



حملات التوعية بخطر التنمر السبيرياني على منصة تويتر -دراسة تحليلية لهاشتاغ "#لا_للتنمر"-

Cyber bullying awareness campaigns on Twitter -Analytical study of the hashtag "#No_bullying"-

نوال بومشطة *

جامعة أم البواقي (الجزائر) .

البريد الإلكتروني المهني: naouel.boumechta@univ-oeb.dz

تاريخ النشر

2023/04/15

تاريخ القبول

2023/04/01

تاريخ الإيداع

2022/12/18

الملخص: يهدف هذا البحث إلى الكشف عن المضامين، التي ينشرها مستخدمو منصة تويتر، مع هاشتاغ #لا_للتنمر، تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة تحليل المحتوى، التي تم تطبيقها على عينة قصدية، تتمثل في المضامين المنشورة خلال شهري سبتمبر وأكتوبر 2022، واختيار المضامين المتعلقة بالتنمر السبيرياني لتتوافق مع أهداف الدراسة، حيث تم حصر 35 تغريدة. تم التوصل إلى عدة نتائج، أبرزها أن منصة تويتر وعبر الهاشتاغ الذي تعتمد عليه في تغريداتها، استطاعت أن تحقق تداولاً كبيراً لحملة #لا_للتنمر، من خلال العدد الكبير لتفاعل المستخدمين ونشرهم لمضامين مختلفة، تمحورت حول أسباب وانعكاسات ظاهرة التنمر عموماً والتنمر السبيرياني خصوصاً، وكذا تبيان طرق المواجهة والوقاية.

الكلمات المفتاحية: التنمر ؛ تويتر ؛ هاشتاغ ؛ التنمر السبيرياني.

Abstract: This research aims to detect content, posted by Twitter users, with the hashtag # No Bullying, the study uses the analytical descriptive approach, and the content analysis tool, applied to an intentional sample, is the content published during September and October 2022, and the selection of content related to cyber bullying to conform to the study's objectives, as 35 tweets have been restricted.

Several results have been achieved, notably that the Twitter platform and through the hashtag on which it relies in its tweets, has been able to achieve a

* المؤلف المرسل

great circulation of the # No Bullying campaign, through the large number of users interacting and disseminating different content, centered on the causes and repercussions of the phenomenon of bullying in general and cyber bullying in particular, as well as identification of methods of confrontation and prevention.

Keywords: bullying; Twitter; hashtag; cyber bullying;

مقدمة:

يعد التتمر السيبراني أحد إفرازات التطور التكنولوجي والاستخدام المتنامي لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت فضاء خصبا لممارسة كل أشكال التتمر، فلم يعد سلوكا يمارسه الأفراد في الواقع بل انتقل إلى الفضاء الافتراضي وأصبح له انعكاسات سلبية على الجانب النفسي والسلوكي للمتتمر عليه، خاصة وأن الفضاء الافتراضي يساعد على انتشار عبارات وصور التتمر وتعليقات المتتمرين بشكل سريع ويتم تداوله في أوقات قياسية.

في المقابل تعد منصات التواصل الاجتماعي أداة لمواجهة مثل هذه السلوكيات والظواهر من خلال إطلاق حملات توعية إلكترونية تساعد على الحد من مخاطرها، ومن بينها منصة تويتر التي تسهم في ذلك عن طريق إطلاق هاشتاقات تساعد على نشر المعلومة والتوعية بضرورة الحد من مثل هذه السلوكيات، وعليه جاءت إشكالية الدراسة للبحث في دور هذه الهاشتاقات في تفاعل الجمهور معها والكيفية التي يتفاعلون بها، وتم اختيار هاشتاغ لا للتتمر الذي مازال ليومنا هذا متداول بشكل كبير على منصة تويتر ويوظفه المستخدمون في مختلف تغريداتهم عبر هذه المنصة، وتم اختيار هاشتاغ #لا- للتتمر، وهنا نطرح التساؤل الآتي:

- ما دور الهاشتاغ في التوعية بخطر التتمر السيبراني عبر منصة تويتر؟

وتتدرج تحته التساؤلات الفرعية الآتي:

- ما هي مضامين تفاعل المستخدمين مع هاشتاغ لا للتتمر؟

- كيف يتفاعل مستخدمو تويتر مع هاشتاغ لا للتتمر؟

- ما هي العناصر الفاعلة في مختلف المواضيع؟

تكمن أهمية الدراسة في كونها تبحث في موضوع له أهمية في ظل التنامي الكبير لانتشار سلوك التمر في الفضاء الافتراضي، خاصة وأنها تبحث في دور منصات التواصل الاجتماعي في الترويج للحملات الالكترونية لمواجهة خطر هذه السلوكيات، عن طريق استخدام الهاشتاغ، وأيضاً البحث عن الحلول التي تضع حداً لهذه الظاهرة. تهدف الدراسة إلى التعرف على المضامين التي يتفاعل بها مستخدمو منصة تويتر مع هاشتاغ "#لا_للتمر، والجهات التي ساهمت في نشر هذه الحملة وتوسيع دائرتها عبر مختلف الدول العربية، كذلك الكشف عن الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والقيم المتضمنة في التغريدات المنشورة عبر تويتر.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يسمح بوصف الظاهرة وتحليلها والوقوف على خصائصها وأبعادها، وفي هذه الدراسة سنقوم بوصف وتحليل المحتوى المتعلق بتفاعل المستخدمين مع هاشتاغ "#لا_للتمر عبر منصة تويتر. تستخدم الدراسة أداة تحليل المحتوى، والتي صممت في فئات للمضمون والشكل، من أجل جمع البيانات اللازمة للإجابة عن التساؤلات المطروحة، أما وحدة التحليل فقد تم الاعتماد على وحدة الكلمة والموضوع.

يتمثل مجتمع البحث في مضمون التفاعل مع مضمون هاشتاغ "#لا_للتمر، أما العينة فتم اختيارها بأسلوب العينة القصدية، باختيار المضامين التي تم نشرها خلال فترة سبتمبر-أكتوبر 2022، واختيار المضامين المتعلقة بالتمر السيبراني لتتوافق مع أهداف وإشكالية العينة، حيث تم حصر 35 تغريدة خلال فترة الدراسة.

ترتكز الدراسة على عدة مفاهيم وهي:

التنمر السيبراني

التنمر السيبراني هو العمل على إيقاع الأذى بالطرف الآخر وذلك باستخدام الأجهزة الإلكترونية المرتبطة بالإنترنت، وهو كل فعل عدائي يقوم به المتمر الإلكتروني باستخدام التقنية الحديثة ضد طرف آخر بغرض إلحاق الضرر به ماديا ومعنويا اجتماعيا ونفسيا (بهجات، 2021، صفحة 258).

هو "سلوك أو تصرفات عدوانية غير مرغوب فيها تحدث بين مجموعة من الشباب بصورة متكررة، من خلال استخدام البريد الإلكتروني، أو غرف الدردشة والرسائل الفورية، أو مواقع الويب ومواقع التواصل الاجتماعي، وهو أيضا الإيذاء المتعمد الذي يتم من خلال الوسائل الإلكترونية لإلحاق الضرر بأفراد أو جماعات، بغض النظر عن أعمارهم، ويشمل ارتكاب الأفعال المسيئة مثل الازدراء أو غيره من الأفعال غير المرغوب فيها" (زايد، 2020، ص 3043).

تويتر

كلمة تويتر Twitter في الإنجليزية (تغريد)، وتقوم فكرته على ما يسمى بتقنية التدوين المصغر من خلال تكوين شبكة اجتماعية من الأصدقاء والمعارف على موقع تويتر (ريان، 2012، صفحة 50)، وتويتر على عكس الفيسبوك يركز على شبكة الأصدقاء المقربين، وهي شبكة اجتماعية تقدم خدمة التدوين المصغر، بحيث يمكن لمستخدميه إرسال تحديثات لا تتعدى 140 حرفا. (صبطي، 2018، صفحة 62).

تويتر هو شكل من أشكال المدونات الصغيرة؛ تقاطع بين الرسائل الفورية والتدوين الذي يسمح للمستخدمين بمشاركة أجزاء صغيرة من المعلومات. على عكس منتديات المناقشة غير المترامنة عبر الإنترنت. (Eleanor, 2019, p. 326)

وعليه يمكن القول أن تويتر هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يتميز بالتدوين المصغر، ويسمح للمستخدمين بتكوين شبكة من الأصدقاء المقربين.

الهاشتاغ

علامة (هاشتاج) أو كما تسمى عند بعض العرب: "هاشتاغ" هي رمز (#) الذي يستخدم بهدف تسمية الكلمات الرئيسية في تغريدة، وقد أطلق مصطلح hashtag من قبل تويتر وهو يجمع بين كلمة hash بمعنى (اسم آخر لرمز الرقم) و tag يستخدم لتمييز كلمات معينة (<https://cutt.ly/AbXmstK>).

انتقل الوسم من رمز إلى أيقونة في عالم منصات التواصل الاجتماعي، منذ أن بدأ استخدامه لأول مرة على موقع تويتر بطريقة عفوية في تغريدة لخبير التقنية كريس مسينا يوم 23 أوت 2007، حيث سأل يومها عن رأي الناس في استخدام الهاشتاغ للتواصل بين المجموعات، أصبح هذا الرمز بعد ذلك علامة عالمية للتعبير عن المواقف أو إيصال رسائل أو حتى النقد والتهكم أحياناً، في مختلف المنصات الاجتماعية عبر الإنترنت. (<https://cutt.ly/nbXnDKC>).

1. نشأة ومميزات موقع تويتر

1.1 نشأة تويتر

تم إنشاء تويتر في عام 2006، وهو شبكة اجتماعية وأداة تدوين مصغرة تشكل جزءاً من مجموعة "وسائل التواصل الاجتماعي"، هذه الأداة تعمل على توفير محتوى غنية وتفاعلية وتسخير الذكاء الجماعي للمجتمع على الإنترنت.

يرسل مستخدمو تويتر "تغريدات" على موقع تويتر (<http://www.twitter.com>)، عبر تطبيقات الهواتف الذكية، أو المواقع الإلكترونية باستخدام مجموعة واجهات برمجة التطبيقات الخاصة بتويتر (Williams, p. 37)

2.1 مميزات تويتر

للتدوين عبر موقع تويتر العديد من المميزات أهمها: (المقدادي، 2013، الصفحات

: (41-40)

- سهل وسريع: بعد الاشتراك في الموقع، يمكن البدء في التدوين وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع.
 - محمول ومتحرك: موقع تويتر من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تدعم وتتيح أدوات التدوين أو لإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة.
 - المجانية: إرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر مجاني، وهي خاصية تمكن الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن الأحداث اليومية.
 - أداة فعالة للتواصل: التدوين الخاص بتويتر يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمعارف.
 - أداة فعالة في تعريف الناس بالاهتمامات الشخصية: فالتدوين القصير والفوري عبر تويتر يسمح بنشر ما فعله وإرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع هو محط للاهتمام، كما يسمح بنشر الأفكار ومشاركتها مع الغير.
 - التتبع: فمن مميزات تويتر هو خاصية التتبع أي إمكانية تتبع مدون معين، كما يمكن للغير متابعتك.
- من جهة أخرى يرى (شقرة، 2014، صفحة 76) أن تويتر من مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بما يلي:
- يسمح بنشر الخبر أو الفكرة بسرعة وبسهولة وتركيز على كلام ما قل ودل.
 - السرعة في نشر الخبر على الانترنت، عن طريق مشاركته مع الغير.
 - متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الالكترونية والمواقع الإخبارية.
 - له دور كبير في التسويق خاصة تسويق الأفكار.

2. التنمر السيبراني وأشكاله

1.2 أشكال التنمر الرقمي

تتعدد صور وأشكال التنمر الرقمي، ويمكن إيجازها في النقاط الآتية: (بهجات،
2021، صفحة 260-261).

- رسائل التهديد التي تصل من مصدر مجهول إلى البريد الشخصي أو الحساب الشخصي في تطبيق ما وتكرار ذلك.
- التعليقات غير اللائقة اجتماعيا وأخلاقيا، على صورة أو مقال أو فيديو منشور على الانترنت وتداوله.
- نشر صور حقيقية أو معدلة يبدو فيها الطرف الآخر في وضع لا يرغب للآخرين في مشاهدته.
- نشر شائعات أو معلومات عن الطرف الآخر بهدف الإساءة وتشويه السمعة.
- التجسس من خلال تطبيقات، صممت بهدف اختراق الخصوصية.
- التحرش والابتزاز من خلال قنوات التواصل الالكترونية.
- التحايل وتسريب المعلومات لطرف لا يرغب في إطلاع الآخرين عليها.

2.2 الخصائص التفاعلية الملائمة لانتشار التنمر السيبراني عبر الإعلام الرقمي

- إن التنمر السيبراني ساهم في انتشاره الخصائص التي يتمتع بها الإعلام الرقمي وخاصة المنصات الاجتماعية، ونذكر منها:
- لإعلام الرقمي يختلف عن وسائل الإعلام التقليدية بأنه يفتقر إلى وجود آليات صارمة للتحكم في المحتوى؛ مما يسمح لأي أحد نشر أي شيء يرغب فيه ويريده.
 - تمكن تطبيقات الإعلام الرقمي من نشر المعلومات بين الجماهير في أي وقت وأي مكان بأقل التكاليف شرط الاتصال بالإنترنت.

- يمكن الإعلام الرقمي القائم بالاتصال من استخدام الصور والفيديوهات، مما يحقق نسبة مشاهدته عالية بين الجماهير.

تتميز تطبيقات الإعلام الرقمي بفتح باب التعليقات، مما يساعد على انتشار أشكال التمر المختلفة وتداولها بين الجماهير (زايد، 2020، صفحة 3051).

3. مناقشة النتائج

- من خلال تحليل بيانات نجد أن أكثر المواضيع التي تم تداولها وفق هاشتاغ #لا_للتمر، هي عبارة عن تشخيص ظاهرة التمر السيراني وتبيان خطورتها على الأطفال خاصة في المدارس وبين أترابهم، كذلك التوعية بضرورة حماية الأطفال من ذلك عن طريق تقوية شخصيتهم وتربيتهم على تعزيز الثقة في أنفسهم، كذلك من المواضيع المتداولة الترويج لبعض الحملات التوعوية التي تنظمها مختلف الهيئات للتحسيس بأهمية مواجهة ظاهرة التمر السيراني التي أصبحت منتشرة بشكل كبير في مجتمعاتنا العربية، كذلك من المواضيع المتداولة تربية الطفل على تقبل الآخر وعدم إهانته من أجل التقليل من المتتمرين خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- من خلال الإطلاع على المواضيع المنشورة في فترة الدراسة والتي تم تداولها وفق هاشتاغ #لا_للتمر، تبين أن أكثر الفئات التمر عليها هي فئة الأطفال، ثم تأتي فئة النساء ثم الفئات الأخرى بنسبة ضعيفة، ويمكن القول أن فئة الأطفال من الفئات الأكثر تعرضاً لظاهرة التمر عموماً خاصة في المدارس بسبب شكلهم أو تشوه في خلقتهم أو نسبة ذكائهم، وكذا التمر السيراني الذي يأتي نتيجة عدم إدراك الطفل لكيفية استعمال الانترنت والتكنولوجيا والمخاطر التي يمكن أن يواجهها، كذلك المرأة من الفئات المتتمر عليها إلكترونياً بفعل الصور التي تنشرها فيتم التمر على مظهرها أو لباسها أو خلقتها، وهي من الظواهر التي أخذت تنتشر بشكل كبير في مواقع التواصل الاجتماعي.

- التفاعل مع هاشتاغ #لا_للتنمر، كان من قبل عدة جهات منها المدارس والمؤسسات التعليمية التي تبين أسباب ودوافع هذه الظاهرة، وتدخل في إطار نشر حملاتها التوعوية في أوساط التلاميذ والآباء، كذلك نجد الجمعيات التي تعمل من أجل مواجهة ظاهرة التنمر السيبراني من خلال نشر التوعية والتحسيس في المجتمع، كما نجد وسائل الإعلام أيضا التي تحاول الترويج لبرامجها وحملاتها التي تتناول التوعية بخطورة التنمر السيبراني، والأفراد أيضا كان لهم تفاعل مع هذا الهاشتاغ من خلال إبداء آرائهم المختلفة نحو الأسباب والنتائج التي يمكن أن تنعكس عليهم في المجتمع.

- أبرز الأهداف من تداول المواضيع المرتبطة بحملة #لا_للتنمر عبر منصة تويتر هي التوعية والتحسيس التي جاءت بنسبة كبيرة ذلك أن الحملة توعوية بالدرجة الأولى وتسعى إلى تحذير الآباء والأمهات خصوصا من خطر هذه الظاهرة، بالإضافة إلى الهدف التعليمي والتربوي، من خلال تعليم الأفراد كيفية الوقاية حماية الأبناء من خطر الوقوع في فخ التنمر السيبراني، وكيفية تربية الأبناء على تفادي هذا السلوك الذي ينعكس سلبا على الآخرين نفسيا، كذلك هدف تنبيه مختلف الفاعلين في المجتمع إلى ضرورة مواجهة هذه الظاهرة في ظل الانتشار الكبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الدردشة على الهواتف النقالة، وعليه هذه

- القيم المتضمنة في المواضيع التي نشرت وفق هاشتاغ #لا_للتنمر، متنوعة وأبرزها قيم الرفض والتدبير بهذا السلوك الذي أخذ ينخر المنظومة القيمية في المجتمع، إضافة إلى قيم التضامن مع بعض الحالات المتمتم عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي أصبحت موضحة العصر بفعل تداولها على نطاق واسع، كذلك قيمة التعاون التي تأتي من خلال ضرورة اتحاد الجهود التي تسمح بمواجهة الظاهرة وتربية الأجيال على تفادي هذا السلوك الذي أصبح يتسبب في ظواهر سلبية أخرى في المجتمع مثل الانتحار والعنف

وغيرها، بالإضافة إلى قيم التسامح والتعاشق تقبل الآخر التي من شأنها التخفيف من حدة سلوك التتمر في المجتمع.

- يستخدم المتفاعلون مع هاشتاغ #لا_للتتمر، عديد الوسائط منها الفيديو سواء فيديو حقيق لحالات متتمر عليها يحكي معاناته وانعكاسات ذلك على نفسيته، والفيديو التعليمي الذي يبرز من خلاله بعض النصائح والإرشادات التي تعلم الأفراد كيفية تجنب هذا السلوك، وتربي الأطفال على حسن التعامل مع غيرهم، بالإضافة إلى صور الكاريكاتير التي تبرز خطورة الظاهرة وكيفية التعامل معها، من جهة أخرى يتفاعل البعض عن طريق وضع روابط تحيل إلى متابعة تفاصيل أكثر حول هذه الظاهرة.

4. خاتمة

في ظل الانتشار الكبير لظاهرة التتمر السيبراني، بفعل التطور التكنولوجي وغياب الوعي بخطورة هذه السلوكيات خاصة على الأطفال، كنا لزاما العمل على التوعية والتحسيس بخطورها وانعكاساتها السلبية على نفسية وشخصية الأفراد، من خلال استغلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد أداة فعالة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد، الذين يتفاعلون مع هذه الحملات الالكترونية مثلما توصلنا إليه من خلال هذه الدراسة التي تبحث في مضامين حملة هاشتاغ #لا_للتتمر، والتي من خلالها يمكن استنتاج ما يلي:

- منصة تويتر وعبر الهاشتاغ الذي تعتمد عليه في تغريداتها استطاعت أن تحقق تداول كبير لحملة #لا_للتتمر الالكترونية، من خلال العدد الكبير لتفاعل المستخدمين من خلال نشرهم لعديد المواضيع التي تمحورت حول أسباب وانعكاسات ظاهرة التتمر عموما والتتمر السيبراني خصوصا، بالإضافة إلى تبيان طرق المواجهة والوقاية من مثل هذه الظواهر.

- أكثر الفئات المتتمر عليها هي فئة الأطفال بشكل كبير والتي انتقلت من العالم الواقعي إلى الفضاء الافتراضي، بالإضافة إلى المرأة التي تواجه هي الأخرى هذه الظاهرة.

- تفاعلت عديد الجهات مع هاشتاغ #لا_للتنمر في مقدمتها المدارس والمؤسسات التعليمية، بالإضافة إلى الجمعيات التي تهدف إلى نشر الوعي المجتمعي بضرورة مواجهة هذه الظاهرة.

- تهدف الحملة الخاصة بهاشتاغ #لا_للتنمر إلى التوعية والتحسيس بالدرجة الأولى وكذا تعليم الأفراد ضرورة تكاتف الجهود للحد من انعكاساتها السلبية في المجتمع.

- القيم المتضمنة في هذه الحملة متنوعة أبرزها الرفض والتنديد بهذا السلوك الذي أصبح يأخذ منحى سلبي في المجتمع، بالإضافة إلى قيم التضامن والتسامح والتعايش، التي يتوجب علينا ترسيخها خاصة لدى الأطفال لتربيتهم على حسن التعامل مع الآخر.

5. قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

بهجات، ريم محمد بهيج فريد. (2021). التنمر الرقمي والتحديات المهنية والتربوية التي تواجه معلمة رياض الأطفال. المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية. المجلد 5 (17).

ريان، محمد سيد (2012). الإعلام الجديد. مركز الأهرام للنشر.

زايد، انتصار السيد محمد محمود. (2020). التنمر الإلكتروني عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بأنماط العنف لدى المراهقين-دراسة ميدانية-مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. الجزء 5(55).

الساعي، ندى (2020). وسائل الاتصال الإلكترونية. منشورات الجامعة الافتراضية السورية.

شقرة، علي خليل(2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. دار أسامة.

صبطي، عبيدة (2018). الإعلام الجديد والمجتمع. المركز العربي للنشر.

المقادي، خالد غسان يوسف(2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. دار النفائس.

المراجع باللغة الأجنبية:

Eleanor J. Dommett . (2019) . Understanding student use of twitter and online forums in higher education. Educ Inf Technol 24:325-343

Williams,Jo and others. The value of Twitter for sports fans . Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice. VOL. 16 NO. 1 PP 36-50.

المواقع الإلكترونية

https://cutt.ly/AbXmstK، تاريخ الزيارة 20-11-2022، الساعة 10.00.

https://cutt.ly/nbXnDKC، تاريخ الزيارة 21-11-2022، الساعة 15.30.