

معالجة القصة الكارتونية القصيرة على اليوتيوب للقضايا الاجتماعية دراسة تحليلية

د. أسماء مسعد عبدالمجيد أبو عيطة *

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة لتحليل ملفات الفيديو المنتجة بشكل كارتوني التي تتناول القصص القصيرة الاجتماعية والقيم المتضمنة بها حيث تعرض باستخدام الوسائط المتعددة لمعرفة طبيعة الأطر المستخدمة في عرض هذه القصص نظرا لأنها تعرض باستخدام الرسوم المتحركة التي تعتبر الأكثر جذبا لفئة المراهقين والأطفال، ومعرفة طبيعة الموضوعات المقدمة فيها والمعالجة التي تقدم من خلالها هذه القصص. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن هذه الملفات تحمل في عنوانها وداخل المضمون محتوى إباحي وغير أخلاقي ولا يناسبه العرض باستخدام الرسوم الكارتونية على الرغم من عدم وضع رسالة تطلب التأكد من سن المستخدم قبل العرض في المحتوى الذي تم تحليله، أيضا تغلب عليه القيم السلبية-قيم التخلي- كالتسلط والأنانية والغرور والغدر والخيانة، وغلبة آلية إبراز المحتوى الجنسي والإيحائي على آليات الأطر المستخدمة في تقديم المحتوى، وتغلب الإثارة الجنسية على أطر الاهتمامات الإنسانية داخل المحتوى، إلي جانب سعيها لبناء واقع اجتماعي مما قد يؤثر في الفئة التي تتابع أعمال الرسوم الكارتونية- الأطفال- سلبا، وتختلف طبيعة الموضوعات المطروحة إلا أن الخلافات الزوجية والخيانة هي الأكثر شيوعا في عينة الدراسة، وهذا أيضا لا يتلاءم مع الفئة المتابعة لمضمون هذه الملفات ولا يناسب طبيعة العادات والتقاليد في المجتمع العربي عموما.

كلمات مفتاحية

ملفات فيديو، الكارتون، اليوتيوب، أنيميشن، الأطر الإعلامية، الأطفال، صور متحركة ثنائية الأبعاد، قضايا اجتماعية، قيم أخلاقية، قضايا مجتمعية، مشكلات اجتماعية، مشاكل الأسرة.

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة أكتوبر

YouTube short story treatment of social issues

An analytical study

Summary

This study aimed to analyze video files dealing with short stories and display them using multimedia to know the nature of the frameworks used in presenting these stories, by using 2D motion which is most attractive to adolescents and children, which confirms the danger of displaying the content in a context that does not suit this category of audience. The study reached several results, the most important of which is that these files carry pornographic content in the title and within the content.

This content didn't ask for the age of the user before playing the video, and it was overcome by negative values such as bullying, selfishness, vanity, treachery, betrayal, and sexual arousal prevailed over the frameworks of human interests within the content.

Keywords

2D, animation, social content, social issues, YouTube, short videos, kids, pornography.

مقدمة:

يعد موقع اليوتيوب أحد أهم المواقع التي يتعرض لها المستخدمون لشبكة الانترنت على مستوى العالم حيث يحتل المركز الثاني بعد موقع جوجل حسب مؤشرات and AlexaSimilarWeb من حيث عدد الزوار أيضا بلغ عدد مستخدميه أكثر من ٢ مليار مستخدم ويعتبر ثاني أثر مواقع التواصل الاجتماعي في عدد المستخدمين [1]. واستخدام استراتيجيات القصص في تناول وإيجاد حلول للقضايا المجتمعية ليست جديدة، فهي أسلوب رباني حيث يزخر القرآن الكريم بالعديد من القصص، فهناك سورة من سور القرآن تسمى بسورة القصص، وبدخول التقنية في المجال القصصي تطورت القصص من قصص شفوية أو ورقية إلى قصص رقمية تعتمد على النشر الإلكتروني، وعلى تكنولوجيا المعلومات المعاصرة بكل ما تتيحه من إمكانيات الاتصال المتعددة من الصوت والصورة الثابتة والمتحركة والكلمة المكتوبة، وهذا جعل للقصة القصيرة التفاعلية، التي يتم إنتاجها بالوسائط المتعددة، دوراً فعالاً وكبيراً في تناول القصص الاجتماعية.

مشكلة الدراسة

بناء على ما سبق كان لابد من معرفة الأطر التي تعتمد عليها الرسوم الكرتونية على موقع اليوتيوب المنتجة بالوسائط المتعددة باستخدام التصميمات الجرافيكية المتحركة ثنائية الأبعاد 2D في تناول القصص الاجتماعية للأسرة العربية، وذلك من حيث المحتوى ومن حيث أسلوب وطرق العرض (العنوان والصورة المستخدمة للمعابنة) التي تعتمد على جذب انتباه المستخدم إليها، وطبيعة القيم الأخلاقية المتضمنة في هذه القصص.

أهمية الدراسة

- يكاد يكون هناك ندرة في الدراسات العربية التي تتناول البرامج الجرافيكية والرسوم المتحركة التي تقدم كمحتوى عبر موقع اليوتيوب والتي تصنف بأنها محتوى غير آمن للأطفال وضرورة أن يتم التنويه عنها بأنها منتجة خصيصاً للبالغين، وحيث تعتبر ملفات الفيديو التي تعتمد على تقنية الوسائط المتعددة من أكثر الملفات أهمية وإثارة للمستخدم خاصة من صغار السن كما قالت Lund و Gurvitch حيث تسهم في اكسابهم بعض المعارف الهامة عن الواقع "2"، وقد تساهم أفلام الأنيميشن في نقل والتعريف بالخصائص الثقافية لمختلف الأمم حيث تقدم انعكاساً للخلفيات الثقافية "3"، لذا فمعرفة محتوى مقاطع الفيديو ذات الوسائط المتعددة والكارتونية التي تعتمد على تقنية الأنيميشن 2D هامة لكل من المستخدم العادي وللآباء والأمهات الذين يتركون أولادهم عرضة لهذه المضامين بدون فحصها بشكل جيد قبل تعرض أولادهم لها.

- الدراسة مهمة على المستوى الأكاديمي والمستوى الاجتماعي للوصول إلى طبيعة المعالجة لمضامين هذه الملفات للقصص الاجتماعية التي تعرضها والتي تمس بشكل أو

بآخر المجتمع العربي، وربما تحمل أفكارا أو مفاهيم تتعارض مع ثقافة المجتمع العربي وعاداته وتقاليده.

- يلاحظ أن بعض هذه المقاطع حظيت بمشاهدات تخطت مليون مشاهدة طبقا للقناة الرسمية على موقع اليوتيوب التي يتم فيها استعراض الفيديو، لذا كان من الأهمية دراسة هكذا محتوى والتعرف على القيم الاجتماعية التي يتم بثها من خلاله.

تهدف هذه الدراسة إلى

- 1 - رصد وتحليل آليات وأساليب المعالجة لمضامين القصص الكارتونية الخاصة بالموضوعات الاجتماعية التي تمس الأسرة العربية.
- 2 - معرفة طبيعة الأطر الأخلاقية المتضمنة في القصص الكارتونية على اليوتيوب.
- 3 - معرفة أطر الاهتمامات الإنسانية القصص الكارتونية على اليوتيوب.
- 4 - معرفة أطر الأسباب والحلول والنتائج في القصص الكارتونية الذي يتناول قصص اجتماعية من حيث (طريقة العرض الخاصة بالعنوان - المحتوى)
- 5 - معرفة الشخصيات المحورية في القصص الاجتماعية المطروحة في القصص الكارتونية على اليوتيوب

تعريفات إجرائية:

القصص الكارتونية: هي ملفات فيديو معروضة بشكل رسوم متحركة ثنائية الأبعاد في قنوات عبر موقع اليوتيوب مفتوحة للمشاهدة لأي سن دون تحديد طبيعة ملائمة المحتوى سواء للأطفال أو الراشدين، تتراوح مدتها بين أقل من دقيقة وحتى ١٧ دقيقة.

القضايا الاجتماعية: هي الموضوعات التي تهتم المجتمع، منها قضايا يتم تداولها ومناقشتها بشكل مفتوح بدون قيود في كافة وسائل الإعلام بأشكال وطرق مختلفة، ومنها قضايا يكون الحديث فيها بشكل مختصر لحساسية القضية للمجتمع أو الشخصيات الفاعلة فيها والمشاركين فيها مثل قضية التحرش بالقاصرات أو اغتصابهن.

الدراسات السابقة:

بحثت دراسة Rishabh Kaushal عن المحتوى الآمن للأطفال على موقع اليوتيوب "4" على اعتبار أن هذا المحتوى قد يظهر مصاحبا لأفلام كارتون يشاهدها الأطفال، بالتالي لا رقابة على المحتوى الغير آمن الذي قد يظهر في اقتراحات المشاهدة، ومع اعتبار الدراسة الحالية مطبقه على ملفات رسوم 2D الكارتونية فهي أيضا تظهر في اقتراحات المشاهدة لدى الأطفال، وقد توصلت الدراسة إلى أن المحتوى الغير آمن يصل من خلال الفيديو المقترح من خلال عدة تصرفات يقوم بها المستخدم مثل

(الإعجاب والتعليق والاشتراك في القناة أو وضع الفيديو في مشغل playlist addition) وعوامل أخرى، وأن المحتوى الغير آمن يقدم بالقرب من المحتوى الآمن بدون تدخل من المستخدم من خلال ارتباطه مع المستخدمين الآخرين، مما يجعل الأطفال أكثر عرضة للمحتوى الغير آمن لهم لعدة عوامل قد لا يكون منها الاستخدام الغير آمن للمحتوى على موقع اليوتيوب.

وباعتبار اليوتيوب مستودع فيديو شهير يقدم قنوات ترفيه عائلية. ومع ذلك، فإن المواد الإباحية تغرق الإنترنت ويمكن للأطفال الوصول عن طريق الخطأ إلى مقاطع الفيديو غير الآمنة. على سبيل المثال، يوجد محتوى صوتي إباحي مدرج في الرسوم الكاريكاتورية الشائعة على يوتيوب حسب ما ذكرت دراسة "5" Marina Buzzi التي قامت ب تقييم انتشار هذه الظاهرة، م خلال استبيان على 100 من الوالدين للأطفال تتراوح أعمارهم بين 2 و 13 سنة. تم دمج النتائج أيضاً مع البيانات التي تم جمعها من عدة مقابلات. وهدفت الدراسة إلى (1) تقييم درجة معرفة أولياء الأمور باليات واجهة مستخدم YouTube للإشارة إلى المحتوى غير اللائق وتصفيته (2) فهم تصور الوالدين لسلامة الأطفال. أظهرت النتائج أن ثلث العينة يقرون بأن أطفالهم قد وصلوا إلى محتوى غير لائق ويعتقد العديد من الآباء أنه يمكنهم مراقبة أطفالهم "بشكل كاف" أثناء القيام بأنشطة أخرى. يتحقق ثلث أولياء الأمور فقط من فئة الفيديو والكلمات الرئيسية، بينما يعرف ثلثا المشاركين أنه من الممكن الإشارة إلى محتوى مشكوك فيه ولكنهم لا يعرفون كيفية القيام بذلك. تم الحكم على إمكانية معرفة طبيعة المحتوى المسترجع قبل الوصول إليه (من خلال صورة المعاينة) كميزة شائعة ومفيدة لتحسين مستوى أمان YouTube للأطفال.

وفي دراسة أخرى لنفس الباحثة "6" ظهر المحتوى الإباحي إلى جانب استعراض الفيديو الخاص بالكارتون من والت ديزني لذا من الممكن أن يدخل الأطفال إلى هذا المحتوى الغير مسئول لذا طرحت الدراسة فكرة فاعلية واجهة المستخدم ودورها في الإشارة إلى المحتوى الغير مناسب، مثل تقديم طبيعة المحتوى المسترجع قبل الوصول إليه، والتي يمكن اعتمادها لتحسين سلامته للأطفال. واتفقت معها دراسة "7" Kaushal وآخرون في أن المحتوى غير الآمن موجود قريب جداً من المحتوى الآمن وأن مروجي المحتوى غير الآمن يشكلون مجتمعات متماسكة جداً مع مستخدمين آخرين، مما يزيد من احتمالية تعرض الطفل لمحتوى غير آمن.

وقد توصل عبد العزيز السيد وآخرون إلى أن المراهقين يتابعون برامج جرافيك ساخرة لا يعرفون عددها (كناية عن كثرتها) أسبوعياً بنسبة 39,9٪ وبرنامج واحد 18,8٪، وأكثر من ثلاث برامج بنسبة 15,4٪. ومن أكثر أسباب متابعة المراهقين لبرامج الجرافيك جاءت عبارة "لأنها تعمق فهمي للمشكلات بشكل ترفيهي" في المرتبة الرابعة في مقياس الدراسة "8"، مما يؤكد خطورة طرح الموضوعات والمشكلات من خلال فيديو الرسوم المتحركة نظراً لطبيعة وشدة التأثير بهذه المضامين لدى الشباب

والمراهقين والأطفال، حيث أوضحت دراسة Troy Jones & Kristen Cuthrell أهمية اليوتيوب في عملية التعليم خاصة للأطفال في المدارس الابتدائية وقد حذرت الدراسة السادة المعلمين من طبيعة المحتوى ومصادقته ”9”. أيضا أكدت دراسة ”10” R. Senthilkumar & R. K. Gnanamurthy أهمية التصميم للرسوم المتحركة خاصة الوجه حيث يعطي انطباعات مختلفة من حيث التعبيرات وبالمكياج أو بدون ومن حيث تعبيرات الوجه هل هي طبيعية أم لا (الغضب، الحزن، الضحك، الابتسام، النوم) ومن حيث طبيعة التصميم فقد ينتمي الشخص للأفريقيين أو الآسيويين أو أمريكي أو أوروبي، أيضا إخراج تصميم الرسوم المتحركة من حيث الصورة هل يتم عرضها وكأنها في ضوء عادي أم Infrared captured، كل ذلك يؤثر في طبيعة الموضوع المطروح ويؤثر على تقبله لدى المستخدمين لموقع اليوتيوب.

وقد وجدت دراسة ”11” Maranzana تم تنفيذها على مدار ١٤ أسبوعا بتعريض مجموعة من الطلاب المراهقين الدارسين للغة الإيطالية إلي ملفات فيديو رسوم متحركة وسؤالهم عن انطباعاتهم حيث عبروا عن سعادتهم بالدراسة من خلال الكارتون فقد وجدوه ممتعا واعتبروه أداة حقيقية لتطوير مهاراتهم في اللغة الإيطالية واكتساب مفردات وتعابير جديدة.

تساؤلات الدراسة

- 1 - ما طبيعة القصص الاجتماعية المطروحة في مقاطع فيديو قصص الكارتون على اليوتيوب؟
- 2 - ما الاستمالات الإقناعية المستخدمة في مقاطع فيديو قصص الكارتون الذي يتناول موضوعات اجتماعية تخص الأسرة العربية على اليوتيوب؟
- 3 - ما الآليات المستخدمة في معالجة مضامين القصص الكارتونية التي تناولت القصص الاجتماعية؟
- 4 - ما أطر الاهتمامات الإنسانية الظاهرة في (العنوان- المحتوى) للقصص الكارتونية الذي يتعرض لقضايا أخلاقية اجتماعية على اليوتيوب؟
- 5 - ما طبيعة الأطر الأخلاقية الظاهرة في (العنوان- المحتوى) للقصص الكارتونية التي تتناول قصص اجتماعية على اليوتيوب؟
- 6 - ما أطر أسباب المشكلات الاجتماعية المطروحة في مضامين القصص الكارتونية على اليوتيوب؟
- 7 - ما طبيعة أطر النتائج والحلول للمشكلات الاجتماعية المطروحة من خلال القصص الكارتونية على اليوتيوب؟
- 8 - ما الشخصيات المحورية المتضمنة في محتوى القصص الكارتونية التي تناقش

القضايا الاجتماعية على اليوتيوب؟

عينة ومجتمع الدراسة:

باستخدام الملاحظة العلمية عند تصفح موقع اليوتيوب للأطفال كانت تظهر ملفات فيديو ذات رسوم كرتونية تفيد بوجود قصة وذلك أثناء تصفح بعض الأطفال للموقع، لذا كان من الضروري متابعة هذه الملفات ومعرفة طبيعتها خصوصا أن العنوان وصورة المعاينة للفيديو تجذب الانتباه لكل محبي هذا النوع من المحتوى ذي الرسوم الكرتونية 2D,3D خاصة من هم في سن صغيرة؛ لذا تم اختيار العينة بناء على الملاحظة وتتبع بعض ملفات الفيديو التي تظهر تباعا في اقتراحات المشاهدة التي يضيفها الموقع أسفل كل فيديو، وبعد إجراء دراسة استطلاعية على القنوات التي ظهرت وهي (ميديا البلد- حكايات- خرابيش-حوا-قناة طرابلسية) تم اختيار قناة "ميديا البلد" لأنها الأكثر غزارة في الإنتاج، ولأنها تستخدم اللغة العربية الفصحى بعكس بعض القنوات الأخرى التي تستخدم لهجات شامية وبالتالي قد تحتوي قصص ترتبط بطبيعة المجتمع الشامي فقط. مع العلم أنه تم اقصاء مقاطع الفيديو التي لا تستخدم تقنية الرسوم المتحركة 2D في عرض المحتوى كاملا أو جزء منه.

وقد شملت المدة الزمنية للدراسة، كل مقاطع الفيديو "الرسوم المتحركة" التي تم انتاجها في قناة "ميديا البلد" منذ انشاء القناة وحتى أغسطس ٢٠١٩م.

منهج الدراسة والأدوات المستخدمة:

نظراً لطبيعة هذه الدراسة، والتي تنتمي إلى الدراسات الوصفية، فقد تم اختيار منهج المسح الإعلامي الشامل كمنهج علمي لاختيار مفردات العينة محل الدراسة، حيث تعتمد الدراسة على أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي للوصول لطبيعة الأطر الإعلامية الظاهرة في ملفات الفيديو الجرافيكية 2D المنتجة بتقنية الوسائط المتعددة على موقع اليوتيوب في قنوات (حوا- حكايات- ميديا البلد).

وتعتبر وحدة التحليل في الدراسة هي ملف الفيديو الذي قد تتراوح مدته الزمنية بين ١,٢١ دقيقة إلى ١٧,٢٣ دقيقة كأقصى حد للملفات التي تمت دراستها بمتوسط ١٠,٠٢ دقيقة.

صدق وثبات الدراسة

تم عرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء 1 لتقييمها ومدى ملاءمتها لقياس موضوع الدراسة، كما تم قياس الثبات من خلال أسلوب القياس وإعادة القياس بحيث أعيد الاختبار على عدد 20 فيديو من عينة الدراسة بنسبة 10,4% أعيد تحليلهم، وباستخدام المعادلة (نسبة الثبات = عدد الإجابات المطابقة من جملة أسئلة الاستمارة / مجموع الأسئلة)، وكانت نتيجة نسبة الثبات 88,2% مما يؤكد صحة وثبات أداة الدراسة.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد الدراسة نظرية تحليل الإطار الإعلامي للمحتوى، نظرا لقدرتها على تفسير وتحليل عناصر عينة الدراسة بشكل يسمح بالتعرف على كافة الأطر الإعلامية المستخدمة في إنتاج المضامين التي تتناول قصص اجتماعية تهم المجتمع العربي وترتبط بعاداته وتقاليده، مما يفسر دورها في التأثير على اتجاهات المتعرضين لهذا المحتوى دوناً عن غيره، وتفترض هذه النظرية أن "الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، إلا إذا وضعت في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع واغفال جوانب أخرى"12. أو تنظيم الألفاظ والنصوص والمعاني واستخدام الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة. ويعرف جوفمان الإطار الإعلامي بأنه بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما، فهي عملية هادفة من القائم بالاتصال يعيد فيها تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية. والإطار الإعلامي يحاول أن يشابه ويمثل بين ما يدركه الناس في حياتهم اليومية وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الوسيلة الإعلامية بمعنى اعتماد الوسيلة الإعلامية على الاستفادة من الفهم العام الموجود بدلاً من التغيير أو بناء قيم جديدة"13.

وتعتمد عملية بناء ووضع الإطار لقضية ما على رؤية انتقائية وعرض انتقائي لجوانب معينة من الأحداث واختيار متعمد لبعض الوقائع وجعلها أكثر بروزاً؛ وبالتالي تحدث تأثيرات معرفية وسلوكية للجمهور تؤثر في سلوكه واتجاهاته نحو القضايا التي

¹ (المحكمين:

أ.د أميمة عمران أستاذ الصحافة وكيل كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر.
أ.د حسن علي أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام جامعة السويس الأسبق.
أ.د عبد الجواد سعيد أستاذ الإعلام جامعة المنوفية.
أ.د محرز غالي أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
أ.د وليد فتح الله أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.
أ.م.د فاطمة شعبان كلية الإعلام جامعة الشروق.
أ.م.د منال أبو الحسن كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر.
أ.م.د منى هاشم كلية الإعلام جامعة بني سويف.
أ.م.د مها عبدالمجيد صلاح كلية الإعلام والاتصال جامعة عجمان- الامارات.

تتضمنها الأطر”14”. حيث التركيز على قضايا واهمال أخرى مما يعني وضع هذه الأحداث والقضايا في سياق معين وخلفية محددة وفق أطر يراها صانع الرسالة الإعلامية”15”.

- ووفقاً ل Entman (1991) فإن أطر وسائل الإعلام غالباً ما تتضمن”16”:

أ- الكلمات الرئيسية Keywords.

ب- المجاز أو الاستعارة Metaphors.

ج- المفاهيم Concepts.

د- الرموز Symbols.

هـ- الصور البصرية (المرئية) Visual Images.

أيضاً أشار Entman (1993) إلى الانتقاء والبروز Selection&Salience كأدوات للتأطير، حيث أن التأطير يتضمن بالضرورة الاختيار والإبراز، وذلك لتعزيز مشكلة معينة، أو تفسير متفق عليه، أو تقييم أخلاقي، أو معالجة للموضوع، وفي السياق نفسه فإن استبعاد واستثناء معلومات أو جوانب معينة من الموضوع يعتبر من أدوات الإطار. وقد قام Pan&Kosicki باقتراح أدوات عدة لصنع الإطار وبنائه وهي”18”:

أ- البناء التركيبي للقصة الخبرية.

ب- الأفكار الرئيسية المتضمنة في سياق القصة الخبرية.

ج- البناء الموضوعي للنص.

د- الاستنتاجات الضمنية.

وتعتبر العناصر النصية مثل: الكلمات والصور من أدوات الإطار. ومن آليات الإطار:

أ- آلية بناء السياقات الاجتماعية Contextualization.

ب- آلية الانتقاء

ج- آلية الإبراز

د- آلية الاستبعاد

نتائج الدراسة التحليلية:

طبيعة الكلمات المستخدمة في العنوان

جدول رقم (١) طبيعة الكلمات المستخدمة في العنوان

النسبة	التكرار	محتوى العنوان
٥٢,٦%	١٢٠	عنوان إيحائي
١٥,٧%	٣٦	عنوان جنسي
٣١,٥%	٧٢	عنوان عادي

تبين من تحليل ١٩٢ ملف فيديو على قناة "ميديا البلد" على موقع اليوتيوب التي تنصدرها عناوين تحمل ضمناً معالجة قضايا اجتماعية أسرية أنها تسعى بشكل كبير لجذب الانتباه من خلال العنوان الذي كتب باللغة العربية الفصحى، حيث تظهر الكلمات الإيحائية بنسبة ٥٢,٦% مثل (دخل على زوجته وهي ترقص لغيره، المنزل مشبوه وشرطة الآداب تتدخل، ظبط يمارس الحب في السيارة، أرغمتا على ممارسة الحب وإلا، رسالة إلى شاب فضحت والده ماذا يوجد تحت السرير) حيث يعتبر العنوان العنصر الأساسي لجذب الجمهور للفيديو وبالتالي ضمان التعرض لمحتوى الفيديو بغض النظر عن مدى اختلاف المضمون مع هذا العنوان، وأحياناً يدخل المضمون في اطار مختلف تماماً عما رسمه العنوان أو تم الإيحاء به للمستخدم، أيضاً جاءت فئة الكلمات الجنسية بنسبة ١٥,٧% من محتوى العنوان (قال لصديقه أريد أن تحمل زوجتي منك، اختلطت الفراش بين عشيقها وزوجها، أخذ زوجته بعيداً عن الأعين وعاشرها بالسيارة، أقامت أكثر من ٢٠ علاقة في يوم واحد) وساهم في إيصال المعنى الصورة التي تظهر لمعينة ملف الفيديو قبل فتحه للعرض، وظهرت فئة العنوان باستخدام كلمات عادية بنسبة ٣١,٥% (الشاب الذي عشق جنية القطار، قصة طفل وطفلة زوجين، خسر والده ووالدته بنفس الطريقة ثم كان مصيره السجن، فتاة كادت أن تتدمر حياتها بسبب وحمه) ولكنها ككلمات عادية قد توضع في تركيب جملة تعطي معنى إيحائي مثل (دخل الحمام فشهد ما أفقده زوجته ومستقبله) وذلك يظهر في الجدول التالي:

جدول رقم (٢) طريقة كتابة العنوان

النسبة	التكرار	محتوى العنوان
١٠,٤%	٢٠	جملة استفهامية
٢٠,٨%	٤٠	جملة تقريرية
٢٢,٩%	٤٤	جملة خبرية
٤٥,٨%	٨٨	جملة إيحائية
١٠٠%	١٩٢	المجموع

يتبين من الجدول السابق غلبة طبيعة تكوين جملة العنوان بالطريقة الإيحائية بنسبة ٤٥,٨% من العنوان مثل (فعل بابنته كما فعل بزوجته الأولى هكذا كان مصيره، سافر

ليحسن أوضاع عائلته فاستفرد والده بزوجته، ثروتها كادت أن تنهي حياتها) أما الجملة التقريرية فظهرت لتشرح وتفصل الأحداث من خلال العنوان وتعطي تقريراً عنه مثل (غلبه الحنين لحبيبته الأولى فقدمت له ما يحتاجه، السرقة من السارق كالوارث من أبيه عبرة من زوجته غيرت حياة رؤوف) وقد ظهرت بنسبة ٢٠,٨٪ أما الجملة الخبرية فقد ظهرت بنسبة ٢٢,٩٪ مثل (صديقتان منذ الطفولة تخاصمتا من أجل رجل، قصة طفل وطفلة زوجين، طلق زوجته لسبب صادم فعاد وتزوجها في السجن) أما الجملة الاستفهامية فظهرت لتضفي بعضاً من الغموض على مضمون الفيديو وذلك بنسبة ١٠,٤٪ مثل (تزوجها لكن أنجب من شقيقتها فما مصير الطفل، ظبط يمارس الحب في السيارة ما علاقة المحامي الأعرج).

استخدام كلمات خارجة وإيحائية في محتوى الفيديو

جدول رقم (٣) وجود كلمات خارجة إيحائية في محتوى الفيديو

الموضوع	التكرار	النسبة
يوجد	٧٢	٣٧,٥٪
لا يوجد	١٢٠	٦٢,٥٪
المجموع	١٩٢	١٠٠٪

يتبين من الجدول السابق أنه على الرغم من غلبة الكلمات الإيحائية على العنوان واستخدام كلمات لها طابع الإثارة كما في الجدول رقم (١) على سبيل المثال (عشيقها، وفي سريره، وأخذ شرفها، وبطريقة مثيرة، أعادته لحضنها)، إلا أن محتوى الفيديو بنسبة ٦٢,٥٪ لم تظهر به كلمات خارجة أو إيحائية، وكانت القصص يتم سردها بدون استخدام ألفاظ خارجة عن السياق الأدبي والأخلاقي الاجتماعي رغم وجود ألفاظ إيحائية في العنوان الذي يسعى بشكل أساسي لجذب انتباه المتلقي لفتح الفيديو ومتابعة محتواه للنهاية. ونسبة ٣٧,٥٪ احتوت على بعض الألفاظ والعبارات الإيحائية مثل "نزلت جميع ملابسها وبقيت باللباس الداخلي" و "بدأت أسمهان تلامس جسد همسة التي أحست بشهوة غريبه" وبدأت تتعمق أكثر وأكثر لتصل لمناطق حساسة من جسد همسة" كل ذلك سرد لتفاصيل إباحية وخارجة عن القيم الأخلاقية للمجتمع ليست مهمة في سياق الأحداث.

بناء على النتائج السابقة في الجداول (١)، (٢)، (٣) مع مقارنة نتائج هذه الدراسة بدراسة Maranzana يتضح مدى خطورة هذه الكلمات والعناوين حيث أعرب المبحوثون عن سعادتهم لتعرضهم لملفات رسوم متحركة واعتبارها أداة مفيدة لاكتساب اللغة، لذا يعتبر احتواء ملفات الدراسة الحالية على مضامين أغلبها إيحائي وجنسي مؤثراً بشكل ما على كل من يتعرض له، فربما يضيف المستخدم لهذه الملفات بعض الألفاظ التي وردت أمامه إلى قاموسه اللغوي ومن ثم استخدامها في حياته مما يعني تدني مستوى الحوار وتغيير ثقافي حاد للمتلقي. وقد صنفت دراسة Rishabh Kaushal مقطع الفيديو الذي يستخدم محتوى كارتون كمحتوى آمن أو غير آمن من

خلال عدد من المعايير أهمها العنوان وعدد الكلمات المستخدمة فيه وطبيعة هذه الكلمات وما تحمله من مضمون وهل تلائم الجمهور المقدم لها وهل يوجد تنبيه في العنوان بعدم ملائمة المحتوى، ومدى وجود أو عدم وجود رقم +١٨ إلى العنوان، وإضافة كلمات مفتاحية كثيرة حتى يظهر الفيديو بسرعة، وعدد مرات أكثر في البحث، وتوصلت في النهاية إلى أن المحتوى الغير آمن يسعى فيه صاحبه إلى جذب انتباه المتلقي لذا يضمنه بالكلمات الإيحائية والاباحية من خلال البحث عن وجود أو عدم وجود محتوى غير آمن في الفيديو إما في شكل عري رسومي أو كلمات مسيئة منطوقة في الحوارات. من إجمالي 408 مقطع فيديو أولي، تم العثور على 284 مقطع فيديو آمن و 124 مقطع فيديو تم العثور عليها غير آمنة لمشاهدتها من قبل الأطفال.

الوسائط المتعددة المستخدمة

أولاً: في صورة معاينة الفيديو

جدول رقم (٤) الوسائط المتعددة المستخدمة في العنوان

النسبة	التكرار	وسائط صورة المعاينة
٢,١%	٤	رسوم 2D بالمزج مع صورة واقعية ونص مكتوب في مربع حوار (خلفية ملونه)
٩٧,٩%	١٨٨	رسوم 2D بالمزج مع نص مكتوب في مربع حوار (خلفية ملونه)
١٠٠%	١٩٢	المجموع

يتبين من الجدول السابق استخدام الرسوم الكرتونية 2D بالمزج مع النص المكتوب باستخدام خلفية ملونه أو مربع حوار يخرج من فم البطل وذلك بنسبة ٩٧,٩% في حين جاءت فئة الرسوم 2D بالمزج مع صورة واقعية ونص مكتوب في مربع حوار بنسبة ٢,١%. والنتيجة تثبت استخدام أكثر من وسيط في إنتاج صورة المعاينة، مما يساهم في جذب انتباه المتلقي.

ثانياً: الوسائط المتعددة المستخدمة في محتوى الفيديو

جدول رقم (٥) الوسائط المتعددة في المحتوى

النسبة	التكرار	وسائط محتوى الفيديو
٤,١%	٨	رسوم 2D بالمزج مع صورة واقعية ونص مكتوب في مربع حوار (خلفية ملونه) مع موسيقى
٩٤,٢٧%	١٨١	رسوم 2D بالمزج مع نص مكتوب في مربع حوار (خلفية ملونه) مع موسيقى
١,٥٦%	٣	رسوم 2D بالمزج مع نص مكتوب في مربع حوار (خلفية ملونه) مع صوت الشخصيات
١٠٠%	١٩٢	المجموع

يتبين من الجدول السابق أنه بنسبة ٩٤,٢٧% كان اعتماد ملفات الدراسة على الرسوم ثنائية الأبعاد مع استخدام مربع حوار لتوظيف النص واستخدام الموسيقى بدلاً من

صوت الشخصيات والتي كانت متشابهة في كل الملفات ولم يتم توظيفها بحسب الحالة المطلوب الحصول عليها من القصة، مما يعزز فكرة اعتماد ملفات الفيديو على أكثر من عنصر في عرض القصص القصيرة، حيث أن الاعتماد على أكثر من عنصر يزيد من قيمة العمل. أما عن مستوى الحركة التي اعتمدت عليها الرسوم المتحركة فكانت قليلة محدودة قد تعتمد على تحريك الأصابع أو تعبيرات الوجه عندما يحتوي المشهد على حركة لكن جميع المشاهد كانت ثابتة والاعتماد في الحركة كان على المشهد اللاحق الذي يظهر تطور الحركة. ومن الملاحظ عدم الاختلاف في طبيعة الشخصيات المستخدمة أو التصميم الخاص بالديكور بين ملفات الفيديو في القناة محل الدراسة "ميديا البلد"، ولوحظ التشابه مع قناة حكايات أيضا التي تقدم مضمون مشابه، فالتصميم المستخدم كديكور لمشهد في مقهى في قصة هو نفسه الذي يظهر في قصة أخرى، مما يعني أن القائمين على القناة استخدموا نفس الديكورات في إنتاجهم ربما توفيراً للوقت والجهد والمال، وربما لسهولة توظيف هذه الديكورات في أكثر من قصة التي تتشابه في أغلبها بين غرفة الطعام وغرفة النوم وغرفة استقبال الضيوف والمقهى والحديقة ومكتب عمل.

أما بقية العناصر التي أدرجتها الباحثة في استمارة التحليل لم يكن فيها أي تكرار مما يؤكد ثبات القائمين على القناة على عناصر محددة لعرض القصص وعدم وجود تنوع كبير في الوسائط المتعددة المستخدمة ربما لتوفير الوقت لإنتاج أكثر من قصة أسبوعياً.

الشخصيات المحورية التي تظهر في الفيديو

جدول رقم (٦) الشخصيات المحورية في الفيديو

الموضوع	التكرار	النسبة
رجل مسن	٤	٢,٠٨%
امرأة مسنه	١١	٥,٧٣%
زوج	١٢٠	٦٢,٥%
زوجة	١٠٤	٥٤,١٧%
شاب	٤٠	٢٠,٨٣%
شابة	٤٨	٢٥%
مراهق	١٧	٨,٨٥%
مراهقة	١٦	٨,٣٣%
طفلة	١٢	٦,٢٥%
أخرى	٥	٢,٦٠%

يتبين من الجدول السابق أن أغلب القصص الواردة في ملفات عينة الدراسة ظهرت فيها الزوج والزوجة كشخصيات محورية بأكثر نسبة من بين الشخصيات المحورية الأخرى حيث كانت ٦٢,٥%، ٥٤,١٧% لكل منهم على الترتيب، مما يعني أن أغلب القصص تناولت العلاقة الزوجية وهذا من. ظهر في الجدول رقم (٦). وتلى ذلك ظهور كل من الشاب والشابة كشخصية محورية في المرتبة الثالثة الرابعة لتجسيد قصص

أيضا لها علاقة بالخلافات الزوجية بنسبة ٢٠,٨٣٪ و ٢٥٪ على الترتيب، ولم تطرح أفكار مثل الخلافات مع الأهل كأساس للقصة وانما ظهرت كمشاكل ثانوية صغيرة داخل أحداث القصص، ويأتي في المرتبة الخامسة والسادسة كل من المراهق والمراهقة بنسبة ٨,٨٥٪ و ٨,٣٣٪ على الترتيب والتي كانت متجسدة في ضحية اعتداء أو معندي، فالقصص تناولت الفتيات المراهقات على أنهن فريسة للجار والعم والخال يسهل الاعتداء عليها، وبعض القصص طرحت ضياع مستقبلهن بسبب اعتداءات واغتصاب، أما المراهق فكان دائما شاب طائش ويحب الفتيات وتعلو غرائزه على تفكيره فيداعب أطفال الأقارب أو الجيران، وان كانت أغلب القصص لم تنتهت إلا بالاعتداء الواقع فعليا لكن كل القصص كانت تتعمق في تفاصيل محاولة المراهق الاعتداء على المحيطين به من حيث التفاصيل الدقيقة للحركات مثل رآها وهي تلعب فاقترب منها وحاول لمسها، فالقصص تسهب في سرد التفاصيل حتى إن لم يكن الفعل قد اكتمل وتم الاغتصاب مثلا. أما فئة الطفلة فظهرت بنسبة ٦,٢٥٪ كلها كانت ضحية اعتداء أو محاولة اعتداء. أما الفئات التي ظهرت بشكل نادر كانت الرجل المسن والمرأة المسنة في دور الجدة أو الأم والحماة والتي لم توضع في سياق القصص لتحويل مجرى الأحداث حيث الدور كان سلبييا في أغلب القصص وهامشي ولا يفيد رغم ظهوره كشخصية محورية فهو يظهر لاستكمال فترة من حياة البطل، أو يظهر كزوج كبير في السن على زوجته التي أجبرت على الزواج به، أو الجارة المسنة التي توقع الزوج في شباكها رغم سنها فهو سبب لتحريك الأحداث لكن لا يصنعها، بمعنى أن لو تم إخفاء الشخص لن يؤثر عليها أو على نتائجها. وفئة أخرى تظهر بنسبة ٢,٦٠٪ لصالح الأشباح والجنيات.

طبيعة الموضوع المطروح في الفيديو

جدول رقم (٧) الموضوع الذي يتناوله الفيديو

النسبة	التكرار	الموضوع
٣١,٢٥٪	٦٠	خيانة زوجية
١٦,١٤٪	٣١	خلافات زوجية
١١,٤٥٪	٢٢	اعتداء على أطفال
١٠,٤١٪	٢٠	زنا
٩,٧٪	١٨	خيانة صداقة
٩,٧٪	١٨	تمر
٨,٨٥٪	١٧	زواج الفاصر
٣,١٢٪	٦	أخرى
١٠٠٪	١٩٢	المجموع

يتبين من الجدول السابق اعتماد ملفات الوسائط المتعددة عينة الدراسة على سرد قصص تعتمد في أغلبها على العلاقة بين الزوج والزوجة وذلك بنسبة ٤٧,٣٩٪ وذلك يتضح في ظهور نسبة كبيرة من الشخصيات المحورية متمثلة في الزوج والزوجة كما

في الجدول السابق، وتنقسم بين الخيانة الزوجية بنسبة ٣١,٢٥٪ والتي تقدم طرحا لأسباب ونتائج هذه الخيانة بشكل عابر لكنها تركز على العلاقة التي قام بها أحد الزوجين للخيانة وتقديم تفصيل واسهاب لهذه العلاقة بدون الحاجة لذلك، فعندما نحذف تفاصيل العلاقة الغير شرعية تلك من أحداث القصة لن تؤثر على طبيعة الأحداث إنما تم وضعها لجذب الانتباه واستقطاب جمهور أكبر للمتابعة، أما نسبة ١٦,١٤٪ للخلافات اليومية بين الزوجين، كأن يقل رزق الزوج، أو أن يقوم بضرب زوجته، لكن تترتب عليها أفعال قد تؤدي إلى عواقب وخيمة لأن هذه الخلافات تؤدي لرد فعل عنيف، ومن الواضح محاولة تلك القصص التخفيف من حدة هذه المناقشات والخلافات وتقديم نصيحة في نهاية الفيديو لكل الجمهور توضح أن ردود الفعل العنيفة لا تحل تلك المشكلات البسيطة اليومية وإنما تكون عواقبها سيئة على الأسرة. وجاءت نسبة ١١,٤٥٪ للاعتداء على الأطفال التي قد تكون من أحد الأقارب أو الجيران أو الأصدقاء للأسرة أو الطفل في المدرسة، ويلاحظ أيضا الاسهاب في تفصيل حادث الاعتداء، حيث لا تعتبر التفاصيل مهمة، فمن الأفضل أن تدرك تعرض الطفل للاعتداء من معرفة تفاصيل الاعتداء، فعينة الدراسة عبارة عن وسائل متعددة تعتمد بشكل كبير على رسوم الكارتون 2D كما ذكر في الجدول رقم (٤) ونسبة التحريك فيها ضعيفة والديكورات والشخصيات المرسومة قد لا تتغير من قصة لأخرى إلا أن النص المكتوب يشرح ويفصل أحداث القصة وبالتالي الاعتماد الأكبر يكون على عنصر النص. ونسبة ١٠,٤١٪ يأتي الزنا كأحد الموضوعات التي ظهرت في عينة الدراسة، ونسبة ٩,٧٪ لقصص عن التمر بما يشمل السخرية من الجسم ولون البشرة أو علامات بالجسم مثل الوحمة، وظهرت القصص التي تناولت زواج القاصرات بنسبة ٨,٨٥٪ من عينة الدراسة، أما فئة أخرى فكانت بنسبة ٣,١٢٪.

طبيعة الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الفيديو

جدول رقم (٨) الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الفيديو

الاستمالات الإقناعية	في العنوان		في المحتوى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عاطفية	١٦٣	٨٤,٨٩٪	١٦٠	٨٣,٣٣٪
منطقية	٣	١,٥٪	١٢	٦,٢٥٪
لايوجد استمالات	٢٦	١٣,٥٪	٢٠	١٠,٤٢٪
المجموع	١٩٢	١٠٠٪	١٩٢	١٠٠٪

يتبين من الجدول السابق غلبة الاستمالات الإقناعية العاطفية على محتوى العنوان حيث ظهرت بنسبة ٨٤,٩٪ من العناوين في عينة الدراسة لأهمية استقطاب مستخدمي الموقع وجذبهم لمتابعة محتوى الفيديو، لتقل في محتوى الفيديو إلى ٨٣,٣٪ لأن أغلب القصص اعتمدت على السرد لأحداث لها علاقة بالخلافات الزوجية والأسرية العلاقات المحرمة والاعتداءات، فهي تتناول أحداث لا تعتمد على العنصر المنطقي، فكل

القصص تشرح مقدمات عن طبيعة الشخصيات المحورية والبيئة التي يعيشون فيها ثم تنطلق إلى الأحداث التي تتناول الجانب المثير في القصة في أغلبه يعتمد على العلاقة الخاصة بين الزوج وزوجته أو علاقة محرمة، بالتالي الاعتماد في أغلب القصص يكون على عنصر الإثارة، ونسبة ١,٥٪ للاستمالات المنطقية في العنوان تقابلها ٦,٢٥٪ لمحتوى الفيديو، أما العناوين التي لم يظهر فيها أي استمالات كانت بنسبة ١٣,٥٪ مثل قصة طفل وطفلة زوجين، وفي محتوى الفيديو كانت بنسبة ١٠,٤٢٪ والتي تعرض القصة مجردة دون محاولة اقناع عاطفية أو أدلة منطقية.

الأطر الأخلاقية في الفيديو

جدول رقم (٩) الأطر الأخلاقية في الفيديو

الأطر الأخلاقية	في العنوان		في المحتوى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
استخدام عبارات أخلاقية	٨	٤,١٪	٣٢	١٦,٦٧٪
استخدام مقولات أخلاقية	٨	٤,١٪	٤	٢,٠٨٪
تقديم رسالة أخلاقية	٢٤	١٢,٥٪	٩٢	٤٧,٩٢٪
لا يوجد	١٥٢	٧٩,١٪	٦٤	٣٣,٣٣٪
المجموع	١٩٢	١٠٠٪	١٩٢	١٠٠٪

يتبين من الجدول السابق النسبة الأكبر لصالح عدم وجود إطار أخلاقي في العنوان، وذلك نظراً لحاجة الفيديو لاستقطاب أكبر عدد من الجمهور لمشاهدة المحتوى لذا لا يوجد إطار أخلاقي وعلي العكس هناك إثارة وعناوين تحمل محتوى إباحي أو جمل إباحية وذلك كما في الجدول رقم (٢) على الرغم من أن المحتوى قد لا يرتبط بالعنوان وذلك بنسبة ٧٩,١٪، مثل العنوان "أرغمتنا على ممارسة الحب وإلا" الذي يسعى لتقديم الإثارة ومحاولة إقناع المتلقي بأن الشخصيات المحورية ستقوم بالفعل الذي ذكر في العنوان، أو عنوان لا شيء فيه مثل "ضابط شرطة اكتشف سرا غير حياته للأبد" وعلى العكس نجد أن محتوى الفيديو قد يحتوي إطار أخلاقي من خلال الاستعانة ببعض العبارات الأخلاقية الواردة على لسان الشخصيات بنسبة ١٦,٦٧٪ أو تقديم رسالة أخلاقية في نهاية الفيديو من خلال النص الراوي بنسبة ٣٣,٣٣٪ بمجموع ٥٠٪ من عينة الدراسة، حيث أن القصص المروية عينة الدراسة كان تحاول استقطاب أكبر عدد من المستخدمين لمتابعة أحداث الفيديو ومن خلال المتابعة تسعى إلى تقديم رسالة أخلاقية لحث الناس على نبذ هذه الأفعال، وإن كان المحتوى ركز بشكل كبير على المحتوى المثير والأحداث المثيرة وعرضها بشيء من التفصيل إلا أنها نبذتها من خلال أحد الشخصيات أو في نهاية القصة. ولم تظهر الرسائل الأخلاقية في العنوان إلا فيما مجموعه ٢٠,٧٪ من عينة الدراسة بين تقديم رسالة أخلاقية بنسبة ١٢,٥٪ أو استخدام عبارات ومقولات أخلاقية بنسبة ٤,١٪ لكل منهما مثل "السرقه من السارق كالوارث من أبيه" أو "خسر والده ووالدته بنفس الطريقة ثم كان مصيره السجن" أو مزحة غير متوقعة بين الأصدقاء تفقد عمر أعلى ما يملك" أو "حب المال أفقده أهم شخص في

حياته"، أما محتوى الفيديو فكان يترك الحكم للجمهور بعد عرض ما ألم بأبطال القصة من عواقب نتيجة أفعالهم، وغالبا كان يتم طرح سؤال ما رأيك فيما حدث للبطل، وهل يستحق ذلك أم لا، وهل العقاب كافي من وجهة نظرك.

إطار المسؤولية الظاهر في الفيديو

جدول رقم (١٠) أطر المسؤولية في الفيديو

إطار المسؤولية	التكرار	النسبة
البطل هو المسئول عن تطور الأحداث	١٢٠	٪٦٢,٥
البطل غير مسئول عن ما حدث وهو ضحية	٦٣	٪٣٢,٨١
لا يوجد شخصية تتحمل المسؤولية	٩	٪٤,٦٩
المجموع	١٩٢	٪١٠٠

يتبين من الجدول السابق أن أغلب القصص الكارتونية عينة الدراسة يتحمل فيها البطل المسؤولية عن الأحداث وتطوراتها بنسبة ٦٢,٥٪، أما فئة وقوع البطل ضحية للأحداث وعدم مسئوليته عنها بنسبة ٣٢,٨١٪، أخيرا فئة عدم وجود شخصية تتحمل مسؤولية الأحداث بنسبة ٤,٦٩٪ فالبطل ضحية للتمتر من المجتمع أو العادات والتقاليد.

توافر أطر أسباب المشكلة المطروحة في الفيديو

جدول رقم (١١) أطر أسباب المشكلة المطروحة في الفيديو

أطر أسباب المشكلة	في العنوان		في المحتوى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
يوجد	٦٠	٪٣١,٢٥	١٦٤	٪٨٥,٤٢
لا يوجد	١٣٢	٪٦٨,٧٥	٢٨	٪١٤,٥٨
المجموع	١٩٢	٪١٠٠	١٩٢	٪١٠٠

يتبين من الجدول السابق عدم وجود أطر لأسباب المشكلة تظهر في العنوان بنسبة ٦٨,٧٥٪ حيث يظهر العنوان غامض وإيحائي أكثر من تقديم أسباب للموضوع ودايما تظهر كلمة "والسبب غامض أو تعرفوا على السبب أو السبب صادم أو السبب سيصدمك" مثل عنوان "الطالبة التي تجمع بقايا طعام زميلتها والصدمة عند معرفة السبب" أو أصيب بالإيدز بسبب علاقة غير شرعية ماذا حصل تلك الليلة"، وأغلب العناوين إن لم تعبر عن غموض السبب فهي في أغلبها إيحائية وغامضة كما ظهر في الجدول رقم (٢) بينما ظهرت عناوين تحمل أسباب المشكلة بنسبة ٣١,٢٥٪ من عينة الدراسة مثل "قصة فتاة كادت أن تتدمر حياتها بسبب وحة" أو "وجد ابنه بعد ٢١ عاما من فقدانه من خلال رسالة فيسبوك" أو "وثقت بصديقتها وأعطتها سرها فخانتها مع زوجها" أو خانها زوجها فانتقمتم منه بطريقة لا تخطر بالبال" أو اختلف مع زوجته فحرم ابنته من والدتها ٢٠ عاما" أو من أجل المال والشهوة تخلت عن ابنها المقعد وسافرت"، أما المحتوى فقد ذكرت فيه أسباب المشكلة بنسبة ٨٥,٤٢٪ من عينة الدراسة، في حين لم تظهر أطر أسباب للمشكلات التي تم طرحها في القصص الكارتونية القصيرة التي ظهرت في عينة الدراسة بنسبة ١٤,٥٨٪.

أطر الاهتمامات الإنسانية المتوافرة في القصة الكارتونية
جدول رقم (١٢) أطر الاهتمامات الإنسانية في الفيديو

أطر الاهتمامات الإنسانية	في العنوان		في المحتوى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التعاطف مع الضحية	٤٨	٪٢٥	٨٨	٪٤٥,٨٣
الصدمة	٢٤	٪١٢,٥	٤٠	٪٢٠,٨٣
الغضب	٢٤	٪١٢,٥	١٤	٪٧,٢٩
الإثارة الجنسية	٥٢	٪٢٧,١	٢٨	٪١٤,٥٨
لا يوجد	٣٦	٪١٨,٧٥	١١	٪٥,٧٣
أخرى	٨	٪٤,١	٩	٪٤,٦٩
المجموع	١٩٢	٪١٠٠	١٩٢	٪١٠٠

يتبين من الجدول السابق عدم وجود أطر اهتمامات إنسانية تظهر في العنوان بنسبة ١٨,٧٥٪ من بين ما تم تحليله من عناوين العينة، ونسبة ٥,٧٣٪ من محتوى الفيديو. في مقابل نسبة ٨١,٢٥٪ من عينة الدراسة تظهر أطر إنسانية واضحة في العنوان مقسمة على باقي الفئات، ونسبة ٩٤,٢٧٪ من محتوى القصص الكارتونية عينة الدراسة يشير لوجود أطر اهتمامات إنسانية مقسمة على فئات الدراسة.

يظهر الإطار الخاص بالإثارة الجنسية في العنوان بنسبة ٢٧,١٪ من عينة الدراسة مثل "ضبط زوجته مع عشيقها بثياب الزواج" أو "في شقة سرية كشفها زوجها مع صديقتها على الفراش" أو "كشف خيانة زوجته على سرير عشيقها والضحية هي الطفلة" أو "أخذ زوجته في السيارة وعاشرها" أو "قصة منى التي فاجأها سائق تاكسي بخطف شرفها"، أو "أقام علاقة محرمة مع حماته"، وتقل النسبة داخل محتوى الفيديو لتصل إلى ١٤,٥٨٪ من عينة الدراسة كانت تسعى للإثارة الجنسية، فقد سعت بعض القصص الكارتونية للتركيز بشكل كبير على تفاصيل العلاقات الجنسية في سرد القصة من خلال النص أكثر من إظهار الرسومات الكارتونية في أوضاع مثيرة، حيث كان يتم تصوير العلاقة من خلال الأبطال على سرير مع وجود غطاء أو حتى تصوير محاولات الاعتداء من خلال البطل الذي يمد ذراعيه نحو الضحية بدون تحريك، لذا لم تكن الصورة تحاول الإثارة بقدر ما كانت لتوصيل المعلومة، على الرغم من الإسهاب المكثف في وصف الأحداث المثيرة من خلال نص الراوي، وقد بينت دراسة Rishabh Kaushal وآخرون أن ملفات الفيديو غير الآمنة- التي تستخدم الكارتون- أقل شهرة بين المستخدمين عينة الدراسة ولكنها تواجدت بالقرب من المحتوى الآمن مما يزيد من احتمالية تعرض الأطفال لها. وعند محاولة وضع نظام لاكتشاف المحتوى الجنسي أو العري باستخدام برنامج يحدد الإطار "اللقطه" الذي يظهر فيه المشهد الغير لائق تبين أن تكلفة استخدام برنامج مماثل ستكون ذات تكلفة عالية ولن يقبل اليوتوب بتعطيل نشر فيديو مستخدميه لذا توصلت الدراسة إلي أن الفكرة الناجحة لتعطيل المحتوى غير الآمن تأتي من خلال إبلاغ المستخدمين عن المحتوى واختيار عدم الإعجاب.

أما فئة التعاطف مع الضحية في العنوان ظهرت في ٢٥٪ من عينة الدراسة ومحاولة استدرار عطف الجمهور مع البطل من خلال العنوان مثل "أحبته و غيرت دينها للزواج منه فكافأها بجلب ضرة لها" أو عانت من التتمر بسبب وزنها الزائد" أو "تبرعت لزوجها بكليتها فرد المعروف بالصدر"، وتزيد نسبتها في داخل محتوى الفيديو لتصبح ٤٥,٨٣٪ كأكبر نسبة بين الأطر الإنسانية، ربما لأن أغلب القصص الكارتونية المروية في عينة الدراسة الهدف منها إظهار المعاناة والألم التي كانت فيها الضحية (بطل/بطله) يبدأ الموضوع بعنوان مثير لتجد أن المحتوى مختلف داخل الفيديو وربما تكون القصة أساسية. وظهرت كل من الصدمة والغضب بنسبة ١٢,٥٪ لكل منهما في العنوان مثل "أجبرت ابنتيها على الزواج طلبا للستر" أو "طالبة الجامعة المتمردة نزع عنها البراءة فأصبحت فتاة ليل" أو تزوجته طلبا للستر فأخذ شرف ابنتها القاصر، أما في محتوى الفيديو فكانت نسبة الصدمة من الأحداث ٢٠,٨٣٪ وذلك لطبيعة سرد الأحداث حيث تظهر تفاصيل القصة الصدمة من تصرفات البطل/ة لدى من يتابعها، أما الغضب فكانت نسبته ٧,٢٩٪ من محتوى القصص الكارتونية في ملفات الفيديو عينة الدراسة، وربما لاختلاف طبيعة سرد القصة عن العنوان الذي يحاول جذب الانتباه لكن الأحداث تسير بشكل مبسط وسلس دون إثارة مشاعر الغضب. أما فئة أخرى فتظهر بنسبة ٤,١٪ من العنوان ونسبة ٤,٩٪ في محتوى الفيديو تتنوع ما بين غموض المحتوى والأمومة واصلاح المتخاصمين والشفقة.

القيم التي تظهر في محتوى الفيديو أولا قيم التحلي

جدول رقم (١٣) القيم التحلي الظاهرة في محتوى الفيديو

م	الموضوع	التكرار	النسبة
١	مساعدة الغير ومبادرة عمل الخير	٣٣	١٧,١٨٪
٢	العمل التعاوني	٢٠	١٠,٤٢٪
٣	التسامح	٩	٤,٦٩٪
٤	احترام الآخر	٩	٤,٦٩٪
٥	حب الخير للآخر	٨	٤,١٧٪
٦	التواضع	٦	٣,١٣٪
٧	التضحية من أجل الآخرين	٥	٢,٦٠٪
٨	الصدق	٣	١,٥٦٪
٩	أخرى	٧	٣,٦٥٪

يتبين من الجدول السابق عدم ظهور القيم التي يجب أن يتحلى بها الشخصيات المحورية في القصص الكارتونية المعروضة في ملفات فيديو عينة الدراسة بشكل مناسب المروية حيث كان مجموع نسبة قيم التحلي ٤٣,٧٥٪، حيث لم تحاول القصص تعزيز قيم التحلي و اظهارها برغم محاولة أغلب القصص استخلاص العبرة والعظة من أفعال البطل/ة، وقد ظهرت قيمة "مساعدة الغير ومبادرة عمل الخير" بأكبر نسبة بين

قيم التحلي التي كانت ١٧,١٨٪ تليها العمل التعاوني بنسبة ١٠,٤٢٪ والتسامح واحترام الآخر بنسبة ٤,٦٩٪ لكل منهما والتي ظهرت في القصص التي تتناول مسامحة الزوجة لزوجها في حال الخيانة أو إكرام الوالدين والأم خاصة، وحب الخير للآخر بنسبة ٤,١٧٪ والتضحية من أجل الآخرين بنسبة ٢,٦٠٪ والتي ظهرت في القصص التي تتناول الحب بين الزوجين وتضحية الزوجة في سبيل أطفالها أو زوجها والعكس، والصدق بنسبة ١,٥٦٪ وكلها نسب ضعيفة جدا نظرا لعدم الاهتمام من جانب القصص بإظهار الجانب القيمي الجيد الذي يجب أن يتحلى بها الفرد فتكون الشخصية بمثابة القدرة الحسنة في اكتساب الخصال والصفات الجيدة في الأحداث.

ثانيا: قيم التحلي

جدول رقم (١٤) القيم الظاهرة في محتوى الفيديو

م	الموضوع	التكرار	النسبة
١	الأناية	٦٧	٣٤,٩٥٪
٢	التسلط	٣٥	١٨,٢٢٪
٣	الغرور	٢٣	١١,٩٨٪
٤	الغدر والخيانة	٢٢	١١,٤٦٪
٥	حب الانتقام	٦	٣,١٣٪
٦	الخوف	٥	٢,٦٠٪
٧	أخرى	٧	٣,٦٥٪

وعلى الجانب الآخر قيم التحلي فكان مجموع نسبة ظهورها ٨٦,٩٨٪ في القصص الكارتونية المروية- عينة الدراسة، فقيمة الأناية هي الأكثر ظهورا في القصص بنسبة ٣٤,٩٥٪ من خلال الزوج الخائن الذي يفقد حياته بسبب شهواته أو يعتدي على زوجته لأسباب أنانية أو الزوجة الأناية والشاب الذي يعتدي على ابنة الجيران لأنه يسعى خلف شهواته، كلها أفعال اكتسبها البطل/ة لتحقيق رغبة في نفسه دون النظر لتأثيراتها وانعكاساتها على الآخرين من حوله، أما التسلط في المركز الثاني بنسبة ١٨,٢٢٪ من خلال الزوج أو الزوجة أو الأم المتسلطة والأب الذي يجبر ابنته على الزواج بالأكبر منها سننا، ويليه قيمة الغرور بنسبة ١١,٩٨٪ تظهر في الفتاة الجميلة والزوج الذي يعتقد بأنه أفضل من زوجته أو عندما يتمتع بالجاه والمال والسلطة، وظهرت قيمة الغرور بنسبة ١١,٩٨٪ وتظهر في حال امتلاك البطل/ة للجمال أو المال أو السلطة وغالبا تكون مصاحبة لقيمتي الأناية والتسلط، أما قيمة الغدر والخيانة فظهرت بنسبة ١١,٤٦٪ من خلال غدر الصديق بصديقه وغدر الزوج بزوجه، حب الانتقام بنسبة ٣,١٣٪، والتي تظهر في شخصية البطل/ة قبل أن يقوم بفعل الانتقام فهو/هي يخطط ويدبر، وقيمة الخوف بنسبة ٢,٦٠٪ التي ظهرت في بعض قصص الاعتداء على الأطفال من جانب الطفل المعتدى عليه وأن حالة الخوف تستمر معه طوال حياته. أما فئة أخرى فظهرت بنسبة ٣,٦٥٪ من عينة الدراسة كانت تحتوي قيم الحب والطمع وعدم الأمانة والفراغ والغيرة وحب التملك وهي بنسبة ٩٠٪ قيم تحلي لا تتناسب مع طبيعة الجمهور الذي يتعرض لها وتمييزه بين السلوك الحسن والسلوك السيئ.

ومن الجدولين السابقين (١٣)، (١٤) على الرغم من زيادة عدد قيم التحلي بثمانى قيم عن قيم التحلي (٦) إلا أن نسبة الظهور العالية لقيم التحلي تجعلها الأكثر ملاحظة والأكثر تأثيراً، حيث لم تقدم القصص الكارتونية المروية في أغلبها حلاً للمشكلات لذا لم تظهر قيم التحلي بشكل يحفز المتلقي على التمسك بها واعتبار البطل/ة قدوة للاحتذاء.

آليات الأطر المتضمنة في محتوى الفيديو

جدول رقم (١٥) آليات الأطر المستخدمة في محتوى الفيديو

النسبة	التكرار	آليات الأطر
٦٠,٤١٪	١١٦	الإبراز
٤٣,٧٥٪	٨٤	بناء الواقع الاجتماعي
٣٩,٥٨٪	٧٦	الانتقائية
٢,٠٨٪	٤	الاستبعاد
٤,١٦٪	٨	لا توجد آلية

يتبين من الجدول السابق طبيعة آليات الأطر التي استخدمت في مقاطع فيديو القصص الكارتونية محل الدراسة على موقع اليوتيوب سيطرة آلية الإبراز بنسبة ٦٠,٤١٪ فأغلب المقاطع حاولت إبراز الفعل المثير، مثل الاعتداءات الجسدية، بشيء من التفصيل الغير مبرر داخل القصص، رغم محاولة أغلب القصص بيان عواقب هذه الأفعال الخاطئة والتصرفات الغير مسؤولة ووضع أطر حلول للمشكلات المطروحة وبيان أطر النتائج، إلا أن المشاهد التي تناولت التفاصيل المثيرة تم الإسهاب والتفصيل والشرح فيها. وآلية بناء الواقع الاجتماعي ظهرت بنسبة ٤٣,٧٥٪ في مقاطع الفيديو الكارتونية عينة الدراسة، حيث سعت لبناء واقع اجتماعي ملئ بالأمراض الاجتماعية والنفسية مثل، جنوح المراهقين، وقلة الاهتمام بتربية النشء، والانحلال الأخلاقي للأفراد؛ فالأزواج خونه، والزوجات لا تراعين الله في أزواجهن.

ويتبين أن آلية الانتقائية ظهرت بنسبة ٣٩,٥٨٪ ظهرت في بعض القصص التي ركزت بشكل كبير على الجوانب الجنسية المثيرة في القصة دون الجوانب الأخرى لها، حيث تم تعظيم الحدث (الخاص بالاعتداء الجنسي أو الزنا) بحيث يأخذ مساحة كبيرة في العرض داخل الفيديو، مثل أن يتم وصف تفاصيل أكثر دقة لمحاولة اعتداء المراهق على الطفلة ابنة الجيران، بالرغم من توقفه عن الفعل والعودة مرة أخرى لامسك زمام نفسه والانصراف عن الفعل المثين لكن الإسهاب في سرد الموقف بتفاصيل الحركات، والحوار المستخدم يعطي انطباع عن الفيديو كاملاً أنه لا يحوي فضيلة أو نصيحة، إنما مجرد تفاصيل مثيرة للاعتداء. وآلية الاستبعاد ظهرت بنسبة بسيطة جداً بلغت ٢,٠٨٪ كانت تستهدف استبعاد العواقب التي يتعرض لها المخطئ بعد ارتكابه أفعال تستحق العقاب، أما عدم وجود آلية ظهر بنسبة ٤,١٦٪ حيث عرض القصة مجردة بشكل لا يتم فيه إبراز واستبعاد أي تفاصيل داخل القصة.

أطر النتائج المستخدمة في العنوان

جدول رقم (١٦) أطر النتائج المستخدمة في العنوان

النسبة	التكرار	أطر النتائج
٦٧,١٩%	١٢٩	إصدار أحكام سلبية قبل الاطلاع على المحتوى
١٤,٠٦%	٢٧	إصدار أحكام إيجابية قبل الاطلاع على المحتوى
٦,٢٥%	١٢	العنوان محايد لا يضع نتائج
١٢,٥%	٢٤	العنوان غامض يبحث عن النتائج
١٠٠%	١٩٢	المجموع

يتبين من الجدول السابق أكبر نسبة مسيطرة على أطر النتائج الظاهرة في عناوين عينة الدراسة كانت لصالح إطار إصدار أحكام سلبية قبل الاطلاع على المحتوى بنسبة ٦٧,١٩% مثل "جارته الحسنة خطفته من بين أحضان زوجته وانتزعت من قلبه الحنية" أو "زوج يخدع زوجته بطريقة غريبة لتبقي معه" كلمة يخدع تصنع إطارا سلبيا حول البطل وتجعل الجمهور يصدر حكما سلبيا قبل التعرض للفيديو ومحتواه الذي يغير فكرة الخداع، ومثل "فعل المستحيل كي يبعد ابنته عن أمها الزوجة الثانية ردت له الصاع" ومثل "سافر ليحسن أوضاع عائلته فاستفرد والده بزوجه" أيضا عنوان "قام بفعلته بزوجة أخيه في الحمام" تصنع إطارا إيجابيا سلبيا عن الأحداث، التي كانت في حقيقتها تنطوي على قتل البطل لزوجة أخيه في الحمام، أما نسبة ١٢,٥% كانت لصالح غموض إطار النتيجة في العنوان مثل "أحست بالنشوة حين رأت والدها ضعيف بالمستشفى فأتتها الإشارة من القبر" فالنتيجة هي إشارة القبر التي قد توحى بوفاة الأب وقد توحى بتواجد البطلة في القبر ولكن محتوى الفيديو يظهر الإشارة بالمنام الذي رأته البطلة حول أمها توصيها بأبيها، فالعنوان هنا يحتوي على تفاصيل غامضة حول القصة من خلال الكلمات والعبارات المستخدمة، أيضا إضافة كلمة "نشوة" والتي توضع في سياقات محددة استخدمت هنا في العنوان ولم تعبر عن واقع القصة حيث شعرت البطلة بالتشفي في والدها لأنه كان يعذبها في طفولتها وكان سببا في وفاة والدتها، ومثل "أجبر على الاختيار بين إنقاذ حياة زوجته أو ابنته فمن اختار؟ فالعنوان استفهامي يبحث عن النتيجة الغير مطروحة، ومثل "سر الصندوق الغامض". وأخيرا نسبة ٦,٢٥% لصالح العنوان المحايد الذي لا يضع نتائج

أطر النتائج الظاهرة في محتوى الفيديو

جدول رقم (١٧) أطر النتائج الظاهرة في محتوى الفيديو

النسبة	التكرار	أطر النتائج
١٣,٠٢%	٢٥	النهاية كانت غامضة
٣١,٧٧%	٦٠	ترك الموضوع لتقييم الجمهور
٥٣,٦٤%	١٠٣	النتيجة الطبيعية للموقف (سلبا وإيجابيا)
١,٥٦%	٣	أخرى
١٠٠%	١٩٢	المجموع

يتبين من الجدول السابق نسبة ٥٣,٦٤٪ من عينة الدراسة يظهر إطار واضح للنتيجة في الفيديو وهي النتيجة الطبيعية للأحداث أن يحصل المخطئ دائما علي الجزاء القانوني اللازم ويتم القبض عليه وحبسه وذلك لو كانت القصة تدور عن شخص قام بعمل جريمة، أو فتاة انحرفت وقامت بعرض نفسها كفتاة ليل أو قتل زوجها نتيجة معاملته القاسية أو النتيجة الطبيعية لسير الأحداث المتعلقة بعلاقة حب بين اثنين أن تنتهي بالزواج، وان كانت أغلب النتائج سلبية لكن بعض القصص التي احتوت أحداث تتعرض للخيانة والقتل كان مصير الجاني السجن. يليها إطار النتيجة الخاص بفتح الموضوع أمام الجمهور لتقييم الأحداث وهل هو راضي عن الشخصيات وتصرفاتها بعرض سؤال في نهاية الفيديو "ما رأيك فيما فعله البطل". يليها نسبة ١٣,٠٢٪ من عينة الدراسة كانت موضوعة في إطار غامض من النتائج فكان غير معروف بقية الأحداث أو إلى أي اتجاه ستسير هل سيفر الجاني بفعلته أم سيفلح في الإفلات مما حدث، وظهر ذلك في القصص التي عرضت البطل كجاني ولم تفسر في نهاية القصة هل نال جزاءه أم لا وطرح سؤال للجمهور في مدى اتفاقه أو اختلافه مع أفعال البطل الإجرامية. وفئة أخرى بنسبة ١,٥٦٪ كانت لصالح النتائج الغير متوقعة والتي تقود عقل المشاهد أحيانا إلى عدم استيعاب ما حدث من خلال الأحداث الغير منطقية في نهاية الفيديو.

أطر الحلول المطروحة في الفيديو

جدول رقم (١٨) أطر الحلول المطروحة في الفيديو

أطر الحلول		في العنوان		في المحتوى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
التصرف بطريقة سلبية	٥٣	٢٧,٦٠٪	٨٤	٤٣,٧٥٪	
احتواء الموقف بطريقة إيجابية	١٩	٩,٩٠٪	٨٠	٤١,٦٧٪	
اشراك الجمهور للبحث عن الحل	١٢	٦,٢٥٪	١٦	٨,٣٣٪	
لا يوجد إطار	١٠٨	٥٦,٢٥٪	١٢	٦,٢٥٪	
المجموع	١٩٢	١٠٠٪	١٩٢	١٠٠٪	

يتبين من الجدول السابق عدم ظهور أطر للحلول من خلال العنوان حيث اعتمدت بشكل كبير على الغموض في الطرح بنسبة ٥٦,٢٥٪ من عينة الدراسة، وذلك في محاولة لإثارة فضول المتلقي ودفعه لمشاهدة الفيديو لذا كانت النسبة ٦,٢٥٪ لعدم وجود الحل داخل محتوى الفيديو مثل "يعشقان بعضهما حتى فقدت بصرها" أو "أصببت بالإيدز بسبب علاقة غير شرعية ماذا حصل تلك الليلة" أو "تصدقوا فالكفن ليس له جيوب" أو "كادت أن تخسر زوجها بسبب صديقه الحقود" أو "سر الصندوق الغامض" أو "كاد أن ينصف المراهيض بائع الفراولة الذي أصبح مليونير"، وقد سيطرت فئة التصرف بطريقة سلبية على أطر الحلول المطروحة داخل محتوى الفيديو بنسبة

٤٣,٧٥٪ من خلال تصرف البطل سلبيا فالفتاة التي يتم الاعتداء لا تحاول الخروج من المأزق وإيجاد حل والزوجة التي تشعر بخيانة زوجها تحاول قتله والزوج الذي يرى خيانة زوجته يسعى ليقتلها أو يقتل عشيقها والفتاة التي تعاني من سطوة الأهل تحاول الهرب، أما في العنوان فقد ظهرت بنسبة ٢٧,٦٠٪ مثل الزوج حاول خداع زوجته لتبقى معه و"الزوجة التي علمت بخيانة زوجها فأعادته إلى أحضانها بخطة ذكية" أو "رفض والدها حبيبها الأول فتزوجت غيره" أو "علم أن ابنه مصاب بمرض التوحد طلق زوجته وترك المنزل"، أما عن إطار احتواء الموقف بطريقة إيجابية فكان بنسبة ٩,٩٪ في العنوان مثل "تحملت ظلم حماتها احتراماً لمشاعر زوجها" أو "قصة الدكتور الذي أنقذ حياة جاره من دون أن يدرك"، وقد ظهر الاحتواء الإيجابي للموقف في محتوى الفيديو بنسبة ٤١,٦٧٪ ليضع حلاً للمشكلة وينقذ كل الأطراف فالفتاة التي تزوجت غصبا بسبب رفض أهلها لحبيبها تعود لتتزوج به بعد طلاقها من الزوج الأول لأنه أراد إسعادها فجمع بينهما، والطالبة التي كانت تجمع بقايا الطعام لأنها فقيرة تساعد مدير المدرسة وتحضر لها ولأهلها مستلزمات المعيشة، والفتاة التي كادت أن تقع فريسة لأحد الشباب عندما اضطرت لأن تبيت في منزله هداه الله ومنعه عنها وأعاد الفتاة في اليوم التالي إلى أهلها، أما فئة اشترك الجمهور في البحث عن حل فظهرت في العنوان بنسبة ٦,٢٥٪ مثل "قضية عزيز ولا را بين الخيانة ونقص الرجولة والشهامة والانتقام" أو "حاول نشر صورها الحميمة ماذا كان مصيره"، وفي مضمون الفيديو ظهرت فئة اشراك الجمهور في إيجاد حلول للمشكلة كانت بنسبة ٨,٣٣٪ مثل سؤال الجمهور عن سوء تصرف شاب والتي كانت نتيجة السجن هل كان ذلك خطؤه أم خطأ والده وتربيته السيئة.

الجمهور المستهدف من محتوى الفيديو

جدول رقم (١٩) طبيعة الجمهور المستهدف من محتوى الفيديو

النسبة	التكرار	طبيعة الجمهور
٤٧,٩٢٪	٩٢	الجمهور العام
٣٧,٥٪	٧٢	الشباب
٢,٠٨٪	٤	المرأة
١٢,٥٪	٢٤	المراهقين
١٠٠٪	١٩٢	المجموع

يتبين من الجدول السابق أن فئة الجمهور العام بنسبة ٤٧,٩٢٪ هي الفئة الأكثر استهدافاً لمتابعة محتوى مقاطع الفيديو "الرسوم المتحركة" ذات القصص القصيرة من حيث موضوع القصة، يليها فئة الشباب بنسبة ٣٧,٥٪ من عينة الدراسة والتي تظهر أغلبها من العنوان الخاص بالمضمون، وإن كان كل المحتوى يمكن أن يستعرضه الشباب، يليها فئة المراهقين بنسبة ١٢,٥٪ تم استهدافهم من خلال القصص عن شباب الثانوية العامة والفتيات المراهقات، أما فئة المرأة والموضوعات التي تخدمها فظهرت بنسبة ٢,٠٨٪ وهي نسبة ضعيفة جداً بالنظر إلى طبيعة الموضوعات والقصص

المتنوعة التي تخدم المرأة وشؤونها. وبطبيعة الحال يمكن اعتبار كل المضمون موجه لفئة المراهقين والأطفال لأنه يعتمد على الرسوم 2D التي يهتم بها هذه الشريحة من الجمهور أكثر من غيرهم. لذا فكل المضمون بنسبة ١٠٠٪ يستهدف الأطفال والمراهقين رغم عدم مناسبة الموضوعات المطروحة لمستوى الإدراك العقلي لهم. وقد رصدت Laura June "18" أحد المقاطع الكارتونية التي تظهر طبيب الأسنان بشكل عنيف يخيف الأطفال، وأنها مضامين لا تناسب الأطفال وهي معدة للبالغين، وقام برنامج Trending بعمل استقصاء سريع فظهرت شخصيات كارتونية محببة للأطفال في مقاطع كارتونية بمواضيع غير لائقة، ولم يقدم القائمين على الموقع حلولاً سوى أنهم أتاحوا لأي شخص الإبلاغ عن المقطع وبالتالي يخضع للمراجعة اليدوية ويتم اتخاذ قرار بشأنه، وينصح الموقع الآباء باستخدام YouTube Kid لتجربة مشاهدة آمنه لكنها ليست وسيلة آمنه ١٠٠٪ لذا لا بد من متابعة الآباء القريبة لأبنائهم. فالمحتوى الغير آمن وصفته Natasha Lomas "19" بأنها مقاطع كارتونية فظيعة وتسبب الكوابيس ليس بعد مشاهدة ١٠٠٠ ساعة، ولكن عشر دقائق كافية من مشاهدة محتوى يتم دفعه بشكل متعمد ومنهجي للأطفال.

وبناء على ما تم رصده سابقاً في الجداول (٢)، (٣)، (٧)، (١٣)، (١٤)، يتضح أن هذه المقاطع تحتاج إلى تعديل المضمون، من حيث كل من العنوان والمحتوى بشكل يتناسب مع الجمهور العام، والذي قد يتضمن الأطفال نظراً لاستخدام هذه المقاطع لرسوم 2D التي تعتبر أكثر جذباً لانتباه الأطفال، وإن كانت كل عينة الدراسة تجذب انتباه الأطفال دون تفرقة بين فئات الجمهور المستهدف لذا لا بد من مراجعة هذه القصص بشكل لا يسمح بتسلل الأفكار الشاذة والغريبة إلى مجتمعنا لصعوبة استيعاب الأطفال للفكرة الهادفة من القصة والتي قد يتم ذكرها في نهاية القصة أو تفهم ضمناً من خلال السرد. وإن كانت الأرقام السابقة مبنية على طبيعة الموضوعات المطروحة داخل الفيديو والتي تخاطب فئة معينة بحسب اختلاف الموضوع، لكن كل المحتوى الذي تم تحليله بنسبة ١٠٠٪ يستهدف فئة الجمهور من سن ٦ سنوات – بدء القراءة والكتابة- وحتى ١٨ عاماً نظراً لاعتماده على رسوم 2D، لأن الرسوم المتحركة غالباً تستهوي هذه الفئة من الأطفال والمراهقين وهي الأكثر تفضيلاً، كما في دراسة عبد العزيز السيد وآخرون "٢٠"، فقد كانت نسبة ٩٥,٨٪ من المراهقين يفضلون مشاهدة برامج الجرافيك الساخرة. وباعتبار أن موقع اليوتيوب ثاني أكثر المواقع زيارة على مستوى العالم ويحتل فيها الرسوم المتحركة المرتبة الـ ١٧ من بين أكثر ٢٠ مضمون يتم البحث عنهم على الموقع "٢١". إلى جانب ظهور محتوى غير ملائم هناك مخاطر أخرى تظهر منها ما رصدته دكتور Hess "22" حيث ذكرت جهود محاربة مقاطع الفيديو الغير آمنه للأطفال، فهناك مقطع يدعو الأطفال للانتحار مدته ٩ ثوان استغرق حذفه أسبوعاً كاملاً بمحاولات من الآباء والأمهات لحذفه.

ملخص النتائج

أظهرت الدراسة طبيعة المضمون الذي تم عرضه على موقع اليوتيوب باستخدام الرسوم المتحركة لتقديم قصص قصيرة في شكل كارتون تتناول موضوعات اجتماعية لا تتلاءم إطلاقاً مع طبيعة الجمهور المحتمل أن يتعرض لهكذا مضمون خاصة وقد رصدت الدراسة طبيعة الأطر التي تم من خلالها معالجة هذه القصص والسياقات التي وضعت فيها، ومع اعتبار الرسوم المتحركة عامل جذب أساسي ورئيسي لفئة محددة من الجمهور (المراهقين، الأطفال) لذا كان على هذه القنوات التي تعرض مضامين مشابهة استخدام وسيلة أخرى غير الرسوم المتحركة لتوصيل رسالتها خاصة أن بعض المقاطع احتوت في نهايتها على عظة وعبرة من القصة ودروس مستفادة، وترجح الدراسة لجوء القائم بالاتصال إلى استخدام الرسوم المتحركة لتجسيد القصص نظراً لقلة الابتكار، وصعوبة تنفيذ أساليب وطرق أخرى لتجسيد هذه القصص منها على سبيل المثال وجود ممثلين طبيعيين لتجسيد هذه القصص وذلك لطبيعة الموضوعات التي تتناولها هذه القنوات التي تنقل أغلبها محتوى إباحي بشكل إيجابي بدءاً من العنوان وانتهاءً بالنصيحة التي تظهر في نهاية المقطع، وربما يرفض بعض الممثلين تجسيد المحتوى الإباحي، أيضاً صعوبة رفع ملفات تحمل محتوى إباحي إيجابي من خلال الحالة العادية الطبيعية للتمثيل، إذ يتم تصنيفها ضمن المحتوى الغير أخلاقي وربما قد يرفضه الموقع قبل العرض بشكل آلي، بعكس صياغة المحتوى بالرسوم المتحركة ربما لا تخضع لرقابه عالية من جهة إدارة الموقع وذلك يهدد بوقوعها في يد الجمهور الأقل وعياً من المراهقين والأطفال؛ وبالتالي التأثير بالمحتوى بشكل أو بآخر.

وتتلخص النتائج في النقاط التالية:

1. طبيعة العنوان المستخدم في الفيديو عينة الدراسة كانت أغلبها إيجابية بنسبة 52٪ وجنسية بنسبة 15٪ فالجمل المستخدمة يغلب عليها الطبيعة الإيجابية بنسبة 45٪ وتحمل مضمون خارج عن الآداب العامة بنسبة 37.5٪.
2. اعتمدت مقاطع الفيديو على الرسوم المتحركة المصحوبة بنص مكتوب في العنوان بنسبة 97٪ وزاد عليها الموسيقى دون ظهور صوت للشخصيات في القصص التي تم تحليلها بنسبة 94٪.
3. أغلب الشخصيات المحورية التي ظهرت في القصص كانت من نصيب الزوج والزوجة.
4. غلبت الاستمالات العاطفية على عنوان ومحتوى ملفات الدراسة بين 83،84٪.
5. أظهرت القصص تقديم إطار أخلاقي يظهر في شكل رسالة أخلاقية أو استخدام عبارات أخلاقية توعوية لكنها وضعت في نهاية الفيديو بعد مساحة كبيرة من المحتوى الغير لائق.
6. لم تظهر أسباب للمشكلة المطروحة من خلال عناوين الفيديو المعروف، لكنها ظهرت بنسبة 85٪ في مضمون الملف، وكان البطل هو المسئول الرئيسي عن تطور الأحداث بنسبة 62.5٪.

7. غلبت الإثارة الجنسية على أطر الاهتمامات الإنسانية لمحتوى العنوان في ملفات الدراسة بينما كان التعاطف مع الضحية هو الأعلى بين الأطر في محتوى الفيديو.
8. غلبت قيم التخلي كالأنانية والتسلط والغرور والغدر والخيانة على محتوى الفيديو بينما نالت قيمتي مساعدة الغير والعمل التعاوني نسبة معقولة من خلال المحتوى المقدم في القصص الاجتماعية.
9. سيطرت آلية الإبراز على آليات الأطر المستخدمة في عرض القصص الكارتونية، وغلبت عليها إبراز المحتوى الغير لائق نظرا للحاجة إلى جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين للمحتوى ومن ثم رفع حالة القناة لجني المال.
10. غلبت الطبيعة السلبية على أطر النتائج الظاهرة في العنوان بنسبة 67% في حين كانت النتائج في محتوى الفيديو طبيعية بحسب طبيعة الموقف المطروح سواء سلبا أو إيجابيا، حيث ينال المجرم جزاءه، وينال المخطئ عقابه، ويحصل الطيب دائما على الخير والسعادة وتعويض الله له في النهاية، لذا كانت أطر الحلول المطروحة السلبية أكبر نسبة من الأطر الإيجابية للحلول للقصص والمشكلات المطروحة.

11. رغم تناول موضوعات تناسب الجمهور العام بنسبة 47.9% إلا أن المضمون المعروض من خلال الرسوم المتحركة يخاطب الأطفال والمراهقين بنسبة 100%.

توصيات الدراسة

- 1 - ضرورة إجراء دراسة تحليل كفي لعناصر الرسوم المتحركة المستخدمة في هذه القصص التي تتعرض للقضايا والمشاكل الأسرية.
- 2 - ضرورة وجود رقابة على الأطفال والمراهقين أثناء مشاهدتهم مستوى الرسوم المتحركة، خاصة أنها قد لا تعرض مضمون يناسبهم.
- 3 - دور مجتمعي يقع على عاتق مستخدمي مواقع الفيديو وخاصة اليوتيوب يتمثل في قيام كل مستخدم بالإبلاغ عن المحتوى الغير مناسب للأطفال إلى إدارة المواقع، خاصة إذا لم يقم صاحب القناة "منتج المحتوى" بحظر محتواه لمن هم دون سن ١٨ سنة.

مراجع الدراسة

1. Simon Kemp, DIGITAL 2019: GLOBAL DIGITAL OVERVIEW, 31 January 2019, <HTTPS://DATAREPORTAL.COM/REPORTS/DIGITAL-2019-GLOBAL-DIGITAL-OVERVIEW?RQ=YOUTUBE%202019>
2. Rachel Gurvitch & Jackie Lund, Animated Video Clips: Learning in the Current Generation, Journal of Physical Education Recreation & Dance · April 2014.
3. Mohd Amir Bin Mat Omar, Understanding Culture Through Animation: From the World to Malaysia, Jurnal Pengerjaan Media Malaysia, Malaysian Journal of Media studies Vol. 13, no. 2, 2011, Pages 1–9
4. Rishabh Kaushal et al., KidsTube: Detection, characterization and analysis of child unsafe content & promoters on YouTube, Published in: 2016 14th Annual Conference on Privacy, Security and Trust (PST), Auckland, New Zealand, 12-14 Dec. 2016
5. Buzzi M. What Are Your Children Watching on YouTube?. In: Cipolla-Ficarra F., Veltman K., Verber D., Cipolla-Ficarra M., Kammüller F. (eds) Advances in New Technologies, Interactive Interfaces and Communicability. ADNTIIC 2011. Lecture Notes in Computer Science, vol 7547. Springer, Berlin, Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-34010-9_23\(2012\)](https://doi.org/10.1007/978-3-642-34010-9_23(2012))
6. Marina Buzzi, 2011, Children and YouTube: access to safe content, In Proceedings of the 9th ACM SIGCHI Italian Chapter International Conference on Computer-Human Interaction: Facing Complexity, Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 2011, p.p125–131, DOI:<https://doi.org/10.1145/2037296.2037328>
7. R. Kaushal, S. Saha, P. Bajaj and P. Kumaraguru, "KidsTube: Detection, characterization and analysis of child unsafe content & promoters on YouTube," 2016 14th Annual Conference on Privacy, Security and Trust (PST), Auckland, 2016, pp. 157-164, doi: 10.1109/PST.2016.7906950.
8. عبدالعزيز السيد وآخرون، دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباع المتحققة منها من سن ١٧-١٨ سنة، (القاهرة: جامعة عين شمس - كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، ٢٠١٧م).
9. Troy Jones & Kristen Cuthrell (2011) YouTube: Educational Potentials and Pitfalls, Computers in the Schools, 28:1,75-85, DOI: 10.1080/07380569.2011.553149
10. R. Senthilkumar & R. K. Gnanamurthy, "A detailed survey on 2D and 3D still face and face video databases part II," 2014 Recent Advances in Engineering and Computational Sciences (RAECS), Chandigarh, 2014, pp. 1-6, doi: 10.1109/RAECS.2014.6799620.
11. Maranzana, S. Animated cartoons in the language classroom: Attitudes

- and perceptions of italian L2 students (Order No. 10974426). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2135443547). Retrieved from <https://www.proquest.com/docview/2135443547?accountid=178282> (2018).
12. حسن مكاي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص ٣٤٨.
 13. زينب عبدالعظيم، محاضرات في نظريات الإعلام، (جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي) محاضرة ٩.
 14. سلام عبده، الأطر الخيرية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلات المصرية، الاعتداءات الإسرائيلية على قطاع غزة نموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 33، (القاهرة: جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009) ص 133-186.
 15. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الأردن(عمان: دار الميسر للطبع والنشر، ط٢) ٢٠١٨م، ص ٣٥٠.
 16. ميادة مهني، أطر تقديم صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة، ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة. كلية الإعلام، قسم الصحافة ٢٠٠٩، متوفرة على https://books.google.com.eg/books/about/html?id=OZlhtwAACAAJ&redir_esc=y /أطر_تقديم_صورة_المرأة.
 17. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص ٣٤٢-٣٤٣.
 18. Anisa Subedar and Will Yates, The disturbing YouTube videos that are tricking children, available at: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-39381889>.
 19. Natasha Lomas, I watched 1,000 hours of YouTube Kids' content and this is what happened, available at: <https://techcrunch.com/2017/11/12/i-watched-1000-hours-of-youtube-kids-content-and-this-is-what-happened/>, November 12, 2017
 20. عبد العزيز السيد وآخرون، مرجع سابق.
 21. SIMON KEMP, DIGITAL 2019 report: GLOBAL DIGITAL OVERVIEW, 31 JANUARY 2019, available at: <HTTPS://DATAREPORTAL.COM/REPORTS/DIGITAL-2019-GLOBAL-DIGITAL-OVERVIEW?RQ=YOUTUBE%202019>
 22. Free N. Hess, YouTube Kids There is still a HUGE problem, available at: <https://pedimom.com/youtube-kids-inappropriate-videos/>