والتي هي في الغالب ترفيهية وبغرض الاستمتاع وإضافة محتويات جديدة.

الجدول 08: هل تعجبك المضامين المتاحة على منصة تيك توك؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
62%	62	نعم
38%	38	لا
100%	100	الإجمالي

08- يبين الجدول اعلاه اذا كنت من اصحاب الزيارات المتكررة هل تعجبك المضامين المتاحة على منصة تيك توك حيث لاحظنا ان الذين تعجبهم المضامين المتاحة واجابوا بنعم هم اكثر وكان عددهم 62 فرد بنسبه 62%، بينما الذين اجابوا بلا كان عددهم 38 ونسبتهم 38%.

- نستخلص ان افراد العينة معجبون بالمضامين المتاحة عبر منصة التيك توك.

-- هل تعجبك المضامين المتاحة على منصة تيك توك من خلال الإستبيان الذي أجريناه على مجموعة من الافراد ان الذين تعجبهم مضامين التيك توك من خلال الزيارات المتكررة يمثلون نسبه 62 بينما النسبة التي تزور التيك توك لسبب أو لأخر ولكن غير معجبة بالمضامين قد بلغت نسبتها 38% مما يعني ان الفئة الأولى لها أسباب تجعلها مقتنعة بمحتويات التيك توك ومن بين هذه الأسباب والعوامل التي رسخت قناعة لدى هؤلاء بأن المضامين التي يشاهدونها هي مضامين جيدة هي: أولاً حبهم للبرامج الترفيهية بمختلف انواعها ورغبتهم في الإستماع للمقاطع الموسيقية وأيضاً حبهم لمشاهدة الفيديوهات القصيرة ، وكما ذكرنا سابقاً حبا في إشباع رغباتهم الترفيهية، بالإضافة الى حب هؤلاء للبرامج او المحتويات التي يغلب عليها الطابع الترفيهي ، كما أن هؤلاء ليس لديهم مسؤوليات اجتماعية وبالتالي لديهم وقتاً فائضاً لمشاهدة التيك توك والتعلق بمحتواه، بينما الراضية لهذه المحتوى هي الفئة التي تشاهد تيك توك ولكن لم تقتنع بالمحتوى الذي يتم عرضه من خلال منصة تيك توك كما ان هذه الفئة اكيد يمثلها اولئك الذين لهم مسؤولياتهم والتزاماتهم ولم تعد لديهم الرغبة في قضاء أوقات مع برامج غير جادة وهذا لا يعني أنه لا توجد مضامين ترفيهية وإنما الترفيه حسبه مرتبط بمضامين أخرى ، وفي المجمل نستطيع القول ان من بين 100 فرد الذين أجرينا عليهم الدراسة نجد ان 62% هم من الشباب الذي يرغب في قضاء اكبر وقت ممكن مستمتعا بوقته غير مهتم بالقضايا التي تشغل المجتمعات وايضا هذا ما لاحظناه من خلال

الجدول السابقة وكذلك من خلال شبكة الملاحظات الفئة الشباب لديهم اهتمام كبير وأيضا لديهم الرغبة في الترفيه والترويح على النفس والبعد عن الضغوطات عن طريق الولوج الى منصة التيك توك.

الجدول 09: هل انت من أصحاب الإرتباط القوي بمنصة تيك توك ؟

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
33%	33	نعم
67%	67	لا
100%	100	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل هل أنت من أصحاب الارتباط القوي بمنصة تيك توك؟ إذ نلاحظ أن الذين أجابوا ب لا هم الأكثر بنسبة 67% بينما أصحاب الارتباط ألقى بمنصة تيك توك كانوا أقل بنسبة 33%.

- نستنتج ان متابعي المنصة في افراد عينتنا هم بنسبة قليلة من أصحاب الارتباط القوي بمنصة التيك توك ومحتوياتها.

-التحليل: نلاحظ من خلال الاستبيان الذي أجريناه أن نسبة الذين ليس لديه ارتباط قوي بمنصة التيك توك تقدر ب 67% وهي نسبة عالية مما يعني أن الطلبة الذين يقومون بزيارة منصة التيك توك من حين إلى آخر أو في أوقات متفاوتة أي ان ليسوا من المدمنين على هذه المنصة أو ان لهم ارتباطاته بمنصات اجتماعية أخر كالفايسبوك مثلا الذي يعتبر مناسبا أساسيا بالنسبة لمنصة التيك توك من حيث عدد المشاركين والمطلعين عليه أما بالنسبة لفئة الطلبة الذين لهم ارتباط قوي بمنصة التيك والذين تراوحت نسبتهم ب 33% فلهم دوافعهم لذلك مثل الترفيه من جانب أساسي والترويح عن النفس و الشهرة أو ملئ أوقات الفراغ أو الإنطواء والعزلة كما لاحظنا هذا في بعض الطلبة من خلال شبكة الملاحظات.

المحور الثالث: التيك توك والجانب النفسي :

الجدول 10: هل تساهم المضامين التيك توكية في تخفيف التوتر النفسي ؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
58%	58	نعم
42%	42	لا
10%	100	الإجمالي

10- ما يلاحظ من الجدول اعلاه الذي يبين مساهمة المضامين التي تتابعها عبر تيك توك في تخفيف التوتر النفسي اذ تبين ان الذين اجابوا بنعم هم الاكثر بنسبة 58% مقارنة بالذين قالوا لا ونسبتهم قدرت ب 42%

-ومن هنا نستخلص ان افراد عينتنا يخففون توترهم النفسي من خلال المحتويات عبر تطبيق تيك توك.

-التحليل : من خلال الإستبيان تبين لنا أن الذين أجابو بنعم فقد كانت نسبتهم 58% بينما الذين اجابوا بلا بلغت نسبتهم المئوية 42% فاذا ما نظرنا بالنسبة الأعلى والتي يرى أصحابها بأن التيك توك يساهم في التخفيف من التوتر نجد ان هؤلاء قد اقتنعوا بالبرامج الترفيهية الموجودة على منصة تيك توك لانه كما اشرنا في الدراسة النظرية قد احتوى على الكثير من البرامج الترفيهية ا بالإضافة الى ان هذه الفئة لا تحمل انشغالات تحد بينها وبين الاستمتاع بالتاكيد هم من الذين يفصلون بين انشغالاتهم الحياتية والأوقات التي يرغبون فيها الإستمتاع ونستطيع القول ان هذه النسبة اهتمامات بالموسيقى بالافلام القصيرة وبكل ما له علاقة بالضحك حتى لو كان عن طريق السخرية او تقديم برامج سطحية وليس لها اي عمق او رسالة تؤذيها للمجتمع كما انهم في إستخدامهم منصة التيك توك يجدون المنفذ في اشباع رغباتهم النفسية ،بالنظر في النسبة الاقل وهي 42 لا نجد غرابة في عدم اقتناعهم بأن التيك توك يمكن ان يكون منفذا وملاذا ووسيلة للترفيه والترويح عن النفس لأن هؤلاء تكون لهم اهتمامات أخرى يروحون بها على أنفسهم ويشبعون بها رغباتهم ،وبالتالي لا يرون في منصة التيك المهرب والسبيل لإشباع الرغبات النفسية والتخلص من التوتر النفسي.

الجدول رقم 11: هل متابعة المضامين التوكية تساعدك في التخلص من الضغوطات اليومية؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
49%	49	نعم
51%	51	لا
100%	100	الإجمالي

11- الجدول أعلاه يتضح من خلاله متابعة المضامين التوكية تساعد على التخلص من الضغوطات اليومية حيث كانت النسب متقاربة جدا بين اجابه نعم ولا فكانت اجابه نعم بنسبه قدرت ب 49% بينما لا كانت بنسبه 51%.

-نستنتج ان هناك من افراد العينة من يعتبر متابعه هذه المضامين يساعد على التخلص من الضغوطات اليومية بينما ينفي البعض الاخر ذلك.

-طرحنا سؤال مفاده هل المضامين توك توك تساعدك على التخلص من الضغوطات اليومية؟ توصلنا من خلال الإستبيان والذي أجريناه هناك فئة تؤمن بان المضامين المقدمة عبر منصة التوك لها دور فعال في تخفيف الضغوطات ونسبه هذه الفئة 49% بينما الذين يرون أن لا جدوى من تلك المضامين ولا دور لها في تخفيف الضغط اليومي فقد بلغت نسبتهم 51% و النسبتين كما نرى ليس بينهما إلا 2% ، لا تمثل الشباب وحدهم وبالأخص الذين لا يزالون في أول العمر وإنما على ماسبق من الجداول تشمل فئتين مختلفتين في الأعمار الأولى قد يكون المنتمين إليها في سن 18 أو 23 أو ما بين 18 حتى 28 سنة يمثلها أولئك الذين تجاوزوا سن أساسي ومن المعلوم أن الانسان كل ما تقدم في السن تغيرت اهتماماته وقناعاته أيضا بالإضافة الى قدرته على حمل المشاكل والتماشي معها انطلاقا من خلق إرادة يعمل من خلالها على تحطيم اي صعوبات وازاحة اية ضغوط كما ان 50% تكون انشغالاتنا أو على الأقل تكون لديها طرق أخرى للترفيه منها كما أشرنا في موضوعات سابقة ممارسة الرياضة ومشاهدة كرات القدم وممارسة ألعاب التسلية والاتحاق مثلا بوظائف تشغل الوقت ولكنها لا تخلق ضغط نفسيا وايضا يمكن القول أن لها اهتمامات بالعديد من التطبيقات الأخرى او المواقع الإجتماعية مثل الفيسبوك ،تويتر، اليوتيوب ، حيث لاحظنا انه في شبكة الملاحظات تطرقنا الى العديد من هذه الاشخاص الذين لهم

اهتمامات بالفيسبوك أكثر من المواقع الأخرى يمكننا القول أن الفيسبوك له أثر جيد من ناحية تخفيف الضغوط لديهم بإعتار أن هذا الأخير هو من أقوى المنافسين للتيك توك، والتي تمثل نسبة 49% لها أيضا ما يبرر اعتقادها بان التيك توك يساعد في تخفيف الضغط وفي الغالب تكون هذه الفئة الجامعة لها ضغوطات تختلف عن تلك الضغوطات التي يحسها غيرهم من المجتمع الجامعي، بينما كما قلنا هؤلاء الطلاب تكون ضغوطاتهم وقتيه ويمكن لأي برنامج ترفيهي أن يعمل على إزاحتها أو التخفيف منها، وهذا ما يمكننا قوله على هذه الفئة أنها فئة اجتماعية لها علاقاتها في المجتمع تتوغل داخل المجتمع تحافظ على التماسك الإنسجام داخل المجتمع وهذا ما جاء في متن النظرية الوظيفية، وتحافظ أيضا على القيم الاجتماعية في المجتمع، وفي المجمل فإن فئة 49% تكون مقتنعة لسبب أو لآخر بوجود ما يعرض على منصات التيك توك هو مادة ترفيهية ساعدت فعلا في تنفيس الضغوطات اليومية وبالتالي فان إجابتهم منطلقا من قناعة شخصية في المقابل أن الذين تمثلهم نسبة 51% هم أيضا لديهم ما يبرر إجابتهم إنطلاقا من تجربتهم للبرامج التيك توكية عدم جدواها في تخفيف الضغط النفسي.

الجدول 12: هل يشغلك استخدام التيك توك في أوقات الفراغ؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
71%	71	نعم
29%	29	لا
100%	100	الإجمالي

12- من خلال الجدول في الأعلى الذي يوضح في نظرك هل يشغلك استخدام منصة تيك توك في أوقات الفراغ نلاحظ أن الذين كانت أجابتهم نعم هم الأكثر ونسبتهم قدرت ب 71% بينما الذين أجابوا بلا كانت نسبتهم 29%.

- نستنتج من هنا أن هؤلاء الطلبة يشغلهم متابعة محتوى تيك توك ويسد الفراغ في وقتهم.

- عن طريق الإستبيان قد توصلنا إمتداد إجابة هؤلاء إلى أن 71% أشغلهم فعلا التيك توك وبالتالي يعملون على إستخدامه في أوقات الفراغ بينما 29% ليس لديهم هذا الاهتمام وبالنظر في إجابة هذه الفئة 29% لا يمكن القول بان هؤلاء لا يهتمون نهائيا بالتيك توك أو أنهم لا يستعملونه نهائيا وإنما هذه الفئة قد تكون من الذين يطلعون من حين لآخر أو في مرات متباعدة على محتويات هذه المنصة ولكنهم لا يتخذون منها شغلهم الشاغل بينما الفئة اي عبارة على جمهور غير فعال يتأثر فقط، و التي بلغت نسبتها

71% والذي قالت نعم لها تعلق بالتيك توك من ما يدفع بأصحابها للإشتغال ومتابعة محتويات المنصة يوميا فهؤلاء يكونون من الذين يحبون الترفيه ويقبلون على الحيا بكل ما فيها من لذة او بكل ما فيها من نفع تحقيقا للمتعة بعيدا عن الألم الذي يخلقه الضغط النفسي والتفكير المجهد وهذا أيضا ما لاحظناه في دراستنا النظرية اي أن الذين يهتمون بالترفيه هم الذين يخصصون له وقت ويعتبرونه مقدس بالنسبة لهم من أجل الخروج من الضغوطات التي المت بهم سواء كانت من الدراسة أو من الذين يعملون ويدرسون في نفس الوقت في الجامعة لإستكمال مسيرتهم الدراسية تجتمع أسباب سابقة ومبررات أخرى قدمناها في السابق يدخل فيها مثلا المستوى الدراسي والسن والإهتمامات السطحية لهذه الفئة وغير ذلك مما يجعل هؤلاء لديهم الإستعداد الكلي والرغبة الجامحة في تشغيل المنصة والاستمتاع بما تبثه في اوقات الفراغ ومما يعني أيضا أن هؤلاء وقت يستطيعون من خلاله متابعة البرامج الترفيهية او هم من صناعتها بغض النظر عما يمكن أن تقدمه من خدمة وإنما الأصل عند هؤلاء هو تلك الأوقات التي يقضونها مشاهدة المنصة سعيا منهم الى الاستمتاع والترويح والتنفيس وإشباع رغباتهم.

الجدول 13: هل العزلة سبب يدفعك لمشاهدة المضامين الترفيهية في تيك توك؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
57%	57	نعم
43%	43	لا
100%	100	الإجمالي

13- الجدول اعلاه الذي يوضح هل العزلة سبب يدفعك لمشاهدة المضامين الترفيهية في تيك توك؟ إذ

لاحظنا أن نسبة 57% أجابوا بنعم بينما العدد الباقي أجاب بلا وبلغت نسبتهم 43%.

-وبذلك نستنتج أن أفراد العينة عند إنعزالهم يلجأون لمحتويات تطبيق تيك توك.

-- تحصلنا على إجابة وهي مبينة في الجدول فكانت فئة الذين أجابوا بنعم 57% بينما التي ترى غير ذلك والتي اجابت نسبة 43%، وسؤالنا كان واضحا تماما وهو يتعلق بالعزلة ومشاهدة مضامين التيك توك كانت إجابة الفئة الأولى 57% دليل على ان هؤلاء يجدون أن من بين الأسباب أو العوامل التي تدفع بهم لإيجاد طريقة للترفيه هي والسائل أو منصة التواصل التيك توك لما يتميز به من برامج في الغالب لتقديم مادة ترفيهية أكثر من مواد أخرى ويغلب عليها طابع السخرية والبرامج التي تعتمد الحركة وإلى ما ذلك وأيضا يمكننا القول عليهم أن هذه الفئة يشعرون بالعزلة الاجتماعية أي انهم بعيدين عن المجتمع وكل ما

يحيط بهم وأيضا هذا ما لاحظناه في بعض الطلاب حيث أنهم يهتمون بالمواقع ويتواصلون مع الهاتف أو الهواتف الذكية التي لديهم بصفة مسترة ودون المخالط والاندماج داخل المحيط الجامعي وكذلك التفاعل بين الطلبة فيما بينهم كذلك اهتمامهم الهواتف بالتطبيقات أكثر من إهتمامهم بما يحيط بهم وعدم الشعور بذلك وفي نظرهم أنهم على الطريق السوي الصحيح وعليه تكون هذه الفئة قد جربت المنصة ووجدت فيها عبر البرامج والمحتويات الترفيهية ما يدفع بأصحاب هذه الفئة للإغتراب والإبتعاد عن الواقع والاندماج إفتراضيا داخل المجتمع الفضائي الافتراضي . يبقى دائما ان مبرر الفئة التي 43 % هو أولا تجربتهم بالتأكيد لهذه المنصة وبالتالي عدم اقتناعهم بما يوجد من مضمات تيك توكية او يمكننا القول ان هذه الفئة لديها اهتمامات أخرى أنهم فئة إجتماعية بطبيعتهم مندمجة داخل المجتمع لا تشعر بالعزلة تحاول الخروج من العزلة من خلال الاندماج والاحاطة بكل ما يحيط بالمجتمع ، وهذا ما تعتبره النظرية الوظيفية أن المجتمع عبارة عن بني اوبناعات متماسكة تسعى إلى تحقيق التماسك والحفاظ على النسق والإنسجام ، أو الإشتغال بأشياء أخرى مثل المطالعة الذهاب الى المكتبة الترفيهية داخل الجامعة الاهتمام بنشاطات رياضية نشاط الثقافية ايضا يمكننا القول عليهم من خلال ما لاحظناه في الجداول السابقة ، وأيضا هناك فئات عمرية مختلفة وبالتالي يكون التفكير أيضا والإهتمام مختلفا فالأقل سنا أو الأقل عمرا يكونوا بالتأكيد يكون أفرادها أو أغلبيهم من الذين أعطتهم الحياة ووجدوا الترفيه في ميادين أخرى منها التي ذكرناها سابقا ممارسة الألعاب ومشاهدة الرياضة وحتى مشاهدة الأفلام زد على ذلك التجول والإستمتاع داخل الحرم الجامعي خاصة في في أوقات الفراغ أما الفئة الأولى التي قالت نعم الذي تشعر بالعزلة فاولئك وجدوا ملاذهم ووجدوا إهتماماتهم ووجدوا فك عزلتهم في هذه المنصة أو في الترفيه عبر التيك توك.

الجدول 14: هل المضامين عبر التيك توك تجعلك تشعر بنوع من التوازن النفسي؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
31%	31	نعم
69%	69	لا
100%	100	الإجمالي

14- من خلال الجدول أعلاه الذي يبرز هل المضامين عبر التيك توك تجعلك تعيش نوع من التوازن النفسي إذ نلاحظ أن نسبة كبيرة كانت إجابتهم ب لا حيث بلغت النسبة 69% والبقية الذين أجابوا بنعم كانت نسبتهم 31%.

-نستنتج أن التوازن النفسي غير مرتبط بمضامين تيك توك بالنسبة لأفراد العينة.

-- من خلال الاستبيان المطروح وجدنا ان الفئة التي أجابت بنعم بمعنى أن منصة التيك توك تخلق التوازن نفسيا وكانت نسبتهم واحد وثلاثين في المئة بينما الفئة رافضة أو الغير مقتنعة نسبتهم 69% وهنا نجد فرقا شاسعا بين الفئتين الفئة الثانية تتجاوز ثلثي الأولى، اذا هنا يكون أو التركيز يكون على الفئة الثانية والتي تقارب 70% وبالنظر في هذه النسبة العالية نكون على قناعة بأن الذين يمثلون هذه النسبة هم أكثر نضجا ووعيا وبالتالي يكون قد ولجوا بالفعل وتعاملوا مع المنصة واطلعوا وكذلك هم أكثر تمسكا بالقيم الاجتماعية وأيضا يجدون في أن إشباع رغباتهم النفسية ليس في التيك توك وإنما في أشياء أخرى مهمة ولها قيمة وكذلك تلتزم بالقيم الاجتماعية وتحافظ عليها وتحافظ على الترابط والتماسك الاجتماعي والحفاظ على الهوية والشخصية كما جاء في مضمون النظرية البنائية الوظيفية، وأيضا لإثبات الوجود وعدم الانحياز الى الفرضيات الافتراضية والعيش في واقع افتراضي وهي لم يجدوا فيه المبتغى وهو التوازن والترفيه عن النفس، وانطلاقا من النسبة الأعلى التيك توك ومضامينه لا يمثلان حلا أو لا يخلقان توازنا للفئة الأكبر التي أجابت ب لا لأن ربما لهم توجهات أخرى كما ذكرنا سابقا في شبكة الملاحظات، أما بالنسبة للفئة التي أجابت ب نعم فإن التيك توك من خلال المضامين الترفيهية يحقق ويشبع رغباتهم وبالتالي يتحقق التوازن النفسي لديهم.

الجدول 15: هل هروبك من الواقع ومحاولة علاجك للمشاكل اليومية يجعلك تبحث عن محتوى ترفيهي عبر التيك توك؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
37%	37	نعم
63%	63	لا
100%	100	الإجمالي

15- الجدول في الاعلى يوضح هل هروبك من الواقع ومحاولة علاجك للمشاكل اليومية يجعلك تبحث عن محتوى ترفيهي عبر تيك توك، اذ لاحظنا ان الإجابة بلا بلغت نسبتها 63% بينما 37% الباقية كانت اجابتهم بنعم.

-من هنا نستخلص أن علاج المشاكل اليومية والهروب من الواقع لا يتخلص أفراد العينة منه عبر المحتويات الترفيهية.

-- من خلال الاستبيان الفئة التي أجابت بنعم مثلت 37% بينما الذين يرون غير ذلك بلغت نسبتهم 63% وهي نسبة معتبرة ولافتة في الوقت نفسه يبقى أن النسبة المتدنية 37% والتي يرى أصحابها بأن الهروب من مشاكل الحياة وضغوطات الدراسة يتجه لمشاهدة محتويات التيك توك تبثه من برامج ترفيهية يكون من بين أسباب تكون التي جعلت هذه النسبة متدنية أن أكثر الذين يتعاملون مع منصة التيك توك وجدوا فيها المبتغى أو هم من أصحاب الإرتباط القوي بهذه المنصة، وتشجع رغاباتهم، وبالتالي ساعدت في حل مشاكلهم التخفيف من ضغوطاتهم ، أما فيما يخص السنية الغالبة 63% يمكن إعتبارها فئة مجتمعية تسعى الى الإندماج في بنية المجتمع والحفاظ على الإنسجام، وأيضا هذه الفئة التي أجابت بلا 63% هي فئة تلتزم بمبدأ الواقعية والعيش في الواقع والابتعاد عن الخيال والافتراضي أو لهم نظرات اخرى تجعلهم لا يرون من التيك توك منفذا أو مهربا من الواقع ولا يمكن حل مشاكلهم بالهروب الى منصة التيك توك كذلك الاهتمامات بالدراسة كذلك اختلاف في الاعمار وتفاوت في المستويات الدراسية كما لاحظناه سابقا .

الجدول 16: هل المضامين الترفيهية تشعرك بالخروج من حالة الإغتراب عن الجماعة؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
35%	35	نعم
65%	65	لا
100%	100	الإجمالي

16- من خلال الجدول في الأعلى الذي يبرز هل تشعرك المضامين الترفيهية بالخروج من حاله الاغتراب عن الجماعة ، نلاحظ بان افراد العينة الذين كانت إجابتهم بلا هم الاكثر وبلغت نسبتهم 65% بينما الباقون اجابوا بنعم قدرت نسبتهم ب 35%.

- نستنتج أن المحتوى عبر التيك توك لا يستخدمه أفراد العينة للخروج من حاله الاغتراب عن الجماعة.

- بعد الاستبيان وجدنا أن الفئة 35% المقتنعة بأن مشاهد تيك توك ومتابعة مضامينه لا يجعل الإنسان منعزلا عن مجتمعه ومغتربا عنه وإنما هي لحظات أوقات للترفيه والتسلية ثم يعود بعدها الشخص الى وضعه الطبيعي او حالته الاجتماعية العادية وبطبيعة الحال هذه الفئة تكون لديها خلفيات ثقافية وعلمية وقناعات بأنها ما يتم مشاهدته ما هو إلا وليد تلك اللحظة والهدف منه هو الترفيه والترويح النفسي لا غير بينما تكون الفئة التي تمثل نسبة 65% والتي ترى متابعة هذه البرامج تجعل من

الفرد مغتربا عن مجتمع هي الفئة لا تشعر بالفرق بين ما هو ترفيهي او ما هو افتراضي وما هو واقعي وبالتالي فهي تخرج من النسق الاجتماعي ولا تحافظ على التماسك والانسجام ، أو التمسك بالقيم الأخلاقية والاجتماعية عامل اساسي من اجل الحفاظ على الجيل القادم . خاصة مع الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي بالأخص التيك توك في العام الجديد وهو عام 2023 .

المحور الرابع: القيم الأخلاقية والاجتماعية في منصة تيك توك .

الجدول 17: في رأيك هل تتماشى المحتويات التيك توكيه وقيم المجتمع وعاداته؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
21%	21	نعم
79%	79	لا
100%	100	الإجمالي

17- من خلال الجدول اعلاه الذي يبين تماشي المحتويات التيك توكية وقيم المجتمع وعاداته حيث لاحظنا ان الإجابة بلا كانت هي الاكثر بين افراد العينة بنسبه قدرت ب 79% مقارنة بالإجابة بنعم التي قدرت نسبتها ب 21%.

-من هنا نستخلص ان افراد العينة ينفون توافق محتويات التيك توك مع عادات وقيم مجتمعهم.

-احصلنا على نتيجة مفادها 21% أجابوا بنعم و 79% أجاب بلا وعليه فإن النسبة العالية 79%ومن هنا نستطيع القول بان محتويات التيك توك لا تتماشى والقيم المجتمعية وهذا ما يثبتته الواقع إذ أن المطلع على ما ينتجه أصحاب هذه المنصات لا يجد فيها في الغالب نتاجا يمكن الارتكاز عليه، فالغالب متعلق بالموسيقى الصاخبة والرقص والحركات الهلوانية والتصرفات الساخرة وغير ذلك من الأمور التي يمكن ان تعد تافهة وبلا قيمة و أن كثير مما يقدم على منصات التواصل الاجتماعي ليست له أي علاقة بالأخلاق والقيم والتقاليد بل على العكس من ذلك توجد الكثير من الفضائح الأخلاقية والتصرفات والأمور التي يندى لها وبالتالي تكون الفئة التي ذهبت للقول بلا على محتوى التيك توك وقامت بالنقد موضوع بعيدا عن أي ذاتية أو حساسيات بينما الفئة الأقل والتي مثلت نسبة 21% والتي ترى بأن محتويات التيك توك تتماشى وقيم المجتمع هي فئة تعتبر جزء من الكل أي جزء من المجتمع الأصلي والكلبي، بحيث توافق على أن القيم الاجتماعية في التيك توك تتماشى مع المجتمع وعاداته لأن سلوكهم أصبح موجها عبر هذه المنصة وأصبحت كنظام اجتماعي في حياتهم يقدم لهم الاستقرار والتمسك بالمجتمع والابتعاد على الواقع

والعيش في نظام افتراضي خيالي جعلهم يحددون قيم اجتماعية خاصة بهم و جعلتهم يرون أن مضامين التيك توك تحقق القيم الاجتماعية وتتماشى مع عادات المجتمع .

الجدول 18: هل محتويات التيك توك تجعلك تشعر بالمسؤولية الاجتماعية؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
40%	40	نعم
60%	60	لا
100%	100	الإجمالي

18-الجدول اعلاه يعبر عن هل محتويات التيك توك تجعلك تشعر بالمسؤولية الاجتماعية فنلاحظ النسبة الاكثر هي 60% كانت اجابتهم بلا والباقي بنسبه بلغت 40% كانت اجابتهم بنعم.

-استنتجنا أن أفراد العينة لا يشعرون بالمسؤولية تجاه مجتمعهم عند تعرضهم.

- من خلال الاستبيان تلقينا الاجابات فئة ترى بأن محتويات تيك توك تجعل من الفرد مسؤولا اجتماعيا وتمثلها نسبة 40% بينما ذهبت البقية الى القول لا ونسبتهم عالية اذ يمثلون 60%، ونجد أن هؤلاء الذين اجابوا بلا يرون أن الاحساس بالمسؤولية من خلال تشبثهم بمنصة التيك توك وإرتباطهم القوي كما لاحظنا في الجداول السابقة ، حيث وصلوا الى نتيجة مفادها أن محتويات تيك توك تجعل الفرد يحس بالمسؤولية الاجتماعية، أيضا الذين اجابوا بلا نسبتهم 60% نجد أنهم من الذين يتابعون مضامين تيك توك لكنهم ليسو من اولئك الذين تاثروا إلى درجة أنهم اصبحوا يرون أن المسؤولية الاجتماعية تكون عبر هذه المنصة أي أنهم من أصحاب المتابعات القليلة للمضامين عبر التيك توك وبالتالي فهم من الافراد الذين يقع على عاتقهم العمل لصالح المجتمع ككل وهذا ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية والتي يجب الالتزام بها والحفاظ عليها من أجل الحفاظ على التوازن الاجتماعي بكل معناه وسلامة المجتمع وسلامة بيئته، كذلك ومن خلال ما لاحظناه من شبكة الملاحظات أن أغلب الذين يتابعون التيك توك كمبدأ في حياتهم او كنظام منظم في حياتهم أنهم لا يهتمهم مصلحة المجتمع أو مصلحة من يحيط بهم وليس لديهم اهتمامات إلا في مجتمعهم الافتراضي الذي أصبحوا جزءا منه، كما أن الذين ليس لهم ارتباط كبيرة بمنصة التيك توك يتسمون بالجدية والواقعية والحفاظ على القيم والاخلاق الاجتماعية والشعور ببعض المسؤوليات وأيضا الحفاظ على العالم الواقعي على حدى والعام الافتراضي على حدى.

الجدول 19: هل يتجسد الالتزام الاجتماعي من خلال المضامين التيك توكية؟

النسبة المئوية	التكرارات	البائل
23%	23	نعم
77%	77	لا
100%	100	الاجمالي

19- نلاحظ من خلال الجدول في الاعلى الذي يمثل تجسد الالتزام الاجتماعي من خلال المضامين الترفيهية ان الإجابة الاكثر بين افراد العينة هي لا اذ قدرت نسبتها ب 77% بينما النسبة الباقية 23% وكانت اجابتهم بنعم.

-نستنتج أن أفراد العينة يجمع أغلبيتهم الساحقة على عدم تجسد الالتزام الاجتماعي في منصة تيك توك. -التحليل: من خلال الاستبيان الذي أجريناه على عينة الدراسة توصلنا من خلاله الى أن الذين أجابوا بنعم مثلوا نسبة 23% بينما الذين أجابوا بلا كانت نسبتهم أعلى وهي 77% مما يعني ان الذين يعتقدون بأن مضامين تيك توك تجعل منهم أكثر التزاما نسبتهم أقل من أولئك الذين يعتقدون العكس وكما أشرنا سابقا فان الواقع هو الفيصل في مثل هذه الحالات وعليه وبالتالي تكون هذه المضامين انطلاقا من اراء هذه الفئة وما يقدم من محتويات تيك توكية لا يعمل في الأصل على توعية الناس والدفع بهم ليكونوا أفراد يقدمون خدمات للمجتمع وإنما الهدف الاساسي من هذه المنصة هو ايجاد مساحة للترفيه والتخفيف من الضغوطات الحياتية ولا يهم المحتوى الذي يتم تقديمه ، لا نستطيع القول أن إجاباتهم غير صحيحة ولكنها انطلاقا من قناعات شخصية وكما قلنا دائما على أن هذه النسبة في الغالب يمثلها الشباب، وهي الفئة الغالبة اذ استفادوا من الخبرات الحياتية وصار لديهم الرؤية للحكم أو تكوين الأفكار والمنهجية التي يصبون من خلالها افكارهم وعليه تكون النتيجة المستخلصة ان المضامين الموجودة داخل منصات التيك توك لا تدفع او لا تجعل من الفرد ملتزما بشكل تام.

الجدول 20: عند متابعة مضامين التيك توك هل تشعر بالاجابية؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
61%	61	نعم
39%	39	لا

الإجمالي	100	100%
----------	-----	------

20- من خلال جدول أعلاه الذي يوضح الشعور بالإيجابية عند متابعه مضامين تيك توك اذ لاحظنا ان نسبه 61% من افراد العينة كانت اجابتهم بنعم وهي النسبة الاكثر مقارنة بالذين كانت اجابتهم نعم فكانت نسبتهم 39%.

-نستنتج أن أفراد العينة يرون بأن مضامين تيك توك عنصرا يساهم في الاحساس بالإيجابية.

- إتضح لنا بعد إجراء استبيان على عينة الدراسة ان من أفراد المجتمع بخصوص هذا التساؤل توصلنا الى اجابتين احدهما يمثلها الافراد الذين أجابوا بنعم ونسبتهم 61% بينما الذين أجابوا بلا نسبتهم 39% والحق أننا حين ننظر في النسبة العالية 61% الذين يرى أصحابها بأن متابعة مضامين تيك توك تشعرهم بالإيجابية السبب في ذلك أن التيك توك كما قلنا سابقا ينتج البرامج الترفيهية و يكون لديه حيوية ويزداد نشاطه وبالتالي تشعر المتابع بالإيجابية أو بمعنى آخر يكون إنسان إيجابيا لأنه خفف و أزاح عن نفسه تلك الحمولات التي كانت تفقد كاهله قبل مشاهدة ما يدفع بصاحبه للضحك إذا فهذه الفئة التي نظرت بايجابية لمضامين التيك توك و رأت بأن هذه المضامين سببا من الاسباب تولد في داخل النفسية وبذلك يكونون قد استفادوا حقا ،ويمكن القول انهم من الجمهور الفعال الذي يتأثر في هذه المنصة ،وعليه تكون النتيجة المستخلصة من هذا الاستبيان من خلال هذه الفئة أن مضامين التيك توك تشعر الفرد المتابع لها بإيجابية .

الجدول 21: هل تكتسي المضامين التيك توكية نوع من الاحترام الاجتماعي ؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	25
لا	75	75
الإجمالي	100	100

21- يتضح من خلال الجدول الذي يعبر عن اكتساء المضامين التيك توكية للاحترام الاجتماعي حيث كانت إجابة لا هي الاكثر بنسبه بلغت 75% يقابلها 75 مفردة مقارنة مع الإجابة بنعم التي قدرت النسبة فيها ب 25%.

- نستخلص أن الاحترام بين افراد المجتمع غير متوفر في مضامين تيك توك

- من خلال الاستبيان تحصلنا على الإجابات التالية الذين أجابو بنعم وقد بلغت نسبتهم 25% بينما الفئة الأخرى أجابت بلا ونسبتها 75% وبالمقارنة بين النسبتين نجد ان النسبة الثانية هي الغالبة أي الذين أجابوا بلا وحين نبحث في الاسباب نجد أن من بينها المحتويات التي تبث عبر منصة تيك توك فالمتابع لمحتواها يجد في الغالب الفيديوهات القصيرة، والذين ينتجون محتويات تيك توكية لا يسعون الى بث القيم الاجتماعية أو القيم الاخلاقية التي تخدم المجتمع وتقومه وانما غرضهم الاساس هو التسلية وبالتالي خلق مساحة من الترفيه ،دون محاولة زرع قيم اجتماعية تسعى لتماسك وانسجام المجتمع ، فالنسبة العالية 75% والتي أجابت بلا ،تحافظ على تماسك المجتمع وانسجامه وتحاول القول أن بنية المجتمع وحدة متماسكة، كما أن التي اجابت بنعم فلها نفس الرأي لكن فيما يخص مجتمع افتراضي ينتمون إليه وهم جزء منه وهو التطبيق الالكتروني والمجتمع الإلكتروني.

الجدول 22: في نظرك هل تؤثر المحتويات الهابطة على الذوق العام والقيم الأخلاقية؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
87%	87	نعم
13%	13	لا
100%	100	الإجمالي

22- نلاحظ من خلال الجدول في الاعلى الذي يوضح تأثير المحتويات الهابطة على الذوق العام والقيم الأخلاقية حيث لاحظنا النسبة المئوية الاكبر هي الإجابة بنعم بلغت 87% مقابل 87 مفردة اما بقيه الاجابات فوصلت نسبتها الى 13% وكانت الاجابة فيها بلا.

- نستنتج ان للمحتوى الهابط تأثير على الذوق العام واخلاق وقيم افراد المجتمع.

- بعد طرح هذا السؤال تلقينا اجبتان وهما صنفان بين نعم ولا أما بالنسبة للفئة الغالبة التي أجابت بنعم 87% والذين أجابوا بلا نسبة متدنية جدا وهي 13% يبقى السؤال لماذا أجابت هذه الفئة بأن المحتويات الهابطة التي تعرض على منصات التيك توك لها تأثير على الذوق العام والقيم الأخلاقية يكون الجواب أن الواقع بشباب اليوم متأثرا بما هو افتراضي وقد لعبت هذه المنصات وخاصة تيك توك دورا سلبيا في إنحراف الكثير من الشباب تخلي كثير منهم عن القيم التي كانت سائدة من قبل مثل الحشمة أو الحياء وكتمان الأسرار الى ماذا وعليه فان الذين أجابوا بنعم وكانت نسبتهم هي الغالبة أجابوا من موقع مسؤولية نحو المجتمع لأن اطلاعهم على محتويات التيك توك قد بين لهم أن ما يبث لا علاقة له بالذوق

العام ولا بالقيم الاجتماعية بالإضافة إلى أن الفئة الأدنى تبرهن عن سطحية التفكير و التعامل مع المضامين الفعالة والجادة ، وعليه نصل الى نتيجة مفادها أن محتويات التيك توك من خلال الإجابات السابقة تعمل سلبا على افساد الذوق العام و بالجانب الاخلاقي الاجتماعي .

الجدول 23:هل تحترم مضامين التيك توك حدود الغير؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
25%	25	نعم
75%	75	لا
100%	100	الإجمالي

23- الجدول يوضح احترام مضامين تيك توك لحدود الغير حيث نلاحظ إرتفاع نسبة الإجابة بلا التي هي الأكثر بين أفراد العينة وبلغت نسبتها 75% في حين كانت نسبة الإجابة بنعم 25% مقابل 25 مفردة وهذا من جمالي مفردات العينة ال100.

- نستنتج ان المحتوى عبر تيك توك لا يحترم حدود الغير.

- من خلال الاستبيان كانت الإجابة كالاتي 25% أجابوا بنعم بينما 75% لديهم مبرراتهم المنطقية منها أن العالم الافتراضي والمنصة التيك توكيه تثبت من يوم لأخر بأن الذين يبثون محتوياتهم من خلالها لا يهتمون بحرية الغير بل أنهم يعملون على كشف الكثير من الأسرار والخبايا سعيا منهم لجلب أكبر عدد من المشاهدة وليس يعنهم الأضرار التي يمكن أن تخلفها محتوياتهم التيك توكية وهذا ما لاحظناه في شبكه الملاحظات حيث لاحظنا أن الشباب وأن بعض الشابات الذين يعرضون الفيديوهات على التيك توك أو يقومون بالتصوير داخل الحرم الجامعي لا يهتمهم ما إذا كانت تمس بالغير أولا ، يهتمهم ما اذا كان المحتوى يمكن أن يكون جيدا لغيرهم ، أو كذلك يقومون بالتصوير بصفة عشوائية دون مراعاة الغير ودون إحترامه أي يمكن ان تظهر الصور لفتيات او لشبان لا يرغبون في الظهور في مثل هذه المواقع، وهذا يعتبر منافيا للأخلاق وتعديا على الغير، وعليه يمكننا القول أن في الغالب منصة التيك توك لا تحترم حريات الغير وهذا ما احصيناه في شبكة الملاحظات.

المحور الخامس : الدوافع الربحية والشهرة من خلال منصة تيك توك :

الجدول 24: هل انت من صناع مضامين عبر منصة التيك توك؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
20%	20	نعم
80%	80	لا
100%	100	الإجمالي

24- من خلال الجدول أعلاه الذي يعبر عن نسبة صناع مضامين عبر منصة تيك توك حيث نلاحظ أن الإجابة بلا كانت مرتفعة بنسبه 80% بينما الإجابة بنعم كانت أقل وبكثير وبلغت نسبتها 20%.

- نستنتج أن أفراد عينتنا هم من متابعي المحتويات فقط وليس بصناع محتوى عبر المنصة.

-- طرحنا سؤالاً تعلق بالربح وعلاقته بالمضامين و أول سؤال طرحناه في هذا المحور هل أنت من صناع المضامين عبر منصة التيك توك كانت الإجابة 20% نعم 80% لا مما يعني أن أكثر الذين تربطهم علاقة بالتيك توك لا ينتجون مضامين وإنما هدفهم المشاهدة والترفيه ، أي أنهم جمهور مستهلك وغير فعال يتأثر فقط ، بينما الفئة الأقل وهي نسبة قليلة جدا بالتأكيد تعمل على بث المضامين وإنتاج المحتويات وفي نفس الوقت تساهم من خلال المشاهدة إلا أن الفئة الأكبر وهي التي أجابت بلا يكون تعاملها مع التيك توك إنطلاقاً من البحث عن متنفس أو السعي لمشاهدة الجديد أو لأن البرامج التي تبث في أصلها ترفيهية تشبع رغباتهم ، بما أن هذه النسبة عالية جداً لكنها في الوقت ذاته لا تنتج ولا تسعى لأن تكون فاعلاً ضمن محتوى التيك توك وإنما يكفيها فقط الولوج الى المنصة والإستمتاع بماء يبت عطرها والعودة لانشغالات الحياه دون التفكير او المساهمة في إنتاج ما يمكن أن يثبت، وما يمكن ان نستنتجه هو أن اغلب الطلبة من زوار المنصة فقط والقليل منهم من ينتجون مضامين عبر هذه المنصة.

الجدول 25: هل الغرض الربحي والمادي جعلك من متابعي منصة تيك توك؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
17%	17	نعم
83%	83	لا
100%	100	الإجمالي

25- الجدول يوضح الغرض الربحي وعلاقته بمتابعه منصة تيك توك بالنسبة لأفراد عينتنا والملاحظ هو الإجابة بلا هي الأكثر بنسبه 83% مقارنة مع المفردات الذين اجابوا بنعم وبلغ عددهم 17 مفردة وبنسبة مئوية قدرت ب 17%.

-نستنتج أن أفراد العينة يتابعون تيك توك بدون اي غرض ربحي او مادي.

-التحليل: من خلال الاستبيان تلقينا إجابات كالاتي 17% أجابو بنعم ، و 83% أجابوا ب (لا) مما يعني أن الفئة التي تسعى للربح هي قليلة وهي التي تسعى لصنع المحتوى والتركيز على أكبر قدر من المشاهدات ليطم الدع لهؤلاء من طرف المنصة ، بينما فئة الطلبة الذين نسبتهم بلغت 83% علاقتهم لا تتعدى المشاهدة ومتابعة المستجد عبر هذه المنصة وأيضا للترفيهي والترويج عن الذات وليس يعنهم الربح المادي لأنهم لا يسمح لهم بالحصول على عائدات من المصة أو لا تتوفر فيهم الشروط للربح كما ذكرنا في الجانب النظري وأيضا منصة التيك توك ، ليست متاحة للجميع. كذلك بما أن الجزائر ليست من الدول التي تستطيع الربح من خلال المنصة أو ليست من الدول التي لها الحق في الربح من خلال المنصة، فإن الذين يريدون الربح من التيك توك عن طريق عروض إخبارية وترويجية لبعض المنتجات والمحلات والاستعراضات الرياضية والصالات الرياضية وصالات الحفلات الى أخرى مما جعلها وجهة للكثير من الفنانين أو كذلك الشباب الذين يسعون الى تحقيق طموحاتهم مثل الشباب الجامعي وأيضا وكما لاحظنا في شبكة الملاحظات أن العديد من المستعملين للمنصة يقومون بالترويج من خلال إظهار بعض الحلقات العصرية و إظهار بعض الألبسة العصرية وإظهار بعض الساعات والمنتجات العصرية الى الفئة الأخرى الأقل والتي يكون أفرادها في الأغلب عكس الفئة ليست لديهم وظائف وبالتالي من خلال هذه المنصات أو أن لديهم وظائف ولكن يريدون زيادة بالإضافة الى السعي للبروز والشهرة.

الجدول 26: هل إستفدت من مدخول من خلال نشر محتوى عبر منصة تيك توك؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
17%	17	نعم
78%	78	لا
100%	100	الإجمالي

25- الجدول يوضح الغرض الربحي وعلاقته بمتابعة منصة تيك توك بالنسبة لأفراد عينتنا والملاحظ هو الإجابة بلا هي الأكثر بنسبة 83% مقارنة مع المفردات الذين اجابوا بنعم وبلغ عددهم 17 مفردة وبنسبة مئوية قدرت ب 17%.

-نستنتج أن أفراد العينة يتابعون تيك توك دون أي غرض ربحي أو مادي.

-التحليل:هل استفدت من مدخول ربحي من خلال نشر محتوى ، بعد الوضوح لنا من خلال طرح هذا السؤال ان الذين اجابوا بنعم 17% والذين اجابوا بلا83% يعني أن فئة 17% هي التي استفادة من مدخول مادي من خلال الأغلبية التي لم تنل درجة الربح وبلغت نسبة 83% لان علاقتها بالتيك توك ليست من باب الربح كما قلنا وإنما من أجل الترويج عن النفس ومن باب الاطلاع على كل ما يستجد في منصة تيك توك، دون الحصول على مدخول ربحي، وما نستنتجه أن غالب الطلبة لم يستفيدوا من ربح عبر منصة اليك توك وإنما زيارتهم عبارة عن استطلاع فقط .

الجدول 27:في رأيك منصة تيك توك تستطيع أن تشبع رغباتك الربحية ؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
22%	22	نعم
78%	78	لا
100%	100	الإجمالي

27- يوضح الجدول في الأعلى استطاعة منصة تيك توك لإشباع الرغبات الربحية وما لاحظناه هو النسبة المئوية الكبيرة للإجابة بلا وصلت الى 78% مقارنة مع أفراد العينة الذين أجابوا بنعم كانت نسبتهم 22% من إجمالي المفردات الذين عددهم 100 مفردة.

نستنتج أن إشباع الرغبات الربحية لم يتمكن تيك توك من تحقيقه.

التحليل: بين لنا الاستبيان الذي أجريناه على عينتنا فكان الذين أجابوا بنعم 22% بينما الذين أجابوا لا 78% وبالملاحظة نجد أن الذين لهم إشباع ربحي نسبتهم قليلة جدا 22% بينما الذين يرون عكس ذلك فكما نرى النسبة عالية بشكل لافت 78% نلاحظ أنه يمكن القول انه أن شروط تيك توك في العادة تكون صعبة جدا فليس من السهل الربح من هذه المنصات اذ انها تشترط عدد هائدا من وفي المقابل يكون الدفع مقابل المشاهدات ضئيل جدا ولا بد للذي يريد أن توفر له عائد ماديا أن يكون صاحب شهرة عالية جدا أو أن يسعى إلى بث محتويات هابط' من ما يجلب له من الزوار وعليه فان هذه النسبة ذهبت الى النظر في واقع المنصة حقيقة في العائد المادي وبالتالي استخلصت أنها منصة لا يمكن ان تشبع رغبات الربحية يبقى في الأقلية التي لها نصيب من التيك توك ويشبع الرغبات المادية والربحية، وأيضا يمكننا نقول عليهم أنهم من أصحاب الشهرة أو أصحاب المتابعات الكثيرة أو أصحاب المحتويات التي لها تأثير وصدى على مختلف الفئات العمرية والاجناس بالأخص الفئات الأنثوية كما ذكرنا سابقا،

وعلى اثر هذا السؤال نستنتج أن الربح من خلال منصة التيك ليس بالامر السهل لهذا وجدنا هذا التباين في الإجابات.

الجدول 28: هل أصبحت من صناع المحتوى امشهورين عبر منصة التيك توك؟

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
17%	17	نعم
83%	83	لا
100%	100	الإجمالي

28- من خلال الجدول الذي يبرز صناعة المحتوى والمشهورين على منصة تيك توك فنلاحظ الإجابة الاكبر هي لا، وصلت نسبتها المئوية الى 83% في حين الإجابة بنعم قدرت بي 17% مقابل 17 مفردة.

-استنتجنا ان مفردات عينتنا لم يصبحوا من صناع المحتوى المشاهير عبر منصة تيك توك.

-التحليل: تبين لنا من خلال الاستبيان الذي قمنا به ان الذين اجابوا بنعم 17 % أما الذين أجابوا بلا 83% بمعنى أن الأقلية فعلا استفادة فعلا من هذه المنصة من خلال تقديم محتويات دون النظر في قيمتها ما جعل منهم أسماء مشهورة ومعروفة في العالم في التيك توك بينما النسبة الأعلى 83% يكون أصحابها كما قلنا هم أنفسهم لا يقدمون محتويات او أنهم جربوا تقديم المحتوى ولكن لم يجدوا صدق وبالتالي صارت علاقتهم بالتيك توك هي علاقة المشاهد أو المتلقي والمستهلك للمحتويات هذه النسبة التي تمثل الأفراد 83% نجد فعلا أن الأفراد لديهم علاقة بطريقة او بأخرى منصة التيك توك ولكن هذه الأغلبية لا ليست لها حظا من الشهرة ولا يوجد لها محتويات مؤثرة ربما أن المحتويات التي يقومون بوضعها على منصة التيك توك لا تعد من المحتويات التي لها قيمة اجتماعية أو قيمة أخلاقية أو قيمة اقتصادية تسمح للمتابع بالاطلاع عليها كما أن عنصر التشويق فيها ليس من متطلبات المجتمع هو الترفيه وقد يكون المحتوى الذي يقدمونه ليس له علاق بالترفيه وبالتالي لم ينل أصحاب هذه النسبة الشهرة وعليه لم تعد لديهم رغبة في تقديم المحتويات أي أن عدم تحقيقهم لهدف الشهرة اصبح عاملا مبطئا لهم وهذا ما لاحظناه في شبكه الملاحظات أو يمكن استنتاجه أن مثل هذه التصرفات تجعل من الافر .

الجدول 29: هل الشهرة والريح المادي كلاهما معا جعلنا من التيك توك وجهة لك؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	17%
لا	81	81%
الإجمالي	100	100%

29-الجدول يمثل هل الشهرة والريح كلاهما معا جعلنا من التيك توك وجهة لك، اذ نلاحظ ان المجيبون بلا هم الاكثر بنسبه 81% مقابل الاجابات بنعم كانت 19%.

-استنتجنا بان الشهرة والريح ليس شرطا يعتمده مفردات العينة في الاتجاه الى تيك توك.

-تحصلنا على الإجابات الآتية الذين أجابوا بنعم 19% والذين أجابوا بلا 81% ونحن نلاحظ هنا ان من ذهب للقول بلا هي النسبة الغالبة أما الذين أجابوا بنعم بمعنى أن الشهرة والريح هما دافع للولوج الى المنصة نسبتهم متدنية كما نلاحظ 19% ، من هذا نجد أن تلج منصة التيك توك تهتم بالشهرة و الريح المادي ، وأما نسبة الطلبة الغالبة في الاساس يكون اطلعهم على محتويات تيك توك هو الاستمتاع والهروب من العزلة الاجتماعية والنفسية وبالتالي، هي منصة في مشملها ترفيهيه ، أي أن الاهتمام

بالشهرة والرياح ليس من اولوياتهم أو انه لم تسمح لهم الفرصة كما ذكرنا سابقا لان منصة التيك لها شروط تحول بينهم وبين الرياح والشهرة.

- نتائج الدراسة :

○ النتائج الجزئية والعامية :

○ النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الأول البيانات السوسيوديمغرافية :

- 68% من عينة الدراسة هم الفئة الأنثوية وهم الأكثر مقارنة بالذكور والأكثر استخداما لمنصة التيك توك والأكثر إهتماما بكل ما له علاقة بالترفيه .
- 42% من أفراد العينة هم الفئة الشبانية التي تتراوح أعمارهم ما بين 23 إلى 28 سنة وهم الأكثر ولوجا ، وإنجذابا لمنصة التيك توك بدافع الترفيه والترويح عن النفس وإزالة الضغوطات .
- من عينة الدراسة هم من طلبة السنة الثالثة ليسانس تخصص إتصال أي هم الذين لديهم إهتمام كبير بمنصة تيك توك . ● 41%

➤ النتيجة العامة :

لقد أوضحت الدراسة بأن الفئة الأنثوية هم الأكثر بين افراد مجتمع البحث والأكثر إهتماما واستخداما لمنصة التيك توك ، وأن الفئة الشبانية هم الأكثر إنجذابا لهذا التطبيق بهدف الترفيه وملأ الفراغ كما أوضحت الدراسة أيضا أن طلبة السنة الثالثة ليسانس إتصال هم الأكثر إهتماما بالمنصة.

❖ النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الثاني : عادات إستخدام منصة تيك توك :

- 60% من المبحوثين أفادو بأنه يتم تخصيص وقت للولوج الى منصة التيك توك والإطلاع على مضامينه من أجل إشباع رغباتهم بمختلف المستجدات الترفيهية .
- 80% من عينة الدراسة أكدو بأنهم من زوار منصة التيك توك بشكل دائم بدافع اهتمامات المتعة والتسلية .
- 78% نفو دخولهم لمنصة التيك توك بغرض صناعة المحتوى ، وهم ما يطلق عليهم إسم الجمهور غير الفعال الذين يتأثرون بالمضامين الترفيهية ولا يصنعون المحتوى . من أفراد العينة .
- 58% من المبحوثين أكدو بأن زيارة منصة التيك توك أصبحت عادة لديهم ، وذلك لإشباع رغباتهم والاستمتاع والترفيه .

● 62% من عينة الدراسة أجابو بأنهم معجبون بالمضامين المتاحة عبر منصة التيك توك نتيجة اقتناعهم بالمحتويات عبر المنصة وكونها العنصر الفعال لملا وقت فراغهم .

● 67% من أفراد العينة نفو إرتباطهم القوي بمنصة التيك توك ومحتوياته ، وهذا راجع لعدم إدمان الطلبة لهذه المنصة .

النتيجة العامة :

لقد أوضحت الدراسة بأنه يتم تخصيص وقت للولوج الى منصة تيك توك وبشكل دائم وأن الدخول لها يكون بهدف الترفيه وليس صناعة المحتوى ، وأن زيارة هذه المنصة أصبح عادة لدى الطلبة من أجل إشباع رغباتهم بالرغم من أنه لا يوجد ارتباط قوي بمنصة التيك توك بالنسبة للطلبة .

❖ النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الثالث ، التيك توك والجانب النفسي :

● 58% من المبحوثين أكدو بأن المضامين التيك توكية تساهم في تخفيف التوتر النفسي، وهذا من خلال المحتويات والبرامج الترفيهية التي يتم بثها عبر تطبيق التيك توك .

● 51% من عينة الدراسة بأن متابعة المضامين التيك توكية تساعد في التخلص من التوتر ، وأنه لا دور لها في التخفيف من الضغط اليومي وذلك بتجربتهم الخاصة في هذا السياق .

● 71% من أفراد العينة أكدو بأنه يتم إشغالهم باستخدام منصة التيك توك في أوقات الفراغ ، وهم الفئة الذين يحبون الترفيه .

● 57% من المبحوثين أفادو بأن العزلة سبب يدفع إلى مشاهدة المضامين الترفيهية ، وذلك لإيجاد ملاذهم وفك عزلتهم عبر منصة تيك توك .

● 69% من عينة الدراسة نفو بأن المضامين عبر التيك توك تجعلهم يعيشون نوع من التوازن النفسي ، وذلك لوعيمهم ونضجهم بأن إشباع رغباتهم النفسية لا يتحقق عبر التيك توك .

● 63% من أفراد العينة نفو هروبهم من الواقع ومحاولة علاجهم للمشاكل اليومية يجعلهم يبحثون عن محتوى ترفيهي عبر التيك توك لأن المحتويات الترفيهية لا تخلصهم من مشاكلهم .

● 65% من المبحوثين نفو بأن المضامين الترفيهية تشعرهم بالخروج من حالة الاغتراب عن الجماعة وهي فئة لا تشعر بالفرق بين ما هو ترفيهي وما هو واقعي وما هو افتراضي.

➤ النتيجة العامة :

لقد أوضحت الدراسة أن المضامين التيكوتوكية تساهم في التخلص من التوتر والضغط النفسي ، واستخدام منصة التيك توك يساعد في إشغال الطلبة في أوقات فراغهم من أجل الترفيه والهروب من العزلة ، كما أوضحت الدراسة أيضا أن المضامين التيكوتوكية لا تخفف من الضغط اليومي ولا تمكنهم من الهروب من مشاكلهم فهي تجعلهم لا يفرقون بين العالم الواقعي والافتراضي .

❖ النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الرابع ، القيم الأخلاقية والاجتماعية في منصة تيك

توك :

● 79% من أفراد العينة نفو تماشي المحتويات التيكوتوكية مع قيم المجتمع وعاداته وذلك بسبب قيمة المحتويات المتدنية والتفاهة والسخرية من خلال الفيديوهات التي لا علاقة لها بالقيم والأخلاق.

● 60% من أفراد العينة نفو إشعار المحتويات التيكوتوكية بالمسؤولية الإجتماعية ، فهم ليسو من أصحاب الارتباط القوي بالمنصة وأن الذين يرتبطون بالمنصة بشكل كبير لا يهتمهم مصلحة المجتمع ولا مصلحة من يحيط بهم .

● 77% من المبحوثين ينفون تجسد الالتزام الاجتماعي من خلال المضامين التيكوتوكية ، وهذا انطلاقا مما يتم تقديمه عبر محتويات تيك توك فهي لا تقدم خدمات للمجتمع ولا تجعل الأفراد ملتزمين بتقديم واجباتهم تجاه المجتمع .

● 61% من أفراد العينة أفادو بأنهم يشعرون بالإيجابية عند متابعتهم لمضامين تيك توك ، وذلك لأن التيك توك يتيح البرامج الترفيهية وبذلك يعزز نشاطهم ويصبحون إيجابيين.

● 75% من أفراد عينتنا ينفون إكتساء المضامين الترفيهية لنوع من الإحترام الإجتماعي فصانعي المحتوى عبر المنصة لا يراعون قيم المجتمع عند تفاعلهم فالمهم بالنسبة لهم هو التسلية والترفيه .

● 87% من مفردات العينة يؤكدون على أن المحتويات الهابطة تؤثر على الذوق العام والقيم الأخلاقية وهذا كنتاج لإنحراف الكثير من الشباب وتخليهم عن القيم التي كانت سائدة والحياء والحشمة بعد تأثرهم بكل ما هو افتراضي.

● 75% من المبحوثين يجمعون على نفي إحترام مضامين التيك توك لحدود الغير ، فالمتفاعلون على المنصة اغليبيتهم لا تهمهم

حرية غيرهم وذلك بكشفهم للكثير من الأسرار والخبايا والتصوير بصفة عشوائية .

➤ النتيجة العامة :

لقد أوضحت الدراسة بأن محتويات تيك توك لا تتماشى مع قيم المجتمع بالنسبة للطلبة ولا تشعرهم بالمسؤولية والالتزام تجاه مجتمعهم وذلك نتيجة لطبيعة المضامين ومبادئ صناعات المحتوى، لكنهم يشعرون بالإيجابية عند استخدام المنصة كما أن المضامين الترفيهية لا تمثل الإحترام الإجتماعي بل وتؤثر المحتويات الهابطة على الذوق العام والقيم الاخلاقية ولا تحترم حدود الغير ولا تهتم لحياتهم .

❖ النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الخامس ، الدوافع الربحية والشهرة من خلال

منصة تيك توك :

● 80% من عينة الدراسة ينفون صناعتهم لمضامين منصة تيك توك ، فأغلبيتهم جمهور متلقي وغير فعال يتأثر بالمضامين بغية الترفيه لكنه لا ينتجها .

● 83% من المبحوثين ينفون متابعتهم لمضامين تيك توك من أجل الغرض الربحي والمادي لأن افراد العينة لا يسعون لصناعة المحتوى وكسب المال بل همهم الوحيد التسلية والتنفيس عن النفس وبذلك هم لا يتوفرون على شروط الربح .

● 83 % من أفراد عينتنا نفو استفادتهم من مدخول ربحي من خلال نشر محتوى على منصة تيك توك وذلك راجع لرغبات افراد العينة فهي لم تكن ربحية بل كانت رغبات ترفيهية .

● 78 % من مفردات عينة الدراسة ينفون إستطاعة منصة تيك توك من إشباع رغباتهم الربحية ، فصعوبة الربح من تيك توك صعبة بالإضافة إلى شروط عدد المشاهدات والشهرة عبر المنصة.

● 83 % من المبحوثين نفو تحولهم إلى صناعات محتوى مشهورين عبر منصة التيك توك ، لأن الحظ لم يحالفهم في ذلك إضافة ولم يبلغوا المحتويات المؤثرة المشروطة .

● 81 % من أفراد العينة ينفون توجههم إلى التيك توك من أجل الشهرة والربح معا ، فدافع ذلك هو التخلص من الفراغ في وقتهم والترويج ومشاهدتهم فقط من باب العادة لان كسبهم للمال يكون بطرق أخرى وبعيدا عن ابتغاء الشهرة .

النتيجة العامة :

لقد أوضحت الدراسة أن الطلبة ليسو بصناعات محتوى عبر تيك توك فهم جمهور متلقي ولا يتابعون المضامين من أجل غرض ربحي ولم يستفيدوا من اي مدخول ربحي من خلال نشر المحتوى لأن المنصة لا

تستطيع اشباع رغباتهم الربحية لأسباب عدة وبذلك لم يتحولوا إلى صناع محتوى مشهورين عبر منصة تيك توك.

نتائج:

-مهما اختلف الفئا العمرية كل حسب عمرها لها اهتمامات حيث تتشابه الوظيفة الترفيهية ويختلف محتوى الترفيه.

-الذين يتابعون منصة تيك توك بشمل ضئيل لديهم مجالات ترفيهية أخرى وله روابط علاقات اجتماعية قوية.

-عادات استحدا منصة التيك توك جعلت من زوارها يمارسونها على شكل طقوس للهروب من الملل والتمسك بالعلم الافتراضي وهذه فئة أيضا نصفها بضعف الروابط الاجتماعية. –

-هناك العديد من الدوافع التي جعلت من مستخدمي منصة التيك توك كبيرا منها الدوافع الترفيهية ودوافع عملية ودوافع نفعية.

-اصبح هنا تغيير كبير في المفاهيم خاصة من خلا كلمة مجتمع فهناك من يرى ان المنصات الترفيهية والتطبيقات الالكترونية هي مجتمعه، وهناك من مزال متمسك بالمعنى الحقيقي للمجتمع أي المجتمع الواقعي.

خاتمة

خاتمة:

ان ظهور وتعدد التطبيقات الإلكترونية والانتشار الواسع للهواتف الذكية ،أكد لنا أن الوظيفة الترفيهية عبر التطبيقات الإلكترونية عامة ومنصة التيك توك خاصة هي من المواضيع الجديرة بالاهتمام، بحيث تطرقنا في دراستنا الى استخدامات طلبة الاتصال لجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي -تبسة- لتطبيق التيك توك إذ وجدنا بأن الوظيفة الترفيهية لها دور وأهمية بالغة داخل المنصة وخلصنا في دراستنا الى أن هذه الوظيفة تأتي انطلاقا من تعدد وتنوع الاستخدام لدى فئات المجتمع المختلفة ويختلف الاستخدام من فئة لأخرى كل حسب رغباته بين جمهور متلقي ومتفاعل، فهي بمثابة عادة لديهم ، إضافة إلى دور الترفيه عبر التطبيقات الإلكترونية ومنصة تيك توك داخل البناء الكلي من أجل تخفيف التوتر والضغط النفسي اليومي وشغل اوقات الفراغ كما توصلنا الى أن المضامين التيك توكيه لا تتماشى مع قيمنا الأخلاقية والاجتماعية نتيجة المحتويات الهابطة التي تؤثر على القيم والعادات والذوق العام أما من ناحية الدوافع الربحية والمادية والشهرة فهي لم تكن سبب في توجه الأفراد والمجتمعات نحو منصة تيك توك بل الجانب الترفيهي والترويحي كان دافعا أساسيا للتحكم في وجهتهم .

وفي الختام تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة. التي حاولنا فيها تسليط الضوء على تطبيق التيك توك من جانب وظيفته الترفيهية، حيث لا يمكننا القول بأننا كشفنا عن كل الرغبات المحققة منه بل حاولنا معرفة بعض استخدامات هذا التطبيق، لنفتح المجال أمام باحثين آخرين للتعمق في البحث واكتشاف مقاربات أخرى في هذا المجال.

قائمة الجداول

➤ قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	67
02	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر.	68
03	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص.	69
04	يوضح هل تخصص وقت يومي للولوج الى منصة تيك توك والاطلاع على مضامينها.	70
05	يوضح هل أنت من زوار المنصة بشكل دائم.	71
06	يمثل هل تقوم بالولوج الى منصة تيك توك لأنك من صناع المحتوى.	72
07	يوضح هل اصبحت زيارة منصة تيك توك عادة لديك.	73
08	يبين إذا كنت من أصحاب الزيارات المتكررة هل تعجبك المضامين المتاحة على منصة تيك توك.	74
09	يكشف عن هل أنت من أصحاب الارتباط القوي بمنصة التيك توك.	75
10	يوضح هل تساهم المضامين التي تتابعها عبر تيك توك في تخفيف التوتر النفسي.	76
11	يبين هل متابعة مضامين تيك توك تساعدك على التخلص من الضغوطات اليومية.	76
12	يتمحور حول في نظرك هل يشغلك استخدام منصة تيك توك في أوقات الفراغ.	78
13	يوضح هل العزلة سبب يدفعك لمشاهدة المضامين الترفيهية في تيك توك.	79
14	يوضح هل المضامين عبر التيك توك تجعلك تعيش نوع من التوازن النفسي	80
15	يعبر عن هل هروبك من الواقع ومحاولة علاجك للمشاكل اليومية يجعلك تبحث عن محتوى ترفيهي عبر تطبيق تيك توك.	81
16	يوضح هل تشعرك المضامين الترفيهية بالخروج من حالة الاغتراب عن الجماعات.	82
17	يوضح هل تتماشى المحتويات التيكوتوكية وقيم المجتمع وعاداته.	83

18	يتمحور حول هل المحتويات الترفيهية تجعلك تشعر بالمسؤولية الإجتماعية .	84
19	يوضح هل يتجسد الالتزام الاجتماعي من خلال المضامين التيكوتوكية.	85
20	يبين عند متابعة مضامين التيك توك هل تشعر بالإيجابية.	86
21	يعبر عن هل تكتسي المضامين التيك توكية نوع من الاحترام الاجتماعي.	86
22	يبرز في نظرك هل المحتويات الهابطة على الذوق العام والقيم الأخلاقية	87
23	يوضح هل تحترم المضامين التيكوتوكية حدود الغير	88
24	يوضح هل أنت من صناع مضامين منصة تيك توك	89
25	يبين هل الغرض الربحي والمادي جعلك من متابعي منصة تيك توك	90
26	يعبر عن هل استفدت من مدخول ربحي من خلال نشر محتوى على منصة تيك توك	91
27	يبين في رأيك منصة التيك توك تستطيع أن تشبع رغباتك الربحية	92
28	يوضح هل أصبحت من صناع المحتوى المشهورين على منصة تيك توك	93
29	يبين هل الشهرة والربح كلاهما معا جعلتا من التيك توك وجهة لك	94

قائمة المصادر والمراجع

➤ قائمة الكتب العربية:

1. - ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي : الإعلام الرقمي الجديد . دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع الأردنية، ط1، 2015.
2. -إحسان محمد الحسن، علم اجتماع الفراغ، ط2، داروائل للنشر عمان 2009.
3. -أحمد المتوكل:المنحى الوظيفي في الفكر اللغوي العربي ، الاصول والإمتداد ،دار الأمان ،الرباط ،الطبعة الأولى.
4. -أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، دار المطبوعات الجامعية، 2010، ط3 .
5. -الدعليج بن عبد العزيز: مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010.
6. -العساف صالح حمد:المدخل إلى البحث في العلو السلوكية، الرياض، دار الزهراء، 2012.
7. -العوالمة نائل حافظ:أساليب البحث العلمي:الأسس النظرية وتطبيقاتها في الإدارة ، ط1 مكتبة الملك فهد الوطنية، 2002.
8. -بالخير سديد: منهجية البحث العلمي وأصالتها عند المسلمين: دار الحلدونية للنشر والتوزيع.
9. -بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، صان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
10. -بيربرجل ،منسل فوكو، وآخرون، التحليل الثقافي، ترفاروق واحمد مصطفى ،مكتبة الاسرة ،لبنان.
11. -حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة،
12. -حسين شفيق، الإعلام الجديد، الاعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية ، دار فكرون للطباعة والنشر والتوزيع ، 2011.
13. -خالد احمد فرحان المشهداني، رائد عبد الخالق عبد الله العبيدي :مناهج البحث العلمي ،دار
14. -رجب عبد الحميد: الأسلوب العلمي في إعداد وكتابة البحث الإمارات دار الكتاب الجامعي، ط1، 2015
15. -رضيا عكاشة ، تأثيرات وسائل الاعلام من الاتصال الذاتي الى الوسائط المتعددة ،العالمية للنشر والتوزيع، مصر.
16. -رضي زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية العدد 15 جامعة عمان الأهلية، عمان.
17. -سمير نعيم احمد: النظرية في علم الاجتماع، الكويت، ط5، دار المعارف، 1985.

18. -صالح حسين سليمان الرقب:العولمة التكنولوجية الحديثة مؤسسة الرسالة بيروت .
19. -صالح مصطفى الفوال: معالم التفكير السوسولوجي، القاهرة دار الفكر العربي، 1998 .
20. -عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، قط ، القاهرة، دار الفكر العربي، 2012
21. -عامر ابراهيم قنديلجي : منهجية البحث العلمي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ، 2012 .
22. -عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات ، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1995.
23. -عمر خليل معين: معجم علم الاجتماع المعاصر، عمان، دار الشرق.
24. -كمال درويش ، محمد الحمامي ، رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، ط3، مركز الكتاب للنشر، ط3، القاهرة، 2007.
25. -كمال دشلي: منهجية البحث العلمي، منشورات جامعة حماد سوريا كلية الاقتصاد، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016.
26. -كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
27. -كمال درويش، محمد الحمامي رؤية للترويج وأوقات الفراغ ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة.
28. -نوزاد حسن احمد، المنهج الوصفي في كتاب سيبونا، جامعة قازيونس ، دار الكتب الوطنية ، بنغازي، 1996.
29. -يونس عرب: قانون الكومبيوتر، منشورات اتحاد المعارف العربية، 2001.
- -قائمة الكتب الأجنبية:

1. -Aviel Goodman " ,Addiction. Définition and Implications, British jour malab Addiction 859:00 1990) ,h2023/03/12/
2. -Christopher.c(2019)"(the tik-tok effect:How tik tok has prowided New Ways consume greate and share Muisic the l international journalof Arts Education.p3
3. -Herman J. (20 (19Hour Tik Tok is rewriting the Word Tik Tok Will Change the way your social media works even if you're avoiding it l the new yuork.
4. -Narvaez, D (2019) .(Moral development and moral values: evolutionary are and

neurobiological influences. In McAdams, DP, Shiner, R.L. Tackett, Handbook of personality. Guilford, New York, NY, pp346.

5. -paul Martin lentes, California State University. From [http:// Commfaculay. FULLestan.edu/tester/Curriculum / me Worldinda.html](http://Commfaculay.FULLestan.edu/tester/Curriculum/meWorldinda.html). Retrieved: 05.02.2023 20:00 h

➤ القواميس :

1. -ابي الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء ،معجم مقاييس اللغة ،الجزء2، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع
2. -علي بن هادية بلحسين البليش، الجيلاني بن الحاج يحيى: القاموس الجديد ،المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
3. -محمد حمدان :معجم مصطلحات التربية والتعليم ،ط1، دار الفوز والمعرفة، عمان، 2007.
4. -ميشال جرجس :معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط1، دار النهضة العربية، لبنان ، 2005.

➤ الدراسات الجامعية

1. -زكرياء خراب :ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق التيك توك ، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام الراي العام، مجلد2 ، العدد 2 ، 2019.
2. -سارة بن ريانة : الوسيط الإجتماعي "تيك توك " وهندسة المجمعات العربية المعاصرة ،مجلة علوم اللغة العربية وآدابها ،م 13 ع 1 ، التاريخ 2021/03/15.
3. -سعاد عيساني: أولويات الاساتذة الجامعين مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي 2014 .
4. -نصر سالم موسابو مصطفى، وظيفة العلاقات العامة الدبلوماسية في المنظمات الطوعية لنيل درجو دوكتوراه الفلسفة في العلاقات العامة والاعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2016.
5. -طارش جاسم العقابي: الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية في العراق، رسالة لنيل درجة دوكتوراه الفلسفة في الاعلام ، جامعة بغداد 2004.
6. -سمير دحماني : العربي زعايش : دور الترفيه في توجيه سلوك الشباب ، دراسة ميدانية بجامعة الهدية : مذكرة تخرج لنيل شهادة مستشار الشباب ، السنة الدراسية 2013 / 2014.
7. -مركز المحتسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب توتير أنموذجا
8. -منال هلال الزاهرة: نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1، عمان، الاردن ، 2012.
9. -مها محمد فتحي :تأثير تعرض الشباب لفديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم

للقيم الاجتماعية في المجتمع .

➤ المجالات:

10. -جلول توهامي :مفهوم الوظيفة بين النحو واللسانيات، مجلو البحوث والدراسات ،م20ع1، الغواط2023.
11. - بوقرة رضوان : المداخل النظرية لتفسير ظاهرة الترفيه في المضامين الإعلامية ، مجلة العلوم الاجتماعية.
12. 5. مها محمد فتحي ،تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع ،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،المجلد20، العدد03، 2021
13. 6. -عكاكة فوزية :الترفيه واوقات الفراغ لدى الشباب ،مجلة المرابي،ع21،الجزائر.
14. -احمد عطية ريع الفايدي :اثر التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية،المجلة العربية للنشر العلمي ،العدد32،السعودية،2021
15. -عبد الله البراز: حكمة العولمة والتربية جريدة الإمارات العربية المتحدة ،عدد الأثنين 116 يوليو/ 2001.
16. -علاء الدين احمد خليفة:استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي،الجامعة العراقية كلية الإعلام.مجلة الجامعة العراقية العدد (36/3) ص 240.
17. -محمد جاسم فليحي الموسوي: النشر الالكتروني، الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة، دار المناهج، عمان،2005.
18. -محمد جلوب الكناني، الإعلام الفضائي والجنس، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع،2012.
19. -محمد زكرياء خراب ،ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق التيك توك ،المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ،مجلد02،العدد02،2019.
20. -محمد عابد الجابري: العولمة والهوية الثقافية عشر أطروحات، دار المستقبل العربي، بيروت، ع288، 1998 .
21. -محمد منصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال ، مجلس كلية الآداب والتربية الاكاديمية العربية ،الدنمارك 2012.

➤ المواقع الالكترونية:

1. -موسوعة كيبديا:متاح على الموقع [HTTPS://www.qpedia.org](https://www.qpedia.org)
2. الفصل الثاني - محمد مسره، متاح على الموقع:
<http://www.mohammadmsrhd.blogoport.com>، تاريخ الولوج : 2023/01/17 على الساعة 13
3. -لانا الحيري: الريح المادي من التيك توك عن طريق المشاهدات أهم شروط الريح
<http://www.blos,leabil.com> 2023/03/15 ، التوقيت
4. -تالكوت بارسونز وتصوره عن السوسيولوجيا، بوابة علم الاجتماع، متاح على الموقع
<https://www.b-sociology.com>، تاريخ الولوج 2023/05/12، على الساعة 15:21
5. [رائد الأعمال العربي: أفضل أفكار محتوى تيك توك الناجحة لسنة 2023 ، متاح على الموقع : https://the-arabic-entrepreneur.com](https://the-arabic-entrepreneur.com) ، تاريخ الولوج 2023/04/04، على الساعة 19:23
6. -دانة أبو أصفر، تطبيقات وبرامج: متاح على الموقع تاريخ الولوج: 2023/04/08
الساعة 15:30 <https://www.tech.mawdoo3.com>
7. -موريس انجرس ، بوزيد صحراوي و آخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، الجزائر، دار القصة للنشر والتوزيع، 2006.
8. [مؤسس "تيك توك"...العين الإخبارية، متاح على الموقع: https://al-ain.com](https://al-ain.com)، تاريخ الولوج 2023/02/17 على الساعة 15:30
9. -موقع المنتدى العربي لإدارة الموارد البشرية ، قاموس المصطلحات الإدارية <http://hrduscussion.com> 15/02/2023 تاريخ الولوج 06: 13
10. -ميرتون(روبرت)-الموسوعة العربية، متاح على الموقع <https://arab-ency.com.sy>، تاريخ الولوج 2023/05/12، على الساعة 15:27. كيف جعل مؤسس تيك توك التطبيق عالميا؟، دبي---البوابة العربية للأخبار التقنية، متاح على الموقع:
<https://www.alarabiya.net> تاريخ الولوج : 2023/02/17 على الساعة 14:56
11. [إل-إهام ابو الفتح: تيك توك يستعد للمنافسة على دخول عالم الألعاب عبرة ميزة صدى البلد، متاح على الموقع https://www.elbalad.news](https://www.elbalad.news) تاريخ الولوج: 2023/04/04

على الساعة 09:47

12.- الوظيفة الترفيهية: متاح على الموقع <https://www.Lakas.com> 2023/03/10، الوقت

19:30

13.- انسى سلبيات TIK TOK وتعالى أخرك بأفضل إيجابيات للتطبيق، حوحو

للمعلومات، متاح على الموقع <http://www.igli5.com> تاريخ الولوج 2023/04/13 على

الساعة 18:27

قائمة الملاحق

-إستمارة الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة.

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: علوم إنسانية - علوم الاعلام والاتصال

التخصص: ماستر إتصال تطبيقي

العنوان: الوظيفة الترفيهية عبر التطبيقات الإلكترونية

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي منصة التيك توك - طلبة قسم الإتصال كلية العلوم

الإنسانية والاجتماعية جامعة تبسة نموذجا -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر L.M.D

دفعة : 2023

إعداد الطلبة : - سهيلية اشرف - براهيمية عبد الحميد

إشراف الأستاذ : عبد الحي عبد اللطيف.

السنة الدراسية:

2022/2023



بناء على إنجاز بحثنا المتعلق بشهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال تنظيمي والذي جاء بعنوان الوظيفة الترفيحية عبر التطبيقات الإلكترونية -دراسة ميدانية عل عينة من مستخدمي منصة التيك توك- طلبة قسم الاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة تبسة نموذجا -

إستمارة الاستبيان

من دواعي سرورنا ان نضع بين ايديكم استمارة الاستبيان الآتية قصد الإجابة على مجموعة من الأسئلة التي تخدم بحثنا راجين من شخصكم الكريم الإجابة على هذه الأسئلة بكل صدق وموضوعية انطلاقا من وضع علامة (x) امام الإجابة المناسبة .

المحور الأول : البيانات السيوديمغرافية

1/النوع:

نكر انثى

2/العمر:

23-18 28- 23 33- 28 فما فوق 33

3/التخصص:

ثالثة ليسانس اتصال أولى ماستر اتصال تنظيمي ثانية ماستر اتصال تنظيمي

المحور الثاني: عادات استخدام منصة التيك توك.

4/هل تخصص وقت يومي للتولوج الى منصة التيك توك والاطلاع على مضمونها؟

نعم لا

5/هل انت من زوار المنصة بشكل دائم ؟

نعم لا



6/هل تقوم بالولوج الى منصة تيك توك لأنك من صناع المحتوى ؟

نعم لا

7/هل أصبحت زيارة منصة تيك توك عادة لديك؟

نعم لا

8/إنا كنت من أصحاب الزيارات المتكررة هل تعجبك المضمين المتاحة على منصة تيك توك ؟

نعم لا

9/هل انت من أصحاب الارتباط القوي بمنصة تيك توك ؟

نعم لا

المحور الثالث : التيك توك والجانب النفسي:

10/هل تساهم المضمين التي تتابعها عبر التيك توك في تخفيف التوتر النفسي؟

نعم لا

11/متابعة مضمين تيك توك تساعدك على التخلص من الضغوطات اليومية ؟

نعم لا

12/ في نظرك هل يشغلك استخدام منصة تيك توك في أوقات الفراغ؟

نعم لا

13/هل العزلة سبب يدفعك لمشاهدة المضمين الترفيهية في تيك توك ؟

نعم لا

14/في رايك هل المضمين عبر التيك توك تجعلك تحش نوع من التوازن النفسى ؟

نعم لا

15/هل هروبك من الواقع ومحاولة عاتك للمشاكل اليومية يجعلك تبحث على محتوى ترفيهي عبر تطبيق تيك توك؟

نعم لا

16/هل تشعرك المضمين الترفيهية بالخروج من حالة الاغتراب عن الجماعات ؟

نعم لا



جامعة العربي التبسي - نيسة

المحور الرابع: القيم الاخلاقية والاجتماعية في منصة تيك توك.

17/ في رأيك هل تتماشى المحتويات التيكوتوكية وقيم المجتمع وعاداته ؟

نعم لا

18/ هل المحتويات الترفيهية تجعلك تشعر بالمسؤولية الاجتماعية؟

نعم لا

19/هل يتجسد الالتزام الاجتماعي من خلال المضامين التيكوتوكية؟

نعم لا

20/عند متابعة مضامين التيك توك هل تشعر بالانجابية ؟

نعم لا

21/ هل تكتسي المضامين التيك توكية نوع من الاحترام الاجتماعي ؟

نعم لا

22/ في نظرك هل تؤثر المحتويات الهابطة على الذوق العام والقيم الأخلاقية؟

نعم لا

23/ هل تحترم المضامين التيك توكية حدود الغير ؟

نعم لا

المحور الخامس: الدوافع الربحية و الشهرة من خلال منصة تيك توك.

24/هل انت من صناع مضامين منصة تيك توك ؟

نعم لا

25/هل العرض الربحي والمادي جعلك من متابعي منصة تيك توك ؟

نعم لا

26/هل استقدت من منحول ربحي من خلال نشر محتوى على منصة تيك توك؟

نعم لا

27/ في رأيك منصة تيك توك تستطيع ان تشبع رغباتك الربحية؟

نعم لا



جامعة العربي التبيسي - تبسة

28/هل أصبحت من صناعات المحتوى المشهورين على منصة تيك توك؟

نعم لا

29/هل الشهرة والرياح كلاهما معا جعلتا من التيك توك وجهة لك ؟

نعم لا



ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى بيان الوظيفة الترفيهية عبرة التطبيقات الإلكترونية عامة ، ومنصة التيك توك خاصة بحيث أن هذه الوظيفة لها أهمية بالغة بالإضافة إلى أهمية التيك توك وانتشاره الواسع ودوره في تلبية الحاجيات الترفيهية لطلبة الاتصال جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي -تبسة- وهذا في ظل التحول الهائل في طبيعة الوظائف من تقليدية الى وظائف اكثر جذب للجماهير خاصة الترفيهية منها ، وذلك من خلال تسليط الضوء على المحتوى الترفيهي ودوافع الأفراد ورغبتهم في تحقيق اشباعاتهم الترفيهية بما في ذلك النفسية والاجتماعية ، حاولنا في هذه الدراسة التعرف على عادات استخدام منصة تيك توك إضافة إلى علاقته بالجانب النفسي ثم تطرقنا إلى القيم الأخلاقية والاجتماعية في منصة التيك توك ، لنحاول في الأخير معرفة الدوافع الربحية والشهرة من خلال منصة التيك توك معتمدين على المنهج الوصفي، تم تحديده بأسلوب العينة الطبقية باستخدام استمارة الاستبيان التي وزعناها على طلبة الاتصال الذين قدر عددهم ب 100 مفردة .

وخلصت دراستنا الى عدة نتائج كان أهمها:

- ان الطلبة من الإناث هم الأكثر تعرضا لتيك توك وانجذاب الفئة الشبانية للمنصة بشكل كبير قصد الترفيه.
- ضرورة تخصيص وقت للولوج الى منصة التيك توك وبشكل دائم لأنها أصبحت عادة لديهم من أجل إشباع رغباتهم الترفيهية وليس صناعة المحتوى وهم ليسوا من أصحاب الارتباط القوي بالمنصة.
- الطلبة يتخلصون من التوتر والضغط النفسي عبر تيك توك وينشغلون به في أوقات الفراغ بغية الترويح والهروب من العزلة لأن تيك توك يخلصهم من الضغط اليومي لكل لا يحل مشاكلهم ولا يشعرهم بالخروج من حالة الاغتراب عن الجماعة.
- محتويات التيك توك لا تتماشى مع قيم المجتمع، ولا يشعر المستخدمون بالإحساس بالمسؤولية والالتزام الاجتماعي نتيجة لطبيعة المضامين، إلا أنهم يحسون بالإيجابية عند تعرضهم لها وكذلك يؤثر المحتوى الهابط على الذوق العام والقيم الأخلاقية لأنه لا يمثل الاحترام الاجتماعي ولا يحترم حدود الغير.
- الطلبة لا يصنعون المحتوى فهم جمهور متلقي من أجل الترفيه ولا يسعون لتحقيق ربح مادي جراء متابعتهم ولم يسبق لهم تحقيق ربح بنشرهم للمحتوى، فالمنصة لا تستطيع اشباع رغباتهم الربحية وبذلك لم يتحولوا إلى صناع محتوى مشهورين عبر تيك توك.

Study summary:

This study aims to explain the recreational function, the lesson of electronic applications in general, and the Tik-Tok platform in particular, so that this function is of great importance in addition to the importance of Tik-Tok and its wide spread and its role in meeting the enticing needs of students of communication, the University of Martyr Sheikh Al-Arabi Al-Tibsi Taissa. This is in light of the massive shift in the nature of jobs from traditional ones to jobs that are more attractive to the masses, especially those that are attractive. This is by highlighting the educational content and the motives of individuals and their desire to achieve recreational things, including psychological and social ones. In this study, we tried to identify the habits of using the Tik Tok platform in addition to its relationship to the psychological aspect. Finally, knowing the wind motives and popularity through the Tik Tok platform, relying on the descriptive Manbij, was determined by the stratified sampling method using the questionnaire form that we distributed to the communication students, whose number was estimated at 100 items. Our study concluded several findings was the client Female students are the most exposed to Twitter Talk, and the young men are attracted to the platform in a significant way

Entertainment

- The need to allocate time to access the Tik Tok platform and it is permanent because it has become a habit for them in order to satisfy their consolation desires and not to create content, and they are Libyans who have a strong connection to the platform. Students get rid of stress and psychological pressure through Tik Tok and are preoccupied with it in their spare time in order to promote and escape from isolation because Tik Tok Talk relieves them of the daily pressure of everyone who does not solve their problems and does not make them feel alienated from the group
- The contents of Tik Tok are not in line with the values of society, and users do not feel a sense of responsibility and social commitment as a result of the nature of the content, but they feel positive when exposed to it. Likewise, submissive content affects public taste and moral values because it does not represent social respect and does not respect the boundaries of others. Students do not create content, they are a receiving audience for the sake of entertainment, and they do not seek to make a financial profit by following

them, and they have never made a profit by publishing the content, as the platform cannot satisfy their profitable desires
Thus, they did not go around to famous content creators, Irtic tik- tok