

فيديوهات اليوتيوب وأثرها على سلوك الطفل دراسة ميدانية على عينة من الأمهات

أ.الصالحة محمد مسعود الدماري

قسم الاعلام، بجامعة سبها

Als.aldeemaree@sebhau.edu.ly

الملخص

التسابق الملحوظ لشبكة الانترنت وظهور وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات أفرز بدوره جيل جديد متفتح على هذه التكنولوجيا، والتي أصبحت الملاذ والطريق الأول لكل المعلومات ولكل الفئات، لجميع شرائح المجتمع وعلى اختلاف أعمارهم ومن بينهم الأطفال، وهذه الوفرة المعلوماتية والتي كثيرا ما تقدم حلولاً للعديد من المستخدمين، إلا إنها تشكل خطورة على العديد من الأطفال وأضحى هناك صعوبة في السيطرة على منع الأطفال من التعرض لهذه التكنولوجيا ، وتعرضهم للمحتوى المقدم من خلالها، ومن خلال هذه الدراسة سأقدم لكم آثار استخدام اليوتيوب على الأطفال " الإيجابية والسلبية " كأحد هذه التقنيات .

Abstract:

The remarkable competition of the Internet and the emergence of social media and platforms has in turn produced a new generation open to this technology, which has become the refuge and first resort for all information and for all groups, for all segments of society and of all ages, including children, and this abundance of information, which often provides solutions for many users, However, it poses a danger to many children, and it has become difficult to control and prevent children from being exposed to this technology, and their exposure to the content provided through it. Through this study, I will present to you the "positive and negative" effects of using YouTube on children, as one of these technologies

مقدمة

التكنولوجية الحديثة في المجتمع (شبكة الانترنت) وما أفرزته من شبكات ومواقع وسهولة استخدامها وتوفرها السهل بين أيدي مستخدميها وبكل وقت ولكل الشرائح ، كل هذا أفرز لنا جيل من الأطفال يمكن أن يقال عليه إنه مدمن لهذه المواقع مثل (اليوتيوب) والتي يعتبر من أكثر المواقع شهرة واستخدام من قبل الاطفال، الامر الذي جعله يشكل خطورة كبيرة وحقيقة في ظل الاستخدام المفرط له من قبل هذه الشريحة .

حيث أصبح هناك صعوبة في السيطرة على منع الأطفال من التعرض للإنترنت بصفة عامة والفيديوهات اليوتيوب بصفة خاصة، والتي انتقل معها العديد من الأطفال إلى مرحلة الإصابة بالاضطرابات النفسية والعصبية نتيجة للمحتوى المقدم إليهم عبر مقاطع الفيديو.

الامر الذي يستدعي مناقشة الآباء دائماً مع أطفالهم في محتوى ما يتابعونه من مقاطع على اليوتيوب، وتوضيح ما قد تحتويه من أمور قد لا تتماشى مع العقيدة الإسلامية وعادات وتقاليد المجتمع حتى يتمكن الطفل بعد ذلك بمفرده من تحديد المحتوى المناسب والغير مناسب للمشاهدة.

وان الأطفال الصفحة البيضاء يقلدون كل ما يتابعونه بطبيعة فضولهم والبحث عن الاستكشاف في ظل سهولة ما بين أيديهم ، في ظل غياب الامهات عن أطفالهم وتركهم مع اليوتيوب ،حيث تعرض تلك الفيديوهات بتقنية عالية في الإخراج والألوان والمستخدمه بشكل يجذب الطفل بشكل يجعله ينجذب ويندفع إلى المداومة على مشاهدتها بدون كلل أو مل ويترك الأنشطة الأخرى التي تساعد على نمو ذكائه والتفكير.

ومن هنا يتضح أن تأثير الفيديوهات المقدمة عبر اليوتيوب على الأطفال قد تكون سلبية أو إيجابية فالطفل في كلتا الحالتين أصبح متأثر بالمضمون المشاهد.

لهذا كانت هذه الدراسة والتي سنتعرف فيها على تأثير الفيديوهات على سلوك الأطفال على اعتبارها من ضمن القضايا المعاصرة التي نعيشها الآن .

1- مشكلة الدراسة :-

يعتبر اليوتيوب من بين أكثر المواقع تصفحاً على الانترنت حول العالم ، وذلك من خلال نسب المشاهدة التي تحققها سواء كانت لمحتوى الأطفال أو القنوات الموجهة لهذه الشريحة ، ومن خلال مشاهدتهم لمحتوى مقاطع الفيديو الموجهة إليهم عبر اليوتيوب والتي تؤثر على سلوكياتهم إيجابياً أو سلباً.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في السؤال التالي :-

ما هو أثر فيديوهات الأطفال المقدمة عبر اليوتيوب على سلوك الأطفال من وجهة نظر

الأمهات ؟

2- أهمية الدراسة :-

- 1) يعتبر هذا البحث بمثابة المحاولة لتنبية للأمهات خاصة والوالدين بصفة عامة للنظر فيما بين يدي أبنائهم وما يمكن أن يترك من اثر على سلوكهم ، وتظهر الأهمية لهذه الورقة في نتائجها وحث العديد من الأمهات للسعي لتقليل من في ما بين يدين أطفالهم من محتوى .
- 2) التعرف على الأثر التي تحدثه وسائل الاتصال الحديثة (اليوتيوب) في سلوك الطفل وهل ما تحدثه ايجابي أم سلبي .

3-اهداف البحث:-

- 1) معرفة مدى مشاهده الأطفال لمقاطع الفيديو المقدمة عبر اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات.
- 2) التعرف على المكان المفضل للأطفال في مشاهده الفيديو عبر اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات.
- 3) التعرف على أكثر مقاطع الفيديو التي يشاهدها الطفل وما يجذبه عبر اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات.
- 4) معرفة مدى التأثير السلبي والايجابي لمقاطع الفيديو المقدمة عبر اليوتيوب على سلوك الأطفال من وجهة نظر الأمهات.

4- تساؤلات البحث:-

- 1) ما هي أكثر الأعمار متابعة من الأطفال حسب العينة المبحوثة وأجوبتها ؟
- 2) ما عدد الساعات التي يقضيها الاطفال في مشاهده مقاطع الفيديو المقدمة عبر اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات؟
- 3) ما المكان المفضل للأطفال في مشاهده مقاطع الفيديو المقدمة عبر اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات؟
- 4) ما هي المضامين التي يشاهدها الأطفال حسب وجهة نظر الأمهات ؟
- 5) هل تقوم الامهات بتحديد وقت محدد للأطفال المشاهدة مقاطع الفيديو؟
- 6) ما هي السلوكيات الإيجابية والسلبية الذي يكتسبها الاطفال من خلال مشاهده مقاطع الفيديو المقدمة عبر اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات؟

5- منهج البحث:-

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات النظرية والوصفية التي تعتمد على الأسس النظرية والمسح المكتبي التي يعتمد على المكتبة والدراسات البحثية من المكاتب وشبكة الانترنت والوصفي بوصف الظاهرة وذلك لان هذه الدراسة تنتمي الى الاستمارة بهدف الحصول على معلومات دقيقة على مدى تأثير سلوك الاطفال بمقاطع الفيديو المقدمه عبر اليوتيوب.

6-مجتمع وعينه البحث

يتحدد مجتمع البحث على عينة من أمهات الاطفال واعتمدت الدراسة على توزيع استمارة على عينة عشوائية من الامهات في مدينه سبها لبعض الأمهات .

7-حدود البحث :-

8-الحدود الموضوعية:- تمثلت في موضوع الدراسة وهي معرفه تأثير فيديوهات اليوتيوب على سلوك الاطفال حسب وجهة نظر الأمهات .

الحدود المكانية: تم توزيع الاستمارة داخل مدينه سبها تم اختيارها بشكل عشوائي وتوزيع الاستمارة عليهن.

الحدود الزمنية: _تمت هذه الدراسة في الفترة من 2022/11/15 الى غايه 2022/12/15.

9-مصطلحات الدراسة :-

1-التأثير: التأثير / لغة هي ترك الاثر في الشيء اي وضع فيه أثر.⁽¹⁾
التأثير اصطلاحا / هو ردود فعل الطفل ايجابيه او سلبيه او المشاعر حيث تؤثر جميعها عليه في تفاعلاته اليومية وسلوكياته.⁽²⁾

2-الفيديوهات: . هو تكنولوجيا لنقل الانماء الالكتروني الذي يوكل الصور المتحركة على الاصوات فيها.⁽³⁾

1- تعريف ومعنى التأثير في معجم المعاني الجامع: معجم عربي عربي جامع المعاني 04/02 2022 بتصرف.

2- ديماء الشاعر التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، 2009، صفحه 11.

3- hal= 74.suparno: media elektronik (jakart:pt Pustaka jaya 1987) -3

3- **اليوتيوب:-** هو موقع في شبكه الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني وينشر فيه اي شخص فيديوهات سياسيه او اجتماعيه وغيرها من الفيديوهات التي لا حصر لها⁽⁴⁾ وهو يدعم نشاط تحميل او تنزيل مشاركته الافلام بشكل عام ومجاني.⁽⁵⁾

4- **سلوك الطفل:-** وهو ردت فعل الطفل الإيجابية او السلبية اتجاه الامور التي يراها ويمر بها.⁽⁶⁾

10- نظريه الدراسة الغرس الثقافي - الاستخدام والاشباع.

أ- نظريه الغرس الثقافي.

تعتبر نظريه الغرس الثقافي أحد اكبر النظريات التي تتعامل مع وسائل اثر وسائل الاعلام على الفرد والمجتمع من زاويه واسعه جدا لأنها تأخذ فيس بانها القيامة الثقافية اثناء تحليلها للأثار الذي تحدثه وسائل الاعلام والمحتويات الإعلامية.⁽⁷⁾

وتعتبر هذه النظرية من اكبر النظريات التي اهتمت بظاهرة العنف الاعلامي ودور الاعلام في معالجته وهو من الاسباب الأساسية التي ساهمت في ظهور المغترب النظرية ان يعود ظهور نظريه الغرس الثقافي الى نهاية الستينات وبداية السبعينات كمنظور جديد لدراسة اثر وسائل الاعلام في الولايات المتحدة اثر لها حبس المتصاعد حول تأثيرات العنف التلفزيوني ومبادرة الحكومة الفيدرالية الى توضيح الموضوع حيث تشكل الرئيس جونسون لجنة الطلع لمعرفة أسباب العنف وكيفية اتخاذ تدابير الوقائية ضده تم توجيه الباحث بالقيام دراسة حول كميته العنف ومشكلة في وسائل الاعلام والتلفزيون خاصة.⁽⁸⁾

وبذلك ظهرت جهود بعض العملاء تتوجه نحو دراسة هذا الاثر الاعلامي التلفزيوني ومن أكبر الباحثين الذين طور هذا المنظور هو البحث الامريكي جورج من خلال مشروعيه الخاص

4- عباس مصطفى، الاعلامي الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار النشر والتوزيع، عمان 2008، ط1، ص 216.

5 خالد حسان يوسف المقدادي، ثوره الشبكات الاجتماعية - ما هي مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها، دار النفاس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013،

6- حمدي عبد العظيم، برامج تعديل السلوك، مكتبة اولاد الشيخ للتراث، مصر، 2013، ط1، صفحة 21-22.

7- فريد مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية دار الفكر، دمشق، 2002، ص265.

8- محمد بن سعود البشير، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، عدد 83، عام 2003، جامعة الكويت، ص 26.

بالمؤشرات الثقافية ويهدف هذا المشروع الى اقامه الدليل الأمبريقي على تأثير وسائل الاعلام على البيئة الثقافية.⁽⁹⁾

ب- نظرية الاستخدام او الاشباع.

يأخذ من دور الاستخدامات والإشباع وجهه نظر المستخدم لوسائل الاعلام ويبحث به كيفية الناس لوسائل الاعلام والإشباع التي يحققونها من استخدامهم لتلك الوسائل¹⁰ حيث تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمه وتتحصر رؤيتها للجماهير على انها فعاله في انتقاء افرادها لوسائل ومضمون وسائل الاعلام خلافا للنظريات المبكرة مثل نظريه الآثار الموحدة والرصاصه السحرية التي ترى الجماهير عباره عن كائنات سلبية منفصلة وتتصرف بناء على نسق واحد وبذلك يهتم مدخل الاستخدامات والاشباع والسمات الفردية وعلاقتها بالرضا والاشباع وانماط الدوافع والحاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي تعتمد عليه الدراسات وكثافه التعرض وذلك في اطار مدخل الاستخدامات والاشباع.⁽¹¹⁾

حيث يبني مدخل الاستخدامات والإشباع على فكره ان الحاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعيه ونفسيه معينه تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال فضلا عن مصادر اخرى غير وسائل الاتصال حيث يتوقع الفرد ان تحقق له هذه المصادر اشباعا لهذه الدله للحاجات وقد تتجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات وقد لا تتجح في ذلك¹²

أولاً : خصائص العينة

تتضمن وصف لأهم متغيرات البحث والمتمثلة في (المستوى التعليمي لأُم ، عمر الأم ، الوظيفة، عمر الطفل) وذلك وفق الآتي :

9- فيال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق 2002، ص 265.

10 – Roger wimmer and joseph Dominck، researcj in Efects، mass media research: An introduction 8th Edition ، 2006، available at: <http://www.rogerwimmer.com/mmr/1/wimmer-001-036-online-pfd> on 18/12/2016، p 13.

11- منال المزاهره، نظريات الاتصال، دار المسرح للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص 171.

12- رضى عبدالواحد امين، نظريه العلمية في الاعلام الالكتروني، القاهرة، جامعه الازهر، كليه الاعلام ، الطبعة الأولى، 2007، ص 69.

1- المستوى التعليمي لأم :

جدول رقم (1)

يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي للأم

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
%28.60	16	إعدادي
%21.40	12	ثانوي
%41.10	23	جامعي
%8.90	5	ما فوق الجامعي
%100.00	56	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن أكبر نسبة (%41.10) من مجموع العينة وهي للمستوى التعليمي (جامعي) وأن أقل نسبة (%8.90) للمستوى التعليمي (ما فوق الجامعي) وهذا يعني أن أكثر أفراد عينة البحث ممن تعليمهم (جامعي) وهذا أمر متوقع بحكم أن أكثر ربات البيوت من المتعلقات ، في حين أقل نسبة للتعليم ما فوق الجامعي (ماجستير أو دكتوراه) .

2- العمر

جدول رقم (2)

يبين توزيع العينة حسب متغير العمر

النسبة المئوية	التكرار	العمر
%14.30	8	25 سنة فما دون
%33.90	19	26 – 34 سنة
%21.40	12	35 – 43 سنة
%30.40	17	44 سنة فما فوق
%100.00	56	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن أكبر نسبة (33.90%) من مجموع العينة وهي لفئة الأعمار (26-34) وأن أقل نسبة (14.30%) للفئة العمرية (25 سنة فما دون) وقد يرجع ذلك أن ممن أعمارهم (26 - 34 سنة) وهذه النسبة توضح إن أغلب الامهات التي وجهت اليهن الاستثمار هن في مرحلة عمرية كنا قد كسبنا فيها الخبرة الكافية من الحياة وتحمل مسؤولية التربية ، عكس من تتراوح أعمارهن في الـ 25 .

الوظيفة:

جدول رقم (3)

يبين توزيع العينة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
ربة بيت	30	53.60%
موظفة حكومية	19	33.90%
موظفة في القطاع الخاص	7	12.50%
المجموع	56	100.00%

تشير نتائج الجدول السابق أن أكبر نسبة (53.60%) من مجموع العينة وهي لفئة الوظيفة (ربة بيت) وأن أقل نسبة (12.50%) لفئة الوظيفة (موظف في قطاع خاص) وقد يرجع ذلك أن كثير من مجتمع الدراسة قد يكن لم يسبق لهن العمل ، لا سيما ما أشارت اليه نتائج جدول المستوى الدراسي السابق ، حيث اشارت النتائج أن (28.60%) من عينة البحث مستواهن الدراسي (إعدادي) وفي هذه الحالة قد لا تتاح لديهن الفرصة لشغل مهنة معينة ، أما فيما يتعلق بأقل نسبة (12.50%) وهن موظفات بالقطاع الخاص ، وربما يكون هذا يؤكد نتائج السؤال الأول وهو مستوهن التعليمي الذي لم يمكنهن من الحصول على وظيفة ، وأيضا ظروف البلاد في الحصول على التعيينات الحكومية وأيضا نشاط القطاع الخاص بالمنطقة .

3- عمر الطفل الذي يشاهد اليوتيوب

جدول رقم (4)

يبين توزيع العينة حسب متغير عمر الطفل الذي يشاهد اليوتيوب

عمر الطفل	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 3 سنوات	13	23.30%
3 – 5 سنوات	11	19.60%
6 – 9 سنوات	11	19.60%
10 – 13 سنة	21	37.50%
المجموع	56	100 %

تشير نتائج الجدول السابق أن أكبر نسبة (37.50 %) من مجموع العينة وهي لفئة عمر الطفل (10 – 13 سنة) وأن أقل نسبة (19.60 %) لفئة عمر الطفل (3 – 5 سنوات ، 6 – 9 سنوات) بينت الدراسة إن أعمار الأطفال الأكبر هم أكثر استخداماً لليوتيوب وهذا لا يخفي ان يكون أطفال أقل من ثلاث سنوات بنسبة 23% يتابعون اليوتيوب يعتبر مؤشر خطير ، والتي يمكن أن يعود بالخطر على الصحة لطفل في هذا العمر ولا يعي خطورة ما بين يديه .

ثانياً : تحليل وتفسير النتائج

1- منذ متى يشاهد طفلك اليوتيوب ؟

جدول رقم (5)

يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر الذي كان يشاهد فيها الطفل اليوتيوب

مدة مشاهدة اليوتيوب السابقة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	14	25 %
سنة – سنتين	20	35.70%
ثلاثة سنوات فأكثر	22	39.30%
المجموع	56	100%

تشير نتائج الجدول السابق أن أكثر نسبة كانت (39.30%) للمتغير (أكثر من ثلاث سنوات) وأقلها نسبة (25%) للمتغير (لأقل من سنة) أي أن أكثر الأعمار التي كان فيها الطفل مشاهدة اليوتيوب (هي من ثلاث سنوات فأكثر) وهذا مؤشر يوضح إن المتعرضين لليوتيوب من أفراد العينة قد يكونوا قد اكتسبوا سلوكيات كثيرة جراء متابعتهم لليوتيوب سواء كانت سلبية أو ايجابية .

2- مع من يتابع ويشاهد الطفل فيديوهات اليوتيوب؟

جدول رقم (6)

يبين توزيع أفراد العينة حسب الأفراد الذين يشاهد معهم الطفل اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الأفراد الذين يشاهد معهم الطفل اليوتيوب
26.80%	15	مع اخوته
25.00%	14	مع أصدقائه
8.90%	5	مع أحد الأبوين
28.60%	16	يتابع وحيداً
10.70%	6	مع أحد الأخوة
100%	56	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن أكثر نسبة كانت (28.60%) للمتغير (يتابع وحيداً) تليها النسبة (26.80%) للبديل (مع أخوته) وأقلها نسبة (8.90%) للبديل (مع أحد الأبوين) أي أن كثيراً ما يتابع الطفل اليوتيوب لوحده أو مع أخوته وربما راجع هذا لتواجدهم معاً بالمنزل وبالتالي فهم الأقرب لكي يشاهد معهم الطفل اليوتيوب ، في حين أقل المشاهدات كانت مع الوالدين بنسبة (8.90%) وهذا أمر راجع ربما لأن الأبوين كثيراً ما يأخذوا من اليوتيوب وسيلة لإراحة من الطفل لقضاء مشاغلهم أو انشغالاتهم بأمور الحياة .

3- هل يمتلك الطفل جهاز خاص به لمشاهدة اليوتيوب؟

جدول رقم (7)

يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى امتلاك الطفل لجهاز خاص به لمشاهدة اليوتيوب

مدى امتلاك الطفل لجهاز خاص به	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	33.90%
لا	37	66.10%
المجموع	56	100%

تشير نتائج الجدول السابق أن النسبة الأكبر كانت (66.10 %) للمتغير (لا) والأقل نسبة (33.90 %) للمتغير (نعم) أي أن أغلب أطفال العينة لا يملكون جهاز خاص بهم لمشاهدة اليوتيوب ، وهذا يدل على أن المتابعين لليوتيوب في سن صغير من هواتف ليست ملك لهم ، وربما بهذا تتمكن الامهات من متابعة ومراقبة ما يتابعونه الأطفال على اليوتيوب وتربيته لهم حفاظا على سلوكياتهم .

4- ما مدى مشاهدة طفلك لمقاطع وفيديوهات على اليوتيوب ؟

جدول رقم (9)

يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة الطفل لمقاطع وفيديوهات على اليوتيوب

مدى مشاهدة الطفل لليوتيوب	التكرار	النسبة المئوية
أحيانا	9	16.07%
دائماً	35	62.50%
غالباً	12	21.43%
المجموع	56	100%

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى متابعة الأطفال لليوتيوب، وبينت أن أكثر نسبة كانت (62.50 %) للمتغير (دائماً) وأقلها نسبة (16.07 %) للمتغير أحيانا ، وهذه الاجوبة والنسبة

تبين لنا مدى تعرض الاطفال الى اليوتيوب ، الأمر الذي يجعل له الأثر الكبير على الأطفال المتابعين لليوتيوب .

5- ما عدد الساعات التي يقضيها الطفل في مشاهدة أفلام اليوتيوب

جدول رقم (10)

يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضيها الطفل في مشاهدة أفلام اليوتيوب

عدد الساعات في مشاهدة اليوتيوب	التكرار	النسبة المئوية
أربع ساعات فأكثر	37	66.10%
ساعتين – ثلاثة ساعات	11	19.60%
أقل من ساعة	8	14.30%
المجموع	56	100%

تشير نتائج الجدول الطفل حسب رأي الأمهات مدة مشاهدته الطفل لليوتيوب حيث جاءت في المرتبة الأولى ولأكثر من 66% أكثر من أربع ساعات ، وهذا يوضح المقدار التي يعرض فيه الطفل للتلفاز ، ومن يستخدمونه لمدة ساعة فقط جاءت أخيراً ونسبة 14%، وهذا يوضح إن الأطفال بهذا التعرض الشديد قد يتأثرون مما يتعرضون له باليوتيوب ، يعود على الطفل سواء سلبياً أو ايجابياً لا سيما أنه لا يشاهد اليوتيوب مدة (أربع ساعات فأكثر)

6- ما الأوقات التي يفضل فيها الطفل متابعة فيديوهات اليوتيوب ؟

جدول رقم (11)

يبين توزيع أفراد العينة حسب الأوقات التي يفضل فيها الطفل متابعة فيديوهات اليوتيوب

الأوقات التي يفضل فيها الطفل متابعة فيديوهات اليوتيوب	التكرار	النسبة المئوية
صباحاً	1	1.80
ظهراً	8	14.30
مساءً	6	10.70

12.50	7	ليلاً
60.70	34	غير محدد
%100	56	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن أكثر نسبة كانت (60.70 %) للبديل (غير محدد) تليها النسبة (14.30 %) للبديل (ظهراً) وأقلها نسبة (1.80 %) للبديل (صباحاً) أي الفترة التي يقضي فيها الطفل متابعة اليوتيوب (غير محددة) ومعنى ذلك قد يكون في الظهر أو المساء أو الليل ، وذلك ربما لأن في الصباح بسبب الدوام المدرسي يحول دون ذلك ، ونسبة أن يكون الأطفال في كل الأوقات يمكن ان يكون له الأثر السلبي على الأطفال

7- ما المكان الذي يفضل فيه الطفل متابعة فيديوهات اليوتيوب ؟

جدول رقم (12)

يبين توزيع أفراد العينة حسب المكان الذي يفضل فيها الطفل متابعة فيديوهات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	المكان الذي يفضل فيه الطفل متابعة فيديوهات اليوتيوب
19.60	11	غير محدد
3.60	2	غرفة المعيشة
10.70	6	غرفة الجلوس
66.10	37	غرفة نومه
%100	56	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن أكثر نسبة كانت (66.10 %) للبديل (غرفة نومه) تليها النسبة (19.60 %) للبديل (غير محدد) وأقلها نسبة (3.60 %) للمتغير (غرفة المعيشة) فأن يكون الطفل في غرفة نومه رفقة هذا العالم يعتبر مؤشر خطير على سلوكيات الطفل، وهنا الخطورة على سلوك الطفل ، في حين أنه لا يفضل غرفة المعيشة لأنها تكون تحت مراقبة الجميع من أفراد الأسرة وهنا قد لا تتاح له الحرية الكاملة في مشاهدة اليوتيوب ، فمن المفترض أن لا يكون في غرفة الطفل تلك الوسائل التي تساهم في تشتيته مثل التلفزيون .

8- ما المضامين التي يتابعها الطفل على اليوتيوب ؟

جدول رقم (13)

يبين توزيع أفراد العينة حسب المضامين التي يتابعها الطفل على اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	المضامين التي يتابعها الطفل على اليوتيوب
8.90%	5	مسلسلات
35.70%	20	مشاهير أطفال
21.40%	12	مغامرات
19.60%	11	قنوات أطفال
14.30%	8	صناع محتوى
100%	56	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن أكثر نسبة كانت (35.70 %) يشاهدون (مشاهير الأطفال) تليها النسبة (21.40 %) (مغامرات) وأقلها نسبة (8.90 %) للبديل (مسلسلات) فمتابعة الطفل لقنوات الأطفال أمر طبيعي التي تسهم إلى حد كبير في تكوين شخصيته وسلوكه ، ولكن المتغير مشاهير الأطفال من هم وما هو المحتوى الذي يقدمونه للأطفال ليشدهم لفترات طويلة ، ويجعل الامهات تسلم به لأطفالها .

9- هل يقلد الطفل ما يشاهده في أفلام اليوتيوب ؟

جدول رقم (15)

يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تقليد الطفل لما يشاهده في أفلام اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	مدى تقليد الطفل لما يشاهده في أفلام اليوتيوب
14.30%	8	لا
39.30%	22	نعم
46.40%	26	أحياناً
100%	56	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن النسبة الأكبر كانت (46.40 %) للبديل (أحياناً) والأقل نسبة (14.30 %) للبديل (لا) أي أن الأطفال أحياناً ما يقومون بتقليد ما يشاهدونه من أفلام اليوتيوب وهذا يوضح أن الأطفال يتأثرون بما يشاهدونه على اليوتيوب .

10- هل يُعرض على اليوتيوب فيديوهات تحوي العنف

جدول رقم (17)

يبين توزيع أفراد العينة حسب ما يُعرض على اليوتيوب فيديوهات تحوي العنف

ما يُعرض على اليوتيوب فيديوهات تحوي العنف	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	35.70%
لا	13	23.20%
أحياناً	23	41.10%
المجموع	56	100%

تشير نتائج الجدول السابق أن النسبة الأكبر كانت (41.10 %) للبديل (أحياناً) والأقل نسبة (23.20 %) للبديل (لا) أي أن أغلب الأمهات تؤكد على أن ما يُعرض على اليوتيوب أحياناً يحوي العنف والكراهية وهذا له تأثير سلبي على سلوك الأطفال . في حين أقل عدد من الأمهات لا تؤكد ذلك .

11- كيف يمكن حماية طفلك من خطر مقاطع اليوتيوب

جدول رقم (18)

يبين كيف يمكن حماية طفلك من خطر مقاطع اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	كيف يمكن حماية طفلك من خطر مقاطع اليوتيوب
35.70%	20	عدم السماح للطفل بالجلوس منعزلاً أثناء المشاهدة
17.90%	10	تحديد وقت محدد يومياً يشاهد فيه الطفل اليوتيوب
14.30%	8	تحميل مقاطع فيديو معينة يشاهدها الطفل
12.50%	7	مشاركة الطفل في اختيار ما يشاهده
19.60%	11	استخدام برمج الحماية والمراقبة الأبوية
100%	56	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن النسبة الأكبر كانت (35.70 %) للبديل (عدم السماح للطفل بالجلوس منعزلاً أثناء المشاهدة) تليها النسبة (19.60) للبديل (استخدام برمج الحماية والمراقبة الأبوية) تم النسبة (17.90 %) للبديل (تحميل مقاطع فيديوهات معينة يشاهدها الطفل) تم النسبة (14.30 %) للبديل (تحميل مقاطع فيديوهات معينة يشاهدها الطفل) والأقل نسبة (12.50 %) للبديل (مشاركة الطفل في اختيار ما يشاهده). ونتائج هذا الجدول تبين مدى وعي الامهات بطرق الوقاية والحماية لاطفالهن من هذا العالم .

12- هل تختلف السلوكيات السلبية التي يكتسبها الطفل من خلال مشاهدة اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات ؟

جدول رقم (19)

يبين المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لاستجابة الأمهات حول السلوكيات السلبية التي يكتسبها الطفل من خلال مشاهدة اليوتيوب (ن = 56)

السلوكيات السلبية	درجة الموافقة			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	معارض	موافق	محايد				
طفلي أصبح يضرب أصحابه	ك	9	13	34	2.07	0.63	5
	%	%16.07	%23.22	60.71			
طفلي أصبح أكثر عناداً	ك	9	21	26	2.21	0.71	3
	%	%16.07	%37.50	46.43			
طفلي أصبح انانياً	ك	4	17	35	2.23	0.57	2
	%	%7.15	30.35	62.50			
يتعصب طفلي لأقل شيء	ك	6	23	27	2.30	0.66	1
	%	10.72	41.07	48.21			
طفلي يلفظ بالفاظ ويشتم ويسب	ك	11	16	29	2.09	0.69	4
	%	%19.64	28.57	51.79			
طفلي بدأ في الكذب	ك	12	15	29	2.05	0.70	6
	%	21.43	26.78	51.79			
طفلي أصبح إنطوائياً	ك	13	17	26	2.07	0.74	5
	%	%23.22	30.35	46.43			
طفلي أصبح يكره الآخرين	ك	14	10	32	1.93	0.66	7
	%	%25.00	%17.86	57.14			

تشير نتائج الجدول السابق حسب الترتيب أن أكثر السلوكيات السلبية التي تأثر بها الطفل من مشاهدة افلام اليوتيوب كانت على التوالي (يتعصب طفلي لأقل شيء ، طفلي أصبح انانياً ، طفلي أصبح أكثر عناداً ، طفلي يلفظ بالفاظ ويشتم ويسب ، طفلي أصبح يضرب أصحابه ، طفلي أصبح إنطوائياً) أي أن الطفل عند مشاهدته أفلام اليوتيوب أصبح أكثر عصبيه ، وأكثر

أنانيه وأكثر عناداً ، وأكثر سباً وشتماً وضرباً للآخرين ، وهذا كله بعد ما أصبح يشاهد أفلام اليوتيوب ، وهذه النتائج توضح الأثر السلبي لمتابعة افلام اليوتيوب وكيف لها أن تؤثر في سلوك الطفل

13- هل تختلف السلوكيات الإيجابية التي يكتسبها الطفل من خلال مشاهدة اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات ؟

جدول رقم (20)

يبين المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب لاستجابة الأمهات حول السلوكيات الإيجابية التي يكتسبها الطفل من خلال مشاهدة اليوتيوب (ن = 56)

السلوكيات الإيجابية	درجة الموافق			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	معارض	موافق	محايد				
طفلي أصبح يحب أصحابه	ك	6	46	4	2.71	0.65	1
	%	10.72	82.13	7.15			
طفلي أصبح أكثر مرونة	ك	8	45	3	2.66	0.72	2
	%	14.28	80.36	5.36			
طفلي أصبح أكثر سعادة	ك	10	38	8	2.50	0.79	5
	%	17.86	67.85	14.29			
طفلي أصبح أكثر هدوء	ك	6	34	16	2.50	0.69	5
	%	10.72	60.71	28.57			
طفلي أصبح يتعلم اللغة من الفيديوهات التي يشاهدها	ك	5	37	14	2.57	0.66	3
	%	8.93	66.07	25.00			
طفلي أصبح يحفظ الالوان والأسماء	ك	5	42	9	2.66	0.64	2
	%	8.93	75.00	16.07			
طفلي أصبح أكثر صدقاً	ك	15	26	15	2.20	0.84	7
	%	26.78	46.44	26.78			
طفلي أصبح أكثر اجتماعياً	ك	9	39	8	2.54	0.76	4
	%	16.07	69.64	14.29			
الفيديوهات التي يشاهدها طفلي ساعدته على الكلام	ك	11	31	14	2.36	0.80	6
	%	19.64	55.36	25.00			

تشير نتائج الجدول السابق حسب الترتيب أن أكثر السلوكيات الايجابية التي تأثر بها الطفل من مشاهدة افلام اليوتيوب كانت على التوالي (طفلي أصبح يحب أصحابه ، طفلي أصبح أكثر مرونة ، طفلي أصبح يحفظ الالوان والسماء ، طفلي أصبح يتعلم اللغة من الفيديوهات التي يشاهدها ، طفلي أصبح أكثر اجتماعياً) أي أن الطفل بعد مشاهدته لأفلام اليوتيوب أصبح لديه عادات حسنة فقد أصبح محباً لأصحابه ، وأكثر مرونة في تعامله مع الآخرين ، وأصبح يحفظ الالوان والسماء ويتعلم اللغة لا سيما الأعمار الصغير منهم وأكثر اجتماعياً في علاقته مع المحيطين به ، هذا كله بفعل مشاهدة أفلام اليوتيوب ، أي أن لفيديوهات اليوتيوب تأثير على سلوك الطف إيجابياً .

نتائج الدراسة الميدانية :-

جاءت منذ متى يشاهد هذا الطفل اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات إن الأطفال في المرحلة العمرية المبكرة ومن ثلاث سنوات يشاهدون أفلام اليوتيوب ، وهذا مؤشر يمكن أن تكون له النتائج السلبية على سلوك الطفل ، إلا إن ربما في هذه المرحلة العمرية يكون الطفل غير قادر على إختيار ما سيشاهده بقدر ما ستختاره الأم له .

كما أظهرت نتائج الدراسة إن أكثر الأطفال يشاهدون الأفلام لوحدهم وفي غرف نومهم وهذا يؤكد غياب الرقابة الأسرية أحيانا لأن ينعزل الطفل لوحده مع هذا العالم

جاءت نتائج الدراسة أن الأطفال يجلسون على اليوتيوب لأكثر من أربع ساعات ، وفي أوقات غير محددة وهذا يمكن أن يكون عامل يؤثر في سلوك الطفل .

وبينت نتائج الدراسة إن أكثر ما يشاهده الأطفال هو مشاهير اليوتيوب الأطفال والمغامرات ، وإن العديد من الاطفال يشاهدونه بدون رقيب ولا مرافقة أسرية أو مراقبة أبوية .

1. وأظهرت الدراسة إن إعتقاد الأمهات أن الفيديوهات التي تقدم على اليوتيوب ذات تأثير سلبي على الطفل وكثيرا ما يشاهد الأطفال فيديوهات تحوي العنف
2. وأظهرت الدراسة إن السلوكيات السلبية التي يكتسبها الطفل من خلال مشاهدة اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات إن الأطفال يكتسبون بعض الأمور السلبية مثل العصبية والأنانية والعناد والسب والشتم والإنطوائية.

3. وأظهرت الدراسة إن السلوكيات الايجابية التي يمكن أن يكتسبها الطفل كثيرة مثل " الحب ، حفظ الألوان والأسماء بعمر صغير ، ومنهم من أصبح اجتماعيا .

التوصيات :-

من خلال نتائج الدراسة فإن الباحثة توصي بالآتي :-

- 1) على الوالدين أن يكونوا على وعي بدورهم في عملية التربية والتنشئة الاجتماعية وأن يقوموا بتحديد ساعات مشاهدة لأطفالهم وخاصة في مرحلة ما قبل المدرسة عند تصفحهم للإنترنت بوجه عام ولموقع اليوتيوب بوجه خاص، ومتابعة سجل المتابعة على الموقع باستمرار والجلوس مع أبنائهم ومحادثهم في كل ما يشاهده أطفالهم ،
- 2) القيام بدراسة حول الآثار المترتبة على دخول التكنولوجيا الحديثة إلى عالم الطفل لكي نتكمن من معالجة أي سلبات المترتبة على الإستخدام المفرط من قبل الأطفال للإنترنت بمواقع المختلفة ومنها اليوتيوب الأكثر جذباً للأطفال

المصادر والمراجع

أولاً:- المصادر

1:- معجم جامع المعاني

ثانياً :- الكتب

- 1:- حمدي عبد العظيم ،برامج تعديل السلوك ، مكتبة اولاد الشيخ للتراث ، مصر ، 2013 ، ط1.
- 2:- خالد حسان يوسف المقدادي ، ثوره الشبكات الاجتماعية - ما هي مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها، دار النفاس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1.
- 3:- ديما الشاعر التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، 2009 .
- 4:- رضى عبدالواحد امين، نظريه العلمية في الاعلام الالكتروني، القاهرة، جامعه الازهر، كليه الاعلام ، الطبعة الأولى، 2007
- 5:- عباس مصطفى، الاعلامي الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار النشر والتوزيع، عمان 2008، ط1.
- 6:- فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق 2002.
- 7:- منال المزاهره، نظريات الاتصال، دار المسرح للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2012.

ثالثاً:- الدوريات والمجلات :-

- 1:- محمد بن سعود البشير، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، عدد 83، عام 2003، جامعة الكويت .