



كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

أبعاد استخدام أهل الصعيد لمنصة التيك توك في التعبير عن ذواتهم الشخصية والاجتماعية والثقافية

د. خالد جمال عبده

المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون - جامعة القاهرة

مقدمة:

تعد قضايا الإدماج الاجتماعي والتعبير عن الهوية الاجتماعية والثقافية المتفردة للفئات المختلفة في المجتمع أحد ركائز الاهتمام في مجال التنمية الاجتماعية المستدامة، والتي أكدت عليها أهداف التنمية المستدامة الصادرة عن منظمة الأمم المتحدة في عام 2015. كما تولي رؤية مصر 2030 اهتماما بتحقيق العدالة والسلم الاجتماعيين من خلال توفير فرص متساوية لكافة الفئات في التعبير عن أنفسهم والحفاظ على هويتهم الثقافية.

يأتي ذلك في ظل انتشار مواقع وشبكات الإعلام الاجتماعي على الإنترنت، والتي توفر ساحات مجانية ومتاحة للجميع من أجل التعبير عن الذات، ونشر الأفكار والآراء، والكشف عن تفاصيل الحياة اليومية بجوانبها المختلفة الشخصية والاجتماعية. وبالتالي أصبحت هذه الوسائل بمثابة فرص غير مسبوقة للكشف عن الخصوصيات الثقافية خاصة في المجتمعات المحلية، كما أنها أضحت أداة مؤثرة في أيدي الجماعات الاجتماعية التي طالما عانت من قلة التمثيل في وسائل الإعلام التقليدية أو من التهميش المتعمد أو غير المتعمد من قبل المؤسسات الإعلامية الكبيرة.

ومن بين هذه المنصات الاجتماعية التفاعلية الجديدة يبرز تطبيق التيك توك باعتباره أحد التطبيقات الرائدة في مجال نشر الفيديوهات القصيرة. ويعد التيك توك من أكثر التطبيقات انتشارا بين الفئات المختلفة من مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم، وذلك حسبما تشير الإحصاءات والتي أظهرت أن منصة التيك توك الصينية الأصل تحتفي مع بداية عام 2024 بما يزيد عن ملياري مستخدم حول

العالم، من بينهم 1.04 مليار مستخدم نشط (Ceci, 2023). كما تؤكد الإحصاءات على استمرار التطبيق في الانتشار باعتباره منصة للترفيه والتفاعل الاجتماعي والتعبير عن الذات، حيث أظهرت أنه تم تحميل التطبيق 137 مليون مرة في الربع الأول من العام الجاري (Backlinko, 2024).

ويتيح التطبيق إمكانات متعددة لإعداد ونشر وتعديل مقاطع الفيديو القصيرة، ويضم أشكالاً متنوعة من قوالب إنتاج الفيديو والصور المتحركة. كما يتيح خصائص التشبيك الاجتماعي بين الأعضاء من خلال التعليقات المتبادلة وقوائم الأصدقاء والمحادثات الفورية بين المستخدمين، ويتميز أيضاً بإمكانية البث الحي والمباشر من أجل التواصل الفوري مع المتابعين والمستخدمين الآخرين. ذلك بالإضافة إلى عناصر متعددة للتعبير اللغوي والدلالي والمرتبطة بالتطبيقات التكنولوجية الجديدة على شبكة الإنترنت، مثل الهاشتاج والرموز التعبيرية (الإيموجي)، والنصوص على الشاشة وأسفلها، وعناصر الجرافيك والتحرريك، والفلاتر والمؤثرات البصرية المختلفة.

تجتمع كل هذه الخصائص مع سهولة استخدام التطبيق وإتاحة إمكاناته المختلفة للجميع دون رسوم، بما جعله وسيلة جديدة للترفيه والتسلية، والتفاعل الاجتماعي، والتعبير عن الآراء والمواقف المختلفة، بل والتسويق، ونشر الأخبار، وتداول المعلومات المتخصصة أيضاً في مجالات كثيرة كالطب والصحة العامة والتغذية والصحة النفسية والقضايا السياسية والأمور الدينية وكافة جوانب الحياة اليومية.

ويحظى التيك توك بشعبية كبيرة في المجتمع المصري أيضاً، حيث أشارت إحصاءات موقع (Similarweb, 2024) المتخصصة في تصنيف المواقع والتطبيقات الإلكترونية أنه يحتل المرتبة الثالثة بين أكثر التطبيقات تحميلاً لدى مستخدمي الهواتف المحمولة في مصر، متفوقاً على تطبيقات الشبكات الاجتماعية الشهيرة الأخرى كاليوتيوب والفيسبوك والواتس آب.

ونظراً للانتشار الواسع لهذا التطبيق وما يتيح من إمكانات وخصائص اتصالية وتفاعلية كبيرة بالإضافة إلى إتاحته وسهولة استخدامه، كان من الأهمية بمكان دراسة كيفية استخدام الفئات الاجتماعية المختلفة في مصر لهذا التطبيق وكيفية تعبير مقاطع الفيديو المنشورة عليه عن الهوية الثقافية في مصر، وخاصة لدى المجتمعات المحلية التي تتمتع بثقافات محلية متفردة لها طابعها الفريد وخصائصها المميزة. ومن هنا كان الهدف الأساسي لهذه الدراسة، والتي تسعى للكشف عن أوجه استخدام أهل الصعيد المصري لمنصة التيك توك للتعبير عن الأبعاد المختلفة لهويتهم الفردية والاجتماعية والثقافية من خلال توظيف إمكانات وخصائص التطبيق في التعبير عن أنفسهم أمام المستخدمين الآخرين.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في تساؤل رئيسي حول: كيفية استخدام أهل الصعيد مصر لمنصة التيك توك من أجل التعبير عن أبعاد وجوانب ومفردات هويتهم الفردية والاجتماعية والثقافية، من خلال ما يوفره التطبيق من خصائص لنشر وتحرير مقاطع الفيديو، والبت المباشر، والتشبيك الاجتماعي. وتسعى الدراسة بالاعتماد على منهج تحليلي كمي وكيفي متكامل إلى الكشف عن طبيعة وتوجهات وأهداف المحتوى الذي ينتجه وينشره أهل الصعيد على المنصة الاجتماعية، والوقوف على مدى تعبيره عن أبعاد القيم الاجتماعية وخصائص الهوية الثقافية الخاصة بهم.

أهمية الدراسة:

تحدد أهمية إجراء هذه الدراسة في عدة جوانب، فعلى **المستوى النظري**، تنطلق عملية التحليل في هذه الدراسة من مدخل نظري غير تقليدي تم تطويره حديثاً لتفسير نشاط المستخدمين وتفاعلاتهم الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي، يتمحور حول مدى بروز خصائص الهوية الاجتماعية في المحتوى الذي ينتجه المستخدمون، وهو ما يعرف بنموذج «الهوية الاجتماعية لتأثيرات التماهي في الجماعة». وعلى **المستوى المنهجي**، تتميز الدراسة الحالية بالاستعانة بمنهج تحليلي متكامل يجمع بين تحليل المضمون الكمي للمحتوى الذي ينشره أهل الصعيد على المنصة، وتحليل الخطاب متعدد الوسائط لعناصر ومكونات صفحاتهم الإلكترونية، بالإضافة إلى الملاحظة بالمشاركة في فيديوهات البث المباشر التي يقومون بها. وعلى **المستوى العملي والتطبيقي**، تقدم نتائج الدراسة مؤشرات مهمة حول كيفية استخدام فئة اجتماعية مصرية ذات ثقافة فرعية متميزة للمنصات الرقمية الجديدة في التعبير عن أنفسهم وهويتهم المتفردة.

أهداف الدراسة:

1. تحليل سمات وأهداف وتوجهات حضور وتفاعل أهل الصعيد على منصة التيك توك.
2. رصد أبعاد استخدام أهل الصعيد لتطبيق التيك توك من أجل التعبير عن عناصر الهوية الشخصية والاجتماعية والثقافية الخاصة بهم.
3. الكشف عن العناصر الثقافية والقيم الاجتماعية ومفردات الهوية في المحتوى الذي ينتجه وينشره أهل الصعيد على منصة التيك توك.
4. الوقوف على استراتيجيات تقديم أهل الصعيد لذواتهم بشكل انتقائي من منظور تأثيرات الهوية الاجتماعية والثقافية.
5. تحليل كيفية استغلال أهل الصعيد للعناصر اللغوية والخصائص الفنية والرموز التعبيرية التي يوفرها تطبيق التيك توك في تقديم أنفسهم للمستخدمين الآخرين.

الإطار النظري:

تستعين هذه الدراسة بأحد المداخل الحديثة في مجال الاتصال على الإنترنت، وبصفة خاصة مواقع الشبكات الاجتماعية (Social Networking Sites SNS). ويهتم هذا المدخل بتقديم تفسيرات لطريقة تعبير الأفراد عن أنفسهم بالاعتماد على عناصر مستمدة من هويتهم الاجتماعية والثقافية، ويمثل إحدى النظريات الجديدة في مجال تكنولوجيا الاتصال، ويطلق عليه «نموذج الهوية الاجتماعية لتأثيرات التماهي في الجماعة» Social Identity Model of Deindividuation Effects.

ويقدم نموذج "SIDE" مدخلا متكاملًا من أجل رصد وتحليل وتفسير الطريقة التي يعبر بها أهل الصعيد عن الأبعاد والعناصر المختلفة لذواتهم الفردية والاجتماعية والثقافية على منصة التيك توك، انطلاقًا مما تقدمه من إمكانات وخصائص للتعبير والنشر وتداول المحتوى، وما تتيحه من فرص للتواصل والتشبيك الاجتماعي تساهم في خلق وتعزيز الشعور الجمعي والانتماء لهوية اجتماعية محددة.

نموذج الهوية الاجتماعية لتأثيرات التماهي في الجماعة:

Social Identity Model of Deindividuation Effects (SIDE)

يهدف هذا النموذج الحديث نسبيًا إلى تحليل وتفسير استراتيجيات التعبير عن الذات التي يتبعها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي في حالة نمو الشعور لديهم بالانتماء لجماعة اجتماعية معينة على حساب الحس الفردي لكل منهم على حدة، وهو المفهوم الذي يطلق عليه مصطلح «التماهي في المجموعة» أو "Deindividuation". وقد تم تطوير هذا المدخل النظري في إطار علم النفس الاجتماعي ودراسات وبحوث الاتصال ليمثل إحدى النظريات الحديثة في مجال التكنولوجيا، والتي تحاول تفسير التأثيرات الاجتماعية للعمليات الاتصالية القائمة على شبكة الإنترنت أو ما يعرف بـ "Computer-Mediated Communication CMC".

ويعد هذا النموذج، والذي يعرف اختصارًا بـ «نموذج سايد» أو "SIDE Model"، تطورًا لنظرية «تأثيرات التماهي في المجموعة» Deindividuation Theory التقليدية في مجال علم النفس المعرفي، وأدت لتسد فجوة تحليلية وقصور معرفي في طريقة تفسير سلوكيات الأفراد في حالة انخراطهم في أنشطة جماعية. حيث ذهب النظرية التقليدية لتأثيرات التماهي في الجماعة إلى أن غياب الحس بالشمسية الفردية في حال الانغماس في أنشطة جماعية قد يؤدي إلى الإحساس بعدم المسؤولية والقيام بسلوكيات غير محبة أو غير أخلاقية Antinormative Behaviors، خاصة إذا ما كانت هوية الأفراد غير مصرح بها علنًا. في حين أكد النموذج الجديد على أن تفاعل الأفراد داخل المجموعة وإحساسهم بالانتماء لها قد يدفعهم للقيام بأنشطة إيجابية تصب في الصالح العام للجماعة Prosocial Behaviors، وتعبّر عن خصائص وسمات وأهداف الهوية الجماعية. (Spears, 2017)

ويمكن تعريف المصطلح التقليدي للتماهي في الجماعة "Deindividuation" بأنه الحالة التي يشعر فيها الأفراد بفقدان الشعور بالذات عند القيام بنشاط داخل تجمعات أو مجموعات، ويمتد

مفهوم فقد الإحساس بالهوية الفردية هنا إلى غياب الشعور بالمسئولية عن الأفعال، والتخلص من القيود الاجتماعية أو الالتزامات الأخلاقية، خاصة في حالة عدم إعلان الشخص عن هويته الحقيقية. وقد بدأ فيستنجر Festinger وزملاؤه في دراسة مفهوم «اللافرديّة» أو التماهي في الجماعة في إطار علم النفس منذ عام 1952، وقد تبلور المفهوم كنموذج نظري وتفسيري عام 1969 على يد زيمباردو Zimbardo. واستمرت الدراسات التي تحاول تفسير وتحليل العوامل المؤثرة في سلوكيات الأفراد عند انغماسهم في أنشطة جماعية في العقدين السابع والثامن من القرن العشرين تحت مسمى نظرية «تأثيرات التماهي في الجماعة» أو «Deindividuation Effects»، إلى أن ظهر التطور الأحدث للنظرية من خلال النموذج الجديد الذي قدمه كل من ليه وسبيرز Lea and Spears عام 1992، تحت مسمى نموذج «الهوية الاجتماعية لتأثيرات التماهي في الجماعة» أو SIDE Model، ليقدّم إطاراً نظرياً وتفسيرياً يركز على بروز خصائص الهوية الاجتماعية لمستخدمي الإنترنت من خلال سلوكياتهم ومنشوراتهم وتعليقاتهم على منصات التواصل الاجتماعي، باعتبارها ساحات يبرز فيها الحس الجمعي للمستخدمين. (Vilanova, et. al., 2017).

ويسعى نموذج «سايد» لتقديم تفسيرات علمية للطريقة التي يتصرف بها الأفراد المنتمون لجماعة ما عندما تكون هويتهم مجهولة في مقابل الطريقة التي يتصرفون بها عندما يتم تعريف هويتهم للآخرين. وينطبق ذلك على مجموعات الاهتمام الإلكترونية Interest-based Online Groups على المنصات الاجتماعية، وشبكات المعارف والأصدقاء القائمة على هذه المنصات أيضاً، وذلك باعتبارها تمثل فضاء اجتماعياً افتراضياً قد يختار فيه المستخدمون الإفصاح عن هوياتهم الحقيقية أو إخفائها.

ويشير الطرح الذي قدمه هذا النموذج الجديد إلى بروز عناصر وخصائص الهوية الاجتماعية للأفراد عند قيامهم بأنشطة في إطار المجموعة - بما في ذلك الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ولكنه يؤكد - على خلاف النظرية التقليدية - على عدم فقدان الأفراد لوعيهم بهويتهم الفردية وإحساسهم بالمسئولية. بل يرجح أن الأفراد يقومون بسلوكيات تصب في صالح التعبير عن الهوية الجماعية دون فقدان الإحساس بالذات. وفي هذا السياق، يذهب النموذج إلى أن الأفراد بصفة عامة، ومستخدمي الإنترنت بصفة خاصة، قد يقومون ضمناً - في إطار شعورهم بالانتماء لجماعة اجتماعية ما - ببعض الأنشطة التي تعبر عن هوية هذه الجماعة أو المجموعة في إطار تفاعلاتهم الاجتماعية وجهودهم للتعبير عن أنفسهم. وتضم هذه الأنشطة الكثير من المفاهيم والعمليات الخاصة بالتعبير عن الهوية الجماعية، والتي أكدت عليها النظرية التقليدية للهوية الاجتماعية "Social Identity Theory". ومن أمثلة هذه العمليات الخاصة بالتعبير عن الهوية (Perfumi, 2020):

- 1 - التعبير عن أبعاد وعناصر وخصائص الهوية الاجتماعية Social Identity Expression
- 2 - تعزيز وتأكيد الهوية الاجتماعية Social Identity Verification
- 3 - تصنيف وتقديم الذات بالاستناد إلى الهوية الجماعية وليس الفردية Group-based Self-categorization

4 - التأكيد على تميز وتفرد المجموعة التي ينتهي إليها الأفراد مقارنة بغيرها من الجماعات الأخرى
Group Distinctiveness

5 - الالتزام بأعراف وقواعد وقيم الجماعة Conformity to Group Norms

ويعد هذا النموذج الجديد من المداخل النظرية الأساسية لدراسة أنماط نشاط وتفاعل مستخدمي الإنترنت على المنصات والشبكات الاجتماعية، حيث يقدم إطاراً لتحليل وتفسير كيفية تأثير الهوية الاجتماعية للأفراد على سلوكياتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وداخل المجموعات الافتراضية على الإنترنت بناءً على درجة المجهولية أو العلنية التي يختارونها في تقديم أنفسهم. وفي هذا السياق يؤكد نموذج «سايد» على أنه كلما زاد مقدار المجهولية Anonymity في مقابل العلنية Identifiability فإن الأفراد يركزون على عناصر الهوية الجماعية في التعبير عن أنفسهم على حساب هوياتهم الفردية والشخصية. مما يرجح أن يسهم الحس الجمعي - في إطار التعبير عن الذات على مواقع التواصل الاجتماعي - في تعزيز عمليات إبراز خصائص الهوية الاجتماعية والترويج لها (Guegan, et. al., 2016).

وقد تم بناء النموذج على فكرة مفادها أن القواعد والأعراف السائدة في موقف أو نشاط ما يخرط فيه الأفراد في إطار المجموعة قد يدفعهم إلى التعبير بدرجات متفاوتة عن جوانب الهوية الاجتماعية التي ينتمون إليها، وهنا يتم التفريق بين نوعين من القوانين والأعراف الخاصة بالمجموعة: (Spears, 2017)

1 - الأعراف الجماعية السياقية Group Situational Norms: أي القواعد الخاصة بموقف اجتماعي معين أو نشاط تفاعلي تقوم به المجموعة لفترة من الوقت.

2 - الأعراف الاجتماعية العامة General Social Norms: أي القواعد الاجتماعية العامة التي تحكم السياق الاجتماعي الذي تعيش فيه المجموعة.

وفي هذا الإطار يؤكد النموذج على أن التوجهات والقواعد السائدة في المجموعة عند التعرض لموقف ما أو خلال نشاط ما (مثل العضوية في مجموعة اهتمام على مواقع التواصل الاجتماعي) قد تؤثر على مدى قيام الأفراد بسلوكيات تتسق مع هويتهم الاجتماعية العامة. كما يفترض النموذج أن القواعد الاجتماعية السياقية Situational Norms قد تدفع الأفراد إلى التعبير عن جوانب وعناصر الهوية الاجتماعية الخاصة بهم، وذلك إذا ما كانت هذه القواعد تعزز إدراك الأفراد لذواتهم الاجتماعية Public-self Awareness على حساب إدراكهم لهويتهم الفردية Private-self Awareness من خلال توفير فرص ومحفزات تشجعهم على مشاركة وإبراز القيم والمعتقدات السائدة في جماعتهم الاجتماعية. (Spears & Postmes, 2015)

وهذا ما يتفق تماما مع المنظور البحثي والتحليلي لهذه الدراسة، حيث تسعى للتعرف على الطريقة التي تؤثر بها القواعد السياقية وأنماط السلوك الخاصة بمنصة التيك توك كموقع للتواصل الاجتماعي والإفصاح عن الذات على طريقة تعبير أهل الصعيد عن الأعراف والقيم الاجتماعية السائدة في مجتمعاتهم المحلية. بالإضافة إلى تفسير وتحليل كيف تؤثر فرص التعبير والنشر والمشاركة المتاحة على المنصة في تعزيز إدراك المستخدمين من أهل الصعيد لهويتهم الاجتماعية على حساب هوياتهم الفردية الخاصة.

واتساقا مع الطرح السابق، يذهب نموذج «سايد» إلى أن السياق العام لعملية الاتصال على مواقع وشبكات الإنترنت يكون له تأثيرات من نوعين مختلفين فيما يتعلق بمدى تعبير الأفراد عن هويتهم الاجتماعية، أحدهما معرفي، والآخر استراتيجي أو تكتيكي. ويمكن بيان ذلك فيما يلي: (Lee, 2007)

1 - التأثيرات المعرفية: ويقصد بها أن التماهي في الجماعة من خلال عملية الاتصال على الإنترنت يؤدي إلى بروز التعبير عن انتماءات الفرد الاجتماعية على حساب هويته الفردية، وذلك إذا ما توافرت الظروف السياقية المواتية لذلك، كتوفير بيئة الاتصال لفرص أكبر للكشف عن خصائص الهوية الاجتماعية.

2 - التأثيرات الاستراتيجية: أن الجماعات الاجتماعية الأقل نفوذا والأكثر تهميشا في الواقع الفعلي تنشط في التعبير عن هويتها الجماعية على منصات شبكة الإنترنت التي توفر قدرا من المجهولية.

وتمثل البحوث والدراسات التي تختبر نموذج «سايد» المرحلة الأخيرة والأكثر تطورا من مراحل بحث ودراسة تأثيرات ظاهرة التماهي أو الانغماس في المجموعة، حيث مرت الدراسات في هذا المجال بثلاث مراحل رئيسية هي: (Kirwan, et. al., 2016)

1 - النظرية الكلاسيكية للتماهي في الجماعة Classical Deindividuation Theory: وتمثل البحوث التي سادت خلال فترة الستينات والسبعينات من القرن العشرين، والتي تمحورت حول غياب شعور الفرد بالمسئولية الذاتية أو احتمالية المحاسبة عند انغماسه في أنشطة وسلوكيات جماعية، وبالتالي قيامه بتصرفات غير محبة اجتماعيا ومنافية للأعراف الاجتماعية العامة.

2 - النظرية المعاصرة للتماهي في الجماعة Contemporary Deindividuation Theory: وهي تمثل البحوث التي أجريت خلال فترة الثمانينات من القرن العشرين، والتي أبرزت دور عوامل مثل: إحساس الفرد بذاته الاجتماعية Public-self Awareness على حساب ذاته الفردية، ومدى إدراكه لاحتمالية المحاسبة Accountability، في تحديد ما إذا كان سيقوم بسلوكيات منافية للأعراف الاجتماعية عند انغماسه في أنشطة جماعية.

3 - نموذج الهوية الاجتماعية لتأثيرات التماهي في الجماعة SIDE Model : ويختلف عن سابقه في أنه المدخل النظري الوحيد الذي رجح حدوث تأثيرات إيجابية للتماهي في الجماعة، حيث أكد على أن العوامل السياقية داخل المجموعة الافتراضية التي ينتمي إليها الفرد قد تشجعه على الالتزام بالأعراف الاجتماعية العامة في المجتمع الذي يعيش فيه.

وقد تم تأسيس الافتراض الرئيسي لنموذج «سايد» بالاستناد إلى فكرتين محوريتين مستمدتين من نظريتين تفسريتين للهوية، وهما: (Spears, et. al., 2002)

الأولى: أن الهوية الكلية للفرد تتشكل من مزيج من خصائصه الفردية الذاتية بالإضافة إلى خصائص الجماعات الاجتماعية التي ينتمي إليها. هذه الجماعات هي التي تحدد ماهيته، والقيم التي يؤمن بها، والسلوكيات التي ينتهجها عند الدخول في التفاعلات الاجتماعية المختلفة. وهذه هي الفكرة الأساسية لنظرية الهوية الاجتماعية Social Identity Theory، التي قدمها تاجفيل وتيرنر عام 1979.

الثانية: أن إدراك الفرد وتصنيفه لذاته يتشكل من مستويين هما: المستوى الفردي الشخصي، والمستوى الاجتماعي، وأن المواقف الاجتماعية المختلفة التي يمر بها الفرد تحدد ما إذا كانت سلوكياته وردود أفعاله سوف تتبع من ذاته الفردية أم الجماعة أم من مزيج من كليهما. وهذه هي الفكرة الرئيسية لنظرية تصنيف الذات Self-categorization، التي قدمها تيرنر وزملاؤه عام 1987.

وبالتالي فإن نموذج «سايد» لا يرجح الفكرة التقليدية المتمحورة حول فقدان الإحساس بالذات Loss of Self التي تؤدي إلى غياب مسئولية الأفراد عن أفعالهم عند القيام بأنشطة جماعية، إنما يؤكد على حدوث تأثيرات إيجابية مرتبطة بالتعبير عن الهوية الاجتماعية تنتج عند الانغماس في أنشطة خاصة بالمجموعة Immersion in Group.

ويمثل تطبيق التيك توك إحدى منصات التواصل الاجتماعي ونشر المحتوى التي تتيح إمكانيات للتعبير عن الذات، وتوفر فرصا للكشف عن هوية الأفراد، وتمدهم بفرص لخلق ودعم الإحساس الجمعي بخصائص ومفردات الهوية الاجتماعية والثقافية التي ينتمون إليها. وانطلاقا من ذلك تحاول هذه الدراسة الوقوف على الطريقة التي يستخدم بها أهل الصعيد الإمكانيات الاتصالية والتفاعلية لهذه المنصة في التعبير عن أنفسهم وجوانب هويتهم الفردية والاجتماعية والثقافية. وذلك في سبيل رصد كيف تؤثر الجوانب السياقية لعملية الاتصال على المنصة، والتي توفر إطارا من العنوية Identifiability ومناخا لدعم الحس الجمعي، على مدى بروز الخصائص الاجتماعية والثقافية في مقابل الأبعاد الفردية والشخصية عند تعبير أهل الصعيد عن أنفسهم، وقيامهم بالأنشطة التفاعلية المختلفة على المنصة.

الدراسات السابقة :

المحور الأول: دراسات تتناول التعبير عن الهوية الاجتماعية والثقافية على شبكات التواصل الاجتماعي

أجرت مجموعة من الباحثين (Luders, et. al., 2022) دراسة تحليلية من المستوى الثاني حول كيفية استغلال مستخدمي الإنترنت للخصائص الاتصالية والإمكانات التفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي في بناء هوية اجتماعية خاصة بهم على هذه المنصات. وأكدت نتائج الدراسة أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستفيدون من العناصر التعبيرية والتفاعلية على هذه المواقع في إطار عملية لتشكيل هوية اجتماعية خاصة بهم، والتعبير عنها أمام المستخدمين الآخرين. وأبرزت النتائج قيام المستخدمين ببناء مجتمعات افتراضية بالاشتراك مع مستخدمي آخرين لهم نفس الاهتمامات، وأنهم بالتبعية يطورون معايير وممارسات موحدة للتعبير عن هويتهم الاجتماعية وتعزيزها على المنصة.

اتفقت مع النتائج السابقة ما توصلت إليه المراجعة التحليلية الكيفية للدراسات والبحوث في مجال تشكيل الهوية الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي والتي قام بها (Rosana & Fauzi, 2024)، حيث أفادت نتائج التحليل بأن «الهوية الرقمية» للمستخدمين تتسم بالتعقيد وتعدد الأوجه لأنها تتشكل من خلال التفاعل بين الجوانب الشخصية والاجتماعية والثقافية للأفراد والتي يعبرون عنها أمام أقرانهم على المنصات الاجتماعية. وأكدت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي توفر للمستخدمين مساحة لبناء هويتهم الرقمية الخاصة والتعبير عنها بكل أبعادها الفردية والجماعية والثقافية. كما أظهرت نتائج الدراسة، التي شملت تحليل البحوث في مجال الهوية الرقمية خلال عشر سنوات من 2010 إلى 2020، أن مستخدمي مواقع التواصل يسعون لتحقيق تقدير الذات والحصول على التأكيد الاجتماعي من خلال تعبيرهم عن «نسخ متنوعة» من أنفسهم.

وفي سياق متصل، أفادت نتائج الدراسة التي قام بها (Condemayta Soto, et. al., 2023) على عينة من الشباب الجامعي في دولة بوليفيا بأن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب يقومون بعمليات اتصالية للتعبير عن الجوانب المتعددة من هويتهم الثقافية على المنصات الاجتماعية. وأوضحت النتائج أن هناك تداخلا بين مستويات التعبير عن الهوية على مواقع التواصل الاجتماعي ما بين هوية وطنية قومية، وهوية محلية تمثل الثقافات الفرعية، والهوية العالمية المستمدة من معايير العولمة، مما يؤكد على أن هناك جوانب متعددة للتعبير عن الهوية على منصات التواصل الاجتماعي من خلال استغلال عناصر التعبير المرئي والنصي والوسائط المتعددة.

وفي السياق نفسه، أظهرت نتائج دراسة (نور الدين مبني، 2014) على عينة من الشباب الجزائري، أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك في عملية بناء هوية رقمية خاصة بهم يقدمونها لغيرهم من المستخدمين، وأن هذه الهوية تتسم بالمرونة والتعددية، حيث تضم جوانب متنوعة للتعبير عن الذات الفردية بالإضافة إلى الخلفيات الاجتماعية والعناصر الثقافية المختلفة. واتفقت مع نتائج هذه الدراسة

ما توصلت إليه (سهيلة زوار، 2017) في بحثها عن مدى تعبير الهوية الافتراضية للشباب الجزائري على الشبكات الاجتماعية عن هويتهم الثقافية، حيث أظهرت نتائج تحليل أساليب تقديم عينة من الشباب لأنفسهم على مواقع التواصل الاجتماعي أن هوياتهم المعلنة قدمت انعكاسا لخصائص وعناصر الهوية الثقافية والاجتماعية في الجزائر.

وفي إطار التحليل الإنثروبولوجي للثقافة الاجتماعية للشباب على مواقع التواصل، أكدت دراسة (سهام عبد الحميد صميده، 2020) على أن الشباب المصري في إطار تكوينهم لعلاقات اجتماعية جديدة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يقومون بالتعبير عن هويتهم الخاصة، والتي تضم جوانب من الهوية الثقافية والاجتماعية العامة. وأكدت نتائج التحليل أن الفعل التواصلية أصبح جزءا من هوية الشباب الافتراضية، وأنهم يقومون في إطار ذلك بالجمع بين مفردات للقيم العالمية وخصائص من الهوية المحلية أيضا.

وطرحت دراسة (إيمان محمد عز العرب، 2017) فكرة الهوية المرنة والهجينة والمتغيرة التي تتسم بها مواقع التواصل الاجتماعي، وأفادت نتائج دراستها على عينة من الشباب المصري بأن وسائل الإعلام الجديدة أصبحت رافدا أساسيا في بناء الهوية الثقافية للشباب، وأن الشباب يتفاعلون على وسائل التواصل الاجتماعي من أجل إثبات الذات وبناء العلاقات، ويقومون في إطار ذلك بالتعبير عن جوانب ذاتية وفردية للهوية بالإضافة إلى عناصر للهوية الثقافية والاجتماعية والوطنية. وفي الإطار نفسه، أشارت دراسة (رجاء خالد علقم ومجذوب بخيت توم، 2018) إلى أن الشباب السوداني يقومون بنشر الموروث الثقافي على مواقع الإعلام الجديد في سبيل تقديم أنفسهم بشكل متميز، حيث أكدت النتائج على أن الشباب عينة الدراسة يعتمدون في عملية تقديمهم لأنفسهم على الإنترنت على نشر محتوى يضم عناصر من هويتهم الثقافية، وأن الموروث الثقافي يعد مادة جذابة للنشر على منصات التواصل الاجتماعي.

وحول دور المحتوى المرئي عبر منصات التواصل الاجتماعي في التعبير عن الهوية الاجتماعية والثقافية، أجرت (Chen, 2023) دراسة ميدانية على عينة من الطلاب والأساتذة في جامعة نانجينج الصينية ممن يتابعون الفيديوهات القصيرة بشكل منتظم. وأظهرت نتائج المقابلات المتعمقة أن مقاطع الفيديو المنشورة على المنصات الاجتماعية تمثل وسيلة فعالة للتعبير عن الأعراف الاجتماعية والممارسات الثقافية، والترجيع لها ونشرها على نطاق واسع، بما يؤكد على الدور المؤثر للمحتوى المرئي على مواقع التواصل في تعزيز الهوية الثقافية والتأكيد على عناصرها ومفرداتها. اتفقت مع النتائج السابقة ما توصلت إليه دراسة (Farrukh, et. al., 2021) على مجموعة من صانعي المحتوى على اليوتيوب في باكستان، حيث أشارت نتائج التحليل الكيفي لعدد 190 مقطع فيديو، وللبينات التي توصل إليها الباحثون من خلال المحادثات مع منتجي مقاطع الفيديو، والملاحظة بالمشاركة على المنصة الاجتماعية إلى أن الفيديوهات عبرت عن الهوية الثقافية للباكستانيين والأعراف الاجتماعية السائدة في المجتمع الباكستاني، بالإضافة إلى إسهامها في تعزيز وتأكيد الهوية الوطنية والقومية في مقابل المعايير الغربية ومظاهر العولمة.

وفيما يتعلق أيضا بالتعبير عن الهوية الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي، توصلت دراسة (دعاء البنا، 2022) إلى فعالية صفحة المبادرة الرئاسية «اتكلم عربي» على موقع الفيسبوك في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية. وأظهرت نتائج تحليل خطاب الهوية على الصفحة، ورصد تفاعلات المستخدمين عليها لمدة ستة أشهر أن المنصة الاجتماعية قد ساهمت بفعالية في ترسيخ وتأكيد جوانب الهوية الوطنية والثقافية لدى الجيل الثاني والثالث من أبناء الجاليات المصرية في الخارج.

وفي السياق نفسه، أكدت دراسة (إيمان حسني عبد الله، 2019) على دور صفحات موقع الفيسبوك في نشر خطاب الفخر الوطني المصري، حيث أظهرت نتائج الدراسة التحليلية التي امتدت لما يزيد عن عام كامل أن المشاركين في الصفحات الخاضعة للتحليل قد قاموا بنشر أشكال وموضوعات متنوعة من المحتوى الرقمي تدعم الهوية الوطنية بجوانبها المختلفة. كما أبرزت نتائج التحليل أن أهم جوانب التعبير عن الهوية الوطنية كانت في المجال الثقافي والحضاري والاجتماعي، وتمثلت أهم الأدوار الوظيفية لخطاب الفخر المصري على الفيسبوك في تعزيز الهوية الوطنية وترسيخ الانتماء لها.

ومن جهة أخرى، أشارت دراسة (Roy, 2012) إلى أن التعبير عن الهوية الوطنية والثقافية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يختلف باختلاف السياق الثقافي والاجتماعي الذي يتواجدون فيه، حيث قارنت الدراسة بين طرق وأساليب تعبير مجموعتين من الهنود الآسيويين عن هويتهم الثقافية على الفيسبوك، أحدهما تتكون من مواطنين مقيمين في الهند نفسها والمجموعة الأخرى تضم هنود مهاجرين إلى الولايات المتحدة الأمريكية. وتوصلت نتائج تحليل عينة من حسابات الهنود في المجموعتين إلى أن موقع الفيسبوك كان بمثابة ساحة للتعبير عن الهوية الوطنية والثقافية، ولكنها أظهرت وجود اختلافات في التعبير عن الهوية بين المجموعتين، حيث اتسمت طريقة الهنود الأمريكيين بتعدد أبعاد التعبير عن الهوية الثقافية الخاصة بهم وتأثرها بالأنماط الثقافية الغربية، وذلك على العكس من الهنود في المجموعة الأخرى.

وسلطت أيضا دراسة (Chen, et. al., 2021) الضوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير عن الهوية الثقافية للمهاجرين، فقد أظهرت نتائج تحليل دوافع وأنماط استخدام المغتربين الصينيات في سويسرا لتطبيق «وي تشات» الصيني أن التطبيق يمثل حلقة الوصل بين المهاجرين في عينة الدراسة وثقافتهم الوطنية المحلية. كما أشارت نتائج تحليل المقابلات المتعمقة مع مجموعة من الصينيات في سويسرا، بالإضافة إلى دراسة حساباتهم على التطبيق من خلال أسلوب الملاحظة العلمية، إلى استفادة الصينيات من خصائص وإمكانات منصة «وي تشات» في التعبير عن ثقافتهم الوطنية إلى جانب إدخال عناصر ثقافية تنتهي للدولة المضيفة في عملية التعبير عن الذات.

المحور الثاني: دراسات تتناول أساليب وأبعاد تقديم الذات Self-Presentation على التيك توك

أشارت غالبية الدراسات في هذا المجال إلى أن تطبيق التيك توك يمكن مستخدميه من القيام بعمليات التعبير والإفصاح عن الذات من خلال المحتوى الذين يقومون بمتابعته وتداوله أو إنتاجه بأنفسهم ونشره، وأنهم في خضم هذه العمليات يقومون ببناء وتشكيل الهوية الافتراضية الخاصة بهم على المنصة، ويعبرون عن هويتهم الاجتماعية والثقافية.

في هذا الإطار، أفادت دراسة (Eryc, 2022) بأن دوافع استخدام التيك توك لدى فئات جيل الشباب ترتبط بإشباع احتياجات محددة ترفيهية واجتماعية ومعرفية تتمثل في قضاء وقت الفراغ والتهرب من الواقع، والتفاعل الاجتماعي وتكوين الصداقات، والحصول على المعلومات، والتعبير عن الذات. وأكدت نتائج مجموعات النقاش المركزة التي أجريت مع الشباب عينة الدراسة أن التفاعل والمشاركة على المنصة يعد من السمات الأساسية لاستخدامها، وأن ذلك يؤدي إلى تعبير المستخدمين عن أنفسهم وتقديمهم لذواتهم من خلال محتوى يقومون بإنتاجه ونشره وتداوله ليصبح متاحاً أمام المستخدمين الآخرين.

وفيما يتعلق بأدوات تقديم الذات على التيك توك، هدفت دراسة (Karpova & Borymska, 2022) إلى التعرف على كيفية استخدام منتجي المحتوى لإمكانات التيك توك التقنية، بالإضافة إلى العناصر الدلالية واللغوية في التعبير عن أنفسهم وبناء هوية خاصة بهم. ومن خلال الاستعانة بأداة تحليل الخطاب متعدد الوسائط، كشفت نتائج الدراسة عن أن منتجي المحتوى على التيك توك يتبعون استراتيجيات محددة في التعبير عن ذاتهم على المنصة الاجتماعية تعتمد على الدمج بين الخصائص الفنية للتطبيق، والعناصر اللغوية والدلالية في خطاب المحتوى من أجل الوصول إلى قاعدة جماهيرية أكبر.

اتفقت مع هذه النتائج ما توصلت إليه الدراسة التي قام بها (Li & Wang, 2024) حول اعتماد المستخدمين الصينيين على الخصائص اللغوية في التعبير عن ذاتهم على التيك توك، حيث أشارت نتائج تحليل حسابات عينة الدراسة إلى أن طريقة تعبير مستخدمي التيك توك الصينيين قد اعتمدت على صيغ لغوية متعددة تجمع ما بين اللغة الأم واللغة الإنجليزية، إلى جانب استخدام خصائص المنصة كالنصوص والهاشجات، والرموز التعبيرية (الإيموجي). وأكدت الدراسة على دور اللغة والتوظيف الدلالي للرموز في التعبير عن هوية المستخدمين على المنصة.

وفي نفس السياق الخاص بالدمج بين الخصائص التقنية المتضمنة في تصميم وبناء منصة التيك توك من ناحية، وإمكانات التعبير الدلالي واللغوي بطرق مختلفة من قبل المستخدمين من ناحية أخرى، أظهرت نتائج تحليل الخطاب متعدد الوسائط الذي قام به (Darvin, 2022) لحسابات مجموعة من الناشطين على التطبيق في هونج كونج أنه يمكن استخدام الخصائص والسمات التي يوفرها التيك توك في عمليات إدارة التعبير عن الذات وعن الهوية الاجتماعية للمستخدمين من خلال الجمع بين الأدوات التقنية التي توفرها المنصة، والأساليب اللغوية والدلالية والتعبيرية التي ينتهجها صانعو وناشرو المحتوى.

وفيما يتعلق بمحددات تقديم الذات على التيك توك، أشارت نتائج المقابلات المتعمقة والملاحظة العلمية التي أجراها (Sth & Palupi, 2022) على مجموعة من طلاب الإعلام النشطين على تطبيق التيك توك إلى أن استراتيجيات تعبيرهم عن الذات على المنصة تعتمد على مجموعة من المعايير تتمثل في: تحديد الهدف الأساسي من المحتوى، وتعديل المحتوى قبل نشره باستخدام الخصائص الفنية والتقنية للتطبيق، واستخدام الرسائل غير الشفهية من أجل تعزيز المعنى وزيادة انتشار مقاطع الفيديو، ومحاولة إدارة الانطباع الذي يتركه المحتوى لدى المستخدمين الآخرين.

وفي السياق نفسه، أظهرت نتائج دراسة (Hernández-Serrano, et., al., 2022) أن هناك ثلاثة عوامل رئيسية تتحكم في عملية تعبير الشباب الأسباني عن أنفسهم وهويتهم الاجتماعية على الإنترنت - وبصفة خاصة على منصتي التيك توك وانستجرام، وهي: الحصول على التأييد والدعم الاجتماعي من جانب الأصدقاء والمتابعين، واتباع استراتيجيات إدارة الصورة الذاتية، ومصداقية المحتوى المقدم على الحسابات الشخصية. كما أبرزت النتائج أن ممارسات الشباب في تقديم صورة عن أنفسهم على المنصة تسهم في بناء هوية افتراضية خاصة بكل منهم على شبكة الإنترنت.

وفي مجال تأثير العوامل الثقافية على طبيعة المحتوى الذي ينتجه مستخدمو التيك توك، أفادت الدراسة التحليلية التي أجرتها (Volkova, et., al., 2024) أنه بالإضافة إلى تأثير الاعتبارات الخاصة بتحقيق الانتشار واستغلال إمكانات التطبيق في النشر والتشبيك الاجتماعي، فإن المعايير والقيم والأعراف الثقافية السائدة في المجتمع الصيني كان لها تأثير واضح في صياغة مقاطع الفيديو التي ينتجها الشباب وينشرها على منصة "Douyin"، وهي نسخة التيك توك الخاصة بالصين. كما أوضحت نتائج الدراسة أن استراتيجيات تعبير الشباب الصيني عن نفسه على المنصة يهدف إلى خلق وإدارة انطباع إيجابي لدى المستخدمين الآخرين.

وفي مجال إدارة الانطباع عن الذات لدى المستخدمين الآخرين، أكدت نتائج دراسة (Arianto, 2024) أن الشباب الجامعي في إندونيسيا يقومون بالاستعانة باستراتيجيات مختلفة من أجل التعبير عن ذاتهم وبناء هوياتهم على تطبيق التيك توك، وفي إطار ذلك يقومون بتقديم «نسخ» مختلفة من الهوية الذاتية بالاعتماد على السياق الذي يتم فيه التواصل الافتراضي. كما أشارت النتائج إلى أن التغييرات في استراتيجيات تقديم الذات تهدف إلى خلق انطباع جيد لدى المستخدمين الآخرين في نفس السياق الاجتماعي، وهو مجتمع الجامعة. وفي السياق الاجتماعي نفسه، سلطت دراسة (Wenqi, 2023) الضوء على التأثير السلبي للاهتمام المفرط لدى الشباب الجامعي بتقديم صورة إيجابية عن أنفسهم على التيك توك في إطار عملية الإفصاح عن الذات والتعبير عنها، حيث أوضحت نتائج الدراسة الميدانية على عينة من طلاب الجامعة في الصين أن الاستخدام المكثف للتطبيق مع الحرص المستمر على ترك صورة جيدة لدى المتابعين - حتى وإن كانت غير حقيقية - يرتبط بوجود مستويات مرتفعة من القلق والتوتر الاجتماعي.

وعلى الصعيد العربي، اهتمت غالبية الدراسات باستخدام التيك توك في إطار متابعة ومشاهدة مقاطع الفيديو على حساب دراسة أبعاد وأهداف وأساليب إنتاج وصناعة المحتوى الفعلي من قبل

المستخدمين أنفسهم. وبالتالي لم تتوافر نتائج علمية حول كيفية استخدام التطبيق في تقديم الذات للآخرين أو التعبير عن الهوية الاجتماعية أو بنائها في المجتمع الافتراضي، بل أجريت البحوث في مجال دوافع استخدام التطبيق أو الإشباع المتحققة منه، بالإضافة إلى تأثيراته المحتملة على القيم الاجتماعية والأخلاقية أو الدينية للمستخدمين. وقد يرجع السبب في ذلك إلى طبيعة استخدام التطبيق في المجتمعات العربية، والذي قد ينجح إلى استهلاك المحتوى بنسبة أكبر من معدلات إنتاجه، وهو ما أثبتته نتائج دراسة (رغد إياد طعمانة وزهير ياسين الطاهات، 2020)، والتي أظهرت أن الشباب الجامعي الأردني يستخدم تطبيق التيك توك من أجل متابعة المحتوى وليس من أجل إنتاجه، وبلغت نسبة صانعي المحتوى من إجمالي عينة الدراسة (9) في المائة فقط. وكانت أهم دوافع استخدام التيك توك هي الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ، وليس من أجل صناعة المحتوى أو نشره. اتفقت مع هذه النتائج إلى حد كبير ما توصلت إليه دراسة (نهى عادل هريدي، 2023) حول طبيعة ومعدل استخدام الشباب المصري لتطبيق التيك توك، حيث أظهرت نتائج البحث الميداني أن نسبة 17 في المائة فقط من عينة الدراسة يستخدمون التيك توك من أجل إنتاج ونشر محتوى خاص بهم يعبرون فيه عن أنفسهم، كما تعددت دوافع الاستخدام لتشمل الهروب من الواقع، والتفاعل الاجتماعي، والحصول على المعلومات. كما أفادت أيضاً نتائج الدراسة الميدانية التي أجرتها (عز الدين زكي جمعة، 2023) على عينة عشوائية من الجمهور المصري أن النمط السائد لاستخدام التيك توك هو النمط الاستهلاكي بمتابعة ومشاهدة مقاطع الفيديو أو التفاعل معها، ويأتي بعد ذلك وينسب مئوية محدودة نمط الاستخدام المنتج من خلال صناعة محتوى خاص بالمستخدمين أنفسهم ونشره على المنصة. وكانت أهم دوافع استخدام التطبيق التسلية وقضاء وقت الفراغ، والحصول على معلومات من خلال متابعة حسابات بعينها، والتواصل مع الأصدقاء والمشاركة في تصوير الفيديوهات.

وفي مجال دوافع الاستخدام في صعيد مصر، أفادت دراسة (زينب عبد العظيم علي، 2022) على عينة من الفتيات والسيدات في الصعيد بأن استخدام التيك توك يكون بهدف تحقيق إشباع نفعية من خلال متابعة صفحات بعينها، حيث أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن المرأة في الصعيد تحصل على معلومات ومعارف في المجال الطبي والصحي والإخباري والاجتماعي عن طريق مشاهدة مقاطع التيك توك على الصفحات المفضلة لديها. وأثبتت اختبارات الفروض وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام المرأة الصعيدية للتيك توك والإشباع المتحققة جراء هذا الاستخدام. وفيما يتعلق بطريقة تقديم المستخدمين لأنفسهم على التيك توك، ألفت دراسة (إيمان النفيعي ووفاء الغامدي، 2023) الضوء على أساليب تعبير الشباب عن أنفسهم على التطبيق من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة أم القرى. وأكدت النتائج على أن مستخدمي التيك توك في إطار عملية تقديمهم لذواتهم يستخدمون مفردات لغوية ومصطلحات أجنبية، ويعتمدون على الرموز التعبيرية والاختصارات بما يتوافق مع خصائص وسمات التطبيق، ويتماشى مع ثقافة التفاعل الاجتماعي عليه.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق للدراسات والبحوث التي أجريت بصفة عامة في مجال دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير عن الذات وعن الهوية الاجتماعية والثقافية للمستخدمين، بالإضافة إلى الدراسات التي اهتمت بصفة خاصة بعملية تقديم الذات والتعبير عن النفس Self-presentation على منصة التيك توك، يمكننا الإشارة فيما يلي إلى مجموعة من الملاحظات العامة حول أهداف ومناهج ونتائج هذه البحوث:

1 - في إطار التفاعل الاجتماعي ونشر المحتوى على المنصات الاجتماعية، يقوم المستخدمون باتباع استراتيجيات محددة للتعبير عن أنفسهم وإدارة الانطباع المأخوذ عنهم لدى المستخدمين الآخرين.

2 - تتسم الهوية الرقمية التي يشكلها المستخدمون على مواقع التواصل الاجتماعي ويقومون بالترويج لها بالمرونة والتعددية والتغير المستمر تبعاً لمتطلبات تحقيق أهداف تقديم الذات بشكل إيجابي.

3 - تجمع الهوية الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بين عدة أبعاد تمثل الجوانب الشخصية والفردية للمستخدمين من ناحية، والعناصر الاجتماعية والثقافية للمجتمعات التي يعيشون فيها أو الجماعات التي ينتمون إليها من ناحية أخرى.

4 - يستغل المستخدمون الإمكانيات والخصائص التقنية لكل منصة اجتماعية Platform Affor-dances من أجل التعبير الأمثل عن أنفسهم، والتأكيد على الهوية الخاصة بهم أمام المستخدمين الآخرين.

5 - يجمع الأفراد بين الإمكانيات التقنية، والخصائص اللغوية، والرموز التعبيرية، والعناصر الدلالية في التعبير عن ذاتهم وهويتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة على التيك توك.

6 - استعانت معظم البحوث والدراسات الخاصة بتشكيل الهوية وتقديم الذات على مواقع التواصل الاجتماعي بالمدخل الكيفية في التحليل وجمع البيانات.

7 - استعانت البحوث التي اهتمت بطرق وأساليب ومحددات تقديم الذات على التيك توك بمناهج وأدوات كيفية في جمع وتحليل البيانات، وكان من أبرزها: تحليل الخطاب متعدد الوسائط، والملاحظة العلمية، والمقابلات المتعمقة مع المستخدمين وصناع المحتوى.

8 - اهتمت البحوث الأجنبية بدراسة محددات وأدوات تعبير المستخدمين عن أنفسهم على منصة التيك توك، فيما اهتمت الدراسات العربية بدوافع التعرض لمقاطع الفيديو وأهداف وأنماط استهلاكها.

9 - استعانت الدراسات والبحوث في مجال تقديم الذات وتشكيل الهوية الافتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي بمدخل نظرية اجتماعية تركز على عمليات تشكيل وبناء الهوية الاجتماعية، وطرق تأكيدها، والتعبير عنها.

10 - أشارت نتائج الدراسات إلى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الهوية الوطنية والقومية وتعزيز الانتماء للثقافات المحلية.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة :

أفاد الباحث من عرض ومراجعة الدراسات والبحوث السابقة في العديد من الجوانب المفاهيمية والمنهجية والتطبيقية فيما يتعلق بدراسة استراتيجيات استخدام أهل الصعيد لمنصة التيك توك في التعبير عن الأبعاد المختلفة للهوية الخاصة بهم بما تشمله من جوانب شخصية فردية وأخرى اجتماعية وثقافية. ويمكن تحديد جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة فيما يلي:

- 1 - تحديد المشكلة البحثية بدقة، والتعريف الدقيق للهدف الرئيسي من الدراسة ولأهدافها الفرعية.
- 2 - اختيار الإطار النظري والمعرفي الملائم لطبيعة وأهداف الدراسة.
- 3 - اختيار الأساليب المنهجية المناسبة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، وبلوغ أكبر قدر من الدقة والعمق والشمولية في التحليل.
- 4 - تحديد محاور التحليل الكيفي وفئات التحليل الكمي، وتعريفها بدقة وموضوعية.
- 5 - اختيار العينة الملائمة من حسابات المستخدمين، ومن مقاطع الفيديو التي ستخضع للتحليل.

تساؤلات الدراسة:

بعد العرض السابق للدراسات والبحوث التي تناولت أساليب ومحددات تعبير المستخدمين عن أنفسهم على مواقع التواصل الاجتماعي، والعمليات المختلفة التي ينخرطون فيها لتشكيل هويتهم الافتراضية على المنصات الإلكترونية المختلفة، وبالاعتماد على الافتراضات الأساسية المتعلقة باستراتيجيات التعبير عن الذات وأبعاد الهوية، والتي طرحها نموذج «الهوية الاجتماعية لتأثيرات التماهي في الجماعة» أو «SIDE Model»، يمكن تحديد التساؤلات التي تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عليها فيما يتعلق باستخدام أهل الصعيد لمنصة التيك توك للتعبير عن جوانب هويتهم الفردية والثقافية والاجتماعية فيما يلي:

- 1 - ما توجهات وأهداف وخصائص الصفحات الشخصية لأهل الصعيد على منصة التيك توك؟
- 2 - ما السمات الشكلية والموضوعية لمقاطع الفيديو التي ينتجها وينشرها أهل الصعيد على صفحاتهم على التيك توك؟
- 3 - ما هي أبعاد وجوانب الهوية الرقمية «الافتراضية» التي يشكلها ويعبر عنها أهل الصعيد على صفحاتهم على التيك توك؟
- 4 - ما القيم الاجتماعية والثقافية التي يعبر عنها أهل الصعيد في المحتوى الذي ينتجونه وينشرونه على صفحاتهم على التيك توك؟
- 5 - ما مدى تعبير المحتوى الذي ينشره أهل الصعيد عن الهوية الاجتماعية والثقافية الخاصة بهم كجماعة ذات خصائص متفردة وكثقافة محلية لها طابعها الخاص؟

6 - ما العناصر الثقافية البارزة في المحتوى الذي ينتجه وينشره أهل الصعيد على صفحاتهم على التيك توك؟

7 - ما العناصر اللغوية والفنية والبصرية والصوتية التي يستخدمها أهل الصعيد في مقاطع الفيديو التي ينشرونها، وما مدى تعبيرها عن هويتهم الاجتماعية والثقافية؟

8 - ما مدى استغلال الصفحات التابعة لأهل الصعيد لإمكانات وخصائص تصميم المحتوى، والتفاعل، والتشبيك الاجتماعي التي تتيحها منصة التيك توك من أجل التعبير عن أبعاد هويتهم الافتراضية؟

التصميم المنهجي للدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على مدخل تحليلي متكامل في رصد وتفسير أهداف وتوجهات وأبعاد الحضور الافتراضي لأهل الصعيد على منصة التيك توك. واستعانت بمنهج بحثي مختلط Mixed-method Approach يجمع بين أدوات التحليل الكمي والكيفي بهدف تحقيق الدقة والعمق والشمولية في التحليل. وتحدد الأدوات المستخدمة في جمع وتحليل البيانات فيما يلي:

- تحليل المضمون الكمي لمقاطع الفيديو التي ينشرها المستخدمون من أهل الصعيد على حساباتهم على التطبيق. وقد تم تحديد فئات شكلية وموضوعية لتحليل مقاطع الفيديو عينة الدراسة.

- تحليل الخطاب متعدد الوسائط Multi-modal Discourse Analysis، وهو منهج كيفي شامل يهتم بتحليل كافة عناصر المحتوى متعدد الوسائط المنشور على شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. وتمت الاستعانة به من أجل تحليل العناصر اللغوية والفنية والبصرية والدلالية لصفحات أهل الصعيد على منصة التيك توك، بالإضافة إلى تحليل كيفية استغلالهم لإمكانات المنصة التفاعلية والتعبيرية في صياغة استراتيجيات اتصالية من أجل تقديم أنفسهم للآخرين.

- الملاحظة العلمية بالمشاركة للفيديوهات الحية التي يقوم بثها المستخدمون من أهل الصعيد بشكل مباشر على حساباتهم على التيك توك، وذلك من أجل الكشف عن أهداف وسمات وخصائص عينة من الفيديوهات الحية التي تجمع بين منتجي المحتوى من أهل الصعيد ومتابعيهم بشكل لحظي ومباشر. وقد شارك الباحث باعتباره متابعاً لهذه الحسابات في عدد من فيديوهات البث المباشر التي قام بها صاحب كل صفحة، وتمت المشاركة في المحادثات بين صاحب البث والمتابعين والتعليق على الأحاديث والموضوعات المثارة، ولكن دون الإفصاح عن الهوية الحقيقية للباحث.

فئات التحليل الكمي:

1 - نوع الفيديو: تقليد، تمثيل، معرض صور (Slide Show)، حديث مباشر، لقطات توثيقية (Vlogs)، جرافيك، رقص، تحديات.

2 - موضوع الفيديو: حكمة، معلومة، تعليق، ترفيه، موروث شعبي، إعلان.

3 - عنصر الصوت المصاحب للفيديو: تعليق صوتي+موسيقى، حديث شفهي + مؤثرات صوتية، أغنية، حديث شفهي فقط، موسيقى فقط.

4 - العناصر الإضافية: نص مكتوب على الشاشة (On-screen Text)، نص مكتوب أسفل الفيديو (Caption)، هاشتاج.

5 - أصالة المحتوى: أصلي (أنتجه صاحب الصفحة)، منقول عن صفحات أخرى.

6 - أبعاد التعبير عن الهوية: فردية، اجتماعية، ثقافية، وطنية، دينية، إلخ.

7 - القيم الاجتماعية والثقافية المتضمنة في المحتوى: الكرم، عزة النفس، الشهامة، المودة، الترابط الأسري، حب الوطن، إلخ.

محاور التحليل الكيفي (تحليل الخطاب متعدد الوسائط):

1 - الهدف العام المدرك للصفحة: الانتشار الفردي، التواصل مع الآخرين، التأثير الثقافي، التأكيد على الهوية الاجتماعية، إلخ.

2 - التوجه العام للصفحة: ترفيهي، فني، ثقافي، ديني، اجتماعي، إلخ.

3 - الجوانب الفنية في إنتاج المحتوى: نوعية وقوالب مقاطع الفيديو المنشورة، ومدى استغلالها لإمكانات المنصة، وتعبيرها عن مفردات الهوية.

4 - الاستخدام الدلالي للخصائص اللغوية في تطبيق التيك توك: اسم الحساب، توصيف الصفحة، صورة الحساب، الرموز التعبيرية، إلخ.

5 - العناصر الثقافية المتضمنة في المحتوى: اللهجة، الملابس، مواقع التصوير، الموسيقى، إلخ.

مؤشرات الملاحظة بالمشاركة في فيديوهات الاليف:

1 - معدلات وتوقيتات ومواقع البث الحي

2 - الهدف من البث الحي

3 - طبيعة محتوى البث الحي والعناصر البصرية والصوتية المستخدمة

4 - أبعاد التعبير عن الهوية الاجتماعية في البث الحي

عينة الدراسة:

تضم عينة الدراسة التحليلية الحالية مجموعة من حسابات التيك توك التابعة لمواطنين من أهل الصعيد بمحافظاته المختلفة، بعضهم يقيم داخل مصر والبعض الآخر مغترب لأغراض العمل في دول الخليج العربي. وقد تم مراعاة التنوع في هذا الإطار لإبراز بعض جوانب الاختلاف في تعبير المستخدمين من داخل وخارج مصر عن مفردات هويتهم الاجتماعية والثقافية على المنصة الإلكترونية. جاءت الحسابات الخاضعة للتحليل في مجملها تابعة لمواطنين ذكور من محافظات الصعيد المصري، حيث لم يعثر الباحث في عملية البحث الأولية لتحديد عينة الدراسة على صفحات تابعة لمواطنات إناث من أهل الصعيد، وربما يعود ذلك إلى طبيعة العادات والتقاليد الراسخة في هذا المجتمع المحافظ. وبعد القيام بعملية بحث استطلاعية استمرت حوالي شهر تقريبا للوصول إلى الحسابات التابعة لأهل الصعيد وتحديد الصفحات الملائمة منها للتحليل، تم اختيار (20) صفحة تابعة لمواطنين من محافظات الصعيد بأسلوب العينة المتاحة بناء على مجموعة من المعايير التي وضعها الباحث، وهي:

- أن يكون الحساب شخصا وليس تابعا لمؤسسة أو هيئة من أي نوع أو جمعية ما.
- أن يكون لدى الصفحة أكثر من ألف متابع بما يمكن صاحبها من بث فيديوهات حية حسب شروط المنصة.
- أن يكون هناك تفاعل من جانب المتابعين للصفحة في صورة إعجابات وإعادة نشر وتعليقات على مقاطع الفيديو المنشورة.
- أن تكون الصفحة مفعلة ونشطة من خلال النشر المنتظم لمقاطع الفيديو من جانب صاحب الحساب.
- تم مراعاة التنوع في اختيار الصفحات من حيث موقع صاحب الصفحة بوجوده داخل أو خارج مصر، بالإضافة إلى التنوع في المحافظات مسقط رأس أصحاب الصفحات.

وعقب اختيار الصفحات العشرين موضع الدراسة، تم تحديد عينة التحليل الكمي والكيفي والملاحظة العلمية كما يلي:

عينة التحليل الكمي: تم تحليل 400 مقطع فيديو بواقع 20 فيديو من كل صفحة من صفحات العينة. وقد تم اختيار أحدث 20 مقطع فيديو منشور على كل صفحة مع استبعاد بعض الفيديوهات المكررة التي نشرت أكثر من مرة.

عينة التحليل الكيفي: تم تحليل السمات الموضوعية والعناصر الفنية واللغوية في مقاطع الفيديو الأربعمائة، وفي مجمل الصفحات العشرين موضع الدراسة.

عينة الملاحظة بالمشاركة: تمت المشاركة في 60 ساعة بث مباشر (لايف) بواقع 3 ساعات لكل حساب من الحسابات الخاضعة للتحليل. وتم اختيار الفيديوهات الحية بأسلوب العينة المتاحة

خلال فترة التحليل، فلم تكن هناك مواعيد ثابتة أو محددة للبث الحي على كل صفحة. وقد تمت مراعاة التنوع في اختيار الفيديوهات التي يشارك فيها الباحث من حيث توقيتات البث، وطول مدة البث. فقد تنوعت التوقيتات التي يقوم فيها أصحاب الصفحات بالبث، وتعددت أهداف وطبيعة محتوى البث حسب كل فترة بث خلال اليوم. كما تنوعت مدد الفيديوهات الحية بين طويلة جدا تمتد لأكثر من ساعتين أو ثلاثة، ومتوسطة في حدود ساعة تقريبا، أو قصيرة لمدة لا تتجاوز الساعة.

أساليب تحليل البيانات:

بالنسبة للتحليل الكمي تم استخدام برنامج «مايكروسوفت إكسيل» لتكويد وإدخال فئات التحليل الكمي، ثم إجراء عمليات الجمع وحساب النسب المئوية للتكرارات في كل فئة، بالإضافة إلى إعداد الجداول. وتم استخدام خاصية الجداول المحورية Pivot Tables من أجل إعداد الجداول المركبة التي تظهر العلاقة بين فئتين من فئات التحليل الكمي.

وفيما يتعلق بالتحليل الكيفي متعدد الوسائط للصفحات محل الدراسة، والملاحظة العلمية بالمشاركة في عينة من فيديوهات البث الحي التي قام بها أصحاب الصفحات خلال فترة التحليل، فقد قام الباحث بتصميم استمارة تحليل كفي تضم المحاور الرئيسية للتحليل التي حددها مسبقا، ودون بها المؤشرات الرئيسية للتحليل خلال عملية الفحص والدراسة والمشاركة على الصفحات موضع الدراسة، وفي مرحلة لاحقة تمت دراسة وتحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من أجل التوصل إلى نتائج ومؤشرات عامة في إطار محاور التحليل المحددة من البداية.

الإطار الزمني للتحليل:

استمرت فترة تحليل مقاطع الفيديو عينة الدراسة خلال شهري مايو ويونيو عام 2023، وقد قام الباحث بتكويد وتحليل أحدث 20 فيديو تم نشرها على كل صفحة من الصفحات الخاضعة للتحليل بإجمالي 400 مقطع فيديو بعد استبعاد الفيديوهات المكررة. كما تمت عملية التحليل الكيفي لهذه المقاطع، بالإضافة إلى عناصر ومحتوى الصفحات محل الدراسة خلال نفس الشهرين. وينطبق الأمر نفسه على عملية الملاحظة بالمشاركة في عينة من لقاءات البث الحي والمباشر التي أجراها أصحاب الصفحات موضع التحليل.

ثبات التحليل:

تم اختبار ثبات التحليل الكمي من خلال قيام باحث آخر بتحليل عينة محدودة من مقاطع الفيديو قوامها 10% من عينة البحث أي ما يعادل (40) مقطع فيديو بواقع مقطعين لكل صفحة من الصفحات

العشرين الخاضعة للتحليل. وتمت مقارنة نتائج التحليل التي توصل إليها الباحث المعاون مع نتائج تحليل نفس المقاطع لدى الباحث، ثم حساب الثبات باستخدام معادلة هولستي كالتالي*:

$$\text{الثبات} = 2 / (2ن + 1ن)$$

وتشير «ت» إلى عدد الحالات المتفق عليها في التحليل بين الباحثين، و «ن1» إلى عدد الحالات التي حللها الباحث الأول، و «ن2» إلى عدد الحالات التي حللها الباحث الثاني. وكانت الحالات المتفق عليها في التحليل 35 حالة من مجموع 40 حالة قام بتحليلها كل باحث. وبالتالي كانت نتيجة حساب معادلة الثبات (0.875) وهي نسبة مقبولة لثبات التحليل.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج تحليل المضمون الكمي

1 - السمات الشكلية لمقاطع الفيديو

تضم السمات الشكلية لمقاطع الفيديو ثلاث فئات هي: نوع أو قالب الفيديو، وعناصر الصوت المصاحبة للصورة، والعناصر الإضافية الأخرى كالنصوص والهاشتاج. ويوضح الجدول التالي القوالب الفنية للفيديوهات التي قدمها أهل الصعيد على صفحاتهم على تطبيق التيك توك، ونلاحظ من البيانات الواردة فيه تنوع مقاطع الفيديو لتشمل كافة القوالب التي يتم نشرها على التطبيق.

جدول رقم (1) قوالب الفيديوهات

النسبة المئوية	التكرار	قالب الفيديو
33.5%	134	سلايد شو
25.5%	102	لقطات فيديو (فلوج)
18%	72	جرافيك
13.5%	54	حديث مباشر
4.5%	18	تمثيل
2.5%	10	تقليد
2.5%	10	رقص
100%	400	الإجمالي

يتضح من الجدول أعلاه أن قالب الفيديو الذي يتصدر قائمة نوع الفيديوهات التي ينشرها أهل الصعيد على حساباتهم الشخصية على التيك توك هو معارض الصور أو (السلايد شو)، وهي عبارة عن ألبوم صور يتم عرضه بشكل متتابع على خلفية موسيقية، وقد شكل نسبة (33.5%) في عينة الفيديوهات محل الدراسة، تلاه بعد ذلك وينسبة (25.5%) لقطات الفيديو التوثيقية (الفلوج)، وهي عبارة عن لقطات توثق جانب من الحياة اليومية أو نشاط ما يقوم به صاحب الصفحة. تأتي بعد ذلك فيديوهات

الجرافيك التي تعتمد على التصاميم الجرافيكية والنماذج الجاهزة المتاحة على التطبيق وتحتل نسبة (18%)، يليها قالب الحديث المباشر بنسبة (13.5%)، والذي يعتمد على الأحاديث الشفهية الموجهة للمتابعين. أتت بعد ذلك قوالب التمثيل والتقليد والرقص وبنسب متقاربة هي على التوالي (4.5%)، و(2.5%)، و(2.5%). ونلاحظ تدني نسب هذه النوعية من الفيديوهات بحيث لم تتعد الـ (10) في المائة من إجمالي فيديوهات العينة، وربما يعود ذلك إلى الطبيعة المحافظة لأهل الصعيد والتي تدعو إلى الرصانة والاعتدال بالنفس.

جدول رقم (2) عناصر الصوت المصاحبة للفيديوهات

عناصر الصوت	التكرار	النسبة المئوية
أغنية	216	54%
حديث شفهي + مؤثرات صوتية	54	13.5%
تعليق صوتي + موسيقى	48	12%
حديث شفهي فقط	46	11.5%
موسيقى فقط	36	9%
الإجمالي	400	100%

أظهرت البيانات الواردة بالجدول السابق عناصر الصوت التي اعتمد عليها أهل الصعيد في عينة الدراسة في بناء محتوى مقاطع الفيديو على حساباتهم على التيك توك. وتصدرت الأغاني العناصر الصوتية المستخدمة بنسبة (54%)، وجاءت في معظمها أغاني تراثية وفلكلورية أو شعبية حديثة، تلاها بعد ذلك العناصر الصوتية الأخرى وبنسب متقاربة إلى حد كبير وجاءت على التوالي: الحديث الشفهي المصحوب بالمؤثرات الصوتية (13.5%)، ثم التعليق الصوتي على خلفية موسيقية (12%)، والحديث الشفهي فقط (11.5%)، وأخيرا الموسيقى فقط دون أي كلام منطوق (9%). ويتضح من ذلك تنوع استخدام أهل الصعيد للعناصر الصوتية المختلفة من أجل إبراز الفكرة الأساسية لمقاطع الفيديو التي ينشرونها على صفحاتهم. وصاحب العناصر المرئية والصوتية في مقاطع الفيديو مجموعة من العناصر الإضافية التي تسهم في إيضاح وبروز فكرة وهدف الفيديو، ويوضح الجدول التالي هذه العناصر ونسب استخدامها في الفيديوهات موضع التحليل.

جدول رقم (3) العناصر الإضافية المصاحبة للفيديوهات

العناصر الإضافية	التكرار	النسبة المئوية
نص على الشاشة	70	15.4%
نص أسفل الشاشة	92	20.3%
هاشتاج	122	26.9%
لايوجد	170	37.4%
الإجمالي	454	100%

يوضح الجدول أعلاه استخدام حسابات أهل الصعيد الخاضعة للتحليل للعناصر الإضافية المتاحة على التطبيق بنسبة إجمالية قدرها (62.6%)، في مقابل نسبة (37.4%) من الفيديوهات التي تخلو من أية عناصر إضافية. ويدل ذلك على استغلال أصحاب الصفحات للإمكانيات والخصائص التي يوفرها التيك توك وإدراكهم لدورها في تعزيز فكرة الفيديو وتحقيق انتشاره. وفيما يتعلق بأشكال العناصر الإضافية التي تم استخدامها فتنوعت بين الهاشتاجات المرتبطة بموضوع الفيديو أو فكرته الأساسية أو اسم الصفحة (26.9%)، وكتابة النصوص أسفل الشاشة في صورة تعليق بسيط ومختصر على الفيديو (20.3%)، أو النصوص على الفيديو نفسه وسط الشاشة (15.4%). ونلاحظ من إجمالي التكرارات أن هناك بعض مقاطع الفيديو التي استخدمت أكثر من عنصر إضافي، ولذلك يتخطى إجمالي العناصر الإضافية المستخدمة عدد مقاطع الفيديو الأربعمائة عينة الدراسة.

2 - السمات الموضوعية لمقاطع الفيديو

تتحدد السمات الموضوعية للفيديوهات التي نشرها أهل الصعيد على صفحاتهم على التيك توك في فئة الموضوع أو الهدف الرئيسي للفيديو، بالإضافة إلى مدى أصالته من حيث قيام صاحب الصفحة بإنتاج المقطع بنفسه ونشره على صفحته الخاصة أم إعادة نشره من صفحة أخرى. ويوضح الجدول التالي طبيعة موضوعات الفيديوهات التي وردت على الصفحات موضع التحليل، ونلاحظ تعدد أهداف الفيديوهات التي نشرها أهل الصعيد على صفحاتهم على منصة التيك توك لتشمل توثيق الأنشطة، والتعليق على الأحداث، ونشر المعلومات، أو نشر الحكم والمواعظ، وغيرها.

جدول رقم (4) موضوع الفيديو

النسبة المئوية	التكرار	موضوع الفيديو
39.5%	158	توثيق
22%	88	حكمة أو عظة
12.5%	50	ترفيه وكوميديا
11%	44	تعليق
10%	40	موروث شعبي
3%	12	معلومة
2%	8	إعلان
100%	400	الإجمالي

كما يتضح أعلاه فإن الفيديوهات التي توثق الأنشطة والأحداث اليومية التي يمر بها أصحاب الصفحات أو غيرهم في مجتمعاتهم المحلية تصدرت المقاطع المنشورة على الصفحات محل الدراسة بنسبة (39.5%)، وهي نسبة كبيرة مقارنة بموضوعات الفيديوهات الأخرى، ويتسق ذلك مع الدراسات السابقة التي أظهرت أن إحدى دوافع استخدام التيك توك هي تقديم الذات للآخرين والكشف عن

جوانب حياة المستخدم أمام غيره من المستخدمين. تأتي في المرتبة الثانية فئة الفيديوهات التي تقدم حكمة اجتماعية أو عظة دينية ما بنسبة (22%)، ثم جاءت فئات فيديوهات الترفيه الكوميدي، وفيديوهات التعليق على مواقف وأحداث معينة، وفيديوهات الموروثات الشعبية بنسب ضئيلة نسبياً ومتقاربة أيضاً، وكانت نسب كل فئة منها على التوالي (12.5%)، و(11%)، و(10%). وجاءت المقاطع التي تقدم معلومة في مجال ما، أو تعلن عن منتج معين في المرتبة الأخيرة بنسب (3%)، و(2%) على الترتيب.

وإذا كان التنوع هو السمة الغالبة بشكل عام على الخصائص الشكلية والموضوعية لمقاطع الفيديو التي ينشرها أهل الصعيد على صفحاتهم كما يتضح من تحليل الصفحات عينة الدراسة، فإن السمة الأخرى المميزة للمحتوى المنشور على هذه الصفحات هو الأصالة وعدم النقل عن صفحات أو منصات أخرى، فقد اهتم أصحاب الصفحات عينة التحليل بإنتاج مقاطع فيديو بأنفسهم ونشرها على صفحاتهم، وأنت الفيديوهات التي أعادوا نشرها بنسبة قليلة مقارنة بالمقاطع التي قاموا هم بإعدادها بأنفسهم، وذلك يتضح في بيانات الجدول التالي.

جدول رقم (5) أصالة المحتوى

أصالة المحتوى	التكرار	النسبة المئوية
محتوى أصلي	344	86%
محتوى منقول (معاد نشره)	56	14%
الإجمالي	400	100%

أظهرت بيانات الجدول السابق أن أصالة المحتوى تغلب على مقاطع الفيديو التي ينشرها المستخدمون عينة الدراسة على صفحاتهم، حيث جاءت نسبة الفيديوهات التي أعدها بأنفسهم (86%) في مقابل نسبة (14%) فقط لمقاطع الفيديو التي أعادوا نشرها نقلاً عن صفحات أخرى أو عن مستخدمي آخرين. ويشير ذلك إلى اهتمام أهل الصعيد بنشر محتوى خاص بهم على المنصة من أجل التعبير عن أنفسهم والتواصل والتفاعل مع المستخدمين الآخرين. وتنافي هذه النتيجة ما توصلت إليه نتائج بحوث سابقة أجريت في مصر والدول العربية تؤكد على أن استخدام المنصة يتسم بالطابع الاستهلاكي الذي يتمحور حول مشاهدة مقاطع أنتجها مستخدمون آخرون، وليس من أجل إعداد ونشر فيديوهات على الصفحات الشخصية للمستخدمين.

3 - أبعاد الهوية التي تعبر عنها مقاطع الفيديو

يتناول هذا الجزء من نتائج الدراسة التحليلية أبعاد وجوانب الهوية التي تم التعبير عنها في مقاطع الفيديو محل الدراسة، إلى جانب الخصائص الشكلية والموضوعية للفيديوهات التي تضمنت مفردات وعناصر تعبر عن الهوية الاجتماعية والثقافية للمستخدمين.

جدول رقم (6) أبعاد الهوية المتضمنة في الفيديوهات

النسبة المئوية	التكرار	أبعاد الهوية
70.5%	282	فردية
20%	80	ثقافية
5.5%	22	دينية
1.5%	6	رياضية
1.5%	6	قومية عربية
1%	4	وطنية
100%	400	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أبعاد الهوية الرقمية أو الافتراضية التي يقدمها المستخدمون عن أنفسهم أمام المستخدمين الآخرين على المنصة، وتظهر بيانات الجدول تعدد أبعاد وجوانب الهوية التي تعبر عنها مقاطع الفيديو التي نشرها أهل الصعيد على صفحاتهم على التيك توك. احتلت الهوية الفردية الشخصية المرتبة الأولى بين أبعاد الهوية الافتراضية التي يعبر عنها أهل الصعيد على صفحاتهم بنسبة (70.5%)، تلتها الهوية الثقافية بنسبة (20%)، ثم أتت بنسب ضئيلة أبعاد الهوية الدينية والرياضية والعربية والوطنية لتشكّل مجتمعة نسبة لا تتعدى (10%) من إجمالي مقاطع الفيديو عينة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج غالبية الدراسات السابقة والتي أشارت إلى أن الهوية الافتراضية المعبر عنها على المنصات الرقمية متعددة الأوجه والأبعاد، ولا تقتصر على الجوانب الفردية والشخصية فقط، بل تضم عناصر ومفردات اجتماعية وثقافية أيضا.

ويوضح الجدولان التاليان خصائص المحتوى الذي يعبر عن أبعاد الهوية من حيث الشكل والموضوع، أي قوالب الفيديو التي تمت الاستعانة بها من أجل التعبير عن الأبعاد المختلفة للهوية الافتراضية للمستخدمين على التطبيق، وموضوعات الفيديوهات التي عبرت عن جوانب الهوية المتعددة.

جدول رقم (7) تصنيف الفيديوهات التي تعبر عن الهوية من حيث القالب

الإجمالي	رقص	تقليد	تمثيل	حديث مباشر	جرافيك	فلوج	سلايد شو	القالب	الهوية
282	-	10	16	34	58	56	108	فردية	
80	6	-	-	12	2	40	20	ثقافية	
22	-	-	-	2	12	2	6	دينية	
6	4	-	2	-	-	-	-	رياضية	
6	-	-	-	4	-	2	-	قومية عربية	
4	-	-	-	2	-	2	-	وطنية	
400	10	10	18	54	72	102	134	الإجمالي	

عبر أهل الصعيد عن هويتهم الفردية الشخصية من خلال أشكال متنوعة من قوالب الفيديوهات التي يتيحها تطبيق التيك توك كما يتضح من الجدول أعلاه، وجاء قالب معرض الصور الشخصية (الاسلايد شو) في مقدمة القوالب التي تم الاستعانة بها للتعبير عن الهوية الشخصية للمستخدمين بعدد (108) فيديو في مقابل عدد (58) فيديو اعتمدت على التصميم الجرافيكي للصور المتحركة، و(56) فيديو جاءت على شكل مدونات فيديو (فلوج) تصور الحياة اليومية للمستخدمين، و(34) فيديو حديث مباشر موجه للمستخدمين الآخرين والمتابعين. وفيما يتعلق بأشكال التعبير عن الهوية الثقافية، فقد تنوعت مقاطع الفيديو ما بين المدونات المصورة (فلوج) بواقع (40) فيديو، ومعارض الصور بعدد (20) فيديو، والأحاديث المباشرة (12) فيديو. وبالنسبة للجانب الديني من الهوية فقد التعبير عنه بأشكال فيديوهات متنوعة، تعتمد في معظمها على تصاميم الجرافيك التي تبرز فيها آيات أو أحاديث نبوية بواقع (12) فيديو.

جدول رقم (8) تصنيف الفيديوهات التي تعبر عن الهوية من حيث الموضوع

الهوية	الموضوع	توثيق	حكمة	ترفيه	تعليق	موروث شعبي	معلومة	اعلان	الإجمالي
فردية		128	62	44	24	6	10	8	282
ثقافية		24	8	-	12	34	2	-	80
دينية		2	18	-	2	-	-	-	22
رياضية		-	-	6	-	-	-	-	6
قومية عربية		2	-	-	4	-	-	-	6
وطنية		2	-	-	2	-	-	-	4
الإجمالي		158	88	50	44	40	12	8	400

وفيما يتعلق بموضوعات الفيديوهات التي تعبر عن الأبعاد المختلفة للهوية التي قدمها أهل الصعيد على صفحاتهم على التيك توك، نجد تنوعا في موضوعات مقاطع الفيديو المنشورة والتي تعبر عن الجوانب الفردية والشخصية من الهوية، وجاء في مقدمتها الفيديوهات التي توثق الأحداث والأنشطة التي يقوم بها المستخدمون أو تقع في مجتمعاتهم المحلية بواقع (128) فيديو، ثم الفيديوهات التي تنقل حكمة اجتماعية ما وبلغ عددها (62) فيديو، ثم الفيديوهات الترفيهية التي تتناول جوانب مسلية في حياة الأفراد بواقع (44) فيديو. وبالنسبة للهوية الثقافية فقد تم التعبير عنها من خلال فيديوهات تتناول الموروثات الشعبية بعدد (34) فيديو، وفيديوهات توثق جوانب الحياة الاجتماعية والممارسات الثقافية بواقع (24) فيديو، وأيضا الفيديوهات التي تبرز تعليق صاحب الصفحة على جانب من العادات والتقاليد أو الحياة الاجتماعية وبلغ عددها (12) فيديو. وتم التعبير عن البعد الديني في الهوية من خلال فيديوهات غلب عليها طابع الحكم والمواعظ بواقع (18) مقطع فيديو. كما تم التعبير عن جوانب أخرى من الهوية كالانتماء الرياضي من خلال الفيديوهات الكوميديّة والساخرة فقط، فيما تم التعبير عن الانتماء الوطني والقومي من خلال فيديوهات توثيقية لأحداث معينة أو عن طريق التعليق على أحداث معينة.

4 - القيم الاجتماعية والثقافية المتضمنة في مقاطع الفيديو

يتناول هذا الجزء من نتائج الدراسة التحليلية القيم الاجتماعية والثقافية التي تم التعبير عنها في مقاطع الفيديو محل الدراسة، إلى جانب الخصائص الشكلية والموضوعية للفيديوهات التي تضمنت قيما اجتماعية أو ثقافية. ويوضح الجدول التالي مجموعة القيم الاجتماعية والثقافية التي تم التعبير عنها من خلال مقاطع الفيديو التي أنتجها ونشرها أهل الصعيد على حساباتهم على منصة التيك توك. ويظهر الجدول أن نسبة (56%) من الفيديوهات محل الدراسة لم تتضمن الإشارة إلى أية قيم اجتماعية أو ثقافية، في حين كانت أنت المقاطع التي تبرز قيما اجتماعية وثقافية بنسبة (44%). ويتسق ذلك مع النتائج السابقة التي أظهرت أن البعد الفردي والشخصي من الهوية هو الذي تصدر جوانب الهوية الافتراضية التي تم التعبير عنها في الفيديوهات موضع التحليل.

جدول رقم (9) القيم الاجتماعية والثقافية

النسبة المئوية	التكرار	القيم الاجتماعية والثقافية
12.5%	50	الاعتزاز بالثقافة
10.5%	42	الترابط الأسري وبر الوالدين
10%	40	عزة النفس
5.5%	22	المودة وحسن المعاملة
3.5%	14	قيمة العمل
2%	8	حب الأوطان
56%	224	لا يوجد
100%	400	الإجمالي

تظهر البيانات في الجدول أعلاه أن قيمة الاعتزاز بالثقافة كانت الأبرز في الفيديوهات التي تضمنت بعدا قيما من إجمالي المقاطع الخاضعة للتحليل بنسبة (12.5%)، تلتها قيمة الترابط الأسري وبر الوالدين بنسبة (10.5%)، ثم عزة النفس والاعتداد بها بنسبة (10%). وجاءت القيم الأخرى كالمودة وحسن المعاملة مع الآخرين (5.5%)، وقيمة العمل (3.5%)، وحب الوطن (2%) بنسب محدودة ومتقاربة. وتؤكد هذه النتائج على أن استخدام أهل الصعيد لمنصة التيك توك لم يكن من أجل الترفيه والتسلية أو التواصل مع الآخرين والتفاعل الاجتماعي فقط، بل امتد إلى محاولة بث مجموعة من القيم المتأصلة في مجتمعاتهم وثقافتهم المحلية من خلال مقاطع الفيديو التي يقومون بإنتاجها ونشرها على التطبيق.

ويوضح الجدولان التاليان خصائص المحتوى الذي يبرز قيما اجتماعية وثقافية من حيث الشكل والمضمون، أي قوالب الفيديوهات التي استخدمت من أجل إبراز قيم اجتماعية أو ثقافية، وطبيعة هذه المقاطع من حيث الموضوع أو الهدف أيضا.

جدول رقم (10) تصنيف الفيديوهات التي تعبر عن القيم من حيث القالب

القالب القيم	سلايد شو	فلوج	جرافيك	حديث مباشر	تمثيل	تقليد	رقص	الإجمالي
الاعتزاز بالثقافة	10	26	2	8	-	-	4	50
الترابط الأسري وير الوالدين	32	4	2	4	-	-	-	42
عزة النفس	20	8	4	4	2	-	2	40
المودة وحسن المعاملة	6	4	6	6	-	-	-	22
قيمة العمل	-	12	-	2	-	-	-	14
حب الأوطان	2	4	-	2	-	-	-	8
لا يوجد	64	44	58	28	16	10	4	224
الإجمالي	134	102	72	54	18	10	10	400

يوضح الجدول السابق أن التعبير عن القيم الاجتماعية والثقافية جاء في معظمه من خلال قوالب معارض الصور (سلايد شو)، والمدونات المصورة (فلوج)، والجرافيك والحديث المباشر. وفيما يتعلق بالاختلافات بين القيم من حيث قوالب الفيديو المستخدمة، فقد تم التعبير عن قيمة الاعتزاز بالثقافة من خلال قالب المدونات المصورة بتكررات تتفوق على غيرها من القوالب (26) فيديو، واعتمدت الفيديوهات التي تعبر عن قيمة الترابط الأسري وير الوالدين على قالب السلايد شو بواقع (32) فيديو، واستعانت الفيديوهات التي تبرز قيمة عزة النفس بقالب السلايد شو أيضا بعدد (20) فيديو، فيما تنوعت قوالب الفيديوهات التي تعبر عن قيمة المودة وحسن المعاملة وعن قيمة حب الوطن أيضا، واعتمدت المقاطع التي تؤكد على قيمة العمل على قالب المدونات المصورة بواقع (12) فيديو. وتؤكد بيانات الجدول السابق على أن أهل الصعيد قد استغلوا - وبشكل متفاوت - كافة القوالب المرئية المتاحة على تطبيق التيك توك من أجل التعبير عن قيم اجتماعية وثقافية نابعة من هويتهم.

جدول رقم (11) تصنيف الفيديوهات التي تعبر عن القيم من حيث الموضوع

الموضوع القيم	توثيق	حكمة	ترفيه	تعليق	موروث شعبى	معلومة	اعلان	الإجمالي
الاعتزاز بالثقافة	8	2	-	12	28	-	-	50
الترابط الأسري وبر الوالدين	26	8	4	2	2	-	-	42
عزة النفس	8	18	-	6	8	-	-	40
المودة وحسن المعاملة	6	12	-	2	-	2	-	22
قيمة العمل	6	2	-	2	-	-	4	14
حب الأوطان	2	2	-	4	-	-	-	8
لا يوجد	102	44	46	16	2	10	4	224
الإجمالي	158	88	50	44	40	12	8	400

يوضح الجدول أعلاه طبيعة محتوى الفيديوهات التي تعبر عن قيم اجتماعية أو ثقافية، وتشير بيانات الجدول بشكل عام إلى اعتماد الفيديوهات التي تعبر عن القيم على موضوعات التوثيق لأحداث بعينها، والحكمة الاجتماعية، والتعليق على المواقف والأحداث، وذلك في كافة فئات القيم تقريبا مع وجود بعض الفروق الطفيفة. وبالنسبة لكل قيمة على حدا، فقد تم التعبير عن قيمة الاعتزاز بالثقافة بشكل كبير من خلال الفيديوهات التي كان موضوعها الموروثات الشعبية بواقع (28) فيديو، فيما اعتمدت الفيديوهات التي تبرز قيمة الترابط الأسري على محتوى توثيقي بواقع (26) فيديو، واستعانت المقاطع حول قيمة عزة النفس بمحتوى يقدم فيه صاحب الصفحة حكمة معينة للمتابعين بواقع (18) فيديو، وكانت المقاطع التي تبرز قيمة المودة وحسن المعاملة معتمدة أيضا بشكل أكبر على تقديم الحكم الاجتماعية بعدد (12) فيديو. وتم التعبير عن قيمة العمل من خلال محتوى توثيقي بواقع (6) فيديوهات ومحتوى إعلاني عن منتجات خاصة بالعمل بواقع (4) فيديوهات من أصل (14) مقطع تبرز قيمة العمل، أما قيمة حب الوطن فبرزت فيها الموضوعات التي تقدم تعليق صاحب الصفحة على مواقف محددة بواقع (4) فيديوهات من أصل (8).

ثانيا: نتائج التحليل الكيفي

1 - الهدف العام المدرك للصفحات

من الوهلة الأولى لمتابعة الصفحات موضع التحليل يتبين أن الهدف العام من مقاطع الفيديو المنشورة هو السعي للانتشار الفردي بين المستخدمين الآخرين، وتحقيق التواصل الفعال معهم، والتعبير الشخصي عن النفس سواء من خلال معارض الصور أو التعبير عن الآراء الشخصية في مقاطع مخصصة لذلك أو عرض جوانب من الحياة اليومية لصاحب الصفحة، وغيرها. كما تتأكد هذه الفكرة - الانتشار الفردي -

من خلال ربط صفحة التيك توك في كثير من الحسابات عينة الدراسة بغيرها من الحسابات التابعة لصاحب الصفحة على المنصات الاجتماعية الأخرى كاليوتيوب والانستجرام من أجل جلب مزيد من المتابعين.

ولكن بالنظر بشكل متعمق، وبعد القيام بالتحليل الشامل لمكونات وعناصر هذه الصفحات، يمكن استنتاج أنها تعبر بشكل كبير وواضح عن مفردات الهوية الاجتماعية والثقافية الخاصة بأصحابها، بما يدعم القول بأن الهدف العام لوجود هذه الصفحات على التيك توك هو الانتشار الفردي من خلال استغلال المظاهر الثقافية والعناصر التراثية في المجتمعات التي ينتمي إليها أصحاب الحسابات الخاضعة للتحليل. حيث أتت معظم مقاطع الفيديو المنشورة على الصفحات عينة الدراسة ذات نكهة ثقافية حتى وإن كانت بطبيعتها منشورات شخصية كمقاطع الفلوج ومعارض الصور، فنجد الاستخدام الواضح للموسيقى الفلكلورية والأغاني الشعبية على خلفية فيديوهات السلايد شو، وإبراز مظاهر الحياة الاجتماعية من خلال توثيق لقطات من الحقول والمزارع والبيوت والتجمعات التقليدية والمناسبات بشكل يبرز العادات والتقاليد ومظاهر الاحتفالات في هذه المحافل الثقافية. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عدد من الدراسات السابقة التي تشير إلى أن الأفراد في خضم قيامهم بعملية تقديم الذات والتعبير عن النفس على المنصات الاجتماعية يقومون باستغلال عناصر ومفردات من ثقافتهم المحلية والشعبية باعتبارها محتوى مميزا يمكن أن يحقق لهم الرواج بين المستخدمين الآخرين.

ومن منظور نموذج «سايد»، يمكن القول بأن أهل الصعيد على التيك توك يقومون بعمليات استراتيجية من أجل التعبير عن هويتهم الثقافية على المنصة في إطار عملية التعبير عن الذات أمام المستخدمين الآخرين، وبدافع من شعورهم الجمعي بالانتماء للجماعة والتي توفره خاصية التشبيك الاجتماعي في التطبيق بما يسهم في خلق شعور بالحس الجمعي لدى أهل الصعيد من خلال التواصل مع أقرانهم في قائمة المتابعين ومن خلال التعليقات المتبادلة أو حتى في فيديوهات اللايف المباشرة.

وعلى الرغم من تعبير كثير من الفيديوهات على الصفحات عينة الدراسة على الجوانب الفردية والشخصية من الهوية، إلا أن الجانب الثقافي والبعد الاجتماعي للهوية قد برز من خلال مجموعة من العناصر الدلالية مثل: الالتزام باللهجة المحلية، وارتداء الزي التقليدي، والاستعانة بالموسيقى الفلكلورية، وكتابة النصوص الدالة على الاعتداد بالنفس والاعتزاز بالثقافة.

ومن هنا يمكننا القول بأن الهدف العام من هذه الصفحات هو تقديم الذات الفردية بنكهة ثقافية واجتماعية، تسهم في التأكيد على الهوية الجماعية لأصحاب هذه الحسابات من أهل الصعيد، وتعمل على تعزيز الحس الجمعي لهم على تطبيق التيك توك بما يدعم قيامهم بعمليات استراتيجية من أجل التأثير الثقافي والحصول على التأكيد الاجتماعي Social Validation. ويتفق ذلك مع الافتراض الأساسي لنموذج «سايد» بأن الأفراد عن انغماسهم في الحس الجمعي يقومون بعمليات إيجابية للتعبير عن هويتهم الاجتماعية تعمل على تعزيزها والتأكيد عليها أمام الجماعات الأخرى.

2 - التوجه العام لمضمون الصفحات

أتى التوجه العام لمعظم الصفحات الخاضعة للتحليل ولقاطع الفيديو المنشورة عليها ذا طابع اجتماعي بشكل كبير، وذلك من خلال إبراز جوانب الحياة الاجتماعية للشخص صاحب الصفحة، وإظهار مجموعة من الأنشطة الاجتماعية المختلفة في إطار العمل والأسرة والمناسبات الاجتماعية. حيث استعرضت مقاطع الفيديو الصور الشخصية للأهل والأقارب والأصدقاء، وللتجمعات في إطار العمل أو الاحتفالات والمناسبات، والأنشطة الخاصة بالعمل والزراعة ورعاية الأرض وحيوانات المزرعة.

كما ركزت بعض مقاطع الفيديو على تقديم النصح والإرشاد في مجال العلاقات الاجتماعية والأسرية، بالإضافة إلى إبراز بعض القيم الاجتماعية الأساسية في مجتمع الصعيد مثل: الترابط الأسري، واحترام تقاليد العائلة، وبر الوالدين، وحسن معاملة الآخرين، وغيرها. وتم التعبير عن ذلك من خلال مقاطع فيديو يتحدث فيها صاحب الصفحة مباشرة للمتابعين، أو من خلال فيديوهات الجرافيك المتضمنة للقطات أو صور يصاحبها نص مكتوب على الشاشة ويبرز حكمة اجتماعية أو قول مأثور وهكذا. وفي نفس الإطار الاجتماعي كانت هناك بعض المقاطع التي تؤكد على قيم سلبية مثل: الحزن والأسى، وغدر الأصدقاء، وتقلب الزمان، وتغير الأحوال، وغيرها من المعاني التي تبرز في كثير من الأغاني الشعبية الواسعة الانتشار لدى أهل الصعيد.

وبالإضافة إلى الطابع الاجتماعي لمقاطع الفيديو المنشورة على الحسابات عينة الدراسة، كانت هناك بعض الجوانب الأخرى لطبيعة المضمون مثل الجانب الفني والترفيهي، والديني، والثقافي، والقومي العربي. حيث قدمت بعض الصفحات مجموعة متنوعة من الفيديوهات الترفيهية القائمة على التمثيل أو التقليد أو الرقص الشعبي بهدف تقديم التسلية والترفيه والإضحاك للمتابعين الآخرين، فيما اشتمل مضمون الصفحات أيضا على بعض المقاطع الدينية التي تبرز آيات قرآنية أو أحاديث نبوية أو أقوال مشايخ وعلماء بهدف الوعظ والإرشاد. كما برزت الفيديوهات ذات الطابع الثقافي الخالص التي أظهرت جوانب رئيسية من الثقافة المحلية الخاصة بأهل الصعيد مثل: الرقصات التقليدية والتحطيب، والعادات والتقاليد في المناسبات المختلفة، وجلسات الأحكام العرفية، والارتباط بالأرض الزراعية وحيوانات الماشية، وغيرها.

ويمكننا القول إن المحتوى المقدم على صفحات أهل الصعيد موضع الدراسة كان متسما بالتنوع إلى حد كبير، وإن كان الإطار العام لتقديمه هو الطابع الاجتماعي والثقافي، وقد امتد هذا الطابع الثقافي في بعض الأحيان ليشمل تقديم بعض القضايا المرتبطة بالإطار الثقافي العام لمجتمعاتنا العربية والإسلامية من خلال عرض ونشر بعض مقاطع الفيديو التي تبرز قيما وركائز دينية، أو تتحدث عن القومية العربية، أو تؤكد ضرورة اتحاد المسلمين في أقطار العالم، أو تبرز القضية الفلسطينية وتحريير الأقصى.

ويؤكد هذا التوجه الاجتماعي والثقافي العام للصفحات بتناهي الشعور الجمعي لدى أهل الصعيد عند استخدامهم لتطبيق التيك توك باعتباره منصة اجتماعية للتعبير عن الذات والتشبيك الاجتماعي، ويسهم ذلك في التأسيس لجانب مهم في الافتراضات الأساسية لنموذج «سايد»، والخاص بمدى تأثير عامل العنلية أو الإفصاح عن الهوية الشخصية Identifiability في مقابل الجهولية أو عدم الكشف عن الذات Anonymity على قيام الأفراد بعمليات رمزية ودلالية من أجل التعبير عن هويتهم الجماعية وخصائصهم الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي، وفي إطار المجتمعات الافتراضية على الإنترنت.

3 - الاستخدام الدلالي للخصائص اللغوية في تطبيق التيك توك

يقصد بالخصائص اللغوية هنا كافة عناصر التعبير المتاحة على صفحات المستخدمين على منصة التيك توك مثل: اسم الحساب، والتعليق تحت الاسم أو توصيف الصفحة، وصورة الحساب، والنصوص على الشاشة وأسفلها داخل مقاطع الفيديو، والهاشتاجات، والرموز التعبيرية (الإيموجي)، إلخ.

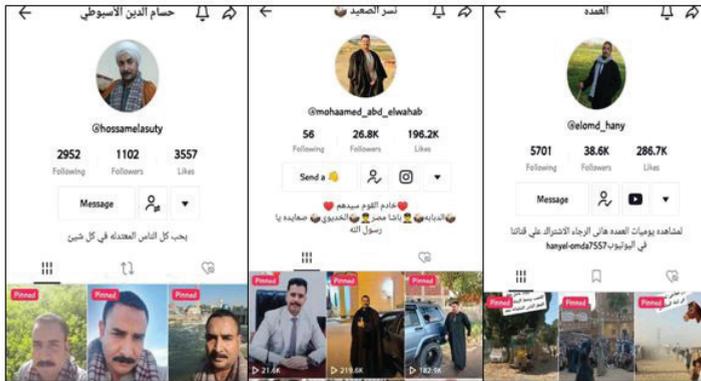
فيما يتعلق بالأسماء المختارة للحسابات عينة الدراسة فكانت في مجملها معبرة بشكل مباشر عن أسماء أصحاب الصفحات، فأنت في معظم الأحيان مكونة من الاسم الأول أو الكنية بالإضافة إلى لقب العائلة أو اسم المحافظة أو الإقليم بوجه عام، وهذا ما يتماشى مع الثقافة الصعيدية في الاعتزاز باسم ولقب العائلة والتباهي بالانتماء للمجتمع الصعيدية بشكل عام. كما لحق بالاسم في معظم الحسابات جملة أو عبارة لوصف الصفحة أو التعليق على مضمونها، وكانت هي الأخرى ذات طابع ثقافي واجتماعي يبرز جانب من جوانب هوية صاحب الصفحة. ويوضح الجدول التالي أسماء الحسابات العشرين التي خضعت للتحليل، والتعليق أو الوصف الوارد أسفل كل اسم في مقدمة كل صفحة على تطبيق التيك توك.

جدول رقم (12) أسماء وتوصيف حسابات أهل الصعيد على التيك توك

اسم الحساب	توصيف الحساب
أبو طلال	"صعيدي ومن قنا بالتحديد"
أبو صدام	"كنت أتمنى أعيش كما تريد نفسي ولكن عاشت نفسي كما تريد الدنيا"
أحمد السوهاجي العمدة	"سوهاجي وأفتخر: قالولي رافع راسك وعينك أوي ليه، قلت لهم هو ده طبع السوهاجية"
حسام الأسيوطي	"بحب كل الناس المعتدلة في كل شئ"
أسود الصعيد	لا يوجد
العمدة هاني	"لمشاهدة يوميات العمدة هاني الرجاء الاشتراك على قناتنا في اليوتيوب"
حبيشة الصعيد	"أشرف قنا"
مولانا العاشق	"إسلام ابن البليتا"
صعيدي يا بيه	لا يوجد
هاني زلزلال السوهاجي	"اسند حالك بحالك مش كل الناس سالكة لك"
وجودك حياة	"مفيش حد مرتاح كله عنده عذاب وجراح"
أبو الديبكي	لا يوجد
صعيدي وافتخر	لا يوجد
محمود أبو للمجد الجهي	لا يوجد
محمد فريد مهران	لا يوجد
كرم البديري	"أنا متفائل لأنني أستحي أن أحزن وأمرني في يد الله"
سمير الصعيد	لا يوجد
نسر الصعيد	"خادم القوم سيدهم: الدبابة، باشا مصر، الخديوي، صعيدة يا رسول الله"
BADR EL BADRY	"قبل الدخول صلي على الرسول"
ESLAM	"أنا رجل لا أنقص بدون أحد استوعبوا جيدا"

يتضح من الجدول السابق أن معظم أسماء وتوصيفات الحسابات كانت تحمل طابعا ثقافيا يعتد بالثقافة المحلية للمجتمع الصعيدي، أو يحمل طابعا دينيا، أو جانبا متعلقا بالقيم الاجتماعية الشائعة في الصعيد. كما جاءت أسماء الحسابات في معظمها باللغة العربية باستثناء حسابين فقط كتبت فيها الأسماء بالحروف الإنجليزية، ولكن توصيفاتها جاءت باللغة العربية وفي إطار التعبير الثقافي أيضا.

وبالنسبة لصورة الحساب جاءت جميعها لأصحاب الصفحات أنفسهم وبالزى الصعيدي التقليدي الكامل في أحيان كثيرة - الجلباب والعمامة وغطاء الكتف - وفي أحيان أخرى الجلباب فقط. وكانت الصور معبرة عن البيئة الصعيدية التقليدية، حيث تم تصويرها في الأرض الزراعية أو مكان العمل أو مع الأهل والأصدقاء. ويتبين من النماذج التالية طبيعة الصور التي استخدمها أهل الصعيد في مقدمة حساباتهم على التيك توك، بالإضافة إلى اسم الصفحة وتوصيفها.



شكل رقم (1) نماذج من حسابات أهل الصعيد على التيك توك

يتضح من النماذج السابقة كيفية استغلال أصحاب الصفحات للخصائص والإمكانات التعبيرية المختلفة لتطبيق التيك توك في تقديم أنفسهم للمستخدمين الآخرين، والتعبير عن جوانب من ثقافتهم المحلية بعناصرها ومفرداتها المختلفة من خلال استخدام الألفاظ والكلمات التي تعتد بالثقافة والانتماء لها، والالتزام بالزى التقليدي، وإبراز جوانب من الحياة اليومية في الفيديوهات التي تنصدر صفحاتهم وقاموا بتثبيتها لتظهر دائما في أعلى قائمة مقاطع الفيديو المنشورة على صفحاتهم.

كما استغل أهل الصعيد في العينة العناصر والخصائص اللغوية والدلالية الأخرى التي يتيحها التيك توك كالهاشتاج والنصوص في التعبير عن هويتهم الاجتماعية والثقافية، حيث وظف أصحاب الصفحات الخاضعة للتحليل الهاشتاجات بشكل استراتيجي ودلالي للتأكيد على هويتهم الثقافية، فنجد من الأمثلة على ذلك هاشتاجات مثل: # الصعيدي يكسب، # رجالة الصعيد، # أخلاقك تعكس تربيتك، # الصعايدة يا رسول الله، # إخواني الصعايدة، وغيرها. كما ظهرت بعض الهاشتاجات الثابتة على الصفحات وعلى معظم مقاطع الفيديو في بعض الصفحات بهدف تحقيق الانتشار والرواج على

التطبيق والتي تبرز أسماء محافظات الصعيد وأسماء بعض الدول العربية مثل: # المنيا، # أسيوط، # سوهاج، # مصر، # السعودية، # لبنان، # فلسطين، وهكذا.

وفيما يتعلق بالنصوص المكتوبة، فقد تنوعت ما بين النصوص المكتوبة وسط الشاشة كجزء من مقطع الفيديو، والنصوص المكتوبة أسفلها كتوصيف للمقطع أو توضيح فكرته وتأكيدا. وجاءت النصوص من النوعين في مجملها ذات طابع ثقافي يعكس القيم والعادات والأفكار التي يتسم بها مجتمع الصعيد، ومن الأمثلة على هذه النصوص: «الصعيدي واحد بس»، «أهل الصعيد إخواني»، «يا جبل ما يهزك ريح»، «الثقة بالله نجاح»، «أخلاقك تعكس تربيتك»، «إحنا الهيبة، ما عاش ولا كان اللي يحكم علينا»، «خليك كيف الصقر»، «قد تسرق الأنظار بمنظرك الجميل أما القلوب فلا يسرقها إلا الكلام الطيب»، «كلما ضاقت بيا الدنيا تمنيت أبي، فلا أمنيات توقفت ولا أبي عاد»، «أحسنوا العلاقات»، «إحنا الصعايدة فوق أي حد».

ويتضح من العرض السابق أن أهل الصعيد قد استغلوا كافة العناصر اللغوية التي توفرها منصة التيك توك من أجل التعبير عن أنفسهم، والكشف عن جوانب ومفردات تتعلق بصميم ثقافتهم المحلية الخاصة بما تشمله من عادات وقيم ومظاهر وممارسات، وهو ما يتوافق مع الطرح الذي قدمته العديد من الدراسات السابقة والتي أكدت على أن الإمكانيات والخصائص التعبيرية والدلالية التي توفرها المنصات الاجتماعية تسهم في تعزيز عملية تعبير المستخدمين عن أنفسهم وعن جوانب متعلقة بثقافتهم وهوياتهم الاجتماعية. كما يتسق ذلك مع الفكرة التي يؤكدتها نموذج «سايد» ومفادها أنه كلما توافرت في المجتمعات الافتراضية على الإنترنت إمكانيات للتعبير، كلما دفع ذلك الأفراد للكشف عن جوانب من هويتهم الاجتماعية.

4 - الجوانب الفنية في إنتاج المحتوى

تعددت الجوانب الفنية في إنتاج المحتوى المقدم على صفحات أهل الصعيد على التيك توك، خاصة وأن غالبية مقاطع الفيديوهات التي نشرها على صفحاتهم كانت من إعدادهم وإنتاجهم وليست منقولة عن صفحات أخرى أو معاد نشرها، مما يدل على اهتمام أصحاب الصفحات بتقديم ونشر محتوى خاص بهم يعبر عن أفكارهم وشخصياتهم وقيمهم الخاصة. وفي هذا الإطار، استغل أصحاب الصفحات محل الدراسة كافة القوالب الفنية المتاحة لتقديم المحتوى على التيك توك فيما يتعلق بجوانب الصورة، والصوت، والدمج بينهما، والعناصر الأخرى الإضافية كالجرافيك والمؤثرات البصرية والصوتية.

كانت غالبية الفيديوهات في قالب السلايد شو والفلوج، بما يدعم فكرة استخدام التطبيق من أجل التعبير عن الذات والكشف عن تفاصيل الحياة اليومية والاجتماعية لأصحاب الصفحات. وتم إنتاج معارض الصور في أشكال وقوالب فنية متنوعة مثل: الصور الثابتة المصاحبة لأغنيات شعبية، واللقطات السيلفي المصاحبة لموسيقى فلكلورية، ومعارض الصور المصاحبة لجرافيك أو مؤثرات بصرية وصوتية. كما ركزت فيديوهات الفلوج على توثيق واستعراض لقطات من الحياة اليومية في المنزل والعمل وأماكن التجمعات والمناسبات الاجتماعية مع الاعتماد على تعليق صوتي أو موسيقى خلفية.

كما برز أسلوب الحديث المباشر مع المتابعين في مقاطع فيديو يقوم فيها صاحب الصفحة بالتعليق على أحداث أو مواقف أو قضايا معينة محلية وإقليمية، أو يقدم من خلالها معلومات وخبرات في مجال ما كاستخدام التكنولوجيا والصحة العامة، أو يقوم بالنصح والإرشاد للمتابعين على صفحته في موضوعات دينية واجتماعية. وبالتالي يمكن القول بأن أهل الصعيد في الصفحات عينة الدراسة قد قاموا باستغلال مجموعة كبيرة من المفاتيح اللغوية سواء الشفهية أو غير الشفهية "Verbal & Non-verbal Cues"، وذلك من خلال التنوع في قوالب مقاطع الفيديو التي أنتجوها ونشروها على صفحاتهم، فقد وظفوا عناصر الصورة والصوت والجغرافيك والموسيقى والمؤثرات بما يعكس فهما وتطورا في استخدام منصات وتطبيقات التواصل الاجتماعي بهدف إيصال رسائل محددة للمتابعين الآخرين.

ونلاحظ الاستخدام المحدود لقوالب ذات شهرة واسعة على التيك توك مثل: فيديوهات التقليد والتمثيل ومحاكاة الغناء والتحديات، وربما يؤكد ذلك فكرة الاستخدام الثقافي للتطبيق من قبل أهل الصعيد، حيث لا تتماشى هذه القوالب مع ثقافة المجتمع الصعيدي التي تتسم بالرصانة والتحفظ والجدية.

5 - العناصر الثقافية المتضمنة في المحتوى

على الرغم من تأكيد نتائج التحليل الكمي في هذه الدراسة على أن الجانب الفردي والشخصي من الهوية كان هو الأبرز بنسبة تجاوزت (70%) من إجمالي الفيديوهات الخاضعة للتحليل، إلا أن المفردات والخصائص الثقافية للهوية كانت واضحة في العديد من الجوانب مثل: اللهجة المستخدمة في الحديث، والألفاظ والعبارات في النصوص المكتوبة، والموسيقى والأغاني المصاحبة لمقاطع الفيديو، والملابس، ومواقع التصوير، والقيم البارزة في المضمون.

وبالتالي تم التعبير عن الهوية الفردية والشخصية ولكن بنكهة ثقافية تبرز عناصر وخصائص الهوية الاجتماعية لأصحاب الصفحات من أهل الصعيد. فعلى سبيل المثال تم الظهور في غالبية الفيديوهات ومعارض الصور بالزي التقليدي لرجال الصعيد والمتمثل في الجلباب وغطاء الكتف وأحيانا غطاء الرأس أيضا، كما ظهر الاعتداد بالثقافة الصعيدية في لغة الحديث والتي التزمت باللهجة المحلية، وتم استخدام عبارات وألفاظ وتشبيهات ذات دلالة ثقافية في النصوص المكتوبة وسط الشاشة وأسفلها، ومن أمثلتها: «أسود الصعيد»، «رجال الصعيد»، «يا جبل ما يهزك ربح»، «خليك كيف الصقر»، وغيرها.

كما تم التركيز على مظاهر الحياة الاجتماعية والممارسات الثقافية المختلفة في الفيديوهات من نوعية الفلوج ومعارض الصور كتصوير الأعراس، والرقص التقليدي، وتجمعات الأصدقاء على المقاهي، والعمل في الأرض الزراعية، ورعاية الماشية، وتعليم الأبناء ومجالستهم في فناء المنزل، وغيرها من جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية في المجتمع الصعيدي. كما تم تصوير بعض الفعاليات الثقافية مثل: سباق الخيول في الصعيد، والأسواق الشعبية كسوق الأربعاء، ومسابقات التحطيب.

وفي العديد من مقاطع الفيديو تم إبراز بعض القيم الاجتماعية والثقافية بشكل مباشر أو غير مباشر مثل قيم: الكرم، والشجاعة، والعمل، والترابط الأسري، وحسن المعاملة، والارتباط بالأرض، وغيرها.

كما تم استخدام الموسيقى التراثية والفلكلورية والأغاني الشعبية بشكل واسع في مقاطع الفيديو المختلفة، سواء كخلفية صوتية للحديث أو التعليق من جانب صاحب الصفحة، أو لتكون مصاحبة لمقاطع الفيديو التي تعرض صوراً شخصية أو لقطات توثق الحياة الاجتماعية والممارسات الثقافية.

ويمكن القول بأن استخدام العناصر الثقافية في صفحات التيك توك التابعة لأهل الصعيد يتم بشكل استراتيجي وممنهج من أجل التعبير عن الهوية المتفردة لهذه الفئة من المجتمع المصري. وقد قام أصحاب الصفحات موضع الدراسة في هذا الإطار بعدد من العمليات التي تسهم في بناء وتشكيل وتعزيز هوية اجتماعية افتراضية خاصة بهم على المنصة الاجتماعية، مثل: تمييز الجماعة الاجتماعية Social Group Distinctiveness، والتصنيف الاجتماعي للذات Social Self-categorization، والالتزام بقواعد المجموعة Conformity to Group Norms، وتأكيد الهوية الاجتماعية Validation of Social Identity. ويتمشى ذلك مع الافتراضات الأساسية التي يتمحور حولها نموذج «الهوية الاجتماعية لتأثيرات التماهي في الجماعة»، والتي تؤكد على استخدام أنماط الاتصال الحديثة على الإنترنت في إبراز جوانب من الهوية الاجتماعية والثقافية للجماعة التي ينتمي إليها المستخدمون، والتأكيد عليها، والتعبير عنها، والترويج لها، ومقارنة المجموعة الاجتماعية بغيرها من الجماعات الأخرى، خاصة إذا ما توافرت الظروف السياقية المناسبة والتي تدعم شعور المستخدمين بالحس الجمعي والانغماس في المجموعة.

ثالثاً: نتائج الملاحظة بالمشاركة

1 - معدلات وتوقيتات ومواقع البث الحي

يقوم أصحاب الصفحات الخاضعة للتحليل من أهل الصعيد ببث فيديوهات لايف بصفة يومية تقريباً من أجل التواصل مع متابعيهم وجلب المزيد من المتابعين الآخرين، وفي أحيان قليلة يقومون بالإعلان عن مواعيد بث اللايف في مقاطع منشورة أو من خلال جلسات اللايفات نفسها. وقام بعضهم ببث فيديوهات حية أكثر من مرة خلال اليوم الواحد وعلى فترات متفرقة ومن مواقع مختلفة كالعامل والمنزل والمقهى وغيرها.

في معظم الأحيان تكون توقيتات البث الحي في الفترة المسائية أو حتى أثناء الليل، وقد تمتد إلى وقت متأخر من الليل وحتى الصباح الباكر. بالطبع كان هناك تفاوت بين معدلات البث الحي ومدة كل بث فيما بين الصفحات والحسابات موضع الدراسة، ولكن الملاحظة العامة والمشاركة بين معظم الصفحات أن البث الحي كان من بين الأنشطة الأساسية التي يحرص أصحاب الصفحات على القيام بها بشكل منتظم ودوري وتستمر لفترات طويلة أثناء اليوم.

وبالنسبة لمواقع تصوير البث الحي، فتنوعت ما بين أماكن العمل كالحقول والمزارع، والمحلات، ومواقع البناء، والمنزل أو ساحة المنزل مع الأبناء أو الأصدقاء أو الأقارب، أو حتى في المقاهي وفي مجالس السمر والتجمعات أمام البيوت. وقد تتم لقاءات البث المباشر أثناء قيام صاحب الصفحة بنشاط ما في المنزل أو مكان العمل بحيث يتحقق عنصر المشاركة مع المتابعين للايف ويتم طرح موضوعات للحديث تتعلق بالنشاط الذي يقوم به صاحب الصفحة.

كانت السمة الغالبة فيما يتعلق بمعدلات وتوقيتات ومدة ومواقع تصوير البث الحي هي رغبة أصحاب الصفحات في التواجد على الشبكة بشكل مستمر من أجل التواصل مع المتابعين والمستخدمين الآخرين، ومشاركتهم جوانب من حياتهم الشخصية والمهنية والاجتماعية. ظهر ذلك جليا من الحرص على القيام بالبث بشكل يومي تقريبا، ولفترات تزيد في الغالب عن الساعة وقد تستمر في بعض الأحيان لساعات عدة متصلة أو متقطعة على مدار اليوم الواحد، يصحب فيها القائم بالبث المتابعين في مختلف جوانب حياته اليومية بتفاصيلها المختلفة. وقد ظهر الحرص الدائم على الظهور بشكل مباشر أمام المتابعين لفترات طويلة أثناء اليوم ومن مواقع متفرقة لدى صفحات أهل الصعيد المغتربين للعمل في دول الخليج، وذلك من أجل مد جسور التواصل مع أبناء الوطن، والإحساس بالارتباط الاجتماعي Social Connection بالجماعة الاجتماعية والثقافة التي ينتمون إليها، وهو ما أكدت عليه نتائج الدراسات السابقة حول دوافع استخدام المغتربين لمواقع ومنصات التواصل الاجتماعي.

وربما يمكن تفسير هذا الاستخدام المفرط لخاصية البث الحي - التي يتميز بها تطبيق التيك توك مقارنة بالمنصات الأخرى - بأن أهل الصعيد قد شعروا بوجود ساحة متاحة للتعبير عن أنفسهم بشكل حقيقي ومباشر وفعال، وأنه يمكن لأصواتهم أن تسمع وأن يحتلوا مساحات كبيرة من المحتوى الاتصالي المتاح أمام أعداد كبيرة من المستهلكين، خاصة وأن الثقافات الفرعية والمجتمعات المحلية عادة ما تعاني من التهميش وقلة أو سوء التمثيل في المضمون المقدم في وسائل الإعلام التقليدية.

كما يؤكد هذا الاستخدام المكثف لإمكانية البث الحي والمباشر أن أهل الصعيد يمارسون استراتيجيات معرفية Cognitive Strategies من أجل التعبير عن أنفسهم - باعتبارهم فئة عانت من التهميش الإعلامي - من خلال استغلال الإمكانيات الاتصالية والتفاعلية المتاحة على تطبيق التيك توك، وهو ما يشير إليه نموذج «سايد» عند الحديث عن التأثيرات المعرفية لمنصات التواصل الاجتماعي والمجتمعات الافتراضية في مجال دفع الجماعات الاجتماعية للتعبير عن أنفسهم وعن أبعاد هويتهم الجماعية أمام المستخدمين الآخرين.

2 - الهدف من البث الحي

كان الهدف الأساسي المصرح به في أحيان كثيرة على لسان أصحاب اللإيفات هو تمضية وقت الفراغ والتسلية، وتحقيق التواصل الاجتماعي مع المتابعين بعد يوم عمل طويل. وتبين أيضا من خلال المشاركة في فيديوهات اللإيف التي قام بها أصحاب الصفحات عينة الدراسة أن الهدف منها هو التواصل مع المستخدمين الآخرين ولكن ليس بهدف تمضية وقت الفراغ والتسلية فقط، بل من أجل جلب مزيد من المتابعين للصحفة والتفاعل من جانبهم عن طريق التعليقات والإعجابات وإعادة النشر. وقد ظهر ذلك جليا من خلال الدعوات المباشرة من جانب أصحاب الصفحات للمشاركين في اللإيف بالتفاعل والتعليق والمتابعة أو «التكبيس» على الشاشة من أجل تحقيق رواج أكثر لفيديو اللإيف، ودخول المزيد من المشاركين، وتضخيم قاعدة المتابعين، وبالتالي زيادة فرص الحصول على دعم مادي من خلال الهدايا التي يرسلها المشاركون في اللإيف وتحصيلها من خلال التطبيق في وقت لاحق.

وتعد ظاهرة «التكبيس» على فيديوهات اللايف ثقافة رائجة ومرتسخة على تطبيق التيك توك لأنها تعتبر الوسيلة الأسرع والأفضل للحصول على قاعدة أكبر من المتابعين بهدف تعظيم الانتشار الفردي سواء من أجل التأثير على أفكار الآخرين والتعبير عن آراء أصحاب الصفحات، أو بهدف زيادة فرص الحصول على «هدايا» من المتابعين خلال اللايف يتم ترجمتها إلى عائد مادي يحصل عليه صاحب الصفحة.

وفي إطار العمل على اتساع رقعة وصول اللايف لمستخدمين آخرين، قام أصحاب الصفحات في عينة الدراسة بالعديد من الاستراتيجيات الاتصالية والتفاعلية مثل:

- الدخول في تحديات ومسابقات مع مستخدمين آخرين في جلسات لايف، وطلب الدعم والتكبيس من المتابعين من أجل التغلب على المستخدم الآخر المشارك في التحدي،
- دعوة المتابعين للدخول في اللايف بحيث تكون جلسة اللايف جماعية أو مشتركة بالصوت والصورة بحيث يظهر جميع المشاركين على الشاشة أثناء اللايف أو من خلال ظهور صوت المشاركين فقط مصاحباً لظهور صاحب البث على الشاشة،
- الحديث في أمور مثيرة للجدل في المجال الديني والسياسي والاجتماعي، أو موضوعات حساسة كالعلاقات الرومانسية والخيانة الزوجية والتعارف عبر الإنترنت،
- نقل مشاهد حية من أحداث ومناسبات اجتماعية كالأفراح والشوادر وتجمعات الأصدقاء، وغيرها من المظاهر والممارسات الثقافية التي تمثل مادة شيقة للمتابعين،
- استخدام بعض الألفاظ باللهجة الخليجية مثل: «كفو كفو» و «أرحبو» بشكل مفرط ومنتشر جداً من أجل جلب الدعم بالهدايا من المتابعين من أهل الخليج العربي،
- كتابة نصوص أسفل الشاشة تحمل دعوة صريحة ومباشرة من أجل المتابعة والتكبيس ونشر اللايف، مثل: «كبسوا وعلوا اللايف»، «كبسوا وصلوا على شفيعكم يوم القيامة»، «هلا وغلا، ارحبوا»، «شير في الخير».

ومن جهة أخرى، أتت بعض فيديوهات اللايف لتقدم معلومات وآراء الشخص صاحب البث في موضوعات ذات طابع اجتماعي أو ديني، بهدف تقديم المعلومة أو النصح والإرشاد أو فتح مجالات للنقاش والحديث والتفاعل مع المتابعين والمشاركين في اللايف.

يبقى هنا أن نؤكد على أن السمة الغالبة على فيديوهات اللايف بغض النظر عن الهدف منها، هو حرص القائمين بالبث على تحقيق التفاعل والتواصل مع المتابعين والمشاركين في اللايف من خلال الردود على تعليقات المتابعين التي تظهر أمامهم على الشاشة، ودعوتهم إلى المتابعة والمشاركة الدائمة في فيديوهات البث اللاحقة.

3 - طبيعة محتوى البث والعناصر البصرية والصوتية المستخدمة فيه

أتت معظم فيديوهات اللايف في صورة محادثات حوارية مع المتابعين، ففي البداية يعرض صاحب اللايف نشاطا ما يقوم به، أو يطرح موضوعا للنقاش، أو يعلق على موقف أو حدث ما، ثم ينتقل إلى قراءة التعليقات التي يكتبها المتابعون على الشاشة، ويقوم بالرد عليها، ويشجعهم على مزيد من التفاعل والمشاركة في البث. وكان البعض يدعو المتابعين النشطين في اللايف إلى الدخول كمشاركين في البث بالصوت والصورة أو بالصوت فقط ليتحول البث إلى جلسة حوارية بشكل حي ومباشر أمام المستخدمين الآخرين والمتابعين.

وكانت طبيعة موضوعات اللايفات المباشرة في مجملها تتمحور حول أمور ومواقف حياتية يمر بها صاحب الصفحة خلال يومه في المنزل أو العمل أو مع الأصدقاء والأهل، وكان البعض يتطرق إلى موضوعات اجتماعية وأخلاقية مثل: بر الوالدين وصلة الأرحام، وظروف ومصاعب العمل، والاعتراب والسفر، وانعدام الضمير وعدم الاحترام، وغيرها من الموضوعات التي تشجع المتابعين للبث على التفاعل والمشاركة.

كما كانت هناك مجموعة كبيرة من اللايفات تعتمد على الدخول في تحديات ومسابقات مع مستخدمين آخرين يشاركون في اللايف بالصوت والصورة، ويقتصر مضمون اللايف في هذه الحالة على عرض تفاصيل التحدي، ويكون في الغالب عبارة عن سباق لجلب مزيد من مرات التكبيس من جانب المتابعين للبث أو الحصول على هدايا منهم تسهم في زيادة انتشار وظهور البث، وتترجم أيضا إلى عائدات مادية تدخل في حساب أصحاب اللايف.

وكانت هناك مجموعة من فيديوهات اللايف تعتمد فقط على ظهور صاحب البث على الشاشة صامتا ومنتظرا دخول متابعين أكثر، وعند دخول كل متابع جديد يقوم بالترحيب به، ويصاحب ذلك تشغيل قائمة أغاني يختارها صاحب البث من أجل الاستماع لها مع المتابعين والمشاركين في اللايف. وفي أحيان أخرى كان صاحب البث لا يظهر أمام الشاشة، ولكنه يسلط الكاميرا على مشهد من مكان العمل أو على منظر طبيعي كالأرض الزراعية أو يستخدم صورة شخصية ثابتة أو صور لحيوانات أو مناظر طبيعية أو آيات قرآنية، ويصاحب ذلك صوت الأغاني أو حديث صاحب اللايف للمتابعين.

واعتمدت مجموعة أخرى من اللايفات، وخاصة التي يقوم بها المغتربون من أهل الصعيد في دول الخليج، على مشاركة الأصدقاء من أرض الوطن في جلسات البث الحي، بحيث يكون اللايف عبارة عن تجمع افتراضي للأصدقاء يتمحور حول الضحك والتسلية والتسامر والحديث عن الذكريات والمواقف الطريفة، ويمثل فرصة لمد جسور التواصل مع أهل الوطن. وبنفس الأسلوب أيضا أتت بعض اللايفات لتجمع بين الأصدقاء المغتربين أيضا للحديث عن هموم العمل والغربة أو التسلية وتمضية الوقت عقب يوم طويل من العمل أو أثناء أيام الإجازات.

وأبرزت بعض اللايفات مظاهر من الحياة الاجتماعية والأسرية الخاصة بصاحب البث، مثل تصوير الأطفال في المنزل، أو التصوير أثناء رعاية الماشية في ساحة المنزل، أو أثناء إعداد المغتربين للطعام في مطابخ منازلهم، أو عرض مظاهر الاحتفالات في المناسبات السعيدة كالأعراس.

ويمكننا القول هنا بأن أهل الصعيد عند إجرائهم للفيديوهات الحية على التيك توك يقومون بتقديم محتوى متنوع في حيث الشكل والمضمون، وأنهم يستفيدون من العناصر المرئية والصوتية المختلفة التي يتيحها تطبيق التيك توك فيما يتعلق بخاصية البث المباشر. وذلك يؤكد على اهتمام وحرص أهل الصعيد أصحاب الصفحات الخاضعة للتحليل على فهم وتطبيق واستغلال كافة الإمكانيات والفرص التعبيرية والتفاعلية التي تتيحها المنصة الاجتماعية من أجل التعبير عن أنفسهم والتواصل مع الآخرين.

4 - أبعاد التعبير عن الهوية الاجتماعية في البث الحي

على الرغم من تركيز أهداف فيديوهات البث الحي في الصفحات عينة الدراسة على التواصل مع المستخدمين الآخرين وجلب المزيد من المتابعين والداعمين، إلا أن مظاهر التعبير عن الهوية الاجتماعية والثقافية لأصحاب البث من أهل الصعيد كانت متعددة ومتنوعة في عدة جوانب من البث كأسلوب ولهجة الحديث، ومواقع التصوير، والصور المستخدمة، ومقاطع الموسيقى والأغنيات، والنصوص المكتوبة على الشاشة، والهاشتاجات، وغيرها.

وفي هذا الإطار، ظهرت العديد من الممارسات التي تبرز التزام أهل الصعيد على التيك توك بمجموعة من القيم التقليدية خلال جلسات البث الحي، مثل: الأسلوب المتحفظ في الحديث، واحترام وتقدير المشاركات من المتابعات الإناث، وعدم السماح بوجود ألفاظ أو عبارات غير ملائمة في التعليقات، والترحيب الحار بالمشاركين الجدد، وغيرها. ولاحظ الباحث وجود حالات نادرة فقط تبرز فيها مخالفة القيم المحافظة التي يتسم بها مجتمع الصعيد، مثل قيام البعض بالسخرية من تعليقات بعض المتابعين أو الرد عليها بأسلوب غير لائق.

وأنت معظم العناصر الصوتية المستخدمة في الفيديوهات الحية ذات طابع ثقافي وتراثي، حيث تم استخدام موسيقى فلكلورية أو أغاني شعبية في خلفية كثير من فيديوهات اللايف، كما التزم أصحاب البث بالحديث بلهجتهم المحلية خلال اللايف وأثناء تفاعلهم مع تعليقات المتابعين أو حواراتهم مع المشاركين. كما عبرت العناصر المرئية أيضا عن أبعاد الهوية الثقافية لأصحاب البث، فدائما كانت تظهر لقطات للأراضي الزراعية والحقول، أو للاحتفالات التقليدية، أو للماشية والخيول وحيوانات المزرعة. كما تم استخدام صور ثابتة يظهر فيها صاحب البث بالزي الصعيدي التقليدي، أو تظهر فيها حيوانات كالأسد والحصان لما لهما من دلالات ثقافية توحى بالقوة والشجاعة والفروسية، أو صور معدة بالجرافيك ومكتوب عليها نصوص دينية أو أقوال مأثورة.

وفي نفس السياق أيضا، كانت النصوص المكتوبة على الشاشة أسفل البث والهاشتاجات المستخدمة ذات طابع ثقافي ودلالي في معظمها، كما أتى بعضها متضمنا لقيم اجتماعية وأخلاقية. ومن الأمثلة على هذه العناصر اللغوية المكتوبة: «لا سيادة في وجود القيادة»، «اللي يراضي أمه ربنا يراضيه ويحبب حصى الأرض فيه»، «كل واحد ليه قانونه والبلينا مركز الرجال»، «#الصاحب سند الشدة»، «#الصعيدة وصلوا»، «#الصعيدي»، «#ابن الصعيد».

الخلاصة ومناقشة النتائج:

تمثل هذه الدراسة محاولة للكشف عن طبيعة الوجود الافتراضي لأهل الصعيد على تطبيق التيك توك باعتباره منصة اجتماعية ذات معدل نمو واسع ومطرد، ويجمع بين مميزات إنتاج ونشر وتداول المحتوى من جهة، والتشبيك والتواصل الاجتماعي من جهة أخرى. ويتمحور تركيز الجهد التحليلي لهذه الدراسة على رصد أبعاد وخصائص استخدام التيك توك من أجل التعبير عن جوانب ومفردات خاصة بالثقافة المحلية المتفردة التي يتسم بها مجتمع صعيد مصر. وبالتالي تنتهي هذه الدراسة إلى الاتجاه البحثي الذي يهتم بتحليل وتفسير استراتيجيات بناء وتشكيل الهوية الاجتماعية والثقافية، والتعبير عنها على شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي باعتبار أن هذه الاستراتيجيات تمثل جزءاً من عملية تقديم الذات Self-presentation التي يقوم بها المستخدمون على هذه التطبيقات الاتصالية والتفاعلية الحديثة.

انطلاقاً مما سبق وبهدف تحقيق الهدف الرئيسي لإجراء هذه الدراسة، تمت الاستعانة بمنهج تحليلي متكامل يجمع بين عدد من الأدوات الكمية والكيفية من أجل تقديم رؤية تحليلية أكثر عمقا وشمولاً لطبيعة وتوجهات وأهداف استخدام عينة من أهل الصعيد لتطبيق التوك توك من منظور اجتماعي وثقافي، وبما يتماشى مع الأفكار والافتراضات الأساسية التي طرحها نموذج «سايد»، وهو النموذج المستند إلى نظرية الهوية الاجتماعية في تفسير تأثيرات تماهي الأفراد في أنشطة جماعية. على اعتبار أنه يمثل أحد المداخل النظرية الحديثة في رصد وتحليل وتفسير العمليات الاتصالية والتعبيرية والتفاعلية التي تتم عبر مواقع ومنصات وتطبيقات التواصل الاجتماعي وإنتاج المحتوى على الإنترنت.

وبعد القيام بتحليل 400 مقطع فيديو تم نشرها على 20 صفحة تابعة لمواطنين من مجتمع الصعيد، بالإضافة إلى الدراسة الكيفية باستخدام أداة تحليل الخطاب متعدد الوسائط لهذه المقاطع والصفحات، والملاحظة بالمشاركة في 60 ساعة من البث الحي قام بها أصحاب هذه الصفحات، جاءت أهم نتائج هذه الدراسة كما يلي:

- التنوع في توجهات وطبيعة المضمون الذي ينتجه وينشره أهل الصعيد على التيك توك ما بين الطابع الثقافي والاجتماعي والترفيهي والذني والديني.
- بروز العناصر الثقافية في المحتوى من خلال اختيار مواقع التصوير، والموضوعات المقدمة، واللغة المستخدمة، والتزام الزي التقليدي، واستغلال مكونات الهوية كالتراث والفلكلور والفن الشعبي.
- تميز المحتوى بالأصالة وعدم التقليد والتفرد من خلال التركيز على توثيق الحياة اليومية، وإبراز القيم والموروثات الشعبية.
- استغلال أصحاب الصفحات عينة الدراسة لكافة الإمكانيات التعبيرية والدلالية التي يوفرها التطبيق في إيصال الرسالة المطلوبة، واستخدام النصوص والهاشتاجات والرموز بشكل ثقافي موظف.
- رغم اتضاح أن معظم الصفحات هدفها تحقيق الانتشار الفردي وجذب مزيد من المتابعين، إلا أن العناصر والقيم والمكونات الثقافية بارزة في معظم أشكال وقوالب المحتوى.

- تهدف لقاءات البث المباشر (اللايف) في معظمها إلى جلب مزيد من المتابعين من خلال تقديم محتوى ملفت أو الحديث في موضوعات جذابة أو الدخول في تحديات.
- من أكثر دوافع اللايفات بروزاً: تحقيق التواصل الاجتماعي، والشعور بالحس الجمعي، وتمضية وقت الفراغ والترفيه بعد يوم عمل مرهق.
- تفتقر لقاءات البث المباشر في غالبيتها إلى الموضوعات الجادة، وتميل أكثر إلى استغلال الجوانب الشكلية لجذب المتابعين.
- يبرز في البث المباشر عدد من المكونات الثقافية كأسلوب الحديث ولهجه ونبرته، والموسيقى والأغاني، والصور، والنصوص المستخدمة.
- تتحقق العديد من العمليات الخاصة بتشكيل وتعزيز الهوية الاجتماعية والتعبير عنها في استخدام أهل الصعيد للتيك توك ومنها: التأكيد على الهوية الثقافية، والشعور بالتميز الاجتماعي، والتصنيف الثقافي للذات.
- وعلى الرغم من أن نتائج التحليل الكمي أظهرت أن مقاطع الفيديو التي تعبر بشكل مباشر عن الجانب الفردي والشخصي من الهوية كانت هي الغالبة على محتوى الصفحات عينة الدراسة، إلا أن العناصر الثقافية والاجتماعية للهوية كانت متضمنة بشكل أو بآخر في المضمون المنشور على الصفحات، وفي العناصر اللغوية للحساب نفسه مثل النصوص والهاشتاجات وغيرها، بما يدعم فكرة أن الهوية الافتراضية أو الرقمية هي في مجملها هوية هجينة ومرنة ومتعددة الجوانب والأبعاد والأوجه، وهو ما أكدت عليه نتائج العديد من البحوث السابقة سواء العربية منها أو الأجنبية.
- كما تؤكد تلك الأبعاد الثقافية والاجتماعية والتي تم التعبير عنها على حسابات أهل الصعيد على الافتراض الأساسي لنموذج «سايد»، والذي يشير إلى أن الأفراد - في ظل انخراطهم في أنشطة للتعبير عن النفس على المنصات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية - يقومون بالكشف عن جوانب خاصة بهويتهم الاجتماعية والثقافية، ويستغلون الإمكانيات التعبيرية والدلالية لهذه المنصات في بناء وتشكيل ونشر هوية افتراضية خاصة بهم أمام المستخدمين الآخرين. وفي هذا الإطار، نجد أن مستخدمي التيك توك من أهل الصعيد قد نجحوا في الاستفادة من مختلف السمات الشكلية والموضوعية، والعناصر اللغوية والدلالية، والمفردات والرموز التعبيرية التي يوفرها التيك توك من أجل التعبير عن ذاتهم الفردية والاجتماعية والثقافية بشكل فعال على الشبكة الاجتماعية. كما أنهم قد قاموا من خلال إنتاج ونشر وتداول المحتوى، والتواصل والتفاعل مع المستخدمين الآخرين بعدد من العمليات الاجتماعية الخاصة بتأكيد وتعزيز الهوية الثقافية الخاصة بهم، مثل: المقارنات الضمنية مع الجماعات الثقافية الأخرى، وإبراز تميز وتفرد وأصالة ثقافتهم المحلية، والحصول على التعزيز الاجتماعي من جانب أقرانهم المنتمين للثقافة نفسها.

وبالرغم من التباين بين الحسابات الخاضعة للتحليل من حيث الأعمار السنوية لأصحاب هذه الحسابات، وأماكن إقامتهم داخل أو خارج مصر، ومحافظة ومدن الصعيد التي ينتمون إليها، إلا أنها قد حملت جميعها طابعا ثقافيا مميزا يجمع ما بين ثوابت وقيم الثقافة التقليدية المحلية من جهة، والمواكبة والمعاصرة لطرق وأساليب التعبير عن الذات على المنصات الرقمية من جهة أخرى. وفي هذا السياق نجد قدرا طفيفا من الاختلاف بين الحسابات الخاضعة للتحليل فيما يتصل بمدى وكيفية التعبير عن القيم الثقافية والاجتماعية الأصيلة الخاصة بمجتمع الصعيد، فعلى سبيل المثال كانت الجوانب والأبعاد الثقافية واضحة ومحورية في محتوى صفحات المستخدمين الأكبر سنا مقارنة بمضمون الحسابات التابعة لشباب أصغر في العمر، والذين مالوا بشكل أكبر لإبراز مظاهر التحضر والتمدين والوجاهة الاجتماعية. كما تم استغلال لقاءات البث الحي بشكل يؤكد على الهوية الاجتماعية والارتباط بالثقافة المحلية بشكل أكثر تركيزا لدى المستخدمين المغتربين في دول الخليج مقارنة بالمواطنين المقيمين في محافظات الصعيد نفسها.

وإجمالاً تؤكد نتائج هذه الدراسة على فعالية التأثيرات الاستراتيجية والمعرفية للانخراط في المجتمعات الافتراضية على الإنترنت والتي طرحها نموذج «الهوية الاجتماعية لتأثير التماهي في الجماعة»، حيث استفاد أهل الصعيد في عينة الدراسة من الإمكانيات والخصائص التي يقدمها التيك توك App Af-fordances، واستغل بيئة الاتصال التفاعلي التي يوفرها التطبيق وتعتبر بمثابة «الأعراف الاجتماعية السياقية» Situational Social Norms كما ذكرها النموذج، من أجل تعظيم فرص التعبير عن الأبعاد الاجتماعية والثقافية من هويتهم، والتي تمثل كما أسماها النموذج «الأعراف الاجتماعية العامة» أو General Social Norms.

حدود الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على عينة عمدية متاحة من الصفحات تتوفر فيها بعض الخصائص التي حددها الباحث مسبقا، وذلك نظرا لصعوبة وضع إطار دقيق ومنتظم لسحب عينة عشوائية من المحتوى الرقمي بشكل عام ومن مقاطع الفيديو ولقاءات البث الحي على التيك توك بشكل خاص، ومن هنا جاءت النتائج غير ممثلة لمجتمع البحث ولا يمكن تعميمها عليه.

كما تحددت فترة التحليل في شهر واحد فقط بما لا يسمح بشكل كافي برصد التغيرات في الاستراتيجيات الاتصالية وطرق التعبير عن الذات على الصفحات محل الدراسة على مدى زمني أطول.

واقترنت الدراسة على بحث وتفسير أبعاد ومظاهر الحضور الافتراضي لأهل الصعيد على التيك توك بناء على المؤشرات التي تم استنتاجها والتوصل إليها من خلال عمليات تحليل المحتوى بشكل كمي وكيفي دون التطرق إلى إجراء مقابلات فعلية مع أصحاب الصفحات ومنتجاتي المحتوى من أجل الرصد الدقيق لأهدافهم ودوافعهم من استخدام التطبيق، والكشف عن استراتيجياتهم المنهجية للتعبير عن الذات والهوية.

التوصيات والمقترحات البحثية:

بناء على ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج ومؤشرات فيما يتعلق باستخدام أهل الصعيد لمنصة التيك توك باعتبارها منصة اجتماعية للتواصل ونشر وتداول المحتوى، يقدم الباحث مجموعة من التوصيات للجهات المعنية في مجال الإعلام والسياسات العامة، بالإضافة إلى مجموعة أخرى من المقترحات للباحثين والجهات المعنية بالبحث العلمي والأكاديمي عند إجراء البحوث المستقبلية في مجال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الاتصالية الحديثة في التعبير عن الهوية بأبعادها المختلفة.

أولاً: التوصيات

- ضرورة الاهتمام بنشر ثقافة الاستخدام الرشيد لمواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الاجتماعية من خلال دعم برامج تعليم مهارات التربية الإعلامية والنقد الإعلامي على المستوى الدراسي أو عن طريق حملات التوعية بأشكالها المختلفة وجهود التنشئة الاجتماعية والسياسية.
- ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية الوطنية بالتمثيل العادل وغير النمطي للفئات الاجتماعية المهمشة بكافة أشكالها، وإبراز جوانب تفرد الثقافات المحلية المتنوعة في مصر.
- ضرورة تشجيع مختلف الجماعات والفئات الاجتماعية في مصر على التعبير المنظم والمتوازن عن أنفسهم وآمالهم ومخاوفهم واحتياجاتهم بما يحقق مبدأ الدمج الاجتماعي، ويضمن توفر السلام والأمن المجتمعيين.
- ضرورة إجراء دراسة قومية موسعة لرصد وتحليل طبيعة وتوجهات وأهداف استخدام أهل الصعيد وغيرهم من الفئات الاجتماعية من أصحاب الثقافات الفرعية لمواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الذات والهوية الاجتماعية والثقافية.

ثانياً: المقترحات البحثية

- إجراء بحوث متكاملة تجمع بين الشقين التحليلي والميداني عند دراسة استراتيجيات التعبير عن الذات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحليل مضمون صفحات وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة المحتوى الذي ينتجه المستخدمون خلال فترات الأزمات أو عند وقوع أحداث كبيرة ومحورية تشغل حيز من تفكير معظم أفراد المجتمع أو تستدعي قيامهم بردود أفعال معينة.
- إجراء بحوث جمهور في إطار الدراسات الثقافية، أو ما يعرف ببحوث استقبال وتلقي المحتوى الإعلامي Reception Analysis لرصد معدلات قبول أفراد المجتمع لطرق وأساليب تعبير أقرانهم من نفس المجتمعات المحلية عن الهوية الجماعية.

- إجراء بحوث بينية ذات توجه إثنوجرافي تجمع ما بين تخصصات علمية مختلفة بما يسهم في توفر ثراء وشمولاً أكبر لتناول مظاهر التعبير الثقافي على المنصات الاجتماعية على الإنترنت.
- ضرورة استخدام نماذج نظرية حديثة وأساليب منهجية متطورة لدراسة العمليات الاتصالية والتفاعلية والتشاركية المتنوعة على منصات التواصل الاجتماعي.

هوامش الدراسة:

أولاً: الأجنبية

- Arianto, A. (2024). University students' self-presentation on Tiktok in the context of group communication. **Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)**, 8(1), 151-162.
- Backlinko team. (2024, July 01). TikTok statistics you need to know. **Backlinko**. <http://www.backlinko.com/TikTok-users>.
- Bouvier, G. (2012). How Facebook users select identity categories for self-presentation. **Journal of Multicultural Discourses**, 7(1), 37-57.
- Ceci, L. (2023, November 29). Number of global TikTok users 2025. **Statista**. <http://www.statista.com/statistics/1327116/number-of-global-tiktok-users/>
- Chen, L. (2023). Exploring the Impact of Short Videos on Society and Culture: An Analysis of Social Dynamics and Cultural Expression. **Pacific International Journal**, 6(3), 115-118.
- Chen, Y., Tian, H., & Chang, J. (2021). Chinese first, woman second: Social media and the cultural identity of female immigrants. **Asian Journal of Women's Studies**, 27, 22 - 45.
- Condemayta Soto, P., Bauwens, J., & Smets, K. (2023). Cultural Identity Performances on Social Media: A Study of Bolivian Students. **Journalism and Media**, 4(1), 304-321.
- Darvin, R. (2022). Design, resistance, and the performance of identity on TikTok. **Discourse, Context & Media**, 46, 100591.
- Eryc, E. (2022). The Impact of Tik-Tok Use on Self-Expression by Generation-Z Users. **JISAMAR (Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting, And Research)**, 6(4), 921-927.
- Farrukh, F., Haidar, S., & Shehzad, W. (2021). Digital media and identity construction: Exploring the discourse of Pakistani vloggers. **Studies in Ethnicity and Nationalism**, 21(2), 126-140.
- Guegan, J., Moliner, P., & Milland, L. (2016). Social asymmetries and anonymity in dyadic computer-mediated communication. **Swiss Journal of Psychology**, 75, 15-23. doi:10.1024/1421-0185/a000167
- Hernández-Serrano, M. J., Jones, B., Renés-Arellano, P., & Campos Ortuño, R. A. (2022). Analysis of Digital Self-Presentation Practices and Profiles of Spanish Adolescents on Instagram and TikTok. **Journal of New Approaches in Educational Research**, 11(1), 49-63.
- Karpova, K., & Borymska, O. (2022). My cyber self: identity presentation on TikTok. *Theory Into Practice*, doi: 10.17721/apultp.2022.44.118-129
- Kirwan, G., Connolly, I., Barton, H., & Palmer, M. (Eds.). (2016). **An Introduction to Cyberpsychology** (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315741895>
- Lee, E. J. (2007). Deindividuation effects on group polarization in computer-mediated communication: The role of group identification, public-self-awareness, and perceived argument quality. **Journal of communication**, 57(2), 385-403.

- Li, Z., & Wang, L. (2024). Investigating translanguaging strategies and online self-presentation through internet slang on Douyin (Chinese TikTok). **Applied Linguistics Review**, 0.
- Lüders, A., Dinkelberg, A., & Quayle, M. (2022). Becoming "us" in digital spaces: How online users creatively and strategically exploit social media affordances to build up social identity. **Acta Psychologica**, 228, 103643.
- Pangesti, M., Khaeriah, A.S., Purwanto, E., Dwi, A., Nur, A., Syafitri, A., Shiva, M., Permata, A., Intan, N., & Azhari, H. (2024). The Influence of Social Media on the Cultural Identity of the Millennial Generation: Indonesian Case Study. **Pubmedia Social Sciences and Humanities**, 2(1), 7-7.
- Perfumi, S.C. (2020). Social Identity Model of Deindividuation Effects and Media Use. **In The International Encyclopedia of Media Psychology**, J. Bulck (Ed.). <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0151>
- Robards, B., & Bennett, A. (2011). MyTribe: Post-subcultural manifestations of belonging on social network sites. **Sociology**, 45(2), 303-317.
- Rosana, A., & Fauzi, I. (2024). The Role of Digital Identity in the Age of Social Media: Literature Analysis on Self-identity Construction and Online Social Interaction. **Join: Journal of Social Science**, 1(4), 477-489.
- Roy, S. (2012). Multiple 'Faces' of Indian Identity: A Comparative Critical Analysis of Identity Management on Facebook by Asian Indians Living in India and the US. **China Media Research**, 8(4).
- Similarweb (2024, August 04). Top Apps in Egypt. **Similarweb**. <http://www.pro.similarweb.com/#/digitalsuite/marketresearch/appmarketanalysis/top/Google/818/All/AndroidPhone/Top%20Free/3m>
- Spears, R. (2017). Social Identity Model of Deindividuation Effects. **In The International Encyclopedia of Media Effects** (eds P. Rössler, C.A. Hoffner and L. Zoonen). <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0091>
- Spears, R., & Postmes, T. (2015). Group identity, social influence, and collective action online: Extensions and applications of the SIDE model. **The handbook of the psychology of communication technology**, 23-46.
- Spears, R., Postmes, T. T., & Lea, M. (2002). The power of influence and the influence of power in virtual groups: A SIDE look at CMC and the Internet. **Journal of Social Issues**, 58.
- Sth, T.P., & Palupi, P. (2022). Tiktok and Online Selective Self-Presentation. **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, doi: 10.2991/assehr.k.220501.005
- Vilanova, F., Beria, F. M., Costa, Â. B., & Koller, S. H. (2017). Deindividuation: From Le Bon to the social identity model of deindividuation effects. **Cogent Psychology**, 4(1), 1308104.
- Volkova, I., Han, J., Algavi, L., & Lazutova, N. (2024). The Impact of Cultural Factors on Chinese Teenagers' Self-presentation in Douyin's Videos. **Медиаобразование**, (1), 164-171.
- Wenqi, L. (2023). Anticipating the Influence on Self-Anxiety Among College Students in the Context of Tik Tok in China Through Survey Analysis. **Lecture Notes in Education Psychology and Public Media**, doi: 10.54254/2753-7048/3/2022553

ثانياً: العربية

البناء، دعاء أحمد محمد (2022). الإعلام الشبكي وتعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية: رؤية اتنوجرافية افتراضية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 21، ع 3،**

391 - 447. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1357087>

النفيعي، إيمان بنت حسين حاسن، والغامدي، وفاء بنت أحمد عياض (2023). انعكاسات استخدام موقع التيك توك على الهوية اللغوية العربية لدى الشباب من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بجامعة أم القرى.

مجلة شباب الباحثين في العلوم التربوية، ع 18، 301 - 343 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1421700>

جمعة، عز الدين زكي. (2023). التسويق الاجتماعي عبر المحتوى الذي ينتجه مستخدمو التيك توك في مصر: دراسة تطبيقية. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 41، 8 - 76.** مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1416383>

زوار، سهيلة. (2017). الإعلام الجديد والهوية الثقافية: مقارنة نقدية لاستخدام موقع الفيس بوك لدى الشباب الجزائري. **مجلة العلوم الاجتماعية، ع 23، 55 - 72.** مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/899999>

صميذة، سهام عبدالحميد فرحات. (2020). شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة الكونية: بحث في الأنثروبولوجيا الثقافية الاجتماعية. **مجلة كلية الآداب، ع 100، 1 - 41.** مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1125933>

طعامنة، رغد إياد عبدالرحمن، و الطاهات، زهير ياسين عايد. (2021). استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق «التيك توك» وتأثيراته على قيمهم الدينية: دراسة مسحية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، إربد. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1292744>

عبدالله، إيمان محمد حسنى. (2019). خطاب الفخر الوطني المصري في الإعلام الاجتماعي: دراسة تطبيقية على شبكة الفيسبوك. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 27، 4 - 57.** مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1027503>

عز العرب، إيمان محمد. (2017). المجتمع الشبكي وأزمة الهوية: دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي شبكة الفيس بوك. **مجلة كلية الآداب، ع 48، ج 5، 123 - 221.** مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1087382>

علقم، رجاء خالد أحمد يوسف، و توم، مجذوب بخيت محمد. (2018). توظيف الإعلام الجديد في ترسيخ الهوية الثقافية: دراسة تطبيقية على فئة الشباب. **مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 19، ع 3، 278 - 291.** مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1019526>

علي، زينب عبدالعزيز عبد الواحد. (2022). استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه: دراسة يدائية. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع 24، 515 - 560.** مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1382821>

مبني، نور الدين. (2014). الإعلام الجديد والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب: الشبكات الاجتماعية أنموذجا.

مجلة الكلمة، مجلد 21، ع 83 ، 74 - 89 . مسترجع من <http://search.mandumah.com/>

Record/760760

هريدي، نهى عادل محمد. (2022). هوس وإدمان الشباب الجامعي لتطبيق تيك توك: نموذج مقترح لدراسة

الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 80، 1385 - 1419 .

مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record//1347436>

* أ.م.د/ أمانى رضا عبد المقصود، شاركت الباحث في التأكد من ثبات التحليل.