

# الأطر النظرية المفسرة لاستخدام تطبيق التيك توك

## وانعكاسه على الطفل

أ.د. سهير صفوت عبد الجيد \*

### مقدمة:

أصبحت وسائل الإعلام الجديد مصدرَ جذبٍ للأطفال والمراهقين والشباب في جميع أنحاء العالم، ويوصف تطبيق TikTok بأنه الوجهة الرائدة لمقاطع الفيديو القصيرة على الهاتف المحمول. مهمته هي "إلهام الإبداع وإضفاء البهجة"، على الإنترنت<sup>(1)</sup>. تم تقديم TikTok إلى وسائل التواصل الاجتماعي في سبتمبر 2016، وسرعان ما أخذ دوراً رائداً في عالم المشاركة الاجتماعية<sup>(2)</sup>. مع إضافة عدد من المشاهير ملفهم الشخصي بسرعة إلى المنصة، يمكن وصف TikTok بأنه نظام أساسي حيث يمكن للأشخاص إنشاء مقاطع فيديو مدتها قرابة 15 ثانية، ثم يتم تشغيل مقاطع الفيديو هذه في حلقة حتى تختار الانتقال إلى الفيديو التالي. من الممكن أيضاً دمج مقاطع الفيديو التي تسمح بعد ذلك بمقاطع مدتها 60 ثانية. يمكن أن تتضمن مقاطع الفيديو عيّنات موسيقية، وعوامل تصفية، ومقاطع سريعة، وملصقات، وإضافات أخرى<sup>(3)</sup>. في فبراير 2020، كان للمنصة قرابة 800 مليون مستخدم حول العالم، 150 مليوناً منهم في الصين، يستخدمون النسخة الصينية من التطبيق، والتي تُسمى Douyin. لقد حاز تطبيق TikTok على شعبية كبيرة في الدول الآسيوية، مثل كمبوديا واليابان وإندونيسيا وماليزيا وتايلاند وفيتنام. كانت الشعبية إلى حدٍ كبيرٍ منتشرة في هذه البلدان، بالمقارنة مع Instagram استغرق ما

\* أستاذ النظرية الاجتماعية - كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر.

(1) Tiktok, "Abouttiktok," 2020. [Online]. Available: <https://www.tiktok.com/about?lang=en>.

(2) K. Sehl, "Hootsuits," 2 March 2020. [Online]. Available: <https://blog.hootsuite.com/what-is-tiktok/>.

(3) A. Meola, "Business insider," 13 February 2020. [Online]. Available: <https://www.businessinsider.com/tiktok-marketing-trends-predictions-2020>.

يقرب من ست سنوات من بدايته لكسب عدد المستخدمين النشطين الذين تمكنت TikTok من الحصول عليهم في أقل من ثلاث سنوات. استغرق Facebook أكثر من أربع سنوات لمطابقة عدد مستخدمي TikTok<sup>(4)</sup>. في مهده، واجه تطبيق TikTok سلسلة من الجدل وفي عام 2019، تم حظره في الهند لفترة قصيرة من الوقت بسبب "قضايا أخلاقية". في عدة مناسبات، تم اتهامه بعدم القيام بما يكفي لحماية المستخدمين الذين هم إلى حد كبير من الأطفال والمراهقين والشباب. تم التحقيق مع برنامج TikTok في الولايات المتحدة بشأن مخاوف تتعلق بالأمن القومي<sup>(5)</sup>. تسعى هذه الدراسة إلى البحث عن إجابات تتعلق بالتساؤلات التالية: ما الذي يفقد المستخدمين إلى استخدام Tik Tok؟ كيف تتوسط الممارسات الإبداعية للمستخدمين تطبيق Tik Tok؟ كيف يتفاعل المستخدمون على TikTok؟

وللإجابة على هذه التساؤلات تستند هذه الدراسة إلى إطار نظري يُستمد من ثلاث أدبيات متميزة في مجال الاتصالات. وتشمل هذه "نماذج الاستخدام والإشباع" و "وجهة نظر الطقوس" و "التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا". وتم الاعتماد على الأول لاكتشاف دوافع معينة أو إرضاء المستخدمين فيما يتعلق بالمحتويات التي يستهلكونها. وفيما يتعلق بالتوسع من دوافع الأفراد إلى تفاعلاتهم على TikTok، يتم بتضمين "وجهة نظر الطقوس" للتواصل أخيراً؛ سعياً لفهم كيف تتوسط التكنولوجيا دوافع المستخدمين، وتمت إضافة نظرية التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا.

## ثانياً: مراجعة التراث:

١. تمنح وسائل التواصل الاجتماعي المراهقين فرصاً للتعرف إلى مستخدمين آخرين لديهم اهتمامات مماثلة، ولكنها تقدم أيضاً مقارنةً بمستخدمين آخرين. هذه المقارنة سائدة في جميع أجيال المراهقين ولكنها تصبح إلى حد ما مجهولة على وسائل التواصل الاجتماعي. ولما كان للهوية دور في تنمية الطفل، فإن وسائل التواصل الاجتماعي تقدم ذلك دون الحاجة للتفاعل المباشر. اهتمت الدراسات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبصرف النظر عن مرور الوقت، والترفيه، والبحث عن المعلومات، وعمليات البحث الشخصية/ التفاعلية، فإن عمليات البحث الرئيسية قام بها الأطفال المراهقون. وقد وجدت الدراسات أنه من بين

(4) M.Mohsin,"Oberlo,"20February2020.[Online].Available:https://www.oberlo.com/blog/tiktok-statistics.

(5) M.Iqbal,"BusinessofApps,"24April2020.[Online].Available:https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/.

مجموعات المراهقين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، فإن سبب استخدام المنصات هو التغلب على أوجه القصور المتصورة داخل أنفسهم<sup>(6)</sup>.

## 2. أهمية وسائل التواصل الاجتماعي

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد مُكوِّنًا رئيسًا في حياتنا. من الرؤساء إلى تلاميذ الصف الأول يتجولون الآن في منصات وسائل التواصل الاجتماعي، ويسهمون في التدفق المستمر للمعلومات ومقاطع الفيديو ومنتجات الصور الموجودة. في مقال نشرته صحيفة New York Times، وُصفت الحاجة إلى المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي بأنها "الخوف من الضياع"، فالمقالة المستمرة بإضافة بساطة للحياة مثل حفلة موسيقية أو شاطئٍ سرِّي أو وجبة فطور وغداء، تصبح مهمة في معرفة أننا جزء من مجتمع أكبر<sup>(7)</sup>. لم يُعد من الممكن تجاهل وسائل التواصل الاجتماعي في الأجنحة اليومية لحياة الناس الخاصة وأرائهم السياسية. أحدث فرع من هذه المجموعة هو Tik Tok.

## 3. المفاهيم:

TikTok هو تطبيق وسائط اجتماعية تم تقديمه في منتصف عام 2016. وفقًا للمصادر الأخيرة، يوجد في الصين 150 مليون مستخدم نشط يوميًا لتطبيق الوسائط الاجتماعية هذا. في عام 2019، عدَّ Tik Tok التطبيق الأكثر شيوعًا للتنزيل من متجر play store ومتجر Apple في العالم. يوضح هذا الاتجاه أنه مع مرور الوقت، يصبح الأشخاص مدمنين على تطبيق الوسائط الاجتماعية هذا يوماً بعد يوم. وهو؛ عبارة عن منصة وسائط اجتماعية لمقاطع الفيديو القصيرة تركز على القراءة الرأسية. السبب الرئيس في تناول هذا التطبيق بالدراسة هو أن الأطفال الذين يتابعون التطبيق الشهير معرضون للمواد الإباحية. هذا ليس كل شيء. في الماضي القريب، كانت هناك العديد من الحالات التي قام فيها الأشخاص بإيذاء أنفسهم بشكلٍ خطيرٍ أثناء إنشاء مقاطع فيديو لـ Tik Tok؛ حتى إن بعض هذه الإصابات الخطيرة أسفرت عن وفيات<sup>(8)</sup>.

(6) P. Valerie Barker, "Older Adolescents' Motivations for Social Network Site Use:," Cyberpsychology & behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society , p. 1, 2009.

(7) J. Herrman, "How Tik Tok Is Rewriting the World," The New York Times, 10 March 2019.

(8) Irfan Sabir1, Irum Nasim2, Muhammad Bilal Majid3, Dr.MohadSadadbinMahmud4, Naila Sabir5SCHOLEGE International Journal of Multidisciplinary & Allied Studies ISSN 2394-336X, Vol.07, Issue 06 (2020), Pg 140-146.DOI: 10.19085/sijmas070602

#### 4. أهمية الدراسة:

تحول TikTok إلى التطبيق الأكثر تنزيلًا في الولايات المتحدة في أكتوبر 2018، وهو التطبيق الصيني الرئيس لإنجاز ذلك. تم الإعلان عن TikTok في المرتبة السابعة بين التطبيقات المحمولة الأكثر تنزيلًا على مدار العقد، من 2010 إلى 2019 في 2019. بالإضافة إلى ذلك، تم إعلان التطبيق رقم 1 الأكثر تنزيلًا على App Store في عامي 2018 و 2019. تُظهر هذه البيانات شعبيتها بين الناس. سبب آخر للاعتراف به هو الأموال التي يمكن للأشخاص جنيها أثناء استخدام هذه المنصة. إنهم يستهدفون الفئة العمرية من 13 إلى 25 عامًا، و 49٪ من عملاء TikTok هم في مكان ما بين 16 و 24 عامًا. هذا الهدف المحدد له معدل تَفَانٍ مرتفع إلى حد ما وقد حصلت عليه المنظمات؛ مما أدى إلى رغبة لا هواده فيها في التعرف إلى الأطفال الصغار والشباب لتزويدهم بجهود ترويجية مركزة وقابلة للتطبيق.

كانت الاتجاهات شيئًا مشهورًا جدًا على TikTok. هناك العديد من الاتجاهات داخل TikTok ، بما في ذلك الميمات، والإيقاعات المتزامنة مع الشفاه، ومقاطع الفيديو الكوميدية أو المرحة. يُعد Duet أيضًا ميزة مشهورة جدًا لـ TikTok، والتي تسمح للمشاركين بإضافة مقطع فيديو خاص بهم إلى فيديو حالي مع صوت المادة الأولى، وقد أثارت غالبية هذه الاتجاهات. تتضمن الصفحة الرئيسية لـ TikTok اتجاهات هاشتاج متنوعة، مثل:

#posechallenge و #filterswitch و #makeeverysecondcount،

#wannalisten#pillowchallenge و #furrywar و #hitormiss و #bottlecapchallenge)

وما إلى ذلك. لقد بدءوا هاشتاج #EduTok في يونيو 2019، والذي حصل على 37 مليار مشاهدة وأصبح علامة فارقة في تاريخ TikTok. تجذب كل هذه الأشياء الأطفال والشباب الذين يفضلون إجراء تجارب بمظهرهم ومواهبهم وميزاتهم وحتى الأدرينالين؛ مما يمنحهم دفعة للبقاء على اتصال أثناء القيام بشيء مليء بالمغامرات. في بعض الأحيان، وضعوا سلامهم وسعادتهم على المحك فقط لزيادة عدد الإعجابات أو المتابعين.

لقد لحظ من الفحص أن الوسائط الرقمية لها كلا الجانبين: إيجابي وكذلك سلبي. TikTok يمضي في طريقه والناس الذين يستخدمونه معصوبو العينين، وسيتم العثور على كل شخص ثالث أو رابع على هذه المنصة. وسواء كان TikTok مُسليًا وترفيهيًا للجمهور بعرضه أنواعًا مختلفة من مقاطع الفيديو ولكن إلى جانب ذلك، فإن آثاره السيئة تظهر أيضًا والتي لا تغطي

الشباب فحسب، بل تشمل الأشخاص في منتصف العمر أيضاً. تم تحليله أيضاً من ناحية الوقت الذي يستخدمه الأشخاص، الذين يستخدمون هذا التطبيق، لقضاء 2-4 ساعات يومياً في هذا الأمر الذي يمكن استخدامه في بعض المهام الإنتاجية وفوق ذلك، يضع بعضهم حياتهم الثمينة في خطر أيضاً. هناك عوامل أخرى تدفع الشباب أو الفئات العمرية الأخرى لاستخدام هذا. لمعرفة كل هذه المؤشرات تم إجراء هذه الدراسة. لقد فاجأ TikTok كل الشرائح من نواحٍ كثيرة. بصرف النظر عن منظور التسلية، فإنه يتحول إلى سبب لقلق الأوصياء. كان هذا هو السبب الذي جعل عدداً قليلاً من الدول تفرض الحظر على TikTok لفترة زمنية أقل؛ حتى إن الهند على سبيل المثال فرضت الحظر عليه نظراً لحدوث الخسائر بسبب ذلك. تم حذفه من متاجر التطبيقات في 17 أبريل 2019 على مجموعات محكمة مدرّاس العليا؛ بسبب مخاوف من نقل "مادة فاحشة" إلى التطبيق<sup>(9)</sup>.

#### 5. نماذج تشغيل TikTok<sup>(10)</sup>

كمنتج لشركة ByteDance التجارية، الهدف النهائي لـ TikTok يشمل توليد الأرباح. الإعلان، الشراء داخل التطبيق هما طريقتان يستثمر فيهما TikTok نفسه. على غرار نموذج أعمال المنصات التي يُنشئها المستخدمون، فإن الأعمال الرئيسة لـ TikTok الاستراتيجية هي الإعلان عن جمهورها. مع وجود مليارات من بيانات المستخدمين في متناول اليد، تستطيع TikTok المساعدة حيث يجد عملاؤها جمهورهم المستهدف؛ ومن خلال نسخ أنماط محتوى المستخدم، تنتج TikTok المزيد من إعلانات TikTok الأصلية للإعلان عن منتجات العميل التي يمكن أن تزيد نوايا الجمهور للشراء. مكتوب على صفحة الويب الرسمية الخاصة به والتي تتناول مشكلات الخصوصية، يجمع TikTok جميع البيانات التي تم إنشاؤها على النظام الأساسي تقريباً، والتي تشمل المستخدمين "معلومات الملف الشخصي" و "معلومات المحتوى والسلوك" و "الموقع" و "معلومات من الأطراف الثالثة" (TikTok - سياسة الخصوصية، 2020). هذه

(9) Prabhjot KaurTIK-TOK: INFLUENCE ON YOUTH IN INDIA, Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology 17(6) (2020), ISSN 1567-214Xp4194

(10) Badriya Abdul Jaffar, Sadia Riaz, Arif Mushtaq, Living in a Moment: Impact of TicTok on Influencing Younger Generation intoMicro-Fame, Journal of Content, Community & Communication Amity School of CommunicationVol. 10 Year 5, December- 2019 [ISSN: 2395-7514 (Print) ] Amity University, Madhya Pradesh [ISSN: 2456-9011 (Online)]

البيانات هي المصدر الأساسي لـ TikTok لجذب الأعمال على مستوى العالم. يوفر TikTok ستة أنواع من الخدمات الإعلانية، أو ما أطلق عليه TikTok "علامة تجارية حلول" للشركات للإعلان عن نفسها. يُضعف اسم "حلول العلامة التجارية" من TikTok نية حقيقية لاجتذاب رؤوس الأموال، وبدلاً من ذلك يسلط الضوء على مساعدتهم التي يمكن أن تعزز الشركات الشعبية. هذه الخدمات الإعلانية الست هي:

(Topview و Brand Takeover و In-feed Ads - Branded Ads)

تحدي الهاشتاج وتأثيرات العلامات التجارية. إعلانات المشاهدة العلوية هي أول مستخدمٍ مقاطع فيديو TikTok تمت مشاهدته، فهو يوفر "ما يصل إلى 60 ثانية من الفيديو بملء الشاشة وشكل الفيديو الطويل، مع التشغيل التلقائي". يتم وضع الإعلانات في خطة الاستحواذ على العلامة التجارية فور فتح المستخدمين للتطبيق، دعم "فيديو مدته 3 ثوانٍ بتنسيق JPG و5-3 ثوانٍ" الذي يغطي الشاشة الكاملة للمستخدمين. الإعلانات ضمن الخلاصة ستظهر على شاشة الجمهور كمقاطع فيديو TikTok العادية حيث يمكن للمستخدمين الإعجاب والتعليق. ومتابعة الفيديوهات. للترويج للشركة بطريقة أكثر تفاعلية، استخدم الهاشتاج ذو العلامات التجارية وتم تصميم التحدي للشركات للإعلان عن نفسها، من خلال دعوة المستخدمين للقيام بعلامة التصنيف TikTok الحملات. يستخدم منشئو TikTok الهاشتاج لتوصيف وتصنيف مقاطع الفيديو الخاصة بهم (المحتوى)، وبمجرد ربط الفيديو بعلامة تصنيف معينة، سيصبح جزءاً من علامة التصنيف تلك وسيظهر إذا بحث أحدهم عن هذا الوسم في Tik Tok؛ لتحدي Hashtag ذي العلامات التجارية، TikTok تنوي زيادة تفاعل المستخدمين مع العلامات التجارية للشركة، من خلال إنشاء علامات تجارية ذات صلة بالهاشتاج وتشجيع المستخدمين على اللعب به. تم تصميم التأثيرات ذات العلامات التجارية لتضمين والقيام بتحويل الرسائل التجارية للشركات إلى مُصنّقات TikTok الممتعة والفلاتر والمؤثرات الخاصة.

## ٦. المشاكل والأخطار المرتبطة باستخدام تطبيق التيك توك

أنتجت معظم منصات وسائل التواصل الاجتماعي تدفقاً جديداً من إمكانات الدخل، بالنسبة إلى الشبكة الاجتماعية، أصبح ظهور المؤثرين مرادفاً لإمكانية الشهرة غير الموهوبة حيث يزداد عدد الأشخاص الذين ينتقلون إلى المنصات لإنشاء مستقبل مهني لأنفسهم. تتمتع Tik Tok، مثل

غيرها من منصات الوسائط الاجتماعية، بنصبيها من المؤثرين ومقاطع الفيديو التي تبلغ مدتها 15 ثانية تجعلها نقطة جذب لما يُعرف عمومًا بآلات Meme. آلات ميمي هم مؤثرون يكسبون المال بناءً على المشاهدات والإعجابات والتعليقات والمشاركات. في الوقت الحالي، هناك أكثر من 35 من نجوم TikTok الذين لديهم عشرات الملايين من المتابعين. في جوهرها، يتم الترحيب بهذا الشكل من ريادة الأعمال حيث أن التطور هو مجال التجارة والمعرفة الشاملة، ولكن إلى حد ما، لا يزال هذا الشكل من الإعلانات غير خاضع للتنظيم ويواجه خطر التعسف في رسالته<sup>(11)</sup>. تركز غالبية الدراسات على قضية إدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى المراهقين الذين لديهم تنبؤات وأعراض وكذلك تغييرات سلوكية، مثل تغييرات المواقف والشخصية وكيف تؤثر على نمو المراهقين وتطورهم. على سبيل المثال، عندما يدمن المراهقون على TikTok، فإنهم يفقدون رأس المال الاجتماعي لأنهم يقضون وقتاً أقل في التواصل مع كل من المجتمع والطبيعة، ويتركون فقط مع زيادة الرغبة في القبول الاجتماعي<sup>(12)</sup>.

في عام 2019، أمرت الحكومة الهندية شركتي Google و Apple بحذف TikTok من اختيارات التطبيقات الخاصة بهما. حدث هذا بعد حكم محكمة أعرب عن مخاوف من مشاركة مواد إباحية عبر التطبيق. كان TikTok في ذلك الوقت محظوراً بالفعل في بنغلاديش وحُكم عليه بغرامة كبيرة في الولايات المتحدة لجمع معلومات عن الأطفال بشكل غير قانوني<sup>(13)</sup>. يؤثر الافتقار إلى التنظيم على المستخدمين الذين هم في سن صغيرة حيث يتأثرون بالاتجاهات السائدة في مجتمعهم، ومع انتقال المجتمع من محلي إلى عالمي، توجد إمكانية أكبر للتأثير السلبي. أفصحت المقابلات التي أجرتها إحدى الدراسات مع 650 من الفتيات والفتيان التايلانديين، الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 25 عاماً، عن أن 85٪ منهم كان لديهم تجارب سلبية مع استخدام TikTok: 90٪ منهم أرسلت إليهم فيديوهات تتسم بالعري، وتقريباً تم التعامل مع جميع المقابلات، 90٪، تعرضوا للتنمر أو العروض الجنسية. المشكلة الرئيسية في التفاعل السلبي هي أن معظم من تمت معهم المقابلات لم يكن لديهم مكان للتنفيس عن هذه الحوادث أو الإبلاغ عنها. على الرغم

(11) H.Y. Huang, Social Media Generation In Urban China: A Study of Social Media Use and Addiction among Adolescents. Understanding China, Springer, Berlin, Heidelberg, 2014.

(12) M.Z. Yao, Social media generation in urban China: A study of social media use and addiction among adolescents, by Hanyun Huang, vol. 9(3), Chinese Journal of Communication, 2016, pp. 327-329.

(13) B. Parkin, "Tiktok: India bans video sharing app," The Guardian, 16 April 2019.

من أن TikTok يوفر خيار إعداد التقارير، فلن يقوم معظم المستخدمين بالإبلاغ بسبب نقص المعرفة بنظام الإبلاغ. مُنتقد آخر لـ TikTok هو أنه يخلق سلوكاً معادياً للمجتمع. يُزعم أن الاتجاه المتزايد لمنصات التواصل الاجتماعي يجعل الناس أقل اجتماعية. يذكر الادعاء أنه عندما يفقد النشء الاهتمام بالدراسات فإنهم يميلون إلى "التباهي" من خلال تطبيقات مثل (14) TikTok، يمكن النظر إلى هذا الادعاء على أنه تكرر لأجيال من الاهتمامات في سلوك الشباب وكيفية تفاعلهم. على مدار الوقت، شعرت الأجيال الأكبر سناً بالقلق ووجدت طريقة سلبية جديدة للتفاعل الاجتماعي، ولكن في حالة TikTok، فإن القلق الرئيس أن الأشخاص الذين يسيئون استخدام المنصة هم من البالغين والوسطاء. في المقابلات مع المستخدمين الأطفال، تم الاتصال بأغلبية كبيرة والتواصل معهم من قبل كبار السن الذين يسعون للحصول على خدمات جنسية من الأطفال. على الرغم من أن الاتجاهات على TikTok هي إلى حدٍ معين من الطبيعة المشكوك فيها، يبدو أن الجيل الأصغر قد تكيف مع شكل تعبيرى، بينما يواجه الجيل الأكبر صعوبة في التمييز بين اللعب غير المؤذي والدعوة الجنسية (15).

### ثالثاً: النظريات المفسرة لاستخدام تطبيق التيك توك:

تطورت نظريات مختلفة عبر الزمن لشرح سبب حصول التطبيقات على ملف قاعدة مستخدمين ضخمة. أُجريت دراسة على اقتراح تطبيق TikTok نظريةً تتمحور حول المستخدم، وهو إجراء متكرر حيث تم التركيز أكثر على المستخدمين واحتياجاتهم. UCD يتطلب من المستخدمين طوال العملية إجراء عدد من البحوث والخطط لطرق إنتاج مفيدة للغاية ومنتجات يمكن الوصول إليها للمستخدمين. كما هو TikTok تم إنشاؤه فقط بناءً على معرفة وفهم المستخدم لأن هذا التطبيق لا يُستخدم فقط كملف شبكة اجتماعية، ولكنه يركز أكثر على ابتكار المستخدمين ويوفر لهم - من خلال العرض - إمكانية نقل خيالهم بسهولة (16). رؤية نظرية أخرى شجعت نموذج العمل الذي

(14) C. Bucknell Bossen, R. Kottasz, (2020). Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers, vol. 21(4), Young Consumers, 2020, pp. 463-478.

(15) Y. Z. Fu, Impact of Short Videos to Development of Teenagers-Take TikTok As an Example, Chinese Mass Media, 2019, pp. 113-115.

(16) G. Mohul. (2019, April 4). TikTok Has Been Banned in India; HC Says TikTok Is Polluting Youngster. Retrieved from <https://trak.in/tags/business/2019/04/04/tiktok-has-been-banned-in-india-hcsays-tiktok-is-polluting-youngsters>

يُعد أيضاً أحد نماذج أسباب اكتساب اهتمام هائل مفاجئ. يمثل نموذج العمل الكيفية التي تقوم بها الشركة بالإنتاج والتوزيع والاستيلاء على الجدارة المالية والاجتماعية والثقافية وغيرها من المواقف. ووفقاً لذلك نبحت في الكيفية التي تكمن خلف تيك توك. كان بايت دانس Byte Dance قد حصل على حصة من الدعم من Soft Bank والمودعين الإضافيين تتكون من 3 مليارات دولار. مهمتهم الرئيسية ليس فقط إيصال المعرفة ولكن أيضاً إنشاء مركز إنتاجي، وتحفيز المستخدمين وهذه الفكرة تساعد استراتيجيتهم في نمو المنتج. المستخدمون مثل:

(Loren Gray, the 9La Brant family, Baby Ariel, Kristen Hancher, Cameron Dallas, Gil Croes, Jayden Croes, Savannah Soutas, Liza Koshy and Mackenzie Ziegler)

الذين ابتكروا علاماتهم التجارية المحظوظة ولديهم وظائف الموسيقى الخاصة بهم وأكثر بشكل ملحوظ قنوات يوتيوب. هذا أعلى من المؤثرين الذين اجتذبوا ملايين المتابعين واستطاعوا كسب ملايين الدولارات على خلفية العلامات التجارية والمتفاعلين معها على المنصة. كما هو تطبيق TikTok للحصول على حصص السوق بصرف النظر عن أبعد من ذلك تطبيقات الوسائط الشائعة والمشهورة. بالتالي؛ بايت دانس تتقدم بعنف وتحقيق شهرتها<sup>(17)</sup> نموذج أعمال TikTok مثل الآخرين تحتوي تطبيقات الوسائط على مكونين رئيسيين، هما: المستخدمون والمعلنون. يأتي دخلها من الإعلانات ومُشترى التطبيقات بواسطة مستخدمي TikTok. أهم نقطة يجب أن تلاحظ هنا هو أن المستخدمين لا يدفعون مقابل تنزيل هذا التطبيق واستخدامه، ولكن TikTok تجمع إيراداتها من بيانات المستخدمين التي يحصلون عليها والإحصائيات الأخيرة تبيّن لنا ذلك. هناك 500 مليون مجلة شهرية نشطة على TikTok يتابعها المستخدمون في جميع أنحاء العالم<sup>(18)</sup>. دراسة المقالب واسطة Gennaro Cuofano، يتم تمثيل نفس الشيء حسب نموذج العمل. طريقة التطبيق المصممة هي فائدة أخرى لـ TikTok تحقيق اعتراف ضخم غير متوقع. الأول: شيء يجعل TikTok مختلفاً عن تطبيقات الوسائط الأخرى مع توافر ملفات عدة أنواع من الموسيقى الخلفية، التحديات ومقاطع فيديو الرقص والحيل السحرية ومقاطع فيديو مضحكة تبهر الشباب والأطفال تواصل مع التطبيق. الثاني؛ يتطلب هذا التطبيق وقتاً أقل لإنشائه مقطع فيديو مدته

(17) C. Gennaro. (n.d) 2018 . TikTok Business Model :The Rise of Creative Social Media by AI –Four Week MBA. Retrieved from <https://fourweekmba.com/tiktokbusiness-model/>

(18) Clock is ticking: Experts urge caution as popularity of Tik Tok surges. (2019, January 6). The new Indian express. Retrieved from <http://www.newindianexpress.com/cities/chennai/2019/jan/06/clock-is-tickingexperts-urge-caution-as-popularity-oftiktok-surges-1921096.html>

15 ثانية وهى ميزة للمستخدمين؛ لأن هذا العامل يتناسب مع سرعة المستخدم أسلوب حياة يجعل TikTok مختلفاً تماماً من التطبيقات المنافسة الأخرى. هذا التصميم الفريد لتطبيق TikTok يُعد ميزة إضافية للمنتج ولدعم تطوره ونموه. الأول تطبيق قيديو قصير على الإطلاق يستخدم البيانات الضخمة التحليل هو TikTok. لقد استخدموا البيانات الضخمة لفهم ما يعجب المستخدمين؛ حتى يتمكنوا من اقتراح محتويات متنوعة يسهل على المستخدمين تحديدها<sup>(19)</sup>. كذلك تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع - وهي نهج قدمه كاتز وفولكس - إلى فهم لماذا وكيف يبحث الأفراد بنشاط عن وسائط معينة ويستخدمونها لتلبية احتياجات محددة يحتاج (1962). على مر السنين، كان هذا النموذج بمثابة الأساس للعديد من المشاريع البحثية على محتوى الوسائط. ومع ذلك، انتقدهم ماكيل بسبب "عدم وجود نموذج مشترك، مجموعة من إجراءات أو أغراض إعلام التقليد"<sup>(20)</sup>. ثم اقترح نموذجين في فهم الجمهور من الجانب الثقافي (أصله وإنتاجه ومعناه واستخدامه). العوامل التي تؤثر على تجربة وسائل الإعلام، والنماذج المقترحة من قبل McQuail تركز على المحتوى الثقافي؛ لأنه يعدّه "المُحدّد الحقيقي لاستجابة (الجمهور)" واقترح النموذج الثقافي والنموذج المعرفي لفصل الأنواع "الثقافية" من المحتوى من الأنواع الأكثر إعلامية.

يتضمن النموذج الثقافي الخطوات الأربع التالية:

1. توقع الجمهور العام للمشاركة التي تمايزت وفقاً لـ...
2. الذوق الفردي ويؤدي إلى الاختيار والانتباه إليه.
3. محتوى وسائط يمكن الوصول إليه لـ...
4. تجربة خيالية للإثارة، الإثارة، الحزن، التعاطف، القيمة، رنين، إعجاب، إلخ.

في حين أن النموذج المعرفي ينبع من:

الاهتمام العام/ فضول الجمهور الذي تمايز وفقاً لتفضيل الفرد، يؤدي إلى الاختيار والانتباه إلى محتوى وسائط يمكن الوصول إليه/ لخبرة بالنفع أو الاستخدام، كالإرشاد والمراقبة

(19) All about Tik Tok, the Chinese app in the eye of a storm in India. (2019, April 5).

TheEconomicTimes. Retrieved from <https://economictimes.indiatimes.com/tech/software/all-about-tiktok-the-chineseapp-in-the-eye-of-a-storm-inindia/articleshow/68739941.cms>

(20) Mcquail, Denis. "With the Benefit of Hindsight: Reflections on Uses and Gratifications Research". Critical Studies in Mass Communication 1, no. 2 (1984): 177-93. <https://doi.org/10.1080/15295038409360028>

والتطبيق والتبادل الاجتماعي والتوجيه وما إلى ذلك. يضيف هذا الإطار الدقة لوصف وتصنيف المحتوى في البحث، ويساعدنا في تحديد أنواع المحتوى الإبداعي الذي تداوله المستخدمون على TikTok وفهم الرضا الذي اكتسبه المستخدمون منهم.

كمُكْمَل للنموذج الثقافي الموضح أعلاه، تبدو النظرة الطقسية للتواصل الذي اقترحه جيمس دبليو كاري يعمق فهم المجتمع الثقافي المشترك على تيك توك. تؤكد هذه النظرة الطقسية للتواصل على "المشاركة" و"المشاركة" صفات الاتصال "الجمعية". في هذا المنظور، التواصل هو تمثيل معتقداتنا المشتركة و"بيني ويحافظ على نظام يستهدف العالم الثقافي"<sup>(21)</sup> في سياق Tik Tok، وجهة نظر الاتصال الطقسية تعني ضمناً أن ينضم المستخدمون إلى Tik Tok للمشاركة والتواصل الاجتماعي، بدلاً من مجرد تلقي المعلومات والمحتوى. التعامل مع Tik Tok كمنصة تشبه العالم الحقيقي المجتمع، يتبع المستخدمون على Tik Tok معايير معينة ولديهم رغبات في التعبير عن أنفسهم وتحقيق مكاسب اعتراف أو دعم من المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، قادة الرأي للمجتمع أو مجموعة موجودة في الواقع ظهرت أيضاً على Tik Tok كشخصيات صغيرة. يجب فهم تم تضمين التأثير على المستخدمين في مجموعاتهم.

تسمح لي كلتا النظريتين أعلاه بفهم دوافع المستخدمين الأصلية لاستخدامهم Tik Tok، ولكن لم يساعد في الكشف عن كيفية تعديل Tik Tok، ك تقنية، للمستخدمين من خلال التوسط في المحتوى وأشكال التفاعل. لذلك؛ من الضروري إضافة "التشكيل الاجتماعي" لمنظور التكنولوجيا. هذه النظرية اقترحت أن عواقب التقنيات تنشأ من مزيج من العطاءات - الناس، التقنيات والمؤسسات - التي أثرت جميعها في تطوير واستخدام التكنولوجيا<sup>(22)</sup>. من هذا المنظور، اقترح Baym ثلاث خطوات لدراسة استخدام التقنيات: كيف تؤدي الظروف المجتمعية إلى ظهور التقنيات؟ ما مُحدّد الاحتمالات والقيود التي تقدمها التقنيات؟ وما الممارسات الفعلية لاستخدام مثل هؤلاء الاحتمالات والقيود التي يتم تناولها ورفضها وإعادة صياغتها في الحياة اليومية؟ وفي ضوء ذلك نحدد رؤى وأغراض Tik Tok وكيفية ارتباطه بالحالات الاجتماعية. ثم نقوم باستكشاف واجهة Tik Tok لفهم حدوده وإمكاناته؛ يساعد هذا النهج في فهم كيف تفاوض مستخدمو Tik Tok مع المصممين في طرق استخدام Tik Tok.

(21) Carey, James W. "A Cultural Approach to Communication I." In Communication As Culture 13-23 Unwin Hyman Inc., 1989, p., 19.

(22) Baym, N.K. (2010) Personal Connections in the Digital Age. Cambridge. Policy Press, p., 44.

توفر كلُّ من النظريات التي تمت مناقشتها أعلاه مناهج مختلفة في فهم الكيفية التي يصنع المستخدمون من خلال ممارساتهم الإبداعية معاني على TikTok. استخدامات ونماذج الإشباع تم تنقيحها بواسطة McQuail، حيث يسمح لي بفهم كيفية اختيار المستخدمين للمحتويات الإبداعية لاستهلاكها وكيف تُرضي هذه المحتويات بطرق ثقافية وإعلامية. عرض الطقوس يؤكد أثر التواصل بين القوى الاجتماعية في هذا المجتمع الإبداعي الافتراضي على المستخدمين، في حين أن التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا يدرس حدود وإمكانات TikTok كتقنية تؤثر على تجربة المستخدمين الإبداعية وتشكلها.

#### رابعاً: الاستنتاجات:

- أ. بفحص اختيارات المستخدمين للمحتويات الإبداعية والفوائد التي حصلوا عليها من استخدام Tik Tok، نجد البحث عن الرضا أو الإثارة المكتسبة من خلال استهلاك ما اقترحه Mcquail من محتويات "ثقافية" و"إعلامية". حيث أن عدم الرضا في الحياة الواقعية يقود المستخدمين إلى Tik Tok لتحسين الحالة المزاجية بشكل فوري؛ ولتوسيع هذه الإيجابية وتكثيفها، يبدأ بعض المستخدمين في التعبير عن أنفسهم في إنتاج الفيديو.
- ب. تبين من تحليل تطبيق التيك توك أن المستخدمين في ممارستهم للتطبيق يستخدمون الأعراف والتقاليد والسلوكيات التي شجعته Tik Tok في المعالجة. شارك كلُّ من الجمهور والمنتجين على Tik Tok في هذا القسم لفهم آثار التكنولوجيا.
- ج. يتفاعل المستخدمون من خلال إنتاج مقاطع الفيديو الخاصة بهم في جوانب الفيديو والإيماءات واللباس. كما يتمتع المشاهير أو المؤثرون بدرجة معينة من القوة الثقافية على المستخدمين، كما هم قادرون على تحديد الاتجاه على المنصة.
- د. يحفز تطبيق Tik Tok إبداعات المستخدم من خلال التشجيع على تعديل حياته الواقعية والمبالغة فيها بطريقة درامية ومرحة؛ إلى جانب ذلك، أيضاً أنه من السهل أن يفقد المستخدمون الوقت عند لعب Tik Tok فالطرق المختلفة للمستخدم تسهم في بناء عالم إبداعي يتفاعل فيه المستخدم على المنصة، ويحب، ويعلق، ويشارك، وينتج الفيديو.
- هـ. يؤثر تطبيق التيك توك على نمو الأطفال والمراهقين وتطورهم، فعندما يدمن المراهقون على Tik Tok، فإنهم يفقدون رأس المال الاجتماعي لأنهم يقضون وقتاً أقل في التواصل مع

كُلُّ من المجتمع والطبيعة على المستوى الواقعي، ويهتمون فقط بزيادة الرغبة في القبول الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعي.

و. بالإضافة إلى هذه القضايا المذكورة أعلاه، تتساءل العديد من العائلات عن كيفية تفاعل أطفالهم مع هؤلاء الأشخاص وكيفية تفاعلهم مع المحتوى الذي يرونه على مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركته، وتريد التحكم في تفاعلاتها لحماية أطفالهم. ومع ذلك، فإن طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي يبدو أنه من الصعب للغاية التحكم في ما يفعله أطفالهم على هذه المواقع؛ نظراً لطبيعة مواقع التواصل الاجتماعي هذه. على افتراض أن الوالدين سبقوا أطفالهم بخطوة واحدة في استخدام التكنولوجيا، فهذه هي الخطوة الأولى نحو حمايتهم. لهذا السبب، قد يكون الإشراف المهني مطلوباً للتأكد من أن عمليات التفتيش والرقابة صحية وأمنة. ومع ذلك، فمن الواضح أن الاتصال والتفاعل الصحي بين الأسرة، من أجل ضمان أن أطفالهم لا يخضعون لأي تفاعلات ومحتوى خطير أو ضار في هذه الشبكات الاجتماعية والمواقع الإعلامية، أمر لا بد منه ولا يمكن الاستعاضة عنه بأي أدوات تكنولوجية أو دعم احترافي.

### خامساً: التوصيات:

- وبناءً على الاستنتاجات التي تم التوصل إليها، توصي الدراسة لما يلي:
1. بتفعيل الجهات الرسمية المخوَّلة بالرقابة على تطبيقات التواصل الاجتماعي المزيد من الأدوات الرقابية على التطبيقات الحديثة مثل تطبيق "تيك توك"، حيث كشفت نتائج الدراسات أن معظم الأطفال يستخدمونها في تعزيز علاقاتهم التواصلية والعبارة مع إخفاء هويتهم، وهذا قد يسهم في نشر الفيديوهات والتعليقات المُضلَّة والشائعات التي قد تستهدف الأمن الفكري، أو السخرية من الأديان وبث الكراهية بين أفراد المجتمع.
  2. يجب توجيه الأطفال إلى بيئات مادية حقيقية بدلاً من وسائل التواصل الاجتماعي أو الإنترنت الذي يصعب التحكم فيه. ومع ذلك، قد يكون من الفعال ضمان أن يتم ذلك من خلال تشكيل نموذجٍ تواصلٍ جيد للأطفال في هذه المشكلة، بدلاً من تقييد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أو حظره.
  3. ومن منطلق ما خلصت إليه الدراسة من أن استخدام تطبيق تيك توك يزيد من رأس المال

الاجتماعي العابر بدرجة أعلى من رأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي، والذي يعني أن الأطفال والمراهقين يستخدمون هذه التطبيقات في تعزيز علاقاتهم العابرة مع أشخاص من خارج نطاقهم الاجتماعي ومختلفين عنهم في الثقافة والطبقة الاجتماعية والقيم، رأت الدراسة أن من المهم للغاية البحث في تأثير إدمان تطبيق "تيك توك" على القيم الثقافية والاجتماعية للطفل.

4. وتأسيساً على ما سبق، يمكن القول أن حقيقة كون تطبيق "تيك توك" بات يشغل جانباً كبيراً من اهتمامات المجتمع، تعني وجود قناة اتصال جديدة من الواجب استخدامها في تعزيز القيم لدى النشء والحفاظ على الهوية عبر الوجود الفاعل لوسائل الإعلام والمؤسسات الثقافية والاجتماعية، بحسابات على تلك المنصة تُطرح من خلال محتوى جاذب وذو قيمة.

## سادساً: قائمة المراجع:

1. All about Tik Tok, the Chinese app in the eye of a storm in India. (2019, April 5). The Economic Times. Retrieved from <https://economictimes.indiatimes.com/tech/software/all-about-TikTok-the-chinese-app-in-the-eye-of-a-storm-in-india/articleshow/68739941.cms>
2. Badriya Abdul Jaffar, Sadia Riaz, Arif Mushtaq, Living in a Moment: Impact of TikTok on Influencing Younger Generation into Micro Fame, Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication Vol. 10 Year 5, December- 2019 [ISSN: 2395-7514 (Print)] Amity University, Madhya Pradesh [ISSN:24569011(Online)]
3. Baym, N.K. (2010) Personal Connections in the Digital Age. Cambridge. Policy Press.
4. Bucknell Bossen, R, Kottasz, (2020). Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers, vol. 21(4), Young Consumers, 2020.
5. Carey, James W. "A Cultural Approach to Communication I." In Communication As Culture 13–23 Unwin Hyman Inc., 1989.
6. Clock is ticking: Experts urge caution as popularity of TikTok surges. (2019, January 6). The new Indian express. Retrieved from <http://www.newindianexpress.com/cities/chennai/2019/jan/06/clock-is-ticking-experts-urge-caution-as-popularity-of-TikTok-surges-1921096.html>
7. G. Mohul. (2019, April 4). TikTok Has Been Banned in India; HC Says TikTok Is Polluting Youngster. Retrieved from <https://trak.in/tags/business/2019/04/04/TikTok-has-been-banned-in-india-hcsays-TikTok-is-polluting-youngsters>
8. Gennaro. (n.d) 2018. TikTok Business Model: The Rise of Creative Social Media by AI –Four Week MBA. Retrieved from <https://fourweekmba.com/TikTok-business-model/>
9. H. Y. Huang, Social Media Generation In Urban China: A Study of Social Media Use and Addiction among Adolescents. Understanding China, Springer, Berlin, Heidelberg, 2014.
10. Irfan Sabir<sup>1</sup>, Irum Nasim<sup>2</sup>, Muhammad Bilal Majid<sup>3</sup>, Dr. Mohad Sadad bin Mahmud<sup>4</sup>, Naila Sabir<sup>5</sup>.