

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

قسم: صحافة



القيم في المحتوى الرقمي المخصص للأطفال على منصة يوتيوب

دراسة تحليلية لمضامين قناة " Shfa " من سنة 2020 إلى 2024

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة سمعية بصرية ورقمية

تحت إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبة: صماري عفاف

كبور فاطمة

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيس : فاطمة الزهراء طايبي

المشرف: فاطمة كبور

المناقش: مراد زقان

السنة الجامعية 2023 - 2024



Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des
Sciences de l'Information

Département de : Journalisme

Les valeurs dans le contenu numérique destiné aux enfants sur la plateforme You Tube

**Une étude analytique du contenu de la chaine « Shfa » de
2020 à 2024**

Mémoire de Master en Sciences de l'information et de la communication

Spécialité : Journalisme Audiovisuel et Numérique

Réalisé par :

Sammari Afaf

Sous la direction de :

Dr Kebour Fatma

Jury :

Président : Fatima Zahra Taibi

Encadreur : Fatma Kebour

Membre : Mourad Zegane

Année universitaire : 2023-2024

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

" رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا

ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين " النمل الآية 19

الحمد لله شكرا وحبا وامتنانا على البدء والختم , الحمد لله حمدا يليق بجلاله وعظيم
سلطانه. والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى.

بأسمى عبارات الشكر والتقدير يسرني أن أتقدم بخالص الشكر لكل من كان

عونا في إتمام هذا العمل بإرشاداته وتوجيهاته ونصائحه القيمة , الأستاذة المشرفة

"كبور فاطمة" بالإضافة الذين شرفونا بتحكيم الاستمارة وأثروها بملاحظاتهم القيمة

والشكر موصول إلى الأساتذة بالمدرسة الذين صادفتهم طوال مسيرتي الدراسية كل

باسمه

إلى كل من علمني حرفا..

لكم مني جزيل الشكر والعرفان ..

الإهداء

من قال أنا لها نالها

أهدي تخرجي إلى من أوصاني الله به برا وإحسانا, إلى من جرع الكأس فارغا
ليستقيني قطرة و حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم, إليك يا من
أفديك بروحي, أبي الغالي.

إلى الروح السامية , إلى من قطعت جبال الوصل فيما بيننا إلا
وصال الحب بالدعوات, الشمعة التي يحرق قلبي غيابها عن أجمل
لحظات حياتي , في جنة الخلد نلتقي, في مقعد عند الرحمان
المقتدر, سلام عليك من الأرض إلى الفردوس الأعلى.

إلى من قال فيهم المولى: "سنشد عضدك بأخيك" إخوتي الأعزاء
ورياحين حياتي : أيمن , عبد الرزاق , رياض.

إلى الأصدقاء الأوفياء, رفقاء السنين, كل باسمه. إلى من أحسنوا
الظن بي ورأوا في الخير بأعينهم وقلوبهم.

إلى الأيادي التي لم تبخل بالعطاء يوما, ولم تتردد بتقديم العون ولو
للحظة.. أساتذتي الكرام.

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة بعنوان "القيم في المحتوى الرقمي الموجه للأطفال عبر منصة يوتيوب" دراسة تحليلية لمضامين قناة "shfa" إلى معرفة القيم الموجودة في محتويات القناة التي تبث عبر منصة يوتيوب وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي: **ماهي القيم التي تروج لها القناة المخصصة للأطفال " Shfa " على منصة يوتيوب؟** بالاعتماد على الدراسة التحليلية الوصفية , وأداة جمع البيانات المتمثلة في الملاحظة و استمارة تحليل المحتوى حيث طبقت على العينة القصدية المتمثلة في عشر حلقات, تم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها أن قناة shfa تحتوي على عدة قيم منها الإيجابية والقيم السلبية, نذكر منها الإيجابية: (الاعتذار, الصدقة, شكر الآخرين) وقيم سلبية مثل (الأكل بشراهة, التبذير, العنصرية, الغباء, العنف).

الكلمات المفتاحية: المحتوى الرقمي, اليوتيوب, الأطفال, القيم , قناة shfa

Résumé de l'étude :

Cette étude intitulée « Valeurs dans le contenu numérique destiné aux enfants sur la plateforme You Tube : une analyse de contenu de la chaîne « Shfa », vise à identifier les valeurs présentes dans les contenus de la chaîne diffusés sur You Tube, en posant la question principale : Quelles sont les valeurs que promeus par la chaîne destinée aux enfants « Shfa » sur You Tube ? En basant sur une étude descriptive analytique et en utilisant l'observation et un formulaire d'analyse de contenu appliqué à un échantillon délibéré de dix épisodes, plusieurs résultats ont été obtenus, le plus marquant étant que la chaîne Shfa contient plusieurs valeurs, à la fois positives et négatives. Parmi les valeurs positives : (l'excuse, la charité, remerciement des autres) et des valeurs négatives telles que (la frénésie alimentaire, le gaspillage, le racisme, la bêtise, la violence.

– **Mots-clés : Contenu numérique, You Tube, Enfants, Valeurs, Chaîne Shfa.**

خطة الدراسة

| | |
|---|------------------------------|
| الفصل الأول: الإطار المنهجي | |
| 1- | الإشكالية |
| 2- | تساؤلات الدراسة |
| 3- | أهداف الدراسة |
| 4- | أهمية الدراسة |
| 5- | أسباب اختيار الموضوع |
| 6- | تحديد مفاهيم الدراسة |
| 7- | المرجعية النظرية |
| 8- | المنهجية المتبعة |
| أ- المنهج | |
| ب- أدوات جمع البيانات | |
| 9- | مجتمع البحث وعينته |
| أ- مجتمع البحث | |
| ب- عينة الدراسة | |
| 10- | الدراسات السابقة |
| الإطار النظري | |
| الفصل الثاني: المحتوى الرقمي في اليوتيوب | |
| المبحث الأول: ماهية المحتوى الرقمي | |
| 1-1- | تعريف المحتوى الرقمي |
| 1-2- | التطور الزمني للمحتوى الرقمي |
| 2- | أنواع المحتوى الرقمي |
| 1-3 | أهمية المحتوى الرقمي |
| 2-3 | خصائص المحتوى الرقمي |
| المبحث الثاني: منصة يوتيوب | |

| |
|--|
| 1-تعريف اليوتيوب |
| 2-تاريخ نشأة اليوتيوب |
| 3-محتويات اليوتيوب |
| 2-3 خصائص اليوتيوب |
| الفصل الثالث: دور محتويات الأطفال في نقل القيم عبر يوتيوب |
| المبحث الأول: ماهية القيم |
| 1-1 تعريف القيم وأنواعها |
| 2-1 مصادر القيم |
| 2-مكونات القيم |
| 3-معايير تصنيف القيم |
| المبحث الثاني: تأثير اليوتيوب على الأطفال |
| 1- استخدام الأطفال لمنصة يوتيوب |
| 2- المضامين الموجهة للأطفال في اليوتيوب |
| 3- توظيف محتويات اليوتيوب لنقل القيم |
| الإطار التطبيقي |
| الفصل الرابع: التحليل الكمي لمضامين الفيديوهات محل الدراسة |
| المبحث الأول: تعريف بقناة Shfa |
| 1-بطاقة تقنية للقناة |
| 2-القنوات التابعة للقناة الأصلية |
| 3-الفيديوهات الأكثر مشاهدة والأسباب |
| المبحث الثاني: التحليل الكمي لفئات الشكل وفئات المضمون |
| التحليل الكمي لفئات الشكل |
| التحليل الكمي لفئات المضمون |
| الفصل الخامس: التحليل الكيفي لمضامين الفيديوهات محل الدراسة |
| المبحث الأول: استنتاج نتائج التحليل الكمي لفئات الشكل |

المبحث الثاني: قراءة ومناقشة نتائج التحليل الكمي لفئات المضمون

مقدمة

يشهد العالم تغييرا جذريا وتطورا هائلا في مجال الاتصال و التكنولوجيا, حيث أضحت الهواتف الذكية جزءا لا يجزأ من الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات, تسيطر وتأخذ حيزا واسعا من وقتنا. مع امتزاج تكنولوجيا الإعلام والمعلومات مع وسائل الاتصال الحديثة وتطور الأجهزة التقنية, أصبح اتصال الأفراد بشبكات الانترنت ضرورة تمكنه من البقاء على تزامن مع مستجدات العالم من حوله وذلك من خلال ما أصبحت توفره شبكات الانترنت من محتوى رقمي. هذا أدى إلى حدوث نقلة نوعية وظهور العديد من التطبيقات التواصلية على غرار المدونات الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التي لقيت شعبية كبيرة واستخداما واسعا من مختلف شرائح المجتمع, وقد أصبحت هذه المواقع بمثابة الوسيط الاتصالي لتلبية رغبات كل شرائح المجتمع وهذا ما أدى إلى إدمان المستخدمين لمختلف التطبيقات والمضامين المعروضة فيها.

أسهم دخول التكنولوجيا الحديثة في مجتمعاتنا العربية بمواقعها المختلفة سهولة التصفح من أشهر هذه المواقع هو اليوتيوب الذي يختص بتحميل ومشاركة مقاطع الفيديو ومشاهدتها مجانا وفي كل المجالات بالإضافة إلى وجود مساحة خاصة بالتعليقات وإبداء الآراء وهذا ما يتيح المجال أكثر للتواصل والتفاعل بين المستخدمين فيه.

يتيح اليوتيوب كما هائلا من الفيديوهات في فضاء رقمي يحوي العديد من المواد اللامحدودة الموجهة مضامينه لمختلف الشرائح الاجتماعية والفئات العمرية . يحتوي

اليوتيوب عادة على مضامين الاستهلاك والترفيه والتعليم, يسعى القائمون عليها على ترسيخ قيم امتثالية تتميطية واستهلاكية , يمكن لها أن تؤثر على مفهوم القيم لدى الأفراد وأبعادها, كل حسب درجة علمه ووعيه وقدرته على تمييز ما يتماشى مع مبادئه .

الأطفال جزء هام من ذلك الكل , يتأثر بكل التغييرات التي طبعت عصر المعلومات , بحيث أصبح لهؤلاء الأطفال سلوكيات و ثقافة خاصة مرتبطة بهذه الوسائط الرقمية فهم يجدونها فضاء يسليهم ويمتعهم ويشحن خيالهم وهذا ما توفره محتويات اليوتيوب إذ تمزج بين الخيال والتشويق ما قد يجعل الطفل أسيرا لها , بحيث أصبح الطفل يفضل في غالب الأحيان مشاهدة اليوتيوب عن ممارسة الأنشطة التي اعتاد ممارستها كاللعب مع الأصدقاء والحوار مع الأسرة وغيرها.

و الأطفال بطبيعتهم المحبة للاستكشاف و تقليد العالم المحيط بهم, فإن ما يشاهدونه قد ينعكس على سلوكياتهم وردود أفعالهم, وبالتالي فإن التعرض المكثف للمحتويات والمضامين قد يثير مخاوف حول تأثيرها على مفهوم القيم لدى الأطفال.

وفي هذا السياق ستحاول دراستنا استخلاص القيم الموجودة في المضامين المصممة خصيصا للأطفال سواء كانت صريحة أو ضمنية, حيث تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة في ظل الانتشار الواسع لاستخدام يوتيوب بين الأطفال خاصة في الوطن العربي حيث أنها تسلط الضوء على موضوع ذو صلة وثيقة بحماية حقوق الطفل وضمان نموه في بيئة رقمية آمنة.

1- إشكالية الدراسة

يعد اليوتيوب اليوم إحدى الركائز الأساسية في التنشئة الاجتماعية الحديثة كونه أصبح رائداً في نقل المعرفة والقيم من محيط بيئي إلى محيط آخر وذلك لما يتمتع به من خصائص ومميزات بحيث يتيح اليوتيوب كم هائل من الفيديوهات في فضاء رقمي يحوي العديد من المواد العلمية والترفيهية اللامحدودة، الموجهة مضامينه لمختلف الشرائح الاجتماعية بما فيهم الأطفال من خلال إشباع رغباتهم بالمعلومات والأفكار والقيم .

والأطفال بطبيعتهم الفضولية والمحبة لتقليد العالم المحيط بهم والبيئة التي نشؤوا فيها فإن ما يشاهدونه قد يلعب دوراً في تشكيل إدراكهم وسلوكهم وردود أفعالهم .

ونظراً لأهمية هذه الشريحة في المجتمعات، قد فرضت مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها يوتيوب نفسها من خلال تزايد القنوات المخصصة والموجهة للأطفال التي أصبحت رافداً من روافد تربية الطفل وتنشئته اجتماعياً ونفسياً وتطوير قدراته الذهنية وغرس القيم المستهدفة التي تعتبر بمثابة مقاييس اجتماعية وأخلاقية يعتمد عليها الأفراد والجماعات في الحكم على السلوك الاجتماعي، وقد شهدت هذه القنوات إقبالا واسعا من طرف الأطفال الذين يقضون وقتاً طويلاً أمام الشاشات في مشاهدة مختلف المضامين دون انتقاء أو رقابة من طرف الأولياء، هذا يجعلهم عرضة للمحتويات غير الملائمة التي قد تؤثر سلباً على سلوكهم وقيمهم التي يريد الأولياء غرسها في أطفالهم، حتى وإن كان اليوتيوب يقدم خاصية التصفية للمحتويات بحيث يمكنه إخفاء المحتويات غير المناسبة

للأطفال , لكن هذا غير كاف, حتى أن المحتويات التي تظهر على أنها موجهة للأطفال تتضمن سلوكيات وقيم خفية. فقد أصبحت القنوات الترفيهية والتعليمية المخصصة للأطفال جزءا أساسيا من البيئة الرقمية التي يتفاعل معها الأطفال, من بين هذه القنوات تبرز قناة "shfa" كواحدة من أكثر القنوات شهرة وانتشارا, حيث تجذب ملايين المشتركين والمشاهدات بفضل محتواها المميز والموجه للأطفال, بحيث تعرض القناة فيديوهات متنوعة بين الألعاب والتحديات والأفلام القصيرة , تتمحور حول شخصية رئيسية وهي الفتاة "شفا" التي تعد من أصغر صانعي المحتوى على اليوتيوب, هذا ما أكسبها روجا كبيرا بين الأطفال في العالم العربي لتصبح بذلك أكبر قناة عربية من حيث عدد المتابعين.

ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا لتسلط الضوء على طبيعة مضامين هذه القناة ومجمل القيم التي يمكن أن يتبناها الطفل المشاهد وتحليل محتواها لتحديد الرسائل التي تسعى إلى إيصالها وبالتالي طرح التساؤل: ماهي القيم التي يروج لها المحتوى الرقمي للقناة المخصصة للأطفال " Shfa " على منصة يوتيوب؟

2- تساؤلات الدراسة

- ماهي المضامين الأكثر مشاهدة من قبل الأطفال على قناة Shfa عبر منصة يوتيوب؟
- ماهي أبرز خصائص مضامين قناة shfa؟
- ماهي أبرز القيم المروج لها داخل قناة shfa ؟
- ما هي أساليب وتقنيات عرض القيم في محتويات قناة Shfa ؟

▪ هل يمكن أن تؤثر مضامين قناة تؤثر سلبا على الأطفال؟

3- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تتناول تحليل وتقييم المحتوى الرقمي الموجه للأطفال عبر يوتيوب من منظور القيم التربوية, تمثلت الأهداف فيما يلي:

- الوصف النوعي والكمي والتعرف على طبيعة ونوعية المضامين التي يتعرض لها الأطفال بشكل مستمر عبر منصة يوتيوب.
- التعرف على الجهات الفاعلة والقائمة على هذه القنوات على منصة يوتيوب والأهداف من تلك المضامين.
- تنمية الوعي الثقافي للأولياء بضرورة مراقبة المضامين التي يتابعها الأطفال.
- التعرف على القيم التربوية المعروضة في المضامين الموجهة للأطفال وتصنيفها
- تقييم مدى توافق المحتوى الرقمي المقدم مع المبادئ التربوية السليمة.

4- أهمية الدراسة:

- تهتم الدراسة بأكثر فئة حساسة في المجتمع وهي فئة الأطفال حيث يقاس صلاح المجتمع مستقبلا بصلاح الأطفال في الوقت الحالي.
- تقاطع كل من علم الاجتماع وعلم النفس وعلوم الإعلام والاتصال -السمعي البصري- في هذا الموضوع وإبراز التكامل بين هذه العلوم في معالجة مثل هذه الظواهر.

- تؤكد على أهمية الرقابة وتقنين المحتوى الذي يصل إلى أطفالنا خاصة في الوطن العربي والجزائر بما يتماشى مع معايير المجتمع.
- تسلط الضوء على أبرز القيم الموجودة في المضامين الموجهة لمجتمعاتنا العربية والإسلامية وفك الرسائل المشفرة داخل هذه المضامين .
- تعتبر هذه الدراسة حافز ومنطلق لمزيد الأبحاث التي تعنى بغربة وتصفية كل ما هو محتوى رقمي قبل مشاهدته من قبل الأطفال على وجه الخصوص.

5- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

الأسباب الذاتية:

- الرغبة والميول لدراسة المواضيع المتعلقة بالطفل باعتباره النواة الأولى للمجتمع والوعي بأهمية التنشئة السليمة له.
- ملاحظة كثرة استخدام الأطفال لمنصة يوتيوب وآثاره في الوسط المعاش.
- الاهتمام بالتكنولوجيات ومخلفاتها السلبية خاصة على الأطفال.
- ملاحظة إعراض الأطفال عن الألعاب التقليدية والأنشطة البدنية والميل نحو الشاشات الإلكترونية المليئة بالألوان الجذابة.

الأسباب الموضوعية:

- جدية الموضوع مع الاستخدام اللامحدود لمنصة يوتيوب من قبل الأطفال.
- تنوع المحتويات الملفتة والمستهدفة للأطفال بشكل مباشر بغية أهداف معينة.
- الحاجة لتفعيل دور الأسرة والأولياء في توجيه الطفل من خلال مراقبة المضامين التي يتعرض لها على منصة يوتيوب.

6- تحديد مفاهيم الدراسة

1-المحتوى الرقمي:

لغة: هو أي محتوى تم إعداده في صيغة رقمية تسمح بتداوله واستعماله من خلال شبكة الانترنت, ويطلق عليه أيضا المحتوى الالكتروني.

اصطلاحا: أي معلومات رقمية مصممة ليتم استعراضها عبر الانترنت كالنص والصوت والصورة ومقاطع الفيديو. وتزداد أهمية المحتوى وعائداته مع ازدياد المستخدمين للانترنت وتقاس الفائدة بعدد المستخدمين المتكلمين للغة المحتوى المعني, وتوجد مؤشرات لقياس المحتوى الرقمي في لغة من اللغات على سبيل المثال مدى الإقبال من المستخدمين على هذه المواقع ووجود محركات بحث وأدلة وكذلك عوائد الدعاية والإعلان.¹

¹ مصطفى الأعصر, المحتوى الرقمي الغربي vs المحتوى الرقمي العربي, مركز هوردو للدعم التعبير الرقمي, مصر, 2006, ص6

إجرائياً: مجمل الفيديوهات والصور والنصوص المعروضة على منصة يوتيوب حيث تقدم قناة shfa ما ينتجه ويؤلفه القائمين على القناة بصفة شخصية دون أن يكون لمنظمة أو جهة معينة سلطة على المواد المنشورة.

2-القيم:

لغة: بمعنى تقوم الشيء تعدل واستوى وتبينت قيمته, استقام الشيء :اعتدل واستوى يقول الله تعالى في سورة البينة : " وذلك دين القيمة" (الآية 5) أي الدين المستقيم دين الفطرة السليمة . ومن أسماء الله الحسنى القيوم: أي القائم الحافظ لكل شيء.

اصطلاحاً: يرى باريسونز أن القيم عنصر من عناصر الثقافة, يعتمد عليها كميّار للاختيار بين ما هو أفضل وما هو سيئ من الأفعال.

هي مجموعة الأفكار المعيارية المتصلة بمضامين واقعية يشترطها الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة, ويشترط أن تتال قبولاً من جماعة اجتماعية.¹

إجرائياً: مجموعة من المبادئ والمعايير والأفكار الباطنية التي لدى الأفراد تدريجياً وتترسخ لديهم من خلال التعرض لمضامين قناة shfa .

3-منصة يوتيوب:

أ- **لغة:** كلمة Youtube كلمة انجليزية مركبة من كلمتين You وtube و تعني لغة "لك قناة أو "أنت على القناة". في الولايات المتحدة الأمريكية تستخدم كلمة tube للدلالة على التلفزيون إذ يقول الأمريكي "أشعل القناة" وليس "أشعل التلفزيون". وأضاف

¹ خليل عبد الرحمان المعاينة, علم النفس الاجتماعي, ط2, دار الفكر, الأردن, 2007, ص179.

مؤسسو الموقع كلمة YOU التي تعني أنت ليصبح المعنى "أنت على القناة" وهي دلالة أن كل شخص فينا بإمكانه أن يكون تلفزيونيا ويبت مقاطع مصورة.

ب- اصطلاحا: اليوتيوب موقع لمقاطع الفيديو يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو, وهناك أعداد كبيرة والملايين من المشتركين فيه, وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي م تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها, ويعتبر من أهم أدوات الإعلام الرقمي الجديد.¹

يقوم موقع يوتيوب على فكرة مبدئية هي بث لنفسك و يوضع هذا الشعار في صفحته الأولى حيث يعتبر أهم مكان في شبكة الأنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني. ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات تلفزيونية وأفلام غنائية مصورة ومدونات الفيديو اليومية²

ج- إجرائيا: اليوتيوب في دراستنا متمثل في قناة باسم shfa لديها شعبية كبيرة بين أطفال العالم العربي, تبت مقاطع فيديو متنوعة لجمهور الأطفال بغرض التسلية والإفادة

4- الأطفال:

لغة: طفل والجمع أطفال, والطفل هو المولود إلى حين البلوغ, ويقال غلام أي طفل, وجارية أي طفلة.³

¹ علي كنعان: الإعلام الإلكتروني: د ط, دار الأيام للنشر والتوزيع, عمان, 2015, ص148-149.

² عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات, دار الشروق للنشر والتوزيع, الأردن, 2008, ص216.

³ فؤاد افرام البستاني, قاموس عربي للطلاب, دار المشرق للنشر والتوزيع, بيروت, 1995, ص443.

اصطلاحاً: الطفل الصغير هو الذي لم يصل إلى سن البلوغ، وتمتد مرحلة طفولته من المهد إلى قدرته على المشي، ثم تتطور إلى الطفولة المبكرة، المتوسطة، فالمتأخرة حتى يصبح مستعداً للتكيف مع البيئة المحيطة به¹

فالطفل يعني الشخص الذي لم يصل سن المسؤولية الاقتصادية والفكرية والجنسية والجنائية الكاملة، ويرتبط الطفل أساساً باللعب والتنشئة²

إجرائياً: هي الفئة العمرية التي تمتد من عمر سنتين إلى عشر سنوات، ومستخدم لليوتيوب و متابع لقناة Shfa ومتفاعل معها.

5- قناة Shfa:

أكبر قناة في الوطن العربي على يوتيوب من حيث عدد المتابعين بقيمة 42,5 مليون متابع، تحصد ملايين المشاهدات يومياً.

قناة لفتاة تدعى شفا تقوم بنشر مقاطع فيديو عبارة عن تحديات، فلوغات، ألعاب وتمثيلات حول مواضيع مختلفة واقعية وخيالية.

تنشط القناة منذ حوالي 8 سنوات تعتمد فيها على لهجتها الأم، اللهجة الإماراتية، بالاستعانة بأشخاص يمثلون معها مثل أخيها وصديقاتها. الفيديو الذي حصل أكبر نسبة مشاهدة على القناة منذ 3 سنوات، وصلت المشاهدات فيه إلى 207 مليون بعنوان "شفا فتحت محل".

¹ علي عبد الرحيم صالح، المعجم العربي لتحديد المصطلحات النفسية، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص213.
² جوردن مارشال، موسوعة علم الاجتماع، المجلد الثاني، ترجمه محمد الجوهري وآخرون، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، مصر، 2000، ص915.

7- المقاربة النظرية:

وجب على أي باحث الإمام بمداخل متعددة لها علاقة مباشرة بموضوع دراسته, وبذلك عليه أن يتمكن جيدا من تحديد المداخل النظرية المناسبة للدراسة التحليلية.

النظرية الأولى: نظرية الحتمية القيمية

انطلاقا من طبيعة موضوع الدراسة وأهدافه اخترنا نظرية الحتمية القيمية التي رأينا أنها الأنسب للبحث عن القيم التي تحاول قناة شفا الترويج لها على منصة يوتيوب .

من خلال تسميتها بالحتمية القيمية يتجلى أن نظرية عبد الرحمان عزي تقوم إجمالا على أصلين هما "الحتمية" و "القيمية" هما نظيرا الأصلين اللذين تقوم عليهما نظرية "الحتمية التكنولوجية" لماكلوهان , حيث تتفق النظريتان (اتفاق التطابق) في الأصل الأول "الحتمية" بينما تختلفان في الأصل الثاني, إذ القيمي في الأول بحكم ارتباطه بالرسالة المعنوية يقابله التكنولوجي في الثانية بحكم ارتباطه بالوسيلة المادية.¹

يراد بالحتمية اعتبار جانب واحد من الظاهرة أنه المحرك الأساس لها, أما باقي الجوانب فهي محركات مكملة له, ما يؤهله ليكون الجانب الرئيس في فهم الظاهرة وتفسيرها.²

يرى عزي عبد الرحمان أن الرسالة أساس عملية الاتصال بالرغم من أن الوسيلة تؤثر في طبيعة الرسالة شكلا ومضمونا ,فالرسالة تمثل المرجع في ضبط العلاقة بين الثقافة

¹ خليفة العرياق, محمد برقان, قيمة القيم في الإعلام والاتصال قراءة في نظرية عبد الرحمان عزي , المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي, المجلد 09, العدد 01, جامعة عبد الحميد بن باديس, مستغانم, 2022, ص332.

² عبد الرحمان عزي, نظرية الحتمية القيمية في الإعلام, الدار المتوسطية للنشر, أريانة, تونس, 2011, ص 9 .

وتكنولوجيا الإعلام والاتصال, فالثقافة مرجعية ثابتة في التاريخ وتتجدد بالفعل والممارسة, أما الوسيلة فقد تولدت في فضاء الثقافة وسعت إلى التعبير عن بعض مظاهر هذه الأخيرة, وإذا كانت هذه التكنولوجيات قد أنتجت الثقافة الجماهيرية فإن الثقافة لم تصبح الثقافة في حد ذاتها.¹

تنطلق نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من افتراض أساسي يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد, ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم, والنقيض من ذلك يكون التأثير سلبيا كلما كانت المحتويات تناقض القيمة.²

ترتكز هذه النظرية على القيم لأن البعد عن القيم التي ارتضاها الله تعالى سبب لشقاء المجتمعات الإنسانية خاصة نحن كمسلمين نرى أن القيمة هي الأساس والموجه والمعيار لكل نشاط إنساني فإن كان السلوك أو الفعل موافق للقيمة كان محمودا وإيجابيا, وإن كان مخالفا للقيمة كان سالبا وبعيدا عن الحق وهذا هو المسعى الذي قدمه عزي عبد الرحمان عن أهمية دراسة القيم والتي عبر فيها عن نظريته الحتمية القيمية التي يدعو من خلالها إلى أهمية القيمة وقدرتها على تفسير الكثير من الظواهر الاجتماعية والأزمات المجتمعية.³

النظرية الثانية: نظرية الغرس الثقافي

¹ فضيل دليو, التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال, دار الثقافة, الأردن, 2010, ص60.
² عبد الرحمان عزي, دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز, مركز دراسات الوحدة العربية, سلسلة كتب المستقبل العربي, 28, بيروت, 2003, ص122.
³ حسان موهوبي, الإعلام والمرجعية القيمية, أعمال ندوة وطنية حول نظرية الحتمية القيمية, جامعة الأمير عبد القادر, الجزائر 20 أفريل 2009, ص27

يمكن تعريف الغرس الثقافي بأنه العملية التي تهتم باكتساب المعرفة والسلوك, من خلال الوسط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان, فالبيئة الثقافية بأدواتها, هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع, من بين هذه الأدوات هي وسائل الإعلام, التي احتلت مكانة بارزة في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها¹

تقع هذه النظرية ضمن النظريات التي تحدثت عن التأثير البعيد المدى الذي تقدمه وسائل الإعلام ترجع أصولها إلى العالم الأمريكي "جورج جرير" من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية الذي بحث فيه تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية، واهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة:

- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.
 - دراسة الرسائل القيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
 - دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي².
- تعتبر نظرية الغرس الثقافي تطبيقاً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات ، ويمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون حيث يتعرض المشاهد التلفزيونيون دون وعي

¹ An Action in Theories Communcation- Wood,J.T.(2000) .Introduction,2nd edition,Belmont :Wadsworth,a division of Thomson Learning p160.

² حسن عماد مكاوي,السيد ليلي حسن,الاتصال ونظرياته المعاصرة, الدار المصرية اللبنانية, القاهرة, 1998, ص299.

إلى حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكن جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات، ولذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي، وترى هذه النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي يؤكد الصور النمطية ووجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية، وأن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها وفي محتواها الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة، والتأثير في هذا المجال ليس تأثيرا مباشرا حيث يقوم أولا على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية حيث يمكن النظر إليها على أنها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين¹.

يقوم الفرض الأساسي لها على فكرة أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية ويشار إليهم بكثيفي المشاهدة يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة ويشار إليهم بقليلي المشاهدة، ذلك أن كثيفي المشاهدة

¹ لمياء طالة , الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي, ط , دار أسامة للنشر والتوزيع,الأردن, 2014, 138.

سيكون لهم قدرة أكبر على إدراك الواقع المعاش بطريقة متسقة مع الصور الذهنية التي ينقلها التلفزيون¹.

تعتمد النظرية على متغيرين أساسيين المتغير المستقل المتمثل في عادات ونمط المشاهدة (كثيف، قليل) والمتغير التابع في المعتقدات والآراء والاتجاهات والقيم الثقافية. يعمل الغرس التلفزيوني على تغيير بعض المعتقدات عند البعض والإبقاء على هذه المعتقدات لدى آخرين بسبب التعرض التراكمي للتلفزيون، وتقوم نظرية الغرس الثقافي على خمسة فروض أساسية:

- أن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتماداً على مصادر غير شخصية للخبرة، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي تعادل تكون الوعي المشترك أصبحت منتجا تقدمه وسائل الإعلام.

- أن التلفزيون يختلف عن أية وسيلة أخرى وأنه مقارنة بهذه الوسائل الأخرى ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، وأن الناس والأطفال بالخصوص يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واع.

- يدور حول التعرض التراكمي للتلفزيون، حيث أن خلق وجهات نظر وغرس معتقدات لدى الناس والأطفال يرجع إلى التعرض التراكمي الثابت والمتكرر للعالم التلفزيوني.

¹ حسن عماد مكاوي، السيد ليلي حسن، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 300.

- يرتبط بتمائل وسائل التلفزيون حيث يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل الموحدة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد معه المشاهدون الأطفال أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يصورها التلفزيون.

- يؤكد وجود ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي، بحيث تتشابه إدراك كثيفي المشاهدين.¹

8- المنهجية المتبعة:

يعتبر أهم خطوات البحث العلمي والتي تساعد الباحث في دراسة موضوعه في القلب الصحيح . ويعرف المنهج بكونه : "جملة من الخطوات التي يتبعها الباحث في إطار الالتزام بتطبيق قواد معينة تمكنه من الوصول إلى نتيجة".²

1-المنهج:

تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي " تتضمن جمع الحقائق والبيانات الكمية عن الظاهرة المدروسة , ومحاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً, فالمنهج الوصفي أساساً لا يقتصر على جمع البيانات والحقائق , من خلال تصنيفها, وتبويبها, إضافة إلى تحليلها التحليل الكافي الدقيق , بل يتضمن أيضاً قدرات من التفسير لاستنتاجات ذات دلالة عن الظاهرة المدروسة " .³

1 سمير طه, دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية, رسالة ماجستير, كلية الإعلام, جامعة القاهرة, 2005, ص7.

2 أحمد مصطفى عمر السيد, البحث العلمي إجراءاته , ومناهجه, مكتبة الفلاح, القاهرة مصر , 2002, ص 166.

3 فاطمة عوض صابر, ميرفت علي خفاجة , أسس ومبادئ البحث العلمي, مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية , الإسكندرية, 2006, ص 87.

تعريف المنهج لغة: هو النهج أو الطريق الواضح، والمنهاج هو وسيلة محددة توصل

إلى غاية معينة.¹

اصطلاحاً: ترجمة للكلمة الأجنبية Methode ويعني الطريقة أو الأسلوب أو الكيفية

التي يصل بها الباحث إلى نتيجة معينة. أيضاً هو مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة

المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة.

إن اختيار منهج البحث في أي دراسة لا يأتي صدفة أو حدس الباحث بل موضوع

الدراسة والأهداف المرجوة منها هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب للدراسة. ولهذا

اعتمدنا في دراستنا على "المنهج الوصفي التحليلي".

يعرف المنهج الوصفي التحليلي على أنه وصف لحالة تتعلق بظاهرة طبيعية أو

مجتمعية خلال فترة زمنية محددة لمعرفة أسبابها ونتائجها ومن ثم تعميمها على الحالات

المشابهة.²

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث

ومحاولة تحليل الوقائع التي تدور عليه تلك الأحداث قصد الوصول إلى استنتاجات، المنهج

الوصفي التحليلي هو الأكثر ملاءمة في موضوع دراستنا المحتوى الرقمي الموجه للأطفال

عبر منصة يوتيوب قناة شفا نموذجاً وذلك لسهولة تطبيقه في مثل هذه الدراسات كما أنه

¹ معجم المعاني، متوفر على الموقع <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%AC/> تم الإطلاع عليه يوم 20 أبريل 2024 على الساعة 11.

² عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي، ط3، دار المناهج للنشر، عمان، 2008، ص 19.

يوفر لنا بيانات مفصلة عن الواقع الفعلي لموضوع الدراسة ويعمل على تقديم تفسير للمفاهيم, كما يهتم بوصفها وصفا دقيقا يعبر عنها كميا ويحللها كيفيا , فالغاية من اعتمادنا على هذا المنهج هو الكشف عن القيم التي تروج لها قناة شفا ومحاولة غرسها في الأطفال الذين يتابعونها.

2- أدوات جمع المعلومات:

إن قيمة البحث تظهر في مدى قدرة الباحث على الحصول على المعلومات اللازمة لبحثه والمرتبطة بأهدافه العامة, وبالتالي يجب على الباحث الاستعانة بمجموعة من الأدوات المنهجية تفرضها طبيعة الموضوع وخصوصية الأسئلة المطروحة, ولهذا استخدمنا في دراستنا الأدوات التالية:

أ- الملاحظة البسيطة:

ويعني ملاحظة الظواهر كما تحدث تلقائيا في ظروفها الطبيعية دون إخضاعها للضبط العلمي, وبدون استخدام أدوات دقيقة للقياس للتأكد من دقة الملاحظة وموضوعيتها. وتستخدم الملاحظة في البحوث الوصفية لجمع البيانات الأولية للسلوك الظاهر المعن لشخص أو مجموعة من الناس في بيئة معينة وتحت ظروف معينة , وقد وظفت الملاحظة في هذه الدراسة في ملاحظة الجداول المستخرجة من استمارة التحليل.¹

ب- استمارة تحليل المضمون:

¹ فاطمة عوض صابر, ميرفت علي خفاجة, أسس ومبادئ البحث العلمي, مرجع سابق, ص144.

اعتمدت دراستنا على استمارة تحليل المضمون و هذا راجع لطبيعة بحثنا الذي يبحث عن القيم الموجودة في المحتويات المخصصة للأطفال و تحديدا قناة Shfa و جمع البيانات اللازمة عن كل ما تنشره هذه القناة من محتويات.

ارتبطت نشأة تحليل المضمون كأداة علمية وأسلوب منهجي في التحليل بدراسات الإعلامية حيث ظهرت الوسائل والأدوات التي تستخدم في الحصول على البيانات, ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث الواحد لتجنب عيوب إحداها, ولدراسة الظاهرة من كافة جوانبها¹ وقد اعتمدنا على الملاحظة كأداة ثانوية , حيث يتوجب علينا للقيام بهذه الدراسة اختيار جميع الأدوات المنهجية المناسبة التي تخدم الهدف.

عرفه موريس أنجرس Maurice Angers بأنه تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية بصرية صادرة من أفراد أو مجموعة والتي يظهر محتواها في شكل مرقم.² كما يعرفه أيضا بيرلسون berlson : أنه "أحد أساليب البحث العلمي, يهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمواد الاتصال"³

وللمساعدة على التحليل استخدمنا استمارة تحليل المحتوى, التي تم تصميمها من أجل مساعدتنا للإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال تحديد أبرز فئات الشكل وفئات مضمون ولقد عرضت الاستمارة على أساتذة علوم إعلام واتصال من المدرسة الوطنية العليا

¹ محمد شفيق, البحث العلمي, الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية, المكتب الجامعي الحديث, الاسكندرية, 1996, ص112.

² Mourice Angers , Initiation à la méthodologie des sciences humaines, Alger :

³ Grawitz Madeline : Methods des science sociaux, 8émé édition, France,1990,p969.

للصحافة وعلوم الإعلام من أجل تحكيمها هم : الأستاذة غديري كريمة, الأستاذة سعدون نسرين, الأستاذة طايبي فاطمة الزهراء, وقد تم إجراء تعديلات عليها مع اتخاذ ملاحظات الأساتذة بعين الاعتبار.

• استمارة تحليل المضمون:

➤ فئات الشكل: بالإجابة عن السؤال كيف قيل؟

هي الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون وعادة ما تكون تجيب على السؤال

كيف قيل: ¹

فئة المدة الزمنية: تم فيها تعداد المدة الزمنية للعينة

فئة اللغة المستخدمة: من خلال الفئات الفرعية التالية: اللغة العربية الفصحى, اللغة

الإنجليزية, مزيج بين اللهجة الإماراتية واللغة الإنجليزية

فئة العناوين المستخدمة: تضمنت عناوين إخبارية, عناوين استفهامية, وعناوين تعجبية.

فئة مكان التصوير: شملت العناصر التالية: داخل المنزل, غرفة واحدة, حديقة المنزل,

السيارة, المركز التجاري, صالون التجميل, المقهى, الشارع.

¹ محمد الفاتح حمدي, منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال دروس نظرية وتطبيقية, دار أسامة, الأردن, 2017, ص58.

فئة الموسيقى: تمثلت في موسيقى حماسية, موسيقى درامية وحزينة, موسيقى تحدي

المؤثرات الصوتية: تمثلت في: أصوات أكل, أصوات ضحك, صوت صدمة, صوت تعجب,
صوت فرح, صوت فشل, وأخرى.

فئة لقطات الكاميرا: تمثلت في: لقطة عامة, لقطة متوسطة, لقطة قريبة, لقطة قريبة جدا.

• فئات المضمون (ماذا قيل):

فئة المواضيع: وهي الفئة التي تعنى بطبيعة المواضيع التي تم التطرق إليها في العينة والتي

يمكن إجمالها في : تسليط الضوء على الظواهر السلبية في المجتمع, تعزيز القيم المادية

والمظاهر, تعزيز عادات غذائية غير صحية, المساهمة في العطاء والعمل الخيري, تفعيل

مهارات الطفل وقدراته, الترويج لسلوكيات متهورة وغير مسؤولة .

فئة طبيعة الفيديوهات محل الدراسة: وتم تصنيفها إلى : فلق, تمثيلية, فيلم قصير, تحدي,

ألعاب ومقالب.

فئة القائم بالاتصال: تم تصنيف الفئة إلى: قائم بالاتصال فردي, قائم بالاتصال رئيسي مع

آخر ثانوي, مجموعة من القائمين بالاتصال.

فئة الأساليب الإقناعية: الاستمالات العاطفية, إقناعية منطقية

فئة التفاعل: التي تدرس عدد المشاهدات وعدد الإعجابات

فئة الأهداف: تم تصنيفها إلى : توعوي, ترفيهي, إعلاني.

فئة القيم: وتم تصنيفها إلى قيم إيجابية وقيم سلبية.

9- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ- مجتمع البحث:

يعتبر مجتمع البحث من أهم العناصر التي يتعامل معها الباحث, كونها تمثل جميع المفردات, أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها, وقد تكون أعدادا كما في حالة تحليل مضمون وسائل الإعلام, كما قد تكون برامج إذاعية أو نشرات إخبارية, ويدخل في إطار تحديد المجتمع أسلوب جمع البيانات من مفردات ذلك المجتمع"¹

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث, وهي تتطلب دقة غالبية. فيمكن تعريف مجتمع البحث بأنه: "جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها , وقد يكون مجموعة من البشر إذا كان موضوع البحث دراسته حجم الأسرة وقد يكون المجتمع مجموعة أعداد جريدة صادرة في فترة زمنية معينة أو أعداد من أفلام إذا كانت الدراسة تستهدف تحليل محتوى المادة الإعلامية"².

وفي هذه الدراسة تمثل مجتمع البحث في مجموع مقاطع الفيديو على مستوى قناة shfa على منصة يوتيوب, والتي تم إنتاجها وعرضها منذ سنوات عديدة, ومع ذلك لا يمكن حصر عددها الفعلي نظرا لعدم الانتظام في نشر إنتاج الفيديوهات , فقد ارتبطت فيديوهات القناة

¹ محمد منير حجاب, الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية, دار الفجر للنشر والتوزيع, القاهرة, 2000, ص29.

² عاطف عدلي العبد , استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام, ط1, دار الفكر, القاهرة, 2003 , ص27.

ببعض القضايا في المجتمع العربي عن طريق تمثيلات وأفلام قصيرة, وتحديات تتعلق بالأكل والألعاب, لذا نلمس تكرار لبعض المواضيع .

ب- عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها الجزء الذي يمثل مجتمع الدراسة الجاري العمل عليه وقد اقتضت الدراسة إلى اللجوء إلى أسلوب العينة القصدية التي عرفت بكونها " العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث, نظرا لتوفر خصائص معينة في هذه العينة دون غيرها من العينات الأخرى"¹

تتمثل عينة دراسة موضوعنا في مجموعة فيديوهات على قناة Shfa تختلف مدتها وطبيعة مواضيعها في الفترة الممتدة من سنة 2020 إلى سنة 2024 وهي عينة قصدية تم اختيارها لأسباب منها:

➤ من حيث عدد المشاهدات:

- قناة شفا هي أكبر قناة في الوطن العربي موجهة للأطفال, تحصد ملايين المشاهدات يوميا ولا تزال الفيديوهات التي مر عليها أكثر من أربع سنوات تزداد نسب مشاهدتها حتى الآن, وتظهر على قائمة مقترحات الفيديوهات.

➤ من حيث طبيعة المواضيع:

- تحتوي القناة على فيديوهات متنوعة وقد تم اختيار العينة على أساس فيديو واحد من كل نوع, مثلا فيديو واحد من بين التمثيليات وفيديو للمقالب وما إلى ذلك.

¹ منال هلال مزاهرة, بحوث الإعلام الأسس والمبادئ , ط1, دار كنوز المعرفة, عمان 2010, ص280.

- فترة 2020 تحديدا هي أكثر فترة كثر فيها نشاط القناة وتعددت المواضيع التي لاقت

| الوحدة | تاريخ العرض | المدة الزمنية | الموضوع | نسبة المشاهدة |
|--------|-------------|---------------|---------|---------------|
|--------|-------------|---------------|---------|---------------|

إقبالا واسعا من طرف المشاهدين. أما بالنسبة لفترة 2024 تمكننا من تقييم المضامين

وطريقة معالجتها ومقارنتها بالمضامين السابقة.

| | | | | |
|-----------|---|-------|----------------|----|
| 16 مليون | أغرب غمضة في البيت ! اختبؤا في أماكن غريبة! شفا | 10:45 | 12 جوان 2023 | 01 |
| 9,8 مليون | فيلم زوجة الأب الشريرة ! | 8:03 | 1 جانفي 2024 | 02 |
| 11 مليون | فيلم انتقام الخدامة! شفا | 10:18 | 24 نوفمبر 2023 | 03 |
| 10 مليون | تحدي الأكل بدقيقة واحدة! شفا ضد عبود! شو صار مع شفا؟ | 9:38 | 26 فيفري 2022 | 04 |
| 15 مليون | تحدي 100 طبقة من الطعام!! شفا وعبود تجننوا | 11:58 | 14 جويلية 2022 | 05 |
| 7,9 مليون | لما يزوروك بنات عمك المفجوعين!! | 3:49 | 12 ديسمبر 2020 | 06 |
| 14 مليون | شفا أول مرة تصبغ شعرها First time dying hair | 8:35 | 15 جوان 2021 | 07 |
| 21 مليون | شفا تحولت من عمر 9 سنوات إلى 18 سنة Shfa's transformation to look Older | 8:06 | 27 ديسمبر 2020 | 08 |
| 13 مليون | يوم كامل نعمل أعمال الخير نفرح الناس شفا وزعت هدايا على الأطفال | 8:07 | 10 ديسمبر 2021 | 09 |
| 28 مليون | مقلب طيحت أيفون أختي الكبيرة! بكت | 8:32 | 17 نوفمبر 2020 | 10 |

10- الدراسات السابقة

على أي باحث الاطلاع على البحوث السابقة التي لها علاقة مع موضوع بحثه لتتضح له الرؤية ويحصل على أكبر قدر من الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة والعمل بالتوصيات المقترحة.

✓ الدراسة الأولى : مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على القيم الأخلاقية لطفل ما قبل الدراسة دراسة تحليلية لمحتوى اليوتيوب المقدم للأطفال .

أجرى هذه الدراسة شمس الهدى بن ميلود، لعلاوي خالد سنة 2019 في مجلة العلوم الإنسانية , سعت للتعرف على القيم الأخلاقية التي تتضمنها برامج الأطفال في اليوتيوب وأثرها على أطفال ما قبل سن المدرسة، كذلك تهدف هذه الدراسة إلى دراسة التطابق و الاختلاف بين القيم الأخلاقية المتضمنة في موقع اليوتيوب من خلال برامج الأطفال "ألسا وسبيدرمان والقيمة العربية، كما تهتم بدراسة مدى توافق القيم الأخلاقية المتضمنة في موقع اليوتيوب من خلال برامج الأطفال ألسا وسبيدرمان مع سن الأطفال الوجهة إليهم.

اعتمدت الدراسة لتحقيق تلك الأهداف على منهج تحليل المحتوى، وذلك للحصول على النتائج المطلوبة فهو طريقة منظمة وكل مراحلها تتم طبقا لقواعد واضحة ومتسقة مع بعضها البعض وثابتة.

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المحتوى و تصميم استمارة تحليل مضمون برامج

اليوتيوب "إلسا

و سبيدرمان "بغرض الدراسة التحليلية والتعرف على القيم الأخلاقية ونقائضها التي تتضمنها
القناة،

وقسمت الاستمارة على قسمين:

أولاً: الشكل :تجيب عن السؤال كيف قيل؟ وهي تلك الفئات التي تصف شكل مضمون
الدراسة.

ثانياً: المضمون تجيب عن التساؤل ماذا قيل؟

تمثل مجتمع الدراسة في مجموع ما بث من حلقات من برامج اليوتيوب السا و سبيدرمان،
وقد تم اختيار عينة من الأفراد من عينة الدراسة وقد بلغ عدد مفردات العينة في اختيار 10
حلقات بطريقة مباشرة لتسهيل عملية التحليل، وتمثلت في 10 ساعات قسمت على 408
مشهد تم تطبيق الاستمارة عليها. خلصت الدراسة إلى أن برنامج اليوتيوب السا و سبيدرمان،
تضمن نقائض القيم وبنسبة عالية، فيؤثر هذا على أخلاق الأطفال وينعكس في سلوكهم
وهي القسوة، الانتقام، الغضب، وسوء المعاملة.

توصلت الدراسة إلى أن القيم التي يقدمها برنامج اليوتيوب إلسا و سبيدرمان، لا تتلاءم وقيم
المنطقة العربية..¹ وأن استخدام الأطفال لمنصة يوتيوب يشكل خطراً على قيمهم الأخلاقية.

¹ شمس الهدى بن ميلود، لعلاوي خالد، مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على القيم الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة، دراسة تحليلية لمحتوى
اليوتيوب المقدم للأطفال، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 30، العدد 5، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائر، ديسمبر 2019.

الدراسة الثانية: القيم في برامج قناة 3 mbc الموجهة للأطفال , من إعداد أ. وحيدة بوفدح بديسي (مجلة المعيار , جوان 2017, جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية , قسنطينة).

هدفت الدراسة إلى الإجابة عن الإشكال التالي: ماهي القيم الرئيسية التي تعكسها برامج قناة mbc3 ؟

مستخدمة منهج تحليل المحتوى لعينة من برامج عرضت على قناة mbc3 خلال دورة تلفزيونية كاملة

توصلت الباحثة من خلال تحليلها إلى مجموعة من النتائج التي تجيب على أسئلة البحث أبرزها:

- تنوع في البرامج المعروضة بما فيها الرسوم المتحركة كونها تعد من أحب البرامج لدى الأطفال

- تنوع القيم التي تعكسها القناة ما بين إيجابية وسلبية وتغوق القيم السلبية مثل العنف والتخريب والتدمير والإيمان بالقوى الخارقة, حيث وصفت الباحثة أغلب البرامج بأنها تتسم بتقديم مضمون عنيف خاصة ذات الإنتاج الياباني

- تفوق البرامج المستوردة على رأسها البرامج ذات الإنتاج الأمريكي وهذا ما ينعكس على نوع القيم المقدمة في هذه البرامج, وهذا ما جعل الباحثة تؤكد على ارتباط الإنتاج المستورد دائما بقيم المجتمعات المنتجة له.¹

**La publicité dans les vidéos You Tube de :الدراسة الثالثة:
kidfluencers :étude de cas ,Aline Burki, juin 2019, site Romand
de l'éducation aux Médias , Conférence inter cantonale de
l'instruction publique de la Suisse Romande et du Tessin**

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على صناع محتوى اليوتيوب الأطفال الذين يحظون بشعبية كبيرة ونسب مشاهدات عالية وكيفية استغلال ذلك لعمل إعلانات لمواد و سلع تجارية , عن طريق تحليل لعينة من فيديوهات لهؤلاء الأطفال الفئة المستهدفة كانت من عمر 8 إلى 12 سنة .

توصلت إلى مجموعة نتائج كصعوبة التفريق بين تقديم الرأي في تلك السلع المعروضة وبين أنها إشهار ربحي من أجل المال فقط.
استغلال الأطفال كواجهة للتأثير على فئة عمرية من نفس سن صانع المحتوى الطفل للتأثير عليه أكثر.

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في نقطة صناع المحتوى الأطفال قناة shfa تتمحور حول شخصية رئيسية هي الطفلة التي لا تتعدى 12 سنة ولديها ثقل كبير على منصة

¹ أ . وحيدة بوفدح بديسي, القيم في برامج قناة mbc3 الموجهة للأطفال, مجلة المعيار , العدد42, جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية , قسنطينة, 2017.

يوتيوب وقاعدة جماهيرية واسعة وبالتالي تعتبر مؤثرة على مواقع التواصل الاجتماعي " يوتيوب" .

The values Associated with Toys in Youtube : الدراسة الرابعة: channel contents : case study, Ana Visiers, Paula Neira-placer

ركزت الدراسة على تحليل المحتوى الكمي والنوعي الذي تم إجراؤه على عينة من منشورات قناة " فلاد ونيكي" على اليوتيوب باللغة الإسبانية , بهدف دراسة مدى وجود الألعاب التي تحمل العلامات التجارية والقيم المرتبطة بها عن طريق طرح التساؤلات التالية :

ماهي القيم الموجودة في مواقف اللعب على غرار المتعة ؟

كيف تؤثر القيم المرتبطة بمواقف اللعب على المحتوى العام للقناة ؟

هل يستجيب الجمهور بشكل مختلف للمحتوى الذي ترتبط به القيم؟

وقد توصلت الباحثتان إلى جملة من الاستنتاجات :

- تحكي معظم حلقات القناة قصصا عن كيفية ترفيه الشقيقين عن أنفسهم بالألعاب وبالكام يظهران جوانب من حياتهم الشخصية.
- عدم تفاعل الجمهور مع المحتوى الذي يشمل العنف.
- تفضيل الجماهير لفيدويوهات تتضمن مواقف تتعلق بالتضامن أو التعزيز من الصور النمطية بين الجنسين واعتبروه أمرا مثيرا للقلق ويجب أخذه بعين الاعتبار.¹

¹ Neira Placer, P., & Visiers, A. (2024). Los valores asociados a juguetes en los

- ✓ مكنا الإطلاع على الدراسات السابقة من ضبط متغيرات الدراسة وتحديد إطارها العام وتحديد الإشكالية مع إثراء الجانب النظري للدراسة حيث تتقاطع كل من هذه الدراسات مع دراستنا في بعض المتغيرات (الطفل, اليوتيوب, القيم ...)
- ✓ أيضا ساعدتنا في الحصول على المراجع والمصادر التي تخدم موضوع بحثنا .
- ✓ تمثلت أوجه التشابه مع الدراسات السابقة في طبيعة المتغيرات محل الدراسة مثل منصة يوتيوب والقيم داخل المضامين الموجهة للأطفال والمنهج المعتمد في الدراسات حيث اعتمدت الدراسات السابقة على تحليل المحتوى لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة.
- ✓ بينما كانت أوجه الاختلاف في فترة الدراسة والعينة المختارة للتحليل بين قنوات تلفزيونية وقنوات يوتيوب , وكذا الفئات المستعملة في استمارة التحليل كل حسب ما يخدم أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

الإطار

النظري

I. الفصل الثاني: المحتوى الرقمي في اليوتيوب

تمهيد:

أدى التطور السريع للتقنيات إلى بداية حقبة جديدة من استهلاك المحتوى الرقمي مما أدى إلى تطورات كبيرة في صناعات عدة مثل التلفزيون والكتب الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي, وقد شهد المحتوى الرقمي تطورا ملحوظا مما أحدث ثورة في تداول المعلومات الترفيه, وقد أدى هذا التطور لتغييرات في أشكال المحتوى الرقمي, بحيث أصبح أكثر سهولة في الوصول إليه وأكثر تنوعا وتفاعلية وبتت أهميته وتأثيره على كافة نواحي الحياة.

ويعد يوتيوب أحد أبرز المنصات التي يتم من خلالها إنشاء ومشاركة واستهلاك المحتوى الرقمي بحيث أصبح بديل عن التلفزيون التقليدي, نستطيع من خلاله التعرف على عادات وعلوم العالم مما يساعد على دعم المواقف والتأثير عليها وخلق الأنماط السلوكية وتعزيزها ونشرها من خلال مضامينه المتنوعة.

سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على ماهية المحتوى الرقمي, تطوره الزمني, أنواعه وخصائصه في المبحث الأول. وفي المبحث الثاني نتعرف على منصة يوتيوب وتاريخ نشأته , محتوياته وخصائصه.

I. المبحث الأول : ماهية المحتوى الرقمي

خلال السنوات القليلة الماضية تغير تفاعل الأطفال والشباب مع وسائل الإعلام والترفيه بسبب التطور السريع للتقنية وانتشار الأجهزة الرقمية المختلفة والخدمات المقدمة من خلالها. يتمتع الأطفال والشباب في عصرنا الحالي بأشكال متعددة وكميات كبيرة من المحتوى الرقمي , بما في ذلك منصات بث المحتوى المرئي والألعاب الإلكترونية والكتب الرقمية والتطبيقات والمنصات التواصل الاجتماعي وغيرها.¹

1-1 تعريف المحتوى الرقمي:

يقصد بالمحتوى الرقمي كل المحتويات الموجودة والمتاحة على شبكة الانترنت متمثلة في الكم الهائل من المعلومات التي يحتاجها الإنسان في حقول المعرفة المختلفة من العلوم الإنسانية والتطبيقية وغيرها، ومن معلومات عن الطقس وشؤون الاقتصاد والمال، والطب والصحة، والسياسية والاجتماع وغير ذلك، كل ذلك منظم في بنوك معلومات، ومواقع شركات، ومواقع جامعات، ومراكز بحوث، كما يشمل أيضا الصحف، والمجالات، والمكتبات، وبحوث المؤتمرات، وغير ذلك، والمحتوى الرقمي يوجد بلغات عدة بعدد لغات مستخدمين الانترنت في العالم غير أن ما يقرب من 68% من المحتوى الرقمي باللغاة الإنجليزية . ومجمل ما يوجد من معلومات في لغة ما بشكل رقمي هو إما يكون مخزونا خارجيا (أوف لاین) أو داخليا (أونلاين) وتزداد أهمية المحتوى وعائداته مع ازدياد

¹ تقرير عن المحتوى الرقمي للأطفال والشباب في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، مركز استشراف التقنية، وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات ، السعودية، 06ص

المستخدمين للإنترنت والحواسيب، وتقاس الفائدة بعدد المستخدمين المتكلمين للغة المحتوى المعني، وتوفير المعرفة وتحويلها إلى معلومات جعل من تكنولوجيا المعلومات، أداة هائلة في وضع المعرفة في متناول البشرية، وسهولة نقلها وانتقالها يجعلها أداة تنمية اقتصادية وثقافية وأمنية. ويعبر المحتوى عن وجود المعرفة بشكل رقمي (ديجيتال) على الحواسيب والشبكات الداخلية، والشبكات الخارجية العالمية. يشمل المحتوى مجالات متنوعة مثل النشر والأعمال والمكتبات والإدارة الحكومية والعلم والتكنولوجيا والصحة والثقافة والتراث والسياحة والتسلية ومعلومات عامة عن المنظمات الحكومية وغير الحكومية والإقليمية، وغير ذلك. وتوجد مؤشرات لقياس المحتوى في لغة من اللغات، منها على سبيل المثال، عدد الصفحات بلغة ما، وعدد المواقع، ومدى الإقبال من المستخدمين على هذه المواقع، ووجود محركات بحث، وأدلة، وكذلك عوائد الدعاية والإعلان.¹

ويقصد بالمحتوى الرقمي الشخصي: هو كل ما ينتجه ويؤلفه أفراد بصفة شخصية، دون أن يكون لمنظمة أو جهة معينة سلطة على المواد المنشورة مثل المدونات الشخصية والمنتديات والمواقع الشخصية.²

1-2 التطور الزمني للمحتوى الرقمي:

1908م: يعد عام 1908 م نقطة انطلاق أفلام الرسوم المتحركة والتي تطورت بفضل التقدم في التقنيات من الرسوم المتحركة المرسومة يدويا إلى الصور التي تم إنشاؤها

¹ مصطفى الأعصر، المحتوى الرقمي الغربي vs المحتوى الرقمي العربي، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، مصر، 2026، ص6.
² كمال بوكرزازة، غزال عبد الرزاق، المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت دراسة في الاستخدامات والاشباعات، مجلة الإعلام العلمي والتقني، العدد2، الجزائر، 2010، ص36

بواسطة الكمبيوتر, حيث أن أفلام ومسلسلات الرسوم المتحركة تعد جزءاً لا يتجزأ من سوق المحتوى الرقمي حيث تجذب المشاهدين من جميع الأعمار.

✚ 1983: جاء اختراع الأقراص المدمجة CD كخطوة رئيسية في تطور المحتوى الرقمي، حيث قدم وسيلة تخزين رقمية مبتكرة للموسيقى والمحتوى الصوتي وتم إصداره لأول مرة في اليابان عام 1983م. غيرت الأقراص المدمجة صناعة الموسيقى ووفرت وسيلة سهلة لتوزيع الموسيقى والمحتوى الصوتي للجماهير بفضل حجمها الصغير وقدرتها على تخزين كميات كبيرة من البيانات الرقمية بالمقارنة بوسائل التخزين والتوزيع التقليدية الأقدم مثل الأقراص المرنة disk floppy .

✚ 1994: تم إصدار "بلاي ستيشن PlayStation في اليابان في ديسمبر 1994م وقد أحدث نقلة نوعية في صناعة الألعاب الإلكترونية، وقد أرسى الأسس لنجاح سوني في سوق أجهزة الألعاب وجعلها من اللاعبين الرئيسيين في مجال المحتوى الرقمي للألعاب .

✚ 1996: في ديسمبر 1996م، تم إصدار أول قرص فيديو رقمي – Video Digital Disk DVD مما أتاح طريقة لتشغيل الفيديو والصوت عالي الجودة وساهم في التوزيع الواسع للأفلام والمحتوى الرقمي المرئي بأشكاله المختلفة.

✚ 2001: جاء "آي تيونز I Tunes ليشكل خطوة رئيسية في تطور المحتوى الرقمي الصوتي وهي منصة شاملة لتنزيل وتشغيل وتنظيم الموسيقى و "البودكاست". كانت

بدايته عام 2001م وبفضله أصبح بإمكان المستخدمين شراء وتحميل المحتوى الصوتي بسهولة. قدمت "آي تيونز" أيضا فرصة للفنانين وصانعي المحتوى المستقل للوصول إلى جمهور واسع عبر العالم.

2004: أسس "فيسبوك" Facebook عام 2004م وتطور ليصبح أحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي في العالم حيث يستخدمه الملايين من الأشخاص للتفاعل مع المحتوى الرقمي بمختلف أشكاله مثل الصور والفيديوهات والمقالات. أثر فيسبوك بشكل كبير في صناعة الإعلانات الرقمية والتسويق عبر الإنترنت، حيث يعتبر منصة أيضا فعالة في الوصول للجمهور المستهدف من الشركات لترويج المحتوى التجاري.

2007: يعد القارئ الإلكتروني "كيندل" Kindle نقلة هامة في تطور المحتوى الرقمي المقروء حيث قدم تجربة مبتكرة لقراءة الكتب وكانت بدايته عام 2007م. مكن "كيندل" القراء من تحميل آلاف الكتب في جهاز واحد صغير الحجم مما جعل الوصول إلى المحتوى الرقمي المقروء متاحا وبأكثر من لغة. كما قدم "كيندل" تجربة قراءة مريحة للعين حيث يستخدم تقنية الحبر الإلكتروني لإعطاء شعور واقعي شبيه بالقراءة على الورق مع إمكانية تخصيص الحجم والخطوط والإضاءة حسب تفضيلات القراء. أصبحت أجهزة "كيندل" أداة شائعة لقراءة الكتب الإلكترونية

والمجلات الرقمية مما ساهم في تغيير طرق استهلاك وتوزيع المحتوى الرقمي المقروء. يستخدم "كيندل" أيضا كأداة تعليمية مهمة لطلاب المدارس والجامعات.

تعد تقنية الواقع الافتراضي (Reality Virtual) من أحدث الابتكارات في

مجال المحتوى الرقمي، وتوفر التقنية محاكاة واقعية للمستخدمين حيث تعمل على

إنشاء بيئة افتراضية تماما تمكن المستخدمين من الاندماج مع المحتوى

الرقمي بطريقة تفاعلية. يمكن للمستخدمين بفضل الواقع الافتراضي استكشاف

عوالم جديدة وتجارب تعليمية، وتدريبية وطبية وغيرها. تطورت تقنية الواقع

الافتراضي بشكل كبير في السنوات الأخيرة مما يفتح آفاقا جديدة لإنتاج المحتوى

الرقمي في مجالات متعددة.¹

2- أنواع المحتوى الرقمي:

1- النص الرقمي: (الأدب الرقمي)

هناك عدة تعريفات للأدب الرقمي أو كما يسمى أحيانا التفاعلي أو التفاعلي الرقمي،

فالدكتور "مشتاق معن" يعرف النص التفاعلي بأنه "النص الذي يستعين بالتقنيات التي

وفرتها تكنولوجيا المعلومات وبرمجيات الحاسب الإلكتروني لصياغة هيكلته الخارجية

والداخلية، والذي لا يمكن عرضه إلا من خلال الوسائط التفاعلية كالانترنت متشكلا على

نظرية الاتصال في تحليله وعلى فكرة التشعب في بنيته أما الكاتب الرقمي فيعرفه السيد

نجم قائلا "هو الممارس لفعل الكتابة وقد لا تعني الكاتب بالمعنى الأدبي المتعارف عليه،

¹ تقرير عن المحتوى الرقمي للأطفال والشباب في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، مركز استشراف التقنية، مرجع تم ذكره، ص 9-10.

وتميل أكثر إلى معنى الممارس للعمليات الرقمية المتعددة، فالوعي بخصائص التكنولوجيا وممارستها، هو مسألة أساسية لكل من الكاتب والمتلقي، بل أنها ترتقي إلى لغة موازية يتعين إتقانها لكل منهما من أجل التواصل بنجاح.¹

2- الصورة الرقمية:

هي ملف إلكتروني يتألف من عناصر مربعة الشكل، ويطلق عليها اسم بكسل-أو النقاط الضوئية- يتم عرضها على شاشة الحاسوب، فالصورة تظهر على الشاشة عن مصفوفة ثنائية الأبعاد من آلاف أو ملايين النقاط أو المربعات، كل منها يعرض في مكان خاص وحجم ولون.

وهي تمثيل الصور من خلال تخزينها بشكل رقمي إلى مكان التعديل عليها أو عرضها أو نشرها، وهي مثل أي ملف بيانات على الكمبيوتر يتكون من مجموعة من الأكواد (الصفحة والواحد) ويقوم الكمبيوتر بمعالجة هذه الأرقام وتقديمها في شكل مرئي للعين كي تراها وتذكرها.²

3- الفيديو الرقمي:

في الفيديو الرقمي تسجل معلومات الصورة والصوت على الشريط رقمياً، ويتميز الشريط بالطبقة المضاعفة الموجودة عليه من بخار المعدن، فتعالج هنا جميع المعلومات عن طريق تحليلها على القيمتين "0" و "1" إذ يمكن تخزين المعلومات المتشكلة من هذين

¹ السيد سباعي، الدراما الرقمية والمسرح الرقمي، الهيئة العربية للمسرح، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2018، ص35-36.
² وسام أحمد، الوسائط المتعددة في الصحافة تصميمها وإنتاجها، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص89.

الرقمين كعملية حسابية بشكل أسرع وأوضح وإذ احتجنا ثانية إلى المعلومات في شكلها الأصلي كصور، فإن علينا فك ترميزها وتحويلها إلى النمط التمثيلي¹.

3- أهمية المحتوى الرقمي:

مع التوجه العالمي نحو الاقتصاد المعرفي أصبح المحتوى الرقمي يلعب دوراً محورياً في العملية التنموية في مختلف الميادين وبعد أن تم التركيز على تطوير البنية الأساسية من أجل بناء مجتمع المعلومات ظهرت أهمية المحتوى الرقمي وتأثيره على كافة نواحي الحياة الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية.²

هنالك حزمة من الموجهات في سبيل صناعة محتوى رقمي هادف سواء كان مقروءاً أو مسموعاً أو مرئياً منها على سبيل المثال وجود الدافع إلى إنشاء المحتوى وضرورة فهم مهارات تقديم المحتوى واستخدام البرامج والوسائل الخاصة بإبراز المحتوى، كذلك الاهتمام بجودة عناصر الصورة والصوت والإضاءة لتوصيل الرسالة بصورة مثلى، وذلك عبر مراحل عدة أهمها تحديد الهدف من المحتوى والجهة المستهدفة به ونوع المحتوى الذي سيتم تقديمه لها ووسيلة الاتصال المثلى التي يقدم فيها حتى الوصول إلى إخراجها في قالب هادف ومفيد وممتع.

إن كثيراً من المحتوى الرقمي الذي تتضح به وسائل التواصل اليوم سواء كان فنياً أو أدبياً أو اجتماعياً أو إعلانياً أو تجارياً أو غير ذلك، والذي أضحت له شركات إنتاج خاصة

¹ المعهد الجيولوجي الألماني، ترجمة الحلاق سيف الدين، التقنية اليوم كيف تعمل؟ العيبان للنشر، السعودية، 2007، ص115.
² هند علوي، اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي العربي، مجلة علم المكتبات، العدد1، الجزائر، 2020، ص4.

به، ليس كله هادفاً وجيداً، بل إن كثيراً منه متمسكاً بـ"التقاهة" والابتذال والركاكة وقلة الذوق لمتابعٍ ومتصفحٍ وقارئٍ ومشاهدٍ يمثل الحلقة الضعيفة المستقبلية لمثل تلك الإنتاجات، وهنا يقع الدور على المختصين أفراداً ومؤسسات لوضع حلول بغية محاصرة المحتوى التافه من خلال تنمية وعي الأفراد وتنقيفهم لتحسينهم من صناعة محتويات مبتذلة¹

ويتمتع المحتوى الرقمي بالعديد من الخصائص منها:

- غير مكلف مادياً مقارنة بالمحتوى التقليدي
- سهولة تحديثه وتطويره في أي وقت
- سهولة الوصول إليه في أي وقت ومن أي مكان
- توفير المزيد من الروابط التشعبية والمصادر الخارجية .

¹ بنت عبد العزيز النهاري جوهر، الوعي وصناعة المحتوى الهادف، جريدة البلاد، السعودية، العدد 23560، 31 جانفي 2020، ص5.

المبحث الثاني : منصة يوتيوب

شهدت السنوات الأخيرة انتشارا واسعا لمواقع التواصل الاجتماعي في كل أرجاء العالم, مما أدى إلى كسر الحدود الجغرافية وأتاحت للأفراد التواصل في بيئة افتراضية, من بين أشهر هذه المواقع هو موقع يوتيوب المتخصص في بث ومشاهدة ومشاركة مقاطع فيديو لا متناهية وبشكل مجاني ويعد الأكثر استخداما نظرا لتنوع الفيديوهات بين مقاطع الأفلام, التلفزيون, الموسيقى,مدونات الفيديو اليومية, الفيديوهات المنتجة من طرف الهواة أو ما يطلق عليها videoblogging .

1-تعريف اليوتيوب:

هناك اختلاف في تصنيف اليوتيوب ضمن مواقع الشبكات الاجتماعية بحيث أن الموقع بالأساس لا يقوم على تكوين الصداقات مثل بقية مواقع التواصل الاجتماعي, لكنه وفي الوقت نفسه لا يخلو من التفاعل من خلال التعليقات والآراء والتقييم, وهذا مشابه لمشاركة مقطع فيديو في مختلف الشبكات الاجتماعية.

- لغة: لفظ مشتق من كلمتين وفي معناها " وعاءك" أي مفرد لكلمة أوعية الكترونية والكلمة you تخاطب المتصفح المفرد

- اصطلاحا: هو موقع ويب مختص في مشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع وتحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني ويسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة ويقوم اليوتيوب على فكرة مبدئية هي : بث لنفسك أو ذع لنفسك

- عبارة عن نظام أساسي لمشاركة الفيديوهات على الشبكة العالمية وذلك على نظام واسع جدا حيث يمكن لمستخدمي الموقع إنتاج أو استهلاك المحتوى وعليه يحتاجون إلى إنشاء قناة لتحميل مقاطع الفيديو على غرار الزوار والمشاهدين لا يحتاجون ليسوا بحاجة إلى ذلك إلا في حالة ما أرادوا التعليق أو الإعجاب.

2-تاريخ ونشأة اليوتيوب:

الفكرة الأولى للموقع كانت في مدينة "سان برونو" , كاليفورنيا, الولايات المتحدة الأمريكية عام 2005, عندما كان كل من الأصدقاء الثلاثة: جاود كريم, Jawed Karim تشاد هارلي Tchad Harley وستيف تشين Steve Chen في حفلة لأحد الأصدقاء حيث التقطوا مقاطع فيديو وأرادوا نشرها بين زملائهم لكن لم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة , وهذه كانت الدافع للتفكير في إنشاء موقع يخصص لأفلام الفيديو ونشرها على الإنترنت.¹

وكان أول فيديو يتم رفعه على موقع يوتيوب مدته 19 ثانية يعود لجاود كريم بعنوان أن في حديقة الحيوانات Me at the Zoo وكان بتاريخ 23 أبريل 2005² في أكتوبر عام 2006, أعلنت شركة Google الوصول لاتفاقية شراء الموقع مقابل قدر ب1,65 مليار دولار.³ وأصبح اليوتيوب شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية. وفي يوليو 2007 وطن موقع يوتيوب 43 دولة بالإضافة إلى النسخة العالمية.

¹ ماجدة عبد الفتاح الهلباوي, الإعلام الإلكتروني ودوره في الإعلام الدولي, ط01, مكتبة وفاء القانونية, الإسكندرية مصر, 2014, ص 330
² حلمي خضر ساري, تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية, دراسة ميدانية على المجتمع القطري, مجلة الجامعة, المجلد 24 , العدد 1+2, دمشق, 2008, ص11.
³ مروى عصام صلاح, الإعلام الإلكتروني : الأسس وأفاق المستقبل, دار الإعصار للنشر والتوزيع, عمان 2015, ص205

وقد انتشر استخدام موقع يوتيوب انتشارا كبيرا في مختلف أرجاء العالم بسبب ميزة قصر مدة الفيديو على هذا الموقع مقابل المادة التلفزيونية المطولة نسبيا التي قد لا تناسب مع سرعة العصر الحالي.¹

يستخدم موقع يوتيوب لغات متعددة يصل مجملها حوالي 51 لغة أهمها: اللغة الإنجليزية, العربية, الروسية , الفرنسية, الإيطالية, الإسبانية, الألمانية, الهولندية, البرتغالية, البولونية, الكورية, الصينية, اليابانية...إلخ.²

- في عام 2007 استهلك الموقع قدرا من حجم تدفق البيانات مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الانترنت في عام 2000, ويتم رفع 13 ساعة تقريبا من الأفلام في كل دقيقة.

- في شهر جانفي 2008 شاهد 79 مليون مستخدم أكثر من 3 مليارات فيلم و في الشهر الموالي صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد المشاهدات من قبل الزوار يصل إلى 100 مليون يوميا.

- في عام 2012 بلغ عدد الساعات المحملة على يوتيوب كل دقيقة 72 ساعة.³

¹ ياسر خضير البياني, الإعلام الجديد, الدولة الافتراضية الجديدة, ط1, دار البداية ناشرون وموزعون, عمان, 2014, ص339.

² مروة عصام صلاح, مرجع سبق ذكره, ص204

³ علي خليل شقرة, الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي), دار أسامة للنشر والتوزيع, الأردن 2014, ص92.

1-3 محتويات اليوتيوب:

يعتبر موقع يوتيوب من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بتنوع الخدمات بما يلبي احتياجات ورغبات مستخدميها وهذا من أحد أسباب شعبيته الواسعة واستخدامه من كل الفئات والشرائح العمرية.

- أكاديمية اليوتيوب لصناع المحتوى: Academy ecreator Youtube هي منصة خاصة لكل صناع المحتوى على يوتيوب , تحتوي على فيديوهات توضيحية وتقدم النصائح لصناعة المحتوى بكل مراحلها مثل التصوير , المونتاج, التقديم والإعداد , بالإضافة إلى أدوات تدريبية مجانية في مختلف التخصصات. يجند موقع يوتيوب مختصين في المجال لتدريب صناع المحتوى على يوتيوب وتأهيلهم لتقديم محتوى ودعمهم , بحيث بدأ الموقع بتشجيع الموهوبين والمبدعين وتحفيزهم للنشر داخل المنصة في برنامج شراكة من خلال خاصية " الأذسنس " وهو برنامج إعلاني تابع لشركة Google يعطي عائداً مالية مقابل نشر مقطع فيديو على اليوتيوب.¹

- يوتيوب أطفال Youtube kids: وهو محتوى موجه للأطفال بغرض التحكم في المحتوى الذي قد يتعرض له الأطفال. أطلقتها شركة Google عام 2015 وهو متاح على شكل تطبيق مستقل أو موقع ويب لمشاهدة مقاطع الفيديو الموجهة للأطفال , يتميز بالعروض التلفزيونية المنسقة المدعومة بالإعلانات والموسيقى والمقاطع التعليمية .صمم هذا

¹ أمل محمد خطاب, السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتكنولوجيا المتطورة " البودكاست نموذجاً " , مجلة كلية الآداب , العدد 47, الجزء الرابع, جامعة بنها , مصر, 2018, ص 171-127.

المحتوى للأطفال دون سن التمدرس حتى سن 12 سنة . يتيح تطبيق Youtube kids إنشاء حساب لكل طفل و يتيح توقيت للمشاهدة يصل إلى ساعة، ويستخدم خوارزمية لتصفية المحتويات الموجهة للبالغين ومختلف المضامين الإعلامية على قناة اليوتيوب بما يتلاءم مع الخصائص العمرية للطفل.¹

انتقد موقع Youtube kids بشدة بسبب افتقاره إلى الاختبار المهني وعرضه لمحتويات تجارية ، متجاهلا ضمانات الدعاية الراسخة التي اعتمدها كل من البث التلفزيوني والكابل، وقد أشارت التقارير الحديثة بشأن سلامة الأطفال على اليوتيوب إلى أن الأطفال الصغار جدا لا يتجاوزون من 2 إلى 4 نقرات على المحتوى المخصص لهم حتى يبدأ في عرض محتويات أخرى غير مناسبة البعض منها يقدم تعبيرات صريحة عن السلوك الجنسي والتخريب والعنف. فعلى سبيل المثال: الأطفال الذين يشاهدون Sesamestreet يبدؤون في مشاهدة حادث سيارة مخيف، بينما الذين يشاهدون Doratheexplorer يتعرضون لمقاطع إباحية، بعد تعرضهم لأربعة مقاطع أخرى أثناء المشاهدة.²

تلفزيون يوتيوب: YouTubetélévision وهي خدمة بث تلفزيوني لمختلف القنوات العالمية دون أي محتوى إعلاني قد يتخلل برامجه، وتقدم الخدمة باشتراك شهري داخل الولايات المتحدة، ويمكن للمستخدم اختيار باقة من القنوات التي تناسب اهتماماته.

¹ مالك محمد، ماهو اليوتيوب (youtube kids) وهل هو آمن , مقال متاح على موقع [Http://www.mena-tech.com](http://www.mena-tech.com). تم الاطلاع عليه يوم 19 مارس 2022,

² نسيمه امام سليمان حسين, استخدام الطفل المصري لكارتون الواقع الافتراضي باليوتيوب وتأثيراته على هويته الثقافية في ضوء العولمة, مجلة البحوث والدراسات الإعلامية, العدد 10, المعهد الدولي للإعلام بالشروق, مصر, 9 أبريل 2019, ص 413-496.

وقد أعلنت Google إطلاق خدمة "يوتيوب تي في" تقديم حزمة قنوات تلفزيونية تبلغ 40 قناة منها الشبكات الأربع الأمريكية الكبرى عبر الانترنت مقابل اشتراك شهري، وباستخدام الحوسبة السحابية "DVR" يمكن للمستخدم تسجيل الكثير من البرامج والعروض والاحتفاظ بها.

كما تعترم "جوجل" التي تملك موقع يوتيوب أيضا الشراكة مع شبكات ABC و CBC و"فوكس"زو "إن، بي، سي" مع أكثر قنواتها التلفزيونية المحلية، كما ستكون قنوات "ديزني" و "فوكس نيوز" وغير ها متاحة على خدمة Youtube TV. وهذا ما يطرح إشكالية مستقبل الإعلام القديم وحضوره داخل الأسرة والمجتمع كالتلفزيون التي طالما عكست برامج الثقافة المجتمعية أو القومية خاصة قبل ظهور الفضائيات كما خضعت إلى الرقابة والتصفية بما يتوافق مع الخصوصية والذوق العام المتعارف عليه.

وقد استدعت هذه الظاهرة الكثير من الدراسات التي تبحث في موضوع استخدام المواقع الاجتماعية كبديل للإعلام القديم، ومن بين هذه الدراسات دراسة محمد أحمد هاشم الشريف حول استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون.

وقد أظهرت النتائج ارتفاع معدلات استخدام الشباب لليوتيوب بنسبة 7.28% مقابل استخدام

التلفزيون بنسبة 6.24، وجاءت هذه النسب المرتفعة لاستخدام اليوتيوب جراء استخدامه فرديا وذلك

أنسبة 3.92% وذلك باستخدام وسائل فردية لمشاهدة اليوتيوب كالهواتف النقالة¹.

2-3 خصائص ومميزات اليوتيوب:

1- العمومية والمجانية: يستطيع المتصفح على يوتيوب مشاهدة مختلف أنواع الفيديوهات

المتاحة على الموقع بشكل مجاني يكفي فقط بالتسجيل بالموقع من خلال بريد الكتروني

ويمكن حتى تحميل بعضها مع مراعاة شروط التحميل

2- داعم لتحميل الأفلام: أي أن الموقع يوفر خادما مجانا ذا مساحة غير محدودة من خلال

ذلك المتصفح يستطيع تنزيل الأفلام , الفيديوهات, الأغاني والأناشيد مما يترك حرية

كبيرة لتحميل وتنزيل العديد من الأحداث المباشرة .

3- تجاوز الحدود الثقافية: نتيجة توفر الإمكانيات الاتصال وخص تكلفتها, هذا أدى إلى

تجاوز الحدود الجغرافية وتميز الاتصال بالعالمية أو الكونية وسقوط الحواجز الثقافية بين

أطراف عملية الاتصال سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه

الأطراف, أو على المستوى الجماهيري والثقافي.

ومن سلبيات موقع يوتيوب:

• إمكانية الاختراق من قبل أشخاص محترفين أو هيئات (Hackers) بحيث يتم تعطيل

ما يحمله صاحب القناة كما قد يتم بث محتويات تعارض وتتنافى مع محتوى القناة

¹ محمد عبد الحميد راشد, دور تطبيق الفيديو التشاركي (Youtube) في انتشار الأغاني العربية المعاصرة وأغاني المهرجانات الشعبية وتأثيره على المجتمع , مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية, المجلد8, العدد39, جامعة المنيا, مصر, مارس2022, ص207.

الأصلي وبالتالي قد يؤدي استخدام الخدمة إلى التعدي على حقوق المؤلف و غزو الخصوصية.

● هناك نوع من العنف على بعض من مقاطع الفيديو على الموقع تنشر عادة من قبل مراقبين بهدف التفاخر بالاعتداء على الحيوان.

● قيام بعض الدول بحجب الموقع عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه الدول, كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية, مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب.¹

● معلومات مظلمة: نادرا ما تخضع مقاطع الفيديو المنشورة على الموقع للمراقبة المسبقة و التدقيق، وقد يحدث ذلك في وقت لاحق، وبحلول ذلك الوقت يكون الضرر قد حدث بالفعل، ولكن موقع اليوتيوب لا يسمح بالتأكد على مقاطع الفيديو التي تحتوي على عنف حقيقي مباشر أو ممارسات غير أخلاقية ذات علاقة بالجنس أو المخدرات ، ومع ذلك ينشر عدد من المستخدمين مقاطع فيديو من نفس المحتوى، مما يجعل من الصعب للغاية رؤية كيف يخطط موقع اليوتيوب للتعامل مع هذا الأمر.

¹ علي خليل شقرة, مرجع سبق ذكره, ص95

الفصل الثالث: دور محتويات الأطفال في نقل القيم على يوتيوب

تمهيد

يعتبر اليوتيوب رافدا جديدا دخل على المجتمع ككل , تغلغل وأثر في كافة فئاته باعتباره قائم على عنصر المشاهدة بالدرجة الأولى وكونه سهل الاستخدام لكن الاستخدام السلبي لموقع يوتيوب خاصة من طرف الأطفال يترك تداعيات سلبية يصعب علاجها لما يبثه من مضامين, فهو يعتبر أحد وسائل الغزو الثقافي التي تدخلت بقوة في تغيير وتشكيل شخصياتهم, فرغم المحتويات التعليمية والتثقيفية والقيم الإيجابية التي يمكن أن يقدمها , إلا أن هناك مخاوف تتعلق بالمحتوى غير المناسب الذي قد يصل إلى الأطفال دون رقابة .

تتجلى أهمية هذا الفصل في تقديم رؤى واضحة حول التأثيرات المحتملة للمحتوى الرقمي عبر اليوتيوب على الأطفال وعلى قيمهم يزداد الاهتمام بالطفولة انطلاقا من كون الطفل برعم الحياة واللبننة الأساسية للمجتمع, وأن اليوتيوب أداة واعدة تحمل من الإمكانيات ما يخوله التأثير على حياة الفرد منذ طفولته وحتى بعد بلوغه وتستمر معه حتى هرمه.

المبحث الأول: ماهية القيم

لقد حظي موضوع القيم باهتمامات متعددة قصد محاولة بحث طبيعة القيم وتفسير مدلولها وذلك لارتباطها بجوانب متعددة منها فلسفية أخلاقي وسيكولوجية واجتماعية واقتصادية . يعرف البعض القيم على أنها أحكام مكتسب من الظروف الاجتماعية يتشربها الفرد ويحكم بها وتحدد مجالات تفكيره وتؤثر في تعلمه ,وهي من أهم محددات السلوك الإنساني وتوجهه في مختلف المواقف الاجتماعية وهي تعمل كدافع تبريري لما يصدر من الأفراد , كما أنها تحدد العلاقات الاجتماعية وتؤثر في تكوينها , والقيم هي التي تساعد على اختيار أساليب السلوك بما يتناسب وأهداف المجتمع أي تدعيم السلوك المرغوب فيه واستبعاد السلوك غير المرغوب فيه .¹

1-1 تعريف القيم:

هي مجموعة من المبادئ والمعايير التي يضعها مجتمع ما في ضوء ما تراكم عليها من خبرات, تتكون نتيجة عمليات انتقادية جماعية, يصطح أفراد المجتمع عليها لتنظيم العلاقات بينهم وأنها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مستهديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وصفها المجتمع الذي نعيش فيه والذي يحدد بالتالي المرغوب فيه.²

¹ لطيفة طبال, أسماء رتيمي, الدلالة السوسولوجية للقيم, مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية, العدد 13, جامعة البليدة, الجزائر, جويلية 2015.

² صالح محمد علي أبو جادو, سيكولوجية التنشئة الاجتماعية, ط5, دار المسيرة, عمان, 2006, ص205.

ينظر إليها على أنها المعتقدات حول الأمور والغايات وأشكال السلوك المفضلة لدى الناس توجه مشاعرهم، تفكيرهم، مواقفهم، واختياراتهم وتنظم علاقاتهم بالواقع والمؤسسات الأخرى وأنفسهم والمكان والزمان وتحدد هويتهم ومعنى وجودهم.¹

القيم هي عبرة عن آراء يتبناها الإنسان وتتبع من نفسه فهي ذات منطلق فردي نحو مبادئ وآراء الآخرين، فهي نتيجة التكوين النفسي تبعا للفروق الفردية الإنسانية²

1-2 مصادر القيم:

➤ المصادر العامة: لطالما كان مصدر القيم محل جدل ونقاش بين الفلاسفة والعلماء

هذا ما أدى إلى إتباع أربعة آراء مختلفة حول مصادر القيم

الرأي الأول:

هو رأي الاتجاه الفردي الذي يربط القيم بالإنسان، و ينسب أصلها إلى الطبيعة البشرية، و بالذات إلى التكوين النفسي للفرد، فالفرد هو الذي يعطي القيم للأشياء و الأفعال، و يقوم هذا الاتجاه على أن هذه الفلسفة للقيم تعتمد على الاختيار الحر و الرغبة الذاتية، و هنا ينتهي معنى الإلزام و تفقد المسؤولية معناها يحتجب المثل الأعلى وراء الرغبات و الميول، و هو ما يؤدي إلى التدافع و النزاع .

الرأي الثاني:

¹ عبد الله عقلة مجلي الخزاعة، الصراع بين القيم الاجتماعية و القيم التنظيمية في الإدارة التربوية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن،

2009، ص31

² لطيفة طبال، أسماء رتيمي، مرجع سابق، ص3.

و هو رأي الاتجاه الجماعي الذي يقول بأن مصدر القيم هو المجتمع ، و يرد أصحابه القيم إلى العقل الجمعي و الإرادة الجمعية، فالمجتمع في نظرهم هو أصل القيم و مصدر الإلزام، فالتقويم عند أصحاب هذا الرأي عملية اجتماعية خارجة عن ذوات الأفراد، و هذه الفلسفة للقيم تفرض أن القيمة ناشئة عن الحتمية الاجتماعية أو الحتمية الاقتصادية.

الرأي الثالث:

و هو رأي من يرد مصادر القيم إلى الأشياء و الأفعال في حد ذاتها، فالقيم عند أصحاب هذا الرأي تستغني عن التقويم الإنساني لأن الوجود بدونها، فأصل القيم عند أصحاب هذا الرأي يعود إلى طبيعة الأشياء و الأفعال، و الإنسان يكتشف هذه القيم و يهتدي إليها نظرا لجاذبيتها وقدرتها على التأثير في رغباته .

الرأي الرابع:

يرجع أصحابه مصدر القيم إلى قوة خارجية عن الإنسان و المجتمع، فهي تعلو فوق الإنسان و قدراته، و أن الأشياء لا تقوم بذاتها و لا تخلق نفسها بل الله خالقها و مقومها، فهو الذي يعطي القيمة للأشياء و الأفعال و القيم لابد أن تكون عامة و ثابتة و مطلقة و كلية، بحيث تنطبق على جميع الناس دون استثناء و لا تخضع لأهوائهم الفردية و الجماعية على السواء.¹

➤ المصادر الاجتماعية:

¹ حسين عزي، الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة، رسالة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2013-2014، ص99-101.

• **الدين:** يعد الدين أهم مصادر القيم فهي في الغالب الأساس الذي يستند عليه الناس في تقييمهم للسلوك من ناحية القبول و الرفض، و الأديان عموما عبارة عن مجموعة من القيم التي تحدد سلوك الفرد و توجهه بمجموعة من الأوامر و النواهي تضبط بها سلوكه، و تتمثل مصادر القيم الاجتماعية في ديننا الإسلامي في: القرآن الكريم، السنة النبوية، الإجماع، و يعد المسجد من المؤسسات الاجتماعية التي تتولى غرس قيم هذه السلوكات على الفرد والمجتمع.

• **الأسرة:** هي البيئة الأولى التي تحتضن الفرد و أكثرها تأثيرا في عملية التنشئة الاجتماعية إذ تعلم الفرد مبادئ التربية الاجتماعية و السلوك الاجتماعي والآداب العامة و القيام بالواجبات و المسؤوليات الفردية و الاجتماعية المختلفة.

• **المدرسة:** هي مؤسسة اجتماعية تربية تلعب دورا هاما في إغناء القيم التي يتلقاها الفرد في الأسرة و تضيف عليها قيما أخرى، فدورها مكمل للأسرة حيث تقوم بتدعيم العديد من المعتقدات و الاتجاهات و القيم.¹

• **وسائل الإعلام:** تؤثر وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة و تلفزيون و سينما وانترنت و صحف و مجلات و كتب... الخ، بما تنشره و تقدمه من معلومات و حقائق و آراء و أخبار و وقائع و أفكار، و قد أثبتت العديد من الدراسات أن النمو العقلي و الانفعالي و الاجتماعي للفرد يتأثر على درجة كبيرة بما يتلقاه من المواد التي تقدمها وسائل الإعلام

¹ الجموعي مؤمن بكوش، القيم الاجتماعية، "مقاربة نفسية اجتماعية اجتماعية"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد8، سبتمبر، 2014، ص 79-80.

المختلفة، و في الوقت الحالي يقوم التلفزيون بدور هام و أساسي بين وسائل الإعلام الأخرى، حيث صار ينافس الأسرة في عملية تنشئة الأفراد و تطبيعهم بسلوكيات معينة نظرا للانتشار الواسع و ما يقدمه من برامج مسلية و جذابة تستحوذ على اهتماماتهم.

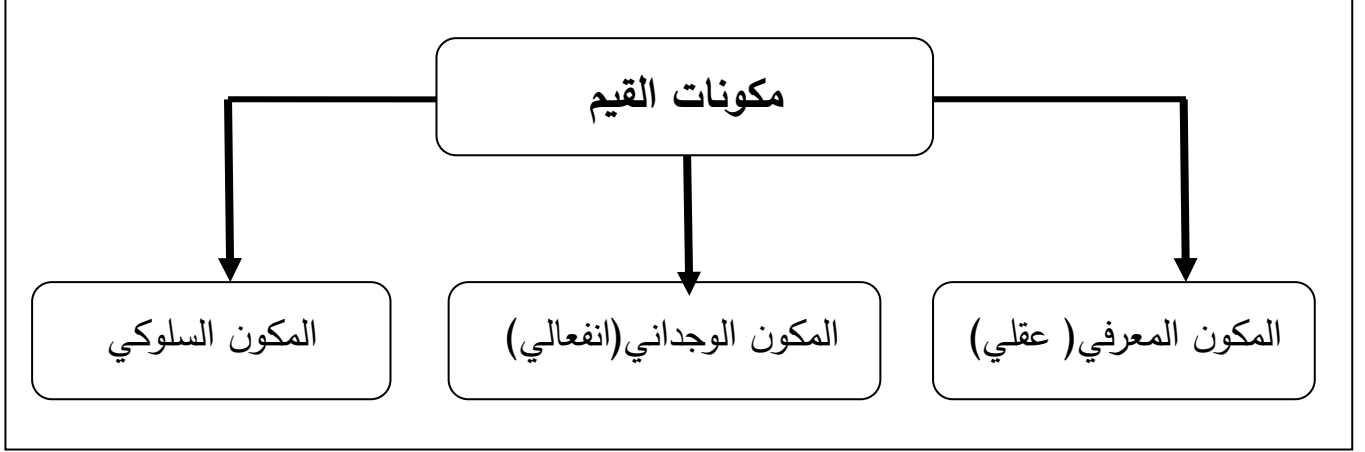
● **الثقافة:** تعتبر القيم إحدى المكونات الأساسية للثقافة التي عرفها "إدوارد تايلور" بأنها ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة و العقائد و الفن و الأخلاق و العادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع فالثقافة إذن مصدر مهم للقيم المختلفة.

● **الظروف الاقتصادية والاجتماعية:** من المصادر الهامة للقيم أيضا المعطيات و الظروف الاقتصادية و الاجتماعية التي تصاحب المراحل التي يمر بها المجتمع، فالجمع بين الرواسب المادية التي ورثها المجتمع، و من بين الأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية الجديدة التي عاصرها، يؤدي إلى ظهور قيم جديدة تعد مر شدا موجها لسلوك الأفراد اليومي.¹

¹ مؤمن بكوش الجموعي، المرجع السابق، ص80-81.

2- مكونات القيم:

تتكون القيم من ثلاث مكونات رئيسية:



رسم رقم (01) يوضح مكونات القيم

المكون المعرفي: ومعياره الاختبار الشعوري أي انتقاء القيمة من بدائل مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسئولية انتقائية بكاملها، وهذا يعني أن الاختبار اللاشعوري لا يشكل اختباراً يرتبط بالقيم، حيث يعتبر الاختبار المستوى الأول لسلم الدرجات المؤدية إلي القيم ويتكون من ثلاث خطوات متتالية هي استكشاف البدائل الممكنة في النظر في عواقب كل بديل ثم الاختبار الحر.

المكون الوجداني: معياره التقدير الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها والشعور بالسعادة لاختبارها والرغبة في إعلانها على الملأ ويعتبر التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلي القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما: الشعور بالسعادة الاختيار القيمة، ثم إعلان التمسك بالقيمة على الملأ.

المكون السلوكي: ومعياره الممارسة في العمل والفعل وشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة على أن يتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما سمحت الفرصة لذلك وتكون الممارسة من خطوتين هما ترجمة القيمة إلى ممارسة وبناء نمط قيمي¹

3- معايير تصنيف القيم وأنواعها:

ومن أشهر التقسيمات التي اشتهرت في مجال دراسات القيم الاجتماعية تصنيف "سترتج" وهو كالاتي : القيم النظرية, الاقتصادية, الجمالية, دينية.

- ومن وجهة نظر أخرى قسم بعض علماء الاجتماع القيم الاجتماعية إلى قسمين أساسيين هما: القيم الإيجابية والقيم السلبية .

•**القيم الإيجابية** مثل: التعاون, الصدق, الأمانة, تحمل المسؤولية, الصراحة, الشجاعة, الإقدام, المثابرة, العدالة, الحرية, الديمقراطية, التواضع .

•**القيم السلبية** مثل: الجبن, الخيانة, الكذب, التفريق العنصري, حب الذات, الأنانية وغيرها من الصفات الذميمة التي يرفضها الناس.

¹ فؤاد علي العاجز, القيم وطرق تعلمها وتعليمها, دراسات في القيم, جامعة اليرموك, الأردن, 1996, ص4.

معايير تصنيف القيم

محتوى القيمة

المحتوى

شدة القيمة

عمومية

وضوح القيمة

دوام القيمة

وسائل

غائية

الزامية

تفضيلية

مثالية

عامة

خاصة

متضمنة

صريحة

عابرة

دائمة

نظرية

اقتصادية

جمالية

اجتماعية

سياسية

دينية

رسم رقم (02) يبين معايير تصنيف القيم

• **القيم حسب المحتوى:** إذ تنقسم إلى قيم نظرية, اقتصادية, جمالية, اجتماعية, سياسية, دينية.

• **القيم حسب مقصدها:** ويتم تصنيفها إلى نوعين:

قيم وسائلية: أي القيم التي تعد وسيلة لتحقيق غاية, أي ليست مقصودة لذاتها,

بل القصد منها تحقيق غاية عليا أبعد منها

قيم غائية: وهي القيم التي تكون غاية في حد ذاتها أو تعتبر هدفا مثلا: العلم في

الجامعة وسيلة لتحقيق غاية وهي العمل والسعادة في الحياة, ولكنه أي علم تعبير

غاية في حد ذاته يسعى الطالب لتحقيقه .

• **القيم حسب شدة إلزامها:** يمكن تمييز ثلاث مستويات وهي:

- القيم الملزمة (ما ينبغي أن يكون): وتشتمل الفرائض والنواهي, وهي القيم التي تتصف بالقداسة

- قيم تفضيلية: أي يشجع المجتمع أفرادها على التمسك بها ولكم لا يلزمهم عليها

- القيم المثالية (ما يبغي أن تكون): مثل التضحية من أجل الآخرين

• **القيم علي حسب العمومية:** يقصد بهذا المعيار مدي شيوع القيمة وانتشارها و تصنف

القيم على هذا الأساس حيث تنقسم إلى قسمين

القيم العامة: وهي القيمة الشائعة في المجتمع بغض النظر عن فئاته أو طبقاته أو بيئاته وتمثل هذا الإطار القيمي العام الذي يحتكم إليه أفراد المجتمع في سلوكياتهم وأحكامهم مثل: المعتقدات الدينية, الزواج, والأسرة .

القيم الخاصة: وهي القيم التي ترتبط بفئة خاصة وتحدد بزمان ومكان معينين مثل الثأر أو الاحتفال بالمناسبات الدينية

• **القيم على حسب وضوحها:** تصنف القيم على هذا الأساس إلي قسمين:

- القيم الصريحة أو الظاهرة: التي يصرح بها الفرد و يعلن عنها بالكلام مثل قيم
- القيم الضمنية أو الباطنية: و هي القيم التي نستنبطها من مدلولاتها من خلال السلوك المنتظم الذي يعبر عنه الفرد من خلال الاختبارات والملاحظات للسلوك والاتجاهات التي تتكرر بصفة منتظمة وليس بصفة عشوائية لذلك يكون لها مدلولها.

• **القيم على حسب دوام القيمة:** تصنف القيم على هذا الأساس إلي قسمين:

- القيم العابرة: وهي القيم قصيرة المدى وعارضيه تزول بسرعة لأنها مرتبطة بظروف وموجودات معينة حيث تعبر عن الوضع الراهن لا تدوم طويلا وقد تظهر قيمة معينة بين الأطفال تتعلق بسلوك معين أو موضة ما ثم سرعان ما تختفي .
- القيم الدائمة: وهي قيم تدوم طويلا و يتناقلها أفراد المجتمع من جيل إلي جيل وترتبط بالعرف والتقاليد والعادات في هذا المجتمع ويلتزم بصفة الاستمرارية

المبحث الثاني: توظيف محتويات اليوتيوب لنقل القيم للأطفال

1- استخدام الأطفال لليوتيوب:

إن الواقعية والتفاعلية والفورية هي من بين خصائص المجتمع الحديث, وهو السياق الذي تهتم فيه الشاشات والأجهزة الإلكترونية التي تستخدم من قبل الأطفال الأصغر سنا على نحو متزايد , كما أشار الاتحاد الدولي للاتصالات (2019) وهو وكالة تابعة للأمم المتحدة متخصصة في تكنولوجيات المعلومات والاتصالات, عندما ذكر أن اشتراكات الأجهزة المحمولة قد زادت بشكل كبير في جميع أنحاء العالم. وبالتالي يمكن التأكيد على أن النظام البيئي الإعلامي الفعلي يحوي العديد من الأجهزة والشاشات والشبكات الاجتماعية والتطبيقات التي تكون في متناول الأفراد الأصغر سنا بشكل متزايد.¹

أصبح اليوتيوب يشكل عنصرا أساسيا في حياة الطفل ويشغل حيزا كبيرا من وقته بغض النظر عن الجنس والسن والمحتوى وقد وصل ذلك لدرجة الإدمان, فنجد من يرى أن اليوتيوب له تأثير إيجابي يتجسد في التعلم واكتساب اللغات والمهارات التكنولوجية وإتقان هذه الوسائط بحيث يسمح له بالتأقلم مع مجتمع تكنولوجي, وهناك من يرى أن سلبياته أكثر تتمثل في الاستعمال المفرط وغير الموجه وبناءا على ما ذكرناه في الفصل الأول عن

¹ Aran-Ramspott,S,Fedele,M, & Aznar Díaz, I., Trujillo Torres, J. M., Romero Rodríguez, J. M., & Campos Soto, M. N. (2019). Generación Niños YouTubers: análisis de los canales YouTube de los nuevos fenómenos infantiles. Pixel-Bit. Revista de Medios Y Educación, (56), 113-128. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i56.06>

اليوتيوب أنه في الأصل صمم ليكون موجه للبالغين , فالعمر الأدنى المسموح به للاستخدام من طرف إدارة اليوتيوب نفسها هو 13 سنة¹ .

وفقا لتقرير Ditrendia mobile في إسبانيا والعالم 2021 ارتفع استخدام الأجهزة المحمولة إلى أكثر من 91 مليون منذ عام 2020 وأصبح متوسط وقت الاتصال اليومي للأشخاص بالأجهزة المحمولة المختلفة أطول من 6 ساعات , ويؤثر على الاستخدام المتزايد على الأطفال الصغار الذين تتراوح أعمارهم بين 0 إلى 8 سنوات وفقا لتصنيف "شودرون 2017" إن استخدام الأطفال الصغار للشاشات واستهلاكهم لها من خلال مقاطع الفيديو في يوتيوب والألعاب والتعليم والتواصل بسبب جائحة كورونا تم التأكيد أنه خلال 2020 زادت أنشطة الأطفال الصغار المرتبطة بالشاشات في المنزل بشكل كبير²

مما لا شك فيه أن استهلاك الأطفال للمحتوى الرقمي مثير للقلق في البيئة الرقمية كونها بيئة ثقافية للتفاعلات الرقمية, حيث يكون الأطفال والشباب هم الأبطال ويشعرون بالحاجة إلى التفاعل مع الآخرين وأن يصبحوا قادة, أي أشخاصا قادرين على التأثير على الآخرين وخاصة أولئك الذين من نفس العمر³

¹ خديجة شرشار, أثر استخدام موقع يوتيوب على تنشئة الطفل الجزائري دراسة بدائية على عينة من الأسر بمدينة غليزان, أطروحة دكتوراه, في علوم الإعلام والاتصال, الجزائر, 2022-2023, ص139.

² youTube videos for young children : an exploratory study, M.C. Caldeiro-Pedreira, P. Renés-Arellano, B. Castillo-Abdul & I.Aguaded Digital Education Review - Number 41, June 2022

³ Aznar Aznar Díaz, I., Trujillo Torres, J. M., Romero Rodríguez, J. M., & Campos Soto, M. N. (2019). Generación Niños ,YouTubers: análisis de los canales YouTube de los nuevos fenómenos infantiles. Pixel-Bit. Revista de Medios Y Educación, (56), 113-128. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i56.06>

2-المضامين الموجهة للأطفال في اليوتيوب:

في عصر التكنولوجيا الرقمية والانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي أصبحت قنوات يوتيوب الموجهة للأطفال واحدة من أكثر الوسائل تأثيرا في حياة الأجيال الناشئة, تعد هذه القنوات جزءا لا يتجزأ من البيئة الإعلامية التي يتفاعل معها الأطفال بشكل يومي, حيث تقد لهم محتوى متنوعا يتراوح بين الترفيه والتعليم والتوعية. تحضى هذه القنوات بشعبية كبيرة نظرا لسهولة الوصول إليها وجاذبية محتواها الذي غالبا ما يكون مصمما بعناية ليتناسب مع احتياجات واهتمامات الأطفال. لكن بالرغم من وجود الفيديوهات التعليمية المفيدة للأطفال إلى أنه قد تظهر لهم في المقترحات فيديوهات تجذب انتباههم تحتوي على أجزاء لا ينبغي لهم مشاهدتها مثل تعلمهم لثقافات أجنبية تختلف وتتعارض مع الثقافة العربية والشريعة الإسلامية . تعتمد هذه القنوات على عناصر متنوعة لجذب انتباه الطفل مثل الشخصيات الكرتونية المحبوبة والألوان الزاهية والمؤثرات السمعية والبصرية والقصص التفاعلية. فالأطفال أكثر انتباها وتقليدا لما يشاهدونه, فالطفل بعد سن العامين ونصف يبدأ بتقليد كل ما يراه, وفي الخامسة من عمره يتعمق في فهم الرسائل لما يشاهده, فيبدأ بإعطاء تعليقات وتبريرات لما يشاهده بطريقة خاطئة , لأنه وبكل بساطة لم يبلغ بعد النضج العقلاني للفهم السليم.

وفقا ل Dubovi and Tabak 2019 يمكن تصنيف مقاطع الفيديو التي يشاهدها

الأطفال إلى ثلاثة أنواع من التعلم:

➤ التعلم المعلوماتي، المرتبط بالبحث عن المعلومات

➤ التعلم الإجرائي ومقاطع الفيديو التي تساعد على حل مشاكل محددة تتطلب إتباع

خطوات معينة

➤ التعلم المفاهيمي الذي يركز على التنمية المهارات الفكرية وهو أندر أشكال التعلم

على يوتيوب¹

3-تأثير اليوتيوب على الأطفال:

3-1 التأثير السلبي:

ظهور شبكة الانترنت وعولمة الصوت والصورة خلفا أساليب جديدة لجذب واستمالة

الطفل والتأثير على سلوكياته، ونشر معان غريبة عن التسلية والترفيه واللعب والتربية، نتيجة

تجارة التسلية المسوقة من قبل الشركات الغربية المستهدفة للأطفال.²

من أبرز سمات الإعلام المرئي ويقصد هنا يوتيوب، قدرته الكبيرة على جذب انتباه

الجمهور واستحواده على مشاهديه من خلال التركيز على عنصر الإبهار أثناء عرض

الصور والمسلسلات والحصص وغيرها من المضامين المدعمة أصلا بالحركة والصوت

واللون والعناصر البصرية التي تلعب على أوتار عدة في نفسية وذهنية المشاهد عامة

¹ Dubovi, I., & Tabak, I. (2019) Examining the Educative Value of Person-To-Person Knowledge Sharing on Social Media: The Case of YouTube as a Site of CSCL?, In 13th International Conference on Computer Supported Collaborative Learning (pp. 593-596). CSCL: France. Retrieved from <https://bit.ly/2NeDFNO>

² سلامي اسعيداني، تأثير التلفزيون كمؤسسة إعلامية في تعزيز وتوجيه سلوكيات الطفل: رؤية نقدية من منظور سوسيلوجي إعلامي، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد10، الجزء الثاني، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، جوان2016، ص77.

والطفل خاصة, حيث تغوص به إلى أعماق الخيال وتدفع به إلى التلذذ بمسلسل الترفيه الذي

لا ينتهي بختام عرض البرنامج وإنما يمتد إلى محاولة صقل هذه اللذة على أرض الواقع.¹

تري Sakr,2012 أن الإعلام المرئي له تأثير كبير على الأطفال فيما يتعلق بالتعرف

على الثقافات العالمية المختلفة,حيث تكون نتيجة الانبهار وتأثرهم بتلك الثقافات والقيم, مما

يدفعهم إلى محاكاة وتقليد تلك الثقافات التي يتعرضون لها بالمشاهدة.²

ولقد تم وضع تفسير لذلك من خلال دراسة Demaria" إذ قام بتوظيف فروض نظرية

الغرس الثقافي في دراسته ,بحيث حاول تقديم توضيح لتأثير الإعلام المرئي على الأطفال ,

واستنتج وجود علاقة بين زيادة نسبة التعرض للفيديوهات وبين التأثر بالأفكار والاتجاهات

التي يتبناها القائم بالاتصال, بل وحتى السلوكيات التي يقوم بها, بحيث أن المشاهد وخاصة

الطفل يميل إلى تقليد تلك السلوكيات التي يشاهدها.³ ولكي يتحقق هذا التأثير يجب أن

تكون الفيديوهات التي يتعرض لها الطفل قصيرة المدة بحيث أنه كلما كانت نوعية

الفيديوهات قصيرة كلما زاد تأثيرها, حيث وجد أن الفيديوهات التي لا تزيد مدتها الزمنية عن

عشر دقائق كانت أكثر تأثيرا على الأطفال , ذلك لإمكانية تذكر الطفل المحتوى الذي تقدمه

¹ أحمد بوعون, الإعلان الموجه للطفل في القنوات الفضائية العربية, دراسة سيميولوجية لعينة من الومضات الإعلانية في قناتي spacetoon و Toyor Eljanna , أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال, جامعة قسنطينة,الجزائر, 2018, ص218.

² Sakr ,N.Placing political economy in relation to cultural studies :Reflections on the case of cinema in Saudi Arabia,2012,p214-233.

³ Tarasuik,J, Demaria,A & Kaufman,J. Transfer of problem solving skills from touchscreen to 3D model by 3 to 6 yearsold .Frontiers in Psychology,8.2017, p15.

الفيديوهات القصيرة على عكس الطويلة التي تشتت انتباهه ويمكن له نسيان ما شاهده بسهولة.¹

كذلك من بين التأثيرات السلبية لليوتيوب على الطفل تنشئته على السلوك الاستهلاكي، فضلاً عن زيادة تطلعاته التي تجعله يرفض واقعه الأسري، مما يؤدي إلى أشكال مختلفة من الصراع داخل الأسرة وحتى داخل الطفل ذاته، وإصابته بالإحباط والعجز لعدم قدرته على امتلاك العديد من الأشياء والسلع، وقد يلجأ الطفل إلى ممارسة سلوكيات غير أخلاقية للحصول على المال لكي يستطيع تلبية وإشباع رغباته التي في الأصل تكونت له من خلال المضامين التي تعرض لها التي لا تحتوي على ضوابط أخلاقية تساعد على التنشئة السوية للطفل.²

3-2 التأثير الإيجابي:

بالرغم من الآثار السلبية التي يتركها يوتيوب على سلوك الأطفال إلا أن له إيجابيات منها:

➤ تعلم اللغة من خلال المتحدثين الأصليين للغة:

يساعد يوتيوب الأطفال في تعلم اللغة الأصلية من خلال الاستماع إلى الناطقين الأصليين والتعرض اليومي لها خاصة في سن مبكرة وبطرق بسيطة.

¹ Samaha M. « Associations between screen media parenting practices and children's screen time in Lebanon » Telematics and Informatics 34, 2017, 351-358.

² Kurz S, Dyck Zv , Dremmel D, Munsch S, Hilbert A . « Early-onset restrictive eating disturbances in primary school boys and girls » , our child Adolescent Psychiatry,24 ,2015, p 779-785.

➤ التعلم بطريقة تجذب الانتباه:

حيث أن نظام الفيديوهات والصور تؤثر على وضوح المعلومة التي يتم توجيهها للأطفال بشكل أبقي نظرا بالفصول النظرية التقليدية، وهي تساعد الأطفال على إدراك المعلومة وتحليلها بشكل منطقي وبسيط، ولكن يجب التأكد من صحة وجودة المحتوى المقدم.

➤ تعلم سلوكيات إيجابية من خلال القصص الهادفة:

توجد الكثير من القصص الهادفة التي تدعم العديد من السلوكيات مثل الصدق والأمانة والمساعدة، ويعتبر مشاهدة الطفل لها بمثابة تعديل سلوكه وتوجيه نحو السلوك السليم.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع : التحليل الكمي لمضامين الفيديوهات محل الدراسة

المبحث الأول: التعريف بقناة Shfa

1-بطاقة تقنية للقناة

- اسم القناة: Shfa
- عدد المتابعين: 42,6 مليون متابع
- عدد الفيديوهات 1,1 ألف
- البريد الإلكتروني: shfaworld@gmail.com
- عدد المشاهدات الإجمالية: 24 787 353 751
- تاريخ فتح القناة: 29 مارس 2015
- رابط قناة اليوتيوب: <https://youtube.com/@shfa-1?si=5o3oPVswqzoQH-GL>
- قناة يوتيوب تنشط منذ سنة , صاحبة القناة فتاة إماراتية تدعى شفا, تبلغ من العمر 12 سنة, تنشر مقاطع فيديو على يوتيوب متنوعة بين ألعاب, تحديات, تجارب أكل, أفلام قصيرة, فلوقات ومقاطع تمثيلية, عادة ما تقوم أختها بتصويرها

2-القنوات التابعة للقناة الأصلية

- القناة الثانية Shfa2 - شفا :

عدد المتابعين: 43,9 مليون

ناشطة منذ سنة 2017

تقريبا نفس محتوى القناة الأولى متمثل في تحديات , ألعاب , وأحيانا يتم إعادة بث نفس الفيديوهات التي تم بثها في القناة الأولى.

● **قناة عائلة شفا:**

عدد المتابعين: 2,46 مليون

ناشطة منذ 2020

محتوى القناة مشابه للقناة الرئيسية, فيها فقط 103 فيديو ليست ناشطة كثيرا

● **قناة Shfa gaming**

عدد المتابعين 2,29 مليون 128

فيديو ناشطة منذ 2017

محتوى القناة عبارة عن ألعاب إلكترونية

● **قناة shfa show india**

عدد المتابعين 26,7 مليون متابع

ناشطة منذ سنة 2019

محتوى القناة عبارة عن فيديوهات في قنواتها الرسمية ويتم ترجمتها إلى اللغة الهندية من قبل أشخاص هنديين. سبب عدد المتابعين الكبير يمكن أن يكون راجع إلى أن عدد سكان الهنديين في الإمارات كثير كونهم يأتون من أجل العمل هناك.

• قناة Shfa vlog family

عدد المتابعين 262 ألف

ناشطة منذ 2022

إعادة لنفس المضامين مترجمة للغة الانجليزية, تستخدم في الصورة المصغرة للفيديوهات نفس طريقة فيديوهات الأجانب بحيث تظهر أنها أجنبية بل حتى المؤثرات والأصوات مثلهم

طبيعة الفيديوهات التي تبثها عبارة عن تحديات ومقالب وتجارب

• قناة Shfa stories ناشطة منذ 2019 8.05 مليون متابع بالانجليزية , محتوى

القناة: تمثيلات حول مواضيع مختلفة

• ألعاب, فلو, أفلام قصيرة, تحديات أكل , تجربة مأكولات خاصة المأكولات الكورية

3- الفيديوهات الأكثر مشاهدة وأسبابها

جدول رقم 01: يوضح الفيديوهات الأكثر مشاهدة في قناة "shfa"

| عنوان الفيديو | تاريخ صدوره | نسبة المشاهدة |
|------------------------------|----------------|---------------|
| أول يوم مدرسة لشفا | 1 أكتوبر 2020 | 200 مليون |
| شفا خيبت كامات | 15 سبتمبر 2020 | 198 مليون |
| شفا وبابا سيذهبون إلى رحلة : | 10 ديسمبر 2020 | 177 مليون |
| شفا و الايسكريمات الشهية :: | 27 فيفري 2020 | 160 مليون |
| شفا والشنطة المدرسية | 23 سبتمبر 2019 | 129 مليون |

من خلال الجدول نلاحظ بأن الفيديوهات التي حازت على نسب مشاهدة عالية كانت أغلبها عام 2020 وهي سنة بداية جائحة كوفيد19 . تفسير نسب المشاهدة المرتفعة يعود لعدة أسباب منها:

- الحجر المنزلي ولا يوجد شيء يعمله الناس سوى المشاهدة
- الأطفال كانوا في عطلة بسبب الجائحة
- فيديوهات كثيرة , كثافة الفيديوهات في الأسبوع وبالتالي لم تترك وقت للناس بأن ينسوها وكذلك سياسة يوتيوب تتمثل في عدد مشاهدات كبيرة لكي تنتشر القناة و تكون ضمن المقترحات.

المبحث الثاني : التحليل الكمي لفئات الشكل وفئات المضمون

1- التحليل الكمي لفئات الشكل: بالإجابة عن السؤال كيف قيل؟

هي الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون وعادة ما تكون تجيب على السؤال كيف قيل:¹

¹ محمد الفاتح حمدي: منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال لدروس نظرية وتطبيقية, دار أسامة, الأردن, 2017, ص58.

جدول رقم 02: يمثل فئة المدة الزمنية:

| النسبة المئوية | المدة الزمنية بالدقائق | الفيديوهات |
|----------------|------------------------|-------------------|
| 12,70% | 11:59 | 01 |
| 10,30% | 9:38 | 02 |
| 4,45% | 4:05 | 03: المقطع الأول |
| 4,7% | 4:27 | 03: المقطع الثاني |
| 8,85% | 8:07 | 04 |
| 4,72% | 4:30 | 05: المقطع الأول |
| 4,5% | 4:08 | 05: المقطع الثاني |
| 6,03% | 5:50 | 06: المقطع الأول |
| 2,8% | 2:56 | 06: المقطع الثاني |
| 9,17% | 8:36 | 07 |
| 11,5% | 10:46 | 08 |
| 6,03% | 5:50 | 09: المقطع الأول |
| 2,79% | 2:53 | 09: المقطع الثاني |
| 11,17% | 10:19 | 10 |
| 100% | 91:24 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول، أن هناك تقارب نوعاً ما في المدة الزمنية للفيديوهات عينة الدراسة

والتي قدرت ما بين حوالي 8 إلى 12 دقيقة، بحيث أن أطول فيديو مدته 11:59 الذي يتمثل

في تحدي أكل بعنوان

" تحدي 100 طبقة من الطعام!! شفا وعبود تجننوا " بنسبة %70, 12 , وأقصر فيديو

مدته 8:03, بنسبة %8,83 , لكن ما نلاحظه من خلال الجدول أنه في حالة ما إذا كان

الفيديو الأساسي مدته قصيرة يتم إضافة فيديو ثانوي يكون تابع له للوصول إلى المدة

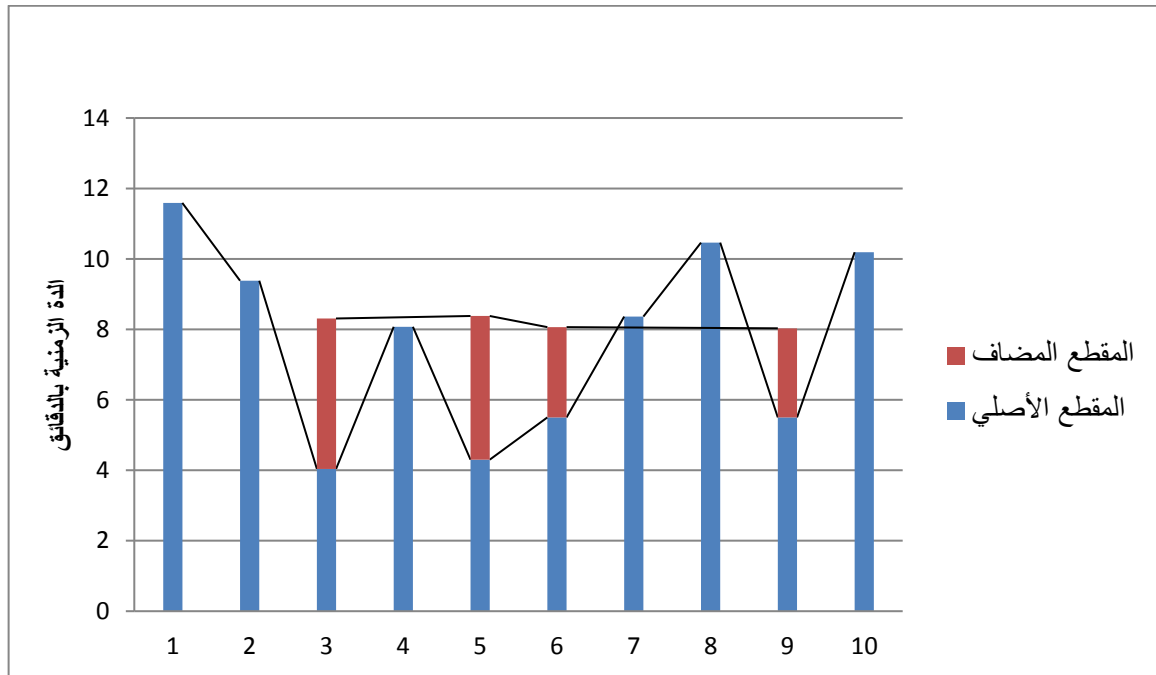
المطلوبة , مثال المقطع 05 و 06 وغالبا يكون مضمون الفيديو الثانوي له علاقة مع

المقطع الأصلي , مثال في فيديو "شفا تحولت من عمر 9 إلى 18" كانت قد ذكرت أختها

خلال الفيديو بأن شفا قد سبق لها وأن عملت في محل "ستاريكس" , وبالتالي كان المقطع

الثاني مكمل للفيديو يظهر فيه الطفلة شفا تحضر طلبية زبونة من داخل منزلها وكان

الديكور وكأنه محل "ستاريكس" .

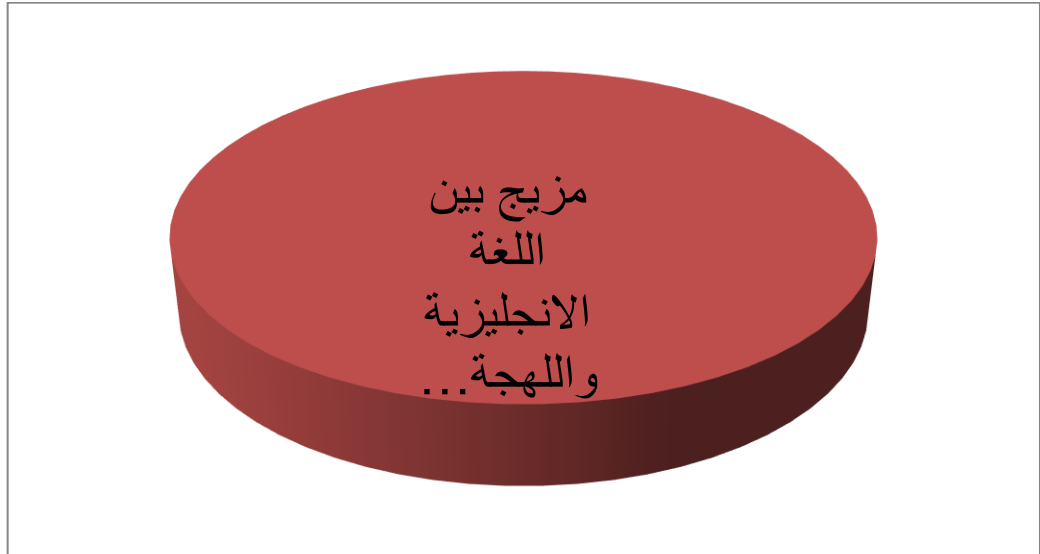


رسم رقم (03) يمثل المدة الزمنية لمقاطع الفيديو محل الدراسة

جدول رقم 03: يمثل فئة اللغة المستخدمة

| اللغة | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
| العربية الفصحى | 0 | %0 |
| اللغة الانجليزية | 0 | %0 |
| مزيج بين اللهجة الإماراتية والإنجليزية | 10 | %100 |
| المجموع | 10 | %100 |

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المتمثل في طبيعة اللغة المستخدمة أن اللغة المنطوقة هي مزيج لغوي بين اللهجة الإماراتية واللغة الإنجليزية بنسبة 100% أي أنه في كل فيديوهات العينة يتكلم الأفراد بلهجتهم الأم ويوظفون معها كلمات باللغة الإنجليزية متعود عليها ضمن اللهجة العامية وليس بشكل منفصل بمعدل 8 كلمات في الفيديو الواحد ويتم تكرارها.



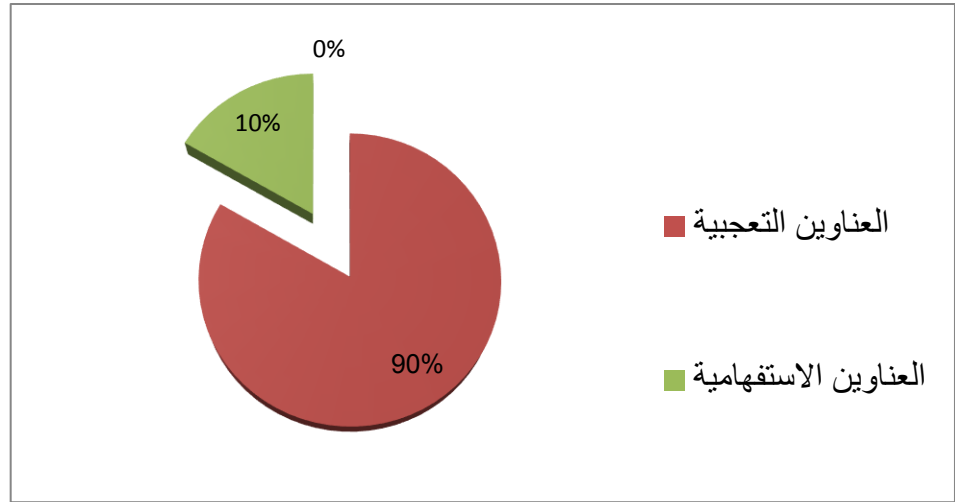
رسم رقم (04) يمثل اللغة المستخدمة

جدول رقم 04: يمثل فئة العناوين المستخدمة

| العناوين | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------|---------|----------------|
| خبرية | 0 | %0 |
| استفهامية | 1 | %10 |
| تعجبية | 9 | %90 |
| المجموع | 10 | %100 |

يوضح الجدول أعلاه طبيعة العناوين المستخدمة في فيديوهات قناة Shfa وعدد تكرارها , حيث نجد العناوين التعجبية بنسبة 90% , تحمل في طياتها نوع من التشويق والإثارة, في حين هناك عنوان واحد استفهامية , أما بالنسبة للعناوين الإخبارية فكان تكرارها 0 بالرغم من أن صياغة بعض العناوين كانت إخبارية إلا أن وجود علامة تعجب في الأخير جعل منها عناوين تعجبية لا محالة .

العناوين الاستفهامية كانت بنسبة 10% في فيديو بعنوان " تحدي الأكل بدقيقة واحدة !شفا ضد عبود !شو صار مع شفا؟ " لتبث في المشاهد جملة من التساؤلات عما حدث و تعزز الفضول عنده لمشاهدة الفيديو .



رسم رقم (05) يمثل العناوين المستخدمة

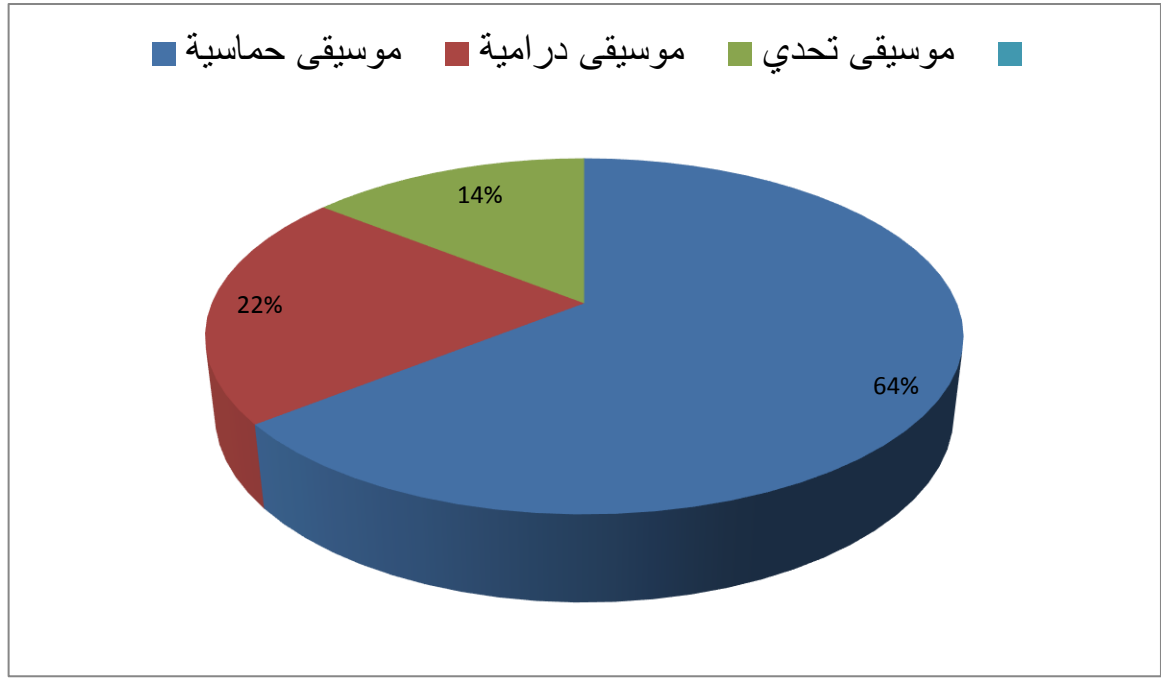
جدول رقم 05: يمثل فئة الموسيقى

| المؤثرات الصوتية | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| موسيقى حماسية | 45 | 64,28% |
| موسيقى درامية | 15 | 21,42% |
| موسيقى تحدي | 10 | 14,3% |
| المجموع | 70 | 100% |

يمثل الجدول أعلاه فئات الموسيقى المستخدمة داخل الفيديوهات , نجد في المرتبة الأولى

الموسيقى الحماسية بنسبة 64,28% وفي المرتبة الثانية الموسيقى الدرامية والحزينة بنسبة

21,42% أما موسيقى تحدي وإصرار احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 14,3% .



رسم رقم (06) يمثل الموسيقى الموظفة

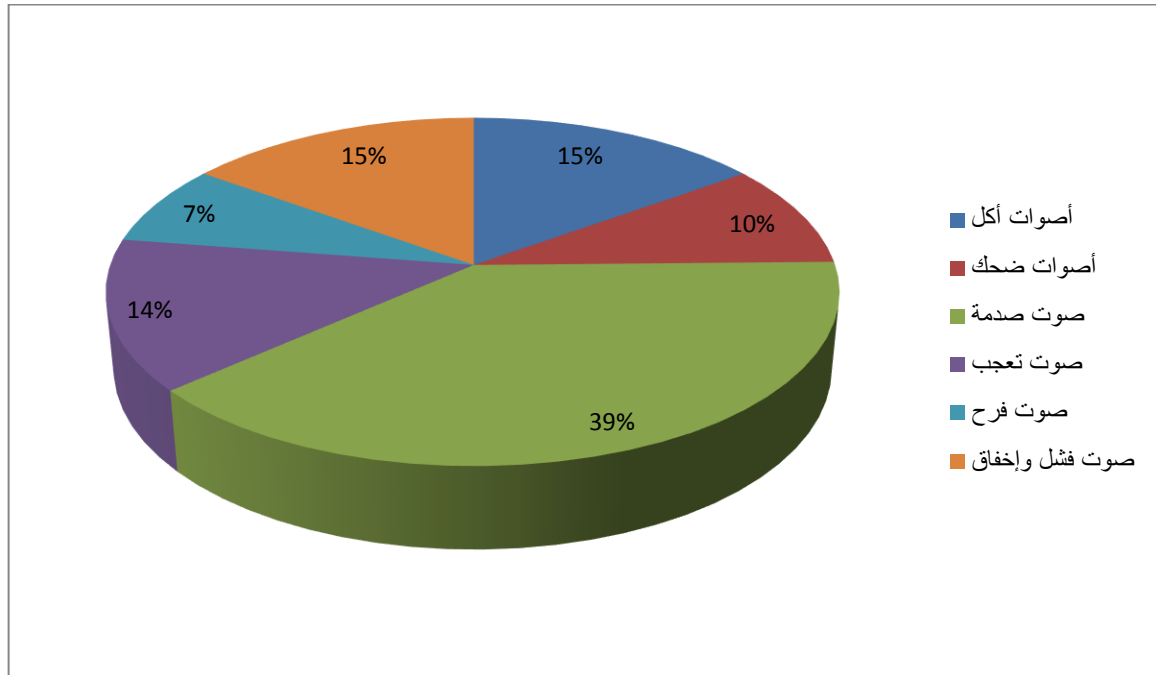
جدول رقم (06) يوضح فئة المؤثرات الصوتية:

| المؤثرات الصوتية | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| أصوات أكل | 14 | 5,22% |
| صوت ضحك | 9 | 3,35% |
| صوت فشل وإخفاق | 14 | 5,22% |
| صوت صدمة | 36 | 13,45% |
| صوت تعجب | 13 | 4,85% |
| فرح | 7 | 2,61% |
| أخرى | 175 | 65,3% |
| المجموع | 268 | 100% |

يمثل الجدول أعلاه نسب المؤثرات الصوتية الموظفة في الفيديوهات, بحيث نجد مؤثرات

صوتية للأكل بنسبة 5,22% , أصوات ضحك بنسبة 3,35% , أصوات فشل وإخفاق

بنسبة 5,22% أيضا , أما صوت الصدمة فكانت نسبته مرتفعة نسبيا بنسبة قدرت ب 13,45% , في حين أصوات فرح ونجاح كانت النسبة 2,61% و أصوات تعجب بنسبة 4,85% أما النسبة الكبيرة فكانت لأصوات أخرى مختلفة متمثلة في تأثيرات كثيرة مثل أصوات استفراغ , أصوات مطابقة لحركات معينة , فتقريبا لا تخلو أي حركة ولها تأثير صوتي مصاحب لها, وغالبا ما تكون مثيرة للضحك مما يجعل الفيديو كثر متعة وإثارة لاهتمام الأطفال.



رسم رقم (07) يمثل فئة المؤثرات الصوتية

جدول رقم (07) يوضح فئة مكان التصوير:

| النسبة المئوية | التكرار | فئة أماكن التصوير |
|----------------|---------|-------------------|
| 32,14% | 9 | داخل المنزل |
| 10,71% | 3 | غرفة واحدة |

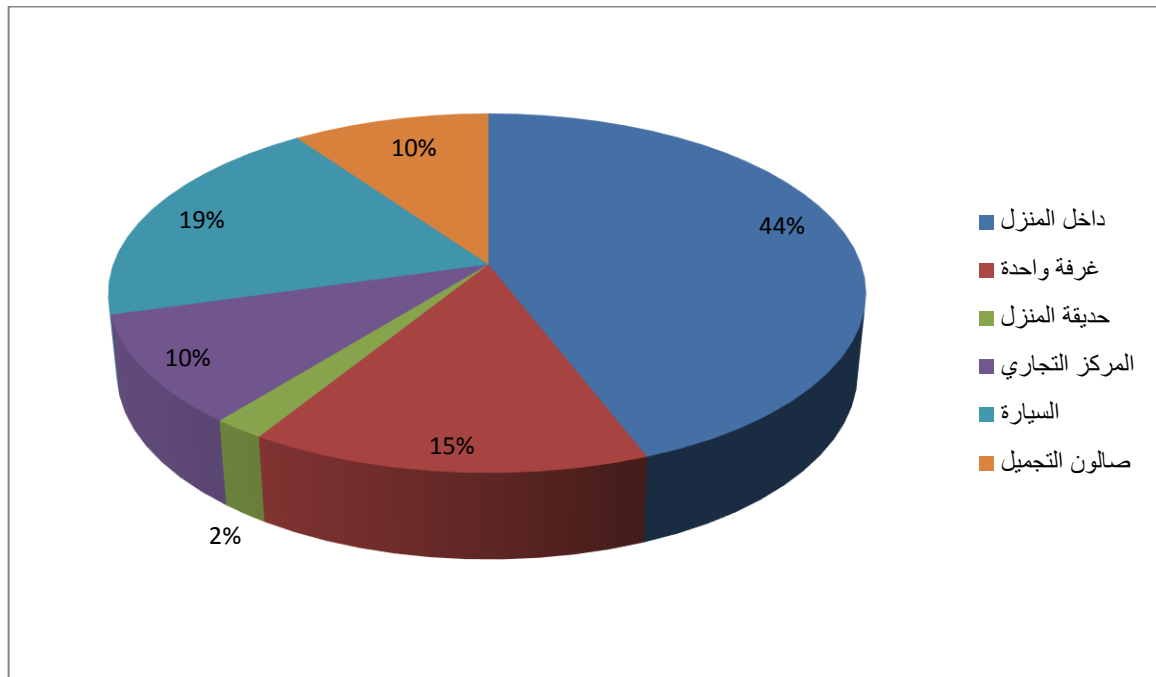
| | | |
|----------------|----|--------|
| حديقة المنزل | 5 | 17,85% |
| صالون التجميل | 2 | 7,14% |
| المركز التجاري | 2 | 7,14% |
| السيارة | 4 | 14,28% |
| مقهى | 2 | 7,14% |
| الشارع | 1 | 3,6% |
| المجموع | 28 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر مكان يتم التصوير فيه هو داخل المنزل بنسبة 32,14% وطبيعة الفيديوهات التي يتم تصويرها عبارة عن مقالب أو تمثيلات وحتى ألعاب مثل فيديو لعبة الغميضة, يليه حديقة المنزل التي تعتبر ثاني مكان يتم التصوير فيه كثيرا بنسبة 17,85% , يتم الاستعانة بالتصوير في الحديقة بصفة أنها شارع أين يلعب الأطفال أو في مقاطع تخدم التمثيلات والأفلام القصيرة مع تغيير الديكور في كل مرة .

التصوير في غرفة واحدة أي أن الكاميرا مثبتة في مكان واحد حتى نهاية الفيديو , بنسبة 10,71% وعادة ما يتم التصوير فيها في الفيديوهات التي تكون عبارة عن تحديات أو ألعاب أو تجارب لمنتجات جديدة , حتى يتم التركيز على العملية بحد ذاتها ولا يتشتت انتباه المشاهد لبعض الديكورات الأخرى.

التصوير داخل السيارة كان بنسبة 14,28% بحيث يتم الاستعانة بها لتتبع المشاهد في الأفلام القصير والتمثيلات لتكون أكثر واقعية , أما بقية الأماكن مثل المركز التجاري

وصالون التجميل والمقهى بنسبة 7,14% وغالبا ما يتم التصوير في هذه الأماكن في حالة فيديو مخصص وله علاقة بطبيعة الموضوع مثل فيديو " شفا تصبغ شعرها " بحيث أن المكان الرئيسي الذي تم التصوير فيه هو صالون التجميل لتصوير جميع مراحل عملية صباغة الشعر وتصوير ردود الأفعال . بالنسبة للشارع نادرا ما يتم التصوير فيه فبذلك كانت أقل نسبة 3,6% لأنه عادة ما يتم تعويض الشارع بحديقة المنزل وتغيير الديكور في كل مرة.



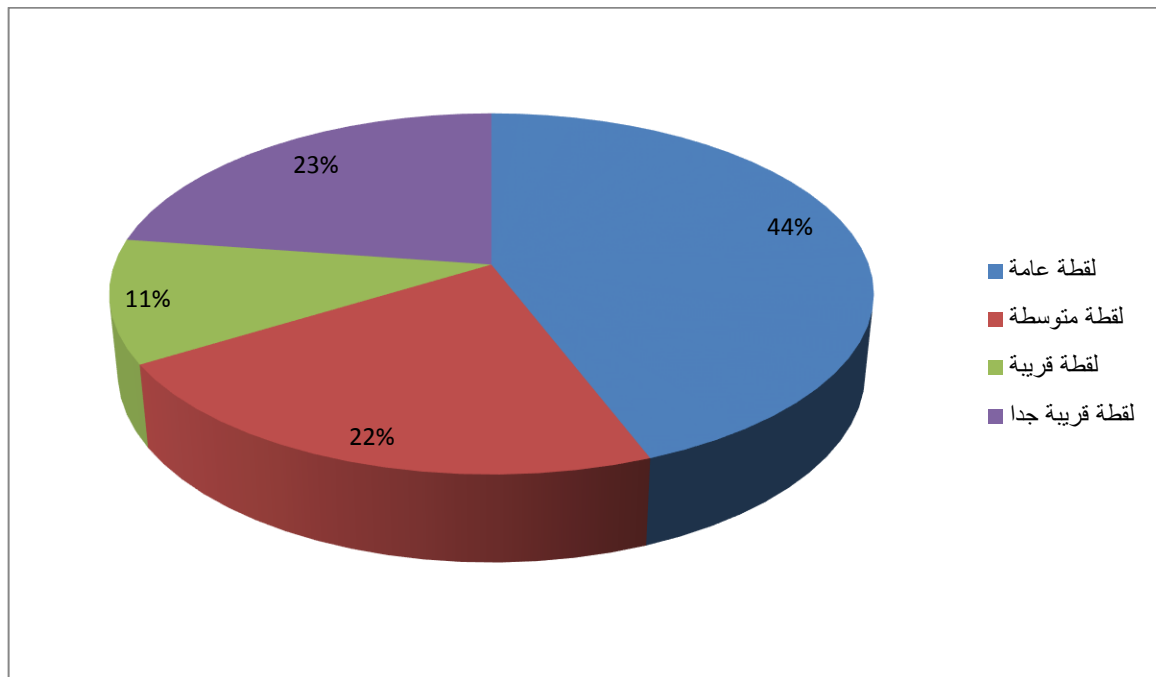
رسم رقم (08) يمثل أماكن التصوير

جدول رقم (08) يوضح فئة لقطات التصوير:

| النسبة المئوية | التكرار | لقطات التصوير |
|----------------|---------|---------------|
| 46,15% | 120 | لقطة عامة |
| 19,25% | 50 | لقطة متوسطة |

| | | |
|----------------|-----|--------|
| لقطة قريبة | 30 | %11,53 |
| لقطة قريبة جدا | 60 | %23,07 |
| المجموع | 260 | %100 |

من خلال الجدول نلاحظ أن القناة اعتمدت على اللقطات العامة بشكل كبير حيث بلغت نسبتها 46,15% بينما جاءت للقطعة القريبة جدا بنسبة 23,07% تليها اللقطة المتوسطة بنسبة 19,25% واللقطة القريبة بنسبة 11,53% .



رسم رقم (09) يمثل اللقطات المستخدمة

2- التحليل الكمي لفئات المضمون: ماذا قيل؟

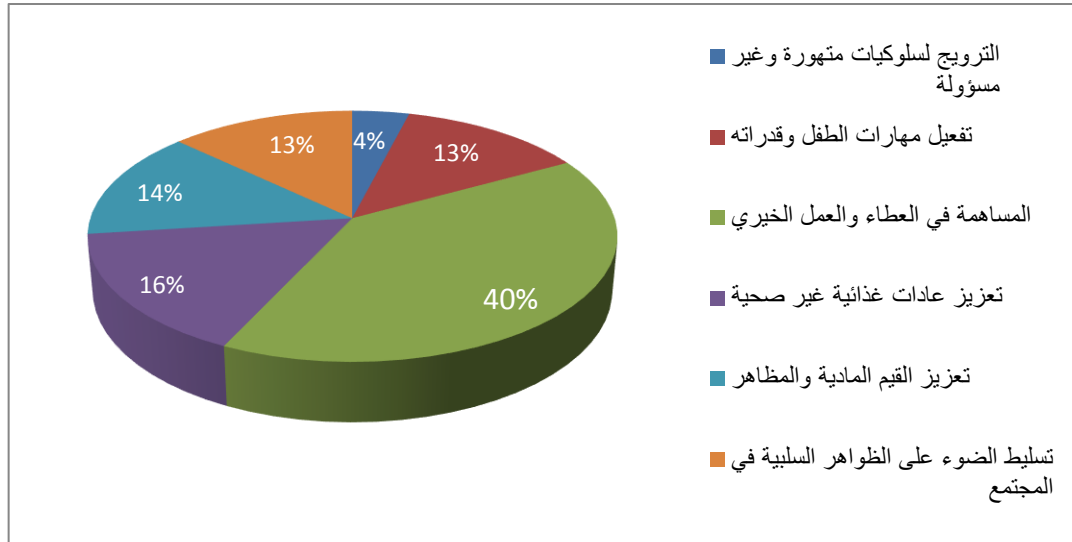
جدول رقم (09) يوضح فئة المواضيع:

| المواضيع | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
| تسليط الضوء على الظواهر السلبية في المجتمع | 13 | %13 |

| | | |
|-----|------|-------------------------------------|
| 14 | 14% | تعزيز القيم المادية والمظاهر |
| 16 | 16% | تعزيز عادات غذائية غير صحية |
| 40 | 40% | المساهمة في العطاء والعمل الخيري |
| 13 | 13% | تفعيل مهارات الطفل وقدراته |
| 04 | 4% | الترويج لسلوكيات متهورة وغير مسؤولة |
| 100 | 100% | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ تنوع في المواضيع بحيث نجد:

المساهمة في العطاء والعمل الخيري بنسبة 40 % من خلال فيديو مساعدة الآخرين وتقديم الهدايا لهم , تعزيز العادات الغذائية غير الصحية بنسبة 16% , تعزيز القيم المادية والمظاهر بنسبة 14% , تفعيل مهارات الطفل وقدراته بنسبة 13% وكذلك تسليط الضوء على الظواهر السلبية في المجتمع بما فيها العلاقات الأسرية , الترويج لسلوكيات متهورة بنسبة 4%.



رسم رقم (10) يمثل فئة المواضيع

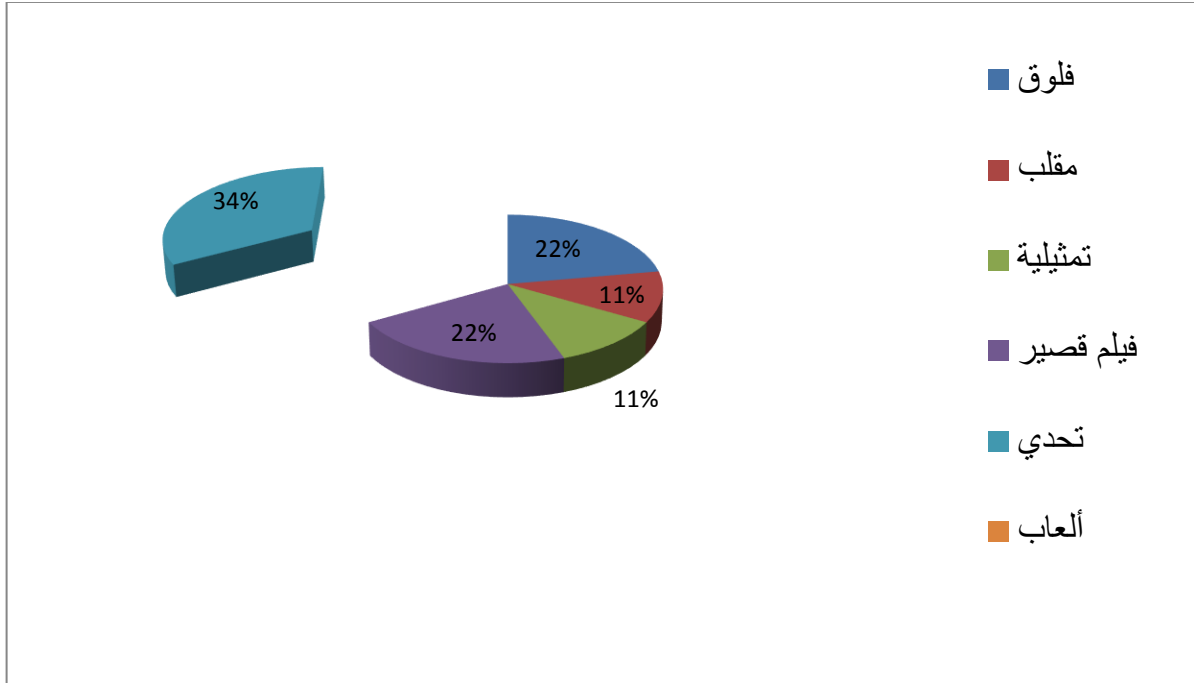
جدول رقم 10: يمثل فئة طبيعة الفيديوهات محل الدراسة

| النسبة المئوية | التكرار | طبيعة الفيديوهات |
|----------------|---------|------------------|
| 20% | 2 | فلق |
| 10% | 1 | مقلب |
| 10% | 1 | تمثيلية |
| 20% | 2 | فيلم قصير |
| 30% | 3 | تحدي |
| 10% | 1 | ألعاب |
| 100% | 10 | المجموع |

يمثل الجدول أعلاه طبيعة الفيديوهات طبيعة الدراسة حيث نجد التحديات بنسبة 30% ،

غالبًا تكون تحديات أكل ، نسبة 20% للأفلام القصيرة : فيلم زوجة الأب الشريرة وفيلم

انتقام الخدمة" , أيضا نسبة 20% فلوب¹ من خلال فيديو قص الشعر وفيديو الأعمال الخيرية, نسبة 10% بالتساوي للألعاب " لعبة الغميضة" وتمثيلات ومقالب.



رسم رقم (11) يمثل طبيعة الفيديوهات محل الدراسة

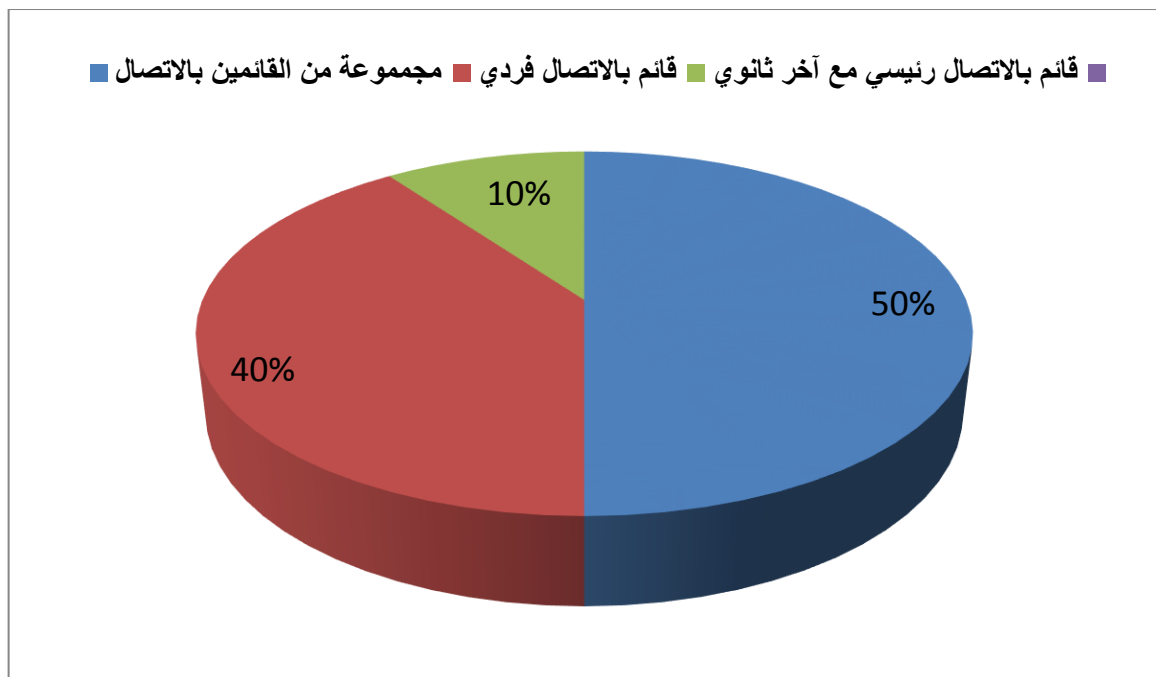
جدول رقم 11: يمثل فئة القائم بالاتصال

| النسبة المئوية | التكرار | القائم بالاتصال |
|----------------|---------|----------------------------------|
| 40% | 4 | قائم بالاتصال فردي |
| 10% | 1 | قائم بالاتصال رئيسي مع آخر ثانوي |
| 50% | 5 | مجموعة قائمين بالاتصال |

¹ اختصار لمدونة فيديو video و Blog حيث يشارك الناس أفكارهم أو تجاربهم أو معلوماتهم تم الاطلاع عليه على الموقع بتاريخ 14 ماي 2024 <https://www.woo.paris/blog/definition-vlog>

| | | |
|---------|----|------|
| المجموع | 10 | %100 |
|---------|----|------|

ما يغلب على الفيديوهات محل الدراسة ، هو مجموعة قائمين بالاتصال يشتركون في البطولة مع صاحب الفيديوهات بنسبة 50% ، نجد ذلك في الأفلام القصيرة والتمثيلات وحتى التحديات ، يليها القائم بالاتصال فردي بنسبة 40% والاستعانة بشخص آخر ثانوي بنسبة 10% .

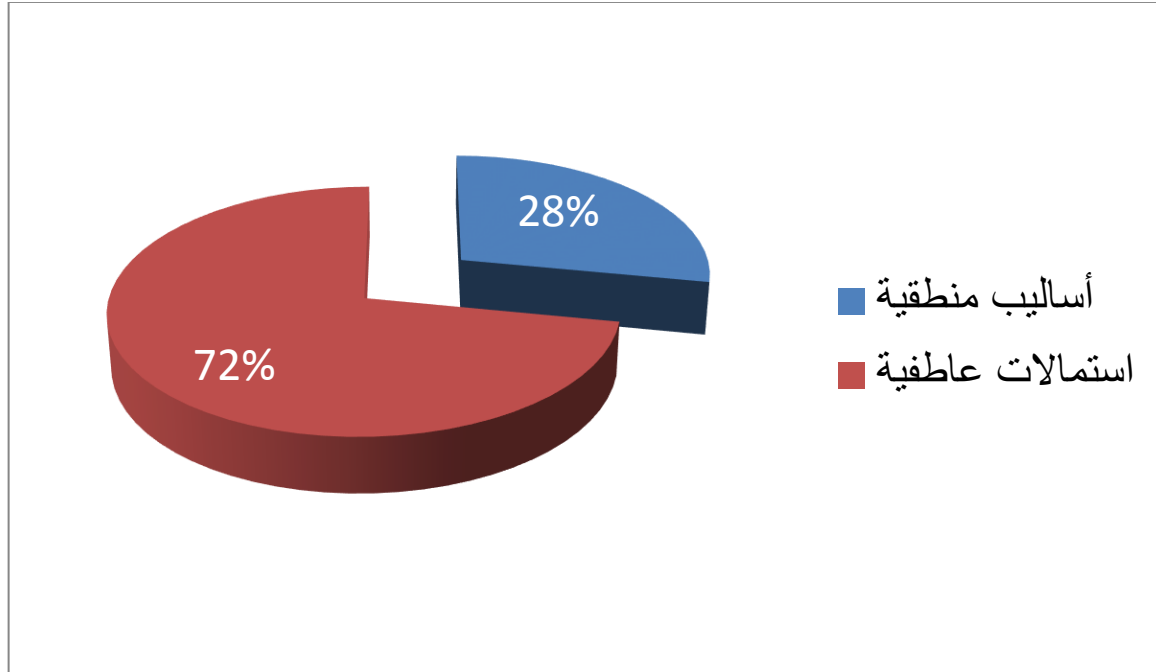


رسم رقم (12) يمثل فئة القائم بالاتصال

جدول رقم 12 يوضح فئة الأساليب الإقناعية:

| النسبة المئوية | التكرار | الأساليب الإقناعية |
|----------------|---------|--------------------|
| %72 | 31 | استمالات عاطفية |
| %28 | 12 | أساليب منطقية |
| %100 | 43 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه تفوق الاستمالات العاطفية بنسبة 72% على الأساليب المنطقية والحجج الواقعية بنسبة 28% .

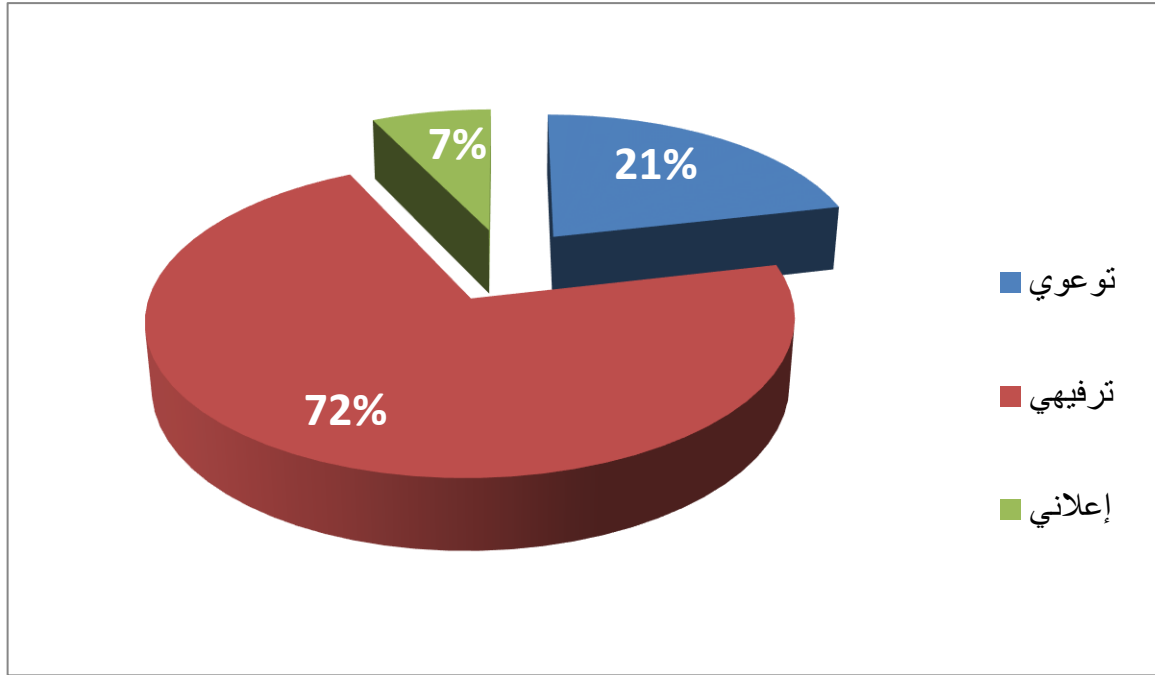


رسم رقم (13) يمثل فئة الأساليب الإقناعية

جدول رقم 13 يمثل فئة الأهداف:

| الأهداف | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| توعوي | 3 | 21,42% |
| ترفيهي | 10 | 71,42% |
| إعلاني | 1 | 7,16% |
| المجموع | 14 | 100% |

نلاحظ في الجدول أعلاه فئة الأهداف بحيث أن النسبة الأكبر كانت للهدف الترفيهي بنسبة 71,42% , ونسبة 21,42% للهدف التوعوي , أما بالنسبة للهدف الإعلاني أو الترويجي كانت بنسبة 7,16%.



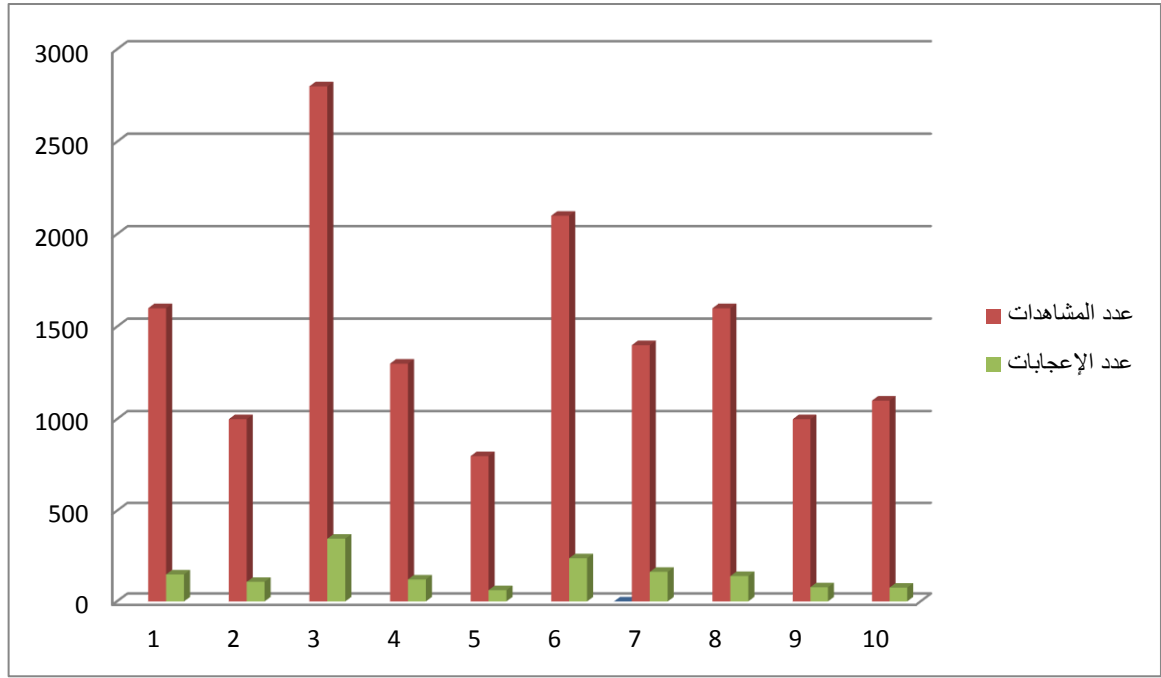
رسم رقم (14) يمثل فئة الأهداف

جدول رقم 14 يوضح فئة التفاعل:

| الفيديو | عدد المشاهدات | عدد الإعجابات |
|-------------------------------------|---------------|---------------|
| 01: تحدي 100 طبقة من الطعام !! | 16 مليون | 149 ألف |
| 02: تحدي الأكل بدقيقة واحدة !! | 10 مليون | 108 ألف |
| 03 : مقلب طيحت تلفون أختي الكبيرة ! | 28 مليون | 346 ألف |
| 04: يوم كامل نعمل أعمال | 13 مليون | 121 ألف |

| | | |
|-----------------|-----------|---|
| | | الخير ! |
| 62 ألف | 8 مليون | 05: لما يزوروك بنات عمتك المفجوعين ! |
| 238 ألف | 21 مليون | 06: شفا تحولت من عمر 9 إلى 18 |
| 163 ألف | 14 مليون | 07: شفا أول مرة تصبغ شعرها !! |
| 140 ألف | 16 مليون | 08: أغرب غميضة في البيت ! |
| 78 ألف | 10 مليون | 09: فيلم زوجة الأب شريرة ! |
| 76 ألف | 11 مليون | 10: فيلم انتقام الخدامة ! |
| مليون و 481 ألف | 147 مليون | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه فئة التفاعل على فيديوهات عينة الدراسة من عدد الإعجابات وعدد المشاهدات , حيث نلاحظ غياب خانة التعليقات لعدم وجودها وهذا راجع لطبيعة youtube kids التي تمنع التعليقات.



رسم رقم (15) يمثل عدد المشاهدات والإعجابات

جدول رقم 15 يوضح القيم الإيجابية والقيم السلبية :

| القيم السلبية | | | القيم الإيجابية | | |
|---------------|---------|-----------------|-----------------|---------|------------|
| النسبة | التكرار | القيمة | النسبة | التكرار | القيمة |
| %8,34 | 6 | التكبر | %0 | 0 | التواضع |
| %11,11 | 8 | الغباء | %9,09 | 3 | الذكاء |
| %6,94 | 5 | الجشع | %9,09 | 3 | الاعتذار |
| %2,8 | 2 | التخريب | %3,03 | 1 | صلة الرحم |
| %22,22 | 16 | الأكل بشراهة | %0 | | آداب الأكل |
| %5,55 | 4 | حب الامتلاك | %3,03 | 1 | التهادي |
| %1,4 | 1 | سوء الظن | %3,03 | 1 | تقبل الرأي |

| | | | | | |
|-------|----|----------|--------|----|----------------|
| | | | | | الأخر |
| %5,55 | 4 | التبذير | %24,24 | 8 | شكر الآخرين |
| %2,8 | 2 | الكذب | %6,06 | 2 | المنافسة |
| %5,55 | 4 | الظلم | %6,06 | 2 | التسامح |
| %4,16 | 3 | السرقه | %0 | | الأمانة |
| %4,16 | 3 | الانتقام | %3,03 | 1 | إكرام الضيف |
| %4,16 | 3 | الحقد | %33,33 | 11 | الصدقة |
| %6,94 | 5 | العنف | | | |
| %4,16 | 3 | التنمر | | | |
| %4,16 | 3 | العنصرية | | | |
| %100 | 72 | المجموع | %100 | 33 | المجموع |

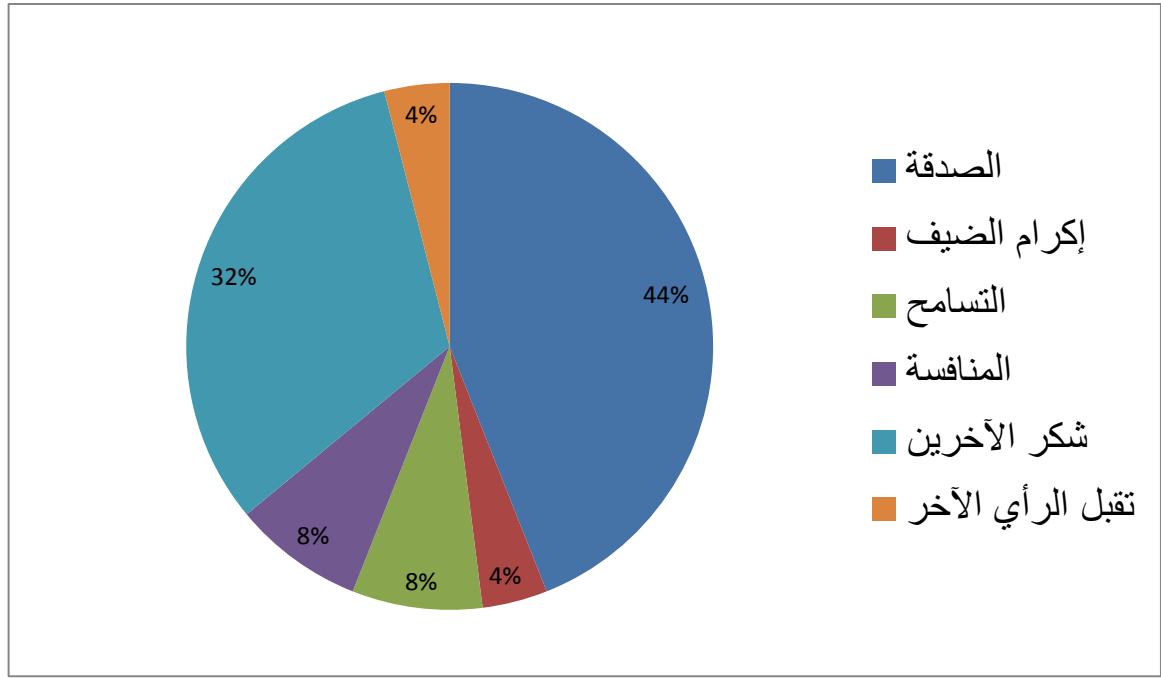
نلاحظ من خلال الجدول تنوع في القيم ما بين إيجابية وسلبية حيث شملت قيم أخلاقية

واجتماعية ومعرفية تمثلت مجملها في القيم الإيجابية: الصدقة بنسبة 33,33% , شكر

الآخرين 24,24% , الذكاء والاعتذار بنسبة 9,09%.

نسبة 6,06% لكل من المنافسة والتسامح, نسبة 3,03% لكل من القيم التالية: إكرام

الضيف, تقبل الرأي الآخر, صلة الرحم والتهادي



رسم رقم (16) يمثل القيم الإيجابية

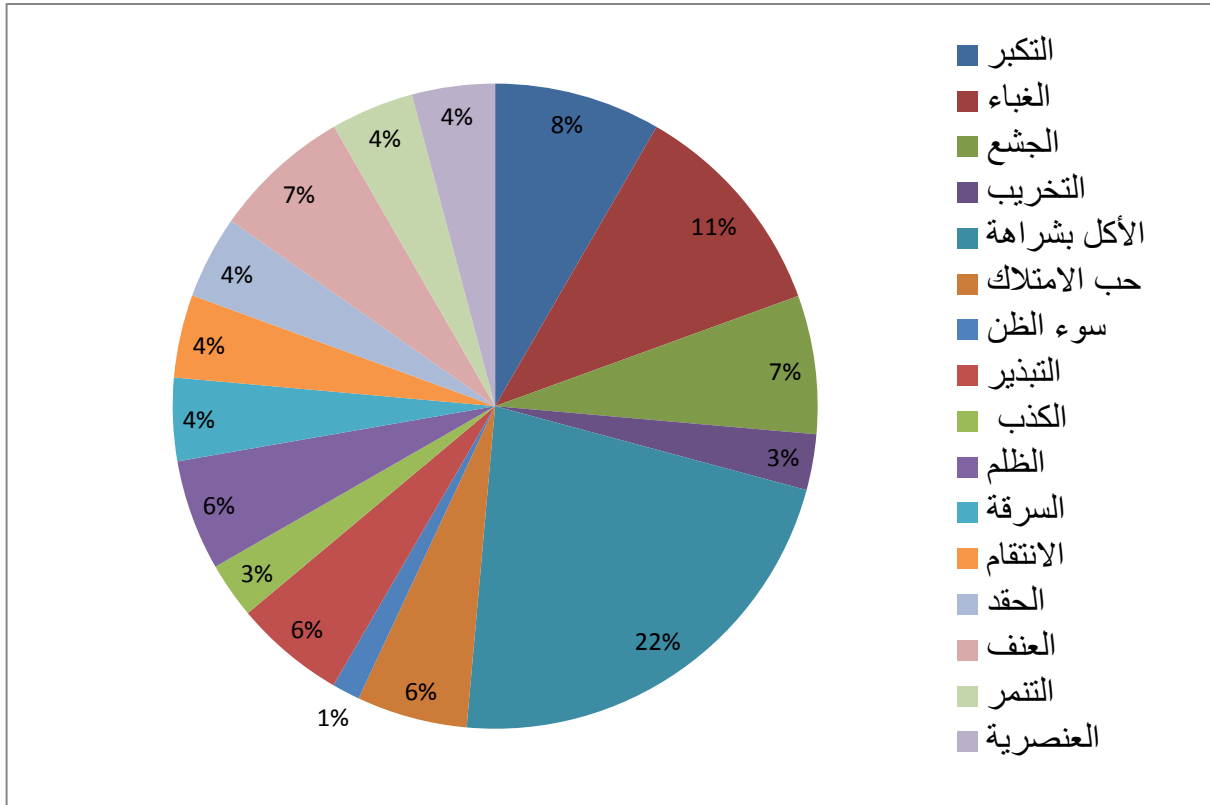
تظهر القيم السلبية في الجدول بأكثر نسبة للأكل بشراسة 22,22% حيث نلاحظ ذلك في تحديات الأكل وحتى في بعض التمثيليات، وقيمة التبذير بنسبة 5,55% ويتجلى ذلك في الكميات الكبيرة للأكل .

قيمة التكبر بنسبة 8,34% ، الغباء بنسبة 11,11% ، توظيف الجشع بنسبة 6,94%.

التخريب بنسبة 2,8% ، حب الامتلاك 5,55% .

سوء الظن 1,4%، الكذب بنسبة 2,8% ، الظلم بنسبة 5,55% .

نسبة 4,16% لكل من الانتقام، السرقة، الحقد، العنف، العنصرية والتتمر.



رسم رقم (17) يمثل القيم السلبية

نلاحظ من خلال تحليل الجدول المتمثل في القيم السلبية والقيم الإيجابية تغلب القيم السلبية بتكرار 77 مقارنة بالقيم الإيجابية 33، وهذا يظهر إستراتيجية متعددة الأبعاد تستهدف زيادة الجاذبية والتفاعل والتأثير العاطفي، مما يساعد على تحقيق انتشار واسع وأثر أكبر على الجمهور.

الفصل الخامس: التحليل الكيفي لمضامين الفيديوهات محل الدراسة

المبحث الأول: استنتاج نتائج التحليل الكمي لفئات الشكل

من خلال التحليل الكمي للجدول المستخرجة لفئات الشكل استنتجا ما يلي :

- هناك تقارب نوعا ما في المدة الزمنية للفيديوهات عينة الدراسة والتي قدرت ما بين حوالي 8 إلى 12 دقيقة , حاولت دراسة Demaria" عام 2017 تقديم توضيح لتأثير الإعلام المرئي على الأطفال , بحيث تم استنتاج وجود علاقة بين زيادة نسبة التعرض للفيديوهات وبين التأثير بالأفكار والاتجاهات التي يتبناها القائم بالاتصال, بل وحتى السلوكيات التي يقوم بها القائم بالاتصال, بحيث أن المشاهد وخاصة الطفل يميل إلى تقليد تلك السلوكيات التي يشاهدها.¹ ولكي يتحقق هذا التأثير يجب أن تكون الفيديوهات التي يتعرض لها الطفل قصيرة المدة بحيث أنه كلما كانت نوعية الفيديوهات قصيرة كلما زاد تأثيرها, حيث وجد أن الفيديوهات التي لا تزيد مدتها الزمنية عن عشر دقائق كانت أكثر تأثيرا على الأطفال , ذلك لإمكانية تذكر الطفل المحتوى الذي تقدمه الفيديوهات القصيرة على عكس الطويلة التي تشتت انتباهه ويمكن له نسيان ما شاهده بسهولة.²

- توظيف اللهجة الأصلية يضفي لمسة من المحلية على المحتوى ويعتبر وسيلة للتعبير عن الهوية الثقافية إلا أن بعض الفئة من الجمهور المستهدف غير ملم بتلك اللهجة, في حين انعدام اللغة العربية الفصحى كليا بالرغم من أنها اللغة الأنسب لصناعة محتوى مخصص للأطفال من أجل التعليم والتنقيف, خاصة وأن جمهور القناة من بلدان عربية مختلفة, فالشيء الذي يربطهم ويوحدهم هو اللغة العربية . أما استعمال اللغة الإنجليزية فكان عبارة عن كلمات وألفاظ متعود عليها ضمن اللهجة العامية وليس بشكل منفصل

¹ Tarasuik,J, Demaria,A & Kaufman,J. Transfer of problem solving skills from touchscreen to 3D model by 3 to 6 yearsold .**Frontiers in Psychology**,8.2017, p15.

² Samaha M. « Associations between screen media parenting practices and children's screen time in Lebanon » **Telematics and Informatics** 34, 2017, 351-358.

بمعدل 8 كلمات في الفيديو الواحد ويتم تكرارها مثال عن ذلك: ok, yummy , so
cute, wow, go, oh my god , cover ,thank you ,bye وهي كلمات سهلة
النطق والحفظ تستخدم كرمز للتطور والرقي وهذا راجع للعولمة والتكنولوجيا خاصة وأن
أغلب التعاملات داخل دول الخليج أصبحت تتم باللغة الانجليزية فعلى سبيل المثال
تستخدم كلمة "ok" بدلا من كلمة "حسنا" و كلمة "mall" بدلا من كلمة المركز التجاري
ونطق الأرقام بالانجليزية بدلا من نطقها باللغة العربية.

- ما يفسر استخدام العناوين التعجبية في مختلف الفيديوهات بالدرجة الأولى هو الرغبة
في جذب المشاهد وإثارة الفضول واستدراجه لمشاهدة المقاطع لمعرفة ما الذي يجعله
"غير متوقع" وبالدرجة الثانية، العناوين التعجبية تساعد على حسين محركات البحث، مما
يزيد من احتمالية ظهور الفيديو في نتائج البحث عندما يبحث المشاهد عن محتوى
متعلق بموضوع الفيديو.

ف نجد حتى الفيديوهات ذات الصياغة إخبارية تصف فقط مضمون الفيديو لكن تضاف
لها علامات تعجب مثال فيديو " فيلم زوجة الأب الشريرة!" و " فيلم انتقام الخدامة ! شفا"

- تم استعمال الموسيقى الحماسية بشكل كبير تقريبا في كل الفيديوهات كخلفية و كل فترة
تتغير تلك الموسيقى بحيث أنها تضفي جوا من المرح وطابعا ممتعا للفيديو وتجعله أكثر
جاذبية للأطفال، أما بالنسبة للموسيقى الدرامية والحزينة فهي تعزز المشاعر والأفكار
المراد إيصالها بحيث أن الطفل يكون متعود على الموسيقى العادية أو المرححة وفجأة

تصادفه موسيقى حزينة مرافقة لمقاطع درامية فهذا يخلق لديه إثارة للمشاعر وتكسر لديه ذلك الاستقرار .

- بالنسبة لموسيقى التحدي فهي تضيئي طابعا من الجدية لكونها سريعة الإيقاع مما يجعلها فعالة في جذب انتباه الطفل وتركيزه على الأحداث, تم توظيفها في الأفلام القصيرة ذات موضوع جدي مثل "فيلم انتقام الخدامة!"

- المؤثرات الصوتية تساهم المؤثرات الصوتية في تعميق الجو العام والإحساس بالواقع من خلال الأصوات التي تحيط بمكان الحدث وتعمل بوصفها أداة فعالة في ربط صورة غير مترابطة و توجيه مشاعر المتفرج واهتمامه للحظة أو حدث معين¹ فالمؤثرات الصوتية تعزز من الفعل الحقيقي وتبعث للمشاهد شعور به بحيث نجد وجود تأثيرات صوتية للأكل مرافقة لمشاهد أكل حقيقية تم توظيفها لتعزيز تلك المقاطع ,في حين تم توظيف مؤثرات صوتية للصدمة ويرافقها تأثير بصري مثلا باللون الأسود حتى تضيف له لمسة عاطفية .كذلك هو الحال بالنسبة للمؤثرات الخاصة بالفرح والنجاح .

- لعل ما يفسر توظيف اللقطة العامة بشكل كبير هو السعي لتصوير المشاهد بصورة كاملة وتبيان المحيط العام للتصوير بشكل أوضح وأوسع , بينما أن الاعتماد على اللقطة المتوسطة يحقق التوازن بين إظهار التفاصيل دون الإفراط بها, وخلق شعور بالاتصال مع المشاهد , فقد تم استخدامها لعرض التفاعل بين الشخصيات مع بعضها البعض أو

¹ The expressive Function of Music and Sound effects in the Iraqi Cinematic movie, Anies Hamood Miadedi , journal of university of Babylon for Humanities ,Vol.(26), No.(09) :2019 2024 تم الاطلاع عليه يوم 13 ماي 2024

لإظهار لغة الجسد , وتم الربط مع اللقطات القريبة والقريبة جدا لإبراز تعابير الوجه وتبيان الحالة النفسية والشعورية للشخصيات . ساعدت اللقطات القريبة جدا في خلق شعور التقارب مع الشخصيات أو الأشياء, مثال عن ذلك: في فيديو "شفا تحولت إلى عمر 18" تم استخدام العديد من اللقطات القريبة عن مستحضرات التجميل والأظافر الاصطناعية وكيفية تطبيقها , أيضا في فيديو "انتقام الخدامة" تم التركيز على ملامح العاملة لإبراز حالتها النفسية.

المبحث الثاني: قراءة ومناقشة نتائج التحليل الكمي لفئات المضمون

- استطاعت تسليط الضوء على العديد من القضايا التي تحدث داخل المجتمع العربي بما في ذلك العلاقة مع زوجة الأب من ناحية أن زوجة الأب دائما شريرة وتسعى لتخريب العلاقة بين الأولاد والأب, وتقوم بظلم الفتاة اليتيمة من دون علم أبيها ومعاملتها أسوأ معاملة.

- من جهة أخرى حاولت إظهار الجانب الخفي منعاملات الأجانب وكيفية التعامل معهم سواء من ناحية ربة المنزل التي تحتقر العاملة وتهينها بدون أي سبب أو من ناحية العاملة التي تسعى للانتقام وسرقة الذهب والهرب من المعاملة السيئة, لكن في الأخير تم

التركيز فقط على فكرة أن "العاملة لا تؤتمن" ووجب دائما توخي الحذر واتقاء شر
العاملات.

- نجد أيضا محاولتها لمشاركة الأعمال الخيرية من صدقة وتوزيع هدايا عن طريق تقديم
مبلغ مالي لعمال النظافة (11 عامل) وتوزيع ألعاب وهدايا للأطفال الصغار في المركز
التجاري لإدخال البهجة والسرور في أنفسهم (29 طفل). في ظاهر الأمر يبدو جيدا من
خلال إظهار المساعدة الخيرية والأعمال المحببة لكن عند إعادة نفس الفعل وتكراره
بصفة دائمة قد يولد لدى الطفل نوعا من الانفصال عن الواقع, ويقول في ذلك عزي عبد
الرحمان على وسائل الإعلام "أنه بحكم وظائفها المتعددة والتسويقية والترفيهية تقدم
نماذج عدة عن المكان وتكون صورا ذهنية مختلفة, فهي تعرض نمطا من الحياة يمتزج
فيه الواقع مع الخيال, والخيال قد يكون أكثر تأثيرا من الواقع باعتباره أنه عالم موازي
يخضع للتأويل الذي يريد المتلقي أن يضيفه عليه في حين يكون الواقع محددًا مسبقًا ويقل
فيه التأمل واتساع الأفق والمجال. ويلعب المكان الرمزي دورا أساسيا في تكوين هذه
الصور الخيالية.¹

- تعزيز العادات والسلوكيات المضرة والمتهورة , ففي الوقت الذي يفترض فيه أن تساهم
الفيديوهات الموجهة للأطفال في تربيتهم وتعليمهم وإرشادهم , تصبح أداة لنشر

¹ عبد الرحمان عزي, الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية, قراءة معرفية في الرواسب الثقافية, الدار المتوسطة للنشر, 2009, ص66.

السلوكيات الخاطئة التي ينجم عنها عواقب وخيمة على صحة الأطفال النفسية والجسدية, كالاختناق أو الإصابة بأمراض خطيرة مثل السمنة وداء السكري.

- تعد الماديات والمظاهر والبهرجة من العوامل إلى تجذب انتباه الطفل وتبهره بشكل كبير ويمكن أنها تشعرهم بالدونية خاصة إذا لم يتمكنوا من كسب نفس الأشياء أو من خلال تحديد معايير للجمال لا أساس لها من الصحة.

- تعتبر التحديات من أكثر المضامين والمحتويات التي تلقى إقبالا كبيرا من قبل المشاهدين وخاصة الأطفال كونها تثير الفضول وتخلق جو من الإثارة والمنافسة , وأغلب التحديات التي تقوم بها قناة shfa منذ بداية قناتها هي تحديات أكل بطريقة سريعة وكميات كبيرة وهذا قد يسبب مشاكل صحية كثيرة كالإجهاد على الجهاز الهضمي أو السمنة واكتساب وزن زائد . أما بالنسبة للأفلام القصيرة والفلوقات وحتى التمثيليات فغالبا تدور حول قضايا في المجتمع ومشاهد مستوحاة من الحياة اليومية للأسرة الإماراتية تحاول تجسيدها بطرق هزلية وأخرى درامية , وفي بعض الأحيان تقوم بتمثيل قصص خيالية أو أحداث غير واقعية تثير من خلالها خيال الطفل المشاهد.

- تسعى القناة من خلال التنوع في الأشخاص داخل الفيديوهات إلى جذب انتباه المشاهد خاصة عندما يكون هؤلاء الأشخاص أطفال مثلهم بحيث يبرزون مهاراتهم في التمثيل وفي تقليد العديد من الشخصيات مثل الجدة والعمة وغيرها. أما المقاطع التي فيها القائم بالاتصال فردي فهي تركز أكثر على صاحبة القناة وشخصيتها وخلق صورة جيدة لها

عند المشاهد الطفل ليتعلق بها أكثر, كذلك الأمر بالنسبة لإضافة شخص ثانوي معها تقوم بمنافسته مما يثير الفضول لدى الطفل لاكتشاف جوانب أخرى لصاحبة القناة.

- تعتمد قناة shfa على الاستمالات العاطفية بشكل كبير لقدرتها على استقطاب المشاهد وبناء رابطة عاطفية معه مقارنة بالأساليب المنطقية والحجج الواقعية بنسبة أقل, بحيث أن التركيز على الحجج والمنطق يؤدي بالملل ولا يمكن لأطفال في سن صغيرة استيعابه , خاصة فيما يتعلق بمواضيع حساسة. بينما الاستمالات العاطفية تزيد من فرص قبول الأفكار والآراء التي يتم عرضها , حيث يميل الناس إلى التفاعل بشكل أكبر مع الرسائل التي تتضمن عناصر عاطفية.

- النسبة العالية للأهداف الرئيسية تشير إلى أن القناة تركز بشكل كبير على تقديم محتوى ترفيهي بما فيه ألعاب , تجارب, تحديات وحتى بعض التمثيليات يكون الهدف منها ترفيهي بالدرجة الأولى وأيضا نشاطات تجذب انتباه الطفل وتحافظ على اهتمامه, فالتركيز على المحتوى الترفيهي في القناة يعزز من تفاعل الأطفال ويجعل منها وجهة مفضلة لهم للاستمتاع بوقتهم.

- نسبة الأهداف التوعوية تشير إلى وجود محتوى إرشادي, بحيث يتضمن المحتوى قصص وتمثيليات تحمل في طياتها رسائل أخلاقية وتعليمية وأيضا أفلام قصيرة حول مواضيع مختلفة مثل المعاملة الحسنة والصحة وغيرها وإدراج أحاديث نبوية حول ذلك. النسبة المنخفضة للأهداف الإعلانية تشير إلى أن القناة لا تعتمد بشكل كبير على المحتوى

المخصص للإعلانات والترويج التجاري، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن القناة تعتمد على وسائل ربحية أخرى غير الإشهار العلني الصريح لبعض المنتجات ، وتركز على المحتوى الأساسي للقناة وهو الترفيهي، بحيث تهدف القناة بشكل رئيسي على تقديم محتوى مسلي يجذب الأطفال ويشجعهم على متابعة القناة بانتظام.

- حصدت الفيديوهات نسب مشاهدات عالية يمكن أن يرجع ذلك للنشر المستمر للقناة عن طريق جدول منتظم وبالتالي يكون الفيديو من بين الاقتراحات الأولى على منصة يوتيوب ، أيضا يرجع لطبيعة الجمهور المشاهد بحيث أن الأطفال يميلون لمشاهدة الفيديوهات مرارا وتكرارا خاصة إذا كان مبهجا وممتعا في نظرهم ، أما بالنسبة لعدد الإعجابات الذي يعد أقل نسبيا كون الأطفال يركزون على المحتوى أكثر من التفاعل خاصة وأن زر الإعجاب ليس بارزا أو متاحا بسهولة .

- تنوعت القيم الإيجابية حيث شملت قيم أخلاقية واجتماعية ومعرفية تمثلت مجملها في: الصدقة بنسبة 33,33% ، شكر الآخرين 24,24% هذه تعكس ثقافة الامتنان وتقدير الآخرين، الذكاء والاعتذار بنسبة 9,09% بحيث تدل قيمة الذكاء على ضرورة تفعيل العقل وتجلى ذلك في لعبة الغميضة، والاعتذار بعد الخطأ يدل على تحمل المسؤولية وإدراك الخطأ وكيفية التعامل مع النزاعات بشكل سلمي من أجل المحافظة على العلاقات.

- التسامح قيمة أساسية في تعليم الأطفال كيفية العيش بسلام واحترام الآخرين والتخلص من المشاعر السلبية مثل الغضب والضغينة. توظيف قيمة التناقص يمكن أن يكون مفيداً في حالة ما تم تقديمه بطريقة تعزز الروح الرياضية والمثابرة من أجل تحقيق الأهداف وتحفيز الأداء الشخصي, لكن في حالة ما إذا تم توظيفه بطريقة غير صحيحة يمكن أن يقود الأطفال لاستعمال وسائل غير أخلاقية للفوز مثل الغش والتضليل.
- نسبة 3,03% لكل من القيم التالية إكرام الضيف, تقبل الرأي الآخر, صلة الرحم والتهادي , حيث يعد إكرام الضيف من عادات وشيم العرب وتوظيف إكرام الضيف في بعض الفيديوهات يعطي نماذج عن كيفية استقبال الضيوف والترحيب بهم, ويقوي بذلك الروابط الاجتماعية بما فيها صلة الرحم التي تعتبر قيمة دينية وثقافية تشجع على بناء علاقات أسرية سليمة , تقبل الرأي الآخر يعزز من احترام الاختلافات بين الأشخاص ويعلم الأطفال كيفية التفكير بشكل نقدي مما يعزز قدرتهم على اتخاذ قرارات مستنيرة .
- التهادي أو تقديم الهدايا للناس بدون مناسبة أو انتظار مقابل يعزز مشاعر المحبة والعطاء بين الأفراد, حيث نلمس ذلك في فيديو "إسعاد الناس" وذلك ينعكس حتى على الفرد الذي يعطي الهدية لأنه يسعد بإسعاد الآخرين.
- قيمة التكبر تظهر في تعزيز السلوكيات المتعجرفة والغرور ويقلل من التعاطف مع الآخرين واحتقارهم, كما يعزز لديهم الشعور الزائف بالتفوق على الآخرين.

- توظيف الغباء في البداية قد يبدو مضحكا أو مسليا ويجذب الانتباه بسبب المشاهد الطريفة والخارجة عن المألوف والجدية, لكن تقليد السلوكيات الغبية قد يؤثر على تصرفات الأطفال في الحياة اليومية ولا يمكنهم التمييز بين ما هو واقعي وما هو مبالغ فيه, مثال عن ذلك لعبة الغميضة والبحث في أماكن غبية.
- توظيف الجشع يحفز لدى الأطفال الرغبة في التملك بشكل مفرط دون المشاركة أو اعتبار للآخرين, وقد ينعكس على نفسية الأطفال في حالة لم يحصلوا على ما يريدونه.
- السبب الرئيسي لتوظيف مشاهد التخريب هو جذب الانتباه بحيث أن الأطفال تجذبهم مشاهد الإفساد والتخريب, لكن هذا قد يثير لهم مشاعر الغضب والكراهية والعدوانية مما قد يؤثر سلبا على علاقاتهم مع الآخرين, ويجعلهم لا يدركون قيمة الأشياء الحقيقية وئمنها.
- حب الامتلاك يتجلى في التركيز على الماديات والكثرة والرغبة المفرطة في امتلاك الأشياء وعدم مشاركتها مما يساهم في الشعور بالغيرة وعدم الرضا وقد نستطيع ملاحظة ذلك كثيرا على وجوه الشخصيات وملاحظة الجوانب الأنانية.
- عرض سوء الظن كجزء من السلوك اليومي, حتى ولو كان ذلك في إطار المزاح, يمكن أن يعزز التفكير السلبي والتحيز غير العادل تجاه الآخرين

- يتم توظيف الكذب كعنصر من التشويق والمفاجأة، لكن الاعتياد على مشاهد الكذب قد يعطي الانطباع بأن الكذب والخداع وسيلة مقبولة لتحقيق الأهداف أو تجنب العقاب، ومن السهل ممارسته.

3-النتائج العامة

توصلنا من خلال تحليلنا لعينة من فيديوهات قناة Shfa إلى جملة من النتائج التي

تجيب على أسئلة البحث يمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

- تصنف فيديوهات قناة شفا بأنها قصيرة المدة بحيث أن أطول فيديو لا يمكن أن تتجاوز مدته ربع ساعة، وهي من بين مميزات المحتويات الأكثر متابعة من قبل الأطفال عبر يوتيوب.

- تعتمد قناة شفا في تقديم المحتوى على لهجتها الأم باعتبارها الأسهل لإيصال المعاني مع توظيف كلمات بالانجليزية تم الاعتياد عليها في الفضاء العام ، مع غياب تام للغة العربية الفصحى، الأمر الذي كان محبذ كونها قناة موجهة للأطفال

- تلجأ قناة شفا لاستعمال العناوين التعجبية على مقاطع الفيديو، وهي إستراتيجية مدروسة لكي تنصدر المقاطع قائمة المقترحات عند البحث عن موضوع له علاقة بالفيديو، وبالتالي فإنها تجذب المشاهد لكشف الغموض حول عنوان الفيديو.

- في كل فيديوهات القناة يتم توظيف خلفية موسيقية، في غالب الأحيان تكون موسيقى حماسية ويتم تغييرها في كل مقطع لتبعث للمشاهد نوعاً من المرح وعدم الملل عند

المشاهدة, كما توظف الموسيقى الدرامية والحزينة في المقاطع التمثيلية التي تعبر عن الجدية في مواضيع معينة, للسيطرة على عواطف المشاهد والتحكم في أحاسيسه

- توظف القناة كم هائل من المؤثرات الصوتية التي تقدم دورا وظيفيا وتعبيريا مكملا للصورة المشهدية. فالموسيقى والمؤثرات الصوتية تدعمان مضمون الصورة وتعمق معنى الحدث الدرامي وتضيف الحيوية على تتابع أحداث القصة السمعية البصرية, وتتغير وفق المكان والمضمون.

- ظهرت مضامين الفيديوهاات في قوالب وأشكال متعددة تنوعت بين أفلام قصيرة وتحديات أكل وفيديوهاات حول تغييرات في المظهر الخارجي.

- 32,14% من الأماكن التي تم التصوير فيها كان داخل المنزل, أكثر مكان مريح للتصوير بالنسبة لفتاة صغيرة, على عكس الشارع ليس عملي كثيرا للتصوير.

- غلبت على لقطات التصوير اللقطة العامة التي حاولت من خلالها المصورة أخت شفا التقاط الإطار العام للمشاهد, تليها اللقطة القريبة جدا التي ركزت على أدق التفاصيل, وتم الانتقال فيما بينهما عن طريق اللقطة المتوسطة واللقطة القريبة.

- بالنسبة لطبيعة المواضيع التي تم التطرق إليها فكانت أغلبها لا تتناسب مع جمهور الأطفال, بحيث أن القائمين على القناة يسعون لترسيخ بعض الأفكار الدخيلة وتكييفها في قالب مسلي.

- بالنسبة إلى طبيعة القائم بالاتصال, نجد أن نسبة 50% عبارة عن مشاركة بين مجموعة من الأطفال مع صاحبة القناة , هذا نلاحظه فقط مؤخرا , أي قبل سنتين تقريبا كانت صاحبة القناة هي من تقوم بجميع الشخصيات , أين تلقت حملة هجوم وشائعات بأنها تقوم بالتصوير تحت التهديد.
- تم التطرق إلى المواضيع المشار إليها في الدراسة عن طريق توظيف للاستمالات العاطفية بنسبة 72% .
- محتوى قناة شفا ترفيهي بالدرجة الأولى, حتى في حالة ما إذا كان الموضوع توعوي يتم التطرق إليه بأسلوب هزلي ممزوج مع درامي.
- تنوعت القيم التي تعكسها فيديوهات قناة shfa ما بين قيم إيجابية وقيم سلبية, غير أن هذا النوع الأخير من القيم كان الغالب على المضامين التي تم عرضها, فرغم أن بعض الفيديوهات محل التحليل كانت تركز على قيمة إيجابية معينة , إلا أنها تأتي محاطة بالمجموعة من القيم السلبية تقدم بشكل ضمني تم التعرف عليها بعد التحليل الكيفي .
- تحصد القناة نسب مشاهدة عالية و إعجابات قليلة نوعا ما مقارنة بعدد المشاهدات, وعدد المتابعين وكذلك كثافة البث , بحيث تبث باستمرار بمعدل 4 فيديوهات في الأسبوع.
- تضمنت بعض الفيديوهات محل الدراسة مجموعة من قيم العولمة السلبية التي تعطي دلالة واضحة على أن قيم العولمة حتى وإن كانت مرتبطة بالثقافة الأمريكية بالدرجة الأولى فإنها قد أصبحت قيم ثقافية عالمية, تكاد تتبناها كل دول العالم كنسق قيمي

معاصر, كاللتمتر في المدارس والجشع وحب التملك وحتى تعزيز المظاهر والماديات مثل وضع مساحيق التجميل وتركيب الأظافر الاصطناعية وصبغة الشعر وهذا غير مناسب للأطفال. يقول عزي عبد الرحمان "يقوم عقل الإنسان أساسا على التفكير والتدبر والتأمل وما يسمى عامة بالنشاط الذهني, ويختلف هذا النشاط من فرد لآخر كما تختلف المجالات موضع التفكير, فيمكن أن ينشغل العقل بقضايا كلية كما يمكن أن يهتم بقضايا جزئية وفق التوجه العام الذي يحكم حياة الفرد وما يسميه الظاهرتيون بالموقف, أي الوضع العام المتخذ تجاه نطاقات واسعة من الحياة والاهتمامات بما في ذلك الأسلوب الخاص من التفكير".¹

- تضمنت بعض الفيديوهات قيم إيجابية مثل الصدقة والعطاء وهي قيم متأصلة في الدين الإسلامي بحيث نرى أن عزي عبد الرحمان يعطي مفهوما مثاليا للقيمة, ومعنى أخلاقيا ساميا مصدره الدين. ثم تنطلق من تصور معياري للثقافة, حيث يعتبرها معايشة فعلية للواقع عبر إدراكه المنطقي بالعقل في ضوء القيم. وبموجب هذا, تنظر نظرية الحتمية القيمية إلى وسائل الإعلام والاتصال على أنها طرف في النظام الثقافي, أين ينبغي عليها أن تعبر عن الثقافة في رسائلها بشكل يعكسها ولا يؤسسها.² وهذا ما يراد من القنوات المخصصة للأطفال التي حلت محل وسائل الإعلام وأخذت مكانها في التنشئة وغرس القيم.

¹ عبد الرحمان عزي, الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية, قراءة معرفية في الرواسب الثقافية, الدار المتوسطة للنشر, 2009, ص177.

² خليفة العرياق, محمد برقان, قيمة القيم في الإعلام والاتصال, قراءة في نظرية "عبد الرحمان عزي", الجامعة الدولية للاتصال الاجتماعي, جامعة عبد الحميد ابن باديس, مستغانم, المجلد 09, العدد 01, الجزائر, 2022, ص327.

- من خلال البحث تبين أن الفتاة شفا تملك أكثر من 8 قنوات بلغات مختلفة منها الهندية, الإنجليزية, وحتى الكورية, ومحتويات متنوعة, تبث في أغلب قنواتها بشكل دوري و مستمر, وهذا أمر صعب على العائلة لوحدها إن كانت هي من تقوم بالتصوير وكل أعمال التركيب, فعلى الأغلب هناك طاقم كبير يقوم بإدارة كل هذه القنوات , ويضع خطط واستراتيجيات لزيادة عدد المتابعين من خلال التنوع في المضامين المعروضة.
- في بعض الأحيان تقوم الفتاة بتمقص شخصيتين أو أكثر في نفس الفيديو, أي أنها تقوم بالتصوير المضاعف, وهذا أمر مرهق على طفلة صغيرة, و بشكل متواصل على مدار الأسبوع ولأكثر من قناة.
- منذ سنة 2020 إلى غاية 2024, وصل عدد المتابعين الجدد إلى أكثر من 20 مليون متابع خلال هذه الأربع سنوات, وهذا أمر يصعب حتى على أكبر صناعات المحتوى على يوتيوب, مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة وخوارزميات اليوتيوب.
- أغلب محتويات القناة خاصة المقالب فيها تقليد كبير لمقاطع الفيديو الأجنبية من ناحية الفكرة, والتصوير وحتى المؤثرات الصوتية والبصرية.
- تركز قناة Shfa على فكرة " ما تكرر تقرر ", بحيث هناك إعادة لبعض الأفكار بشكل مستمر كل مدة في القناة الأساسية والقنوات الأخرى, في بعض الأحيان يتم إعادة بث الفيديوهات القديمة وفي البعض لأحيان يتم تصوير فيديوهات جديدة لكن بنفس الفكرة, وذلك لكي تترسخ في ذهن المشاهد ليصدقها ويقتنع بها ويتبناها.

- صاحبة القناة متأثرة بشكل كبير بالثقافات الغربية ويظهر ذلك من خلال الاقتناء المتزايد للمنتجات الكورية مثل "الاندومي" واستهلاكها بشكل كبير ومحاولة إدراجها في أغلب الفيديوهات, أيضا الثقافة الأمريكية التي تظهر بشكل جلي في طريقة اللباس مثل "Jeans" و "Heals" أيضا في محلات الأطعمة والمشروبات "ستاربكس" التي باتت رمز للحضارة والرقى, وكل من يأكل هناك فهو شخص مواكب للتقدم .

الخاتمة

يزداد الاهتمام بالطفولة انطلاقا من كون الطفل برعم الحياة واللبنة الأساسية للمجتمع, خاصة وأن الوسائط الرقمية أصبح أداة واعدة تحمل من الإمكانيات ما يخولها التأثير على حياة الفرد منذ طفولته وحتى بعد بلوغه وتستمر معه حتى هرمه. وإن القيم هي الحجر الأساسي لبناء شخصية الطفل السوية.

تسعى برامج الأطفال بشكل عام إلى تقديم مضمون قيمى يساهم في تنشئة الطفل وتنقيفه وبناء شخصيته, ونظرا لأهمية القيم بالنسبة للفرد والمجتمع فإن من الضروري التركيز على بث مضمون قيمى لا يتعارض مع قيم المجتمع ولا يشكل تناقضا قيميا في حياة الطفل

بشكل خاص, غير أن بعض القنوات الموجهة للأطفال على منصة يوتيوب قد لا تعكس مضامينها هذا المبدأ , وهذا ما توصلنا إليه من خلال دراستنا التي تناولت القيم في محتوى الرقمي الموجه للأطفال عبر قناة Shfa على يوتيوب , يمكننا أن نستخلص أن محتواها يحمل في طياته مجموعة متنوعة من القيم حيث يسهم بعضها بشكل إيجابي في تعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية, مثل الصدقة وشكر الآخرين, بينما يحمل البعض الآخر قيما لا تمثل النسق القيمي للمجتمعات العربية التي لها تأثيرات غير مرغوبة تتطلب انتباها ورقابة أكبر, حيث تظهر بعض القيم الايجابية الضرورية ويغيب الكثير منها, وتحل محلها قيم سلبية يفترض أن يتم التنبه إلى خطورتها.

إن الحديث عن مضامين القنوات الموجهة للأطفال في الفضاء الرقمي هو حديث عن رافد مهم من روافد التنشئة الاجتماعية لأطفالنا اليوم, وهذا يفرض علينا التحلي بروح المسؤولية اتجاه ما نقدمه لهم, بالتفكير الجاد في إنتاج مضامين عربية إسلامية تسعى إلى بناء شخصيته وتنقيفه بشكل يراعي هويته الحضارية.

يتبين لنا مدى أهمية المحتوى الرقمي وكيف أنه يلعب دورا محوريا في تشكيل أفكار وسلوكيات الأطفال وقيمهم من خلال المضامين التي يتم التعرض لها. وي طرح المحتوى الرقمي المتنوع والوصول السهل إلى الانترنت تحديات في الإشراف على استخدام الأطفال له والتأثر به. وبالتالي تظهر أهمية البحث المستمر والتقييم الدوري للمحتوى الرقمي لضمان أنه يلبي احتياجات الأطفال التعليمية والترفيهية بشكل متوازن .

قائمة المصادر والمراجع

I. باللغة العربية:

الكتب:

- 1) أحمد وسام, الوسائط المتعددة في الصحافة تصميمها وانتاجها, العربي للنشر والتوزيع, مصر, ط1, 2018.
- 2) الأعصر مصطفى, المحتوى الرقمي الغربي vs المحتوى الرقمي العربي, مركز هوردو للدعم التعبير الرقمي, مصر, 2006.
- 3) السيد أحمد مصطفى عمر , البحث العلمي إجراءاته , ومناهجه, مكتبة الفلاح , القاهرة مصر , 2002 .
- 4) المعاينة خليل عبد الرحمان, علم النفس الاجتماعي, ط2, دار الفكر, الأردن, 2007.
- 5) افرام فؤاد البستاني, قاموس عربي للطلاب , دار المشرق للنشر والتوزيع , بيروت, 1995.
- 6) حمدي محمد الفاتح , منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال دروس نظرية وتطبيقية, دار أسامة, الأردن, 2017.
- 7) خضير ياسر البياني: الإعلام الجديد, الدولة الافتراضية الجديدة, ط1, دار البداية ناشرون وموزعون, عمان, 2014.
- 8) دليو فضيل, التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال , دار الثقافة , الأردن, 2010.
- 9) سباعي السيد, الدراما الرقمية والمسرح الرقمي, الهيئة العربية للمسرح, الإمارات العربية المتحدة, ط1, 2018.
- 10) شفيق محمد, البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية, المكتب الجامعي الحديث, الإسكندرية, 1996.
- 11) صالح محمد علي أبو جادو, سيكولوجية التنشئة الاجتماعية, دار المسيرة, عمان, ط5, 2006.
- 12) طالة لمياء , الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي, ط , دار أسامة للنشر والتوزيع, 2014.

- (13) عبد الفتاح الهلباوي ماجدة: الإعلام الإلكتروني ودوره في الإعلام الدولي, ط1, 01, مكتبة وفاء القانونية, الإسكندرية مصر, 2014
- (14) عدلي عاطف العبد , استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام, دار الفكر, ط1 , القاهرة, 2003 .
- (15) عزي عبد الرحمان, الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية, قراءة معرفية في الرواسب الثقافية, الدار المتوسطة للنشر, 2009.
- (16) عزي عبد الرحمان, دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز, مركز دراسات الوحدة العربية, سلسلة كتب المستقبل العربي, ط28, بيروت, 2003.
- (17) عزي عبد الرحمان, نظرية الحتمية القيمية في الإعلام, أريانة, تونس, الدار المتوسطة للنشر, 2011.
- (18) عصام صلاح مروى, الإعلام الإلكتروني : الأسس وآفاق المستقبل, دار الإعصار للنشر والتوزيع, عمان 2015
- (19) علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) , دار أسامة للنشر والتوزيع, الأردن 2014.
- (20) عقلة عبد الله مجلي الخزاعة, الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية, دار الحامد للنشر والتوزيع, الأردن, ط1, 2009.
- (21) علي عبد الرحيم صالح, المعجم العربي للمصطلحات النفسية, دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع , عمان, 2013.
- (22) عوض صابر فاطمة, ميرفت علي خفاجة, أسس ومبادئ البحث العلمي, مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية, مصر, 2007.
- (23) غازي عناية, منهجية إعداد البحث العلمي, ط3, دار المناهج للنشر, عمان, 2008.
- (24) كنعان علي: الإعلام الإلكتروني: د ط, دار الأيام للنشر والتوزيع, عمان, 2015.

25) محمد خطاب أمل. السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتكنولوجيا المتطورة " البودكاست نموذجا" , مجلة كلية الآداب , جامعة بنها , العدد47, الجزء الرابع, مصر, 2018.

26) مصطفى عباس صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات, دار الشروق للنشر والتوزيع, الأردن, 2008.

27) مكايي حسن عماد, السيد ليلي حسن, الاتصال ونظرياته المعاصرة, القاهرة, الدار المصرية اللبنانية. 1998.

28) منال هلال مزاهرة, بحوث الإعلام الأسس والمبادئ , دار كنوز المعرفة, عمان ط1, 2010.

29) منير محمد حجاب, الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية, دار الفجر للنشر والتوزيع, القاهرة, 2000.

المجلات:

1) اسعيداني سلامي, تأثير التلفزيون كمؤسسة إعلامية في تعزيز وتوجيه سلوكيات الطفل: رؤية نقدية من منظور سوسيولوجي إعلامي, مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية, كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, جامعة محمد بوضياف بالمسيلة, العدد10, الجزء الثاني, جوان2016.

2) الجموعي مؤمن بكوش, القيم الاجتماعية, "مقاربة نفسية اجتماعية اجتماعية", مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية, العدد8, سبتمبر, 2014.

3) العرياق خليفة, برقان محمد, قيمة القيم في الإعلام والاتصال, قراءة في نظرية "عبد الرحمان عزي", الجامعة الدولية للاتصال الاجتماعي, جامعة عبد الحميد ابن باديس, مستغانم, المجلد09, العدد 01, الجزائر, 2022.

4) بن ميلود شمس الهدى, لعلاوي خالد, مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على القيم الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة, دراسة تحليلية لمحتوى اليوتيوب المقدم للأطفال, مجلة

العلوم الإنسانية جامعة الإخوة منتوري قسنطينة1, الجزائر, المجلد30, عدد5,
ديسمبر 2019

- (5) بوكرزازة كمال, غزال عبد الرزاق, المحتوى الرقمي العربي على الانترنت دراسة في الاستخدامات والأشباع , مجلة الإعلام العلمي والتقني, العدد2, الجزائر, 2010
- (6) بوفدح بديسي أ . وحيدة, القيم في برامج قناة mbc3 الموجهة للأطفال, مجلة المعيار , العدد42, جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية , قسنطينة, 2017.
- (7) خضر حلمي ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية, دراسة ميدانية على المجتمع القطري,مجلة الجامعة, دمشق, المجلد 24 , العدد1+2, 2008.
- (8) سليمان حسين نسيمه إمام, استخدام الطفل المصري لكارتون الواقع الافتراضي باليوتيوب وتأثيراته على هويته الثقافية في ضوء العولمة, مجلة البحوث والدراسات الإعلامية, المعهد الدولي للإعلام بالشروق, العدد10, مصر, 9أفريل 2019
- (9) عبد الحميد محمد راشد, دور تطبيق الفيديو التشاركي(Youtube) في انتشار الأغاني العربية المعاصرة وأغاني المهرجانات الشعبية وتأثيره على المجتمع , مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية, جامعة المنيا, المجلد8, العدد39, مصر, مارس2022.
- (10) علوي هند, اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي العربي , مجلة علم المكتبات , العدد1, الجزائر, 2020.

الرسائل الجامعية:

- (1) بوعون أحمد, الإعلان الموجه للطفل في القنوات الفضائية العربية, دراسة سيميولوجية لعينة من الومضات الإعلانية في قناتي spacetoon و Toyor Eljanna , أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال, جامعة قسنطينة,الجزائر, 2018.

(2) شرشار خديجة, أثر استخدام موقع يوتيوب على تنشئة الطفل الجزائري دراسة يدانية على عينة من الأسر بمدينة غليزان, أطروحة دكتوراه, في علوم الإعلام والاتصال, الجزائر, 2023

(3) طه سمير, دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية, رسالة ماجستير, كلية الإعلام, جامعة القاهرة, 2005

(4) عزي حسين, الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة, رسالة ماجستير في علم النفس الاجتماعي, جامعة مولود معمري تيزي وزو, 2014-2013

الجرائد :

(1) جوهر بنت عبد العزيز النهاري, الوعي وصناعة المحتوى الهادف, جريدة البلاد, السعودية, العدد 23560, 31 جانفي 2020

المحاضرات والندوات:

(1) طبال لطيفة, رتيمي أسماء, الدلالة السوسولوجية للقيم, قسم العلوم الاجتماعية, الجزائر, بدون سنة.

(2) موهوبي حسان, الإعلام والمرجعية القيمية, أعمال ندوة وطنية حول نظرية الحتمية القيمية, جامعة الأمير عبد القادر, الجزائر 20 أبريل 2009.

(3) علي العاجز فؤاد, القيم وطرق تعلمها وتعليمها, دراسات في القيم, جامعة اليرموك, الأردن, 1996

(4) تقرير عن المحتوى الرقمي للأطفال والشباب في عصر شبكات التواصل الاجتماعي, مركز استشراف التقنية, وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات, السعودية 2022

المواقع الإلكترونية:

- 1) <https://www.woo.paris/blog/definition-vlog>
- 2) <Http://www.mena-tech.com>
- 3) <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%A>
<C/>
- 4) <Http://www.mena-tech.com>

المراجع باللغة الأجنبية:

- 1) An Action in Theories Commmunication-
Wood,J.T.(2000) .Introduction,2nd edition,Belmont :Wadsworth,a
division of Thomson Learning
- 2) Aran-Ramspott,S,Fedele,M, § Aznar Díaz, I., Trujillo Torres, J. M.,
Romero Rodríguez, J. M., & Campos Soto, M. N. (2019).
Generación Niños YouTubers: análisis de los canales YouTube de
los nuevos fenómenos infantiles. Pixel-Bit. Revista de Medios Y
Educación, (56), 113-
128. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i56.06>
- 3) Dubovi, I., & Tabak, I. (2019) Examining the Educative Value of
Person-To-Person Knowledge Sharing on Social Media: The Case
of YouTube as a Site of CSCL?, In 13th International Conference
on Computer Supported Collaborative Learning (pp. 593-596).
CSCL: France. Retrieved from <https://bit.ly/2NeDFNO>

- 4) Grawitz Madeline : Methods des science sociaux, 8émé édition, France,1990
- 5) M.C. Caldeiro-Pedreira, P. Renés-Arellano, B. Castillo-Abdul & I.Aguaded Digital Education Review - Number 41, June 2022
- 6) Mourice Angers , Initiation à la méthodologie des sciences humaines, Alger
- 7) Neira Placer, P., & Visiers, A. (2024). Los valores asociados a juguetes en los contenidos de canales You Tube : Estudio de caso.Revista de comunicación de la SEECI, 57, 1-18. <http://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e858>
- 8) Kurz S, Dyck Zv , Dremmel D, Munsch S, Hilbert A . « Early-onset restrictive eating disrurbances in primary school boys and girls » , **our child Adolescent Psychiatry**,24 ,2015
- 9) Sakr ,N.Placing political economy in relation to cultural studies :Reflections on the case of cinema in Saudi Arabia,2012
 - Samaha M. « Associations between screen media parenting practices and children’s screen time in Lebanon » Telematics and Informatics 34, 2017.
 SEECI, 57, 1-18. <http://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e858>
- 10) Tarasuik,J,Demaria,A &Kaufman,J. Transfer of problem solving skills from touchscreen to 3D model by 3 to 6 yearsold .**Frontiers in Psychology**,8.2017.

11) youTube videos for young children : an exploratory study, M.C.
Caldeiro-Pedreira, P. Renés-Arellano, B. Castillo-Abdul &
I.Aguaded Digital Education Review - Number 41, June 2022

الملاحق

المحتوى الرقمي الموجه للأطفال عبر منصة يوتيوب

دراسة تحليلية لمضامين قناة Shfa

من إعداد الطالبة: صماري عفاف

فئات الشكل: بالإجابة عن السؤال كيف قيل

هي الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون وعادة ما تكون تجيب على السؤال كيف قيل

➤ فئة المدة الزمنية: تم فيها تعداد المدة الزمنية للعينة

➤ فئة اللغة المستخدمة: من خلال الفئات الفرعية التالية: اللغة العربية الفصحى, اللغة

الإنجليزية, مزيج بين اللهجة الإماراتية واللغة الإنجليزية

➤ فئة العناوين المستخدمة: تضمنت عناوين إخبارية, عناوين استفهامية, وعناوين تعجبية.

➤ فئة مكان التصوير: شملت العناصر التالية: داخل المنزل, غرفة واحدة, حديقة المنزل,

السيارة, المركز التجاري, صالون التجميل, المقهى, الشارع.

➤ فئة الموسيقى: تمثلت في موسيقى حماسية, موسيقى درامية وحزينة, موسيقى تحدي

➤ المؤثرات الصوتية: تمثلت في: أصوات أكل, أصوات ضحك, صوت صدمة, صوت

تعجب, صوت فرح, صوت فشل, وأخرى.

➤ فئة لقطات الكاميرا: تمثلت في : لقطة عامة, لقطة متوسطة, لقطة قريبة, لقطة قريبة جدا.

فئات المضمون (ماذا قيل):

➤ فئة المواضيع: وهي الفئة التي تعنى بطبيعة المواضيع التي تم التطرق إليها في العينة والتي يمكن إجمالها في : تسليط الضوء على الظواهر السلبية في المجتمع, تعزيز القيم

المادية والمظاهر, تعزيز عادات غذائية غير صحية, المساهمة في العطاء والعمل الخيري, تفعيل مهارات الطفل وقدراته, الترويج لسلوكيات متهورة وغير مسؤولة .

➤ فئة طبيعة الفيديوهات محل الدراسة: وتم تصنيفها إلى : فلو, تمثيلية, فيلم قصير, تحدي, ألعاب ومقالب.

➤ فئة القائم بالاتصال: تم تصنيف الفئة إلى: قائم بالاتصال فردي, قائم بالاتصال رئيسي مع آخر ثانوي, مجموعة من القائمين بالاتصال.

➤ فئة الأساليب الإقناعية: الاستمالات العاطفية, إقناعية منطقية

➤ فئة الأهداف: تم تصنيفها إلى : توعوي, ترفيهي, إعلاني.

➤ فئة التفاعل: التي تدرس عدد المشاهدات وعدد الإعجابات

➤ فئة القيم: وتم تصنيفها إلى قيم إيجابية وقيم سلبية

| | |
|---|------------------------------------|
| الصفحة | فهرس المحتويات |
| ج | شكر وعرافان |
| د | الإهداء |
| هـ | ملخص الدراسة |
| 1 | مقدمة |
| الإطار المنهجي | |
| 3 | الإشكالية |
| 4 | تساؤلات الدراسة |
| 5 | أهداف الدراسة |
| 5 | أهمية الدراسة |
| 6 | أسباب اختيار الموضوع |
| 7 | تحديد مفاهيم الدراسة |
| 10 | المقاربة النظرية |
| 15 | المنهجية المتبعة |
| 16 | المنهج |
| 18 | أدوات جمع البيانات |
| 21 | مجتمع البحث |
| 22 | عينة الدراسة |
| 24 | الدراسات السابقة |
| الإطار النظري | |
| الفصل الثاني: المحتوى الرقمي في اليوتيوب | |
| 32 | المبحث الأول: ماهية المحتوى الرقمي |
| 32 | تعريف المحتوى الرقمي |

| | |
|--|---------------------------------------|
| 33 | التطور الزمني للمحتوى الرقمي |
| 36 | أنواع المحتوى الرقمي |
| 38 | أهمية المحتوى الرقمي |
| 38 | خصائص المحتوى الرقمي |
| المبحث الثاني: منصة يوتيوب | |
| 40 | تعريف اليوتيوب |
| 41 | تاريخ نشأة اليوتيوب |
| 43 | محتويات اليوتيوب |
| 46 | خصائص اليوتيوب |
| الفصل الثالث: دور محتويات الأطفال في نقل القيم عبر يوتيوب | |
| 48 | المبحث الأول: ماهية القيم |
| 49 | تعريف القيم |
| 50 | مصادر القيم |
| 54 | مكونات القيم |
| 55 | معايير تصنيف القيم وأنواعها |
| المبحث الثاني: تأثير اليوتيوب على الأطفال | |
| 59 | استخدام الأطفال لمنصة يوتيوب |
| 61 | المضامين الموجهة للأطفال في اليوتيوب. |
| 62 | توظيف محتويات اليوتيوب لنقل القيم |
| الإطار التطبيقي | |
| الفصل الرابع: التحليل الكمي لمضامين الفيديوهات محل الدراسة | |
| 68 | المبحث الأول: تعريف بقناة Shfa |
| 68 | بطاقة تقنية للقناة |

| | |
|--|--|
| 68 | القنوات التابعة للقناة الأصلية |
| 70 | الفيديوهات الأكثر مشاهدة والأسباب |
| 71 | المبحث الثاني: التحليل الكمي لفئات الشكل وفئات المضمون |
| 72 | التحليل الكمي لفئات الشكل |
| 81 | التحليل الكمي لفئات المضمون |
| الفصل الخامس: التحليل الكيفي لمضامين الفيديوهات محل الدراسة | |
| 90 | المبحث الأول: استنتاج نتائج التحليل الكمي لفئات الشكل |
| 91 | المبحث الثاني: قراءة ومناقشة نتائج التحليل الكمي لفئات المضمون |
| 102 | النتائج العامة |
| 108 | الخاتمة |
| 110 | قائمة المصادر والمراجع |
| 118 | الملاحق |
| 124 | فهرس الجداول |
| 125 | فهرس الرسوم |

فهرس الجداول والرسومات

| الصفحة | عنوان الجدول | رقم الجدول |
|--------|---|---------------|
| 70 | يمثل يوضح الفيديوهات الأكثر مشاهدة في قناة "shfa" | 01 |
| 72 | يمثل فئة المدة الزمنية | 02 |
| 74 | يمثل اللغة المستخدمة..... | 03 |
| 75 | يمثل العناوين المستخدمة..... | 04 |
| 76 | يمثل فئة الموسيقى..... | 05 |
| 77 | يمثل فئة المؤثرات الصوتية..... | 06 |
| 78 | يمثل فئة أماكن التصوير..... | 07 |
| 80 | يمثل فئة لقطات الكاميرا | 08 |
| 81 | يمثل فئة المواضيع..... | 09 |
| 83 | يمثل فئة الأساليب الإقناعية..... | 10 |
| 84 | يمثل فئة طبيعة الفيديوهات..... | 11 |
| 85 | يمثل فئة الأهداف..... | 12 |
| 86 | يمثل فئة التفاعل | 13 |
| 87 | يمثل فئة القائم بالاتصال..... | 14 |
| 89 | يمثل فئة القيم الإيجابية والسلبية..... | 15 |

| الصفحة | العنوان | رقم الرسم |
|--------|--|-----------|
| 54 | رسم يمثل مكونات القيم..... | 01 |
| 56 | رسم يمثل معايير تصنيف القيم..... | 02 |
| 73 | رسم يمثل المدة الزمنية لمقاطع الفيديو محل الدراسة..... | 03 |
| 75 | رسم يمثل فئة اللغة المستعملة..... | 04 |
| 76 | رسم يمثل العناوين المستخدمة..... | 05 |
| 77 | رسم يمثل فئة الموسيقى الموظفة..... | 06 |
| 78 | رسم يمثل المؤثرات الصوتية..... | 07 |
| 80 | رسم يمثل أماكن التصوير..... | 08 |
| 81 | رسم يمثل لقطات الكاميرا..... | 09 |
| 82 | رسم يمثل فئة المواضيع..... | 10 |
| 84 | رسم يمثل طبيعة الفيديوهات..... | 11 |
| 85 | رسم يمثل الأساليب المعتمدة..... | 12 |
| 86 | رسم يمثل فئة القائم بالاتصال..... | 13 |
| 87 | رسم يمثل فئة الأهداف..... | 14 |
| 88 | رسم يمثل عدد المشاهدات والإعجابات..... | 15 |
| 88 | رسم يمثل القيم الإيجابية..... | 16 |
| 91 | رسم يمثل القيم السلبية..... | 17 |