

تقديم الشباب السعودي لذواتهم عبر منصة تيك توك (دراسة تحليلية في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية)

Saudi Youth's Self-Presentation on TikTok (A Content Analysis Based on Symbolic Interaction Theory)

إعداد:

الدكتورة/ نوره ناصر الحمودي

أستاذ مشارك، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

Email: nnalhemodi@kau.edu.sa

الباحثة/ اشواق علي الزهراني

بكالوريوس في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

Email: aalzahrani4115@stu.kau.edu.sa

الباحثة/ لينا عبدالهادي الصحفي

بكالوريوس في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

Email: lalsahafi0006@stu.kau.edu.sa

الباحثة/ سهام متعب الزهراني

بكالوريوس في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

Email: Salzahrani1736@stu.kau.edu.sa

المخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تقديم الشباب السعودي لذواتهم عبر منصة تيك توك وتفسير هذه الكيفية في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية، والكشف عن أكثر أنماط المحتوى، وأساليب الظهور، والصور المقدمة عن الذات شيوعاً، إضافة إلى المقارنة بين الذكور والإناث في ممارسات تقديم الذات. واعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى، وتمثلت العينة في (10) حسابات سعودية على منصة تيك توك، بواقع (5) حسابات للذكور و(5) حسابات للإناث، وجرى تحليل (50) مقطعاً مرئياً بواقع خمسة مقاطع لكل حساب. وأظهرت النتائج أن النمط التجميلي جاء في المرتبة الأولى بين أنماط تقديم الذات، يليه النمط اليومي ثم الترفيهي، بينما جاء النمط الثقافي في المرتبة الأخيرة. كما تبين أن الأسلوب العفوي كان الأكثر استخداماً في تقديم الذات، وأن صورة الشخص العادي والبسيط كانت الصورة الأكثر حضوراً لدى أفراد العينة. كذلك كشفت النتائج عن وجود تباين بين الذكور والإناث؛ إذ اتجه الذكور بصورة أكبر إلى المحتوى الترفيهي والرياضي والثقافي، بينما ركزت الإناث على المحتوى التجميلي واليومي، كما مالت الإناث إلى تقديم أنفسهن بصورة الشخص العادي والبسيط، في حين ركز الذكور على صورة الشخص المرح والمحبوب. وأكدت النتائج أن تقديم الذات عبر تيك توك يمثل عملية اجتماعية واعية تتداخل فيها الرموز والمعاني مع استراتيجيات إدارة الانطباع، بما يدعم افتراضات النظرية التفاعلية الرمزية ونظرية إدارة الانطباع في تفسير ممارسات تقديم الذات داخل البيئات الرقمية.

الكلمات المفتاحية: تقديم الذات، تيك توك، الشباب السعودي، التفاعلية الرمزية، إدارة الانطباع، الهوية الرقمية.

Saudi Youth's Self-Presentation on TikTok (A Content Analysis Based on Symbolic Interaction Theory)

Abstract:

This study aimed to examine how Saudi youth present themselves on TikTok and to interpret these practices in light of Symbolic Interactionism. It also sought to identify the predominant patterns of self-presentation, styles of appearance, and projected self-images, as well as to compare self-presentation practices between male and female content creators. The study employed the content analysis method. The sample consisted of 10 Saudi TikTok accounts (5 male and 5 female accounts), and 50 videos were analyzed, with five videos selected from each account.

The findings revealed that the beauty-oriented pattern was the most prevalent form of self-presentation, followed by the daily-life and entertainment patterns, whereas the cultural pattern was the least prevalent. The spontaneous style was the dominant mode of self-presentation, and the image of the ordinary and simple person was the most frequently projected self-image. The findings also revealed differences between males and females. Male creators tended to present themselves through entertainment-, sports-, and culture-related content, whereas female creators focused primarily on beauty- and daily-life-oriented content. Female creators were more likely to project the image of an ordinary and simple person, while male creators more frequently portrayed themselves as cheerful and likable. Overall, the findings indicate that self-presentation on TikTok is a deliberate social process in which symbols, meanings, and impression management strategies interact to construct digital identities. The study supports the explanatory value of Symbolic Interactionism and Goffman's Impression Management Theory in interpreting self-presentation practices within digital environments.

Keywords: Self-presentation; TikTok; Saudi youth; Symbolic Interactionism; Impression Management; Digital Identity.

1. المقدمة:

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة تطورًا متسارعًا في تقنيات الاتصال والتواصل الرقمي، مما أدى إلى ظهور بيئات اجتماعية جديدة أتاحت للأفراد فرصًا واسعة للتفاعل والتعبير عن ذاتهم بطرق لم تكن متاحة في السابق. وقد أصبحت منصات التواصل الاجتماعي جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية، حيث لم تعد تقتصر وظيفتها على تبادل المعلومات والتواصل بين الأفراد، بل تحولت إلى فضاءات اجتماعية وثقافية تسهم في تشكيل الهوية، وبناء العلاقات، وإدارة الانطباعات الاجتماعية.

وفي هذا السياق، تُعد منصة TikTok من أبرز منصات التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارًا بين فئة الشباب، نظرًا لاعتمادها على المحتوى المرئي القصير وما تتيحه من أدوات تفاعلية وخصائص تقنية تسمح للمستخدمين بإنتاج محتوى متنوع والتعبير عن ذاتهم بصورة مستمرة أمام جمهور واسع. وتشير الإحصاءات الحديثة إلى الارتفاع الكبير في استخدام هذه المنصة بين فئة الشباب، حيث يبلغ عدد مستخدميها النشطين شهريًا نحو (1.04) مليار مستخدم عالميًا، وتشكل الفئة العمرية (18-34) ما نسبته (68%) منهم، بمتوسط استخدام يومي يصل إلى (95) دقيقة (Databoks, 2024). وعلى المستوى العربي، يُقدّر عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بنحو (165) مليون مستخدم، ويسهم الشباب في إنتاج نسبة كبيرة من المحتوى، حيث تمثل الفئة العمرية (18-25) نحو (42%) من المحتوى العربي على تيك توك، كما يُعد التطبيق من بين أكثر التطبيقات تحميلًا في عدد من الدول العربية (رايح، 2024). أما على المستوى المحلي، فتشهد المملكة العربية السعودية انتشارًا واسعًا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يبلغ عدد المستخدمين نحو (28.8) مليون مستخدم، بنسبة تصل إلى (96%) من السكان، مع استخدام يومي مرتفع لمنصة تيك توك بين فئة الشباب، ووجود ملايين الحسابات النشطة على المنصة. وقد أتاح هذا الانتشار للشباب فرصًا جديدة لتقديم ذاتهم وإبراز اهتماماتهم ومواهبهم وأفكارهم، الأمر الذي جعل المنصة بيئة خصبة لدراسة أنماط تقديم الذات والهوية الرقمية (Busalah, 2021). وقد جعلت هذه التحولات من منصات التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها تيك توك، مجالًا مهمًا للدراسة في العلوم الاجتماعية؛ لما تتيحه من فرص لفهم أنماط التفاعل، وبناء الهوية الرقمية، وممارسات تقديم الذات لدى الشباب.

1.1. مشكلة الدراسة:

أسهم الانتشار الواسع لمنصة تيك توك في بروز أنماط متعددة من تقديم الذات، تتراوح بين العفوية والتصنع، وبين التعبير الواقعي وإظهار صورة مثالية قد لا تعكس الواقع الفعلي للفرد. ويُنظر إلى تقديم الذات بوصفه عملية اجتماعية تتجاوز مجرد عرض المحتوى، إذ تتضمن اختيار الأفراد للصور والرموز والأساليب التي يرغبون في الظهور من خلالها أمام الآخرين، بما يسهم في تشكيل الانطباعات التي يكونها الجمهور عنهم. ومن هذا المنطلق، تبرز أهمية النظرية التفاعلية الرمزية التي تؤكد أن الأفراد يبنون هوياتهم ومعانيهم من خلال التفاعل الاجتماعي والرموز المتبادلة، وأن تقديم الذات يمثل عملية تفاعلية تتشكل في ضوء المعاني التي تنتج داخل البيئة الاجتماعية والرقمية.

وعلى الرغم من اهتمام عدد من الدراسات السابقة بمفهوم تقديم الذات في البيئات الرقمية، بوصفه عملية اجتماعية يسعى الأفراد من خلالها إلى إظهار صورة معينة عن أنفسهم عبر اختيار المحتوى وأساليب العرض، فإن الدراسات العربية – ولا سيما في السياق السعودي – لا تزال محدودة في تناول أنماط تقديم الذات عبر منصة تيك توك من خلال تحليل المحتوى المنشور.

وانطلاقًا من ذلك، تبرز الحاجة إلى دراسة الكيفية التي يقدّم بها الشباب السعودي ذاتهم عبر منصة تيك توك، والتعرّف على الأنماط الأكثر شيوعًا في المحتوى الذي ينشرونه، والصور التي يسعون إلى إظهارها أمام الجمهور، مع تفسير هذه الممارسات في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية، بما يسهم في تعميق الفهم العلمي للعلاقة بين الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي، ويثري الدراسات الاجتماعية والرقمية في هذا المجال.

وفي ضوء ما سبق، تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي: كيف يقدم الشباب السعودي ذواتهم عبر منصة تيك توك؟

2.1. تساؤلات الدراسة

تنطلق الدراسة من التساؤل الرئيسي الآتي: كيف يقدم الشباب السعودي ذواتهم عبر منصة تيك توك؟

وتتفرع عنه التساؤلات الآتية:

1. ما أنماط تقديم الذات الأكثر شيوعاً لدى الشباب السعودي عبر منصة تيك توك؟
2. كيف تظهر طريقة تقديم الذات في المقاطع المنشورة (عفوية، تمثيلية، مبالغ فيها)؟
3. ما الصورة التي يقدمها الشباب السعودي عن ذواتهم من خلال المحتوى المنشور؟
4. كيف يمكن تفسير أنماط تقديم الذات في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية من حيث بناء المعاني وإدارة الانطباعات داخل البيئة الرقمية؟

3.1. أهداف الدراسة

1. التعرف على أنماط تقديم الذات لدى الشباب السعودي عبر منصة TikTok.
2. وصف الكيفية التي يقدم بها الشباب السعودي ذواتهم في المقاطع المنشورة.
3. تحليل الصورة التي يقدمها الشباب السعودي عن ذواتهم من خلال المحتوى المنشور عبر منصة TikTok.
4. تفسير أنماط تقديم الذات في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية من حيث بناء المعاني وإدارة الانطباعات داخل البيئة الرقمية.

4.1. أهمية الدراسة:

1. تطبيق التفاعلية الرمزية في سياق رقمي معاصر، من خلال تفسير أنماط تقديم الذات لدى الشباب عبر منصة TikTok، بما يوضح امتداد مفاهيم التفاعل والرموز إلى البيئة الرقمية.
2. الإسهام في إثراء الدراسات العربية حول تقديم الذات الرقمية، من خلال تقديم تصنيف مبسط لأنماط تقديم الذات يمكن الاستفادة منه في دراسات لاحقة.
3. تقديم فهم مبسط لأنماط تقديم الذات لدى الشباب السعودي، بما يساعد المختصين في المجالين الاجتماعي والتربوي على التعامل مع السلوك الرقمي بطريقة أكثر وعياً.
4. الاستفادة في توجيه الاستخدام الرقمي من خلال مساعدة الأسرة والمؤسسات التربوية على فهم أساليب ظهور الشباب في المنصات الرقمية وتعزيز الاستخدام الإيجابي لها.

5.1. مفاهيم الدراسة:

- **تقديم الذات:** يرى زهران (2003) أن الذات هي الشعور والوعي بكيونة الفرد، كما يؤكد أن بنية الذات تتكون نتيجة للتفاعل مع البيئة وتشمل الذات المدركة، والذات الاجتماعية، والذات المثالية، وتسعى إلى التوافق والثبات، وتنمو نتيجة للنضج والتعلم. (291)، أما تقديم الذات فيعرفه جوفمان (Goffman, 1959) بأنه العملية التي يحاول الأفراد من خلالها ضبط الانطباعات التي يشكلها الآخرون عنهم، حيث يسعى الفرد عبر تفاعلاته الاجتماعية إلى إبراز صورة معينة تخدم أهدافه وتتوافق مع سياق الموقف. وفي ضوء ذلك، فإن تفاعل الشباب مع منصات التواصل الاجتماعي يسهم في تشكيل الكيفية التي يعرضون بها ذواتهم أمام الآخرين، بما يعكس إدراكهم لذواتهم ورغبتهم في تكوين انطباعات معينة لدى الجمهور.

ويعرف تقديم الذات في الدراسة الراهنة بأنه: الكيفية التي يظهر بها الشباب السعودي أنفسهم عبر المحتوى المنشور في منصة تيك توك، بما يعكس الصورة التي يسعون إلى تقديمها للجمهور. وتتجسد هذه الكيفية في خمسة أنماط رئيسة هي: النمط الثقافي، والنمط التجميلي، والنمط الترفيهي، والنمط الرياضي، والنمط اليومي، وذلك وفقاً للسمات العامة للمحتوى وطريقة الظهور والصورة المقدمة عن الذات.

2. أدبيات الدراسة:

1.2. تقديم الذات في البيئة الرقمية:

يختلف تقديم الذات في البيئة الرقمية عن نظيره في الحياة الواقعية من حيث درجة التحكم في عرض الذات وإدارة الانطباع. ففي الفضاء الرقمي، يتمتع الفرد بقدرة أكبر على تقديم نسخة منتقاة—وربما مثالية—من ذاته، نتيجة لإمكانية التحرير والمراجعة قبل النشر، وهو ما يقلل من عفوية التفاعل ويزيد من طابعه التخطيطي (boyd, 2014).

وفي هذا السياق، تتجلى مجموعة من الممارسات التي تعزز هذا التحكم، من أبرزها:

- التحرير والانتقاء:

يتيح الفضاء الرقمي للمستخدم مراجعة المحتوى قبل نشره، وتعديله أو إعادة إنتاجه عدة مرات، مع استبعاد أي عناصر لا تعكس الصورة التي يرغب في تقديمها.

- استخدام الفلاتر والتطبيقات:

توفر تطبيقات مثل TikTok أدوات متعددة، كالفلاتر والمؤثرات البصرية والصوتية، التي تساهم في تحسين المظهر وإضفاء طابع جمالي على المحتوى، مما قد يؤدي إلى تقديم صورة محسنة أو غير مطابقة تماماً للواقع.

- بناء هوية متعددة:

بخلاف التفاعل وجهاً لوجه، الذي يصعب فيه الفصل بين الجماهير المختلفة، يتيح الفضاء الرقمي للفرد إمكانية تقديم جوانب متعددة من ذاته، أو حتى إنشاء هويات مختلفة. إلا أن هذه الإمكانية قد تكون محدودة في بعض المنصات التي تعتمد على الانتشار الواسع للمحتوى ووصوله إلى جماهير متنوعة في الوقت نفسه.

2.2. الفضاء الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي:

يُعرف الفضاء الرقمي (Digital Space) أو الفضاء السيبراني (Cyberspace) بأنه بيئة تفاعلية غير مادية تنشأ من خلال شبكات الحاسوب والإنترنت، وتتيح للأفراد فرص التفاعل والتواصل وتبادل المعلومات دون التقيد بالحدود الزمانية والمكانية التقليدية. وقد أدى التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى نشوء هذا الفضاء بوصفه عالماً موازياً للعالم المادي، مما أحدث تحولاً نوعياً في طبيعة العلاقات الإنسانية وأنماط التفاعل الاجتماعي، حيث أصبح الأفراد قادرين على بناء حضور رقمي يتجاوز حدود وجودهم الواقعي (boyd, 2014).

وفي هذا السياق، تمثل منصات التواصل الاجتماعي بيئة تفاعلية تتيح للأفراد بناء حضورهم الرقمي والتعبير عن ذاتهم بوسائل متعددة، الأمر الذي يجعلها مجالاً خصباً لدراسة ممارسات تقديم الذات، ولا سيما عبر منصة تيك توك التي تقوم على التفاعل المستمر وتبادل الرموز والمعاني.

3.2. خصائص منصات التواصل الاجتماعي بوصفها بيئة للتفاعل الاجتماعي:

تُعد منصات التواصل الاجتماعي من أبرز تجليات الفضاء الرقمي، حيث وفّرت بنية تفاعلية جديدة أسهمت في إعادة تشكيل أنماط التواصل بين الأفراد والجماعات. وتتميز هذه المنصات بعدد من الخصائص التي تجعلها بيئة خصبة للتفاعل الاجتماعي، من أبرزها:

1. الالاجسدية (Disembodiment):

ينفصل الفرد عن حضوره الجسدي المباشر، ويتفاعل من خلال تمثيل رقمي (مثل الصور أو الفيديو هات أو الحساب الشخصي)، مما يمنحه قدرة أكبر على التحكم في الانطباعات التي يكونها الآخرون عنه، وهو ما يتقاطع مع مفهوم إدارة الانطباع لدى (Goffman, 1959).

2. اللاتزامن (Asynchronicity):

لا يتطلب التفاعل حضور الأطراف في الوقت نفسه، مما يمنح الأفراد فرصة التفكير والتخطيط للردود، ويقلل من ضغط التفاعل الفوري.

3. تعدد الوسائط (Multimodality):

تتيح هذه المنصات استخدام مزيج من النصوص، والصور، والفيديو، والصوت، مما يعزز من ثراء عملية التواصل ويمنح الأفراد أدوات متنوعة للتعبير عن ذواتهم.

4. توسيع الدائرة الاجتماعية:

تمكن هذه المنصات الأفراد من الوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعاً مقارنة بالتفاعلات اليومية المباشرة، مما يزيد من فرص التعرض لآراء وثقافات مختلفة.

وفي ضوء هذه الخصائص، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي بيئات تفاعلية تتجاوز كونها وسائل لنقل المعلومات، لتغدو فضاءات اجتماعية تمكن الأفراد من التعبير عن ذواتهم، وبناء هوياتهم الرقمية، وإدارة الانطباعات التي يكونها الآخرون عنهم. ويبرز ذلك بصورة أكثر وضوحاً في منصة تيك توك، التي تجمع بين المحتوى المرئي والتفاعل الفوري والانتشار الواسع، مما يجعلها نموذجاً مناسباً لدراسة أنماط تقديم الذات في البيئة الرقمية.

4.2. منصة تيك توك كبيئة لتقديم الذات:

تُعد منصة TikTok من أسرع منصات التواصل الاجتماعي نمواً على مستوى العالم، وقد برزت بوصفها بيئة رقمية مميزة لتقديم الذات، لا سيما بين فئة الشباب، وتعتمد المنصة بشكل أساسي على المحتوى المرئي القصير، حيث تتراوح مدة الفيديو عادة بين عدة ثوانٍ وعدة دقائق، الأمر الذي يدفع المستخدمين إلى تكثيف رسائلهم وأساليب تقديمهم الذاتي في وقت محدود.

1.4.2. الخصائص التفاعلية لمنصة تيك توك:

تتميز تيك توك بمجموعة من الخصائص التقنية والاجتماعية التي تجعلها بيئة فريدة لتقديم الذات، من أهمها:

أ. الفيديو القصير كوحدة تعبير مركزة:

يفرض قصر مدة الفيديو على المستخدم توظيف الرموز بشكل مكثف، مثل تعابير الوجه، والإيماءات، والموسيقى، والملابس، لإيصال رسالته بسرعة ووضوح.

ب. الانتشار الواسع والخوارزميات:

تعتمد المنصة على خوارزميات متقدمة (صفحة "For You") تتيح وصول المحتوى إلى جمهور واسع وغير محدد مسبقاً، مما يغير طبيعة الجمهور ويجعله أقرب إلى "الجمهور المتخيل" (boyd, 2014).

ج. التحديات والاتجاهات (Trends):

تشجع المنصة المستخدمين على المشاركة في التحديات والمحتوى الرائج، مما يخلق مزيجاً من التقليد والإبداع في آن واحد (Zulli, 2022).

د. التفاعل السريع:

توفر أدوات تفاعل متعددة مثل الإعجاب، والتعليق، والمشاركة، وميزة “Duet” و “Stitch”، مما يعزز الطابع التفاعلي ويخلق حوارًا بصريًا بين المستخدمين (Zulli & Zulli, 2022).

2.4.2. آليات تقديم الذات عبر منصة تيك توك:

توفر تيك توك بيئة مرنة تمكن المستخدمين من تقديم ذواتهم بطرق متعددة، وذلك من خلال:

أ- اختيار نمط الأداء:

يمكن للمستخدم تقديم ذاته بأشكال مختلفة (جادة، فكاهية، عاطفية)، وهو ما يعكس فكرة “الأداء” في التفاعل الاجتماعي كما طرحها Erving Goffman.

ب- التحكم في عناصر العرض:

مثل الملابس، ومكان التصوير، والإضاءة، والمؤثرات البصرية، والموسيقى، وهي عناصر تسهم في تشكيل الانطباع لدى الجمهور. وهو ما أشارت إليه دراسة (Hernández-Serrano et al. (2022 من خلال بعد التحكم في الصورة (Image Control).

ج- التفاعل مع الجمهور:

تتيح المنصة متابعة ردود فعل الجمهور (الإعجابات والتعليقات)، مما يمكن المستخدم من تعديل أسلوب تقديمه لذاته بناءً على هذه التغذية الراجعة، وهو ما يعكس الطبيعة التفاعلية لبناء المعنى كما تشير إليه التفاعلية الرمزية.

وفي ضوء ما سبق، يتضح أن منصة تيك توك لا تمثل مجرد وسيلة لنشر المحتوى، بل تُعد بيئة تفاعلية رقمية تتيح للأفراد توظيف الرموز البصرية والصوتية والسلوكية في تقديم ذواتهم وبناء هوياتهم الرقمية، وتبرز هذه الخصائص أهمية المنصة بوصفها سياقًا اجتماعيًا مناسبًا لدراسة أنماط تقديم الذات وإدارة الانطباعات.

3. النظرية المفسرة لمشكلة الدراسة:

1.3. النظرية التفاعلية الرمزية:

تُعد النظرية التفاعلية الرمزية (Symbolic Interactionism) من أبرز النظريات السوسيولوجية التي تفسر السلوك الإنساني من خلال التفاعل الاجتماعي، وقد نشأت ضمن المدرسة السوسيولوجية الأمريكية على يد George Herbert Mead، الذي وضع الأسس الأولى لفهم العلاقة بين العقل والذات والمجتمع (Mead, 1934)، ثم طوّرها Herbert Blumer الذي صاغ مفهومها بشكل منهجي، وتفترض هذه النظرية أن الأفراد يكونون المعاني من خلال التفاعل الاجتماعي اليومي باستخدام الرموز مثل اللغة والإيماءات، حيث لا تكون المعاني ثابتة في الأشياء، بل تتشكل وتتطور عبر التفاعل بين الأفراد، كما تتغير من خلال عملية التأويل التي يقوم بها الفرد أثناء تعامله مع المواقف المختلفة (Blumer, 1969).

2.3. النظرية التفاعلية الرمزية وتقديم الذات:

يُعد Erving Goffman من أبرز علماء الاجتماع الذين وظفوا افتراضات التفاعلية الرمزية في تفسير كيفية بناء الأفراد لصورهم الاجتماعية وإدارة الانطباعات داخل المواقف التفاعلية، وذلك من خلال مفهوم “تقديم الذات”. فقد شبّه التفاعل الاجتماعي بالمشرح فيما عُرف بالنموذج الدراماتيوري، ويرى أن الأفراد يسعون إلى تقديم صورة معينة عن ذواتهم أمام الآخرين مستخدمين أدوات متعددة، مثل المظهر الخارجي، ولغة الجسد، وطريقة الحديث، بهدف التأثير في الانطباعات التي يكونها الآخرون عنهم. ويُعرف هذا السلوك بإدارة الانطباع، حيث يعمل الفرد على التحكم في الصورة التي يعكسها للآخرين، مع الميل إلى إظهار نسخة مثالية من الذات تتوافق مع القيم والتوقعات الاجتماعية (Goffman, 1959).

3.3. انتقاء عناصر تقديم الذات وإدارة الانطباع:

تقوم عملية تقديم الذات في جوهرها على الانتقاء، حيث يحدد الفرد الجوانب التي يرغب في إبرازها، وتلك التي يسعى إلى إخفائها. وترتبط هذه العملية ارتباطاً وثيقاً بمفهوم إدارة الانطباع الذي طرحه Erving Goffman، والذي يرى أن الأفراد يعملون على تشكيل صورة ذهنية معينة لدى الآخرين من خلال التحكم في سلوكهم ومظاهرهم (Goffman, 1959).

وفي هذا الإطار، يمكن تمييز ثلاث ممارسات أساسية:

1. إبراز سمات معينة:

يسعى الفرد إلى إظهار الصفات التي يرغب في أن يُعرف بها، مثل الثقافة، أو الجاذبية، أو الفكاهة، أو القوة، بما يسهم في بناء هوية اجتماعية مرغوبة.

2. إخفاء سمات أخرى:

يتجنب الفرد إظهار أي سلوك أو جانب من شخصيته قد يتعارض مع الصورة التي يسعى إلى ترسيخها، أو يضعف من "الواجهة" التي يقدمها أمام الآخرين.

3. التحكم في الإشارات غير المقصودة:

قد تظهر في بعض الأحيان تعبيرات أو سلوكيات عفوية تكشف جوانب غير مرغوبة من الذات، مما يدفع الفرد إلى مزيد من الحذر والتحكم في محتواه الرقمي لتفادي التأثير السلبي على صورته (Goffman, 1959).

4.3. توظيف النظرية التفاعلية الرمزية في تفسير الدراسة الحالية:

واستناداً إلى افتراضات النظرية التفاعلية الرمزية، تنطلق الدراسة الحالية من أن أنماط تقديم الذات التي يظهر بها الشباب السعودي عبر منصة تيك توك لا تمثل سلوكاً عفويًا فحسب، وإنما تعد ممارسات رمزية تهدف إلى بناء معاني اجتماعية معينة لدى الجمهور. فاختيار نوع المحتوى، وطريقة الظهور، والرموز المستخدمة، والصورة المقدمة عن الذات، جميعها تعكس عملية تفاعلية يسعى من خلالها الأفراد إلى تشكيل الانطباعات التي يكونها الآخرون عنهم وبناء هوية رقمية تتوافق مع السياق الاجتماعي والثقافي الذي ينتمون إليه. ومن ثم، توفر النظرية التفاعلية الرمزية إطاراً مناسباً لتفسير كيفية توظيف الشباب السعودي للرموز الرقمية، مثل المظهر، والحركات، والموسيقى، وأسلوب الظهور، في تقديم ذواتهم وبناء هوياتهم وإدارة الانطباعات داخل منصة تيك توك.

4. الدراسات السابقة:

شهد موضوع تقديم الذات في البيئة الرقمية اهتماماً متزايداً في الأدبيات العربية والأجنبية، ولا سيما مع اتساع استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتحولها إلى فضاءات للتفاعل الاجتماعي وبناء الهوية الرقمية. وقد تناولت الدراسات السابقة هذا الموضوع من زوايا متعددة، شملت الذات الرقمية، وإدارة الانطباع، واستراتيجيات تقديم الذات عبر المنصات الرقمية. وفي هذا السياق، تستعرض الدراسة الحالية أبرز البحوث ذات الصلة، بهدف الوقوف على أهم نتائجها، والإفادة منها في بناء الدراسة الحالية، وتحديد موقعها ضمن الإنتاج العلمي في هذا المجال.

ومن بين الدراسات التي تناولت مفهوم الذات الرقمية بوصفه مدخلاً لفهم تقديم الذات في البيئة الرقمية، جاءت دراسة محمد (2019) التي هدفت إلى إلقاء الضوء على مفهوم "الذات الرقمية" وتطوير أداة سيكومترية (مقياس) باللغة العربية لقياس أبعادها، واعتمد فيها الباحث على المنهج الوصفي (السيكومتري)، حيث طُبّق مقياس مكون من (25) بنداً على عينة من المراهقين من الذكور والإناث. وأسفر التحليل العاملي عن استخراج أربعة أبعاد رئيسة للذات الرقمية، هي: التوجه نحو الداخل، والسرديات، والقابلية للانفصال،

والتعددية، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الدرجة الكلية للذات الرقمية. وأسهمت هذه الدراسة في تأصيل مفهوم الذات الرقمية في البيئة العربية، إلا أنها ركزت على بناء المقياس والتحقق من خصائصه السيكمترية، دون تناول ممارسات تقديم الذات عبر منصات التواصل الاجتماعي.

كما قدم Hernández-Serrano وزملاؤه (2022) دراسة هدفت إلى تحليل ممارسات تقديم الذات لدى المراهقين الإسبان عبر منصتي إنستغرام وتيك توك، والكشف عن أنماط استخدامها والعوامل المرتبطة بها في بناء الهوية الرقمية. واعتمد الباحثون على المنهج الوصفي، مستخدمين استبانة إلكترونية طبقت على عينة بلغت (2066) مراهقًا تتراوح أعمارهم بين (12-18) سنة، كما استعانوا بالتحليل العاملي الاستكشافي للكشف عن الأبعاد الكامنة لممارسات تقديم الذات. وأسفرت النتائج عن ثلاثة عوامل رئيسة تفسر هذه الممارسات، هي: الأصالة، والقبول الاجتماعي، والتحكم في الصورة، كما بينت أن غالبية المشاركين لا يعدّون عدد الإعجابات أو المتابعين عاملاً حاسماً في تقديم ذواتهم، في مقابل ميل متزايد إلى تقديم صورة أكثر واقعية عن الذات، مع استمرار استخدام بعض أساليب التحكم في الصورة الرقمية. وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تناولت تقديم الذات عبر منصة تيك توك إلى جانب إنستغرام، إلا أنها ركزت على المراهقين الإسبان واعتمدت على الاستبانة، في حين تتناول الدراسة الحالية أنماط تقديم الذات لدى الشباب السعودي من خلال تحليل المحتوى المنشور عبر منصة تيك توك في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية.

أما عمراني واليزيدي (2022) فقدما دراسة هدفت إلى استكشاف مدى قابلية نظرية التمثيل المسرحي لدى جوفمان لتفسير ظاهرة تقديم الذات في الفضاء الرقمي، وإبراز الأبعاد الاجتماعية والتواصلية للهوية الرقمية. واعتمد الباحثان على المنهج النظري التحليلي الاستكشافي، وتوصلت الدراسة إلى أن تقديم الذات في البيئة الرقمية يمثل أداءً استعراضياً لمكونات الهوية، يتغير تبعاً لطبيعة منصة التواصل وسياق التفاعل، كما أكدت إمكانية توظيف مفاهيم جوفمان، مثل المسرح، والعرض، والجمهور، في تفسير أنماط التفاعل الاجتماعي عبر الفضاء الرقمي. وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها قدمت تأصيلاً نظرياً لتطبيق أفكار جوفمان في البيئة الرقمية، وهو ما أفادت منه الدراسة الحالية في بناء إطارها النظري وتفسير ممارسات تقديم الذات عبر منصة تيك توك.

فيما هدفت دراسة بلمصطفى ولحلاح (2023) للكشف عن الكيفية التي يبني بها مستخدمو فيسبوك هويتهم الذاتية من خلال الصور الرمزية (صور البروفايل)، بالاعتماد على نظرية الفعل التواصلية لهابرماس، واعتمد الباحثان على المنهج الميداني باستخدام المقابلة نصف الموجهة، والتي طبقت على عينة قصدية مكونة من (25) مشاركاً بولاية تيارت. وأظهرت النتائج أن المستخدمين يوظفون صور البروفايل المستعارة للتعبير عن دلالات رمزية تعكس واقعهم النفسي والاجتماعي، كما كشفت عن محدودية التفاعل الرقمي عبر هذه الصور من حيث حجم العلاقات ونوعيتها. وتبرز أهمية هذه الدراسة في إبراز الدور الذي تؤديه العناصر البصرية في بناء الهوية الرقمية والتعبير عن الذات، إلا أنها اقتصرَت على تحليل الصورة الرمزية في منصة فيسبوك، في حين تتناول الدراسة الحالية تقديم الذات عبر المحتوى المرئي في منصة تيك توك، بما يتضمنه من تفاعل بصري وصوتي أكثر تنوعاً وديناميكية.

وقدمت بريك (2025) دراستها الهادفة للكشف عن الكيفية التي تقدم بها المرأة الجزائرية ذاتها عبر منصة تيك توك، والتعرف على استراتيجيات إدارة الانطباع والآليات المستخدمة في بناء الهوية الرقمية. واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمةً استمارة تحليل المحتوى لتحليل عينة من فيديو هات صانعات المحتوى في مجالات متنوعة، شملت التعليم، والطبخ، والتجميل، والترفيه، والأزياء، واليوميات. وأظهرت النتائج أن المشاركات اعتمدن على استراتيجيات متعددة لتقديم الذات، من أبرزها المثالية، والترويج للذات، والتقرب والتودد، كما بينت أن منصة تيك توك تمثل فضاءً لإعادة بناء الهوية والتفاوض حولها في ضوء السياقات الاجتماعية والثقافية وتعد هذه الدراسة الأقرب إلى الدراسة الحالية من حيث الموضوع والمنهج، إذ تناولت تقديم الذات عبر منصة تيك توك باستخدام تحليل المحتوى، إلا أنها ركزت على المرأة الجزائرية، في حين تتناول الدراسة الحالية أنماط تقديم الذات لدى الشباب السعودي من الجنسين في سياق اجتماعي وثقافي مختلف.

أما علي (2025) فهدفت دراسته إلى الكشف عن دوافع الشباب المصري لبناء صورة إيجابية عن ذواتهم عبر منصات التواصل الاجتماعي، والتعرف على الأساليب التي يتبعونها في إدارة الانطباع، ودور الفضاء الرقمي في تشكيل هويتهم. واعتمد الباحث على المنهج الكمي باستخدام المسح الاجتماعي، حيث طُبّق مقياس إلكتروني على عينة مكونة من (312) مبحوثًا. وأظهرت النتائج أن الشباب يوظفون الفضاء الرقمي لبناء صورة إيجابية عن ذواتهم بدافع الانتماء والقبول الاجتماعي، كما يعتمدون استراتيجيات لإدارة الانطباع تسهم في تقديم صور ذاتية مثالية قد لا تعكس واقعهم بصورة كاملة. وتتقاطع هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناول مفهوم تقديم الذات في ضوء أفكار جوفمان، إلا أنها اعتمدت على المنهج الكمي لقياس دوافع تقديم الذات لدى الشباب المصري، في حين تتبنى الدراسة الحالية تحليل المحتوى للكشف عن أنماط تقديم الذات كما تظهر في المحتوى المنشور عبر منصة تيك توك لدى الشباب السعودي.

يتضح من استعراض الدراسات السابقة أن موضوع تقديم الذات في البيئة الرقمية حظي باهتمام متزايد، إلا أن هذا الاهتمام اتخذ مسارات بحثية متعددة؛ فقد ركزت بعض الدراسات على بناء مفهوم الذات الرقمية وقياس أبعادها، في حين اهتمت دراسات أخرى بتفسير تقديم الذات في ضوء نظرية جوفمان، أو بتحليل ممارسات تقديم الذات عبر منصات رقمية مختلفة مثل فيسبوك وتيك توك. كما اختلفت الدراسات في مناهجها وأدواتها ومجتمعاتها البحثية، بين الدراسات الكمية والنوعية، وبين الدراسات النظرية وتحليل المحتوى. وفي المقابل، تتميز الدراسة الحالية بتطبيق النظرية التفاعلية الرمزية تطبيقًا تحليليًا على المحتوى المنشور عبر منصة تيك توك، من خلال تحليل أنماط تقديم الذات وربطها بالرموز والمعاني التي يوظفها الشباب السعودي في بناء هويتهم الرقمية وإدارة الانطباعات المتبادلة مع الجمهور. كما تقدم الدراسة تصنيفًا تحليليًا لأنماط تقديم الذات يتلاءم مع طبيعة المحتوى المرئي القصير في منصة تيك توك، مع التركيز على الخصائص التقنية للمنصة وأثرها في تشكيل أساليب تقديم الذات. وإلى جانب ذلك، تتناول الدراسة المجتمع السعودي بوصفه سياقًا اجتماعيًا وثقافيًا لم يحظَ باهتمام كافٍ في الدراسات التي تمت مراجعتها، بما يسهم في سد جانب من الفجوة البحثية المتعلقة بتحليل أنماط تقديم الذات لدى الشباب السعودي عبر منصة تيك توك، ويعزز فهم هذه الظاهرة في ضوء خصوصية المجتمع السعودي.

5. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.1. نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، التي تهدف إلى وصف الظواهر الاجتماعية وتحليلها كما هي في الواقع، من خلال رصد خصائصها وتفسيرها في ضوء الإطار النظري، دون التدخل في متغيراتها. وتُعد هذه الدراسات من أكثر الدراسات استخدامًا في البحوث الاجتماعية والإعلامية؛ لقدرتها على تقديم وصف دقيق وتحليل منهجي للظواهر الاجتماعية. وفي هذا الإطار، تسعى الدراسة الحالية إلى وصف وتحليل أنماط تقديم الشباب السعودي لذواتهم عبر منصة تيك توك، وتفسيرها في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية.

2.2. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى، بوصفه المنهج الأنسب لتحليل المحتوى الرقمي المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي بطريقة علمية منظمة وموضوعية. ويُعرف تحليل المحتوى بأنه أسلوب بحثي يهدف إلى تصنيف المحتوى وتحليله وفق فئات محددة؛ للكشف عن المعاني والدلالات التي يتضمنها، وتحويله إلى بيانات قابلة للوصف والتحليل (عبد الخالق، 2024).

ووظفت الدراسة هذا المنهج لتحليل مقاطع الفيديو المنشورة عبر منصة تيك توك، بهدف:

- التعرف على أنماط تقديم الذات لدى الشباب السعودي .

• تحليل أساليب الظهور والتعبير عن الذات .

• رصد الرموز المستخدمة في بناء الصورة المقدمة للجمهور .

• تفسير أنماط تقديم الذات في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية .

3.5. مجتمع الدراسة وعينتها

تكوّن مجتمع الدراسة من المحتوى المنشور عبر منصة تيك توك لمشاهير الشباب السعودي الذين تتراوح أعمارهم بين (18-35) سنة، ويزيد عدد متابعيهم على (100,000) متابع. وقد اختيرت هذه الفئة لأنها تعد من أكثر الفئات نشاطاً على منصات التواصل الاجتماعي، فضلاً عن أن هذه المرحلة العمرية تمثل مرحلة مهمة في تشكل الهوية، وبناء الحضور الرقمي، والتعبير عن الذات.

أما عينة الدراسة فهي عينة قصدية، اختيرت وفق معايير تتفق مع أهداف الدراسة وطبيعة منهج تحليل المحتوى، وشملت:

• (5) مؤثرين من الذكور .

• (5) مؤثرات من الإناث .

وقد روعي في اختيار العينة تحقيق التوازن بين الجنسين والتنوع في طبيعة المحتوى المنشور؛ بما يتيح تحليل أنماط مختلفة من تقديم الذات، ويسهم في توفير صورة أكثر شمولاً لأنماط تقديم الذات في حدود الدراسة.

4.5. أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المحتوى بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، وذلك لملاءمتها لطبيعة الدراسة وأهدافها، ولقدرتها على تحليل المحتوى الرقمي بطريقة منظمة وموضوعية.

وقد صُممت استمارة تحليل المحتوى في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، واستناداً إلى الأدبيات العلمية المرتبطة بتحليل المحتوى. ولغرض بناء فئات التحليل، أُجري استقراء أولي لمجموعة من مقاطع الفيديو المنشورة عبر منصة تيك توك لمشاهير الشباب السعودي؛ بهدف التعرف على أنماط تقديم الذات الأكثر شيوعاً في المحتوى المنشور. وبالاستفادة من نتائج هذا الاستقراء، إلى جانب الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة، تم بناء فئات تحليل المحتوى، التي مكّنت من رصد أنماط تقديم الذات، وأساليب الظهور، والرموز المستخدمة في التعبير عن الهوية الرقمية، بما يتيح تحويل المحتوى المرئي إلى بيانات قابلة للتحليل الكمي والكيفي. وقد أسفر ذلك عن تصنيف أنماط تقديم الذات في خمسة أنماط رئيسة اعتمدت في عملية التحليل.

1.4.5. فئات تحليل المحتوى لأنماط تقديم الذات:

أ- النمط اليومي:

يركز هذا النمط على تقديم الذات بصورة طبيعية وعفوية تعكس تفاصيل الحياة اليومية، ويظهر ذلك من خلال توثيق الأنشطة المعتادة، مثل العمل أو الدراسة أو الحياة الأسرية، مع تقليل استخدام الفلاتر والمؤثرات، والاعتماد على أسلوب بسيط ولغة مباشرة قد تتضمن بعض المفردات العامية. ويهدف هذا النمط إلى بناء صورة الشخص الطبيعي أو القريب من الناس، بما يعزز الشعور بالمصداقية والألفة لدى الجمهور.

ب- النمط التجميلي:

يركز هذا النمط على إبراز الجوانب الجمالية والاهتمام بالمظهر الخارجي، ويظهر ذلك من خلال تقديم محتوى يتعلق بالمكياج، والأزياء، والعناية بالمظهر، مع الاهتمام بالإضاءة، وزوايا التصوير، والتفاصيل المرتبطة بالمظهر والإكسسوارات. ويسعى الفرد من خلال هذا النمط إلى تقديم صورة الشخص الجذاب أو الأنيق، وقد يرتبط ذلك بالرغبة في تحقيق مكاسب اجتماعية أو اقتصادية، مثل زيادة عدد المتابعين أو التعاون مع العلامات التجارية.

ج- النمط الرياضي:

يعكس هذا النمط اهتمام الفرد بالصحة واللياقة البدنية، ويتضح من خلال تقديم محتوى يتناول التمارين الرياضية أو النصائح الصحية، والظهور بملابس رياضية وفي بيئات مرتبطة بالنشاط البدني، مع إبراز الالتزام والاستمرارية في ممارسة الرياضة. ويهدف هذا النمط إلى تقديم صورة الشخص الرياضي أو الملتزم بصحته، بما يعزز حضوره بوصفه نموذجًا إيجابيًا في هذا المجال.

د- النمط الترفيهي:

يقوم هذا النمط على تقديم الذات من خلال محتوى يهدف إلى الترفيه وإضفاء أجواء من المرح، ويتجسد في المقاطع الفكاهية، أو تقليد الشخصيات، أو استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية وتقنيات المونتاج، إضافة إلى أداء مشاهد تمثيلية قصيرة بأسلوب طريف أو مبالغ فيه. ويهدف هذا النمط إلى بناء صورة الشخص المرح القادر على جذب الجمهور وتحقيق مستويات مرتفعة من التفاعل.

هـ - النمط الثقافي:

يركز هذا النمط على تقديم الذات من خلال محتوى يعكس الاهتمام بالمعرفة والثقافة، ويتجلى ذلك في تقديم محتوى تعليمي أو توعوي في مجالات مثل التاريخ، والأدب، والعلوم، أو الدين، واستخدام اللغة العربية الفصحى أو أسلوب تعبيرى متقن، إلى جانب الظهور في سباقات ثقافية أو توظيف رموز ذات دلالات ثقافية. ويهدف هذا النمط إلى بناء صورة الشخص المثقف أو الواعي، بما يعزز مكانته الاجتماعية القائمة على المعرفة والاحترام.

5.5. حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: جُمعت بيانات الدراسة خلال الفترة من مارس إلى مايو 2026م.

الحدود المكانية: اقتصرَت الدراسة على حسابات تعود إلى شباب من المملكة العربية السعودية.

الحدود الرقمية: التزم الباحثون بالحدود الرقمية الآتية: أن تكون الحسابات محل التحليل حسابات عامة لمشاهير من الشباب السعودي، وأن تكون المقاطع محل التحليل مقاطع أصلية منشورة من قبل أصحاب الحسابات، وليست مقاطع معاد نشرها، وأن تكون باللغة العربية. كما التزم الباحثون بإخفاء هوية الحسابات محل التحليل مراعاةً للاعتبارات الأخلاقية وحفاظاً على خصوصية أصحابها.

6. نتائج الدراسة:

في هذا المحور تُعرض نتائج الدراسة المستخلصة من تحليل محتوى مقاطع الفيديو محل الدراسة، وذلك في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها. ويبدأ عرض النتائج بالبيانات الأولية لعينة الدراسة، تمهيداً لعرض نتائج التحليل.

1.6. البيانات الأولية لعينة الدراسة:

جدول رقم (1) البيانات الأولية لعينة الدراسة

عدد المقاطع المحللة	الجنس	رمز الحساب
5	ذكر	ذكر
5	ذكر	ذكر
5	ذكر	ذكر
5	ذكر	ذكر

ذكر	ذكر	5
أنثى	أنثى	5
أنثى	أنثى	5
أنثى	أنثى	5
أنثى	أنثى	5
أنثى	أنثى	5
10 حسابات	10 حسابات	50 مقطعاً

بالعودة للجدول رقم (1) يتضح أن عينة الدراسة تكونت من (10) حسابات سعودية على منصة تيك توك، جرى ترميزها بالحروف والأرقام حفاظاً على خصوصية أصحابها، بواقع (5) حسابات للذكور و(5) حسابات للإناث. وبلغ عدد المقاطع الخاضعة للتحليل (50) مقطعاً، بواقع خمسة مقاطع لكل حساب. واعتمدت الدراسة في تحليل المقاطع على ثلاثة محاور رئيسة، هي: أنماط تقديم الذات، وأسلوب الظهور، والصورة المقدمة عن الذات، تمهيداً لاستخلاص النتائج المتعلقة بكيفية تقديم الشباب السعودي لذواتهم عبر منصة تيك توك في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية.

2.6. عرض نتائج الدراسة المتعلقة بأنماط تقديم الذات لدى الشباب السعودي عبر منصة تيك توك:

جدول رقم (2) يوضح توزيع المقاطع حسب نمط تقديم الذات

النمط	التكرار	النسبة
يومي	13	26.0%
تجميلي	18	36.0%
رياضي	5	10.0%
ترفيهي	10	20.0%
ثقافي	4	8.0%
المجموع	50	100%

يتضح من الجدول (2) أن النمط التجميلي جاء في المرتبة الأولى بنسبة (36.0%)، يليه النمط اليومي بنسبة (26.0%)، ثم النمط الترفيهي بنسبة (20.0%)، في حين جاء النمط الرياضي في المرتبة الرابعة بنسبة (10.0%)، بينما حل النمط الثقافي في المرتبة الأخيرة بنسبة (8.0%).

وتشير هذه النتائج إلى أن أفراد عينة الدراسة يميلون بدرجة أكبر إلى تقديم ذواتهم من خلال الاهتمام بالمظهر الخارجي والجوانب الجمالية، إلى جانب مشاركة تفاصيل حياتهم اليومية، وهو ما يعكس سعي صناع المحتوى إلى بناء حضور رقمي يجمع بين إبراز الصورة الشخصية والمحافظة على القرب من المتابعين. كما يلاحظ أن المحتوى الترفيهي جاء في مرتبة متقدمة، بما يعكس اهتمام المؤثرين بتقديم محتوى يجذب انتباه الجمهور ويحقق مستويات مرتفعة من التفاعل، في حين جاء المحتوى الثقافي في المرتبة الأخيرة، وهو ما قد يشير إلى محدودية حضوره على منصة تيك توك مقارنة بالأنماط الأخرى. وقد يرتبط ذلك بطبيعة المنصة القائمة على المقاطع المرئية القصيرة، التي تمنح المحتوى التجميلي واليومي والترفيهي فرصاً أكبر للانتشار والتفاعل.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية، التي تؤكد أن الأفراد يبنون هوياتهم الاجتماعية من خلال التفاعل مع الآخرين باستخدام الرموز والمعاني المشتركة. وفي هذا السياق، تمثل عناصر المظهر، والعناية بالهيئة، وأسلوب الحياة اليومي، وطبيعة المحتوى المنشور رموزاً اجتماعية يوظفها الأفراد للتعبير عن ذاتهم وبناء صورة ذهنية معينة لدى الجمهور. كما أن اختيار هذه الأنماط يعكس الكيفية التي يسعى بها المؤثرون إلى تقديم أنفسهم بما ينسجم مع توقعات المتابعين وطبيعة التفاعل داخل البيئة الرقمية.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية إدارة الانطباع لإرفنج جوفمان، إذ يرى أن الأفراد يحرصون على تقديم صورة اجتماعية مرغوبة من خلال التحكم في المظهر، والسلوك، والمحتوى الذي يقدمونه للآخرين. ويبدو أن صناع المحتوى يوظفون النمط التجميلي لإبراز الجاذبية وتحسين الصورة الذاتية المقدمة للجمهور، في حين يستخدمون النمط اليومي لإضفاء قدر من العفوية والقرب من المتابعين، بما يسهم في تعزيز القبول الاجتماعي وزيادة التفاعل.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة بريك (2025) التي أوضحت أن صناع المحتوى على منصة تيك توك يوظفون استراتيجيات متنوعة لتقديم الذات، من أبرزها إبراز الجوانب الجمالية واليومية بما يتلاءم مع طبيعة المنصة وخصائصها. كما تتفق مع دراسة علي (2025) التي توصلت إلى أن الشباب يستخدمون الفضاء الرقمي لبناء صورة إيجابية عن أنفسهم وتحقيق القبول الاجتماعي من خلال توظيف استراتيجيات مختلفة لإدارة الانطباع. كذلك تتقاطع مع دراسة عمران واليزيدي (2022) التي أكدت أن تقديم الذات في البيئة الرقمية يمثل أداءً اجتماعياً يتشكل في ضوء طبيعة المنصة والجمهور، حيث يختار الأفراد الأساليب التي تساعدهم على تكوين الانطباع الذي يرغبون في ترسيخه لدى الآخرين.

كما يمكن ربط هذه النتيجة بدراسة Hernández-Serrano وزملائه (2022)، التي أوضحت أن ممارسات تقديم الذات عبر تيك توك وإنستغرام تقوم على التوازن بين الأصالة والتحكم في الصورة الرقمية؛ إذ يسعى المستخدمون إلى الظهور بصورة واقعية مع استمرار توظيف بعض الأساليب التي تعزز الصورة المرغوبة عن الذات. ويتقاطع ذلك مع نتائج الدراسة الحالية التي أظهرت الجمع بين النمط التجميلي، الذي يعكس الاهتمام بالصورة المقدمة، والنمط اليومي، الذي يعكس الميل إلى الظهور بصورة أكثر قرباً من الواقع.

كما تتقاطع هذه النتيجة مع دراسة بلمصطفى ولحلاح (2023) التي أكدت أن الأفراد يوظفون الوسائط الرقمية والرموز البصرية لبناء هويات تعكس الصورة التي يرغبون في إيصالها للآخرين، وإن اختلفت المنصة المستخدمة بين الدراستين.

جدول رقم (3) يوضح توزيع المقاطع حسب أسلوب تقديم الذات

النسبة	التكرار	الأسلوب
60.0%	30	عفوي
26.0%	13	تمثيلي
14.0%	7	مبالغ فيه
100	50	المجموع

تشير نتائج الجدول (3) أن أسلوب الظهور العفوي جاء في المرتبة الأولى بنسبة (60.0%)، يليه الأسلوب التمثيلي بنسبة (26.0%)، في حين جاء الأسلوب المبالغ فيه في المرتبة الأخيرة بنسبة (14.0%).

وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية الشباب السعودي محل الدراسة يميلون إلى تقديم ذواتهم بأسلوب يبدو طبيعياً و عفويًا، وهو ما يعكس رغبتهم في بناء علاقة أكثر قرباً وألفة مع الجمهور، وإظهار أنفسهم بصورة تتسم بالبساطة والواقعية. كما قد يرتبط انتشار هذا الأسلوب بطبيعة منصة تيك توك التي تشجع على إنتاج محتوى قصير وسريع، يجعل الظهور العفوي أكثر قدرة على جذب انتباه المتابعين وتعزيز التفاعل معهم. وفي المقابل، ظهر الأسلوب التمثيلي بدرجة أقل، وارتبط غالباً بالمحتوى الترفيهي الذي يعتمد على الأداء والمحاكاة، بينما جاء الأسلوب المبالغ فيه في المرتبة الأخيرة، واقتصر ظهوره على بعض المقاطع التي ركزت على إبراز المظهر أو جذب الانتباه بصورة أكبر.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية، التي ترى أن الأفراد يبنون معاني ذواتهم وهوياتهم من خلال التفاعل المستمر مع الآخرين، حيث يمثل أسلوب الظهور العفوي رمزاً يعكس التلقائية والواقعية، بما يساهم في بناء علاقات تفاعلية أكثر قرباً مع المتابعين، ويعزز تكوين انطباعات إيجابية تقوم على الثقة والألفة داخل البيئة الرقمية.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية إدارة الانطباع لإرفنج جوفمان، إذ يرى أن الأفراد يسعون إلى تقديم صورة اجتماعية مرغوبة أمام الآخرين من خلال التحكم في أساليب الظهور والسلوك والمحتوى المقدم. وعلى الرغم من أن الظهور العفوي يبدو تلقائياً، فإنه قد يمثل في كثير من الأحيان استراتيجية واعية لإدارة الانطباع، تهدف إلى إظهار صانع المحتوى بصورة طبيعية وقريبة من الواقع، بما يعزز القبول الاجتماعي ويزيد من فرص التفاعل مع الجمهور، في حين يُستخدم الأسلوب التمثيلي أو المبالغ فيه عندما تقتضي طبيعة المحتوى جذب الانتباه أو إحداث تأثير أكبر لدى المتابعين.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد (2019) التي أشارت إلى أن السرد بتلقائية يمثل أحد الأبعاد الرئيسة للذات الرقمية، حيث يميل المستخدمون إلى التعبير عن ذواتهم بصورة تلقائية تعزز التواصل والتفاعل مع الآخرين. كما تتفق مع دراسة عمراني واليزيدي (2022) التي أكدت أن تقديم الذات في البيئة الرقمية يمثل شكلاً من أشكال الأداء الاجتماعي الذي يتكيف مع طبيعة المنصة والجمهور المستهدف، حيث يوظف الأفراد أساليب متنوعة لإبراز هوياتهم الرقمية وإدارة الانطباعات المتبادلة.

كما تتقاطع هذه النتيجة مع دراسة Hernández-Serrano وزملائه (2022)، التي توصلت إلى أن الأصالة (Authenticity) تمثل أحد الأبعاد الرئيسة لممارسات تقديم الذات عبر إنستغرام و تيك توك، وأن المستخدمين يميلون إلى تقديم صورة أكثر واقعية عن ذواتهم، مع استمرار استخدام بعض أساليب التحكم في الصورة الرقمية. ويتوافق ذلك مع تصدر أسلوب الظهور العفوي في الدراسة الحالية، الذي يعكس الميل إلى إظهار الذات بصورة طبيعية، مع المحافظة في الوقت نفسه على إدارة الانطباع بما يتناسب مع طبيعة المنصة والجمهور. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة علي (2025) التي أوضحت أن الشباب يوظفون الفضاء الرقمي لبناء صورة إيجابية عن أنفسهم وتحقيق القبول الاجتماعي من خلال استراتيجيات متنوعة لإدارة الانطباع، كما تتسجم مع دراسة بريك (2025) التي بينت أن صناع المحتوى على منصة تيك توك يعتمدون على استراتيجيات متعددة لتقديم الذات تتكيف مع طبيعة المحتوى والجمهور وخصائص المنصة الرقمية.

وتؤكد هذه النتائج أن أسلوب الظهور العفوي لا يعكس بالضرورة غياب التخطيط أو إدارة الانطباع، بل قد يمثل استراتيجية رمزية يوظفها صناع المحتوى لبناء هوية رقمية أكثر قرباً من الجمهور، بما يتوافق مع افتراضات النظرية التفاعلية الرمزية ونظرية إدارة الانطباع في تفسير ممارسات تقديم الذات داخل البيئات الرقمية.

جدول (4) الصورة المقدمة عن الذات

النسبة	التكرار	الصورة
46.0%	23	عادي / بسيط

متقف / واع	5	10.0%
مرح / محبوب	11	22.0%
جذاب / مثالي	9	18.0%
قوي / نشط	2	4.0%
المجموع	50	100

تؤكد نتائج الجدول السابق على أن صورة الشخص العادي والبسيط جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (46.0%)، تلتها صورة الشخص المرح والمحبوب بنسبة (22.0%)، ثم صورة الشخص الجذاب والمثالي بنسبة (18.0%)، في حين جاءت صورة الشخص المثقف والواعي في المرتبة الرابعة بنسبة (10.0%)، وأخيراً صورة الشخص القوي والنشط بنسبة (4.0%).

وتؤكد هذه النتائج على أن غالبية الشباب السعودي محل الدراسة يفضلون تقديم أنفسهم بصورة قريبة من الحياة اليومية، من خلال إبراز شخصيات تبدو طبيعية وبسيطة، بما يعزز شعور المتابعين بالقرب منهم وسهولة التفاعل معهم. وقد يعكس ذلك إدراكاً متزايداً لأهمية المصادقية في بناء العلاقة مع الجمهور، في ظل تنامي توجه مستخدمي المنصات الرقمية نحو المحتوى الذي يبدو أكثر واقعية وأقل تصنعاً. وفي المقابل، سعى بعض صناع المحتوى إلى إبراز صور أخرى، مثل الشخص المرح أو الجذاب أو المثقف، بما يتوافق مع طبيعة المحتوى الذي يقدمونه والرسالة التي يسعون إلى إيصالها.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية، التي تؤكد أن الأفراد يبنون هوياتهم الاجتماعية من خلال الرموز والمعاني التي يقدمونها أثناء تفاعلهم مع الآخرين. ومن هذا المنطلق، فإن تقديم الذات بصورة الشخص العادي والبسيط يمثل رمزاً اجتماعياً يعكس الرغبة في التقارب مع الجمهور وإبراز التشابه معه، بما يسهم في تعزيز التفاعل وتكوين علاقات اجتماعية أكثر ألفة داخل البيئة الرقمية. كما تعكس الصور الأخرى، مثل الشخص المرح أو الجذاب أو المثقف، محاولات لتقديم معاني اجتماعية مختلفة تتلاءم مع طبيعة المحتوى والجمهور المستهدف.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية إدارة الانطباع لإرفنج جوفمان، إذ يرى أن الأفراد لا يقدمون أنفسهم بصورة عشوائية، وإنما يختارون بعناية الصورة التي يرغبون في أن يدركها الآخرون عنهم. ويبدو أن صناع المحتوى في عينة الدراسة وجدوا أن الظهور بصورة الشخص الطبيعي والبسيط يعد من أكثر الاستراتيجيات فاعلية في كسب ثقة الجمهور والمحافظة على تفاعله، في حين يلجأ بعضهم إلى إبراز صور أخرى، مثل الشخص المرح أو الجذاب أو المثقف، بما يخدم أهدافهم الاتصالية ويعزز حضورهم داخل المنصة.

وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة علي (2025) التي أشارت إلى أن الشباب يوظفون الفضاء الرقمي لبناء صورة إيجابية عن أنفسهم وتحقيق القبول الاجتماعي من خلال استراتيجيات مختلفة لتقديم الذات وإدارة الانطباع. كما تتقاطع مع دراسة بلمصطفى ولحلاح (2023) التي أكدت أن الأفراد يستخدمون الوسائط الرقمية لبناء هويات تعكس الصورة التي يرغبون في إيصالها للآخرين، بينما دعمت دراسة محمد (2019) هذا التوجه بإبرازها أن الذات الرقمية تتشكل من خلال أساليب متعددة للتعبير عن الهوية داخل البيئة الرقمية.

كما تتسجم هذه النتيجة مع دراسة Hernández-Serrano وزملائه (2022)، التي أوضحت أن الأصالة (Authenticity) تمثل أحد الأبعاد الرئيسية لممارسات تقديم الذات عبر منصتي إنستغرام وتيك توك، وأن المستخدمين يميلون إلى تقديم صورة أكثر واقعية عن ذاتهم، مع استمرار استخدام بعض أساليب التحكم في الصورة الرقمية. ويبدو أن تصدر صورة الشخص العادي والبسيط في

الدراسة الحالية يعكس هذا الميل نحو إبراز الذات بصورة أقرب إلى الواقع، مع المحافظة في الوقت نفسه على إدارة الانطباع بما يتناسب مع طبيعة المنصة وتوقعات الجمهور.

كذلك تتفق هذه النتيجة مع دراسة بريك (2025) التي بينت أن منصة تيك توك تمثل فضاءً لإعادة تشكيل الهوية الرقمية وتقديم الذات من خلال استراتيجيات متنوعة تتأثر بطبيعة المحتوى، والجمهور والسياق الاجتماعي والثقافي.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الصورة التي يقدمها صناع المحتوى عن أنفسهم لا تعكس فقط تصورهم لذواتهم، وإنما تعكس أيضاً إدراكهم لطبيعة الجمهور وآليات التفاعل داخل منصة تيك توك، وهو ما يجعل تقديم الذات عملية اجتماعية واعية تتداخل فيها الرغبة في التعبير عن الهوية مع السعي إلى تحقيق القبول والتأثير الاجتماعي.

3.6. تحليل ومناقشة نتائج البيانات المتعلقة بالمقارنة بين الذكور والإناث في أنماط تقديم الذات وأساليب الظهور والصور المقدمة عن الذات.

جدول رقم (5) يوضح أنماط تقديم الذات حسب الجنس

النمط	الذكور	الإناث
ثقافي	4	0
تجميلي	1	17
رياضي	5	0
ترفيهي	10	0
يومي	5	8
المجموع	25	25

يتضح من الجدول (5) وجود تباين واضح بين الذكور والإناث في أنماط تقديم الذات عبر منصة تيك توك؛ إذ تركزت أنماط تقديم الذات لدى الذكور في النمط الترفيهي بواقع (10) مقاطع، يليه النمطان اليومي والرياضي بواقع (5) مقاطع لكل منهما، ثم النمط الثقافي بواقع (4) مقاطع، في حين اقتصر النمط التجميلي على مقطع واحد فقط. أما لدى الإناث، فقد تصدر النمط التجميلي جميع الأنماط بواقع (17) مقطعاً، يليه النمط اليومي بواقع (8) مقاطع، بينما لم يظهر أي حضور للأنماط الثقافية أو الرياضية أو الترفيهية ضمن المقاطع محل الدراسة.

وتشير هذه النتائج إلى أن أنماط تقديم الذات تختلف بين الذكور والإناث بصورة واضحة، بما يعكس اختلافاً في الكيفية التي يختار بها كل منهما التعبير عن هويته الرقمية أمام الجمهور. فقد اتجه الذكور بدرجة أكبر إلى المحتوى الترفيهي، إلى جانب المحتوى الرياضي والثقافي، وهو ما يعكس اهتماماً بإبراز المهارات أو تقديم محتوى قائم على الأداء والتفاعل والإمتاع. في المقابل، ركزت الإناث بصورة أكبر على المحتوى التجميلي واليومي، بما يعكس اهتماماً بإبراز المظهر الشخصي وتفاصيل الحياة اليومية، مع المحافظة على قدر من القرب والواقعية في التواصل مع المتابعين. وقد يرتبط هذا التباين أيضاً بطبيعة الجمهور المستهدف وما يفضلهُ من محتوى داخل المنصة، الأمر الذي يسهم في تشكيل أنماط تقديم الذات لدى كل من الذكور والإناث.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية، التي ترى أن الأفراد يبنون هوياتهم الاجتماعية من خلال التفاعل مع الآخرين واستخدام الرموز ذات الدلالات الاجتماعية. فمن هذا المنطلق، يمثل المحتوى الترفيهي أو الرياضي أو الثقافي لدى الذكور، وكذلك المحتوى التجميلي واليومي لدى الإناث، رموزاً اجتماعية يستخدمها الأفراد للتعبير عن ذواتهم وتكوين انطباعات معينة لدى

الجمهور. ولا تقتصر هذه الرموز على مضمون المحتوى فحسب، بل تمتد إلى الطريقة التي يقدم بها الفرد نفسه، بما يعكس المعاني التي يسعى إلى إيصالها أثناء التفاعل داخل البيئة الرقمية.

كما تنسجم هذه النتيجة مع نظرية إدارة الانطباع لإرفنج جوفمان، التي ترى أن الأفراد يختارون بعناية الصورة التي يرغبون في أن يدركها الآخرون عنهم. ويبدو أن الذكور والإناث في هذه الدراسة يوظفون استراتيجيات مختلفة في تقديم الذات، بحيث يركز كل منهم على الأنماط التي يعتقد أنها أكثر قدرة على التعبير عن هويته وتحقيق التفاعل والقبول لدى الجمهور.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة بريك (2025) التي أوضحت أن تقديم الذات عبر منصة تيك توك يتأثر بطبيعة المحتوى الذي يقدمه صانع المحتوى وبالصورة التي يسعى إلى ترسيخها لدى جمهوره. كما تتفق مع دراسة علي (2025) التي أشارت إلى أن مستخدمي المنصات الرقمية يتبنون استراتيجيات متنوعة لإدارة الانطباع وبناء صورة ذاتية تحقق القبول الاجتماعي. كذلك تتقاطع مع دراسة بلمصطفى ولحلاح (2023) التي أكدت أن الأفراد يوظفون الوسائط الرقمية للتعبير عن هوياتهم وإبراز الجوانب التي يرغبون في أن يدركها الآخرون عنهم.

كما يمكن ربط هذه النتيجة بدراسة Hernández-Serrano وزملائه (2022)، التي بينت أن ممارسات تقديم الذات عبر إنستغرام وتيك توك تتأثر بخصائص المستخدمين، ومن بينها الجنس، حيث ظهرت اختلافات في بعض أنماط تقديم الذات بين الذكور والإناث، مع بقاء الأصالة، والقبول الاجتماعي، والتحكم في الصورة أبعادًا مشتركة في بناء الهوية الرقمية. ويعزز ذلك ما توصلت إليه الدراسة الحالية من وجود تباين واضح في أنماط تقديم الذات بين الذكور والإناث، مع اشتراكهم في توظيف منصة تيك توك بوصفها مساحة للتعبير عن الهوية وبناء الحضور الرقمي.

ورغم أن دراسة محمد (2019) لم تجد فروقًا ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الدرجة الكلية للذات الرقمية، فإن نتائج الدراسة الحالية لا تتعارض مع ذلك؛ إذ إن الاختلاف لم يكن في وجود الذات الرقمية أو غيابها، وإنما في الكيفية التي يقدم بها كل من الذكور والإناث ذواتهم من خلال المحتوى المنشور عبر منصة تيك توك.

وتشير هذه النتيجة، في حدود عينة الدراسة، إلى أن الذكور والإناث يشتركون في توظيف منصة تيك توك للتعبير عن ذواتهم وبناء حضورهم الرقمي، إلا أن أنماط تقديم الذات التي يعتمدونها كل منهم تختلف باختلاف الصورة التي يسعى إلى ترسيخها لدى الجمهور، بما يعكس الطبيعة الرمزية للتفاعل داخل البيئة الرقمية.

جدول رقم (6) يوضح أسلوب تقديم الذات حسب الجنس

الأسلوب	الذكور	الإناث
عفوي	13	17
تمثيلي	10	3
مبالغ فيه	2	5
المجموع	25	25

يلاحظ من الجدول (6) وجود اختلاف في أساليب تقديم الذات بين الذكور والإناث عبر منصة تيك توك؛ إذ جاء الأسلوب العفوي في المرتبة الأولى لدى الجنسين بإجمالي (30) مقطعًا، منها (17) مقطعًا للإناث و(13) مقطعًا للذكور. وجاء الأسلوب التمثيلي في المرتبة الثانية بإجمالي (13) مقطعًا، وظهر بصورة أكبر لدى الذكور بواقع (10) مقاطع، مقابل (3) مقاطع لدى الإناث، في حين جاء الأسلوب المبالغ فيه في المرتبة الأخيرة بإجمالي (7) مقاطع، توزعت بواقع (5) مقاطع لدى الإناث ومقطعين فقط لدى الذكور.

وتشير هذه النتائج إلى أن الأسلوب العفوي يمثل النمط الغالب لدى الجنسين، وإن كان أكثر حضوراً لدى الإناث، بينما ارتفع استخدام الأسلوب التمثيلي لدى الذكور، ويرتبط ذلك بطبيعة المحتوى الذي يقدمه كل منهما، إذ ظهر الأسلوب التمثيلي بصورة أوضح في المقاطع ذات الطابع الترفيهي. كما توضح النتائج أن كلاً من الذكور والإناث يميلان إلى الظهور بصورة طبيعية وغير متكلفة أمام الجمهور، وهو ما قد يعكس إدراكاً متزايداً لأهمية المصادقية في البيئة الرقمية. فالمتابعون غالباً ما يتفاعلون بصورة أكبر مع المحتوى الذي يبدو قريباً من الواقع ويعكس جوانب من الحياة اليومية لصانع المحتوى، الأمر الذي قد يفسر تصدر الأسلوب العفوي لدى أفراد العينة. وفي المقابل، يبدو أن ارتفاع الأسلوب التمثيلي لدى الذكور يرتبط بطبيعة المحتوى الترفيهي الذي يعتمد على الأداء والمحاكاة وإضفاء الطابع الدرامي أو الفكاهي لجذب انتباه المتابعين، في حين ظهر الأسلوب المبالغ فيه لدى الإناث بدرجة أكبر في بعض المقاطع التجميلية التي تعتمد على إبراز عناصر المظهر أو استخدام المؤثرات البصرية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية، التي ترى أن الأفراد يبنون معاني ذواتهم من خلال التفاعل مع الآخرين، حيث يمثل أسلوب الظهور أحد الرموز التي يستخدمها صانع المحتوى للتعبير عن ذاته وتكوين انطباعات معينة لدى الجمهور. فمن هذا المنطلق، يسهم الأسلوب العفوي في تعزيز الشعور بالألفة والتقارب مع المتابعين، بينما يعكس الأسلوب التمثيلي توظيف الأداء بوصفه وسيلة للتفاعل وجذب الانتباه، في حين قد يستخدم الأسلوب المبالغ فيه لإبراز جوانب معينة من الشخصية أو المحتوى.

كما تتسجم هذه النتيجة مع نظرية إدارة الانطباعات لإرفنج جوفمان، إذ يسعى الأفراد إلى اختيار الأسلوب الذي يمكنهم من تقديم الصورة المرغوبة عن أنفسهم أمام الآخرين. وعلى الرغم من أن العفوية تبدو في ظاهرها تلقائية، فإنها قد تمثل استراتيجية واعية لإدارة الانطباعات تهدف إلى إظهار صانع المحتوى بصورة طبيعية ومقبولة اجتماعياً، في حين يمثل الأسلوب التمثيلي استراتيجية أخرى تعتمد على الأداء المقصود لإثارة اهتمام الجمهور وتحقيق مستويات أعلى من التفاعل.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد (2019) التي أشارت إلى أن السرد بتلقائية يمثل أحد الأبعاد الأساسية للذات الرقمية، حيث يميل المستخدمون إلى التعبير عن أنفسهم بصورة تلقائية أثناء تفاعلهم عبر المنصات الرقمية. كما تتوافق مع دراسة عمراني واليزيدي (2022) التي أكدت أن تقديم الذات في العالم الرقمي يمثل نوعاً من الأداء الاجتماعي الذي يتكيف مع طبيعة المنصة والجمهور، وهو ما يفسر تنوع أساليب الظهور بين العفوية والتمثيل.

ويمكن أيضاً ربط هذه النتيجة بدراسة Hernández-Serrano وزملائه (2022)، التي توصلت إلى أن الأصالة (Authenticity) تمثل أحد الأبعاد الرئيسية لممارسات تقديم الذات عبر منصتي إنستغرام وتيك توك، وأن المستخدمين يميلون بصورة متزايدة إلى تقديم صورة أكثر واقعية عن ذواتهم، مع استمرار استخدام بعض أساليب التحكم في الصورة الرقمية. ويعزز ذلك ما توصلت إليه الدراسة الحالية من تصدر الأسلوب العفوي لدى أفراد العينة، مع استمرار توظيف بعض الأساليب الأدائية التي تخدم طبيعة المحتوى وأهداف صانع المحتوى.

كذلك تدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة علي (2025)، التي أوضحت أن الشباب يستخدمون استراتيجيات متعددة لإدارة الانطباعات وبناء صورة إيجابية عن أنفسهم في الفضاء الرقمي. كما تتسجم مع نتائج دراسة بريك (2025) التي بينت أن صانعي المحتوى على منصة تيك توك يوظفون أساليب متنوعة لتقديم الذات تتأثر بطبيعة المحتوى والجمهور المستهدف وخصائص المنصة الرقمية.

وتشير هذه النتيجة، في حدود عينة الدراسة، إلى أن الاختلاف بين الذكور والإناث لا يكمن في الرغبة في بناء صورة إيجابية أمام الجمهور، وإنما في الأساليب المستخدمة لتحقيق ذلك؛ إذ تميل الإناث إلى إظهار الذات بصورة أكثر عفوية وقرباً من الواقع، بينما يميل الذكور إلى توظيف عناصر الأداء والتمثيل بدرجة أكبر بما يتناسب مع طبيعة المحتوى الذي يقدمونه.

جدول رقم (7) يوضح الصورة المقدمة حسب الجنس

الصورة	الذكور	الإناث
متقف وواع	5	0
جذاب ومثالي	2	7
قوي ونشيط	2	0
مرح ومحبوب	10	1
عادي وبسيط	6	17
المجموع	25	25

تشير نتائج الجدول (7) إلى وجود تباين في الصورة المقدمة عن الذات بين الذكور والإناث عبر منصة تيك توك. فقد جاءت صورة الشخص العادي والبسيط في مقدمة الصور لدى الإناث بواقع (17) مقطعاً، تلتها صورة الشخص الجذاب والمثالي بواقع (7) مقطع، ثم صورة الشخص المرح والمحبوب بمقطع واحد، في حين لم تظهر لديهن صورتا الشخص المثقف والواعي أو الشخص القوي والنشيط. أما لدى الذكور، فقد تصدرت صورة الشخص المرح والمحبوب بواقع (10) مقطع، تلتها صورة الشخص العادي والبسيط بواقع (6) مقطع، ثم صورة الشخص المثقف والواعي بواقع (5) مقطع، بينما ظهرت صورتا الشخص الجذاب والمثالي والشخص القوي والنشيط بواقع مقطعين لكل منهما.

وتشير هذه النتائج إلى أن الذكور والإناث يتبنون صوراً مختلفة في تقديم ذاتهم داخل البيئة الرقمية؛ إذ ركز الذكور بدرجة أكبر على إبراز جوانب المرح والثقافة، في حين مالت الإناث إلى تقديم أنفسهن بصورة تجمع بين البساطة والجاذبية. ويعكس ذلك اختلافاً في الصور التي يسعى كل من الذكور والإناث إلى ترسيخها عن أنفسهم أمام الجمهور، بما يتوافق مع طبيعة المحتوى الذي يقدمونه والجمهور الذي يستهدفونه. كما يمكن ملاحظة أن كل فئة سعت إلى إبراز الجوانب التي تراها الأقرب إلى هويتها والأكثر قدرة على جذب التفاعل؛ فالذكور اتجهوا إلى إبراز المرح والمعرفة، في حين فضلت الإناث الظهور بصورة طبيعية وبسيطة مع اهتمام واضح بإبراز الجوانب الجمالية، وهو ما يعكس تنوع الاستراتيجيات التي يستخدمها الأفراد في بناء حضورهم الرقمي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء النظرية التفاعلية الرمزية التي تؤكد أن الهوية لا تُبنى بمعزل عن الآخرين، وإنما تتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي والرموز والمعاني المتبادلة. فالصور التي يقدمها صناع المحتوى عن أنفسهم لا تمثل صفاتهم الشخصية فحسب، بل تعبر أيضاً عن المعاني التي يرغبون في إيصالها للمتابعين والطريقة التي يفضلون أن يُنظر إليهم من خلالها. ومن هذا المنطلق، يمكن النظر إلى صور الشخص المرح، أو المثقف، أو البسيط، أو الجذاب بوصفها رموزاً اجتماعية تسهم في تشكيل الانطباعات وبناء الهوية الرقمية.

كما تنسجم هذه النتيجة مع نظرية إدارة الانطباع لإرفنج جوفمان، التي ترى أن الأفراد يؤدون أدواراً اجتماعية مختلفة أمام الجمهور، ويحرصون على اختيار الصفات والصور التي تساعد في تحقيق القبول الاجتماعي والتأثير في الآخرين. ويبدو أن صناع المحتوى في عينة الدراسة كانوا واعين بأهمية الصورة التي يقدمونها عن أنفسهم، لذلك حرص كل منهم على إبراز الجوانب التي يعتقد أنها تعزز حضوره الرقمي وتزيد من تفاعل الجمهور معه.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة علي (2025) التي أوضحت أن الشباب يستخدمون الفضاء الرقمي لبناء صورة إيجابية عن أنفسهم من خلال استراتيجيات متعددة لإدارة الانطباع وتحقيق القبول الاجتماعي. كما تتقاطع مع دراسة بلمصطفى ولحلاح (2023) التي أكدت أن الأفراد يوظفون الوسائط الرقمية والرموز البصرية للتعبير عن هوياتهم وإبراز الصورة التي يرغبون في إيصالها للآخرين.

كذلك تتوافق مع ما توصل إليه عمراني واليزيدي (2022) من أن تقديم الذات في العالم الرقمي يمثل أداءً اجتماعيًا يتكيف مع طبيعة المنصة والجمهور، حيث يسعى الأفراد إلى اختيار الأدوار والصور التي تتسجم مع أهدافهم التواصلية. كما تتسجم مع دراسة بريك (2025) التي بينت أن منصة تيك توك تمثل مساحة مرنة لإعادة تشكيل الهوية وتقديم الذات بطرائق متنوعة تتأثر بطبيعة المحتوى والجمهور والسياق الاجتماعي.

ويمكن أيضًا ربط هذه النتيجة بدراسة Hernández-Serrano وزملائه (2022)، التي أشارت إلى أن ممارسات تقديم الذات عبر إنستغرام وتيك توك تقوم على ثلاثة أبعاد رئيسية هي: الأصالة، والقبول الاجتماعي، والتحكم في الصورة. ويبدو أن الصور التي قدمها أفراد العينة في الدراسة الحالية تعكس توازنًا بين هذه الأبعاد؛ إذ اتجه بعضهم إلى إبراز صورة طبيعية وبسيطة تعزز الإحساس بالأصالة، في حين سعى آخرون إلى تقديم صور تعكس المرح أو الثقافة أو الجاذبية بما يساهم في بناء الصورة التي يرغبون في ترسيخها لدى الجمهور.

ومن اللافت أن الصورة الأكثر حضورًا لدى الإناث كانت صورة الشخص العادي والبسيط، وهو ما قد يعكس توجهًا نحو تقديم الذات بصورة أكثر واقعية وقربًا من الجمهور، في حين اتجه الذكور بدرجة أكبر إلى إبراز المرح والثقافة. وتشير هذه النتيجة، في حدود عينة الدراسة، إلى أن عملية تقديم الذات عبر منصة تيك توك لا تقتصر على عرض المحتوى، وإنما تمثل عملية اجتماعية واعية يسعى من خلالها الأفراد إلى بناء صورة ذهنية تعبر عن هويتهم وتساعدهم على تحقيق القبول والتأثير داخل المجتمع الرقمي.

7. النتائج العامة للدراسة:

بعد عرض نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، يمكن استخلاص مجموعة من النتائج العامة التي تعكس أبرز ما توصلت إليه الدراسة بشأن أنماط تقديم الذات لدى الشباب السعودي عبر منصة تيك توك. وتتمثل هذه النتائج فيما يأتي:

1. أظهرت الدراسة أن المحتوى التجميلي واليومي يمثلان أكثر أنماط تقديم الذات شيوعًا لدى الشباب السعودي عبر منصة تيك توك، في حين كان المحتوى الثقافي الأقل حضورًا.
2. بينت الدراسة أن الأسلوب العفوي يعد الأسلوب الغالب في تقديم الذات، بما يعكس ميل صناع المحتوى إلى الظهور بصورة طبيعية وقريبة من الجمهور.
3. كشفت النتائج أن الصورة الأكثر حضورًا هي صورة الشخص العادي والبسيط، وهو ما يشير إلى توجه صناع المحتوى نحو بناء حضور رقمي يقوم على البساطة والمصادقية.
4. أظهرت الدراسة وجود اختلافات واضحة بين الذكور والإناث في أنماط تقديم الذات، حيث مال الذكور إلى المحتوى الترفيهي والرياضي والثقافي، بينما ركزت الإناث بصورة أكبر على المحتوى التجميلي واليومي.
5. بينت النتائج أن الذكور والإناث يشتركون في الاعتماد على الأسلوب العفوي، مع ميل الذكور إلى استخدام الأسلوب التمثيلي بدرجة أكبر.
6. كشفت الدراسة عن اختلاف الصورة المقدمة عن الذات بين الجنسين؛ إذ ركز الذكور على إبراز المرح والثقافة، في حين مالت الإناث إلى إبراز البساطة والجاذبية.
7. أوضحت النتائج أن تقديم الذات عبر تيك توك يمثل عملية اجتماعية واعية تعتمد على توظيف أنماط المحتوى وأساليب الظهور والصور الذاتية لبناء الحضور الرقمي وتحقيق التفاعل مع الجمهور.
8. دعمت نتائج الدراسة افتراضات النظرية التفاعلية الرمزية، من خلال توظيف الرموز والمعاني الاجتماعية في بناء الهوية الرقمية.

9. كما دعمت النتائج افتراضات نظرية إدارة الانطباع، حيث تبين أن صناع المحتوى يختارون بعناية الكيفية التي يقدمون بها أنفسهم بما يحقق القبول الاجتماعي .
10. أكدت الدراسة أن منصة تيك توك تمثل بيئة رقمية تسهم في إعادة تشكيل الهوية الرقمية وتتيح للمستخدمين استراتيجيات متعددة لتقديم الذات.

8. توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، توصي الباحثة بما يأتي:

1. تعزيز وعي الشباب بأهمية بناء هوية رقمية متوازنة تعكس شخصياتهم الحقيقية، وتسهم في تقديم صورة إيجابية ومسؤولة عبر منصات التواصل الاجتماعي .
2. تشجيع المؤثرين والشباب على تنويع أنماط المحتوى، ولا سيما زيادة المحتوى الثقافي والتوعوي، بما يعزز حضور القيم الاجتماعية والثقافية إلى جانب المحتوى الترفيهي والتجميلي .
3. تنفيذ برامج ومبادرات توعوية تنمي مهارات الاستخدام المسؤول لمنصات التواصل الاجتماعي، وتوضح أثر أنماط تقديم الذات والصور الرقمية في تشكيل الانطباعات الاجتماعية لدى المتابعين .
4. الاستفادة من جاذبية الأسلوب العفوي والمحتوى اليومي في تصميم الحملات التوعوية والاجتماعية الموجهة للشباب عبر منصة تيك توك، لما يتمتع به هذا الأسلوب من قبول وتفاعل مرتفع بين الجمهور .
5. دعم المؤسسات التعليمية والثقافية في توظيف منصات التواصل الاجتماعي لإنتاج محتوى معرفي وثقافي يجذب الشباب، ويعزز حضور هذا النوع من المحتوى داخل البيئة الرقمية .
6. إجراء دراسات مستقبلية تتناول العلاقة بين أنماط تقديم الذات والهوية الرقمية، وعلاقتها بالجوانب النفسية والاجتماعية لدى الشباب .
7. إجراء دراسات مقارنة بين الذكور والإناث، وبين مختلف منصات التواصل الاجتماعي، للكشف عن أثر اختلاف المنصة والجنس في أنماط تقديم الذات واستراتيجيات إدارة الانطباع.

9. المراجع:

1.9. المراجع العربية:

- بريك، وردة. (2025). المرأة الجزائرية وتقديم الذات بالفضاء الافتراضي: دراسة تحليلية على فيديوهات في تطبيق التيك توك [رسالة ماجستير غير منشورة]. قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
- بلمصطفى، صبرين، ولحلاح، إلهام. (2023). الفيسبوك وبناء الهوية الذاتية عبر الصورة الرمزية: دراسة على عينة من الفيسبوكيين [مذكرة ماستر غير منشورة]. قسم علم الاجتماع، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر.
- رابح. (2024، 22 مايو). أشهر مواقع التواصل الاجتماعي في السعودية. مدونة رابح. تم الاسترجاع من <https://www.rabeh.org/ar/blog-show/أشهر-مواقع-التواصل-الاجتماعي-في-السعودية>
- زهران، حامد عبد السلام. (2003). علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب.
- عبد الخالق حسين المندلاوي. (2024). مناهج البحث العلمي المتطور في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مؤسسة دار الصادق الثقافية.
- علي، مروة سليمان. (2025). تقديم الشباب المصري لذواتهم عبر الفضاء الرقمي: دراسة في ضوء نظرية إدارة الانطباع لإرفينج جوفمان. المجلة العربية لعلم الاجتماع، (36).

عمراني، المصطفى، واليزيدي، رضا. (2022). الأبعاد الاجتماعية والتواصلية للهوية: تقديم الذات في العالم الرقمي. مجلة نقد وتنوير، (12)3، 193-174.

محمد، أمل أحمد جمعة. (2019). البنية العاملية للذات الرقمية لدى المراهقين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة العلوم التربوية، 27(4)، 103-63.

2.9. المراجع الأجنبية:

Blumer, H. (1969). Symbolic Interactionism: Perspective and Method. University of California Press.

Boyd, d. (2014). It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. Yale University Press.
<https://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf>

Busalah, Maisa. (2021). TikTok Saudi Stats. Retrieved from
<https://www.maisabusalah.com/2021/07/TikTok-Saudi-Stats.html>

Databoks. (2024). Pengguna TikTok terus bertambah sampai Kuartal I 2024. Retrieved from
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e23e5e292ac412a/pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2024>

Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. Doubleday.
<https://archive.org/details/presentationofse00goff>

Hernández-Serrano, M. J., Jones, B., Renés-Arellano, P., & Campos-Ortuño, R. A. (2022). Analysis of self-presentation practices and profiles of Spanish adolescents on Instagram and TikTok. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 11(1), 49–63.
<https://doi.org/10.7821/naer.2022.1.797>

Mead, G. H. (1934). Mind, Self, and Society. University of Chicago Press.
https://brocku.ca/MeadProject/Mead/pubs2/mindself/Mead_1934_toc.html

Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). *Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on TikTok*. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890.
<https://doi.org/10.1177/1461444820983603>

جميع الحقوق محفوظة © 2026، الدكتورة/ نوره ناصر الحمودي، الباحثة/ أشواق علي الزهراني، الباحثة/ لينا عبدالهادي الصحفي، الباحثة/ سهام متعب الزهراني، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي (CC BY NC)

Doi: <https://doi.org/10.52132/Ajrsp/v8.88.2>