

(Proposal) خطة البحث العلمي

عنوان البحث

تفاعل الجمهور مع المحتوى الساخر عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على مستخدمي تيك توك

مقدمة

شهدت منصات التواصل الاجتماعي تطوراً هائلاً في السنوات الأخيرة، وأصبح المحتوى الساخر أحد أبرز أشكال التعبير الرقمي الذي يجذب الانتباه ويحقق انتشاراً واسعاً بين المستخدمين. ويهدف هذا البحث إلى دراسة كيفية تفاعل المستخدمين مع المحتوى الساخر على تيك توك، وفهم دوافعهم، وأنماط المشاركة والتعليق، مما يساعد في فهم أثر هذا النوع من المحتوى على الجمهور.

مشكلة البحث

رغم الانتشار الكبير للمحتوى الساخر، إلا أن دراسة تفاعلات الجمهور على المنصات الرقمية خصوصاً تيك توك محدودة. السؤال الرئيسي: كيف يتفاعل مستخدمو تيك توك مع المحتوى الساخر؟

أسئلة فرعية:

- ما أنواع التفاعلات الأكثر شيوعاً (إعجاب، تعليق، مشاركة)؟
- ما الدوافع النفسية والاجتماعية وراء تفاعل الجمهور مع المحتوى الساخر؟
- هل تختلف التفاعلات باختلاف الفئات العمرية أو النوع الاجتماعي؟

أهداف البحث

- تحليل أنماط تفاعل الجمهور مع المحتوى الساخر على تيك توك.
- التعرف على الدوافع النفسية والاجتماعية لمتابعة هذا النوع من المحتوى.
- المساهمة في فهم دور المحتوى الساخر في تشكيل الرأي العام على المنصات الرقمية.

أهمية البحث

- تقديم رؤية علمية حول تأثير المحتوى الساخر على الجمهور الرقمي -
- إثراء الدراسات الإعلامية الحديثة حول سلوك المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي -
- مساعدة صانعي المحتوى والمختصين في الإعلام الرقمي لفهم جمهورهم بشكل أفضل -

منهجية البحث

- المنهجية: دراسة ميدانية باستخدام المنهج الوصفي التحليلي -
- أداة البحث: استبيان إلكتروني على عينة من مستخدمي تيك توك -

العينة: 200-300 مشارك من مختلف الفئات العمرية -
طريقة التحليل: إحصاءات وصفية (نسب، متوسطات) وتحليل نوعي للتعليقات والردود -

حدود البحث

زمنيًا: خلال فترة الدراسة الميدانية (مثلاً شهرين) -
مكانيًا: مستخدمو تيك توك في المنطقة المستهدفة -
موضوعيًا: تفاعلات الجمهور مع المحتوى الساخر فقط، دون تحليل أنواع أخرى من المحتوى -

المصادر والمراجع المبدئية

1. Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons.
2. Nothhaft, H. (2016). Humor and Satire on Social Media: An Overview. Journal of Media Studies.
3. Kraidy, M. (2017). Digital Media and Society. Routledge.
4. الدراسة الميدانية على مستخدمي تيك توك (2026).