

"السلوك الإجتماعي في محتوى مشاهير تطبيق Tik Tok"

"دراسة في تحليل مضمون البث المباشر"

إعداد الباحثات:

بينة المري - جنى الدخيل - ريم العتيبي - لولوه النعيم - نورة الرويضان

دكتوراه في علم الاجتماع - جامعة الملك سعود



ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على السلوكيات الاجتماعية في البث المباشر لمشاهير تطبيق Tik Tok من الجنسين، من خلال التعرف على معدل التمر، والتسول الإلكتروني، ومشاركتهم في التوعية الاجتماعية لأفراد المجتمع، ودرجة الانفتاح مع الجنس الآخر، باستخدام منهج تحليل المضمون، عن طريق العينة الغرضية القصدية، وقد احتوت عينة الدراسة على ستة مشاهير الحاصلين على الأعلى متابعة في الاستبانة الاستطلاعية للدراسة، في الفترة ما بين (5-10 إلى 25-11/2023). وقد بلغ عدد البثوث التي تم تحليلها (21) بث بمعدل (86) ساعة. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: ارتفاع معدل التمر من قبل المشاهير بنسبة (47.37%) من إجمالي سلوكياتهم الاجتماعية، يليه التسول الإلكتروني بنسبة (41.27%)، ثم الانفتاح مع الجنس الآخر بنسبة (10.32%)، وإلى ضعف دورهم في المشاركة بالتوعية الاجتماعية بنسبة (1.04%). وبناءً على هذه النتائج فقد خرجت الدراسة بعدد من من التوصيات، منها ضرورة إجراء المزيد من الدراسات الاجتماعية والتي تبحث في تأثير التطبيق على أفراد المجتمع كأحد أكثر وسائل التواصل الاجتماعي انتشاراً في الوقت الحالي، والتأكيد على أهمية تفعيل الدور الرقابي لوزارة الإعلام، وضرورة توعية المشاهير حول الدور الذي يلعبونه في التأثير على أفراد المجتمع، وأهمية رقابة الآباء والمربين على أبناءهم فيما يتابعونه على وسائل التواصل ورفع مستوى الحس النقدي لديهم.

الكلمات المفتاحية: السلوك - تيك توك - مشاهير - البث المباشر.

المقدمة:

شهدت البشرية تقدماً هائلاً في تكنولوجيا الاتصال وانتشارها الكبير في القرن الحادي والعشرين؛ مما حول العالم الفسيح المترامي الأطراف إلى قرية كونية صغيرة تتواصل عبر الأقمار الصناعية، وفي خضم التغيرات الهائلة التي تشهدها المجتمعات لا سيما بعد ظهور الانترنت وما تبعه من بروز وسائل الاتصال الجماهيري، تشكلت ظاهرة إعلامية جديدة استقطبت كافة الشرائح المجتمعية، بما تقدمه من وظائف متعددة سواء في الترفيه والتعليم والإعلان وتكوين اتجاهات الرأي العام، وتداول القضايا العامة، مما أدى إلى تنامي تأثيراتها المتلاحقة، لا سيما بعد ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة ومنابر متنوعة للحوار، حتى تغلغت هذه التقنيات في كافة مناحي الحياة، وانعكست بدورها على البنية المعرفية والثقافية والأخلاقية للمجتمع.

إذ فرض الإعلام الجديد بتنوع أشكاله - مواقع إعلامية على شبكة الانترنت، صحافة الكترونية، مدونات الكترونية- وبتعدد وسائله - كالفديو والصور والنص- وبخصائصه المميزة كالتفاعلية التي أتاحت للمتلقي المشاركة في مناقشة المواد الإعلامية، والحرية الواسعة بعد اختراق الحدود والحواسز المكانية والزمانية ليعطي حرية أوسع في تناول القضايا الداخلية والخارجية، والمرونة في استهلاك المصادر المعلوماتية بكل يسر، والذي أصبح واقع إعلامي جديد أمكن الوصول إلى جميع أنحاء المعمورة دون اعتبار للحدود والحواسز الزمانية والمكانية، حيث لا تستطيع قوة المنع التي تسلّحت به السلطات في كثير من الدول من منع هذا الإعلام من الوصول إلى كل فرد في المجتمع عبر بث حي مستمر (شقرة، 2014، 55).

ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، والتي ساهمت في نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه، وأتاحت للمستخدمين فرص كبرى للتأثير بقيود ورقابة نسبية، إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشر مما أوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية (البديهي، 2015، 3).

ويمكن القول بأن وسائل الإعلام الجديد تحولت إلى نسق اجتماعي، ما دفع الكثير من المختصين في علم النفس والاجتماع والتربية والإعلام إلى دراستها كظاهرة لها تأثيراتها الثقافية والتربوية والاجتماعية والثقافية؛ بهدف تتبع آثارها في أنماط سلوك الشباب سواء في الملبس والمظهر العام أو في المستوى التعليمي أو في الجانب القيمي والاجتماعي، ونظراً لكون شبكات الإعلام الجديد قد انتشرت بصورة واسعة من خلال شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) فهي تعتبر الوسيلة الأكثر تأثيراً على أفراد المجتمع خاصة الشباب؛ وذلك لما تمتلكه من تأثير صوتي، وصور مبهر، وبث لشرائح الأفلام ومقاطع الفيديو والبرامج الواقعية وشبه الواقعية والتي لها دور مؤثر في الحياة الاجتماعية والاقتصادية في العالم أجمع. (العتيبي، 2022، 413).

وتُعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم عوامل التغيير الاجتماعي وذلك لنجاحها في فتح الآفاق للأفراد لنقل الأفكار والمعلومات والتفاعل فيما بينهم من خلال بناء علاقات افتراضية حولت الشخص إلى فرد افتراضي يتفاعل في مجتمع افتراضي يقف عند حدود الشاشة (بويعة وبلاط، 2021، 1).

ويعود تاريخ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى الولايات المتحدة الأمريكية حيث ظهر تطبيق Classmates والذي نشأ عام (1995) كأول تطبيق للتفاعل على مستوى طلاب الصف الدراسي، ثم تبعه تطبيق SixDegrees وذلك في عام (1997)، والذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وقد كان بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، حيث أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية، وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة الأصدقاء. و في بداية عام 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم كما ظهر موقع linkedin والذي انطلق رسمياً عام (2003) وشكل نقلة كبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي وما تلاه من ظهور الفيس بوك على الساحة ثم توالى العديد من مواقع التواصل الاجتماعي (الحسين، 2016، 334).

ويعد تطبيق Tik Tok أحد أشهر وسائل التواصل الحديثة، والذي أنشئ على يد بايت دانس ByteDance في سبتمبر عام 2016، في بكين التي تعتبر موطن له، وسرعان ما أخذ دوراً رائداً في عالم التواصل الاجتماعي، حيث بات مصدر جذب للشباب، إذ تستخدم المنصة العديد من الوسائط الاجتماعية لإنشاء مجموعة متنوعة من المقاطع المرئية القصيرة، وعلى الرغم من حداثة التطبيق إلا أنه حظي بشهرة واسعة في مختلف أنحاء العالم، وبانت تأثيراته تُطال الأفراد خاصة الأطفال والشباب، مما دفع العديد من الدول إلى حظره مثل باكستان؛ بسبب احتوائه على مواد غير أخلاقية تشجع على الرذيلة والفسوق بين الشباب، وعلى الرغم من النقد الموجه لتلك المنصة إلا أن عدد مستخدميه في تزايد، وأصبح مصدر دخل للملايين من الأشخاص في مختلف أنحاء العالم (العظامات، 2022، 188).

ولم تكن المملكة العربية السعودية بمنأى عن هذا الانتشار، حيث لقي تطبيق Tik Tok أصداء شهرة واسعة في المجتمع السعودي بمختلف فئاته، حيث أتاحت خدمة البث المباشر أحد أبرز الخدمات التي يقدمها التطبيق آفاقاً واسعة للشهرة، حيث أصبح لهذا التطبيق عدد من المشاهير المؤثرين السعوديين والذين يتلقون الدعم من جمهورهم من كافة أطراف المجتمع. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتبحث في تحليل السلوك الاجتماعي في محتوى البث المباشر للمشاهير على تطبيق Tik Tok.

مشكلة الدراسة:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي أحد وسائل الاتصال الحديثة والتي أثرت في قيم ومبادئ المجتمعات الإنسانية وساهمت في إحداث التغييرات في السلوك، حيث تعد فضاءً واسعاً لتناقل المعلومات والأخبار، ولبت الآراء والأفكار من قبل المستخدمين. ويعد تطبيق Tik Tok أحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي لاقت رواجاً هائلاً في أنحاء العالم. حيث أشارت إحصائية Sensor tower (2022) إلى أن عدد المستخدمين للتطبيق قد بلغ مليار مستخدم شهرياً، وقد أصبح من أكثر التطبيقات شعبية من حيث عدد مرات التحميل، وينتشر التطبيق في أكثر من (150) دولة، وبأكثر من (75) لغة. وقد بلغ عدد المستخدمين للتطبيق في المملكة العربية السعودية ما يقرب من (22.37) مليون مستخدم (Sensor tower, 2022).

وقد أصبح لوسائل التواصل اليوم وظائف أبعد من مجرد إتاحة التواصل بين الأفراد، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة لانتقال القيم الاجتماعية، والذي يتجسد في مفهوم " جودة المحتوى" بالإعلام الجديد كالتيك توك، مما نجد أن الغرض وراء عمل المقاطع عبر التيك توك لم يقتصر على الترفيه أو الترويج لأحد المنتجات، بل امتد الأمر إلى نشر الأفكار والسلوكيات الاجتماعية المختلفة، لذلك تتباين أنماط التعرض بين الشباب لهذا التطبيق حسب أهداف المشهور فقد يهتم بنشر الأفكار البناءة أو نشر المفاهيم والمعتقدات الخاطئة مما يؤثر على القيم والمبادئ والسلوك الاجتماعي لأفراد المجتمع (فتحي، 2021، 377).

ويرى العالم الأمريكي جورج جرينبر George Greenberg بأن لوسائل الاتصال الجماهيرية تأثيراً كبيراً على البيئة الثقافية تبعاً لفرضيات نظرية الغرس الثقافي والتي تقدم تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، وتفتقر النظرية بأن للإعلام قدرات في تشكيل معارف الأفراد والتأثير على إدراكهم للحقائق المحيطة بهم (مراد، 2011، 152).

ومن المفيد الإشارة إلى الوظائف الظاهرة والكامنة لدى ميرتون، فمن المعروف أن وسائل الإعلام تقدم وظائف ظاهرة وجليّة في حياتنا تتمثل في التثقيف، والأخبار، والترويج، والتوجيه، والإقناع، وعلى الجانب الآخر هناك وظائف خفية غير واعية تتمثل في زعزعة القيم والثوابت لصالح أيديولوجية معينة. وطبقاً لذلك جاءت الدراسة الراهنة لتكشف عن المضامين الراجحة ضمن منصة التيك توك وما تؤول إليه من إحداث الأثر في أذهان وتقدير الشباب سواء إيجاباً أو سلباً.

وقد أشارت عدد من الدراسات الاجتماعية إلى تأثير تطبيق Tik Tok على السلوك الاجتماعي لأفراد المجتمع حيث أشارت دراسة خراب (2019) إلى الانعكاسات النفسية لاستخدام Tik Tok والتي تمثلت في إدمان الانترنت، والاعتراب النفسي، وضياح القيم الأسرية والتربوية، والتقليد الأعمى وتزييف المعايير والقيم الثقافية المحلية، وتغييب الوعي النقدي. وأكدت دراسة بخوش ورتيمي (2022) على وجود علاقة بي ن الرغبة في تحقيق الشهرة عبر Tik Tok وإنتاج السلوك الإنحرافي لدى الشباب.

من هنا جاءت هذه الدراسة لتبحث في تحليل مضمون السلوك الاجتماعي في البث المباشر للمشاهير على تطبيق Tik Tok، من خلال الإجابة عن التساؤل التالي: ما شكل السلوك الاجتماعي في البث المباشر لمشاهير تطبيق Tik Tok؟.

أهمية الدراسة:

-تركز هذه الدراسة على تحليل مضمون أحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي -تطبيق Tik Tok -، مما يساهم في إثراء البحوث الاجتماعية من خلال تقديم بحث نوعي متعمق يساهم في تفسير السلوك الاجتماعي، كما قد تشكل هذه الدراسة انطلاقة لدراسات أخرى في حقل البحث النوعي في دراسة السلوك الاجتماعي.

- تعد دراسة مضمون البث المباشر للمشاهير مسألة جوهرية، في الوقت الحالي خاصة، حيث يشهد تطبيق Tik Tok قبولاً واسعاً من الجمهور بكافة فئاته، مما يؤكد على حاجة المجتمع إلى تقييم ونقد ما يتم طرحه عبر التطبيق، الأمر الذي يساهم في بناء المنظومة القيمية واتخاذ الإجراءات مع من ينتهك تلك القيم، نظراً للدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين شخصية أفراد المجتمع وتوجيه أفكارهم ومعتقداتهم، مما يستوجب تسليط الضوء على أبرز الآثار المترتبة عليه، ومحاولة التصدي لها من خلال ما تبرزه نتائج الدراسة وما تسهم به التوصيات من محاولة وضع استراتيجيات للحد من التأثيرات السلبية الناجمة عنه.

-تلقي هذه الدراسة الضوء على القيم والمفاهيم الجديدة التي يتم استدخالها والتي تؤثر بشكل مباشر في البناء الثقافي والاجتماعي للمجتمع السعودي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى:

- 1- التعرف على معدل التمر في البث المباشر لمشاهير Tik Tok.
- 2- الكشف عن مستوى التسول الإلكتروني لدى مشاهير Tik Tok.
- 3- تحديد دور مشاهير Tik Tok في التوعية الاجتماعية.
- 4- الوقوف على صور التساهل في حدود العلاقة بين الجنسين بين مشاهير Tik Tok.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما معدل التمر والسخرية والتحقير والسب والشتم في البث المباشر لمشاهير Tik Tok؟
- 2- ما مستوى التسول الإلكتروني لدى مشاهير Tik Tok؟
- 3- ما درجة مساهمة مشاهير Tik Tok في نشر الوعي الاجتماعي في الجوانب الدينية والاجتماعية والتقنية؟
- 4- ما مدى تساهل مشاهير Tik Tok في التعامل مع الجنس الآخر، كالجراة في طرح المواضيع الخاصة، والغزل الصريح؟

مفاهيم الدراسة:

- **تطبيق Tik Tok:** هو تطبيق يتيح للمستخدمين نشر الفيديوهات القصيرة التي مدتها تكون 15 ثانية إلى 3 دقائق ودمج الصورة مع الصوت والنص عن طريق تقنيات سهلة الاستخدام (عايد، 2022).

ويعرفه فتحي (2021) بأنه "تطبيق اجتماعي للفيديوهات القصيرة الإبداعية المصاحبة لموسيقى تستهدف الشباب، من خلال تسجيل ونشر الفيديوهات القصيرة التي مدتها 15 ثانية، وتسمح للمستخدمين باختيار الفيديو الخاص بهم ورواجه الموسيقى المصاحبة له (ص9).

وتعرفه الباحثات إجرائياً بأنه: البث المباشر اليومي للمشاهير الست الأوائل الحاصلين على الأكثر مشاهدة حسب الاستبانة الاستطلاعية للباحثات، في الفترة ما بين (10/5 إلى 10/25 2023م).

- **السلوك الاجتماعي:** يعرفه عايد (2022) بأنه "كل النشاطات والأفعال التي تصدر عن الفرد سواء كانت ظاهرة أو غير ظاهرة، وأنه أي نشاط يصدر عن الانسان سواء كان أفعالاً يمكن ملاحظتها وقياسها كالنشاطات الفسيولوجية والحركية وأنشطة تستمر على نحو غير ملحوظ كال تفكير والتذكر، وكما يعرفه كذلك بأنه ذلك التصرف الذي يبرزه شخص ما نتيجة تعرضه إما إلى منبه داخلي أو خارجي".

وتعرفه الباحثات إجرائياً بأنه: "النشاط الاجتماعي الظاهري والرمزي الذي يقوم به المشهور خلال بثه المباشر على تطبيق Tik Tok ويتمثل في سلوك التمر، والتسول الإلكتروني، ونشر الوعي الاجتماعي، والجرأة في التعامل مع الجنس الآخر".

وتعرف الباحثات التمر إجرائياً بأنه: "إيذاء المشهور لمتابعيه أو للمشاهير الآخرين، من خلال تحقيرهم، والضحك على آرائهم، ونشر التعليقات المسيئة وإطلاق الكلمات البذيئة واستخدام لغة جسد التي تتم عن التقليل من شأنهم، والسعي في تشويه سمعتهم، أو نشر صور محرجة مفبركة عنهم".

- **التسول الإلكتروني:** "طلب المشهور الدعم من متابعيه في البث المباشر، من خلال الإعجابات والنقاط، وإرسال هدايا رمزية كالورود والأسود والحوت والتي تتحول إلى عملة يتم تسيلها لرصيد المشهور".

- **الوعي الاجتماعي:** "مساهمة المشهور في توعية المتابعين في الجوانب الدينية والاجتماعية والتقنية".

- **الجرأة مع الجنس الآخر:** "ظهور المشهور في البث المباشر عبر الجولات المشتركة مع الجنس الآخر -رجل وامرأة- وإقامة التحديات بينهم، واستعراض الزينة والمفاتن والرقص المخالف للعرف الاجتماعي".

- **الغزل الصريح:** "يقصد بها الغزل الفاحش الصريح الذي يصدر من المشهور، سواء كان لفظي أو جسدي "

الإطار النظري:

الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات الاجتماعية التي بحثت في تأثير استخدام تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع، حيث ركزت بعض الدراسات على البحث في أسباب متابعة الشباب لوسائل التواصل كما في دراسة براهيمة ومعيوف (2022) حيث أجريت الدراسة على الشباب الجامعي من طلبة الإعلام والاتصال الذين يستخدمون تطبيق تيك توك، باستخدام عينة قصدية بلغ حجمها (80) مفردة،

وتوصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يتابعون التطبيق كونه حديث العصر ولأنه يوفر لهم الوصول إلى المعلومات بطريقة أسرع، وتلبية المضامين التي يقدمها لحاجاتهم النفسية والاجتماعية. وأشارت دراسة سبتي وبوالدين وبوعزيز (2022) إلى أن متابعة الشباب لتطبيق التوك بقصد الترفيه وتمضية الوقت. وأوضحت دراسة فتحي (2021) أن الشباب يستخدمون تطبيق التوك بقصد الترفية، والإطلاع على الأحداث الجديدة ومتابعة الأخبار، ولأن المشاهير على التطبيق يتجرأون طرح المواضيع المسكوت عنها في المجتمع. كما بحثت بعض الدراسات في تأثير وسائل التواصل على القيم الاجتماعية كما في دراسة الطيار (2014)، والتي هدفت إلى التعرف على تأثير تطبيق تويتتر على القيم الاجتماعية لدى الشباب، والآثار السلبية الناتجة عنه حيث أشارت الدراسة إلى أن أهم الآثار السلبية لوسائل التواصل تتمثل في إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، وإهمال الشعائر الدينية. وبينت دراسة بوعافية وصالح الدين (2021) والتي هدفت إلى التعرف على تأثير تطبيق التوك على القيم الأسرية من خلال تحليل الإحصائيات الرسمية، واستخدام أداة الاستبيان، باستخدام العينة العشوائية والتي بلغت (30) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن لتطبيق التوك دور اكتساب المتابعين لسلوكيات دخيلة على ممارساتهم اليومية وخاصة السلوكيات العدوانية والتي تتمثل في عقوب الوالدين. كما أشار عدد من الدراسات إلى تأثير التعرض لبرنامج التوك على سلوكيات الأطفال حيث أوضحت دراسة عبدالكريم (2021) والتي أجريت على (200) مفردة من أولياء الأمور في مصر، وبينت الدراسة أن 66% من الأطفال يقضون من 4 إلى 6 ساعات يومياً في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وأنها تؤدي إلى تبني الطفل لقيم جديدة مغايرة للعادات والقيم الاجتماعية بنسبة 68%. وأشارت دراسة هادي ورشيد (2021) والتي هدفت إلى التعرف على الإدمان الإلكتروني وتداعياته السلبية على سلوك الأطفال، وطبقت الدراسة على (50) مفردة من أولياء الأمور في بغداد، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن أبناءهم يعيشون عزلة اجتماعية، وإلى تأثير تطبيقات وسائل التواصل على حالتهم النفسية والشعورية. كما أوضحت دراسة الشبيب (2017) والتي بحثت في التعرف على آثار استخدام الأطفال في المجتمع السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي ودور الأم في ضبطها، حيث طبقت الدراسة على عينة حجمها (204) من الأمهات في مدينة الرياض، وأوضحت الدراسة أن وسائل التواصل قد ساهمت في دخول مصطلحات غريبة على لغة الأطفال، وتقليدهم طريقة الكلام والكتابة لبعض المشاهير، كما ساهمت في إضعاف تواصلهم الاجتماعي مع أسرهم. وأشارت دراسة (Koutamains, 2015) والتي بحثت في التعرف على مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي على المراهقين في ألمانيا حيث طبقت على (785) مفردة، وأشارت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى تعرض المراهقين للاستغلال الجنسي والإباحية والاستدراج يليها القبح والذم والتحقير والإهانات. كما اتجهت العديد من الدراسات نحو التركيز على دور وسائل التواصل في سلوك الانحراف حيث أوضحت دراسة صابرين وعمارني (2021) والتي بحثت في تأثير تطبيق توك على انحراف الفتيات باستخدام منهج دراسة الحالة، وتحليل المضمون، لعدد من حسابات المشهورات على التطبيق في الجزائر، وتوصلت الدراسة إلى أن أسباب استخدام تطبيق التوك هو تحقيق الإشباع لحاجاتهم المادية، والاستعراض والشهرة، وإثارة الغرائز ولفت الانتباه حتى ولو كان الأمر يمس شرفها وأخلاقها. وأن التعرض للضغوط النفسية والاجتماعية أحد الأسباب التي تؤدي إلى استخدام الفتيات لهذه التطبيقات. كما أشارت دراسة (Muia, 2020) والتي بحثت في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على السلوك المنحرف لدى طلاب المدارس الثانوية في لانغاتا، حيث أجريت الدراسة على (336) مفردة، باستخدام أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة أن لوسائل التواصل دور في شيوع بعض السلوكيات السلبية بين الطلاب مثل التمر والتدخين والبلطجة والانتحار وتعاطي المخدرات. وأوضحت دراسة (Vardin, 2014) والتي بحثت في التعرف على مخاطر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب في كاليفورنيا، حيث أجريت الدراسة باستخدام أداة المقابلة مع (14) طالبة من مختلف المراحل العمرية، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مخاطر وسائل التواصل تتمثل في الإدمان على استخدامها، وتشتت الانتباه، وتضييع الوقت والتعرض للاستغلال. كما بحثت الدراسات الاجتماعية في تأثير مشاهير وسائل التواصل على القضايا الاجتماعية كما

في دراسة الدخيل (2022) والتي بحثت في تأثير مشاهير تطبيق السناپ شات باستخدام أداة تحليل المضمون، بأسلوب العينة الغرضية القصدية حيث بلغ عدد العينة (36) مفردة، وأشارت الدراسة إلى أن لمشاهير وسائل التواصل دور في التشجيع على الاستهلاك المظهري من خلال الإعلانات التجارية واستعراض رحلاتهم السياحية برفاهية مفرطة، وإلى دورهم في إثراء التوعية الاجتماعية.

الفجوة البحثية:

ركزت الدراسات السابقة في البحث في أسباب متابعة الشباب لتطبيق التوك توك كما في دراسة هيام وسوار (2022) ودراسة سبتي وبوالدين وبوعزيز (2022)، ودراسة فتحي (2021)، وبحثت كذلك في تأثير وسائل التواصل على القيم الاجتماعية كما في دراسة الطيار (2014) ودراسة عافية وصلاح الدين (2021)، وتأثيرها على سلوكيات الأطفال والمراهقين كما في دراسة عبدالكريم (2021) ودراسة الشبيب (2017) ودراسة (Koutamains, 2015)، وعلى السلوك المنحرف كما في دراسة صابرين وعمارني (2021) ودراسة (Munia, 2020) ودراسة (Varin, 2014)، وفي دور مشاهير التواصل الاجتماعي في القضايا الاجتماعية كما في دراسة الدخيل (2022).

كما تركزت الدراسات السابقة في حقل الدراسات الكمية باستخدام أداة الاستبيان كما في دراسة عبدالكريم (2021) ودراسة هادي ورشيد (2021) والشبيب (2017)، وفي حقل البحث الكمي الكيفي باستخدام أداة تحليل المضمون كما في دراسة صابرين وعمارني (2021) ودراسة الدخيل (2022).

وقد أجريت الدراسات السابقة على المجتمعات العربية والعالمية ولم تجرى دراسات على المجتمع السعودي سوى دراسة الطيار (2014) والتي بحثت في تطبيق تويتر، ودراسة الدخيل (2022) في تأثير تطبيق السناپ شات، ودراسة الشبيب (2017) والتي أجريت باستخدام أداة الاستبانة، أي البحث في تأثير وسائل التواصل من وجهة نظر المتابع. بينما تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على شكل السلوك الاجتماعي تطبيق Tik Tok من خلال تحليل مضمون البث المباشر للمشاهير، مما يساهم في تقديم تحليل اجتماعي أعمق للظاهرة المدروسة.

النظريات المفسرة للدراسة:

نظرية الغرس الثقافي:

ظهرت نظرية الغرس الثقافي Cultiration Theory في الولايات المتحدة الأمريكية خلال السبعينات كإحدى نظريات الاتصال وأسلوب جديد لدراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، ونتيجة لقيام أستاذ الاتصال بجامعة بنسلفانيا " جورج جيرنر بالدراسات التي تناولت المؤشرات الثقافية؛ لإيجاد الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام المختلفة في البيئة الثقافية، ويقصد بالغرسة " زرع وبناء مكونات معرفية ونفسية، تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة المختلفة لدى من يتعرض لها" وهي نوع من التعلم غير الواعي الذي ينتج عن التعرض التراكمي لوسائل الإعلام، وقد أصبح هذا المفهوم منذ منتصف السبعينات قائمة على تفسير الآثار الثقافية والمعرفية لوسائل الإعلام، وتؤكد تلك النظرية على أن تأثير وسائل الإعلام هو تأثير دقيق وله قابلية الانتشار مع مرور الزمن، حيث تتغير مواقف الناس بناء على المضامين المهيمنة والمواد التي تحتويها وسائل الإعلام. كما أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى إكساب المتلقي مجموعة من المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية التي تشكل لهم واقع رمزي مختلف عن الواقع الحقيقي (الغريب، 2017، 162).

وتقوم النظرية على عدة افتراضات منها: الأشخاص كثيفي التعرض للوسائل الإعلامية يدركون الواقع بشكل مختلف عن يقضون وقتاً أقل في المشاهدة، كلما زاد الوقت الذي يقضيه الفرد مع الوسيلة الإعلامية كان من المحتمل أن يبني الفرد مفاهيم الواقع الاجتماعي بما يتطابق مع ما تقدمه الوسيلة عن الحياة والمجتمع، وأن وسائل الإعلام تتميز بالاستخدامات غير الانتقائية من قبل الجمهور وأن الأفراد يتلقون المعاني المتضمنة في وسائل الإعلام بشكل غير واعي، وأن خلق وجهات النظر وغرس المعتقدات لدى الآخرين يرجع إلى التعرض التراكمي الثابت والمتكرر للوسيلة الإعلامية، وتقدم وسائل الإعلام عالماً متماثلاً من الرسائل الموجهة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد فيه الجمهور أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي تصورها من خلال وسائل الإعلام (الغريب، 2017، 165).

وأشارت نظرية الغرس الثقافي إلى الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال كأحد العوامل المؤثرة في اكتساب الأفراد لمبادئ وسلوكيات مختلفة. حيث افترضت النظرية بأنه كلما زادت مدة التعرض للمادة الإعلامية، كلما تبنى الفرد مفاهيم وسلوكيات جديدة على الواقع الاجتماعي الذي يعيش فيه. ويتعرض جمهور البث المباشر لمشاهير إلى المضامين المختلفة التي تعرضها المنصة، من خلال المتابعة اليومية لبث المباشر للمشاهير، والتعرض المتكرر للوسيلة الإعلامية مما يؤدي إلى التعلم المستمر وغير المدرك واللا واعي بالنسبة للمتلقين، خاصة ما يتمتع به التطبيق من مقاطع فيديو جذابة، وتتغلغل تلك الأفكار والمعاني الموجه لهم من خلال القصص - سواء عن الحياة العامة والاتجاهات والآراء في مختلف القضايا - في أذهانهم مما يؤدي إلى تغيير معتقدات الأفراد وما يؤول إليه لتشكل بنى ثقافية جديدة وتصورات مغايرة للقيم المجتمعية إلى درجة اعتقادهم بأن العالم الوهمي التي يشاهدونه هو العالم الأمثل والحقيقي. لذلك تركز هذه النظرية على آثار التعرض للمنصة الإلكترونية وتحليل الرسائل الموجهة للجمهور والمعاني التي تحملها، خاصة أن الفئة التي تتعرض لها بشكل مستمر فئة الأطفال والشباب والتي لديها القدرة على التكيف مع المستجدات وتبني أفكار قد تكون هدامة من خلال ما تقوم به وسائل التواصل من وظيفة التنشئة الاجتماعية الغير واعية للمتلقين.

نظرية التعلم الاجتماعي:

تفسر نظرية التعلم الاجتماعي Social Learning Theory لباندورا (Bandora)، دور وسائل الإعلام في بناء ثقافة المجتمع من خلال التأثير على السلوك الاجتماعي للأفراد، حيث تفترض النظرية الأفراد يتعلمون السلوكيات المختلفة عن طريق الملاحظة لنماذج القدوة في بيئتهم المحيطة كالأبوين مثلاً ومن ملاحظة التلفزيون والسينما ومن القصص التي يقرؤونها ومن الحكايات التي يسمعونها إذ يحصلون على نماذج السلوك التي يقلدونها أو يحصلون على المعلومات التي تمكنهم من اكتساب سلوكيات معادية كسبل ارتكاب الجريمة ضد أنفسهم وضد الآخرين، أي أن عملية التعلم تتم من خلال نماذج تتخذ كقدوة في سلوكها. وقد أكدت نظرية التعلم بالمحاكاة على أهمية التفاعل الاجتماعي والانسحاق للظروف والمعايير الاجتماعية من أجل التعلم وهذا يعني أن التعلم لا يحدث من فراغ بل من محيط اجتماعي (Bandora, 27, 1969).

وتتطلب افتراضات النظرية من افتراض رئيسي وهو أن الإنسان كائن اجتماعي يعيش مع مجموعة من الأفراد يتفاعل معهم ويؤثر ويتأثر بهم، فهو يلاحظ سلوكيات وعادات واتجاهات الأفراد الآخرين ويتعلمها بالملاحظة والتقليد حيث يعتبر هؤلاء الآخرين بمثابة نماذج يقتدي بسلوكهم، وبالتالي فإن معظم السلوك البشري متعلم من خلال الملاحظة سواء بالصدفة أو بالقصد. واقترح باندورا ثلاثة أساليب للتعلم بالملاحظة وهي:

- 1- تعلم سلوكيات جديدة: إن التمثيلات الصورية والرمزية المتوفرة عبر الصحافة والكتب والسينما، تشكل مصادر مهمة للنماذج وتقوم بوظيفة النموذج الحي، حيث يقوم المتعلم بتقليدها بعد ملاحظتها والتأثر بها.
 - 2- الكف والتحرير: قد يؤدي ملاحظة بعض السلوكيات التي تميزت بالعقاب إلى تجنب أدائها،.
 - 3- تسهيل السلوك أو المكافأة عليه (ام غازدا، 1991، 32).
- ويعد تعبير نظرية النموذج مفيد في وصف تطبيق النظرية العامة للتعلم الاجتماعي وذلك بالنسبة لاكتساب نماذج جديدة من السلوك نتيجة لما تقدمه وسائل الاتصال، فهي تقدم نماذج رمزية لكل أشكال السلوك تقريباً، ويمكن تلخيص عملية النموذج بما يلي:
- 1- يلاحظ أحد أفراد جمهور المشاهدين شخصاً نموذجاً يشترك في نموذج للتعرف في محتوى إعلامي.
 - 2- يتعرف الملاحظ على النموذج ويتمثل معه أو يعتقد أنه يشبه النموذج أو يريد أن يكون مثل النموذج أو يرى النموذج جذاباً وأنه جدير بأن يقلده.
 - 3- ويدرك وهو واعٍ أو يصل إلى استنتاج بدون وعي أن الشخص الذي يلاحظه أو أن السلوك الموصوف سيكون مفيداً له.
 - 4- ويتذكر الشخص تصرفات النموذج عندما يواجه ظروفًا مشابهة (موقف التأثير) ويتخذ السلوك الذي اقتنع به كوسيلة للاستجابة لهذا الموقف.
 - 5- وعند اتخاذ هذا السلوك في مواجهة موقف التأثير يؤدي ذلك إلى شعور الفرد ببعض الراحة أو الرضا.
 - 6- ويزيد إعادة الدعم الإيجابي من احتمال استخدام الفرد هذا النشاط السلوكي باستمرار كوسيلة للاستجابة لمواقف مشابهة (ملفين وديفلد، 1999، 20).

وقد أشارت نظرية باندورا إلى الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال كأحد العوامل المؤثرة في اكتساب المشاهدين لقيم ومبادئ وسلوكيات اجتماعية مختلفة. وترى الباحثات بأن لتطبيق Tik Tok بوصفه أحد أهم وسائل التواصل وأكثرها انتشاراً في الوقت الحالي، دور في شكل السلوك الاجتماعي المكتسب لدى أفراد المجتمع، فلم يعد الدور التربوي مقتصرًا على المؤسسات التقليدية كالأسرة والمدرسة، بل أصبح لوسائل الإعلام دور يوازي دور المؤسسات الاجتماعية في التنشئة الاجتماعية للأفراد، وفي تشكيل البناء الثقافي للمجتمع. ويتمثل دور التطبيق في مساهمته في تشكيل السلوك الاجتماعي من خلال تقديم نماذج (قدوة) من المشاهير، مما يولد رغبة المتابع في تقليد ومحاكاة هذا المشهور، ومن ثم تبني سلوكياته والتصرف وفقاً لها. وبالتالي يمكن تطبيق فرضيات النظرية باعتبار هذه النماذج تشكل نماذج حية، يلاحظه المتابع ويسعى إلى تقليده ومحاكاته، خاصة إذا كانت هذه المحاكاة تشبع دافعاً معيناً لديه، وقد يقابل هذا التقليد للسلوك تعزيزاً من قبل الآخرين، وبتكرار العملية يتم اكتساب القيم والأفكار بعد تجربتها مما يساهم في إعادة تشكيل السلوك الاجتماعي للمتابعين.

تطبيق Tik Tok:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر، والتيك توك من أفضل الوسائل التي ربما ميزت العصر الحديث، والتي أسهمت في إحداث طفرة حقيقية في التواصل المباشر بين أفراد المجتمعات، وتم تقديم Tik Tok إلي وسائل التواصل الاجتماعي في سبتمبر 2016م وسرعان ما أخذ دوراً رائداً في عالم التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت وسائل التواصل مصدر جذب المراهقين والشباب في جميع أنحاء العالم. وتستخدم منصة الوسائط الاجتماعية لإنشاء مجموعة متنوعة من المقاطع المرئية الصغيرة، ويمكن وصف Tik

Tok بأنه نظام أساسي حيث يمكن للأشخاص إنشاء مقاطع فيديو مدتها حوالي 15 ثانية، ومن الممكن أيضاً دمج مقاطع الفيديو التي تسمح بعد ذلك بمقاطع مدتها 60 ثانية. يمكن أن تتضمن مقاطع الفيديو عينات موسيقية، وعوامل تصفية، وعمليات قص سريعة، وملصقات، وإضافات أخرى.

وفي فبراير 2020، كان للمنصة حوالي 800 مليون مستخدم حول العالم، 150 مليون منهم في الصين حيث يعرف باسم دوين Douyin. بالرغم من أنه تطبيق حديث النشأة إلا أنه قد اكتسب شهرة كبيرة للغاية في مختلف أنحاء العالم، وأثر بشكل كبير للغاية علي مختلف المجتمعات العربية والغربية تأثيراً كان أغلبية سلبياً، مما دفع العديد من الدول إلي حظره مثل باكستان التي حظرت بسبب احتواءه علي مواد غير أخلاقية تشجع علي نشر السلوكيات السيئة كالرذيلة والفسوق بين الشباب والمراهقين. وبالرغم من الانتقاد اللاذع الذي طال تطبيق Tik Tok إلا أن عدد مستخدميه في تزايد يوماً بعد يوم، وقد أصبح مصدر دخل يومي للملايين من الأشخاص في مختلف أنحاء العالم. لقد وجد Tik Tok شعبية كبيرة في الدول الآسيوية مثل كمبوديا واليابان واندونيسيا وماليزيا وتايلاند وفيتنام، وكانت الشعبية إلي حد كبير متفجرة في مثل هذه البلدان، بالمقارنة مع Instagram الذي استغرق ما يقارب ست سنوات من بدايته لكسب عدد المستخدمين النشطين الذي تمكن Tik Tok من الحصول عليهم في أقل من ثلاث سنوات (العظامات، 2022، 187-188).

وتشير الإحصائيات التي نشرتها الهيئة العامة للإحصاء إلي أن تطبيقات التواصل الاجتماعي حظيت بإقبال واسع من الرجال والنساء، حيث بلغت نسبة مستخدميها من الشباب داخل المملكة العربية السعودية 97.6% مستخدم من الإناث، أما الذكور فبلغت 98.8% مستخدم. كما تختلف تطبيقات التواصل الاجتماعي، في شعبيتها، ورواجها بين المستخدمين، إلا أن تطبيق Tik Tok يعد احد أهم تطبيقات التواصل الاجتماعي لدي الشباب، وأكثرها استخداماً، حيث حقق انتشاراً واسعاً، واكتسب شهرة كبيرة في فترة زمنية بسيطة، وقد بلغ عدد مستخدمي تطبيق Tik Tok في المملكة العربية السعودية أكثر من عشرة ملايين مستخدم، أي بمعدل 31% من عدد سكان المملكة (النفيعي، 2023، 168).

السلوك الاجتماعي:

يقصد بالسلوك كل ما يصدر من الإنسان من أفعال وأنشطة سواء كانت ظاهرة أو خفية كما انه يعرف بأنه أي نشاط أو عمل يصدر عن الفرد سواء كانت أفعالاً أو أعمالاً يمكن ان تلاحظ أو تقاس كالنشاطات الفسيولوجية والحركية أو نشاطات تتم علي نحو غير ملحوظ كالتيقير، والتذكر والوساوس، وغيرها (الحضرمي وآخرون، 2023، 78).

نجد أن السلوك الاجتماعي وهو عبارة عن تلك الأفعال والتصرفات والتفاعلات الصادرة عن الفرد أو مجموعة ممن الناس اتصفت بها وأصبحت سمة ظاهرة تعرف بها سواء كانت حسنة أم غير ذلك تخضع لنظم وقوانين المجتمع المسلم وأعرافه وفق الضوابط الشرعية المرعية (أبو كرش، 2009، 4).

ويلاحظ أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد تكسب الشباب في المراحل التعليمية المختلفة مجموعة من القيم والسلوكيات الاجتماعية الايجابية تارة والسلوكيات الاجتماعية السلبية تارة أخرى، إلا أنهم قد يتعرضون للسطو أو الانتهاك للخصوصية أو التشهير أو تجرهم إلي أعمال غير قانونية، ومن ناحية أخرى يستفيد الشباب من الأنشطة والبرامج المتاحة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي فيتفاعل مع غيره من الناس من خلال هذه الأنشطة والبرامج المتاحة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي فيتفاعل مع غيره من الناس من خلال هذه الأنشطة مما تكسبه سلوكيات اجتماعية وقيم جديدة، قد تؤثر بطريقة ايجابية أو سلبية في تكوين سلوكه الاجتماعي وقيمه

وتشكيل هويته الوطنية والثقافية والاجتماعية والسلوكية، وقد ينعكس سلباً علي سلوكيات مختلف الأجيال التي تعيش في مجتمعنا (الحضرمي، وآخرون، 2023، 73-74).

تأثير تطبيق Tik Tok علي السلوك الاجتماعي:

نجد أن لبرنامج Tik Tok الكثير من التأثيرات علي السلوكيات الاجتماعية للأفراد والأشخاص التي يدمنون تلك التطبيقات والتي يتراوح أثارها بين الإدمان والسلوكيات الاجتماعية الضارة وغير ذلك ويمكن إبراز أهم تلك السلوكيات السلبية علي النحو التالي:

تحديات سلوكية خطيرة:

في تطبيق Tik Tok يمكن للمستخدمين الاشتراك في خمس تحديات مختلفة، وهي تؤثر بالسلب والضرر علي سلوكيات الأفراد الاجتماعية، وهي تحديات حظي بعضها بشهرة واسعة، مثل التحدي الذي اجتاحت مختلف وسائل التواصل الاجتماعي وعرف باسم "كيكي" وتطلب الرقص خارج السيارة أثناء سيرها لئيتسبب في موت البعض وغيرها من باقي التحديات.

نبذ السلوك الاجتماعي للأفراد:

اقترن القبول المجتمعي إلي حد بعيد بعدد المتابعين، فإذا كان قليلاً أو معدوماً، شعر المستخدمون بأنهم منبوذون لا يرغب أحد في صداقتهم، وهو ما قد يسفر عن الوحدة والاكتئاب ويدفعهم إلي مقارنة أنفسهم بأصدقائهم، بل وجذب الانتباه للسلوكيات الاجتماعية السيئة بأي طريقة ممكنة.

الحسابات الوهمية:

يتستر كثيرون خلف حسابات وهمية لممارسة السلوكيات الاجتماعية السيئة والضارة كالنمر والتحرش بالمستخدمين، عبر الرسائل والتعليقات، مع الأخذ في الاعتبار أن تحويل الحسابات إلي حسابات مغلقة للأصدقاء فحسبه لا يحول دون ظهور صورة البروفايل والمعلومات أسفلها للكافة. (لوقا، 2023، 348).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تصنف هذه الدراسة ضمن تصاميم الدراسات الوصفية التحليلية كونها تسعى إلي جمع الحقائق والبيانات حول السلوك الاجتماعي في البث المباشر لمشاهير تطبيق Tik Tok ومن ثم تقديم تحليل اجتماعي متعمق لهذا السلوك، حيث تم جمع المعلومات وفقاً لجدول التفريغ المعدة للدراسة، خلال فترة زمنية كافية تسمح بتحليل عميق حولها.

وقد طبقت الباحثة التحليل النوعي للمحتوى بخطوات منهجية لترميز وتصنيف البيانات المأخوذة من المصادر المذكورة بعينة الدراسة، وقد مر تحليل المحتوى بمراحل متعددة بدأت بالتخطيط وتحديد المتغيرات المراد تحليل مضمونها والتي تمثلت بمعدل النمر والتسول الإلكتروني، والتوعية الاجتماعية، والانفتاح مع الجنس الآخر. ومن ثم اختيار وحدة التحليل (فكرة المشهد)، حيث تم تصميم جدول التفريغ بناءً على هذه الإجراءات، وقد جمعت البيانات في المدة مابين (5-10-2023 إلى 25-11-2023).

منهج الدراسة:

اتبعت هذه الدراسة منهج تحليل محتوى مضمون البث المباشر لمشاهير تطبيق Tik Tok والذي يعد من أشهر الأساليب العلمية التي تستخدم لدراسة أثر وسائل الاتصال، ووسائل الإعلام من المواد الإذاعية والتلفزيونية، ويعرفه برلسون بأنه "أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم للكمي للمحتوى الظاهري للاتصال، ويرى برلسون أن تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر والباطن في المادة الإعلامية، ومحاولة معرفة ماهي الرسالة التي يهدف الكاتب إلى توصيلها للقارئ" (الغريب، 2023، 199، 149). ووفقاً لهذا التعريف يعد منهج تحليل المحتوى أنسب المناهج البحثية لتحقيق أهداف هذه الدراسة، والتي تهدف إلى تحليل مضامين مشاهد السلوكيات الاجتماعية الدرامية المقدمة على المنصة. وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على السلوك الاجتماعي في محتوى مشاهير Tik Tok، ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت الباحثات إجراء التحليل على خطوتين، الأولى وهي التحليل الكمي بهدف التعرف على حجم تناول المسلسلات لسلوك التتمر والتسول الإلكتروني، والتوعية الاجتماعية والانفتاح مع الجنس الآخر، تلتها الخطوة الثانية وهي التحليل الموضوعي لتحليل ووصف مضامين البث المباشر للمشاهير.

أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة أداة تحليل المحتوى (جداول التفرغ)، والتي شملت أربعة متغيرات رئيسية وهي التتمر بأساليب مختلفة كالسخرية الجسدية، والسخرية بالضحك، والتحقير، وفبركة الصور، والتسول الإلكتروني من خلال طلب الإعجابات والهدايا والنقاط من المتابعين، والمشاركة في التوعية الاجتماعية في الجانب الديني والاجتماعي والتقني، والانفتاح مع الجنس الآخر من خلال جولات التحدي المشتركة، والغزل اللفظي والجسدي، ومن ثم تحديد دلالاتها الاجتماعية باستخراج المتوسط غير المتحيز من خلال قسمة عدد التكرارات على عدد خيارات جداول التفرغ الست كما يلي:

$$\text{خيارات الجدول} = 15, \text{ عدد الجداول} = 6 \quad 90 = 6 * 15$$

$$\text{عدد التكرارات في الجداول الست} = 1919, \quad 20 = 90 / 1919$$

$$10 = 2 / 20, \quad 10 = 10 - 20, \quad 30 = 10 + 20$$

الدلالة الاجتماعية للتكرارات:

- (من 10 إلى 30) = متوسط

- (أقل من 10) = قليل

- (أكثر من 30) = كثير

- (0) = لا يوجد

كما تم التحقق من الصدق الظاهري للأداة من خلال عرضها على خمسة محكمين من المختصين في علم الاجتماع، وقد استفادت الباحثات من ملاحظات المحكمين في إخراج أداة الدراسة بصورتها النهائية.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من مشاهير تطبيق Tik Tok، حيث قامت الباحثات باستبانة استطلاعية احتوت على أهم المشاهير حسب ترشيح الجمهور السعودي حيث بلغت القائمة (27) مشهوراً، كما تم توزيع الاستبانة بالحسابات المذكورة لتحديد الأعلى متابعة من المشاهير سواءً السعوديين وغير السعوديين شريطة أن يكون جمهورهم سعودي، وقد أجاب عن الاستبانة (498)، وتحدد بناءً عليها المشاهير الست الأوائل الحاصلين على الأكثر مشاهدة كعينة للدراسة.

عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة في المشاهير الست الأوائل الحاصلين على الأكثر متابعة حسب الاستبانة الاستطلاعية، والتي تكونت من (3) مشاهير ذكور، و(3) مشهورات إناث، وتعد هذه العينة من العينات العمدية الحصصية (الغير احتمالية)، نظراً لتحديد الباحثات لمعايير اختيار المشاهير كعينة للدراسة، والتي تمثلت في حصولهم على الأكثر متابعة حسب رأي الجمهور المتابع. ويوضح الجدول التالي تفاصيل أفراد العينة، من ناحية الجنس والجنسية، ونسبة المشاهدة في الاستبانة الاستطلاعية بين (27) مشهوراً، وعدد البثوث، وساعات البث التي تم تحليلها لكلٍ منهم:

جدول (1) عينة الدراسة

اسم الحساب	الجنس	الجنسية	نسبة المشاهدة	عدد ساعات البث	عدد البثوث
المشهور الأول	ذكر	سعودي	7.1%	14	7
المشهور الثاني	ذكر	سعودي	8.3%	10	5
المشهور الثالث	أنثى	يمنية	8.1%	10	5
المشهور الرابع	ذكر	سعودي	16.2%	21	5
المشهور الخامس	أنثى	سعودية	8.5%	20	4
المشهور السادس	أنثى	سعودية	4.9%	11	5

مناقشة النتائج:

سعت الدراسة إلى التعرف على السلوك الاجتماعي في محتوى مشاهير تطبيق Tik Tok، من خلال التعرف على معدل التتبع في البث المباشر للمشاهير، وممارستهم للتسول الإلكتروني، ودرجة مساهمتهم في نشر الوعي الاجتماعي في الجوانب الدينية والاجتماعية والتقنية، ومدى تساهلهم في الانفتاح مع الجنس الآخر. وقد احتوت عينة الدراسة على ستة مشاهير الحاصلين على النسبة الأعلى في الاستبانة الاستطلاعية للدراسة كما يشير إلى ذلك جدول (1). وقد بلغ إجمالي البثوث التي تم تحليلها (31) بث بإجمالي (86) ساعة في الفترة ما بين (10/5 إلى 2023/10/25).

وقد تنوعت المواضيع التي يطرحها كل مشهور ما بين حكاية القصص، والتركيز على الترفيه، ومناقشة المواضيع الاجتماعية، كما تفاوت عدد البثوث ومدتها بين أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ مجمل ساعات البث للمشاهير الذكور (31 ساعة)، بمعدل (14 ساعة) للمشهور الأول في (7) بثوث، و(10 ساعات) للمشهور الثاني في (5) بثوث، و(10 ساعات) للمشهور الثالث في (5) بثوث. بينما تفوقت المشاهير الإناث بعدد ساعات البث على الذكور بمعدل (41 ساعة)، حيث بلغت ساعات البث للمشهور الأولى (20 ساعة) موزعة على (4) بثوث، و(10 ساعات) للمشهور الثانية في (5) بثوث، و(11 ساعة) للمشهور الثالثة في (5) بثوث. وقد تركزت بثوث المشاهير في الساعات المتأخرة من الليل ما بين الساعة الثانية عشر وحتى الخامسة فجراً. وقد تنوعت السلوكيات الاجتماعية التي يتم طرحها من خلال البث المباشر للمشاهير حيث جاء التتبع المتمثل بالسخرية اللفظية والجسدية والسب والشتم سواء للمتابعين أو للمشاهير الآخرين في المعدل الأعلى بين السلوكيات الاجتماعية التي يتم طرحها من قبل المشاهير حسب نتائج الدراسة، يليه مستوى ممارستهم للتسول الإلكتروني من خلال طلب الهدايا والإعجابات من المشاهدين، ثم الجرأة في الانفتاح مع الجنس الآخر، وفي الأخير مشاركة المشاهير في التوعية الاجتماعية حيث جاءت بأقل نسبة. وقد تم تحليل كل سلوك من السلوكيات الاجتماعية في البث المباشر للمشاهير والتي تمثل الإجابة عن تساؤلات الدراسة كما يلي:

1- معدل التمر في البث المباشر للمشاهير على تطبيق Tik Tok:
جدول (2) معدل التمر في البث المباشر للمشاهير على تطبيق Tik Tok

السلوك	الذكور			الإناث		
	التكرار	%	الدلالة الاجتماعية	التكرار	%	الدلالة الاجتماعية
التمر	التحقير	158	27.05	كثير	95	29.23
	السخرية بالضحك	171	29.28	كثير	100	30.77
	السخرية الجسدية	41	7.20	كثير	70	21.54
	السب والشتم	181	30.99	كثير	44	13.54
	الصور المفبركة	6	1.03	قليل	16	4.92
	المجموع	584	64.25	كثير	325	35.75

يشير جدول (2) إلى ارتفاع معدل التمر من قبل المشاهير الموجه للمتابعين أو للمشاهير الآخرين بتكرار بلغ (909)، بنسبة (47.37%) من إجمالي السلوكيات الاجتماعية التي يتم طرحها من قبل المشاهير في البث المباشر. وقد تفوق المشاهير الذكور في معدل التمر على المشاهير الإناث بنسبة (64.25%)، بينما بلغ تتمر المشاهير الإناث (35.75%). وقد تنوعت أساليب التمر بالنسبة للمشاهير الذكور حيث جاء أسلوب السب والشتم بالمقدمة بمعدل (30.99%)، يليه السخرية بالضحك بنسبة (29.28%)، ثم التمر من خلال تحقير الآخرين والتقليل من شأنهم بمعدل (27.05%)، تليه السخرية بالشكل الخارجي بمعدل (7.20%)، ثم التمر من خلال فبركة الصور بنسبة قليلة بلغت (1.03%). كما جاء أسلوب السخرية بالضحك بالمقدمة بالنسبة للمشاهير الإناث بمعدل (30.77%)، يليه التحقير بالآخرين بنسبة (29.23%)، ثم السخرية الجسدية بنسبة (21.45%)، ثم السب والشتم (13.54%)، والتمر من خلال فبركة الصور بنسبة متوسطة بلغت (4.92%).

وقد تنوعت أساليب التمر من قبل المشاهير وذلك من خلال تحقير الآخرين والتقليل من شأنهم من المتابعين أو المشاهير الآخرين كأن يناديه بألفاظ مسيئة (ياأبو مرض بدل من أبو مرضي)، و(بالسبكية) كناية عن وصمهم بالغباء، أو سبه بمناداته ب (ياحمار، ياثور، يالوح، ياملعون) أو الدعاء عليه بالمرض (جعلك للسلال)، أو أن يقوم بكتف صوت الضيف المشارك معه في جولات التحدي أو طرده، وتكرار الكلمات التي يقولها بقصد التقليل منه، والاستهزاء بلباسه لإضحاك المتابعين. كما يتتمر المشاهير على بعض فئات المجتمع كالسخرية من المرأة السعودية من خلال وصمها بالسطحية وبتفاهة مهامها المنزلية، والاستهزاء بكبار السن، وبالمرضى النفسيين من خلال محاكاة سماتهم الجسدية كالتمايل بالمشي وزغلة العينين، والسخرية من اختلاف اللهجات بين أطراف المجتمع السعودي، والتقليل من شأن الزواج كقيمة اجتماعية يجب احترامها وتقديرها حيث تمثل الأسرة نواة المجتمع السعودي.

وقد تبين من تلك المعطيات ارتفاع معدل تتمر المشاهير مما يشير إلى خطورة انتشار التمر بين أفراد المجتمع، حيث يمثل هؤلاء المشاهير نماذج قدوة بالنسبة للمشاهد كما تفترض نظرية التعلم الاجتماعي لباندورا حيث تشير إلى مساهمة وسائل الاتصال في تشكيل نموذج قدوة يسعى المشاهد إلى محاكاته في السلوك، مما يؤدي إلى اكتسابه للسلوكيات الجديدة، باعتبارها سلوكيات إيجابية نظراً للممارسة المشهورة لها (Bandora, 27, 1969). كما تشير نظرية الغرس الثقافي إلى أن تكرار تعرض الجماهير لوسائل الاتصال

يؤدي إلى تعلمهم للسلوكيات المختلفة بطريقة مستمرة وغير واعية مما يساهم في نشر التتمير بين أفراد المجتمع (الغريب، 2017م، ص165). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة بوعافية وصلاح الدين (2021) والتي أكدت على دور تطبيق Tik Tok في اكتساب المتابعين لسلوكيات سلبية وعدوانية، كما أشارت دراسة (Muia, 2020) إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في إشاعة التتمير بين المتابعين.

2- ممارسة مشاهير Tik Tok للتسول الإلكتروني:

جدول (3) معدل ممارسة مشاهير Tik Tok للتسول الإلكتروني

السلوك	الذكور			الإناث		
	التكرار	%	الدلالة الاجتماعية	التكرار	%	الدلالة الاجتماعية
التسول	312	45.09	كثير	28	28.0	متوسط
	167	24.13	كثير	28	28.0	متوسط
	213	30.78	كثير	44	44.0	كثير
	692	87.73	كثير	100	12.63	كثير

يشير جدول (3) إلى ارتفاع معدل التسول الإلكتروني للمشاهير بتكرار بلغ (792) بنسبة (41.27%) من إجمالي السلوكيات الاجتماعية حسب نتائج الدراسة. وقد تفوق المشاهير الذكور على الإناث في معدل التسول الإلكتروني بنسبة (87.73%)، وقد تركز في طلب الإعجابات من المتابعين بنسبة (45.9%)، يليه طلب الهدايا بمعدل (30.78%)، ثم طلب الدعم من خلال النقاط بنسبة (24.13%). بينما بلغ معدل التسول الإلكتروني للإناث (12.63%)، وذلك بطلب الهدايا من المتابعين بنسبة (44.0%)، ثم الدعم من خلال الإعجاب وطلب الهدايا بنسبة متوسطة بلغت (28%).

وتشير البيانات السابقة إلى أن هدف المشاهير من مشاركتهم بالبحث المباشر هو الحصول على الكسب المادي من خلال التسول الإلكتروني، حيث يتسول المشاهير من الجنسين باستعطاف متابعيهم للحصول على الإعجابات والتكبيس، والحصول على ملايين النقاط و تقديم الشكر للداعمين منهم بـ (ارحب، أنت كفو، حي عينك)، أو الرقص على الشيللات التي تعبر عن كرم الداعم، عند الحصول على الهدايا (كالأسد- والورد- والحوت) والتي تمثل مبالغ مالية يحصل عليها المشهور، ويهدد المشهور متابعيه بأنه إذا لم يحصل على الدعم الذي يطمح إليه، فإنه سيقوم ببث قصص الجن والحكايات المرعبة بقصد تخويفهم نكاية لضعف دعمهم له، مما يشير إلى إمعانهم بالتسول بطريقة مزرية. ويشكل الكسب المادي من خلال التسول مصدر دخل أساسي للمشهور، حيث يحصل على مبالغ طائلة من خلال دعم متابعيه، ومن عدد ساعات البث، ولعل هذا يفسر الساعات الطويلة التي يقضيها المشهور بالبث المباشر. وقد يؤدي ممارسة المشهور لهذا السلوك المخالف إلى اكتساب المتابعين لهذا السلوك ومحاكاته من خلال السعي للشهرة للحصول على أكبر قدر من المتابعين، دون الاهتمام بالمحتوى الذي يقدمونه، مما يؤدي إلى ارتفاع نسبة الحسابات ذات المحتوى الفارغ والتي تساهم في نشر السلوكيات السلبية بين أفراد المجتمع. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الدخيل (2021) حيث أشارت الدراسة إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي بالتشجيع للمتابعين على الاستهلاك المظهري من خلال الإعلانات التجارية واستعراض الرحلات السياحية برفاهية مفرطة، مما يؤدي إلى تقليد المتابعين للمشهور ورفع مستوى الاستهلاك.

3- مساهمة مشاهير Tik Tok في التوعية الاجتماعية:

جدول (4) مستوى مساهمة مشاهير Tik Tok في التوعية الاجتماعية

الإناث			الذكور			السلوك
الدلالة الاجتماعية	%	التكرار	الدلالة الاجتماعية	%	التكرار	
لا يوجد	0	0	قليل	15.38	2	دينية
قليل	71.43	5	قليل	61.54	8	اجتماعية
قليل	28.57	2	قليل	23.08	3	تقنية
قليل	35.0	7	قليل	65.0	13	المجموع

يشير جدول (4) إلى انخفاض مستوى مساهمة مشاهير Tik Tok في نشر الوعي الاجتماعي بين أفراد المجتمع، بتكرار بلغ (20) مرة، بنسبة (1.04%)، من إجمالي سلوكيات المشاهير حسب نتائج الدراسة. وتشير النتائج إلى تفوق الذكور على الإناث في نشر التوعية الاجتماعية بنسبة (65%)، تركزت في الجانب الاجتماعي بنسبة (61.54%)، يليه الجانب التقني بنسبة (23.8%)، ثم الجانب الديني بنسبة (15.38%). بينما جاءت مشاركة الإناث بالتوعية الاجتماعية بنسبة قليلة بلغت (7%)، تركزت في الجانب الاجتماعي بمعدل (71.43%)، ثم الجانب التقني بنسبة (28.57%)، بينما لا توجد مشاركة منهن في التوعية الدينية.

ويتبين من تلك المعطيات مساهمة المشاهير من الجنسين في نشر التوعية الاجتماعية على قلتها، حيث يساهم المشاهير في نشر الوعي الاجتماعي من خلال تعزيز القيم الإيجابية لدى المتابعين كقيمة الالتزام بالوقت، والإنجاز للمهام وتحقيق النجاح، والتحذير من تصديق الشائعات، والحديث عن الحياة الزوجية بصورة إيجابية وأنها قائمة على التآلف والتعامل بالحسنى، والتوعية بالمهمة العظيمة التي تقوم بها المرأة كأم ومربية للأجيال، والحث على التكافل الاجتماعي ودعم المحتاجين من خلال المنصات الرسمية، أو الدعم الإلكتروني في البث المباشر على التطبيق لقضاء حاجة المعسر وسداد دينه. ويشارك المشاهير كذلك في التوعية التقنية للمتابعين من خلال توعية المتابع بنظام الجرائم الإلكترونية والتعريف بأنواعها، كالابتزاز، وسرقة الصور، وبضرورة التوجه إلى الجهات الأمنية عند التعرض لأي منها. كما شارك المشاهير الذكور في التوعية الدينية بنسبة قليلة جداً تركزت في وعظ المتابعين وحثهم على العمل الصالح والأخلاق الحميدة. ويشكل المشاهير وسيلة توعية ذات مردود إيجابي على المجتمع، كونهم يمثلون نماذج القدوة التي يسعى المتابع إلى محاكاتها وتقليدهم حسب نظرية باندورا (Bandora, 27, 1969). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الدخيل (2022) حيث أشارت الدراسة إلى مشاركة مشاهير التواصل الاجتماعي من الذكور في نشر التوعية الاجتماعية بين أفراد المجتمع أكثر من المشهورات الإناث.

5- الانفتاح بين الجنسين في البث المباشر لمشاهير Tik Tok:
جدول (5) معدل الانفتاح بين الجنسين في البث المباشر لمشاهير Tik Tok

السلوك		الذكور			الإناث		
		التكرار	%	الدلالة الاجتماعية	التكرار	%	الدلالة الاجتماعية
الانفتاح الجنسين بين	الجولة المشتركة	25	30.86	متوسط	43	36.75	كثير
	استعراض المفاتن	44	54.32	كثير	47	40.17	كثير
	الغزل اللفظي	9	11.11	قليل	26	22.22	متوسط
	الغزل الجسدي	3	3.7	قليل	1	0.85	قليل
	المجموع	81	40.91	كثير	117	59.09	كثير

يشير جدول (5) إلى ارتفاع معدل الانفتاح بين الجنسين في البث المباشر لمشاهير Tik Tok بتكرار بلغ (198) بنسبة (10.32%) من إجمالي السلوكيات الاجتماعية حسب نتائج الدراسة. وتشير النتائج إلى تفوق المشاهير الإناث على الذكور في الجراة في الانفتاح مع الجنس الآخر بنسبة (59.09%) تركزت في استعراض المفاتن بمعدل (40.17%)، ثم المشاركة بالجولات مع الذكور بنسبة (36.75%)، يليه الغزل اللفظي بالضيوف والمشاهير الآخرين كذلك من الجنس الآخر بنسبة متوسطة بلغت (22.22%)، ثم الغزل الجسدي بنسبة (0.85%)، بينما بلغت نسبة الانفتاح مع الجنس الآخر لدى الذكور (40.91%)، تركزت في استعراض المفاتن بمعدل (54.32%)، ثم المشاركة بالجولة المشتركة مع الإناث بنسبة متوسطة بلغت (30.86%)، يليه الغزل اللفظي بنسبة قليلة بلغت (11.11%)، ثم الجسدي بنسبة (3.7%).

وتشير البيانات إلى ارتفاع مستوى الانفتاح بين الجنسين من المشاهير في معارضة صريحة لتقاليد وأعراف المجتمع السعودي، والتي تؤكد على فرض الحدود في التعامل وتقنين العلاقة بينهم حسب الضوابط الشرعية، وذلك من خلال الغزل المتبادل بين الجنسين عبر جولات التحدي المشتركة، حيث يشترك شاب وشابة في بث مباشر واحد وتقوم بينهم التحديات لكسب الدعم من المتابعين، حيث يتغزل الشاب بشعر الفتاة وجسمها، وتبادلته الفتاة التمنج والدلال وتبادلته الغزل أيضاً اللفظي والجسدي بالحركات والإيماءات الغير مباشرة، والتصريح والتلميح برغبتها بالزواج منه. كما تستعرض المشهورات الإناث في البث المباشر بالرقص على الأغاني الغزلية واستعراض المفاتن حيث تظهر بكامل زينتها. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة صابرين وعمارني (2021م) والتي أشارت إلى استخدام المشهورات تطبيق Tik Tok لتحقيق الإشباع المادي من خلال الشهرة بالاستعراض، وإثارة الغرائز ولفت الانتباه حتى ولو كان هذا الأمر يمس شرفها وأخلاقها. ولاشك بأن ممارسة المشاهير لهذه التصرفات في الجراة في الانفتاح مع الجنس الآخر، يساهم في تدوير قيم العفة والستر والحياء بالنسبة للمرأة، والاحترام والتقدير بين الجنسين وصيانة الحدود الشرعية، وعدم التعدي بالغزل أو بالإيحاءات الجنسية التي تخالف ثقافة ومبادئ المجتمع السعودي. كما وأن تكرار هذه التصرفات أمام المتابعين يؤدي إلى اكتسابهم لها بطريقة لاواعية مما يؤدي إلى انتشار هذا السلوك بين أفراد المجتمع كما تنص على ذلك نظرية الغرس الثقافي (الغريب، 2017م، ص165).

التوصيات:

نظراً لما توصلت إليه الدراسة من نتائج، توصي بما يلي:

- 1- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات الاجتماعية بصورة دورية لمراقبة تطبيق Tik Tok وتأثيره في المجتمع السعودي، دراسات ترصد مشاركة المشاهير بوصفهم مؤثرين من جهة، وتحليل مضمون الاكسلور في التطبيق من جهة أخرى كونه يمثل أحد التطبيقات الأشهر من وسائل التواصل الاجتماعي.
- 2- ضرورة فرض الرقابة على مايقدم في البث المباشر خاصة من قبل وزارة الإعلام وتقييم محتوى المشهور بصورة دورية، بحيث يحصل بعد المراقبة على رخصة تسمح له بالبث المباشر.
- 3- إنشاء تطبيق خاص بوزارة الإعلام يتمكن المتابعين من خلاله من رصد المخالفات ورفعها للوزارة لإعادة التقييم.
- 4- توعية مشاهير وسائل التواصل من خلال إقامة الدورات الإرشادية والتوعوية وتعريفهم بالدور الذي يلعبونه في التأثير على أفراد المجتمع، وضرورة تقييمهم للمحتوى الذي يقدمونه وأنهم يحملون مسؤولية عظيمة.
- 5- على الآباء والمربين أن يراقبوا مايتابعه أبنائهم على وسائل التواصل الاجتماعي، باعتبارها أهم الوسائل المؤثرة على القيم والمبادئ، ورفع الحس النقدي لديهم لما يشاهدونه على هذه الوسائل.

المراجع:

أولاً- المراجع العربية:

- أبو كرش، عماد محمد فارس. (2009). السلوك الاجتماعي في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية [رسالة ماجستير]. كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة - فلسطين.
- إم غازدا، جورج. (1986). نظريات التعلم: دراسة مقارنة (ترجمة: علي حجاج). الكويت: دار عالم المعرفة.
- بخوش، شيماء، ورتيمي أسماء. (2022). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (التك توك نموذجاً). مجلة آفاق لعلم الاجتماع.
- براهمية، هيام، ومعيوف، سوار. (2022). تشكيل القوالب المعلوماتية عبر التطبيقات الإلكترونية التيك توك نموذجاً. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. تبسة.
- بوعافية، رامي، وصلاح الدين، عزوز. (2022). تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأسرية.
- بويعة، نوال، بلاط، نسرين. (2022). استخدام المراهقين لموقع التيك توك وتأثيراته على التحصيل الدراسي [رسالة ماجستير]. جامعة جيجل.
- الحسين، أسعد بن ناصر بن سعيد. (2016). أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية. مجلة التربية، 169(35)، ج3، 325-359.

الحضرمي، أحمد بن سعيد بن ناصر، والسنان، محمد بن خليفة، والصقري، محمد خلفان. (2023). أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب الجامعي في سلطنة عمان دراسة ميدانية علي طالبات جامعة الشرقية. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، 15(52)، جامعة العلوم والتكنولوجيا، عدن اليمن.

خراب، محمد زكريا. (2019). ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك: رؤية نقدية. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 2.

الدخيل، جنى. (2022). وسائل التواصل الاجتماعي والقضايا الاجتماعية. المجلة الأكاديمية. مصر.

الديهي، محيي الدين إسماعيل. (2015). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين. الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية.

سبتي، خولة، وبوالدين، شهيناز، وبو عزيز، فاطمة. (2022). تأثير تطبيق التيك توك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين دراسة ميدانية على عينه من طلبة قسم الإعلام والاتصال -جبل [رسالة ماجستير منشورة]. جامعة الصديق بن يحيى، الجزائر.

الشبيب، هناء. (2017). دور الأم في ضبط استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي. مجلة الدراسات الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

شقرة، علي خليل. (2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

صابرين، فايزة، وعمارني، ملاك. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وانحراف الفتيات" التيك توك نموذجاً [رسالة ماجستير]. جامعة تبسة.

الطيّار، فهد علي. (2014). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر" نموذجاً. المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض.

عايد، ريان، وناصر، أسماء. (2022). تأثير تطبيق التيك توك على سلوك المراهقين: دراسة ميدانية بثانوية هوارى بومدين [رسالة ماجستير]. جامعة ماي. قالمة. الجزائر.

عبدالكريم، نهلة. (2021). أثر كثافة التعرض لبرمج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري. مجلة البحوث الإعلامية، الجامعة الإسلامية في غزة.

العتيبي، بدرية محمد. (2022). المجتمع السعودي بين التغيير والتغيير (ط.2). الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

العظامات، خديجة خير الله عبد الرحمن. (2022). تأثير تطبيق التيك توك علي القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة. مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، 4(46).

الغريب، عبدالعزيز بن علي. (2017). التغيير الاجتماعي والثقافي (ط.2). الرياض: خوارزم العلمية للنشر والتوزيع.

الغريب، عبدالعزيز بن علي (2023). النظريات الاجتماعية المتقدمة والحديثة. الرياض: دار الزهراء للنشر والتوزيع.

- فتحي، مها محمد. (2021). تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. 20(3)، ج1.
- لوقا، شرين ميلاد جورجيس. (2023). "التأثيرات الاجتماعية لتطبيق التيك توك علي الشباب: دراسة في إطار نظرية تأثيرية الشخص الثالث". *مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج*، 67، 335-364.
- ملفين، ديفلد، ساندر، بول. (1994). *نظريات الإعلام (ترجمة: محمد ناجي الجوهر)*. الأردن: دار الأمل.
- النفيعي، إيمان بنت حسين حاسن. (2023). "تأثير تطبيق التيك توك علي الهوية الإسلامية لدي الشباب من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة أم القرى". *مجلة كلية التربية - جامعة سوهاج*، (16)، 164-211.
- هادي، زهرة عباس، رشيد، سعاد حميد. (2021). *الإدمان الالكتروني وتداعياته السلبية على سلوك الأطفال من مستعملي الأجهزة الذكية*. مجلة العلوم الاجتماعية. بغداد.
- ثانياً - المراجع الأجنبية:

- Koutamains, M. (2015). Adolescents, comments in social media: Why do adolescents receive negative feedback and who is most at risk?. *Commuters in Human Behavior*. (53).
- Viriden, A. (2014). Young Adult females Perception of High-Risk Social Media: A Focus Group Approach. *Journal of community Health Nursing*. (31).
- Sensor, Tower. (2022). Q4 2021: Store Intelligence Data Digest. Sensor Tower Inc.
- Bandura. (1969). *Principles of Behaviour Modification*. Holt reinhart Winston. New work.

“Social behavior in the content of Tik Tok celebrities” “A study in analyzing the content of live broadcasts”

By Researchers:

Lolo Al-Naim, Jana Al-Dkheel- Baynah Al-Marry- Noura Al-Roydhan- Reem Al-Otabi

Abstract:

The study aimed to identify the social behaviors in the live broadcast of Tik Tok celebrities of both genders, by identifying the rate of bullying, electronic begging, their participation in social awareness of community members, and the degree of openness with the opposite gender, using the content analysis approach, via purposive sampling. The study sample included six celebrities with the highest follow-up score in the study's survey questionnaire, in the period between (5-10 to 11/25/2023). The number of broadcasts analyzed was (21) with an average of (86) hours. The study reached a number of results, the most important of which are: a high rate of bullying by celebrities at a rate of (47.37%) out of their total social behaviors, followed by electronic begging at a rate of (41.27%), then openness with the opposite sex at a rate of (10.32%), and a weak role in participation. Social awareness (1.04%). Based on these results, the study came out with a number of recommendations, including the necessity of conducting more social studies that examine the impact of the application on members of society as one of the most widespread means of social media at the present time, and emphasizing the importance of activating the supervisory role of the Ministry of Information, and the necessity of educating celebrities about The role they play in influencing members of society, and the importance of parents and educators monitoring their children on what they follow on social media and raising the level of their critical sense.

Key words: Behavior - Tik Tok - Celebrities - Live broadcast.