

مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تعزيز السلوكيات لدى الأطفال:

موقع يوتيوب إنموذجاً

م.م. علا وليد كريم الفلاحي

قسم العلاقات العامة/ كلية الإعلام/ الجامعة العراقية

Ola.W.Kareem@aliraqia.edu.iq

مستخلص:-

تناولت هذه الدراسة ظاهرة جديدة انتشرت مع انتشار التكنولوجيا الحديثة وهي ظاهرة التنمر الالكتروني عند الأطفال، إذ أصبح هؤلاء يستقبلون يومياً آلاف الرسائل الموجهة لهم بما تحمله من افكار مختلفة، فقد تناولت هذه الدراسة ظاهرة التنمر الذي يوجه ضمن المضامين الموجهة للأطفال وسلطت الضوء عليه، ولا بد من التعرف على مفهوم ظاهرة التنمر واسبابها وطرائق علاجها وكذلك زيادة وعي الأفراد بها لتوعية ابناءهم والحد منها، وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن سلوك التنمر عبر الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف ب(التنمر الالكتروني) الذي يعد سلوك قديم بأساليب جديدة ساهم في انتشاره الاستخدام الواسع لشبكة الانترنت، وبحثت هذه الدراسة عن اشكال ودوافع التنمر والحلول التي يمكن وضعها للحد من هذه الظاهرة التي اصبحت تشكل خطراً على الأطفال والمراهقين باعتبار ان هذه الفئة تستخدم شبكة الانترنت دون الوعي بخطورتها.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، تعزيز السلوكيات لدى الأطفال، موقع يوتيوب.

Social Media and Its Impact on Promoting Behaviors in Children: YouTube as a Model

Abstract:

This study addresses a new phenomenon that has spread with the spread of modern technology, namely cyberbullying among children. Children now receive thousands of messages daily, each containing different ideas. This study examines the phenomenon of bullying directed within content aimed at children and sheds light on it. It is necessary to understand the concept of bullying, its

causes, and methods of treatment. It is also necessary to raise awareness among individuals about it in order to raise their children's awareness and reduce it. This study aims to uncover bullying behavior on the internet and social media, or what is known as cyberbullying, which is an old behavior with new methods that have contributed to its spread with the widespread use of the internet. This study explores the forms and motives of bullying and the solutions that can be put in place to reduce this phenomenon, which has become a danger to children and adolescents, considering that this group uses the internet without being aware of its dangers.

Keywords: Social media, promoting positive behaviors in children, YouTube.

مقدمة:-

ان تطور شبكات التواصل الاجتماعي الذي يشهده العالم قد مكن من استخدام الجمهور لها كمصدر للأخبار ونقل المعلومات ومحاربة الفساد، وقد اختصرت العالم للفرد وجعلته اشبه بشاشة الكترونية صغيرة، واثارت مواقع التواصل الاجتماعي اهتمام الجميع واصبحت لا غنى عنها في اي مجتمع وبيت، واليوم اصبحت يدار عن طريقها حتى التعليم، وتدير المؤسسات علاقاتها مع جمهورها عن طريق تلك المواقع ومع كل تلك الايجابيات للتكنولوجيا الحديثة لكنها اصبحت منبراً لنشر التجاوزات اللفظية والتتمر الالكتروني، وهي في يد الصغير والكبير ومن مختلف فئات ومستويات المجتمع فكان لا بد من دراسة هذه الحالة ووضع الحلول لها.

وفي الآونة الاخيرة انتشرت ظاهرة التتمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ورغم انتشارها عند الكبار والصغار لكنها في تزايد عند الاطفال الذين يتأثرون بكل ما يرونه من مشاهد وأدى عدم مراقبة الأهل لأبنائهم سواء على التلفاز أو هذه المواقع، لاسيما اليوتيوب إلى تزايد هذه الظاهرة بعد ظهور فيديوهات في اليوتيوب يقوم بتمثيلها أطفال من مختلف الأعمار والبيئات ويمثلون حلقات كاملة قد تصل إلى الساعة، تحمل في طياتها سلوكيات عنيفة وألفاظ سيئة تلقى على مسامع الأطفال مما يؤدي إلى ان يطبقها هؤلاء على أرض الواقع سواء في البيت والمدرسة مما انعكس على سلوكهم وطريقة تعاملهم مع أقرانهم وأهلهم وعائلاتهم.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

يشهد الأطفال في وقتنا الحالي هجمة كبيرة تستهدف مبادئهم وتؤثر على هويتهم وأصبحت اجهزة الأياد والموبايل متاحة بلا رقيب في أيديهم مما يثير فيهم هوس التصفح في الفيديوهات والصور ، لاسيما الفيديوهات التي تتضمن موسيقى وصور مثيرة للانتباه وتتلخص مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس التالي: (ما هي أشهر القنوات التي تنشر محتوى يخص الأطفال على موقع يوتيوب العربي؟) وتتفرع عنه عدة تساؤلات وهي:

١. هل يقدم المحتوى الموجه للأطفال شخص بالغ أم صغير في السن في هذه القنوات
٢. هل تتناول هذه القنوات محتوى يخص موضوعات أو سلوك حساس لدى الأطفال؟
٣. هل يصاحب المحتوى موسيقى وألوان وحركات تجذب انتباه الطفل؟

ثانياً: أهمية البحث:

١. الأهمية العلمية للبحث: تتمثل في إثراء العلم والمكتبة بهذا النوع من البحوث التي تمثل تناول مشكلة مهمة تواجه المجتمع وتمس أحد أهم فئة فيه وهم الأطفال.
٢. الأهمية المجتمعية للبحث: وتتمثل في إثراء المجتمع والفرد بالتعرف على هذا النوع من المشكلات التي ربما لا يعيرون لها انتباهاً وتزيد من وعيهم في كيفية متابعة أبنائهم وإيجاد الحلول للحد من تأثر الأبناء بهذا النوع من المحتوى.

ثالثاً: أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث بالتعرف على النقاط التالية:

١. التعرف على أبرز القنوات التي تنشر محتوى يخص الأطفال على موقع يوتيوب.
٢. معرفة السلوك الذي تستهدفه هذه القنوات لدى الأطفال.
٣. التعرف على أبرز الألوان والحركات التي تثير الطفل وتستدعي انتباهه وفتح الفيديو ومتابعته.

رابعاً: الدراسات السابقة:

١_ (راندا محمد المغربي ٢٠٢٣)

هدفت الدراسة إلى معرفة أسباب وأشكال ظاهرة التتمر الإلكتروني لدى الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة اثناء التعلم عن بعد في ظل جائحة كورونا، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وتكونت أداة الدراسة من مقياسين الأول: أشكال التتمر الإلكتروني، والمقياس الثاني: أسباب التتمر الإلكتروني، وقد اظهرت نتائج الدراسة ان اسباب التتمر الإلكتروني للأطفال هي بسبب المعاملة من الوالدين اثناء التعليم عن بعد والنتيجة الثانية هي استخدام الألعاب التعليمية الإلكترونية واطهرت النتائج اشكال التتمر الإلكتروني منها المضايقة الإلكترونية والتهديد.

٢_ (دراسة رجاء بنت عمر سعيد باحاذق ٢٠٢٢)

هدفت الدراسة الى معرفة التتمر الإلكتروني عند الأطفال لعينة بلغت (٢٣٣) لأطفال بعمر (٥-٨ سنوات) ومعرفة مع من يتحدثون عند حدوث مضايقات اثناء اللعب الإلكتروني، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي من خلال استخدام أداة الاستبانة وخلصت الدراسة إلى نتائج ابرزها ان نسبة (٥٤%) من الأطفال يعانون من تخريب الزملاء اثناء اللعب ونسبة (٤٨%) من الاطفال يرغبون في الاستمرار في اللعب على الرغم من المضايقات التي يتعرضون لها، كما توصلت الدراسة إلى ان استخدام المتتمر اوصاف غير مرغوبة منها (٤١%) والشم اثناء اللعب الإلكتروني (٤٠%) في حين ان (٢٧%) لا يتحدثون مع أحد عند التعرض للتتمر.

خامساً: نوع البحث ومنهجه:

يعد البحث من الدراسات الوصفية التي تسهم في توفير قدر من المعرفة عن ابرز ما يتعرض له الأطفال عن استخدامهم التطبيقات الذكية، واعتمد البحث على المنهج الوصفي باستخدام أداة تحليل المضمون للحصول على البيانات المتعلقة بمشكلة البحث.

سادساً: مجتمع البحث وعينته:

هو مجموع المفردات التي يستهدف البحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وهنا يتمثل مجتمع البحث بموقع يوتيوب ونظراً لصعوبة اجراء حصر شامل لجميع القنوات التي توجه محتواها للأطفال كون ربما هنالك قنوات ليست معروفة بعد، فقد اقتضت الحاجة إلى سحب عينة من مجتمع يوتيوب تضمنت فقط قناة واحدة ودراسة محتواها وهي (قناة حياة عيلتنا).

سابعاً: مجالات البحث:

المجال الزمني:

حددت الباحثة المجال الزمني للبحث للمدة من (٢ / ٣ / ٢٠٢٥ إلى ٢ / ٤ / ٢٠٢٥).

المجال المكاني:

هنا يكون المجال المكاني للبحث هو موقع يوتيوب.

ثامناً: أداة البحث:

استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون لتحليل محتوى بيانات الدراسة.

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد ادى التسارع في التطور الالكتروني إلى انطلاق ثورة كبيرة في عالم الاتصالات التي تقوم على اساس التفاعل بين طرفي عملية الاتصال وليس كما معتادين عليه في وسائل الإعلام التقليدية ذات الاتجاه الواحد، مما جعل شعوب العالم تتفتح على بعضها البعض، وقد كان من ثمار تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو مواقع التواصل الاجتماعي التي اصبحت لا يخلو جهاز أي فرد منها، حتى ان وصلت إلى أيدي الأطفال الذين لا يعرفون شيئاً عنها سوى اللهو واستقبال آلاف الرسائل الاتصالية يومياً من مختلف المواقع الالكترونية وهي تحمل لهم مختلف الافكار التي اغلبها يتنافى مع عاداتهم وتقاليدهم.

وتعد مواقع التواصل أحد مظاهر التفاعل التي تحقق صفة التفاعلية للثورة التكنولوجية الحديثة، ومفهوم مواقع التواصل من المفاهيم المرتبطة بشبكة الانترنت والمجتمع الافتراضي، ونظراً لأهميتها الكبيرة فقد أصبحت شهرتها واسعة وهي وسيلة اجتماعية للتواصل والتعارف وتبادل المعلومات والاطّبار بين الناس، وقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة لما حققته لمستخدميها من اشباعات مختلفة على كافة الأصعدة السياسية والاقتصادية والثقافية وذلك لأغراض مختلفة منها التواصل الانساني والاجتماعي (ساري، ٢٠١٤).

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من التعريفات التي وضعت لمواقع التواصل الاجتماعي ونأخذ أبرزها:

تعرف مواقع التواصل بأنها مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح بتقديم لمحة عن حياتهم العامة واطاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال فطبيعة التواصل تختلف من موقع لآخر (جبريل، ٢٠١٥).

وايضاً نستطيع تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وهي الركيزة الاساسية للإعلام الجديد أو البديل التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر الفضاء الافتراضي (الديهي، ٢٠١٥).

أبرز مميزات أو خصائص هذه المواقع (مرسي، ٢٠١٢):

١. التفاعلية: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بخاصية التفاعلية حيث يستطيع المستخدم مشاركة الآراء والأفكار والمعلومات مع آخرين والتفاعل معهم.
٢. الحضور الدائم غير المادي: حيث توفر هذه الشبكات إمكانية التواصل بين مستخدم وآخر دون الحاجة لأن يلتقيا في وقت متزامن، وذلك عن طريق ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومات وغيرها، ويرد عليه المتلقي بنفس الطريقة وأحياناً يكون التواصل فوري في نفس الوقت عن طريق تبادل الرسائل النصية أو الشفهية باستخدام الميكروفون.
٣. الحرية: استطاعت مواقع التواصل كسر كل الحواجز والخطوط الحمراء التي كانت تمنع تواصل المواطن العادي مع الجهات العليا المسؤولة وعدم الاستطاعة للتعبير عن الرأي، لذلك تحولت مواقع التواصل

إلى سلاح حاد لرصد ومتابعة وكشف قضايا عديدة للأفراد الذين أصبحوا يعبرون عن آرائهم بكل حرية في مختلف القضايا.

وقد حققت مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الايجابيات في الكثير من الجوانب الحياتية منها الاطلاع على الازمات التي تحدث في البلد والتعرف على جوانبها كافة، وآراء الآخرين بها مما يخلق لدى الشخص توسع في الافكار وزيادة ادراكه للأحداث وعدم التشبث في رأي واحد (الحمادي، ٢٠١٧). على الرغم من تلك المميزات والتسهيلات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي عبر منصاتنا لكنها واجهت الكثير من المعارضات والانتقادات التي وجهت لها، حيث وضح البعض ان لهذه المواقع سلبياتها إلى جانب ايجابياتها وبرزت تلك السلبيات أو العيوب:-

١. ان من أبرز سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي هو محاولة اشخاص لسبب ما أو مدفوعين من جهات معينة ببث افكار هدامة، ومحاولة تغذية عقول المتلقين بأفكار لا تتناسب مع مجتمعنا وتقاليدنا، اضافة إلى بث افكار التفرقة بين ابناء المجتمع الواحد والترويج لإشاعات وتغيير من افكار المتلقين عامة والشباب خاصة (البدراني، ٢٠١١).

٢. اضاءة الوقت حيث نلاحظ بصورة واضحة ان مستخدمي مواقع التواصل قد أدمنوا عليها لدرجة كبيرة، واصبحت تسرق من وقتهم ساعات طويلة، حيث اصبحت الملاذ أو المكان الذي يهرب إليه الفرد من متاعب الحياة والمشكلات اليومية، ومن جانب آخر نقل الكثير من الأشخاص خصوصياته على هذه المواقع وصوره وكل ما يتعلق به من أشياء وأحداث خاصة مما يساعد على سهولة اختراقه (قتلوني، ٢٠٢٤). من ذلك يتبين لنا مفهوم ومزايا مواقع التواصل الاجتماعي والانترنت وكيف استطاعت أن تؤثر في حياة البشرية، واستطاعت ان تدخل إلى جوانب الحياة كافة، وسوف نستعرض أهم وبرزت مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً بين الأفراد.

ثانياً: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعدد مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي يمكن ايجازها بما يلي:

١ - استخدامات اخبارية: اصبحت هذه المواقع مصدراً مهماً من مصادر الاخبار، إذ اتاحت سرعة نشر الاخبار وتبادلها بين المستخدمين حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بما

تتضمنها من صور ومقاطع فيديو مما جعلها تتنافس الفضائيات، إذ أصبحت الكثير من الفضائيات تتخذها مصدراً لأخبارها (التميمي، ٢٠١٦).

٢ - **استخدامات تجارية:** ويقصد به ما تقوم بتأسيسه الشركات من صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو مجموعات خاصة بها للترويج عن منتجاتها أو خدماتها عبر اعلانات مدفوعة الثمن في تلك المواقع (البياتي، ٢٠١٤).

٣ - **استخدامات تعليمية:** تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في تعزيز العملية التعليمية فهي توفر العديد من الصفحات والمجموعات الخاصة بالتعليم، وتجمع الطلبة والأفراد ذو التخصص الواحد وتوفر لهم دروس تعليمية لجميع التخصصات والمراحل الدراسية (صوتية ومرئية) وبصورة مجانية مما تكسب الطلبة مهارات التواصل والمناقشة وابداء الرأي، فضلاً عن تنشيط ودعم العلاقات التعليمية بين المعلمين والطلبة (قنديلجي، ٢٠١٣).

٤ - **استخدامات اتصالية شخصية:** هو اهم اوجه استخدام مواقع التواصل وعن طريقها يمكن للمستخدم اقامة علاقات صداقة جديدة أو التواصل مع المعارف وتبادل المعلومات والصور ومقاطع الفيديو وكذلك البحث عن اصدقاء الدراسة أو العمل الذين قطعت اخبارهم منذ مدة (الشاعر، ٢٠١٤).

ثالثاً: انواع مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي على عدة انواع ابرزها: -

١ - **نوع شخصي:** يقتصر هذا النوع على التواصل الاجتماعي بين مجموعة من الاصدقاء والمعارف عبر تبادل المراسلات ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو والملفات الصوتية والروابط والنصوص (فيصل، ٢٠١٤).

٢ - **نوع مرتبط بالعمل:** يربط هذا النوع بين اصدقاء العمل واصحاب الشركات ويتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرهم الذاتية بما فيها من خبرات وتفاصيل عن دراستهم واعمالهم السابقة مثل موقع (لنكد ان) (الشمائلة، ٢٠١٤).

٣ - **المدونات:** ويستخدم هذا النوع لنشر وتلقي الاخبار والمعلومات والتفاعل معها سواء كانت شخصية أو عامة مثل (blogger) (الدليمي، ٢٠١٥).

٤ - الويكي: هي صفحات ينشئها العامة عبر موسوعة مفتوحة للجميع مثل موقع "ويكيبيديا" وتسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تعديل صفحات عن معلومة مكتوبة فيه، وهي تعد من المواقع ذات المصدر المفتوح (المقاددي، ٢٠١٣).

وهناك من يرى ان مواقع التواصل الاجتماعي تقسم على عدة انواع منها (شرف، ٢٠١٤):-

- ١ - تطبيقات الهواتف المحمولة والمساعدات الرقمية والشخصية كالانستغرام وغيرها.
- ٢ - الصفحات الخاصة بالاذاعات والقنوات الفضائية في مواقع التواصل الاجتماعي وهذه الانواع قائمة على الوسائل التقليدية.
- ٣ - شبكة الانترنت وتطبيقاتها كالفيسبوك، وتويتر، ويوتيوب والمدونات، ومواقع الدردشة، الويكي وغيرها.

رابعاً: يوتيوب youtube:

هو اكبر موقع الكتروني لنشر المقاطع الفيديوية، أسس هذا الموقع بداية عام ٢٠٠٥ على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال Pay pal المتخصصة في التجارة الالكترونية في مدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الامريكية، وهؤلاء الموظفين هم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم، إذ كان هيرلي وستيف يقومان بالنقاط صور فيديو في احد الاحتفالات في سان فرانسيسكو وعندما رأوا صعوبة في نشر هذه الصور تم التفكير في انشاء اليوتيوب كموقع مؤقت، يتيح يوتيوب للمستخدم من رفع ملفات الفيديو والتسجيلات المرئية ومشاركتها للآخرين ويمتاز يوتيوب بأنه أكثر المواقع الالكترونية استخداماً ، إذ يزوره اكثر من مليار زائر شهريا (حسان، ٢٠٢٠).

كما يوفر يوتيوب إمكانية إدارة حوار جماعي للمستخدمين، وذلك عن طريق التعليقات التي تدار حول فيديو معين، حيث يقوم الأشخاص الذين شاهدوا الفيديو بإضافة التعليقات حوله ويقوم آخرون بالرد عليهم، فضلاً عن تقييم الفيديو من خلال إعطائه لايك الإعجاب أو عدم إعطائه، ويمكنهم إضافة المقطع إلى المقاطع المفضلة أو مشاركته على صفحاتهم الرسمية في باقي المواقع والتطبيقات الالكترونية، وقد اختارت مجلة تايم الامريكية في نهاية عام ٢٠٠٨ موقع يوتيوب ليفوز بلقب (شخصية العام) (العمر، ٢٠٢٠).

وتشير الباحثة إلى بعض المزايا التي مكنت اليوتيوب من تحقيق شهرة عالية، وجعلت منه منافساً قوياً لباقي مواقع التواصل الاجتماعي منها:

١ . التعرف أكثر على الأشخاص الذين يقومون بنشر فيديوهات معينة خصوصاً الفيديوهات التي تلاقي شهرة بين الأفراد، والتعرف على أصحابها أكثر ومشاهدة الفيديوهات التي قاموا بنشرها مسبقاً.

٢ . مشاهدة الفيديوهات التي اثارَت ضجة ولم يستطع الفرد مشاهدتها في حينها.

٣ . تعطي المواد الفيديوية في أحياناً كثيرة تفاصيل أكثر عن حادث معين أو حالات معينة تتطلب توضيح أكثر من أصحابها كالتفاعلات حول أشخاص معينين، وأيضاً تفيد هذه الميزة الإعلاميين في جمع معلومات أكثر حول مادتهم الإعلامية.

كما يعد يوتيوب أداة للترويج وبشكل مجاني إذ يسمح بترويج الأفكار وشرحها للمهتمين من العامة فهو لا يكلف شيئاً قياساً بالحملات الترويجية التقليدية، ويسمح في نفس الوقت ان يشاهده العالم بأسره مجاناً من خلال الموقع (قرناني، ٢٠١٦).

ولموقع يوتيوب بعض الانتقادات توضحها الباحثة هنا باختصار:-

١ . إمكانية اختراقه من بعض الأشخاص أو الجهات وتعطيل ما فيه من محتوى، وأحياناً يتم اختراق قنوات معينة فيه ونشر مواد تتعارض مع محتوى القناة، كاختراق قناة إسلامية وبث فيديوهات وصور تنتفي مع تعاليم الدين الإسلامي.

٢ . قيام بعض الدول بحجب الموقع عن مواطنيها ويحدث ذلك في أيام الثورات، عندما يتم نشر فيديوهات وصور تتعلق بالثوار، وذلك نظراً لميزة يوتيوب بإمكانية قيام أي شخص بنشر الفيديو الذي يريد بما يتماشى مع شروط اليوتيوب، حيث تقوم السلطات الحاكمة بحجب الموقع بعد نشر أي محتوى يتعلق بالثورة، كما حدث في إيران وأرمينيا عندما نشرت صور وفيديوهات لقمع المتظاهرين عام ٢٠٠٨.

خامساً: الأطفال في اجواء الإعلام:

في أي بيئة يولد الطفل فأن من حوله مصادر تطلق رسائل اتصالية ويستطيع الطفل بعد ولادته بأشهر قليلة استقبال بعض تلك الرسائل والاستجابة لها أو التمرد عليها، ويكون استقبال الطفل للرسائل بصورة مباشرة خلال بدايات العمر الأولى ثم يمكن له بعد ذلك استقبال الرسائل بصورة غير مباشرة أي عبر وسيلة اتصالية.

وهذا يعني ان الطفل ينشأ في بيئة اتصالية منذ وقت مبكر من عمره وقوام تلك البيئة رسائل اتصالية متعددة ومختلفة المصادر، ومن هذه الرسائل ماهي مقصودة يستهدف مرسلوها تحقيق هدف بعينه ومنها غير مقصود كما منها مرغوب وغير مرغوب (الهييتي، ٢٠٠٧).

وسائل الإعلام وأثرها على الطفل

لقد اصبحت المادة الإعلامية الموجهة للأطفال اليوم من اخطر الصناعات الإعلامية في العصر الحالي ومن اكثر الصناعات التي تشهد اقبالاً من طرف المستثمرين وشركات الانتاج العالمية، لما تدره من ارباح تقدر بملايين الدولارات ويفضل ظهور الانترنت اصبح إعلام الطفل يشهد تنامياً ملحوظاً وصار اكثر قرباً للطفل داخل البيت، وقد حمل هذا التطور أساليب جديدة لاستمالة الطفل والسيطرة عليه ودفعه للإدمان على ذلك، ولاشك ان هذا التطور يحمل في طياته الكثير من المخاطر لأن افخم شركات الانتاج هي شركات غربية تقدم مفاهيمها لأطفال العرب (محمد، ٢٠١٣).

اللغة المستخدمة لمخاطبة الطفل

ان اللغة كبنية واسلوب باعتبارها الوعاء الثقافي الذي يلخص تجربة الأمة بل ربما كانت أهم وسيلة يمكن ان تتم بوساطتها تنشئة الطفل تنشئة اجتماعية، واللغة بدونها لا نستطيع ان نعطي شيئاً للطفل ولها دور كبير في التأثير على الأطفال فهي ليست وسيلة اتصال فقط وانما وعاء ثقافي يختلف بتكوينه من مجتمع لآخر، لذلك كان ينبغي مراعاة اللغة عند تقديم البرامج الموجهة للطفل (زينب، ٢٠١٢).

سادساً: دور الأسرة في الاستخدام السليم للانترنت (يمينة، ٢٠٢٠):-

- ١ - الجلوس مع الأطفال عند مشاهدة برامج الانترنت.
- ٢ - اختيار البرامج والمواقع الالكترونية المناسبة لأعمار الأطفال.
- ٣- دخول الآباء على مواقع الانترنت قبل صغارهم وتصفح محتوياتها لتجنب الأطفال المواقع غير المرغوب بها.

سابعاً: مفهوم سلوك التتمر:

لقد منحت وسائل التواصل الحديثة وتطبيقاتها عبر شبكة الانترنت بعض الشباب والمراهقين والأطفال القدرة على ممارسة العدوان والتحرش بأقرانهم بواسطة الهواتف المحمولة والرسائل الالكترونية، وهذا السلوك هو ما يطلق عليه بالتتمر الالكتروني (cyber bullying) ويشار في كثير من الاحيان إلى التتمر الالكتروني بأسم التسلط عبر الانترنت أو التحرش الالكتروني.

وان التتمر يعني الاستقواء وانه سلوك مقصود لإلحاق الأذى الجسمي أو اللفظي أو النفسي أو الجنسي ويحصل من طرف قوي مسيطر تجاه فرد ضعيف لا يتوقع ان يرد الاعتداء عن نفسه ولا يبادل القوة بالقوة، وكذلك لا يبلغ عن حادثة الاستقواء للراشدين من حوله وهذا هو سر الاستقواء على الضحية (علي، ٢٠١٣). وايضاً هو هجوم أو تهديد جسدي أو كلامي أو نفسي يهدف إلى اخافة الضحية أو اشعاره بالضيق أو الحاق الضرر به (عيناب، ٢٠١٧).

أسباب التتمر:

هناك العديد من العوامل المتداخلة التي تجعل الطالب يجنح إلى سلوك التتمر وهي كما يأتي (فاطمة الزهراء، ٢٠١٦).

عوامل بيولوجية: فالطالبة المتمترون بقوة جسمية تجعلهم يتفوقون على ضحاياهم إلى جانب الاستعدادات الوراثية لديهم.

عوامل نفسية: حيث ان المتمترين تكون لديهم عدوانية واندفاعية تجاه الآخرين إلى جانب الرغبة في السيطرة واستعراض القوة.

عوامل معرفية: يعبر عنها بكون المتمترين لديهم بعض التحريفات المعرفية في انماط تفكيرهم مما يجعلهم يميلون إلى الاعتقاد بشكل خاطيء بأن الآخرين لديهم نوايا ومقاصد عدوانية تجاههم.

عوامل أسرية: التي تصنف ضمن أخطر العوامل التي تولد سلوك التتمر من بينها نجد:-

١ - المشكلات الأسرية.

٢ - التنشئة الأسرية الخاطئة التي تعتمد على العقاب البدني القاسي واهانة الطفل واهماله وتشجيعه على العنف.

٣ - انعدام التواصل بين الآباء والأبناء.

عوامل اجتماعية: للمتمتر مكانة اجتماعية وشعبية عالية بين أقرانه لأنهم يرون فيه القوة والقدرة على تحقيق مآربهم دون خوف أو تردد.

ويعد التتمر الالكتروني من انواع التتمر الحديثة التي تحول فيها التتمر من البيئة الاجتماعية التقليدية إلى البيئة الافتراضية، فعبّر ادوات ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة أصبحت الظاهرة أوسع وأشد خطورة نظراً للانفتاح والغموض مما يجعل هذا النوع من التتمر في الصدارة (درويش، ٢٠١٧).

وتضع الباحثة تعريفاً للتتمر الالكتروني على أنه (شكل من أشكال العدوان يعتمد على استخدام وسائل الاتصال الحديثة وتطبيقات الانترنت -الهواتف الذكية، الحاسب المحمول، الألواح، كاميرات الفيديو، البريد

الإلكتروني، صفحات الويب- في نشر تعليقات وبيوستات تسبب التنكيد للضحية أو الترويج لأخبار كاذبة أو ارسال رسائل الكترونية للتحرش بالضحية بهدف إرباكه واصابته بحالة من التنكيد المعنوي والمادي).
اشكال التتمر الإلكتروني (حاسي، ٢٠٢٠):-

الغضب الإلكتروني: ويشير إلى ارسال رسائل الكترونية غاضبة وخارجة عن شخص الضحية إلى جماعة ما (عبر الخط) أو إلى شخص الضحية نفسه، عبر البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية أو عبر التعليقات ومختلف الرسائل الأخرى داخل الميديا الجديدة.

التحرش الإلكتروني: ويشير إلى ارسال رسائل مهينة بشكل متكرر عبر البريد الإلكتروني إلى شخص آخر وغالباً ما تكون رسائل تحتوي على التحرش الجنسي.

الحوار الإلكتروني: وهو التحرش عن بعد on line ويتضمن التهديد بالأذى والافراط في الاهانة والقذف من خلال الحوار والمحادثات الافتراضية.

التحقير الإلكتروني: وهو ارسال عبارات مهينة ومؤذية وغير حقيقية أو ظالمة عن شخص الضحية إلى الآخرين أو عمل منشورات أو بوستات من مثل هذه المادة.

التنكر: وهو تظاهر المتمم بأنه شخص آخر يقوم بإرسال رسائل أو منشورات تجعل الآخر يبدو سيئاً.
الفضح وانتهاك الخصوصية: وذلك من خلال ارسال أو طبع منشورات تشتمل على معلومات أو رسائل أو صور خاصة بالشخص.

الاقصاء: وهو قيام المتمم بكل المحاولات الممكنة لطرد الضحية من جماعة الاون لاين أو حذفه من مواقع التواصل الاجتماعي وحث الآخرين لذلك دون مبرر لذلك سوى ممارسة القوة على الضحية أو التنكيد عليه.

وتشير الدراسات إلى خمسة خصائص مميزة للتكنولوجيات الجديدة تسمح للأفراد باستخدام الانترنت بشكل خبيث أو مسيء كما هو الحال في التتمر الإلكتروني وهي (بمينة، ٢٠٢٠):-

- استخدام المجهولية أو اخفاء الهوية مع امكانية انشاء حسابات بريد الكتروني مؤقتة أو استخدام اسماء مستعارة ومزورة.

- غياب الاتصال المادي المباشر بين المتمم والضحية وكذلك صعوبة تخلي الأفراد والمراهقين عن الاستعمال الدائم واليومي للتكنولوجيات الجديدة التي جعلت من التواصل عبر الانترنت من الالتزامات الاجتماعية.

- ان التفاعلات عبر الانترنت والتتمر الالكتروني في الجانب غير اللفظي (الايماءات) قد يصعب تفسيرها وفهمها من طرف المحاورين مثلاً بعض ضحايا التتمر الالكتروني لديهم صعوبة في تحديد ما إذا كانت الرسالة تتلخص في ان تكون نكتة أو مضايقة.

- غياب اشكال الرقابة عبر الفضاء الالكتروني، كما ان استخدام وسائل الإعلام بطريقة فردية على انها مفهوم (ثقافة غرفة النوم) الكمبيوتر في الغرفة بعيداً عن اعين أفراد الأسرة والهاتف المحمول بعيداً عن هاتف العائلة.

- خاصية الجمهور وتداول التتمر بين الأفراد جعل من التتمر الالكتروني أكثر تأثيراً على الضحايا من التتمر التقليدي.

أشكال التتمر الالكتروني (بمينة، ٢٠٢٠):

تتنوع أشكال التتمر الالكتروني حسب الوسيلة المستخدمة فيه كما يلي:-

١ - الأسلوب المباشر للتتمر الالكتروني: حيث يكون السلوك العدواني ظاهر للضحية فالمتتمر في هذه

الحالة يقصد اطلاقه واشعاره بالضيق وله انواع وهي:-

- مادي: كأرسال الفيروسات وتغير كلمات المرور.

- اللفظي: تفاعلات الازدراء عبر البريد الالكتروني والمنتديات أو ارسال تهديدات واهانات عن طريق

الانترنت او الهاتف.

- غير اللفظي: مثل نشر الصور والمنشورات عبر الانترنت أو ارسال صور أو فيديوهات أو رسومات

مقلقة للضحية.

- اجتماعي: كاستبعاد شخص من مجموعة عبر الانترنت.

٢ - الاسلوب غير المباشر للتتمر الالكتروني: ويتضمن القيام بسلوك عدواني ضد الضحية دون شعوره

بذلك في الحال مثل:

- اختراق اجهزة الضحية وسرقة معلومات منه دون علمه وذلك بالدخول إلى ملفاته الخاصة كالبريد

الالكتروني والفيديوهات والصور.

- سرقة هوية الضحية وانتحالها على الانترنت.

- نشر ما يسيء إلى الطرف الآخر عبر الهاتف أو البريد الالكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي

وتشويه سمعته.

ثامناً: مواجهة التنمر الالكتروني:

نبدأ بالخطوة الأساسية ألا وهي تفعيل دور الأسرة في البيت، كتربية الطفل على اخلاقيات التعامل مع الآخرين سواء في الحقيقة أم في العالم الافتراضي، مراقبة الأطفال في سلوكياتهم ومطابقتها مع ما يتعرضون له من رسائل اتصالية يتلقونها عن طريق العالم الالكتروني، كالمواقع الالكترونية وخصوصاً موقع يوتيوب لما يحتويه من فيديوهات يقوم ببثها أطفال في مختلف الأعمار يوجهون رسائلهم المختلفة إلى أقرانهم من أجل تغيير سلوكياتهم تجاه الأهل -المدرسة- وحتى الأشياء من حولهم.

وهناك من يرى وجوب وضع استراتيجيات لمواجهة هذه الظاهرة (درويش، ٢٠١٢):-

- استراتيجيات نفسية: تتمثل في المساندة النفسية والاجتماعية والتحكم في الانفعالات السلبية، إذ اظهرت بعض الدراسات ان ضحايا التنمر عادة ما يلجئون إلى استشارة احد اصدقائهم أو معلمهم أو آبائهم لحماية انفسهم من التنمر الالكتروني ومواجهة بطريقة فعالة.

- استراتيجية معرفية-تكنولوجية: تعتمد على بعض الاجراءات التكنولوجية التي تحمي الضحايا من التعرض المتكرر للتنمر الالكتروني مثل حظر الشخصيات المجهولة، كتغيير كلمة السر للحساب الشخصي، حجب الرسائل المجهولة أو حذفها، اضافة إلى عدم اتاحة الصور والبيانات الشخصية على الحساب الشخصي عبر الويب وحذف البرامج المجهولة على اجهزة الحاسب الشخصي وانظمة الهواتف الذكية.

وايضا يمكن مواجهة التنمر عبر بعض الاجراءات وهي كما يلي (بومشطة، ٢٠٢١):-

- محور الأمية الرقمية: ان استخدام الأطفال والمراهقين لشبكة الانترنت في سن مبكرة يوجب علينا تثقيفهم بكيفية استخدام هذه التقنية بأمان وحكمة لتجنب وقوعهم في التنمر الالكتروني كفاعل أو كضحية.

- التوعية المدرسية: وذلك من خلال اشعار الطلاب بخطورة هذا السلوك وانعكاساته السلبية عليهم وعلى الآخرين، وذلك عن طريق تعزيز علاقاتهم بالمعلمين وتشجيعهم واشراكهم في التبليغ عن هذه الممارسات التي قد تؤثر على الآخرين من حولهم.

- تدريب الآباء وتوعيتهم: حيث يعد هذا التدريب واحدا من مكونات البرامج التي ترتبط بانخفاض سلوك التنمر عبر الانترنت، وذلك بتدريبهم على الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا وتربية أبنائهم على استعمالها في الجوانب الايجابية، اضافة إلى شرح للآباء هذا السلوك الذي ظهر وانتشر بانتشار الانترنت وتطبيقاته.

المبحث الثالث: الإطار العملي للبحث

استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون في استخراج النتائج الخاصة بالبحث وذلك عن طريق تحليل محتوى بيانات قناة (حياة عيلتنا) الخاصة بتقديم محتوى للأطفال، إذ أجرت الباحثة تحليلاً لمضامين فيديوها والقناة والبالغ عددها (١٠) فيديو خلال المدة من (٢ / ٣ / ٢٠٢٥ إلى ٢ / ٤ / ٢٠٢٥).

فئات ماذا قيل:

يوضح جدول (١) ادناه نتائج تحليل فئات ماذا قيل الرئيسة

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	نشر ثقافة تشجيع الأهل للأبناء على السلوكيات الصحيحة	١٠	%٤١	الأولى
٢	استخدام التكنولوجيا	٤	%١٦	الثانية
٣	إبراز مفاهيم تكنولوجية	٤	%١٦	الثانية
٤	التطرق إلى سلوك الكذب	٣	%١٢	الثالثة
٥	توضيح مفهوم التتمر	٢	%٨	الرابعة
٦	نشر ثقافة إبلاغ الشرطة	١	%٤	الخامسة
	المجموع	٢٤	%١٠٠	

يوضح جدول (١) نتائج تحليل الفئات الرئيسة للعينة التي كما موضحة بالجدول قد حازت الفئة الرئيسة (نشر ثقافة تشجيع الأهل للأبناء على السلوكيات الصحيحة) على المرتبة الأولى بنسبة (%٤١) وبتكرار (١٠) أي أنها قد تكررت في كل فيديوها العينة خلال مدة التحليل وهذا يدل على أن جميع الفيديوها كانت توضح دور الأهل في تشجيع أبنائهم على السلوكيات الجيدة وعدم التغاضي عن أي سلوك سيء يقومون به.

فيما حازت الفئتان الرئيستان (استخدام التكنولوجيا وابرار مفاهيم تكنولوجية) على المرتبة الثانية وبنسبة (١٦%) بتكرار (٤) حيث تضمنت اربع فيديوهات من العينة على مفاهيم تكنولوجية سواء بالصورة أو الحديث.

بينما حازت فئة (التطرق إلى سلوك الكذب) على المرتبة الثالثة بنسبة (٢١%) وبتكرار (٣) حيث تطرقت بعض الفيديوهات الى مفهوم الكذب وكيفية معالجته عند الأطفال.

حازت الفئة (توضيح مفهوم التتمر) على المرتبة الرابعة بنسبة مئوية (٨%) بتكرار (٢) إذ وضح فيديوهان خلال مدة حصر العينة على ابرار مفهوم التتمر في المدارس عند الاطفال وتطرق المحتوى إلى بغض هذا التصرف وضرورة الابتعاد عنه.

وحازت فئة (نشر ثقافة ابلاغ الشرطة) على المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة (٤%) وتكرار (١) حيث اظهرت أحد الفيديوهات مشهد تمثيلي لسرقة وتم ابلاغ الشرطة عنه وعدم التكنم عليه.

جدول (٢) ادناه يمثل الفئات الفرعية للفئة الرئيسة الأولى (نشر ثقافة تشجيع الأهل للأبناء على السلوكيات الصحيحة)

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	اجتماع العائلة مع الأبناء على وجبات الطعام ومشاهدة التلفاز	٤	٤٠%	الأولى
٢	تشجيع الأهل للأبناء على الدراسة والنجاح بطرق هادئة	٣	٣٠%	الثانية
٣	استخدام الأهل لأسلوب العقاب والنصح	٢	٢٠%	الثالثة
٤	اظهار الأهل بصورة القدوة لأبنائهم	١	١٠%	الرابعة
المجموع		١٠	١٠٠%	

يوضح جدول (٢) الفئة الفرعية الأولى (اجتماع العائلة مع الأبناء على وجبات الطعام ومشاهدة التلفاز) التي حازت على المرتبة الأولى بتكرار (٤) ونسبة مئوية (٤٠%) والفئة الفرعية الثانية (تشجيع الأهل للأبناء على الدراسة والنجاح بطرق هادئة) التي حازت على المرتبة الثانية بتكرار (٣) ونسبة مئوية (٣٠%) فيما حازت فئة (استخدام الأهل لأسلوب العقاب والنصح) على المرتبة الثالثة بتكرار (٢) ونسبة مئوية (٢٠%) والمرتبة الرابعة والأخيرة حازت عليها فئة (أظهار الأهل بصورة القدوة أمام الأبناء) بتكرار (١) ونسبة مئوية (١٠%).

جدول (٣) يوضح الفئات الفرعية للفئتين الرئيسيتين الثانية والثالثة (استخدام التكنولوجيا وابرار مفاهيم تقنية)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة	ت
الأولى	٥٠%	٢	عرض مشاهد تحتوي على استخدام الأم للموبايل	١
الثانية	٢٥%	١	استخدام الأطفال للأجهزة الالكترونية الحديثة	٢
الثالثة	٢٥%	١	أظهار مشاهد للأطفال تحتوي على استخدام مصطلح الذكاء الاجتماعي وطريقة استخدامه	٣
	١٠٠%	٤		المجموع

يبين جدول (٣) حصول الفئة الفرعية الأولى (عرض مشاهد تحتوي على استخدام الأم للموبايل) على تكرار (٢) ونسبة مئوية (٥٠%) بينما حازت الفئة (استخدام الأطفال للأجهزة الالكترونية الحديثة) على تكرار (١) ونسبة مئوية (٢٥%) وحازت الفئة (أظهار مشاهد للأطفال تحتوي على استخدام مصطلح الذكاء الاصطناعي وطريقة استخدامه) على تكرار (١) ونسبة مئوية (٢٥%).

جدول (٤) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الثالثة (التطرق إلى سلوك الكذب)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة	ت
الأولى	٦٦%	٢	التطرق إلى مفهوم الكذب وظهاره على أنه عادة سيئة	١
الثانية	٣٣%	١	معاقبة الكذاب	٢
	١٠٠%	٣		المجموع

يبين جدول (٤) حصول الفئة (التطرق إلى مفهوم الكذب واطهاره على أنه عادة سيئة) على تكرار (٢) ونسبة مئوية (٦٦%) بينما حازت فئة معاقبة الكذاب على تكرار (١) ونسبة مئوية (٣٣%).

جدول (٥) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الرابعة (توضيح مفهوم التتمر)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة	ت
الأولى	٥٠%	١	مشهد تمثيلي لأطفال متتمرين داخل المدرسة	١
الأولى	٥٠%	١	توضيح الأذى والحزن الذي يلحق بالشخص الذي يتعرض للتتمر	٢
	١٠٠%	٢		المجموع

يوضح جدول (٥) حصول الفئتين (المشهد التمثيلي لأطفال متتمرين داخل المدرسة وتوضيح الأذى والحزن الذي يلحق بالشخص الذي يتعرض للتتمر) على نفس التكرار (١) ونفس النسبة المئوية (٥٠%) مما يبين لنا أن فكرة التطرق للتتمر قد تكرر مرتين في محتوى القناة.

جدول (٨) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الخامسة (نشر ثقافة ابلاغ الشرطة)

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التطرق إلى سلوك ابلاغ الشرطة عن حالات النصب والسرقه وعدم التهاون بها	١	١٠٠%	الأولى
المجموع		١		

يوضح جدول (٨) حصول الفئة الفرعية (التطرق إلى سلوك ابلاغ الشرطة عن حالات النصب والسرقه وعدم التهاون بها) على تكرار (١) ونسبة مئوية بلغت (١٠٠%) مما يوضح لنا تطرق القناة الى هذا السلوك وتعليم الاطفال واجب الشرطة تجاههم وواجبهم تجاه الشرطة والمجتمع.

فئات كيف قيل:

وتتضمن فئات الشكل في تحليل مضمون الفيديوهات التي تقدمها القناة للمدة من (٢/ ٣ / ٢٠٢٥ إلى ٢/ ٤ / ٢٠٢٥) التي بلغت (١٠) مقاطع فيديو.

جدول (٩) يبين الفئات الرئيسية لفئات الشكل كيف قيل:

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	اساليب العرض	١٠	٣٣%	الأولى
٢	الجمهور المستهدف	١٠	٣٣%	الأولى
٣	وسائل الابرار في القناة	١٠	٣٣%	الأولى
المجموع		٣٠	١٠٠%	

في جدول (٩) حازت الفئات الرئيسية الثلاث اعلاه على نفس التكرار (١٠) ونفس النسبة المئوية (٣٣%) كون القناة كانت تقدم المحتوى بطريقة عرض واحد ومتشابهة بالرسوم المتحركة والاصوات والالوان والاشكال وحتى طريقة العرض كانت واحدة وهي الفيديوهات، كوننا نحلل محتوى موقع يوتيوب الذي يعرض المحتوى بطريقة واحدة وهي الفيديوهات وكذلك الجمهور المستهدف من المحتوى هو الاطفال والأهل.

جدول (١٠) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة الأولى (أساليب العرض)

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الفيديوهات	١٠	%١٠٠	الأولى
المجموع		١٠		

يبين جدول (١٠) حصول الفئة الفرعية (فيديوهات) على المرتبة الأولى بتكرار (١٠) ونسبة مئوية (١٠٠%) كون الموقع يوتيوب ويعرض محتواه بطريقة واحدة وهي الفيديوهات.

جدول (١١) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة (الجمهور المستهدف)

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
	الأطفال	٥	%٥٠	الأولى
	الأهل	٥	%٥٠	الأولى
المجموع		١٠	%١٠٠	

يبين جدول (١١) حصول الفئتين الفرعيتين (الأهل والأطفال) على تكرار (٥) ونسبة مئوية (٥٠%) وبهذا يأخذان المرتبة نفسها مما يوضح لنا ان المحتوى كان يستهدف الأطفال والأهل.

جدول (١٢) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة (وسائل الابرار في القناة)

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الالوان والاصوات	٥	%٥٠	الأولى
٢	الشخصيات الكارتونية	٥	%٥٠	الأولى
المجموع		١٠	%١٠٠	

يبين جدول (١٢) حصول الفئتين الفرعيتين (الالوان والاصوات والشخصيات الكارتونية) على نفس التكرار (٥) والنسبة المئوية نفسها (٥٠%) مما يدل على ان جميع الفيديوهات كانت تقدم بنفس الطريقة.

النتائج

١. حازت الفئة الرئيسية نشر ثقافة تشجيع الالهل للأبناء على السلوكيات الصحيحة على تكرار (١٠) ونسبة مئوية (٤١%) وبهذا حازت على المرتبة الأولى.
٢. حازت الفئة الفرعية اجتماع العائلة مع الأبناء على وجبات الطعام ومشاهدة التلفاز على تكرار (٤) ونسبة مئوية (٤٠%) وبهذا حازت على المرتبة الأولى.
٣. حازت الفئة الفرعية عرض مشاهد تحتوي على استخدام الأم للموبايل على تكرار (٢) ونسبة مئوية (٥٠%) وبهذا حازت على المرتبة الأولى.
٤. حازت الفئة الفرعية توضيح الأذى والحزن الذي يلحق بالشخص الذي يتعرض للتمتر على المرتبة الأولى بتكرار (١) ونسبة مئوية (٥٠%) وبهذا حازت على المرتبة الأولى.
٥. حازت الفئة الرئيسية (اساليب العرض) ضمن محور كيف قيل على تكرار (١٠) بنسبة (٣٣%) وبهذا حازت على المرتبة الأولى.

الاستنتاجات

١. يجب دعم القنوات التي تعرض محتوى توعوي كالفنائة التي كانت عينة البحث.
٢. ان يتم تعرض الأطفال إلى هذا النوع من القنوات لبناء افكارهم بشكل صحيح وبناء سلوكهم بشكل سليم.
٣. من المهم ان يقوم الآباء بتفعيل اليوتيوب الخاص بالأطفال على هواتفهم وشاشاتهم لضمان تعرض الأطفال لمحتوى يناسب أعمارهم.
٤. من المهم أن تكون هنالك قنوات عراقية تتناول موضوعات المجتمع العراقي بشكل يسمح للطفل بفهمه وزيادة وعيه وتعليمه كيفية التعامل مع حالات معينة.

الخاتمة

وفي النهاية نشدد على ضرورة مواجهة هذه الظاهرة قبل ان تنتشر إلى الأجيال اللاحقة وتفسد قيم واخلاق ابنائنا، فأطفالنا نعمة من نعم الله علينا وامانة في اعناقنا فلنجعل منهم أفراداً صالحين في المجتمع ونحميهم من الخطر الذي يدور حولهم، فالتكنولوجيا الحديثة خطر محتم إذا لم نستطيع ان نسيطر عليها ونعلم ابنائنا كيفية استخدامها بشكل صحيح وآمن.

ويجب على الأهل مراقبة ابنائهم ومشاهدة المحتوى قبل السماح لهم بمشاهدته وايضاً تحديد وضع ومكان لمشاهدة ما يريدون بحيث يكون تحت انظار العائلة وليس بمكان منعزل عنهم، وضرورة ان يعي الأهل خطر هذه الفيديوهات التي تعرض على موقع يوتيوب بدون أي فحص من الأهالي أو من إدارة يوتيوب.

مصادر:

١. جبريل حسن الهاشمي، سلمى بنت عبدالرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية (الاردن: الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ٢-١٥).
٢. جميل خليل محمد، الإعلام والطفل (عمان: المعترف للنشر والتوزيع، ٢٠١٣).
٣. حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي.. الابعاد والمبادئ والمهارات (الاردن: دار كنوز المعرفة، ٢٠١٤).
٤. حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق (دمشق: دار القلم للنشر، ٢٠٢٠).
٥. حاسي مليكة، شرارة حياة، التتمر الالكتروني دراسة نظرية في الأبعاد والممارسات، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد ١، المجلد ٤، ٢٠٢٠.
٦. خالد حمد الحمادي، إسهامات منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الأمن ومواجهة الجريمة (الشارقة : القيادة العامة لشرطة الشارقة مركز بحوث الشرطة، ٢٠١٧).
٧. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها التقنية (عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٣).
٨. زينب محمد عبدالمنعم، رشا محمود سامي، تخطيط البرامج الإعلامية للطفل (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ٢٠١٢).

٩. درويش عمرو محمد وآخرون، فاعلية بيئة تعلم معرفي/ سلوكي قائمة على المفضلات الاجتماعية في تنمية استراتيجيات مواجهة التمر الالكتروني لطلاب الثانوية، مجلة العلوم التربوية، العدد ٤، الجزء ١، ٢٠١٧.
١٠. عامر ابراهيم قنديلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٣).
١١. عبدالرزاق محمد الدليمي، صناعة الإعلام العالمي المعاصر (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥).
١٢. عبدالعزيز شرف، الإعلام الالكتروني (عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).
١٣. علي موسى الصباحيين، محمد فرحان القضاة، سلوك التمر عند الأطفال والمراهقين (الرياض: مكتبة الملك فهد للنشر، ٢٠١٣).
١٤. عينا ب لوك وآخرون، تنمية المسؤولية الشخصية والاجتماعية ومواجهة ظاهرة التمر (القدس: وحدة تطوير مناخ الأمن ومنع العنف في وزارة التعليم العالي، ٢٠١٧).
١٥. فاضل محمد البدراني، الأخلاقيات والإعلام (بيروت: المستقبل العربي، ٢٠١١).
١٦. فاطمة الزهراء شطبي، واقع التمر في المدرسة الجزائرية، مجلة الدراسات النفسية، العدد ١١، ص ٧٥، ٢٠١٦ (٣٣).
١٧. ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال (عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).
١٨. محمد العمر، الانترنت والمجتمع (الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠).
١٩. محي الدين اسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين (الاسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، ٢٠١٥).
٢٠. مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف (د.م: المستقبل العربي، ٢٠١٢).
٢١. مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفيسبوك (بيروت: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠١٤).
٢٢. مهند حميد التميمي، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي تكامل أم صراع (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٦).

٢٣. نوال بومشطة، سلوك التتمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي انتقال من العالم الواقعي إلى الفضاء الإلكتروني، مجلة تطوير، العدد ١، ٢٠٢١.
٢٤. هادي نعمان الهيتي، الإعلام والطفل (عمان: دار اسامة للنشر، ٢٠٠٧).
٢٥. ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الحرية والفوضى والثورات (الفجيرة: هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام، ٢٠١٤).
٢٦. ياسين قرناني، امينة بكار، تطبيقات الإعلام الجديد المفاهيم، الخصائص، الفرص، التحديات (عمان: دار الايام للنشر والتوزيع، ٢٠١٦).
٢٧. يمينة مدوري، سارة زغدودي، التتمر الإلكتروني الشكل الحديث للعنف، مجلة ضياء للبحوث النفسية والتربوية، العدد التجريبي، ٢٠٢٠).