

ثقافة الإعلام الجديد وتأثيرها على شخصية الطفل- اليوتيوب أنموذجا
- دراسة ميدانية بولاية أم البواقي -

New media culture and its impact on the child's personality - youtube as a model
- a field study in the state of oum el bouaghi

ط.د حدة مالكي^{1*}، د. أسماء سعادو²،

¹ جامعة أم البواقي (الجزائر)، hddmalki@gmail.com

² جامعة أم البواقي (الجزائر)، esma.saadou@univ-oeb.dz

تاريخ النشر: 2022-12-31

تاريخ القبول: 2022-12-07

تاريخ الاستلام: 2022-06-19

ملخص

تهدف هذه الدراسة للكشف عن التأثيرات التي تحدثها ثقافة الإعلام الجديد على شخصية شريحة مهمة من المجتمع وهم الأطفال وبالتحديد في مرحلة الطفولة المبكرة من خلال أحد أشكاله وهو اليوتيوب. للتقصي عن الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي واستمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، مع عينة قصدية قوامها 100 مفردة من مجموع الأولياء الممثلين بالآباء والأمهات الذين لديهم أطفال تتراوح أعمارهم بين 3 إلى 6 سنوات ويشتركون في خاصية واحدة وهم فعلا من مستخدمي اليوتيوب والقاطنين بولاية أم البواقي، وكشفت نتائج الدراسة على الآثار السلبية التي تحدثها المضامين الثقافية لليوتيوب على شخصية الطفل من خلال بروز سلوك العنف، وكذلك الأثر الإيجابي لثقافة اليوتيوب الذي تجسد في تنمية القدرات الإبداعية لدى الطفل، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات الهامة.

الكلمات الدالة: ثقافة الإعلام الجديد؛ يوتيوب؛ شخصية؛ طفل.

Abstract:

This study aims to reveal the effects of the new media culture on children, particularly in the early childhood stage, through one of its forms, which is YouTube.

To investigate the topic, we relied on the descriptive approach and a questionnaire as a tool for data collection, with an intentional sample of 100 individuals from the total number of parents represented by parents who are YouTube users and residing in the state of Oum El Bouaghi and who have children between the ages of 3 to 6 years.

The study concluded that there are negative effects caused by the cultural contents of YouTube on the child's personality through the emergence of violent behavior, as well as the positive impact of YouTube culture, which is the development of the creative abilities of the child.

Keywords: New Media Culture; YouTube; Personality; Child.

*المؤلف المراسل.

1- مقدمة - إشكالية

شهد العالم خلال القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين تطورا هائلا في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، هذا ما أفرز ما يسمى الإعلام الجديد الذي ألغى الحدود واختصر الزمن وجعل من الكرة الأرضية أشبه بشاشة الكترونية صغيرة، أصبحت فيها المجتمعات كلها أمام بعضها البعض على ما فيها من تنوع الثقافات، ما جعل الإعلام الجديد-اليوتيوب تحديا - يمثل قوة كبيرة لحضور الثقافة وانتشارها على مستوى عالمي، فثقافة اليوتيوب أصبحت تصوغ عقول الأفراد والأطفال منهم على وجه الخصوص، فقد أصبح من المسلمات المتعارف عليها اليوم أن المفضل لدى الأطفال هو استخدام اليوتيوب ومتابعة برامجه المختلفة بكل معطياتها، وبالتالي أصبح لثقافة اليوتيوب في المجتمع المعاصر أثر كبير في سلوكيات الأطفال وتكوين شخصيتهم.

"اليوتيوب" الذي ظهر بصفة جماهيرية في العقد الأخير من القرن الماضي، وهو يمتاز بمزايا وخصائص جعلته يستحوذ على حيز كبير من اهتمام الشباب والأطفال في المجتمع الجزائري، وازداد استخدامه بشكل مذهل ولافت للنظر، وبالتالي تدخلت هذه الوسيلة من خلال مضامينها الثقافية المختلفة حاملة معها جملة من الآثار على شخصية هذه الفئة، حيث ظهرت بين أوساطهم سلوكيات جديدة نظرا لقوة تأثيرهم السريع به، فقد توصلت دراسة رضا أمين (2009) التي أجراها على عينة قوامها 122 مفردة من الشباب الجامعي أن نسبة 70.5% من الباحثين لا يعرفون مواقع متخصصة في عرض وإرفاق ملفات الفيديو سوى موقع اليوتيوب وذكر 29% من الباحثين أنهم يعرفون مواقع أخرى، وتمثلت أهم دوافع التعرض لموقع اليوتيوب في التعرف على الأخبار المهمة واللقطات الإخبارية النادرة وذلك بنسبة 31.7% والتسلية والترفيه بنسبة 29.9% والرغبة في مشاهدة أجزاء من المسرحيات والبرامج التلفزيونية بنسبة 26.15% وحب الفضول للتعرض لنمط إعلامي جديد بنسبة 20.5%، كما توصلت إحدى الدراسات إلى أن الجمهور الفلسطيني يعتمد ما نسبته 16.7% من الباحثين بدرجة عالية على وسائل الإعلام الجديد للحصول على معلومات حول قضايا المرأة، و66.3% يعتمدون عليها بدرجة متوسطة بينما 17% يعتمدون عليها بدرجة منخفضة (أمعرف، 2017، 221-222)، كما توصلت دراسة عن استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والاشباع المتحققة منه من خلال تطبيق الدراسة ميدانيا على عينة عمدية من المراهقين ممن يستخدمون موقع اليوتيوب قوامها 400 مفردة بمحافظة القاهرة البالغين من العمر (15-18 عاما) إلى أن الإشباع المحققة تمثلت في زيادة المعرفة والإطلاع والتسلية والترفيه واكتساب معلومات جديدة وفهم ما يدور من حولهم من أحداث، كما بينت الدراسة أن الموضوعات الفنية (أفلام، أغاني، أجزاء من برامج) في مقدمة الموضوعات التي يفضل الباحثين مشاهدتها على موقع اليوتيوب بنسبة 23.2%، ثم الموضوعات الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة 21.2%، ثم مواقف وغرائب في المرتبة الثالثة بنسبة 20.09%، ثم الأحداث والأخبار السياسية الجارية بنسبة 20.6%، وأخيرا الموضوعات الدينية بنسبة 13.8% (أبو بكر، 2013، 111)، كما توصلت دراسة الرفاعي حول إثراء المناقشات الرياضية باستخدام مقاطع تعليمية من موقع اليوتيوب بالبحث في موقع اليوتيوب من خلال إرسال مقاطع تعليمية متنوعة كما وكيفا مما انعكس على كفاءة المناقشات وتحسين جودتها وإثرائها، كما كان لتلخيص الاستفادة من عمليات المناقشات الرياضية أثر على تحسين وفهم الطلاب لموضوعات المقرر وزيادة التفاعل اللفظي في جميع الاتجاهات (بين الطلاب أو بين الطلاب والباحث) داخل قاعات الدراسة وانعكس ذلك على مراجعة الطلاب للباحث خلال الساعات المكتبية

وحرصهم على طرح الاستفسارات والتعليقات حول المقرر وسؤالهم عن كيفية تجويد البحث في موقع اليوتيوب.(الرفاعي، 2013، 167).

إن مرحلة الإعلام الجديد الذي لاحت بواذره في منتصف التسعينات من القرن العشرين، جعلت الطفل يعيش في عالم متغير افتراضي يختلف كثيرا عما كان عليه من قبل، إنه عالم رقمي معلوماتي متقدم يتميز بخصائص حضارية لم يسبق لها مثيل من التفاعلية والتنوع وتجاوز الحدود الثقافية، وبالتالي تسويق ثقافات المجتمعات المختلفة من خلال مضامين ثقافية تحملها برامج الترفيه والتسلية والرياضة والأغاني والأفلام والألعاب وغيرها... حيث يزداد انجذاب وتشبع الطفولة بثقافة الإعلام الجديد يوم بعد يوم، فمن الحواسيب الشخصية إلى الألواح الالكترونية والهواتف الذكية ومن التلفاز إلى اليوتيوب كل هذه الأشكال الإعلامية الجديدة تحمل في طياتها ثقافة سيطرت على عقول الأطفال، وبالتالي فهي تعمل بطريقة أو بأخرى في التأثير سلبا أو إيجابا من خلال التغيرات التي تطرأ على الصفات الجسمية والعقلية والمزاجية والاجتماعية المميزة لشخصية الطفل، فمن المعلوم أن الشخصية لا تتشكل كليا مع ولادة الطفل، وإنما تتبلور معالمها بفعل اتصاله وتفاعله مع بيئته، لذا تتخذ شخصية الطفل الصيغة التي تطبعها بها المؤثرات الثقافية، أي أن شخصية الطفل تتحدد بفعل ما يأخذه من مجمل عناصر الثقافة، لذا فإن هذه الشخصية هي وليدة الثقافة. وهذا يعني أنه لولا الثقافة لما تبلورت شخصيات الأطفال حيث تهيئ لهم هذه الثقافة أسباب نمو الشخصية من خلال تكوين ذلك النسق من العناصر التي يتميز بها الطفل، وبالتالي تكون شخصية الطفل صورة أخرى مقابلة لثقافته، هذه الثقافة التي من معطياتها التي تعرف بها التحرك المستمر والانتشار والانتقال من بيئة إلى أخرى فتأخذ منها أو تعطئها، فهي تبحث دوما عن الوسيط الملائم لانتقالها وما من غير الإعلام بثتى صورته المقروء أو المسموع أو المرئي، وخاصة السمعي البصري أفضل وسيط ينقلها من مجتمع لآخر أو بين أفراد المجتمع الواحد خاصة مع بروز الإعلام الجديد خاصة اليوتيوب وما يعكسه من ثقافة عبر مشاهدة الفيديوهات المتنوعة، فاليوتيوب تتعرض له هذه الفئة من المجتمع "الأطفال" ويتأثرون بمضامينه الثقافية لما تتميز به من عناصر جذب وتشويق وقوة التأثير، بحيث أصبح تأثير ثقافة الإعلام الجديد-اليوتيوب أنموذجا- واضحا من خلال ظهور نمط جديد من الشخصية لدى الطفل يختلف كثيرا عن ذلك النمط التقليدي الذي نشأ في ظل ثقافة تقليدية لعبت فيها مؤسسات المجتمع الأخرى دورا رئيسيا كالأسرة والمدرسة وجماعة الرفاق وغيرها..وعليه سوف نحاول من خلال هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على إشكالية تأثير ثقافة الإعلام الجديد - اليوتيوب أنموذجا- على شخصية الطفل من وجهة نظر الأولياء من خلال الإجابة عن التساؤل التالي:

✓ كيف يمكن أن تؤثر ثقافة الإعلام الجديد(اليوتيوب أنموذجا) على شخصية الطفل ؟

و تتبثق عنه التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما مدى استخدام وإقبال الأطفال على برامج اليوتيوب من وجهة نظر الأولياء؟
2. كيف تساهم ثقافة الإعلام الجديد (اليوتيوب أنموذجا) في ظهور العنف لدى الطفل؟
3. كيف تساهم ثقافة الإعلام الجديد(اليوتيوب أنموذجا) في تنمية القدرات الإبداعية لدى الطفل؟

2- فروض الدراسة:

1.2- الفرضية العامة :

- تؤثر ثقافة الإعلام الجديد(اليوتيوب أنموذجا) سلبا وإيجابا على شخصية الطفل.

2.2- الفرضيات الجزئية:

1. يستخدم الأطفال برامج اليوتيوب بدرجة كبيرة من وجهة نظر الأولياء.
2. تساهم ثقافة الإعلام الجديد (اليوتيوب أنموذجا) في ظهور العنف لدى الطفل بدرجة كبيرة.
3. تساهم ثقافة الإعلام الجديد(اليوتيوب أنموذجا) في تنمية القدرات الإبداعية لدى الطفل بدرجة كبيرة.

3.أسباب اختيار الموضوع:

- انتشار أشكال الإعلام الجديد المختلفة وخاصة اليوتيوب بشكل ملفت للانتباه بين جميع شرائح المجتمع وبالأخص الأطفال مع بروز أنماط سلوكية جديدة ودخيلة على الثقافة العربية الإسلامية تعكس التأثير الكبير لهذه الفئة بثقافة الإعلام الجديد.
- محاولة لدراسة شخصية شريحة مهمة من المجتمع " الأطفال" في عصر المؤثرات الإعلامية الثقافية- اليوتيوب- وما تبثه من ثقافة تستهدف هذه الفئة وذلك من منظور سوسيو- ثقافي.
- توضيح مفهوم الطفولة وخاصة في مرحلة الطفولة المبكرة وخصائصها واحتياجاتها المختلفة.
- إبراز مفهوم الشخصية في علم الاجتماع
- تسلط الضوء على التأثيرات السلبية والايجابية التي تحدثها ثقافة الإعلام الجديد(اليوتيوب)على شخصية الطفل الجزائري.

4.أهداف الدراسة:هذه الدراسة كغيرها من الدراسات العلمية تهدف لتحقيق ما يلي:

- ✓ إبراز مفهوم ثقافة الإعلام الجديد-اليوتيوب تحديدا- كوسيلة هامة للغزو الثقافي
- ✓ الكشف عن التأثيرات السلبية والايجابية لثقافة اليوتيوب على شخصية فئة هامة من المجتمع "الأطفال"على أساس أن طفل اليوم هو رجل المستقبل الذي نعهده ليحمل لواء الحضارة العربية الإسلامية ويساهم من خلالها في الحضارة العالمية.
- ✓ التأكيد على تعزيز الدور الايجابي الذي تلعبه هذه الثقافة في تشكيل شخصية الطفل ومحاولة القضاء على السلب منها.
- ✓ تقديم التوصيات والاقتراحات التي من نشأتها أن تساهم في بناء شخصية سليمة لأفراد المجتمع والأطفال على وجه التحديد بحيث تحصنهم من الوقوع في السلبيات التي تفرضها ثقافة اليوتيوب.

5. أهمية الدراسة: تتجلى أهمية هذا الموضوع فيما يلي:

- ✓ دراسة الشخصية الإنسانية من حيث هي نتاج حضارة أو ثقافة تشمل على قيم ومعايير وأنساق اجتماعية، فعلم الاجتماع بوصفه فرعا من فروع العلوم الاجتماعية يهتم في دراسته للشخصية بالمحددات البيئية الاجتماعية الثقافية لها ويركز عليها مع عدم إنكاره للعوامل الوراثية بطبيعة الحال التي يركز عليها علم النفس.

✓ محاولة دراسة الفرد في السياق الاجتماعي والثقافي ودراسة الشخصيات الحقيقية للأفراد وتحديدًا دراسة شخصية الطفل في هذا السياق.

✓ التعرف على أثر ثقافة الإعلام الجديد (اليوتيوب) في تشكيل شخصية الطفل.

✓ كما تستمد الدراسة أهميتها من طبيعة الشريحة المقصودة بالبحث وهي فئة الأطفال على اعتبارها حجر الأساس في كل المجتمعات، ومرحلة حاسمة تتشكل فيها أساسيات شخصية الفرد.

6. مفاهيم الدراسة:

1.6- مفهوم الإعلام الجديد إجرائيا: هو مجموع التطبيقات التي تقوم على شبكة الإنترنت من خلال

المزج بين النص والصورة والصوت، وأهم هذه التطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، التويتر، ... وغيرها. وكذلك المدونات الإلكترونية، ومواقع بث الفيديو وخاصة اليوتيوب مع توفر الجهاز الإلكتروني.

2.6- مفهوم إجرائي لليوتيوب youtube: هو أحد تطبيقات الإعلام الجديد، كما أنه بديل عن

التلفزيون التقليدي، وهو أداة ثقافية لربط العالم ببعضه البعض، نستطيع من خلاله التعرف على ثقافات وعادات وعلوم العالم مما يساعد على دعم المواقف والتأثير عليها وخلق الأنماط السلوكية وتعزيزها ونشرها من خلال مضامينه الثقافية المتنوعة وبالتالي تساهم في تشكيل شخصية الأطفال، كما أنها إحدى وسائل الغزو الثقافي التي تدخلت بقوة في تغيير وتشكيل شخصيتهم.

3.6- مفهوم إجرائي لثقافة الإعلام الجديد -اليوتيوب-: هي المضامين الثقافية (فيلم، رقصة، أغنية،

مسلسل، كلمة، لعبة، ... الخ) التي تعبر عن آراء وأفكار وعادات وتقاليد وقيم وأديان وفلسفات متنوعة لمجتمعات مختلفة، وكل ما توصل إليه الفكر البشري وأصدره عبر الإعلام الجديد (اليوتيوب) حيث يتلقاها الأفراد وخاصة الأطفال فتؤثر في سلوكياتهم وبالتالي في تشكيل شخصيتهم.

4.6- مفهوم الشخصية إجرائيا: هي استجابة الفرد المميزة لكل مثير اجتماعي ثقافي، وتتجلى عبر

مظاهر خارجية، الجانب الفيزيقي (الشكلي)، والسلوك الاجتماعي (نماذج السلوك)، تقوم في أساسها على خصوصية الفرد وتكيفه بصورة ملائمة مع محيطه وثقافته.

5.6- مفهوم الطفولة إجرائيا: هي أولى المراحل العمرية التي يمر بها الفرد، حيث تبدأ من سن الثلاث

سنوات حتى سن الست سنوات، وتتميز هذه المرحلة بالفضول وحب الاستطلاع والميل لكل ما هو جديد، وتعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل التي تتكون فيها شخصية الفرد.

6.6- مفهوم العنف إجرائيا: هو السلوك العدواني الذي يصدر عن الطفل من ضرب وصراخ وتكسير

الأشياء اتجاه غيره من الأفراد نتيجة استخدامه لليوتيوب، وذلك استجابة للمثيرات الخارجية التي يتعرض لها.

7.6- مفهوم القدرات الإبداعية إجرائيا: هي مزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية التي

تظهر وتتشكل وتنمو لدى الطفل نتيجة استخدامه لليوتيوب كحب الاستطلاع والطلاقة (اللفظية والفكرية وطلاقة الأشياء) والحساسية للمشكلات وإيجاد حلول فريدة لها.

7- الإجراءات الميدانية للدراسة:

1.7- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدراسة في إطار الدراسات الوصفية التي تتسم بالوصف الدقيق للظاهرة موضوع الدراسة والتحليل النوعي والكمي وتحقيق العلاقات السببية، وقد جاء اختيارنا لهذا النوع من الدراسات بناء على طبيعة الموضوع والمشكلة التي انطلقت منها الدراسة، وانطلاقاً من موضوع الدراسة وهو "ثقافة الإعلام الجديد وأثرها على شخصية الطفل - اليوتيوب أنموذجاً- والأهداف المراد الوصول إليها فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي "لأنه المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد فعلاً بالواقع، كما يهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها كيفياً وكمياً، بحيث يصف التعبير الكيفي الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطي وصفاً رقمياً بحيث يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى". (الخياط، 2010، 135).

2.7- تحديد مجتمع الدراسة وعينتها:

1.2.7- مجتمع الدراسة: تمثل مجتمع البحث في دراستنا في مجموع الأولياء الممثلين بالآباء والأمهات الذين لديهم أطفال تتراوح أعمارهم بين 3 إلى 6 سنوات ويشتركون في خاصية واحدة وهي أنهم فعلاً من مستخدمي اليوتيوب والقائمين بولاية أم البواقي، ويرجع سبب اختيارنا للآباء والأمهات كمجتمع للبحث إلى كون الأبوين يشكلان الجماعة الأولى التي يحتك بها الطفل منذ السنوات الأولى من حياته، حيث تعتبر الوسط الذي يتعلم في إطاره الطفل الأنماط السلوكية التي تحدد وتبني شخصيته في ظل تفاعله مع مؤسسات بناء الشخصية الأخرى خاصة الإعلام الجديد في عصرنا الحالي وتحديدًا اليوتيوب.

2.2.7- تحديد عينة الدراسة:

نظراً لطبيعة الدراسة التي تستهدف الآباء والأمهات الذين لديهم أطفال من مرحلة الطفولة المبكرة الممتدة عمرياً بين 3 إلى 6 سنوات القائمين بولاية أم البواقي كان نوع العينة المختارة لإجراء هذه الدراسة عينة قصدية، وبناء على هذا قمنا باختيار 100 مفردة من أولياء الأطفال من الدوائر التالية عين البيضاء ودائرة أم البواقي ودائرة عين فكرون، وذلك لقرننا من هذه الدوائر والتسهيلات المقدمة من طرف العائلات في هذه الدوائر، فجميع دوائر أم البواقي تسود بها نفس البيئة الثقافية للعادات والتقاليد والمعايير والقيم متشابهة أو متماثلة أو نفسها في أي دائرة تنتمي إلى ولاية أم البواقي.

3.2.7- خصائص العينة:

تعتبر البيانات الشخصية من أهم محاور الاستمارة البحثية وذلك لتضمنها الكثير من المعلومات الموضحة للخصائص الثقافية والسمات العامة لعينة البحث، بحيث تعطي الباحث قاعدة معلومات تساهم في تفسير الكثير من العلاقات الارتباطية التي تتشكل وفقاً للبيانات الميدانية المتحصل عليها، وعليه سنقوم بتحديد بعض الخصائص والجدول الآتية توضح بالنسب الإحصائية السمات العامة لعينة الدراسة.

جدول رقم (1): يمثل توزيع أفراد عينة البحث حسب جنس الأولياء:

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
		النوع
27%	27	ذكور (الأب)
73%	73	إناث (الأم)
100%	100	المجموع

تشير القراءة الكمية لمعطيات الجدول رقم(2) إلى أن نسبة الأمهات قدرت ب73% في حين بلغت نسبة الآباء 27% ويمكن تفسير هذه النسب إلى كون الأمهات كن أكثر تجاوبا معي عند توزيع الاستمارة حيث كن مهمتات لأهمية الموضوع بالنسبة لهن ولأطفالهن.

جدول رقم (2): يوضح توزيع المستوى التعليمي لأفراد عينة البحث حسب النوع:

المجموع		الأم		الأب		التوزيع المستوى التعليمي
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
4	4	1.36	01	11.11	03	أمي
8	8	4.10	03	18.51	05	ابتدائي
15	15	13.69	10	18.51	05	أساسي
29	29	31.50	23	22.22	06	ثانوي
44	44	49.31	36	29.62	08	جامعي
%100	100	%100	73	%100	27	المجموع

يتضح من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول رقم(3) أن المستوى التعليمي للآباء والأمهات عينة البحث يتوزع على خمس فئات أمي، مستوى ابتدائي، متوسط، ثانوي، جامعي، والملاحظ أن أكبر نسبة تركزت لدى فئة الآباء والأمهات ذوي مستوى جامعي بنسبة 44%، حيث قدرت نسبة الآباء ب29.62%، مقابل نسبة الأمهات ب49.31%، تليها في المرتبة الثانية فئة الآباء والأمهات ذوي مستوى ثانوي بنسبة 29%، حيث قدرت نسبة الآباء ب 22.22% مقابل نسبة الأمهات ب 31.50%، في حين احتلت فئة الآباء والأمهات ذوي مستوى متوسط المرتبة الثالثة بنسبة 15%، حيث قدرت نسبة الآباء ب18.51%، مقابل نسبة الأمهات ب13.69%، تليها في المرتبة الرابعة فئة الآباء والأمهات ذوي مستوى ابتدائي بنسبة 8%، حيث قدرت نسبة الآباء ب 18.51%، مقابل نسبة الأمهات ب4.10%، بينما احتلت فئة الآباء والأمهات الأميين المرتبة الأخيرة بنسبة 4%، حيث قدرت نسبة الآباء ب11.11%، مقابل نسبة الأمهات ب1.36%.

وبناء عليه يمكن القول بأن أغلبية أفراد عينة البحث يتمتعون بمستوى تعليمي معتبر جمع بين المستويين الجامعي والثانوي خاصة لدى الأمهات اللواتي يتمتعن بمستوى تعليمي أعلى من الآباء وهو ما يمكن إرجاعه إلى انتشار الوعي في المجتمع الجزائري من خلال تعليم المرأة وتشجيعها للحصول على أعلى الدرجات، فتصبح الأم أكثر وعيا في عصر الإعلام الجديد.

جدول رقم (3) يوضح توزيع أفراد عينة البحث من حيث الجنس والمهنة:

المجموع		الإناث (الأم)		الذكور الأب		النوع المؤشر
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	

يعمل	27	27%	42	57.53%	69	69%
لا يعمل	/	00%	31	42.46%	31	31%
المجموع	27	27%	73	73%	100	100%

يتضح لنا من القراءة الكمية لمعطيات الجدول رقم أن نسبة الأولياء العاملين شكلت النسبة الأعلى بـ: 69%، حيث قدرت نسبة الآباء العاملين بـ 27% مقابل نسبة الأمهات العاملات بـ 57.53%، بينما نجد نسبة الآباء والأمهات غير العاملين قدرت بـ 31%، حيث كانت نسبة الآباء غير العاملين منعدمة، مقابل نسبة الأمهات غير العاملات بـ 42.46%، وبالقراءة التحليلية للنتائج يمكن إرجاع ارتفاع نسبة الأمهات العاملات إلى ارتفاع المستوى التعليمي لهن وبالتالي يزدوج دور المرأة من خلال العمل خارج البيت وكذلك تنشئة الأطفال.

3.7- مراحل الدراسة الميدانية:

وتمت الدراسة على فترات، حيث قمنا بزيارة استطلاعية للأسر في أواخر شهر نوفمبر 2021 تم فيها مقابلة الأمهات والتأكد من أن أبناءهم يستخدمون اليوتيوب، وتقديم طلب إجراء الدراسة الميدانية، وامتدت الفترة الثانية من 2 ديسمبر إلى غاية 9 ديسمبر 2021، حيث قمنا بزيارة أخرى لهذه الأسر وتوزيع الاستمارة على 30 أسرة من عينة البحث، أي تطبيقها على عينة صغيرة من المبحوثين، وذلك لاكتشاف صلاحيتها وملائمتها ومعرفة الوقت اللازم لجمع المعلومات وقد نتج عن هذا الاختبار المبدئي بعض التعديلات، والفترة الثالثة التي امتدت من 4 جانفي 2022 إلى غاية 19 مارس 2022 وفيها تم توزيع الاستمارات في صورتها النهائية على عينة الدراسة واستلامها.

4.7- أدوات جمع البيانات:

نظرا لطبيعة الموضوع المدروس وهو ثقافة الإعلام الجديد -اليوتيوب أنموذجا- وأثرها في شخصية الطفل "اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة أساسية للحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تخدم هذا البحث، حيث اشتمل على خمس محاور كالتالي:

- **المحور الأول:** اشتمل على البيانات الشخصية لأفراد العينة.
- **المحور الثاني:** اشتمل على بيانات حول استخدام وإقبال الطفل على مشاهدة برامج اليوتيوب، وتمثلها الفقرات: (6-7-8-9-10-11-12-13)
- **المحور الثالث:** اشتمل على بيانات حول تأثير ثقافة الإعلام الجديد -اليوتيوب أنموذجا- على بروز السلوك العنيف لدى الطفل. وتمثلها الفقرات: (14-15-16-17-18-19-20)
- **المحور الرابع:** واشتمل على بيانات حول تأثير ثقافة الإعلام الجديد (اليوتيوب) على بروز وتنمية القدرات الإبداعية لدى الطفل. وتمثلها الفقرات: (21-22-23-24-25-26-27-28-29-30-31-32-33).

وقد تم التأكد من الخصائص السيكومترية كما يلي:

1.4.7- الصدق: بالاعتماد على صدق المقارنة الطرفية (الصدق التمييزي): بالاعتماد على برنامج spss

جدول رقم (4) قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المجموعة العليا والمجموعة الدنيا في أداة الدراسة

مستوى الدلالة	"ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن	المجموعات	أداة الدراسة
0.000	5.349	4.43	75.12	8	المجموعة الدنيا	
		3.54	58.24	8	المجموعة العليا	

يتضح من الجدول (01) أن: قيمة "ت" دالة إحصائياً عند مستوى (0.000) مما يعني أن المقياس يتوفر على القدرة التمييزية بين المجموعة العليا والمجموعة الدنيا ومنه فالمقياس يعتبر صادقاً فيما يقيسه.

2.4.7- الثبات: من خلال حساب تباين درجات المقياس: حيث بلغ معامل كودر ريتشاردسون القيمة: (0.804) KR-20 ما يدل على أن الاستبيان يتميز بثبات عالٍ.

3.4.7- طريقة التصحيح: وضع للمقياس تعليمات تتضمن أن يجيب كل فرد على كل عبارة تبعاً لبدائل اثنين أوزانها كما يلي: نعم(1)، لا(0)، وتم الاعتماد على التكرارات والنسب المئوية لمعالجة البيانات إحصائياً.

8- عرض ومناقشة وتفسير النتائج:

1.8- عرض ومناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الجزئية الأولى: وتنص الفرضية على أن استخدام وإقبال الطفل على مشاهدة برامج اليوتيوب يكون بدرجة كبيرة.

جدول رقم (5): يبين تكرارات الفقرة 01: يشاهد طفلك برامج اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
42%	42	دائماً
58%	58	أحياناً
00%	00	نادراً
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (5) أن أطفال المبحوثين يشاهدون برامج اليوتيوب بصفة دائمة بنسبة 42%، أما باقي أطفال المبحوثين فيشاهدون برامج اليوتيوب أحياناً بنسبة 58%، أما بصفة نادرة فكانت النسبة منعدمة، حيث أكد المبحوثين على أن مشاهدة أبناءهم لبرامج اليوتيوب دون ملل، ونفس ذلك بإقبال الأطفال في عصرنا الحالي على مشاهدة مختلف برامج اليوتيوب لسهولة استخدامه ولأن الأطفال بطبيعتهم لا يحبون الالتزام ويشدهم دوماً اللهو واللعب والتسليّة لذا يجدون ضالتهم في مشاهدة برامج اليوتيوب، بل والتعلق بها فيصبح من الصعب الابتعاد عنها.

جدول رقم (6) يبين تكرارات الفقرة 02: هل يكون ذلك بتوجيه منك؟

المجموع		الإناث (الأم)		الذكور (الأب)		النوع
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
61%	61	57.53%	42	70.37%	19	نعم
39%	39	42.46%	31	29.62%	08	لا
100%	100	73%	73	27%	27	المجموع

يتضح لنا من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول رقم (6) أن نسبة عالية من أفراد عينة البحث يوجهون أطفالهم إلى مشاهدة برامج اليوتيوب بنسبة 61%، بينما باقي الأولياء لا يوجهون أطفالهم لمشاهدة برامج اليوتيوب وقدرت نسبتهم بـ 39%، ونفسر ذلك أن العديد من الآباء والأمهات يلجؤون إلى توجيه أبنائهم الذين دون سن السادسة والمندرجين ضمن مرحلة الطفولة المبكرة الممتدة عمريا ما بين ثلاث إلى ست سنوات ويطلق عليها البعض اسم ما قبل المدرسة (أبو جادو، 1998، 64) واعتمادهم عليه كوسيلة لمجالسة طفلهم والهائه في حالة انشغالهم عنه بأعمال أخرى، خاصة الأمهات حيث قدرت نسبتهم 57.53%، كما أن الطفل مع مرور الوقت يتعود على مشاهدة اليوتيوب ويصبح هو الذي يطلب بنفسه مشاهدته.

جدول رقم (7): يبين تكرارات الفقرة 03: مشاهدة طفلك لبرامج اليوتيوب تكون تحت مراقبة الوالدين

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	82	82%
لا	18	18%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول رقم (7) أن مشاهدة الطفل لبرامج اليوتيوب تكون تحت مراقبة الوالدين بنسبة 82%، بينما الأولياء الذين لا يراقبون أبنائهم كانت نسبتهم 18%، وقد برر الأولياء ذلك من حيث أنهم يحرصون على نوعية المضامين التي يتعرض لها طفلهم وحرصهم على عدم مشاهدته لمضامين تتعارض مع القيم والثقافة السائدة في المجتمع العربي الإسلامي وخاصة البرامج التي تتعارض مع السلوكيات والمبادئ والقيم التي تسعى الأسرة لغرسها في شخصية طفلها.

جدول رقم (8): يبين تكرارات الفقرة 04: الساعات التي يقضيها طفلك في مشاهدة برامج اليوتيوب

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
من 1 سا الى 2 سا	63	63%
من 2 سا الى 4 سا	37	37%
من 4 سا فأكثر	/	/
المجموع	100	100%

يوضح لنا الجدول رقم (8) الوقت الذي يقضيه الطفل في متابعة برامج اليوتيوب، ويشير إلى تقدم الأطفال الذين يستخدمون اليوتيوب من ساعة إلى ساعتين في اليوم بنسبة 63%، بينما جاءت نسبة الأطفال مستخدمي اليوتيوب من ساعتين إلى أربع ساعات في اليوم بـ 37%، وجاءت النسبة منعدمة بالنسبة لساعات الاستخدام من أربع إلى ثمانية ساعات، ونفسر هذه النتائج أن الأطفال يقضون وقتا معتبرا في مشاهدة برامج اليوتيوب لهذا أصبحت قوة جاذبة يتعرض لها الطفل لتلعب دورا كبيرا في تشكيل شخصيته سلبا أو إيجابا.

جدول رقم (9): يبين تكرارات الفقرة 05: توزيع أفراد عينة البحث حسب نوع البرامج التي يشاهدها الطفل في

اليوتيوب

برامج اليوتيوب	التكرار	النسبة المئوية
رسوم متحركة	41	41%
العاب الأطفال	22	22%

برامج دينية وثقافية	12	12%
الموسيقى والأغاني	08	8%
أفلام ومسلسلات	11	11%
رياضة	04	4%
أخرى	02	2%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول رقم (9) والذي يبين توزيع المبحوثين حسب نوع البرامج التي يشاهدها أطفالهم عبر اليوتيوب أن الأطفال يميلون لمشاهدة الرسوم المتحركة بنسبة أكبر عن باقي الخيارات الأخرى تقدر بـ 41%، تليها حصص خاصة بالألعاب الأطفال بنسبة 22%، تليها برامج دينية وثقافية بنسبة 12%، الأفلام والمسلسلات بنسبة 11%، تليها برامج الموسيقى والأغاني بنسبة 8%، تليها برامج الرياضة بنسبة 4%، وأخيراً برامج أخرى قدرت بنسبة 2% وتمثلت في برامج تعليمية والإعلانات وقد أكد المبحوثون تعلق أبناءهم بالإعلانات وأكثرها الإعلانات الخاصة بالألعاب وخاصة الدمى بالنسبة للفتيات.

جدول رقم (10): يبين تكرارات الفقرة 06: يمثل مصدر البرامج التي يشاهدها الطفل عبر اليوتيوب:

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
عربية	56	33.33%
أجنبية	41	24.40%
عربية وأجنبية معا	71	42.26%
المجموع	168	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن الأولياء الذين يشاهد أطفالهم البرامج العربية والأجنبية معا كانت نسبتهم 71%، وأوضحوا أن أطفالهم يتابعون قناة سبايس تون و 3mbc وغيرها من برامج اليوتيوب الخاصة بالأطفال، أما نسبة 33.33% من أفراد البحث أجابوا بأن أبناءهم يشاهدون برامج اليوتيوب العربية خاصة قناتي الأطفال طيور الجنة وكراميش وميلهم نحو الفقرات الغنائية كذلك البرامج الدينية والثقافية، أما نسبة 24.40% من الأولياء المبحوثين فقد صرحوا بأن أطفالهم يشاهدون البرامج الأجنبية خاصة الرسوم المتحركة وحصص ألعاب الأطفال المدبلجة، ونفسر ذلك أن الطفل يتعرض عبر برامج اليوتيوب لثقافات مختلفة بما فيها الثقافة الغربية عبر البرامج الأجنبية ما يؤثر على شخصية الطفل إيجاباً أو سلباً.

جدول رقم (11): يبين تكرارات الفقرة 07: يمثل كيفية دخول أطفال أفراد عينة البحث إلى اليوتيوب:

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
بمساعدة الوالدين	57	57%
بمساعدة الاخوة	20	20%
بمساعدة الاصدقاء	23	23%
المجموع	100	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 57% من أفراد البحث أجابوا بأن أبناءهم تعلموا الدخول لبرامج اليوتيوب بمساعدتهم، والذين تعلموا الدخول إلى اليوتيوب بمساعدة الأصدقاء قدرت نسبتهم بـ 23%، أما الذين

تعلموا الدخول إلى برامج اليوتيوب بمساعدة إخوتهم قدرت نسبتهم ب20%، من خلال هذه النسب يتضح لنا أن الأطفال يتعلمون الولوج لبرامج اليوتيوب بأي طريقة بمساعدة الوالدين أو الإخوة أو الأصدقاء، حيث نجد نسبة كبيرة من الآباء والأمهات يُعلمون أبناءهم الولوج إلى اليوتيوب لشغل أوقاتهم، وكثيرٌ منهم لا ينتبه لخطورة أثرها على أطفالهم، كما نجد أن الإخوة والأصدقاء يساعدون بعضهم البعض للولوج إلى برامج اليوتيوب ذلك لأن الكل أصبح مولعٌ ببرامجه وهناك حتى من تعلم بنفسه، وهذا ما يدل على انتشار استخدام الأطفال لليوتيوب بأي طريقة حتى اعتادوا الولوج لبرامجه وياتوا يفضلونه مما أدى إلى بروز أثره بوضوح في حياتهم.

جدول رقم (12): يبين تكرارات الفقرة 08: يمثل الوسيلة التي يستخدمها أطفال أفراد عينة البحث للولوج إلى اليوتيوب:

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
لوح الكتروني	13	13%
هاتف ذكي	79	79%
حاسوب	08	08%
المجموع	100	100%

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (12) أن أبناء المبحوثين يلجؤون إلى استخدام الهاتف الذكي أكثر من الوسائل الأخرى بنسبة 79%، ثم يليها استخدام اللوح الإلكتروني بنسبة 13% وفي الأخير يستخدمون الحاسوب بنسبة 08%، ونفسر ذلك بأن كل وسائل الإعلام الجديد أصبحت تستحوذ على عقل الطفل ومخيلته ووقته خاصة الهاتف الذكي، فلإعلام الجديد أدوات ضرورية من خلالها يتم ولوج الطفل إلى عالمه، توفر الجهاز الإلكتروني حاسب آلي، هاتف ذكي، جهاز لوحي، توفر الانترنت والاشترك في اليوتيوب (شفيق، 2014، 15-16) واستحوذ الهاتف الذكي على وقت الطفل وعقله ومخيلته وسرعة تفاعله مع برامج اليوتيوب وشدة حرصه على متابعتها.

جدول رقم (13): يبين تكرارات الفقرة 09: تشارك طفلك في اختيار البرامج التي يشاهدها عبر اليوتيوب:

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	83	83%
لا	17	17%
المجموع	100	100%

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (13) أن جلّ الأولياء يشاركون أبناءهم في اختيار برامج اليوتيوب بنسبة 83% بينما نجد أن نسبة 17% لا يشاركون أبناءهم في اختيار البرامج التي يشاهدونها عبر اليوتيوب، حيث برر المبحوثون مشاركتهم لأبنائهم مشاهدة برامج اليوتيوب في أنّ أطفالهم في سن الخمس سنوات يحتاجون إلى المراقبة لما تتميز به هذه المرحلة الحساسة من العمر بميزات بالغة الأهمية خاصة الفضول لها الأثر الكبير في بناء شخصيتهم في المستقبل، وتمثلت البرامج المفضلة لديهم في البرامج التعليمية خاصة تعليم الحروف والأرقام والقرآن والقصص والأدعية والرسوم المتحركة الهادفة التي تناسب سنّهم، أما المبحوثون الذين لا يشاركون أبناءهم مشاهدة برامج اليوتيوب فقد برروا ذلك بضيق الوقت.

2.8- عرض ومناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الجزئية الثانية: وتنص الفرضية على أنه: تساهم ثقافة الإعلام الجديد اليوتيوب أنموذجا في ظهور العنف لدى الطفل بدرجة كبيرة.

للتحقق من صحة الفرضية الجزئية الأولى تم حساب التكرارات والنسب المئوية باستخدام Spss.22 كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (14) التكرارات والنسب المئوية لتأثير ثقافة الإعلام الجديدة اليوتيوب أنموذجا على بروز العنف لدى الطفل

لا		نعم		رقم السؤال
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
30	30	70	70	14
29	29	71	71	15
31	31	69	69	17
57	57	43	43	18
53	53	47	47	19
21	21	79	79	20

من خلال الجدول رقم (14) يتبين لنا من خلال الإجابة عن السؤال رقم 14 والمتعلق بتوزيع المبحوثين حسب ميل أبنائهم نحو مشاهدة البرامج العنيفة على اليوتيوب أن نسبة كبيرة من الأطفال يميلون لمشاهدة البرامج العنيفة عبر اليوتيوب بنسبة 70%، مقابل 30% لا يميلون لمشاهدة البرامج العنيفة عبر اليوتيوب، وقد بررَ المبحوثين ذلك بأنهم يحبون القتال والرياضة ويتميزون بكثرة الحركة.

ومن خلال الإجابة عن السؤال رقم 15 والمتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تقليد أطفالهم لبعض السلوكيات العنيفة تبين أن الأطفال الذين يقلدون بعض السلوكيات العنيفة المشاهدة عبر اليوتيوب قدرت نسبتهم بـ 71% أما باقي المبحوثين فقد كانت إجاباتهم أن أطفالهم لا يقلدون بعض السلوكيات العنيفة التي يشاهدونها عبر اليوتيوب بنسبة 29%، ويرجع المبحوثين ذلك خاصة عند الذكور منهم لطول فترة مشاهدتهم للبرامج العنيفة عبر اليوتيوب، فوجدوا صفة العنف في الكثير من برامج اليوتيوب وخاصة أفلام الكارتون والألعاب المليئة بالعنف، والتي أصبحت تتضمن القدرة على ارتكاب الجرائم بكل أنواعها وعن كثرة الصراعات.

ومن خلال الإجابة عن السؤال رقم 17 والمتعلق بتوزيع المبحوثين حسب مدى تأثير اليوتيوب على اتخاذهم لمواقف عدوانية يتبين لنا أن الأطفال لا يتخذون مواقف عدوانية نتيجة مشاهدتهم لبرامج اليوتيوب بنسبة 31%، أما الأطفال الذين يتخذون مواقف عدوانية نتيجة مشاهدتهم لبرامج اليوتيوب قدرت نسبتهم بـ 69% وذلك نتيجة اهتمام أطفالهم بالبرامج العنيفة على اليوتيوب المليئة بمظاهر العنف والقسوة والرعب.

ومن خلال الإجابة عن السؤال رقم 18 والمتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تأثير اليوتيوب على أطفالهم بخلق نوع من عدم الرضا والتوتر أن مشاهدة برامج اليوتيوب لم تؤدي إلى خلق نوع من عدم الرضا والتوتر لدى الأطفال

بنسبة 57%، فقد صرح المبحوثين أن أطفالهم تعلموا الإمتنان والرضا منذ الصغر من خلال تقدير الحياة وكل الأشياء الموجودة فيها وذلك من أجل صحة الأطفال النفسية والاجتماعية والعاطفية، أما الأطفال الذين أدت مشاهدتهم لبرامج اليوتيوب إلى خلق نوع من التوتر وعدم الرضا قدرت نسبتهم بـ 43% فقد صرح المبحوثين أن أطفالهم أصبحوا يكثرون من التذمر وأقل امتنانا للأشخاص الذين يخدمونهم خاصة الأولياء.

ومن خلال الإجابة عن السؤال رقم 19 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تأثير اليوتيوب جعل أطفالهم أكثر تمردًا تبين لنا أن مشاهدة الأطفال لبرامج اليوتيوب لم تجعلهم أكثر تمردًا بنسبة 53%، حيث صرح المبحوثين أن برامج اليوتيوب لم تجعل أبنائهم أكثر تمردًا، ذلك أن أطفالهم مُطيعون ولا يتقاعسون عن تنفيذ ما يطلب منهم، في مقابل 47% ممن جعلتهم برامج اليوتيوب أكثر تمردًا حيث صرح المبحوثين أن تمرد أبنائهم مقصودًا خاصة عند محاولة وضع حدود وضوابط لاستخدام اليوتيوب فيتحايل بعض أطفالهم لاستخدامه من دون علم الأولياء أو تحديا لهم.

ومن خلال الإجابة عن السؤال رقم 20 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تأثير اليوتيوب جعل أطفالهم يتشاجرون كثيرا مع إختهم وأصدقائهم، يتبين لنا أن مشاهدة الأطفال لبرامج اليوتيوب جعلهم يتشاجرون كثيرا مع إختهم وأصدقائهم بنسبة 79%، بينما الأطفال الذين لا يتشاجرون مع أصدقائهم جراء مشاهدتهم لبرامج اليوتيوب قدرت نسبتهم بـ 21%. وهذا ما يفسر أن مشاهدة العنف عبر برامج اليوتيوب يثير العنف في سلوك بعض الأطفال من خلال المشاجرة مع الإخوة والأصدقاء جراء تكرار بعض المشاهد العنيفة التي تؤدي إلى تبدل إحساس الطفل بالخطر وإلى قبول العنف كوسيلة استجابية لمواجهة بعض المواقف والصراعات مع إخوته وأصدقائه، خاصة تكرار مشاهدة أعمال العنف الجسمانية أما نسبة 21% من المبحوثين لا يتشاجر أطفالهم مع إختهم وأصدقائهم فيرجع إلى عدم انجذاب أطفالهم نحو البرامج العنيفة.

جدول رقم (15): يبين تكرارات الفقرة 10: مشاهدة طفلك لبرامج اليوتيوب العنيفة جعلته يتصرف:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
81%	81	سرعة الانفعال
10%	10	الصراخ والبكاء
09%	09	الاكتئاب
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (15) والإجابة عن السؤال رقم 17 أن مشاهدة برامج اليوتيوب أدت إلى إتصاف الأطفال بسرعة الانفعال بنسبة 81%، أما الأولياء الذين صرحوا أن مشاهدة برامج اليوتيوب أدت إلى إتصافهم بالصراخ والبكاء بنسبة 10%، يليها الاكتئاب بنسبة 09%، وهذا ما يدل على التأثير السلبي لمضامين العنف عبر برامج اليوتيوب على شخصية أطفال المرحلة المبكرة، بسبب ما تتميز به هذه المرحلة من خصائص تجعلهم أكثر الفئات تأثرا بما يشاهدونه من برامج عنيفة على أساس عدم تمكنهم من التمييز بين الحقيقة والطابع الخيالي المعروف عبر هذه البرامج.

جدول رقم (16): يبين تكرارات الفقرة 11: مشاهدة طفلك لبرامج اليوتيوب جعلته يتصرف:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
----------------	---------	----------

53.62%	37	بالإعتداء على الغير بالضرب
36.08%	18	تكسير الأشياء والتخريب
20.28%	14	أخرى
%100	69	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (16) أن الأطفال الذين يتخذون مواقف عدوانية بالاعتداء على الغير بالضرب قدرت نسبتهم بـ 53.62%، أما الأطفال الذين يتخذون مواقف عدوانية بتكسير الأشياء والتخريب كانت بنسبة 36.08%، أما المواقف العدوانية الأخرى فكانت بنسبة 20.28%، وتمثلت في تكسير الألعاب والصرخ والسب، وهذا يعني أن برامج اليوتيوب العنيفة تؤثر على شخصية الطفل فتترجم إلى سلوكيات عنيفة، حيث يقدم الأطفال على ضرب غيرهم وتكسير الأشياء وغيرها.

3.8- عرض ومناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الجزئية الثالثة: وتنص الفرضية على أنه: تساهم ثقافة الإعلام الجديد اليوتيوب أنموذجاً في تنمية القدرات الإبداعية لدى الطفل بدرجة كبيرة.

للتحقق من صحة الفرضية الجزئية الأولى تم حساب التكرارات والنسب المئوية باستخدام **Sps.22** كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (17) التكرارات والنسب المئوية لتأثير ثقافة الإعلام الجديدة اليوتيوب أنموذجاً على تنمية القدرات الإبداعية لدى الطفل.

رقم السؤال	نعم		لا	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
21	60	60	40	40
22	58	58	42	42
24	66	66	34	34
25	54	54	46	46
29	59	59	41	41
31	63	63	37	37
32	61	61	39	39
33	75	75	25	25

من خلال الجدول رقم 17 وخلال الإجابة عن السؤال رقم 21 المتعلق بتوزيع الباحثين حسب تأثير برامج اليوتيوب على أطفالهم بتعلم المعلومات الجديدة اتضح أن هذه البرامج أدت بأطفالهم إلى تعلم المعلومات الجديدة بنسبة 60%، تمثلت هذه المعلومات خاصة في الأرقام، الحروف والحساب وغيرها من المعلومات العلمية وخاصة عن الحيوانات، فقد صرح الباحثين أن أطفالهم يواجهون أسئلة كثيرة ومتنوعة، وقد وفر لهم اليوتيوب ببرامجه المتنوعة الإجابات لهذه الأسئلة، ولكتسبوا معلومات جديدة ومتنوعة نتيجة استخدامهم لليوتيوب وبالتالي أثر إيجاباً على شخصيتهم، ويعزى ذلك لما تتميز به هذه المرحلة من مرونة وقابلية للتعلم، أما الباحثين الذين يرون أن برامج اليوتيوب لم تؤثر على أطفالهم من خلال تعلم المعلومات الجديدة كانت نسبتهم 40% وفي نفس الوقت لم تعمل على إعاقة النمو المعرفي الطبيعي لديهم ويرجع ذلك إلى نوعية البرامج التي يتابعونها.

من خلال الإجابة عن السؤال رقم 22 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تأثير برامج اليوتيوب على تنمية الرغبة الطبيعية في اكتساب المهارات المعرفية لدى أطفالهم تبين أن المبحوثين الذين يرون أن برامج اليوتيوب أثرت على أطفالهم من خلال تنمية رغبتهم الطبيعية في اكتساب المهارات المعرفية قدرت نسبتهم بـ 58% مقابل 42% من المبحوثين الذين يرون أن برامج اليوتيوب لم تؤثر على أطفالهم في تنمية رغبتهم الطبيعية في اكتساب المهارات المعرفية، وهذه النسب تدل على أن اليوتيوب ساعد الأطفال على تنمية رغبتهم الطبيعية في اكتساب المهارات المعرفية، ونفسر ذلك بأن الطفل في مرحلة الطفولة المبكرة من حياته يحب البحث والنقصي والإستكشاف لذا أطلق على هذه الفترة من حياته بفترة السؤال، واليوتيوب ساعد على نمو هذه الميزة لدى الأطفال.

ومن خلال الإجابة عن السؤال رقم 24 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تأثير برامج اليوتيوب على إبراز مواهبهم، يبدو جليا من قراءة المعطيات الرقمية للجدول أعلاه أن نسبة 66% من المبحوثين أوضحوا أن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب أدت إلى إبراز مواهبهم، في حين أن 44% من المبحوثين يرون أن مشاهدة برامج اليوتيوب لم تؤدي إلى إبراز مواهب أطفالهم، وقد صرح المبحوثين أن مواهبهم تنوعت ما بين الرسم والتلوين والرياضة خاصة الكاراتي وكرة القدم، والرقص لدى الإناث ورقص البالي ومطالعة القصص وإختراع الأشياء واستعمال القيثارة وغيرها من المواهب التي ساعدهم اليوتيوب في إبرازها وتطويرها خاصة مع توفر الفضاءات الخاصة بهذه الهوايات في وقتنا الحالي، ولكن مع انتشار فيروس كورونا أصبح اليوتيوب هو الملاذ الوحيد الذي يتوجه إليه الأطفال للتفيس والترريح والتسلية، أما ممارسة الهوايات فتمارس في البيوت أو لا تمارس.

من خلال الإجابة عن السؤال رقم 25 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تأثير مشاهدة برامج اليوتيوب على تعلم لغات جديدة، يتضح جليا من خلال قراءة المعطيات الرقمية للجدول أعلاه أن نسبة 54% من المبحوثين أوضحوا أن مشاهدة برامج اليوتيوب أدت إلى تعلم أطفالهم لغات جديدة تمثلت في اللغتين الإنجليزية خاصة والفرنسية واللهجة الخليجية، أما المبحوثين الذين صرحوا بعدم تعلم أطفالهم لغات جديدة نتيجة مشاهدة برامج اليوتيوب قدرت نسبتهم بـ 46%، ونفسر ذلك أن الطفل في مرحلة الطفولة المبكرة يتمكن من التمييز بين مختلف الحروف الهجائية وعندها يتمكن الطفل من تحديد كلامه فيتعلم بذلك لغات جديدة، خاصة مع تطور حاسة السمع فيصبح الطفل يميز بين مختلف الأصوات فيتعلم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لغات أخرى يسمعا في برامج اليوتيوب.

من خلال الإجابة عن السؤال رقم 29 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تأثير برامج اليوتيوب على تنمية التفكير الناقد لدى أطفالهم اتضح لنا أن المبحوثين يرون أن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب أدت إلى تنمية التفكير الناقد لديهم بنسبة 59%، أما نسبة باقي المبحوثين مقدره بنسبة 41% فيرون أن مشاهدة برامج اليوتيوب لم تؤدي إلى تنمية التفكير الناقد لدى أطفالهم، ويبرر المبحوثين هذه النسب من حيث أن أبنائهم أصبحوا ينتقدون كل رأي يخالف رأيهم، والبعض الآخر يرون أن أبنائهم يرفضون كل ما هو غير صحيح بالنسبة لهم ونفسر ذلك بأن قدرة الطفل هنا على إبداء رأيه المؤكد أو المعارض في المواقف المختلفة مع إبداء الأسباب المقنعة لكل رأي يدل على تنمية التفكير الناقد لديه، إذ أن التفكير الناقد ينطوي على مجموعة من مهارات التفكير التي يمكن تعلمها والتدرب عليها إذا أتاحت لهم فرصة مشاهدة برامج اليوتيوب التي تنمي هذا التفكير، فمجرد انتقال الطفل من حالة الموافقة أو الرفض المباشر والسريع لفكرة ما يُعد خطوة إيجابية في تنمية مهارات التفكير الناقد لديه.

من خلال الإجابة عن السؤال رقم 31 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تأثير برامج اليوتيوب على التوصل إلى الأسلوب القيادي يتضح لنا أن نسبة 63% من المبحوثين يرون أن مشاهدة برامج اليوتيوب عملت على توصل أطفالهم إلى الأسلوب القيادي، أما باقي المبحوثين فيرون أن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب لم تؤدي إلى توصلهم إلى الأسلوب القيادي بنسبة 37%، وقد برر المبحوثين إجابتهم بأن أطفالهم عند اللعب مع أصدقائهم يحاولون التحكم في المجموعة والبعض يقول أن ابنه يحاول أن يفرض رأيه على إخوته، والبعض الآخر يقول أن ابنته تحاول دائماً إبراز شخصيتها أثناء اللعب مع أقرانها، أما البعض الآخر فيرون أن أبنائهم يحاولون أن يكونوا أبطالاً، وهذه القدرة في توجيه الطفل لأقرانه بطريقة يتسنى له بها كسب احترامه وإتباعه تميز الطفل القائد، فهو يسعى دائماً لتحفيز وتوجيه أصدقائه وتوجيههم، كما أنه واثق ومثابر وقادر على التصدي ومواجهة الصعوبات نتيجة إعجابه ببعض الأبطال والقادة التي شاهدها عبر برامج اليوتيوب ويحاول تقليدها.

من خلال الإجابة عن السؤال رقم 32 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب تأثير مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب في عملية اتخاذ القرار تبين لنا أن نسبة 61% من المبحوثين صرحوا بأن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب ساعدتهم في عملية اتخاذ القرار، أما الأطفال الذين لم تؤثر فيهم مشاهدة برامج اليوتيوب في عملية إتخاذ القرار فكانت بنسبة 39%، وبرر المبحوثين ذلك على أن أطفالهم أصبحوا يتخذون قراراتهم بأنفسهم ويصرون عليها، كما أن مبحوثين آخرون يركزون على أنه زال التردد والخوف الذي كان يعترى أطفالهم عند اتخاذ بعض القرارات.

من خلال الإجابة عن السؤال رقم 33 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب ضرورة الإعلام الجديد (اليوتيوب أنموذجاً) لهم في هذا العصر تبين لنا أن نسبة 75% من المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد (اليوتيوب) ضرورة حتمية في هذا العصر لدى أطفالهم، وقد برروا ذلك بأن العصر الذي نعيشه اليوم هو عصر الإعلام الجديد ويات من الصعب الابتعاد عنه وتجاهله حتى بالنسبة لأطفالنا لأنها زادت من مهارات أطفالهم وقدراتهم الإبداعية بما يتوافق مع مرحلة التطور التي يمر بها المجتمع، أما باقي المبحوثين بنسبة 25% فيرون أن الإعلام الجديد (اليوتيوب) ليس ضرورة حتمية في هذا العصر لدى أطفالهم، وقد برروا بقولهم أن أطفالهم في مرحلة الطفولة المبكرة يحتاجون إلى اللعب لما له أهمية في تكوين شخصية الطفل بدل مشاهدة برامج اليوتيوب لتفادي الأضرار السلبية التي يسببها كضعف البصر وتشوهات العمود الفقري وخاصة الأضرار العقلية كالخمول والكسل.

جدول (18) استجابات المبحوثين عن السؤال رقم 23: مشاهدة طفلك لبرامج اليوتيوب تمكنه من:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
71%	71	تنمية القدرة على التعلم
19%	19	سرعة الفهم والإدراك
10%	10	تنشيط الذاكرة
100%	100	المجموع

يتضح من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول أعلاه أن المبحوثين يرون أن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب ساهمت في تنمية القدرة على التعلم بنسبة 71%، وسرعة الفهم والإدراك بنسبة 19%، وتنشيط الذاكرة بنسبة 10%، حيث صرح المبحوثين أن أطفالهم يكررون مشاهدة البرامج الهادفة كالبرامج التي تسلط الضوء على

بيئات جغرافية معينة، والبعض الآخر يسلط الضوء على قضايا علمية معقدة كعمل أجهزة الإنسان بأسلوب سهل وجذاب ما مكنهم من سرعة الفهم والإدراك وتنمية القدرة على التعلم لدى أطفالهم وتنشيط الذاكرة، ونفسر ذلك أن تكرار مشاهدة البرامج الهادفة ينمي قوة التفكير المنطقي لدى الطفل ويحفز نشاطه الذهني مما يساعده في تنمية قدراته الإبداعية.

جدول (19) استجابات المبحوثين عن السؤال رقم 26: مشاهدة طفلك لبرامج اليوتيوب تساعده على تنمية:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
20%	20%	القدرة الفكرية
71%	71	القدرة اللفظية
09%	09	القدرة على تصميم ورسم الأشكال
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 71% من المبحوثين أوضحوا أن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب ساهمت في تنمية قدرتهم اللفظية، حيث صرح بعض المبحوثين أن أطفالهم يفاجؤونهم بتعابير فصيحة، تليها تنمية القدرة الفكرية بنسبة 20%، يليها تنمية القدرة على تصميم ورسم الأشكال بنسبة 09%، حيث يتم تنمية هذه القدرات لدى الطفل من خلال محتوى البرامج التي يشاهدها عبر اليوتيوب، حيث يحدث نمو تدريجي لهذه القدرات نتيجة انخراط الطفل في محتوى البرامج التي يشاهدها.

ونفسر ذلك أن برامج اليوتيوب تنمي الطلاقة اللفظية لدى الطفل من خلال ما تقدمه له من لغة عربية فصيحة مما ييسر له تصحيح النطق وتقويم اللسان وتنمية الثروة اللغوية لأن الطفل في هذه المرحلة المبكرة من عمره يتعلم الفصحى التي يسمعها في مجال التطبيق بعيدا عن التنظير، وبما أن اللغة هي الأداة الأولى للنمو المعرفي فيمكن القول أن برامج اليوتيوب التي تعمل على تنمية الطلاقة اللفظية لدى الطفل تسهم في نموه المعرفي وبالتالي تنمية الطلاقة الفكرية لديه، كما أن الطفل في هذه المرحلة يتمكن من التحكم في حركاته إلى حد ما ويصبح أكثر إتزاناً على استخدام عدة مهارات كالرسم، إلى جانب التمييز بين بعض الأشكال المختلفة كالدوائر واستعمال الألوان فيميل إلى رسم وتقليد الأشكال والرسومات بألوانها الجذابة عبر برامج اليوتيوب وبالتالي تنمو طلاقة تصميم ورسم الأشكال لديه.

جدول (20) استجابات المبحوثين عن السؤال رقم 27: مشاهدة طفلك لبرامج اليوتيوب تساعده على:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
10%	10	الشرح و إبداء الرأي
10%	10	الانتقال من فكرة إلى أخرى
80%	80	تنمية الخيال
100%	100	المجموع

يتضح لنا من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول أعلاه أن المبحوثين أوضحوا بأن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب مكنهم من تنمية الخيال بنسبة 80%، يليها الشرح وإبداء الرأي والانتقال من فكرة إلى أخرى بسهولة وسرعة بنسب متساوية قدرت بـ 10%، ونفسر ذلك أن اليوتيوب يساعد على تنمية الخيال لدى الطفل من خلال

الخروج عن الواقع إلى شخصيات لا يجدها الطفل في عالمه ووجودها في برامج اليوتيوب خاصة أفلام الرسوم المتحركة التي تعطي الطفل الرؤيا بعيدة المدى، أما الشرح وإبداء الرأي والانتقال من فكرة إلى أخرى بسهولة وسرعة فيرجع ذلك إلى استخدام عمليات التفكير كالتحليل والتركيب والاستنتاج عند مشاهدة الطفل لبرامج اليوتيوب ثم استخدامها في تحليل ما يدور حوله من أحداث ومواقف مشابهة.

جدول (21) استجابات المبحوثين عن السؤال رقم 28: مشاهدة طفلك لبرامج اليوتيوب تشجعه على:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
40%	40	تقديم أفكار جديدة
60%	60	تنمية القدرة على التعبير
100%	100	المجموع

من خلال المعطيات الرقمية الموضحة في الجدول أعلاه يتضح لنا أن المبحوثين أوضحوا بأن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب مكنتهم من تنمية القدرة على التعبير بنسبة 60%، يليها تشجيع أطفالهم على تقديم أفكار جديدة وبطرق غير معتادة بنسبة 40%، ويرجع ذلك إلى تجويد اللغة لدى بعض الأطفال مما يمنحهم قدرة على التعبير فمن خلال تكرار أغنية أو أنشودة أو بعض الألفاظ سمعها في برنامج معين، أو سرد قصة لتلعب دورا هاما في توسيع قدراته على التعبير، أما تقديم أفكار جديدة وبطرق غير معتادة فيرجع إلى المعلومات والأفكار التي اكتسبها من برامج اليوتيوب خاصة وأن الطفل في مرحلة الطفولة المبكرة ينمو إدراكه الحسي أين يأخذ في تفسير بعض الأحداث أو الأمور حسب فهمه ودرجة إدراكه.

جدول (22) استجابات المبحوثين عن السؤال رقم 30: مشاهدة طفلك لبرامج اليوتيوب تساعده على:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
51%	51	إتباع أسلوب ناجح لمواجهة مشكلة ما
49%	49	التوصل إلى حلول متفردة للمشكلات
100%	100	المجموع

يتضح لنا من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول أعلاه أن المبحوثين أوضحوا أن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب مكنتهم من إتباع أسلوب ناجح لمواجهة مشكلة ما بنسبة 51%، والتوصل إلى حلول متفردة للمشكلات بنسبة 49%، حيث صرح المبحوثين أن أطفالهم يواجهون عدة مشكلات تتفاوت في حجمها فيحاولون حلها بطرق مختلفة من خلال تحديدها وتحليلها والبحث عن أسبابها وتحديد البدائل المتوفرة لحل المشكلة واختيار أفضل البدائل لضمان عدم تكرار المشكلة، ونفس ذلك بأن مشاهدة برامج اليوتيوب ساعدت الطفل على اكتساب مهارة حل المشكلات.

4.8- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

من خلال النتائج التي تم عرضها توصلنا إلى ما يلي:

- يقبل ويستخدم الأطفال على برامج اليوتيوب بدرجة كبيرة حسب وجهة نظر الأولياء وهو ما يؤكد تحقق الفرضية الجزئية الأولى من خلال إقبال الأطفال على مشاهدة برامج اليوتيوب دون ملل، بل والتعلق بها فيصبح من الصعب الابتعاد عنها، فالعديد من الآباء والأمهات يلجؤون إلى توجيه أبنائهم الذين دون سن السادسة

والمندرجين ضمن مرحلة الطفولة المبكرة الممتدة عمريا ما بين ثلاث إلى ست سنوات ويطلق عليها البعض اسم ما قبل المدرسة (أبو جادو، 1998، 64) لمشاهدة برامج اليوتيوب واعتمادهم عليه كوسيلة لمجالسة طفلهم وإلهائه في حالة انشغالهم عنه بأعمال أخرى، كما بينت الدراسة أن الأطفال يقضون وقتا معتبرا في مشاهدة برامج اليوتيوب ما يدل أن اليوتيوب أصبح قوة جاذبة يتعرض لها الطفل لتلعب دورا كبيرا في تشكيل شخصيته سلبا أو إيجابا وهو ما يتفق مع دراسة رضا أمين (2009) التي توصلت إلى أن نسبة 70.5% من المبحوثين لا يعرفون مواقع متخصصة في عرض وإرفاق ملفات الفيديو سوى موقع اليوتيوب.

وتوصلت الدراسة أن الأطفال يميلون لمشاهدة الرسوم المتحركة بنسبة أكبر عن باقي الخيارات الأخرى تليها حصص خاصة بالألعاب الأطفال، تليها برامج دينية وثقافية تليها الأفلام والمسلسلات تليها برامج الموسيقى والأغاني ثم برامج الرياضة، وأخيرا برامج أخرى وتمثلت في برامج تعليمية والإعلانات، وهو ما يتفق مع دراسة أبو بكر عن استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والاشباع المتحققة أن الموضوعات الفنية (أفلام، أغاني، أجزاء من برامج) في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثين مشاهدتها على موقع اليوتيوب بنسبة 23.2%، ثم الموضوعات الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة 21.2%، ثم مواقف وغرائب في المرتبة الثالثة بنسبة 20.09%، ثم الأحداث والأخبار السياسية الجارية بنسبة 20.6%، وأخيرا الموضوعات الدينية بنسبة 13.8%، وذلك كون موقع اليوتيوب عام ومجاني تستطيع من خلاله تحميل وتنزيل ما تشاء و تحتاج من أفلام سواء كانت تعليمية أو ترويحية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط (المقدادي، 2013، 45).

وتبين لنا من خلال هذه الدراسة أن الأطفال يشاهدون عبر اليوتيوب البرامج العربية والأجنبية حيث يشاهدون الرسوم المتحركة وحصص ألعاب الأطفال الأجنبية المدبلجة أو غير المدبلجة، معنى ذلك أن الطفل يتعرض عبر برامج اليوتيوب الأجنبية لثقافات مختلفة بما فيها الثقافة الغربية فالثقافات بهذا التصور تتنوع بتنوع المجتمعات وهي كل مركب يشمل المعرفة، الفنون، الأخلاق، المعتقدات، القانون، العرف، العادات وسائر الأدوات المادية والفكرية التي يستطيع بها الفرد إشباع حاجاته الحياتية والاجتماعية وتكييف نفسه لبيئته. (اسماعيل، 1996، 30)

فعندما يتيح اليوتيوب مختلف أصناف الأدب والموسيقى والدراما والعلوم والمعلومات المتنوعة لأعداد متزايدة من أفراد المجتمعات الإنسانية ولأفراد المجتمعات العربية بما فيهم الأطفال، يؤدي إلى الانتشار الثقافي أين تحدث الاستعارة الثقافية، حيث يستعير المجتمع المتلقي للمضامين الإعلامية بعض العادات والتقاليد أو الأعراف أو اللغة... وغيرها التي توجد في مجتمع آخر، وقد يستعير المجتمع نمطا ثقافيا كاملا أو جزء من كل ثقافي، وعندما تحدث الاستعارة الثقافية فإنها لا تشمل بالضرورة الشكل والمضمون معا للعنصر الثقافي المستعار كما أن السمة المستعارة تخضع لمفاهيم المجتمع المستعير الذي قد يغير الشكل والمضمون أو في الإثنين معا. (استتيه، 2004، 89) وهذا ما كشفته التأثيرات التي تحدثها المضامين الثقافية لليوتيوب على شخصية الطفل من حيث بروز العنف وتنمية القدرات الإبداعية لدى الطفل.

كما توصلت الدراسة أن مشاهدة الطفل لبرامج اليوتيوب تكون تحت مراقبة الوالدين كما أن جلّ الأولياء يشاركون أبناءهم في اختيار برامج اليوتيوب وتمثلت البرامج المفضلة لديهم في البرامج التعليمية خاصة تعليم

الحروف والأرقام والقرآن والقصص والأدعية، وحرصهم على نوعية المضامين التي يتعرض لها التي تناسب سنهم خاصة ألعاب الأطفال والرسوم المتحركة على أساس أنها واحدة من البرامج الموجهة إلى الأطفال، وعليه فهي من وجهة نظرهم بعيدة عن كل ما هو سلبي بما يضمن لهم بناء شخصية سليمة لأطفالهم ذلك لأن شخصية الطفل كل معقد يتكون من عناصر بيولوجية وسيكولوجية وسوسولوجية في غاية التفرع والتعدد تمنحه سمات شاخصه تميزه عن الأفراد الآخرين (الحسن، 2005، 234)، وتتأثر بما يكتسبه من ثقافة من خلال عملية التنشئة الثقافية أين يتم إدماج عناصر هذه الثقافة في نسق الشخصية وبالتالي يكتسب الطفل شخصيته الاجتماعية التي تعكس ثقافة الأسرة (كنعان، 2015، 13-14 بتصرف)، هذا الاعتقاد كان راسخاً قبل أن يتحول العالم إلى قرية صغيرة بفضل الإعلام الجديد وسطوته على اهتمامات الأطفال، حيث أصبح الأطفال محاطون بهذا الإعلام في بيوتهم ورياضهم ومدارسهم وفي المجتمع من حولهم، فمما لاشك فيه أن الإعلام الجديد بأشكاله المختلفة من أفراس مدمجة وأفراس ضوئية والتلفزيون الرقمي والقنوات الفضائية التي تبتث عبر الأقمار الصناعية وأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي ومحتوى الهاتف الذكي واليوتيوب خاصة وغيرها، لعبت دوراً مهماً في التأثير على شخصية الطفل العربي سلباً أو إيجاباً (كافي، 2015، 16)

وأوضحت الدراسة أن الأطفال يتعلمون الولوج لبرامج اليوتيوب بأي طريقة بمساعدة الوالدين أو الإخوة أو الأصدقاء ذلك لأن الكل أصبح مولعاً ببرامجه وهناك حتى من تعلم بنفسه، كما تبين لنا أن للإعلام الجديد أدوات ضرورية من خلالها يتم الولوج إلى عالمه، توفر الجهاز الإلكتروني حاسب آلي، هاتف ذكي، جهاز لوحي وتوفر الانترنت والاشتراك في اليوتيوب (شفيق، 2014، 15-16)، واستحوذ الهاتف الذكي على وقت الطفل وعقله ومخيلته وسرعة تفاعله مع برامج اليوتيوب وشدة حرصه على متابعتها.

• كما أظهرت النتائج أن اليوتيوب يؤثر سلباً على شخصية الطفل من خلال بروز العنف حيث يمارس الطفل سلوك عدواني ضد طرف آخر بهدف استغلاله وإخضاعه (الشاعر، 2003، 336)، وتجسد ذلك في سرعة الانفعال والصراخ والبكاء وكذلك الاكتئاب، وهذا ما يدل على التأثير السلبي لمضامين العنف عبر برامج اليوتيوب على شخصية أطفال المرحلة المبكرة وذلك لما تتميز به من خصائص تجعلهم أكثر الفئات تأثراً بما يشاهدونه من برامج عنيفة على أساس عدم تمكنهم من التمييز بين الحقيقة والطابع الخيالي المعروف عبر هذه البرامج، كما أن مشاهدة هذه المضامين العنيفة جعلت الطفل يتخذ مواقف عدوانية بالاعتداء على الغير بالضرب، وتكسير الأشياء والتخريب، وتمثلت المواقف العدوانية الأخرى في تكسير الألعاب والصراخ والسب، وهذا يعني أن برامج اليوتيوب العنيفة تؤثر على شخصية الطفل فتترجم إلى سلوكيات عنيفة، ويرجع ذلك لما يتميز به الطفل في هذه المرحلة من سرعة الانفعال وسرعة الغضب وثورته العارمة التي سرعان ما تنطفئ ليعود مرة أخرى إلى حالته الطبيعية من الهدوء والاستقرار (موسى، 2010، 51)، كما عملت برامج اليوتيوب العنيفة على خلق نوع من التوتر وعدم الرضا لدى الأطفال فأصبحوا يكثرون من التذمر وأقل امتناناً للأشخاص الذين يخدمونهم خاصة الأولياء، وجعلتهم أكثر تمرداً، حيث أن تمرد أبنائهم مقصوداً خاصة عند محاولة وضع حدود وضوابط لاستخدام اليوتيوب فيتحايل بعض أطفالهم لاستخدامه من دون علم الأولياء أو تحدياً لهم، كما أن مشاهدة العنف عبر

برامج اليوتيوب يثير العنف في سلوك بعض الأطفال من خلال المشاجرة مع الإخوة والأصدقاء جراء تكرر بعض المشاهد العنيفة التي تؤدي إلى تبدل إحساس الطفل بالخطر وإلى قبول العنف كوسيلة استجابية لمواجهة بعض المواقف والصراعات مع إخوته وأصدقائه، خاصة تكرر مشاهدة أعمال العنف الجسمانية وذلك لما تتسم به هذه المرحلة من قلة الخبرة لدى الأطفال يقابلها حب الاستكشاف والاستطلاع (الزويبي، 2011، 184)، كل هذه التأثيرات السلبية حدثت لدى الطفل جراء مشاهدته لبرامج اليوتيوب المتضمنة للعنف على أساس أن التأثير هو كل ما يحدث نتيجة مباشرة للعمل الإعلامي سواء أكانت هذه النتيجة مقصودة أم غير مقصودة (الحري، 2003، 183) وهذا ما يؤكد تحقق الفرضية الجزئية الثانية.

3. كما أكدت النتائج على أن اليوتيوب يؤثر إيجاباً على شخصية الطفل من خلال تنمية قدراته الإبداعية وهو ما يؤكد تحقق الفرضية الجزئية الثالثة من خلال تنمية القدرة على تعلم المعلومات الجديدة، وتنمية الرغبة الطبيعية في اكتساب المهارات المعرفية، فيؤكد ملحم (2004) أن الأطفال في هذه المرحلة يفكرون بشكل أكثر تجريداً أو تعقيداً على الرغم من أنهم بحاجة إلى تعلم المفاهيم بطرق مجردة، وتحسن ذاكرتهم في هذه السن وهم يتكلمون كثيراً ويطرحون الكثير من الأسئلة، ولا يزال حب الاستطلاع قوياً عندهم بهدف الوصول إلى الحقائق والمعلومات، وبالتالي يحدث الإبداع عندما يمتلك الطفل سمات مثل حب الاستطلاع والمرونة والاستكشاف والطلاقة والحساسية. (Eval: ترجمة الشافعي، 2013، 231)، ما يدل على التأثير الإيجابي لموقع اليوتيوب على شخصية الطفل وهذا ما يتوافق مع ما توصلت إليه دراسة الرفاعي حول انعكاس إثراء المناقشات الرياضية باستخدام مقاطع تعليمية من موقع اليوتيوب على كفاءة المناقشات وتحسين جودتها وإثرائها، كما كان لتلخيص الاستفادة من عمليات المناقشات الرياضية أثر على تحسين وفهم الطلاب لموضوعات المقرر وزيادة التفاعل اللفظي في جميع الاتجاهات (بين الطلاب أو بين الطلاب والباحث) داخل قاعات الدراسة (الرفاعي، 2013، 167). كما أن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب أدت إلى إبراز مواهبهم من خلال بروز قدرة خاصة متميزة لدى الطفل في طريقة إنتاج أعمال أصيلة وأفكار تتميز بالخلقة في الرسم والشعر والرياضيات والكتابة والموسيقى وفي كل المجالات حتى أن نتائجهم الفني والإبداعي يرقى إلى التفرد النوعي (مأمون، 2011، 91) وأدت مشاهدة برامج اليوتيوب إلى تعلم الأطفال للغات جديدة تمثلت في اللغتين الإنجليزية خاصة والفرنسية واللهجة الخليجية، فالأطفال في هذه المرحلة يحبون تعلم الكلمات الجديدة وفهم معناها ويحبون ترديد الأناشيد والأغاني وسماع القصص وإعادة سردها، (ملحم، 2004، 237)، كما أدت مشاهدة برامج اليوتيوب إلى تنمية التفكير الناقد لدى الأطفال وساعدتهم في عملية اتخاذ القرار وعملت على توصل أطفالهم إلى الأسلوب القيادي، فسمات طلاقة التفكير ومرونته والأصالة والحساسية للمشكلات وإعادة تعريف المشكلة وإيضاحها بالتفصيلات، قدرات يمكن تصنيفها تحت مظلة التفكير الناقد (جروان، 2011، 75)، كما عملت على تنمية القدرة على التعلم وسرعة الفهم والإدراك وتنشيط الذاكرة، وساهمت برامج اليوتيوب في تنمية قدرتهم اللفظية، تليها تنمية القدرة الفكرية، يليها تنمية القدرة على تصميم ورسم الأشكال خاصة أفلام الرسوم المتحركة التي تعلم الأطفال اللغة العربية أكثر مما تعلمه الكتب المتخصصة في القواعد والنحو، ذلك لأن الطفل يتكلم الفصحى ويسمعها في مجال التطبيق بعيداً عن

التنظير (إسماعيل، 2011، 176)، ومشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب مكنتهم من تنمية الخيال، فالخيال حاجة أساسية من حاجات الأطفال بشرط أن لا يكون مغرقا سلبيا لا يحمل قيمة ولا يغرس فضيلة، فمن خلال تنمية الخيال بأنواعه القصصي والدرامي والخروج عن الواقع إلى شخصيات لا يجدها الطفل في عالمه فتنمو روح الإبداع لدى الطفل (إسماعيل، 2011، 175)، بالإضافة إلى الشرح وإبداء الرأي والانتقال من فكرة إلى أخرى بسهولة وسرعة، القدرة على التعبير، وتقديم أفكار جديدة وبطرق غير معتادة ويرجع ذلك إلى تجويد اللغة لدى بعض الأطفال مما يمنحهم قدرة على التعبير فيتخلص الطفل من السياق العادي للتفكير وإتباع لخط جديد من التفكير أو الإتيان بالشيء الجديد النادر المختلف (موسى، 2010، 24)، كما أن مشاهدة أطفالهم لبرامج اليوتيوب مكنتهم من إتباع أسلوب ناجح لمواجهة مشكلة ما والتوصل إلى حلول متفردة للمشكلات، وبالتالي ساعدت الطفل على اكتساب قدرة أو نشاط معرفي ينتج عنه طريقة جديدة وغير مسبقة من قبل في رؤية المشكلات أيا كان نوعها، على نحو جديد غير مألوف (ابراهيم، 2005، 120)، ما ساعدهم على تنمية قدراته الإبداعية.

كما توصلت الدراسة إلى أن الإعلام الجديد (اليوتيوب) ضرورة حتمية في هذا العصر لدى الأطفال، لأن العصر الذي ينمو فيه الأطفال اليوم هو عصر الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي تفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض (الشريف، 2014، 165) فلم يعد طفل اليوم كطفل الأمس فلقد تغيرت قدراته واستعداداته واحتياجاته، ويات من الصعب الابتعاد عن الأعجوبة الالكترونية المليئة بالرسوم المتحركة والنصوص المضحكة والألعاب وغيرها من البرامج، إنه اليوتيوب أكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاركة ونشر الفيديو بشكل مجاني وهو واحد من أسرع المواقع تطورا على شبكة الانترنت (عماشة، 2011، 293).

9. خاتمة

حاولنا من خلال هذه الدراسة الوقوف على التأثيرات التي تحدثها المضامين الثقافية لليوتيوب كأحد أشكال الإعلام الجديد على شخصية الطفل، فتوصلنا أن طفل القرن الواحد والعشرين متميز وفق ما يطرحه الإعلام الجديد عموما واليوتيوب خصوصا، الذي تتزاحم فيه البرامج من مصادر مختلفة لها ثقافات متباينة، وبالتالي أعطى له مؤسسات بناء شخصية فأصبح مؤثر هائل في تكوين شخصية الأطفال لما يتمتع به من حضور وجاذبية وإتقان من خلال تنمية قدراتهم الإبداعية الذي يجسد التأثير الإيجابي، وبروز سلوك العنف الذي يمثل التأثير السلبي محاولين بذلك تحقيق هدف من أهداف البحث العلمي في العلوم الاجتماعية وهي تقديم معرفة علمية، يمكن أن تكون كخطوة مبدئية في علاج الآثار السلبية للمضامين الثقافية لليوتيوب، وذلك من خلال إثارة القضايا المتعلقة به لفتح المجال أمام الباحثين للبحث فيه إنطلاقا من متغيرات أخرى غير التي تناولناها لتعميق المعرفة حول هذا الموضوع. وفي الختام توصي دراستنا بما يلي:

- ضرورة التنشئة الثقافية السليمة للأبناء وذلك من خلال تضافر مؤسسات التنشئة الثقافية كالأ أسرة والمسجد والمدرسة وغيرها لأن هذه المؤسسات تقوم بدور فعال في تنشئة الأجيال وفقا للثقافة العربية الإسلامية وبالتالي تمنع جهات أخرى كأشكال الإعلام الجديد "اليوتيوب" من التدخل السلبي في هذه العملية، ونركز خاصة على دور الأسرة.

- إن الدعوة إلى الحد من الآثار السلبية لثقافة الإعلام الجديد لا يعني الانغلاق أو التقليل من الإيجابيات الكثيرة التي تقدمها أشكال الإعلام الجديد لأن في ذلك خطر لا يقل عن الانفتاح السلبي بل إن مزيداً من الرقابة فيما يقدم كفيلاً بتحويل الطفل المتلقي للمضامين الثقافية لليوتيوب إلى ما هو أجود وأفضل.

- مشاركة الأهل أطفالهم في مشاهدة برامج اليوتيوب، والعمل على اختيار وانتقاء البرامج المناسبة لهم ومراقبة ما يتعرضون من قيم واتجاهات وغيرها تعكس ثقافات مختلفة قد تتعارض مع البيئة العربية الإسلامية.

المراجع والاحالات:

- إبراهيم، عبد العزيز سليم (2011). *المشكلات النفسية والسلوكية لدى الأطفال*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- أبو بكر، صابر محمد أحمد (2013). *استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والاشباعات المتحققة منه*. *مجلة دراسات الطفولة*. المجلد 16 (59). مصر. 110 - 111
- أبو جادو، صالح محمد. (1998). *سيكولوجية التنشئة الاجتماعية*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- استنيتيه، دلال (2004). *التغير الاجتماعي والثقافي*. (ط1). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- إسماعيل، محمود حسن. (2011). *الإعلام وثقافة الطفل*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- إسماعيل، محمود حسن (1996). *مناهج البحث في إعلام الطفل*. الأردن: دار النشر للجامعات.
- أمعرف، فرج عياش علي (2017). *استخدامات شباب سرت لموقع اليوتيوب والاشباعات المحققة*. *مجلة كلية الفنون والإعلام*. العدد الخامس. 215-243
- جروان، فتحي عبد الرحمن (2012). *الموهبة والتفوق والإبداع*. (ط4). عمان: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الحري، عبد الكريم عبد الله (2003). *الانترنت والقنوات الفضائية ودورها في الانحراف والجروح*. الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الحسن، إحسان محمد (2005). *علم اجتماع العائلة*. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- الخياط، ماجد محمد (2009). *أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية*. الأردن: دار الرياءة للنشر.
- الرفاعي، أحمد محمد الرفاعي (2013). *إثراء المناقشات الرياضية باستخدام مقاطع تعليمية من موقع اليوتيوب حول مقرر الرياضيات على التحصيل وحب الاستطلاع لدى طلاب الجامعة*. *مجلة تربيوات الرياضية*. 16 (12). مصر. 135 - 182 .
- الزويبي، هاشم أحمد (2011). *المواد التلفزيونية في قناة mbc3 الفضائية للأطفال* - بحث في واقع المواد التلفزيونية المعروضة في القناة لمدة أسبوع. *مجلة الباحث الإعلامي*. 11 (12). العراق. 103-122.
- الشاعر، محمد ناصر الدين (2003). *العنف العائلي ضد المرأة: أسبابه والتدابير الشرعية للحد منه*. *مجلة جامعة النجاح للأبحاث*. المجلد 17 (2). نابلس - فلسطين. 330-370
- الشريف، عبد العزيز خالد. (2014). *الإعلام الإلكتروني*. القاهرة: دار عالم الكتب.
- شفيق، حسين (2014). *نظريات الإعلام*. الأردن: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- صالح، مأمون. (2011). *الشخصية*. (ط2). عمان - الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

عماشة، محمد عبد راغب (2011). أثر برنامج تدريبي عن تقنيات الويب 2.00 الذكية للتعلم الإلكتروني على استخدامها في تصميم وبث الدروس الإلكترونية لدى أعضاء هيئة التدريس في ضوء احتياجاتهم التدريسية. مجلة تكنولوجيا التربية. عدد 12. مصر. 323 - 273

كافي. مصطفى يوسف. (2015). وسائل الإعلام والطفل. (ط1). عمان - الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع. المققادي، خالد غسان يوسف (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها. التقنية. الاجتماعية. الاقتصادية. الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع

ملحم، سامي محمد. (2007). الأسس النفسية للنمو في الطفولة المبكرة. عمان: دار الفجر للنشر والتوزيع. موسى، موسى نجيب (2010). الطفل الموهوب موهبته ورعايتها في محيط الأسرة. عمان: دار الوارق للنشر والتوزيع.