

إدراك الآباء للقيم الأخلاقية المقدمة عبر القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية وعلاقته بسلوكيات الأطفال الاجتماعية

د. مروة محمود جمال الدين*

ملخص الدراسة:

يُعد استخدام القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية وانتشارها بشكل سريع والإقبال على استخدامها والاستفادة منها سلاح ذو حدين إذا لم يحسن استخدامها بالشكل الصحيح فقد يؤدي إلى تحطيم وتدمير البناء الفكري والاجتماعي والعائدي والديني للمجتمع على المدى البعيد لأنه سوف يؤدي إلى نمو أجيال من هؤلاء المتعرضين لذلك المحتوى قد لا تلتزم بالمعايير والأعراف التي التزمت بها المجتمعات لسنوات طويلة نتيجة لما تتضمنه هذه القنوات والمنصات من محتوى لا هم له سوى التلاعب بعقول الأطفال بهدف تدمير القيم الاجتماعية والفكرية والأخلاقية الأصيلة في المجتمع. ونظراً للتواجد الضخم للأطفال على الانترنت – حيث يُمثل الأطفال ثلث مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم – ولا يتم إلا القليل جداً لحمايتهم من مخاطر العالم الرقمي وزيادة وصولهم للمحتوى الآمن على الانترنت. لذا وجب الإهتمام بمدى متابعة الطفل لهذه النوعية من المحتوى على القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية المختلفة ومدى إدراك الآباء لتأثير تلك القنوات والمنصات على أنفسهم وعلى أبنائهم أو الأطفال الآخرين عموماً و إلى أى مدى التأييد لفرض رقابة على تلك القنوات والمنصات. لذلك جاءت مشكلة الدراسة حول مدى “إدراك الآباء للقيم الأخلاقية للذات وللآخرين من خلال المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية على سلوكيات الأطفال الاجتماعية” وذلك في إطار تطبيق فروض نظرية تأثير الشخص الثالث **Third Person Effect**. وتهدف الدراسة رصد المخاطر التي إستحدثتها هذه القنوات والمنصات وتفعيل دور الآباء ودور التربية الإعلامية في ضبط سلوكيات الأطفال المتعرضين للمحتوى الرقمي من خلال الكشف عن الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة التي يعمل المحتوى الرقمي على نشرها وإعداد الأطفال لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وحسن الإنتقاء والتعامل معها وإستخدامها بصورة فعالة ومؤثرة.

الكلمات المفتاحية: قنوات إلكترونية – منصات رقمية – قيم أخلاقية – سلوكيات إجتماعية – تأثير الشخص الثالث.

*مدرس الإذاعة والتلفزيون بالمعهد العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث CIC

Parents' awareness towards the values provided through electronic channels and digital platforms relationship on children's social behaviors.

Abstract:

According to the exceed use of electronic channels and digital platforms and their rapid spread also the demand of their use and benefits from them is a double-edged issue if not used properly, it may lead to the destruction of the intellectual, social, ideological and religious structure of society along the long run because it will lead to the growth of generations of those exposed to that content that may not aware to the standards that societies have adhered for many years. And Due to the huge presence of children online to which the child follows this type of content on various electronic channels and digital platforms, and the extent to which parents are aware of the impact of these channels and platforms on themselves and their children or on other children in general, and to what extent support for censorship of these channels and platforms.

The study aims to monitor the risks created by these channels and platforms and activate the role of parents and the role of media education in controlling the behaviors of children exposed to digital content by detecting fake messages and inappropriate values that digital content works to spread and preparing children to understand the media culture that surrounds them and good selection, dealing with it and using it effectively and effectively.

Keywords: electronic channels - digital platforms - ethical values - social behaviors - third-person influence.

مقدمة

أتاحت القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية المختلفة الكثير من الإيجابيات والمزايا والتي تعد من أكثر السمات المميزة لها نتيجة التنوع الهائل في محتوى مختلف الأنشطة والمجالات التي تتناولها، إضافة إلى ما تحققه من سرعة وسهولة نقل المحتوى وتداوله بشكل تفاعلي بين قطاعات المجتمع المختلفة، هذا بخلاف التفاعلية التي يمكن بها الانتقال من دور المستقبل إلى دور المرسل، وأيضًا طبيعة الخصوصية التي تصاحب هذه القنوات والمنصات المختلفة مقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى (1).

وتجدر الإشارة إلى الخطر الذي يكمن في هذا التدفق غير المسيطر عليه لمحتوى هذه القنوات والمنصات المختلفة نتيجة عدم قدرة بعض المجتمعات على انتقاء الأفضل، وأيضًا خلوها من الرقابة المفروضة على وسائل الاتصال الأخرى، هذا بخلاف قدرتها على القفز إلى عالم افتراضي من خلال هذه القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية والتي يتوافر بها المحتوى في أشكال عديدة من صور ومنشورات وقصص مصورة Stories وإعلانات وصور ثابتة وفيديوهات وأفلام ورسوم...، مما أدى إلى نتائج سلبية تمثلت في زيادة ظاهرة سوء الاستخدام، وخصوصًا من قبل الأطفال، لتلك القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية، التي تحتوي على أدوات، قد تكون خطيرة، تدعو إلى تبني أفكار هدامة تؤدي إلى العنف وتدمير الأخلاق والغرق في الفساد وإشاعة الخمول والكسل وإهدار الوقت والاصابة بالأمراض النفسية وإضعاف مستوى التعليم وغير ذلك من الأساليب المدمرة لسلوكيات الفرد والمجتمع وخصوصًا الأطفال.

ويُعد الإقبال المتزايد على استخدام القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية، نتيجة انتشارها السريع، سلاح ذو حدين، فإن لم يحسن استخدامها بالشكل الصحيح فقد يؤدي ذلك إلى آثار اجتماعية سلبية قد تصل إلى حد تدمير البناء الفكري والاجتماعي والعائدي والديني للمجتمع على المدى البعيد، كما سيؤدي إلى نمو أجيال، خصوصًا الأطفال، من هؤلاء المتعرضين لهذا المحتوى الذي تتضمنه هذه القنوات والمنصات قد لا تلتزم بالمعايير والأعراف والقيم الاجتماعية والفكرية والأخلاقية التي التزمت بها المجتمعات لسنوات طوال.

ونظرًا للتواجد الضخم للأطفال على الإنترنت - حيث يُمثل الأطفال ثلث مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم (2)، والذين لا يتوافر لهم إلا النذر القليل لحمايتهم من مخاطر العالم الرقمي، وزيادة وصولهم للمحتوى الآمن على الإنترنت مع تحديد المخاطر في حال لم يواكب الأطفال وتيرة التغيير وتخلفهم عن الركب؛ لذا وجب الاهتمام بالمحتوى الذي يتعرض له الطفل وبيث على القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية المختلفة، كما لم يغفل التقرير أهمية إدراك الآباء لتأثير تلك القنوات والمنصات على الأطفال الأقل خضوعًا للإشراف وما ينتج عنها من ممارسات، على أنفسهم وعلى أبنائهم أو على الأطفال الآخرين عمومًا، مما يتطلب فرض رقابة على تلك القنوات والمنصات في إطار حماية خصوصية الأطفال وهواياتهم على الإنترنت.

ولتحقيق ما سبق يتطلب الأمر حوار مع الأطفال حول ما تحتويه هذه القنوات والمنصات ومقارنتها بما يحتاجونه منها ليتحقق لهم الأمان والصحة والاستقرار والدعم العاطفي بخلاف التعليم ودروس الحياة التي تقدم عبر هذه القنوات والمنصات، مع التركيز على كيفية الاستفادة من الأمور الإيجابية منها وعدم الانجراف وراء أي محتوى غير هادف أو معلومات مضللة تفقد الثقة والاستقلالية واحترامهم لذاتهم، والذي سيؤدى بمرور الزمن وعلى المدى البعيد إلى آثار سلبية ومخاوف مدمرة لا تحمد عقبها على كافة الأصعدة الاجتماعية المختلفة.

مشكلة الدراسة:

تؤثر التكنولوجيا الرقمية على حياة الأطفال وفرصهم في الحياة بشكل واضح، ونظرًا لكون الأسرة ليست هي المؤسسة الاجتماعية الوحيدة المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية، حيث أصبح هناك العديد من المؤسسات الأخرى التي تشارك في هذه العملية، إلا أن الأسرة ستظل الأكثر تأثيرًا خاصة في سنوات الطفولة. ولاشك أن دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية اكتسب أهمية مضاعفة بالنظر إلى عمليات التغيير الاجتماعي المتسارع التي يشهدها العالم، لذلك جاءت مشكلة الدراسة حول مدى "إدراك الآباء لمدى تأثير القيم الأخلاقية للذات وللآخرين من خلال المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية على سلوكيات الأطفال الاجتماعية" وذلك في إطار تطبيق فروض نظرية تأثير الشخص الثالث Third Person Effect.

أهداف الدراسة:

على الرغم من الأدوار الإيجابية للقنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية إلا أن لها العديد من الانعكاسات السلبية على الفرد والمجتمع سواء من الأطفال المتعرضين لهذا المحتوى أو لأبائهم، ومن هنا تهدف الدراسة إلى رصد المخاطر التي استحدثتها هذه القنوات والمنصات وتفعيل دور الآباء والأمهات ودور التربية الإعلامية في ضبط سلوكيات الأطفال المتعرضين للمحتوى الرقمي من خلال الكشف عن الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة التي يعمل المحتوى الرقمي على نشرها، وإعداد الأطفال لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وكيفية التعامل معها واستخدامها بصورة فعالة ومؤثرة تحقق حسن الانتقاء. ومن هنا تسعى الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف من أهمها:

- 1- التعرف على مدى تعرض الآباء للمحتوى المقدم لأبنائهم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.
- 2- إيضاح مدى إدراك الآباء للتأثير السلبي الذي يمكن أن يحدثه التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية المتعددة على أنفسهم وعلى أبنائهم والأطفال عمومًا.
- 3- اختبار فروض نظرية تأثير الشخص الثالث، لمعرفة مدى وجود اختلاف في تقدير الآباء لحجم الضرر على أبنائهم وعلى الأطفال عمومًا.

4- التعرف على مدى تأثير العوامل الديموجرافية (النوع – السن – المستوى التعليمي) على مستوى إدراك الآباء لتأثير محتوى القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية على أنفسهم وعلى أبنائهم.

أهمية الدراسة:

- (1) تهتم هذه الدراسة برصد دور المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية في نشر أفكار مغايرة للواقع الحقيقي وتأثيرها على الجمهور المستهدف (الأطفال).
- (2) أشارت نتائج تقرير منظمة اليونيسف إلى ارتفاع معدل استخدام الأطفال للمحتوى الرقمي مما يفرض أهمية خاصة لدراسة الجوانب المختلفة لاستخدام القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية ومدى إدراك الآباء للضرر الذي قد ينتج عن متابعة المحتوى المقدم عبر هذه القنوات والمنصات، وهو ما تسعى له الدراسة.
- (3) تعتبر هذه الدراسة إضافة لدراسات التربية الإعلامية في اختبار نظرية تأثير الشخص الثالث ولكن على الأسرة المصرية.
- (4) تعد هذه الدراسة من الدراسات التي تهدف إلى رصد إدراك الآباء للتأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على أبنائهم، حيث تختلف عن معظم الدراسات السابقة التي أجريت لمعرفة استخدامات الأطفال للوسائل التفاعلية والإشباع المتحققة لديهم أو استخدامات الأطفال للوسيلة المرئية (التلفزيون) ودراسة التأثير الذي قد ينتج عن استخدامها.

الإطار النظري للدراسة: نظرية تأثير الشخص الثالث: Third-person Effect

تستند هذه الدراسة في بناء أساسها النظري على نظرية تأثير الشخص الثالث والتي وضعها دافيسون (Davison, 1983)⁽³⁾ الذي لاحظ "أن الناس يميلون لتقدير تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات وسلوك الآخرين أكثر مما تحدثه عليهم أنفسهم"، وتحديدًا في هذه الدراسة فإن "الأشخاص الذين هم الآباء لأبناء من المتعرضين للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية يتوقعون أن يكون تأثير المحتوى على الآخرين من أبنائهم أو الأطفال عمومًا أكبر من تأثيره عليهم أنفسهم".

ويحدث الاختلاف بين تأثير المضامين الإعلامية على الذات وعلى الآخرين في إطار محورين:

الأول: يتعلق بالمبالغة في تقدير تأثير الرسائل على الآخرين Overestimated Impact on Others وبالتالي يميل الآباء إلى المبالغة في تأثير المحتوى المتعرض له الأبناء أكثر من تأثيره عليهم.

الثاني: يتعلق بالتقليل من تأثير الرسائل على الذات Underestimated Impact on Self وبالتالي يميل الفرد إلى إعلاء ذاته. وقد فسر (Cohen & Others 1991)⁽⁴⁾ ذلك نفسيًا بأن الفرد لا يدرك مدى تأثير الرسائل الإعلامية على ذاته حتى وإن كان يتأثر بها فعليًا.

ويمكن تفسير تأثير الشخص الثالث تفسيرًا دافعياً، فالناس يظهرون تحيزهم (تقديرهم لذاتهم) عندما يفكرون في أنفسهم كأشخاص يتعذر التأثير عليهم من خلال المواد الإعلامية غير المرغوبة لوسائل الإعلام، فالشخص الأول First Person يرى نفسه متفتح العقل أكثر ذكاءً ومنتبه تمامًا للرسائل غير المرغوبة.

وقد اختبرت معظم الدراسات المتقدمة هذه الفروض وأثبتت تأثير الشخص الثالث بالنسبة للرسائل السلبية غير المرغوبة والعكس صحيح في الرسائل الإيجابية المرغوبة، وتعد هذه الدراسات مهمة في توثيق تأثير كل من الشخص الأول First Person والشخص الثالث Third Person⁽⁵⁾

مبدأ الإسناد السببي Causal attribution:

افترض كل من (Salmon, 1990; Rojas, et al, 1996)⁽⁶⁾ أن الأشخاص يفهمون تأثيرات وسائل الإعلام على أنفسهم في إطار عوامل موقفية Situational (خارجية External) ولكنهم يعتمدون على تفسيرات (داخلية Internal) (مثل الطباع والصفات الشخصية) لتوضيح تأثير وسائل الإعلام على الآخرين.

وعندما نطبق مبدأ الإسناد السببي على هذه الدراسة ووفقاً لجونثر (Gunther, 1992)⁽⁷⁾ نجد أن الآباء ينسبون تصرفاتهم للعناصر الموقفية في إدراك نوايا أبنائهم من التعرض لمحتوى القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية، بينما لا يتعرضون هم أنفسهم لمثل هذه التأثيرات، وبناء عليه فإنهم ينسبون سلوكياتهم السلبية إلى عوامل خارجية بينما ينسبون السلوكيات السلبية لأبنائهم للعوامل الداخلية، في حين يحدث العكس حين ينسبون سلوكياتهم الإيجابية لعوامل داخلية والسلوكيات الإيجابية لأبنائهم لعوامل خارجية أي وفقاً للظروف.

تطبيق الفرض السلوكي لنظرية تأثير الشخص الثالث على الدراسة الحالية:

استهدف دافيسون W. Phillips Davison اختبار المكون السلوكي في نظرية الشخص الثالث، حيث وجد أن الناس يؤيدون فرض القيود على المضامين الإعلامية التي لها تأثير ضار على الآخرين “فالأكثر إدراكاً لتأثير الشخص الثالث هو الأكثر تدعيماً لفكرة الرقابة أو القيود على المضامين الإعلامية”

وقد فسر روخاس وآخرون (Rojas et al, 1996)⁽⁸⁾، وضع الحماية والرقابة Censorship and Protection Motivation في إطار ما يسمى بالتفسير الأبوي Paternalism Explanation لنظرية تأثير الشخص الثالث والذي ينص على “أنه من المنطقي عندما يفسر الفرد رسالة اتصالية على أنها ضارة بالمجتمع فإنه يعتقد أنها أقل ضرراً عليه لأنه أقل تأثراً بها، وبالتالي فمن المتوقع هنا قبوله بفرض الرقابة على هذه الرسائل الضارة”.

وفي مفهوم السلطة الأبوية في فرض الرقابة، وتطبيقاً لهذا المفهوم على الدراسة الحالية، أكد كل من (McLeod et al, 1997)⁽⁹⁾ و (Gunther, 1990)⁽¹⁰⁾ اعتقاد بعض الآباء بحصانتهم من التأثيرات السلبية للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية مقارنة

بأبنائهم والأطفال الآخرين عمومًا انطلاقًا من اعتقادهم بأن لديهم السلطة الأبوية والتي تدفعهم لفرض رقابة على المحتوى المتعرضين له.

وفي إطار نفس المعنى، أكد ماكلويد (McLeod, 1997) ⁽¹¹⁾، أن المؤيدين لفرض الرقابة على وسائل الإعلام ذات المضمون السلبي لديهم القدرة على حماية أنفسهم من تأثير هذا المضمون، في حين أن الآخرين غير قادرين على حماية أنفسهم في حالة تعرضهم لهذه الرسائل وبالتالي سيتعرضون للأذى بشكل أو بآخر.

العوامل والمتغيرات المرتبطة بالمكون السلوكي في الدراسة الحالية:

ارتبط دافع الحماية والرقابة لمحتوى الاتصال بما إذا كنا نؤيد أو نعارض حرية التعبير، واختلفت نتائج الدراسات فيما يتعلق بالمتغيرات التي تحدد قوة هذا الدافع (تأييد الرقابة)، فقد أكد كل من:

(Rojas & Others, 1996) ⁽¹²⁾ و (Banning & al. 2005) ⁽¹³⁾، أن الآباء الذين يدعون أن لهم سلطة دينية قوية هم الأكثر احتمالاً لمعارضة الحرية أكثر من غيرهم، في حين لم تثبت دراسات أخرى وجود علاقة بين الدين والاستعداد لفرض الرقابة مثل (Rucinski & Others, 1990) ⁽¹⁴⁾.

أما بالنسبة للمتغيرات الديموجرافية فقد أثبتت بعض دراسات تأثير الشخص الثالث أن الرجال أكثر تأييداً لحق التعبير عن النساء، بينما دراسات أخرى لم تجد علاقة بين النوع والتعبير.

وهناك دراسات وجدت علاقة بين المستوى التعليمي واحتمال التعبير في حين وجدت دراسات أخرى عدم وجود اختلافات دالة قائمة على متغير السن ومستوى التعليم فيما يتعلق بفرض الرقابة على المضمون الإعلامي.

وبربط هذه الرؤية بدراسات الشخص الثالث مع الدراسة الحالية، فإن محاولة فرض قيود على التعرض لمحتوى القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية ترتبط بدافع الاهتمام بتأثيرات هذا المحتوى على الأبناء والأطفال عمومًا. وهكذا فإن دافع الحماية والرقابة يرتبط بالاختلافات بين الذات والآخرين أي بين (الآباء والأبناء والأطفال عمومًا).

الدراسات السابقة:

لتحديد وتعميق الفهم الجيد للمشكلة البحثية الحالية وأهدافها وصياغة التساؤلات ووضع الفروض العلمية بشكل دقيق تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين.

أولاً: دراسات حول تأثير التعرض للمحتوى الرقمي:

استعرض (التقرير السنوي لمنظمة اليونيسيف 2017) ⁽¹⁵⁾ البيانات والتحليلات حول استخدام الأطفال للإنترنت وتأثير التكنولوجيا الرقمية على الأطفال، ويكشف التقرير النقاشات المتزايدة حول "الإدمان" الرقمي والتأثير المحتمل على نمو المخ ومن الحقائق الواردة في التقرير ما يلي: الشباب هم الفئة العمرية الأكثر وصولاً للإنترنت، وعالمياً 71% من الشباب

موصولون بالإنترنت، مقابل 48% من مجموع السكان، وأن شباب أفريقيا هم الأقل وصولاً للإنترنت، وأن نحو 56% من جميع المواقع الشبكية باللغة الإنجليزية ولهذا لا يستطيع العديد من الأطفال العثور على محتوى يفهمونه أو ذا صلة ثقافية بهم، كما أوضح التقرير إن العمل الجماعي فقط — من جانب الحكومات والقطاع الخاص ومنظمات الأطفال والأوساط الأكاديمية والأسر والأطفال أنفسهم — هو الذي يمكن أن يسمح بالتساوي في الساحة الرقمية ويجعله الإنترنت أكثر أماناً للأطفال ويزيد من وصولهم إليها ؛ **ونجد في هذا الصدد دراسة (أحمد بن معتوق & عبد الرحمن بن يوسف، 2022)** ⁽¹⁶⁾ والتي اعتمدت على نظرية نموذج قبول التكنولوجيا كإطار نظري لها، تفترض سهولة استخدام التكنولوجيا الرقمية لما له من تأثير على استخدامها في المجالات المختلفة، فكلما كانت التكنولوجيا سهلة الاستخدام كان ذلك داعياً إلى جذب الأفراد نحو استخدامها، ورصدت الدراسة طبيعة دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية وتأثيرها على الوعي الفكري، والتعرف على طبيعة البرامج التي يفضلونها وأسباب هذا التفضيل والمزايا التي تتحقق من وراء الاستخدام لمنصة نتفلكس و من النتائج الهامة التي توصلت إليها الدراسة أن عينة الدراسة تدرك جيداً التأثيرات السلبية لمشاهدة منصة نتفلكس على الوعي الفكري والديني والاجتماعي والثقافي، كما رصدت أيضاً دراسة (ريهام عابد، 2022) ⁽¹⁷⁾ أهم التأثيرات التي تسببها المتابعة النشطة لهذه المنصات، والتعرف على القيم الإيجابية والسلبية التي تقدمها المسلسلات والأفلام المعروضة عبر المنصات الرقمية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، حيث تم اختيار عينة قوامها (217) مفردة من مستخدمي المنصات الرقمية، ومن أبرز النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة: أن من أهم تأثيرات مشاهدة منصة (Netflix, Starz play) على النسق القيمي التشجيع على العنف والشذوذ الجنسي والخيانة وإهمال الفرائض الدينية والإدمان على الكحول والمخدرات والحقد الرغبة في الانتقام، كما أوضحت النتائج أن غالبية أفراد العينة يرون أن المضامين المقدمة غير أخلاقية في الغالب ورغم ذلك يتابعون ويشتركون في هذه المنصات، وهذا يدل على أن هذه المنصات نجحت في التأثير على الجمهور السعودي، كما أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة مشتركين في منصة نتفلكس، ومن إيجابيات الأفلام والمسلسلات المقدمة عبر هذه المنصات تطوير اللغة الإنجليزية والانفتاح على ثقافات أخرى، كما روجت أغلب السليبيات المقدمة عبر المسلسلات والأفلام للشذوذ الجنسي ومبدأ اللادين والخيانة الزوجية وزيادة الوزن واضطرابات النوم والانعزال عن الأسرة، أما بالنسبة للمقترحات للحد من تأثير هذه المنصات هو زيادة الاهتمام بالمحتوى الإعلامي المقدم في وسائل الإعلام السعودية.

أما عن أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي جاءت دراسة (سلطانة جدعان، 2016) ⁽¹⁸⁾ والتي هدفت إلى الوصول إلى ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور، واعتمدت المنهج الوصفي وأداة الاستبيان، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: إن احترام خصوصية الفرد يجب أن تتصدر العناصر الأخلاقية في استخدام الشبكات من قبل الجمهور، وعلى مسؤولية الأسرة في توجيه أبنائها لاختيار الأنسب من وسائل الاتصال عامة وشبكات التواصل خاصة، وجاء من أبرز القيم الأخلاقية التي أتفق عليها

الإعلاميين والقانونيين عن شبكات التواصل الاجتماعي: الأمانة والمصادقية، و المحافظة على الآداب العامة، وعدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل، و التركيز على نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه الشبكات، و أن يكون المنشور مكتوبًا بلغة سليمة يحدد فيه الموضوع المراد نشره، وتجنب استخدام السب أو الذم تجاه الآخرين، ونشر القيم والأخلاق والدين، والتركيز على تبادل ونقل الثقافات، وعدم استخدام الأسماء المستعارة؛ كما تناولت دراسة (دينا أبو زيد، 2020) (19) أخلاقيات استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وأشارت إلى أن أغلب شباب العينة لا يتبعون نفس الأخلاقيات والسلوكيات الخاصة بالعلاقات الاجتماعية، وتمثلت مشكلة الدراسة في التجاوزات والأخطاء الأخلاقية للشباب الجامعي في مصر عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ظل غياب مواثيق الشرف وأخلاقيات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، ومواثيق الشرف وأخلاقيات الإعلام الجديد والإعلام الرقمي والإنترنت بشكل عام.

وفي إطار نظرية حارس البوابة الإعلامية كشفت دراسة (أسماء ظافر العمري، 2019) (20) عن الأساليب والاستراتيجيات التي تتبعها الأسر السعودية لتقنين وصول أطفالهم للمحتوى الرقمي وذلك من أجل الحد أو التقليل من التأثير السلبي لما يعرض من خلالها، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية باستخدام منهج البحث بالعينة العشوائية من الوالدين بلغ قوامها 100 مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى أن ارتفاع نسبة استخدام الأطفال للمحتوى الرقمي وامتلاكهم للأجهزة الذكية يتزامن مع ارتفاع نسبة الوعي لدى الآباء حول المخاطر التي تحدث للأطفال نتيجة التعرض، ونتيجة لذلك الوعي ازدادت حراسة الآباء للبوابة الرقمية وتفعيل الاستراتيجيات المتنوعة من أجل جعل الطفل أكثر أماناً من خلال اتصالهم عبر الأجهزة الذكية مع العالم الخارجي، وأوصت الدراسة إلى عمل دراسات مستقبلية تعنى بمدى فاعلية تلك القيود ومدى الرضى العام لدى الأطفال واقتناعهم بها وارتباط تأثير العمر والجنس وتحكم الطفل بالنفس بمدى إتباع الاستراتيجيات التقييدية للوصول، إضافة إلى عمل دراسات تهتم بتحليل المضامين المختلفة الموجهة للأطفال.

وجاء دور الوالدين في إشراك الأبناء في مدى استخدام التقنيات الرقمية من خلال دراسة (Dias & others، 2017) (21) وتبحث الدراسة في الدور الذي يلعبه الآباء كوسطاء للوصول الأبناء إلى التقنيات الرقمية ومشاركتهم، وقد أجريت مقابلات نوعية متعمقة في بلجيكا وألمانيا ولاتفيا والبرتغال مع 10 أسر في كل بلد، بما في ذلك طفل واحد يتراوح عمره بين 6 و7 سنوات، وقد أظهرت النتائج أن آباء الأطفال يلعبون بشكل أساسي دور "حراس البوابة" وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أسماء ظافر العمري) عندما يتعلق الأمر بتسهيل وتقييد الوصول إلى التقنيات الرقمية واستخدامها، وتؤثر تصورات الآباء لفعالية التقنيات الرقمية كوسيلة ترفيهية وكأداة تعليمية على التقنيات المتاحة في المنزل والتي يمكن للطفل الوصول إليها، كما تؤثر هذه التصورات بدورها على استراتيجيات وساطة الآباء فيما يتعلق باستخدام الأطفال الفعلي للتقنيات الرقمية، مع تطبيق الوساطة التقييدية والإشراف. ويمكن فهم السلطة التي يمارسها الوالدان على الوصول والاستخدام على أنها تقييد لحقوق الأطفال، ومن ناحية أخرى لا يهتم

الآباء دائماً بالحق في الحماية لأنهم يعتقدون -أحياناً بشكل غير صحيح -أنهم يتحكمون في المحتوى الذي يتعرض له أطفالهم.

أما عن الدراسات التي تناولت ثقافة استخدام المحتوى الرقمي جاءت دراسة (حسام على & صفا عثمان، 2022) (22) والتي سعت إلى رصد العوامل المؤثرة في استهلاك الجمهور للمضمون الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية المدفوعة سواء العربية أو الأجنبية واختبار تأثير ذلك النمط من المشاهدة على فهم البيئة وإضافة معاني جديدة، وتوجيه تجارب المتابعين وترشيدها، واستهلاك المضمون المتلفز وأنماط الحياة والصور والرموز، ورؤيتهم للحدود الفاصلة بين المحلي والعالمي أو التداخل بينهما، وفقاً لمعطيات ثقافة الاستهلاك، وقد أتاحت المنصات الرقمية باباً جديداً يلجأ منه صناع الدراما إلى فضاء يختلف عن ذلك الذي أتاحه التليفزيون التقليدي من قبل؛ وللتعرف على أسباب ودوافع تعرض الجمهور للمنصات الرقمية وطبيعة الأعمال الدرامية التي يتابعونها وأيضاً التعرف على مقترحاتهم في تطوير خدمات المنصات الرقمية، تم تصميم استمارة استبيان وتطبيقها على 312 مبحوث من الجمهور العربي المشترك والمتابع لهذه المنصات الرقمية، وكانت أبرز نتائج هذه الدراسة هي: أن منصة Netflix احتلت المرتبة الأولى في الاشتراك والمتابعة لخدماتها ومضمونها المتلفز مقارنة بمنصات رقمية أخرى عربية وأجنبية، وأكدت عينة الدراسة أن أكثر دوافع التعرض لمضمون هذه المنصات الرقمية المدفوعة هو البث الحصري والأول في المشاهدة وأيضاً مرونة وحيوية الاستخدام بلا أي قيود في الزمان أو المكان، وجاءت أكثر الأعمال الدرامية تفضيلاً من وجهة نظر عينة الدراسة هي دراما الأكشن والاجتماعية والكوميديا للتخلص من ضغوط الحياة، كما استهدفت دراسة (طارق الصعدي، 2022) (23) الكشف عن دور الثقافة الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بجوانب المواطنة الرقمية لطلاب المدارس المصرية، وتم اختيار عينة عشوائية متعددة المراحل، قوامها 400 مفردة من طلاب وطالبات المدارس الثانوية بمحافظة المنوفية، واستخدمت الدراسة في ضوء نظرية المعرفة الإعلامية منهج المسح، وأداة الاستبيان لجمع البيانات مع تطبيق مقياس لمحاوَر المواطنة الرقمية التسع، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج منها ارتفاع استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب عينة الدراسة من طلاب المدارس الثانوية بشكل دائم وجاءت مرتفع جداً بنسبة 44%، ومرتفع 22.2% ومتوسط 18.5%، كم جاء الواتس أب من أكثر وأهم وسائل التواصل الاجتماعي انتشاراً واستخداماً بين عينة الدراسة ويليه الفيس بوك، ثم اليوتيوب، ويليه تيليجرام وتويتير والتيك توك وانستجرام، كما أوضحت الدراسة أن أغلب عينة الدراسة بنسبة 54% يتابعون موضوعات الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متوسط، ونسبة 51% منهم لديهم معرفة متوسطة حول مفاهيم الثقافة الرقمية، ونسبة 60% من عينة الدراسة تهتم بين الحين والآخر بالقواعد والسلوكيات الأخلاقية في استخدام التقنيات الرقمية، ونسبة 51% لديهم قدره محدودة على الحماية من مخاطر وجرائم استخدام التقنيات الرقمية، كما أوضحت الدراسة وجود علاقة دالة إحصائياً بين متوسط متابعة موضوعات الثقافة الرقمية عبر وسائل التواصل ومستوى الوعي بالمواطنة الرقمية، وأيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متابعة موضوعات الثقافة الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وفي مستوى

الوعي بالمواطنة الرقمية باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- السكن – الدخل – نمط التعليم) وأشارت دراسة (صالح العراقي، 2017) (24) لعدد من النتائج المهمة حول مخاطر إدمان المخدرات الرقمية، وأن 95% من الشباب الجامعي يحرصون على تصفح المواقع الإلكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات والمخدرات الرقمية، وقد احتلت مواقع التواصل الاجتماعي الترتيب الأول بين المواقع التي يحرص أفراد العينة على تصفحها بانتظام، يليها اليوتيوب في الترتيب الثاني و جاءت أهم دوافع تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات أن "تلك المواقع تناقش قضايا مهمة موجودة في المجتمع المصري" و أن الغالبية العظمى من الشباب الجامعي 92% يرون أن تناول المواقع الإلكترونية لقضايا المخدرات قد أسهمت في تعريفهم بخطورة المخدرات على أنفسهم وعلى أفراد مجتمعهم، و تشير النتائج إلي أن 93.3% من الشباب الجامعي المصري لديه معرفة كافية بالمخدرات الرقمية، وذلك في مقابل 11.8% فقط من الشباب يري أن المواقع الإلكترونية التي اهتمت بقضايا المخدرات لم تسهم في تعريفهم بالمخدرات الرقمية.

أما عن الدراسات التي أهتمت بتحديات التكنولوجيا الاجتماعية واستخدام الوسائط الرقمية جاء في التقرير الصادر عن الأمم المتحدة (25) حول تأثير التكنولوجيا الرقمية عدد من النتائج من أهمها تقديرات عن مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي حيث تربط ما بين قرابة نصف سكان العالم بالكامل، وهي تُمكن الناس من سماع أصواتهم والتحدث إلى الأشخاص في جميع أنحاء العالم في الوقت الحقيقي، غير أنها يمكن أيضاً أن تعزز أشكال التحيز وزرع الفُرقة، بآتاحة منبر لخطاب الكراهية والمعلومات الخاطئة، أو عن طريق التضخيم والتحويل.

ثانياً: دراسات في مجال تأثير الشخص الثالث:

دراسة (2022 Chung & Wihbey) (26) لتنظيم وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير الشخص الثالث والآراء العامة، كشفت أربعة استطلاعات وطنية أجريت في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وكوريا الجنوبية والمكسيك في الفترة من أبريل إلى سبتمبر 2021، أن تأثير وسائل الإعلام المقترض على الذات والآخرين يلعب دوراً مهماً، ولكن لا يمكن التنبؤ بدعم أي الشكليات المميزين لعملية تنظيم المنصات (أي التنظيم الحكومي لمنصات التواصل الاجتماعي مقابل الإشراف على المحتوى بواسطة منصات التواصل الاجتماعي)، و تم تحديد الكفاءة الذاتية (القدرة المدركة ذاتياً على اكتشاف المعلومات المضللة) والفعالية الأخرى (إدراك قدرة الآخرين على اكتشاف المعلومات المضللة) كسابقتين حاسمتين لإدراك الشخص الثالث، كما كانت هناك أيضاً اختلافات دقيقة ولكنها جديرة بالملاحظة في المواقف العامة تجاه لوائح المنصات عبر البلدان الأربعة التي شملتها الدراسة نظراً لانتشار المعلومات الخاطئة على وسائل التواصل الاجتماعي وما يصاحبها من عوامل خارجية سلبية، كما أصبح تنظيم المنصات قضية عامة متنازع عليها بشدة على مستوى العالم، وقد بحثت هذه الدراسة أولاً فيما يفكر فيه الجمهور العالمي حول تنظيم المنصة و ثانياً الآليات النفسية الكامنة وراء هذه الآراء من خلال تأثير الشخص الثالث.

وهذا ما أكدته دراسة (Golan & Lim، 2016) (27) لتأثير الشخص الثالث لدعاية داعش على الكفاءة الذاتية السياسية عبر الإنترنت والنشاط على وسائل التواصل الاجتماعي وقد عزز العديد من الخبراء الصعود العالمي لداعش إلى الجهود الناجحة للجماعة المتطرفة للتجنيد عبر الإنترنت، وإدراكا منها للحاجة إلى الحد من مشاركة التنظيم الإرهابي في وسائل التواصل الاجتماعي، دعت الحكومات الغربية إلى فرض قيود أكبر على محتوى منصات التواصل الاجتماعي، فضلاً عن تعاون المواطنين الأفراد في مكافحة رسائل داعش عبر الإنترنت، وتبحث هذه الدراسة في تأثير الشخص الثالث فيما يتعلق بتجنيد داعش عبر الإنترنت والنتائج السلوكية المحتملة التي قد تنجم عن الفجوات المتصورة بين الذات والآخر، كما قدمت دراسة استقصائية شملت 1,035 من البالغين في الولايات المتحدة الدعم للعلاقات المهمة بين تصورات الشخص الثالث ودعم كل من الإجراءات التقييدية ونشاط وسائل التواصل الاجتماعي.

واستهدفت دراسة (ميرال مصطفى، 2018) (28) التعرف على مدى إدراك الجمهور المصري لتأثير برامج الرأي التلفزيونية في أنفسهم وفي الآخرين، من حيث الاستقطاب السياسي الذي يمكن أن تسببه هذه البرامج وتأثير ذلك في اتخاذ المبحوثين موقفاً من شأنه حماية الآخرين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، المعتمدة على منهج المسح وطُبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية تتكون من 400 مبحوثاً من الجمهور المصري الذين يتابعون برامج الرأي التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن أهم دوافع مشاهدة المبحوثين لبرامج الرأي التلفزيونية هو مواكبة ما يجري حولهم من أحداث، وتكوين آراء تجاه القضايا المختلفة، والوقوف على الموضوعات التي تساعد على النقاش مع الآخرين، مما يعكس تصدر الدوافع النفسية لمشاهدة برامج الرأي التلفزيونية، ورغبة الجمهور في الاطلاع على ما يدور حوله من أحداث وتكوين آرائه تجاه تلك الأحداث، وقد أكدت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين إدراك الأفراد لحدوث الاستقطاب السياسي لديهم، وبين إدراكهم لحدوث استقطاب سياسي لدى الآخرين جراء مشاهدة برامج الرأي التلفزيونية، مما يشير إلى ثبوت صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث في أن الأفراد ينسبون تقديرات أعلى لوسائل الإعلام في الآخرين بالمقارنة بأنفسهم.

وفي إطار تطبيق فرضية تأثير الشخص الثالث جاءت دراسة (Talwar & others، 2020) (29) حول مشاركة الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي، والتي تعد مصدر قلق عالمي، حيث تقدم الأبحاث القليل من التنبؤ في الدوافع وراء هذه المشاركة. تتبنى هذه الدراسة نهجاً مختلطاً لاستكشاف سلوك مشاركة الأخبار المزيفة، تم تحليل البيانات النوعية من 58 مقالة مفتوحة لتحديد ستة مظاهر سلوكية مرتبطة بمشاركة الأخبار المزيفة، بعد ذلك، تم اقتراح نموذج بحث يفترض الارتباط بين هذه السلوكيات باستخدام فرضية تأثير الشخص الثالث، وقد كان العمر والجنس متغيرات حاكمة و تم استخدام مجموعتين من البيانات التي تم الحصول عليها من استطلاعات الرأي مع 471 و 374 من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لاختبار النموذج المقترح. أشارت نتائج الدراسة إلى أن المشاركة الفورية للأخبار لخلق الوعي كان لها تأثير إيجابي على مشاركة الأخبار المزيفة بسبب ضيق الوقت والتدين،

ومع ذلك فإن مصادقة الأخبار قبل مشاركتها لم يكن لها أي تأثير على مشاركة الأخبار المزيفة بسبب ضيق الوقت والتدين، ومن بين نتائج الدراسة أنه من غير المرجح أن يشارك مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي الذين يشاركون في إجراءات تصحيحية نشطة أخبارًا مزيفة بسبب ضيق الوقت.

وأتفقت دراسة (Buturoiu & others، 2017) (30) أن الأشخاص الذين يتعرضون لرسائل إعلامية مقنعة عامة يعتقدون أن هذه الرسائل لها تأثير أكبر على الآخرين (أي "الشخص الثالث") أكثر من أنفسهم على الرغم من أن دراسات الشخص الثالث قد ركزت منذ فترة طويلة على وسائل الإعلام التقليدية، إلا أن العديد من الدراسات تظهر أن هذا التأثير شائع أيضًا فيما يتعلق بوسائل الإعلام الأحدث، وتسعى هذه الدراسة إلى استكشاف (1) العلاقة بين ووسائل الاتصال الجديدة (أي Facebook) و (2) تنبؤات الشخص الثالث في عصر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مسح (N = 688). وتظهر النتائج الرئيسية أن الشباب يقيمون الآخرين على أنهم الأكثر تأثرًا بالأخبار المنشورة على Facebook من أنفسهم و من حيث التصور العام للشخص الثالث بين الشباب، كما تشير النتائج إلى أنماط استخدام Facebook، وتؤكد النتائج أن وسائل الإعلام الأحدث والمقارنة الاجتماعية تميل إلى المنصات الإعلامية الجديدة حيث تمارس نفس التأثيرات نظرًا لإتباعها نفس ما اتبعته وسائل الإعلام التقليدية.

وتبحث دراسة (Johannes & others 2021) (31) في دعم تنظيم المنصات وتقديم رؤى حول التصورات العامة لحوكمة المنصات، في حين أن الخطاب العام المحيط بالمنصات يتطور على مستوى السياسة بين مراكز الفكر والصحفيين والأكاديميين والجهات الفاعلة السياسية، مع وجود القليل من الاهتمام لكيفية تفكير الناس في تنظيم المنصات، ومن خلال دراسة استقصائية لمستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة (N = 1,022)، نستكشف سوابق دعم الإشراف على محتوى الوسائط الاجتماعية من قبل المنصات، وكذلك لتنظيم منصات التواصل الاجتماعي من قبل الحكومة، وربط هذه النتائج بالتأثيرات المفترضة على الذات (الشخص الأول) والآخرين (الشخص الثالث)، وهي مفاهيم تكمن في صميم تأثير فرضية الشخص الثالث، كما حددت تصورات الشخص الثالث لمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي: الآثار السلبية المتصورة أقوى بالنسبة للآخرين منها لنفسه، ويعمل تصور الشخص الأول على مستوى المنصة: ينظر إلى الآثار المفيدة لمنصات التواصل الاجتماعي على أنها أقوى للذات منها للمجتمع بينما على المستوى السلوكي، حُدد العمر والتعليم ومعارضة الرقابة والآثار السلبية المتصورة لمحتوى الوسائط الاجتماعية على الآخرين (الشخص الثالث) كمؤشرات مهمة لدعم الإشراف على المحتوى، وفيما يتعلق بدعم تنظيم المنصات من قبل الحكومة، نجد آثارًا كبيرة لمعارضة الرقابة، والرقابة المتعمدة المتصورة، وتكرار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والثقة في المنصات، وبلا جدال فإنه ينبغي أخذ أصحاب المصلحة المشاركين في حوكمة المنصة بجدية أكبر.

وحول دعوات الشخص الثالث للرقابة على مقاطع فيديو YouTube جاءت دراسة (Asheley & Olshansky 2020) (32) بتوجيه دعوات للرقابة على انتشار مقاطع وقنوات فيديو على

YouTube من المحتمل أن تكون مقاطع الفيديو هذه مقنعة لعدد قليل جدًا، بدلاً من ذلك، قد يشعر الناس بالقلق من أن مقاطع الفيديو هذه تغسل أدمغة الآخرين و اعتقاد الأفراد بأن الآخرين سيتأثرون بالرسائل الإعلامية المقدمة عبر اليوتيوب، وتسمى عواقب تلك التصورات، مثل الدعوات للرقابة، تأثيرات الشخص الثالث هنا، وقد تم إجراء ثلاث دراسات تدرس فرضية الشخص الثالث في إطار انتشار مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب كإطار نظري لهم، وقد تم أولاً قياس تصورات المشاركين الخاصة حول مدى الإقناع نحو المقاطع المقدمة في YouTube ومقارنتها بتصورات المشاركين حول مدى إقناع الآخرين، ومن أهم نتائج هذه الدراسة أن تدين المشاركين وحزبهم السياسي كانا أقوى متبئين في الدراسة الثانية والثالثة المسجلة مسبقاً، ودعمًا لاستنتاجات الدراسة الأولى، وُجدت أدلة حول ما إذا كان هناك تنبأ بدعم فرض الرقابة على اليوتيوب بين الجمهور.

وفي دراسة (Chapin، 2016) (33) لتصوير الشخص الثالث والتحيز بين الشباب المعرضين للخطر من الأقليات الحضرية تشير أبحاث تصور الشخص الثالث الحديثة إلى أن التحيز المتفائل هو الآلية الكامنة وراء التحيز الإدراكي ولكنها تفشل في اختبار الافتراض تجريبيًا، وقد وجدت علاقة عكسية صغيرة بين إدراك الشخص الثالث والتحيز بين الشباب الذين شملهم الاستطلاع: أظهر 51٪ من الطلاب تصورات من منظور الشخص الثالث، معتقدين أنهم كانوا أقل تأثرًا بالرسائل الجنسية المتلفزة من أقرانهم. كان هؤلاء الطلاب أقل تفاؤلاً بشأن فرص إصابتهم بفيروس نقص المناعة البشرية (الإيدز) من أقرانهم. أظهر 34٪ تصورات من منظور الشخص الأول، معتقدين أنهم تأثروا بالرسائل أكثر من أقرانهم، وكانوا أكثر تفاؤلاً من أقرانهم فيما يتعلق بالإصابة بفيروس نقص المناعة البشرية. أظهر معظم الطلاب (89٪) درجة من التحيز المتفائل فيما يتعلق بفرصهم في تجنب الإصابة بفيروس نقص المناعة البشرية في المستقبل. تربط النتائج بشكل فعال داخل عينة أهدمتها الدراسات السابقة: الشباب الحضري، والأقليات، والمعرضون للخطر، كما تقدم الدراسة المعرفة بتصورات الشخص الثالث من خلال اقتراح الآليات الاجتماعية والنفسية الأساسية.

أما الدراسات التي تناولت تأثير الشخص الثالث في علاقة قوة الأسرة جاءت دراسة (2015، Chen) (34) لتناول الاختلافات بين الجنسين والسلوكيات الداعمة في المقارنة بين الذات والآخر المتعلقة بالعصر الرقمي، وتحليل تأثير الشخص الثالث الاجتماعي / العائلي، تم إجراء مسح لاختبار فرضيات الشخص الثالث، وقد دعمت النتائج وجود اختلافات بين الجنسين حول فهم واستخدام تقنيات الأسرة للعصر الرقمي، حيث أن النساء اللائي يتمتعن بمزيد من السلطة والموارد في المنزل يملن إلى أن يكون لديهن بعض التفاوت الإدراكي الكبير، بالنسبة للرجال يؤدي التناقض الملحوظ بين تأثيرات العصر الرقمي على أنفسهم وعلى الآخرين إلى السلوك الداعم، ولكن هذا ليس هو الحال بالنسبة للنساء.

وحول تصور الشخص الثالث والأطفال أكدت دراسة (Henriksn and Others، 2015) (35) على التأثير المتصور للإعلانات المؤيدة والمناهضة للتدخين حيث تقدم نتائج دراستين أول دليل على تأثير الشخص الثالث بين الأطفال؛ في الدراسة الأولى (دراسة استقصائية شملت

571 طالبًا في الصف السابع)، اعتقد الأطفال أن إعلانات السجائر تؤثر على الآخرين أكثر من أنفسهم (تصور الشخص الثالث)، علاوة على ذلك، عندما قارن الأطفال أنفسهم بأقرانهم، كان التناقض بين الذات والآخرين أكبر مما كان عليه عندما قارن الأطفال أنفسهم مع أفضل أصدقائهم (النتيجة الطبيعية للمسافة الاجتماعية). في الدراسة الثانية، شاهد الأطفال من الصفوف 4 و 6 و 8 (ن = 666) مقطع فيديو مدته 10 دقائق يصور إما إعلانات السجائر أو إعلانات مكافحة التدخين، وبغض النظر عن الفيديو الذي شاهدوه، يعتقد الأطفال أن إعلانات السجائر لها تأثير أكبر على الآخرين أكثر من تأثيره على أنفسهم، غير أن العكس هو الصحيح بالنسبة للإعلانات المناهضة للتدخين، ويعتقد الأطفال أن الإعلانات المناهضة للتدخين لها تأثير أكبر على أنفسهم من الآخرين (تصور عكسي لشخص ثالث) غير أن العكس هو الصحيح بالنسبة للإعلانات المناهضة للتدخين. لم يدرك الأطفال تأثيرًا أكبر بشكل موحد للرسائل المتقنة على أشخاص آخرين غير أنفسهم، بدلًا من ذلك، كانت أحكام الأطفال على تأثير وسائل الإعلام تخدم مصالحهم الذاتية باستمرار.

وتؤكد جميع هذه النتائج نظرية مفادها أن إدراك الشخص الثالث هو نتاج تحيز التفوق - الميل إلى رؤية أنفسنا أفضل أو أفضل حالًا من الآخرين.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تزايد اهتمام الباحثين بوسائل الاتصال الحديثة والتي تعد من أكثر الوسائل نموًا في العصر الحديث والمتمثلة في القنوات الإلكترونية والألعاب ومنصات المشاهدة الرقمية وشبكات تواصل اجتماعي...، التي طرأت على البيئة الإعلامية، سواء أكانت مقبولة أو مرفوضة نتيجة ما تتضمنه من معلومات قد تكون صحيحة أو تفتقر إلى الدقة، كما أبرزت تعدد الأطارات من حيث المحتوى الرقمي وتأثير الشخص الثالث.
- كان لمواقع التواصل الاجتماعي ومنصات المشاهدة الرقمية، بالرغم من إيجابيتها المتعددة، الدور الأكبر في تحقيق تأثيرات سلبية خاصة على الأطفال، حيث تخلق نوعًا من الانعزال عن الواقع في إطار مقارنة العالم الذي يشاهده من خلال هذه القنوات والمنصات بالعالم الذي يعيش فيه.
- اعتمدت معظم الدراسات العربية التي أجريت على المحتوى الرقمي على عدد من المداخل النظرية كمدخل تأثير الشخص الثالث وحارس البوابة والاستخدامات والاشباع والتعلم الاجتماعي ونموذج قبول التكنولوجيا، ولم تهتم بدراسة كيفية إدراك الجمهور المستهدف من أباء الأطفال التأثير السلبي الذي يمكن أن يحدثه التعرض للمحتوى المقدم على القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية على القيم الأخلاقية.
- على الرغم من وجود دراسات متعددة حاولت الوقوف على التأثيرات التي يمكن أن تحدثها هذه النوعية من المحتوى على جمهور المتلقين بمختلف طبقاتهم وفئاتهم الاجتماعية، إلا أنه لا توجد دراسات كافية تهتم بالوقوف على مدى إدراك الجمهور نفسه لقوة تأثير

المضامين الإعلامية المقدمة عبر هذه القنوات والمنصات المختلفة على أخلاقياته وما تتضمنه من قيم وسلوكيات، وهو ما تتصدى له الدراسة الحالية.

بعد مراجعة الدراسات السابقة الخاصة بالمحتوى الرقمي و تأثير الشخص الثالث على القيم والاتجاهات الأخلاقية يمكن أن نخلص إلى:

- تم اختبار نظرية تأثير الشخص الثالث في مجتمعات متعددة وتناولت موضوعات مختلفة مثل الدراما و الإعلانات و العنف و الحملات الانتخابية و البرامج الدينية و القنوات الفضائية و غيرها، لتوضيح مدى اعتماد الأفراد على ادراكهم لأراء الآخرين في القيام بالعديد من السلوكيات في اطار وجود مكونين أو شقين إدراكي وسلوكي داخل هذه النظرية.
- لا يزال الاهتمام باختبار نظرية تأثير الشخص الثالث في مصر و الدول العربية محدودًا.
- أعطت الدراسات السابقة للباحثة رؤية واضحة في بناء الإطار النظري للدراسة و صياغة المشكلة البحثية و تحديدها و ايضًا صياغة تساؤلات الدراسة و فروضها و أهدافها، كم تم الاستفادة منها في تصميم استمارة الاستبيان بما يتناسب مع موضوع الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

في إطار المشكلة البحثية يتم اختبار فرض Davison دافيسون لتأثير الشخص الثالث: “يميل الآباء إلى المبالغة في إدراك و تقدير تأثير القنوات الإلكترونية و المنصات الرقمية على اتجاهات أبنائهم و سلوكياتهم الاجتماعية، و هم في ذلك يتوقعون أن تكون تأثيرات هذه القنوات و المنصات أكبر على الأبناء من على أنفسهم، مما يجعلهم يتخذون إجراءات سلوكية لوقاية أبنائهم من هذه التأثيرات السلبية، و من خلال هذا المفهوم تبحث الدراسة في التساؤلات التالية:

- 1- ما مدى إدراك الآباء لدور المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية و منصات المشاهدة الرقمية في التأثير السلبي على الاتجاهات و القيم الأخلاقية لأبنائهم؟
- 2- هل يرى الآباء أن الأبناء هم الأكثر تأثرًا بشكل سلبي بهذه القنوات و المنصات من تأثر الآباء أنفسهم بها؟
- 3- إلى أى مدى يرى الآباء فرض رقابة خارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية و منصات المشاهدة الرقمية؟
- 4- كيف يرى الآباء فرض الرقابة الأسرية الداخلية على الأبناء المتعرضين للقنوات الإلكترونية و منصات المشاهدة الرقمية؟

فروض الدراسة

تختبر هذه الدراسة ستة فروض علمية تتعلق باختبار نظرية الشخص الثالث و إدراك التأثير السلبي لمحتوى القنوات الإلكترونية و المنصات الرقمية على الأخلاقيات الاجتماعية للأبناء، تمت صياغتها على النحو التالي:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباط بين كثافة التعرض لمحتوى القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وتقدير الآباء لتأثيرها السلبي على قيم أطفالهم الأخلاقية وسلوكياتهم الاجتماعية.

الفرض الثاني:

توجد فروق دالة احصائيًا في مستوى إدراك الوالدين لتأثير محتوى القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على أخلاقياتهم (قيم وسلوكيات) أبنائهم مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها على أخلاقيات (قيم وسلوكيات) الأطفال عمومًا.

الفرض الثالث:

تختلف درجة تأثير الشخص الثالث باختلاف المسافة الاجتماعية بين أبناء عينة الدراسة والآخرين (العالم المحيط بهم).

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباط إيجابية بين تأثيرات الشخص الثالث ودرجة تأثير الآباء لفرض رقابة داخلية وخارجية على المحتوى الذي يتعرض له أطفالهم من خلال القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.

الفرض الخامس:

توجد فروق دالة احصائيًا بين الآباء عينة الدراسة في إدراكهم لتأثير الشخص الثالث باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - العمر - المستوى التعليمي).

الفرض السادس:

توجد علاقة ارتباط بين تقييم الفرد لنفسه اجتماعيًا وبين تأثير الشخص الثالث.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

تتعامل الدراسة مع عدد من المفاهيم المرتبطة بالقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وما تتضمنه من قيم وسلوكيات اجتماعية، وقد وضعت الدراسة تعريفات للمفاهيم المستخدمة على النحو التالي:

القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية:

القنوات الإلكترونية: قنوات تتميز بالإنتاج السريع وتتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية، لا رقابة عليها، ويعد الجمهور فيها هو صانع الرسالة الإعلامية، وهي تقوم بتقديم مواد تفاعلية بين الأشخاص القائمين عليها والجمهور المتابع لها (مثل اليوتيوب يوجد به عدد لا حصر له من هذه النوعية من القنوات مختلفة المضامين).

منصات المشاهدة الرقمية: يتم إعدادها من قبل متخصصين في المجال وتكون تابعة لمؤسسات تقوم على تقديم الخدمات أو المعلومات والتي تختلف حسب طبيعة ونشاط هذه المنصة وتكون على قدر أكبر من الإمكانيات والمميزات (مثل نتفليكس / شاهد....)

القيم الأخلاقية:

مجموعة من القواعد يستخدمها الأفراد عند تعاملهم مع الآخرين، وهي تنبع من المشاعر الإنسانية الأساسية وتعد جزء مهم في الدعم النفسي للفرد تجاه الآخرين، كما تقوم بدور مهم في تكوين شخصية الفرد وتقويم سلوكياته كما يؤدي انعدامها إلى توتر العلاقات بين أفراد المجتمع (مثل القيم الدينية والوطنية والمسؤولية والصدق والأمانة واحترام الآخرين وطاعة الوالدين وغيرها)

السلوكيات الاجتماعية:

يعرف السلوك بأنه كل الأنشطة والأفعال التي تصدر عن الانسان سواء أكانت ظاهرة أم غير ظاهرة (36) ونستدل عليه في الدراسة الحالية من خلال الممارسات التي يقوم بها الفرد ويتفاعل بها مع الآخرين (مثل طريقة الكلام والملابس وغيرها). وهناك أيضاً سلوكيات لا نلاحظها مباشرة وإنما نستدل على حدوثها عن طريق ملاحظتها وفق تصرفات الفرد (مثل الاحترام والالتزام).

الاجراءات المنهجية للدراسة:

منهج وعينة الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة منهج المسح، وفي اطاره استخدم المسح الميداني (٥) على عينة من الآباء المتعرض أبنائهم للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية من سكان محافظتي القاهرة والجيزة.

جمع البيانات والمقاييس المستخدمة:

تم جمع بيانات الدراسة الميدانية عن طريق استمارة استبيان تم تصميمها بحيث تضمنت عدداً من الأسئلة والعبارات التي تهدف إلى قياس متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة.

- **تم تحكيم الاستمارة من السادة التالي أسمائهم (الأسماء مرتبة أبجدياً)**
- 1- الأستاذة الدكتورة / اعتماد خلف أستاذ بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.
- 2- الأستاذة الدكتورة / دينا أبو زيد أستاذ بكلية الإعلام جامعة عين شمس.
- 3- الأستاذ الدكتور / صالح العراقي أستاذ بكلية الآداب قسم الإعلام جامعة الزقازيق.
- 4- الأستاذة الدكتورة / ميرال مصطفى رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

المتغير المستقل:

التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية ولقياس هذا المتغير تضمنت الاستمارة ثلاثة أسئلة لتحديد كثافة التعرض للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية شملت: مدى التعرض لها، ومتوسط عدد الأيام أسبوعياً التي يتعرض لها، ومتوسط عدد ساعات التعرض في اليوم الواحد.

المتغير التابع:

(المكون الإدراكي) أخلاقيات الفرد والمجتمع، وتم قياس هذا المتغير عن طريق قياس متغيرين وهما القيم الأخلاقية والسلوكيات الاجتماعية.

لقياس متغير القيم الأخلاقية:

تم قياس درجة اعتقاد عينة الدراسة في تأثير التعرض للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيم أبنائهم والأطفال وتكون من خمس عبارات تقيس القيم الأخلاقية على النحو التالي: القيم الدينية: الإيمان والتقوى والصلاح.../ والقيم الاجتماعية: الأمانة والوفاء والعطاء.../ والقيم الثقافية: الشرف والشهامة والعرف.../ والقيم الاقتصادية: الادخار والإنتاج والكفاية.../ والقيم الجمالية: الإبداع والجمال..

لقياس متغير السلوكيات الاجتماعية:

تم قياس درجة اعتقاد عينة الدراسة في مدى تأثير السلوكيات الاجتماعية للأبناء والأطفال بالتعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية، وتكون المقياس من عبارات تقيس السلوكيات الاجتماعية، تضمنت ما يلي: المظهر: طريقة الملابس / اللغة: استخدام مصطلحات أو كلمات غير مقبولة اجتماعياً.

ولقياس المكون السلوكي لفرض تأثير الشخص الثالث:

وذلك بعدد من العبارات التي تقيس مدى موافقة الآباء عينة الدراسة على فرض رقابة داخلية وخارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.

ولقياس مدى موافقة الآباء العينة على فرض رقابة داخلية:

استخدمت مجموعة من العبارات بعض هذه العبارات ايجابية وبعضها سلبية وهذه العبارات هي: يجب على الأسرة مراقبة أبنائهم أثناء تعرضهم للمحتويات المختلفة المقدمة عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية / يجب ان تقوم الأسرة بمنع أبنائها من التعرض لهذه المواقع لتجنب آثارها السلبية عليهم / يفضل إعطاء مزيد من الحرية للأبناء عند التعرض للمحتوى على القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية / لا بد من تدخل الأسرة في اختيار المحتوى الذي يتعرض له الأبناء عبر القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية ومناقشته معهم.

ولقياس مدى موافقة آباء العينة على فرض رقابة خارجية:

تضمنت بعض العبارات السلبية والايجابية منها: خضوع القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية لرقابة صارمة من حيث الشكل/ فرض رقابة صارمة على القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية من حيث المضمون / فرض رقابة صارمة على ما تعرضه هذه القنوات والمنصات من صور ثابتة / فرض مزيد من الرقابة على اللقطات والمشاهد التي تعرض على هذه القنوات والمنصات وتؤدي إلى اثاره السلوك / فرض رقابة صارمة على الإعلانات على هذه القنوات والمنصات/ فرض مزيد من الرقابة على مختلف الموضوعات التي تطرحها هذه القنوات والمنصات/ فرض مزيد من الرقابة على القنوات الاجتماعية التي تلعب بعقول الأطفال وأفكارهم / حجب هذه القنوات والمنصات تمامًا / اعطاء مزيد من الحرية عند التعرض للقنوات والمنصات المختلفة.

متغير التأثير على الذات والآخرين: وتضمن قياس تأثير التعرض على كل من القيم والسلوكيات على النحو التالي: متغير “ تأثير التعرض على القيم الأخلاقية للذات (الآباء) “، ومتغير “ تأثير التعرض على القيم الأخلاقية للآخرين من (الأبناء أو الأطفال عمومًا) “، ومتغير “ تأثير التعرض على سلوكيات الذات (الآباء) اجتماعيًا “، ومتغير “ تأثير التعرض على سلوكيات الآخرين الاجتماعية (الأبناء أو الأطفال عمومًا) “.

كما تضمنت الاستمارة عددًا من الأسئلة تناولت تقييم عينة الدراسة لنفسهم اجتماعيًا وإدراك تأثير الشخص الثالث باختلاف الخصائص الديموجرافية مثل: كيف تقيم نفسك اجتماعيًا / وأسئلة النوع والحالة الاجتماعية / بالإضافة إلى أسئلة الصدق التي تناولت توقع المبحوث درجة التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على كل من القيم الأخلاقية والسلوكيات الاجتماعية على الذات والآخرين.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الآباء والأمهات من مستويات تعليمية مختلفة من سكان محافظتي القاهرة والجيزة ممن لديهم أبناء يتعرضون بشكل دائم ومستمر للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.

الإطار الزمني للدراسة / عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة خلال شهري يناير وفبراير 2023 على عينة قوامها (400) مفردة من الآباء ممن لديهم أطفال يتعرضون بشكل دائم ومستمر للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وذلك حسب متغيرات: النوع (ذكر أو أنثى)، العمر والمستوى التعليمي وذلك على النحو الذي توضحه بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

الخصائص	ك	%
النوع		
ذكور	186	46.5%
إناث	214	53%
العمر		
25-20 سنة	8	2%
30-26 سنة	146	36.5%
35-31 سنة	216	54%
40-36 سنة	18	4.5%
45-41 سنة	12	3%
المستوى التعليمي		
مرتفع (جامعي وأعلى)	340	85%
متوسط	54	13.5%
أقل من المتوسط	6	1.5%
المجموع	400	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الإناث يمثلون النسبة الأعلى (53.5%) من إجمالي العينة، والذكور نسبة (46.5%) من إجمالي مفردات العينة، كما أن النسبة الأكبر من الأباء في العينة ممن تتراوح أعمارهم ما بين 31-35 سنة (54%) ويرجع هذا لكون هذه الفئة العمرية هي التي لديها أبناء في مرحلة سنوية تُعد مرحلة تكوين تشكيل السلوكيات وتكوين الأخلاقيات، ومن مستوى تعليمي مرتفع (جامعي وأعلى) حيث بلغت نسبتهم (85%) وقد يفسر ذلك أن الأعلى تعليمًا هو الأقدر على التعامل مع القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية والتقنيات الحديثة بشكل عام.

نتائج الدراسة أولاً: النتائج العامة

1- مدى تعرض الآباء عينة الدراسة للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية والذي يتعرض له أبنائهم:

جدول رقم (2) مدى تعرض الآباء عينة الدراسة للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية والذي يتعرض له أبنائهم.

النتائج	التكرار	%
دائمًا.	218	54.5%
أحيانًا.	88	22%
نادرًا.	70	17.5%
لا يتعرضوا على الإطلاق.	24	6%
الإجمالي	400	100%

أشارت نتائج الجدول السابق إلى أن (54.5%) من آباء العينة يتعرضون بشكل دائم للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية الذي يتعرض له أبنائهم أو الأطفال عموماً، أما المتعرضين أحياناً للمحتوى من عينة الدراسة بلغت نسبتهم (22%)، في حين تقل نسبة من يتعرضون لها نادراً إلى (17.5%) أو لا يتعرضون لها على الإطلاق (6%). مما يدل على أن معظم آباء العينة (91.5%) يتعرضون للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية والذي يتعرض له أبنائهم.

2- أسباب عدم تعرض الآباء عينة الدراسة للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية والذي يتعرض له أبنائهم:

جدول رقم (3) أسباب عدم تعرض الآباء عينة الدراسة للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية والذي يتعرض له أبنائهم.

أسباب عدم التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية	التكرار	%
لأنها تخالف الدين والعقيدة.	12	35
لعدم الانتفاع بها.	9	26
للاشغال بالعمل أو بالدراسة.	8	24
لأنها مضيعة للوقت.	7	21
النظرة غير الأخلاقية لها.	6	17
لأنها تنشر الأفكار السلبية.	4	10
كل ما سبق.	3	8

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن من أهم الأسباب التي ذكرها الآباء عينة الدراسة الذين لا يتعرضون على الإطلاق للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية يرجع إلى السبب الديني: لأنها تخالف الدين والعقيدة (35%) فلذلك يتخذ الآباء موقفاً دفاعياً أو على أقل التقدير حذراً في التعرض لهذه القنوات حفاظاً على قناعاتهم الدينية وعقيدتهم، يليها لعدم الانتفاع بها (26%) وللاشغال بالدراسة أو بالعمل (24%)، ولأنها مضيعة للوقت (21%) حيث تمثل مصدرًا للإلهاء، وللنظرة غير الأخلاقية لها (17%) فيما تقدمه من محتوى يتسم بالبعد عن القيم الأخلاقية التي تحافظ عليها مجتمعاتنا الشرقية ولأنها تنشر الأفكار السلبية الهدامة (10%) حيث المبالغة في التركيز على السلبيات، ولكل ما سبق (8%).

وبالنظر إلى نتيجة السبب الديني الذي بلغ 35% والذي يمثل ثلث العينة لعدم تعرض الآباء لمحتوى هذه القنوات والمنصات يطرح هنا التساؤل هو كيف يثق الآباء أن أبنائهم لن يتأثروا دينياً بمحتوى هم أنفسهم لا يميلون للتعرض له.

وتتفق نتائج هذا الجدول مع دراسة (ريهام العابد، 2022) والتي توصلت أهم نتائجها: أن من أهم تأثيرات مشاهدة منصة (Netflix, starzplay) على النسق القيمي التشجيع على العنف والشذوذ الجنسي والخيانة وإهمال الفرائض الدينية والإدمان على الكحول والمخدرات والحقد الرغبة في الانتقام، وجميعها أفردها الجدول بنسب متباينة وإن جاء السبب الديني في المرتبة الأولى.

3- أسباب التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية:

جدول رقم (4) (يمكن اختيار أكثر من سبب)

النسبة	التكرار	السبب
19.07	148	للتسلية.
23.19	180	لا يوجد سبب محدد.
21.90	170	لقضاء وقت الفراغ.
28.35	220	لأعرف كل ما هو جديد من حولي.
4.12	32	لأتحدث عنها مع زملائي.
0.76	6	لأنها أكثر تداولاً.
2.57	20	7- للتعرف على المحتوى الذى يتعرض له أبنائي.
100	776	الإجمالي

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

تأتى معرفة كل ما هو جديد من حولي على رأس الأسباب التي ذكرها الآباء العينة من آباء الأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وذلك بنسبة (28.35%)، مما يشير إلى أهمية هذه القنوات والمنصات وارتباطها باستكشاف كل ما هو جديد، ومن هنا تأتى أهمية أن يتم توظيف هذه الوسيلة الإعلامية بما لا يمس القيم والعادات الأصيلة في مجتمعاتنا العربية مع الحرص على بث الأفكار التي تتلاءم وهويتنا العربية وتدعمها، ولا نكون مجرد ناقلين عن الغرب ونتنافس على هذا التقليد الذى من شأنه في النهاية الإضرار بمصلحة الفرد والمجتمع.

ثم يأتي بنسب مقاربة عدم وجود سبب واضح للتعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية (23.19%) وقضاء وقت الفراغ (21.90%) والتسلية (19.07%) من النتائج الجديرة بالتعليق، لأنه بغياب الهدف ومحاولة قضاء وقت الفراغ والتسلية بأي شكل وبدون سبب محدد يكون الأطفال فريسة سهلة لأية مضامين أو مواد سلبية أو رديئة مما يؤثر بالتالي وبشكل سلبي على القيم والسلوكيات الأصيلة التي يجب ان يحلّى ويتمسك بها، ويأتي السبب بأنها الأكثر تداولاً و للتعرف على المحتوى الذى يتعرض له أبنائي في المرتبة الأخيرة بنسبة (0.76%) و (2.57%) وهى نسب قليلة جداً ولكنها تدل أن العينة لا تتعرض لهذه القنوات والمنصات مضطرة بل تستهدفها بشكل أساسي كنوع من الرقابة على الأبناء.

وتتفق هذه نتائج مع دراسة (أسماء ظافر العمري، 2019) والتي جاء من نتائجها كيفية تأثير تصورات الآباء لفعالية التقنيات الرقمية كوسيلة ترفيهية وكأداة تعليمية على التقنيات المتاحة في المنزل والتي يمكن للطفل الوصول إليها، وأيضاً أن ارتفاع نسبة استخدام الأطفال للمحتوى الرقمي وامتلاكهم للأجهزة الذكية يتزامن مع ارتفاع نسبة الوعي لدى الآباء حول المخاطر التي تحدث للأطفال نتيجة التعرض.

4- القيم الأخلاقية التي تتأثر بشكل سلبي عند تعرض الأبناء للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية طبقاً لرأى الآباء عينة الدراسة:

جدول رقم (5) المتوسط الحسابي لدرجات التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على القيم الأخلاقية للأطفال طبقاً لرأى الآباء عينة الدراسة

(يمكن اختيار أكثر من بديل)

القيم	القيم الدينية	القيم الثقافية	القيم الاجتماعية	القيم الاقتصادية	القيم الجمالية
المتوسط الحسابي	1.40	1.65	1.98	2.10	2.15

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

جاءت القيم الدينية في مقدمة القيم التي يرى عينة الدراسة انها تتأثر سلبيًا بالتعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية بمتوسط (1.40)، تلتها القيم الثقافية بمتوسط قدره (1.65) وهذا ما أكدته التساؤل المطروح من الجدول رقم (3) بالتأثير السلبي على القيم الدينية للأبناء وهو نفس المحتوى الذي لا يميل الآباء للتعرض له، ثم القيم الاجتماعية بمتوسط (1.98)، يليها القيم الاقتصادية بمتوسط (2.10) و كانت أقل القيم الأخلاقية تأثراً هي القيم الجمالية بمتوسط قدره (2.15)

ويتضح من هذه النتائج أن معظم آباء الأطفال من المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية يرون أن القيم الدينية هي الأكثر تعرضاً للتأثر بشكل سلبي عند التعرض، وهو ما يشير إلى أن الدين يمثل عنصراً أساسياً للقيم الأخلاقية لدى الأطفال والتي يخشون عليها من التأثير سلباً بهذه القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (سلطانة جدعان، 2016) والتي هدفت إلى الوصول إلى ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور، وجاء من أبرز القيم الأخلاقية التي أتفق عليها الإعلاميين والقانونيين عن شبكات التواصل الاجتماعي نشر القيم والأخلاق والدين، والتركيز على تبادل ونقل الثقافات.

5- أكثر السلوكيات الاجتماعية التي تتأثر بشكل سلبي عند تعرض الأطفال للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية من وجهة نظر الآباء:

جدول رقم (6) المتوسط الحسابي لدرجات التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على سلوكيات الأطفال الاجتماعية طبقاً لرأى الآباء عينة الدراسة

السلوكيات	المظهر	اللغة	طريقة التعامل والتقليد
المتوسط الحسابي	1.60	1.72	1.74

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

ترى عينة الدراسة أن أكثر السلوكيات الاجتماعية التي تتأثر بشكل سلبي لأبنائهم عند التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية تتعلق " بالمظهر " ويتمثل في طريقة اللبس وطريقة المشي والتجميل وما إلى ذلك بمتوسط قدره (1.60)، وتأتي اللغة في الترتيب الثاني من حيث درجة التأثير السلبي ويتمثل في استخدام مصطلحات أو كلمات غير مقبولة اجتماعياً بمتوسط (1.72)، يليها بفارق بسيط " طريقة التعامل والتقليد" (1.74) وهذا ما تحاول الدراسة رصد من خلال السلوكيات الاجتماعية الملاحظ انعكاسها السلبي على الأبناء طبقاً لرأى الآباء عينة الدراسة.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (ريهام عابد، 2022) والتي أوضحت أن من الرغم أن غالبية أفراد العينة يرون أن المضامين المقدمة غير أخلاقية في الغالب ورغم ذلك يتابعون ويشتركون في هذه المنصات، وهذا يدل على أن هذه المنصات نجحت في التأثير على الجمهور السعودي، ومن الإيجابيات الأفلام والمسلسلات المقدمة عبر هذه المنصات تطوير اللغة الانجليزية والانفتاح على ثقافات أخرى، أما بالنسبة للسلبيات المقدمة عبر المسلسلات والأفلام فقد روجت أغلبها للشذوذ الجنسي ومبدأ اللادين والخيانة الزوجية.

6- درجات التأثير السلبي على كل من قيم وسلوكيات الأطفال الاجتماعية من المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية:

جدول رقم (7) درجات التأثير السلبي لتعرض الأبناء للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على كل من القيم والسلوكيات

المتوسط الحسابي	السلوكيات		المتوسط الحسابي	القيم		الأخلاقيات الاجتماعية درجات التأثير السلبي
	%	ك		%	ك	
4.22	1.0	4	4.15	1.0	4	لا يوجد تأثير سلبي على الإطلاق.
	-	-		1.5	6	لا يوجد تأثير سلبي واضح.
	9.5	38		12.5	50	يوجد تأثير سلبي.
	54.5	218		51.5	206	يوجد تأثير سلبي إلى حد ما.
	35.0	140		33.5	134	يوجد تأثير سلبي جداً.
	100	400		100	400	الإجمالي

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

يرى الآباء عينة الدراسة للأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية أن التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر هذه القنوات والمنصات يكون على كل من القيم والسلوكيات بدرجات متقاربة ولكنه يكون أقوى على السلوك (4.22) من القيم (4.15) بفارق بسيط.

يمكن تفسير هذه النتيجة بأن التغييرات في المجتمع قد أثرت في سلوكيات وعادات الأطفال أكثر من المساس بالقيم التي يكتسبونها، خاصة القيم المستمدة من الدين فهي قيم من الصعب أن تتغير بمرور أو اختلاف الزمان والمكان ومن ثم يرى آباء الأطفال المتعرضين للقنوات

الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية أن المحتوى المتعرض له أبنائهم قد يؤثر على السلوك بشكل أقوى من تأثيره على القيم.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Henriksn and Others، 2015) حيث يعتقد الأطفال أن إعلانات السجائر لها تأثير أكبر على الآخرين أكثر من تأثيره على أنفسهم، غير أن العكس هو الصحيح بالنسبة للإعلانات المناهضة للتدخين، فكانت أحكام الأطفال على تأثير وسائل الإعلام تخدم مصالحهم الذاتية باستمرار.

7- مدى تأييد آباء العينة من الأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية لفرض رقابة داخلية وخارجية على المحتوى المقدم:

جدول رقم (8) المتوسط الحسابي لمدى الموافقة لفرض رقابة خارجية

على للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية

نوع الرقابة الخارجية	رقبة على الشكل	رقبة على المضمون	رقبة على الصور لثبات الصورة	رقبة على الإعلانات	رقبة على المشاهد والقطات	رقبة على الموضوعات والمعاني والأفكار	رقبة على الكلمات	رقبة على أماكن التصوير	حجب المواقع تمامًا
المتوسط	4.42	4.42	4.68	4.68	4.68	4.27	3.63	3.40	3.15

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

تساوى المتوسط الحسابي لموافقة الآباء من العينة محل الدراسة لفرض رقابة خارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية من حيث الشكل والمضمون. وتجدر الإشارة إلى أنه بمقارنة الانحراف المعياري لكل منهما وجد أنه الرقابة على المضمون (0.83) في مقابل (0.94) للرقابة على الشكل. مما يشير إلى وجود تجانس وتقارب أكبر بين اجابات عينة الدراسة على العبارات الخاصة بالمضمون للعبارات التي تقيس الموافقة على الرقابة على الشكل الذي يظهر به محتوى هذه القنوات والمنصات (سواء فيديوهات مستقلة أو قصص مصورة Stories). وبشكل تفصيلي أشارت النتائج إلى أن الرقابة على الصور والمشاهد والإعلانات المتضمنة داخل المحتوى جاءت بشكل متقارب في المرتبة الأولى من حيث الموافقة على ضرورة فرض مزيد من الرقابة عليها بمتوسط (4.68) ثم جاءت الرقابة على الموضوعات المطروحة في هذه القنوات والمنصات ثم الرقابة على الكلمات والمعاني المتضمنة فيها وكذلك أماكن التصوير في مرتبة تالية بمتوسط (4.27) – (3.63 – 3.40) على التوالي.

تشير النتائج أيضا إلى أن الاختيار “ بحجب المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية تمامًا ” قد جاء في المرتبة الأخيرة، وهو ما يشير إلى الرغبة في استمرار وتواجد هذا المحتوى ولكن مع تعديل المضامين المقدمة والأشكال التي تظهر بها مع إدراك استحالة حجبتها تمامًا.

وتمثلت الرقابة الداخلية في مراقبة الآباء لأبنائهم المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية أثناء التعرض لها / التدقيق في اختيار المحتوى المتعرض له الأبناء ومناقشته

معهم / حجب المحتوى لمنع الأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية من التعرض لها وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (9) المتوسط الحسابي لمدى موافقة عينة الدراسة على فرض رقابة داخلية عند التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية

نوع الرقابة الداخلية	مراقبة الآباء لأبنائهم المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية	التفكير في اختيار المحتوى ومنقلته مهم	حجب هذا المحتوى تمامًا	إعطاء مزيد من الحرية عند التعرض للمحتوى
المتوسط	4.48	3.86	3.68	2.14

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

جاءت موافقة الآباء على مراقبة أبنائهم المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية عند التعرض لهذا المحتوى في المرتبة الأولى بمتوسط قدره (4.48) كأحد الوسائل لفرض رقابة داخلية يليها في المرتبة الثانية التدقيق في اختيار القنوات والمنصات المختلفة التي يتعرض له الأبناء ومناقشتهم في المحتوى المتعرضين له بمتوسط (3.86) ثم أخيرًا حجب المحتوى تمامًا بمتوسط (3.68).

من هذه النتائج نجد أن الرقابة الأسرية من أهم أنواع الرقابة الداخلية وعلى رأسها مراقبة الآباء لأبنائهم المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية أثناء المشاهدة ومتابعة ومناقشة ما يتعرضون له لاختيار أنسبها وشرح وتفسير المغزى منها وإن كانت هناك نسبة من عينة الدراسة أيدت إعطاء مزيد من الحرية عند التعرض لهذه القنوات والمنصات بمتوسط (2.14).

ثانياً: نتائج اختبارات الفروض

الفرض الأول

توجد علاقة ارتباط بين كثافة التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وتقدير الآباء لتأثيرها السلبي على قيم أبنائهم الأخلاقية وسلوكياتهم الاجتماعية. ويهدف هذا الفرض اختبار الجانب الأول من فرضية تأثر الشخص الثالث والخاص بأن الفرد لا يدرك التأثير السلبي للمواد الإعلامية التي يتعرض لها على ذاته. وتم اختبار هذا الفرض باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لمعرفة مدى وجود ارتباط بين تعرض الأطفال للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وتقدير التأثير السلبي للمواد التي تعرض بها على قيمهم الأخلاقية وسلوكياتهم الاجتماعية وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (10) العلاقة بين كثافة التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وإدراك تأثيرها السلبي على القيم الأخلاقية والسلوكيات الاجتماعية للأبناء

القيم والسلوكيات	كثافة التعرض	بيرسون R	Sig.
مجموع مقاييس القيم الأخلاقية		- 0.208	0.004
مجموع مقاييس السلوكيات الإيجابية		- 0.148	0.041
مجموع مقاييس الأخلاقيات ككل (قيم وسلوكيات)		- 0.249	0.001

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباط عكسية دالة احصائياً بين التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وتقدير الآباء لتأثيرها الضار على قيم أبنائهم الأخلاقية وسلوكياتهم الاجتماعية. ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الآباء يجدوا أن متابعة أبنائهم للمحتوى المقدم عبر هذه القنوات والمنصات بكثافة لا يؤثر بشكل سلبي على أخلاقياتهم (قيم وسلوكيات). وقد يرجع ذلك لثقتهم في وجود حصانة داخلية لديهم تمنع عنهم التأثيرات السلبية التي قد تنتج عن التعرض لهذا المحتوى.

ولمعرفة صحة الجانب الثاني من نظرية الشخص الثالث، الخاص بإدراك الآباء لتأثير التعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على الآخرين، تم اختبار مدى وجود فروق بين تقدير عينة الدراسة للتأثير الضار للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على ذاتهم وعلى الآخرين (الأطفال عموماً) وذلك من خلال الفرض التالي:

الفرض الثاني

توجد فروق دالة احصائياً في مستوى إدراك الآباء لتأثير المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على أخلاقيات أبنائهم (قيم وسلوكيات) مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها على أخلاقيات الأطفال عموماً. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام T-Test لمعرفة مدى وجود فروق بين الذات ومجموعات الآخرين في إدراك التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على أخلاقيات الذات والآخرين والتي تمثلت في القيم الأخلاقية والسلوكيات الاجتماعية على النحو الذي توضحه بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (11) الفروق بين تقديرات عينة الدراسة لتأثير المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على أخلاقيات أبنائهم من المتعرضين للقنوات والمنصات (قيم وسلوكيات) وأخلاقيات الأطفال عموماً

تأثير الشخص الثالث	المتوسط الحسابي	قيمة T*	مستوى المعنوية
قيم الآباء	7.53	- 17.666	0.000
قيم الآباء والأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية	12.04		
سلوكيات الآباء	7.50	- 17.285	0.000
سلوكيات الآباء والأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية	11.69		

* حيث درجة الحرية 199

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

توجد فروق دالة احصائياً (0.000) بين تقدير عينة الدراسة للتأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على الذات وعلى أخلاقيات (قيم وسلوكيات) أبناء العينة محل الدراسة وأخلاقيات (قيم وسلوكيات) الأطفال الآخرين عمومًا من المتعرضين لتلك القنوات ومنصات المشاهدة.

وتشير النتائج أيضًا إلى أن عينة الدراسة يعتقدون أن التأثير السلبي للمحتوى على الأطفال من أبناء عينة الدراسة والمتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية يكون أقل من تأثيرها على الأطفال الآخرين بفارق بين المتوسطين الحسابيين قدره (4.51) بالنسبة للقيم و (4.19) بالنسبة للسلوكيات وذلك لتفتهم التامة بدورهم التربوي في التدقيق حول المحتوى المتعرض له أبنائهم أكثر من تفتهم بنفس الدور حيال الأطفال الآخرين.

ولمعرفة هذه الفروق بشيء من التفصيل تم اختبار الفرق بين تقدير المبحوث لتأثير المحتوى المقدم على الأبناء وعلى مجموعات الأطفال الآخرين المتعرضين للمحتوى (الأطفال عمومًا) لكل من القيم والسلوكيات وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (12) الفروق بين تقديرات عينة الدراسة لتأثير المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيم وسلوكيات الأبناء ومجموعات الأطفال

مستوى المعنوية	قيمة FT		المتوسط الحسابي للأخلاقيات		نوع الشخص ثلاث
	القيم	السلوكيات	القيم	السلوكيات	
0.000	0.000	16.160 -	17.478 -	2.50	2.51
				3.80	3.93
0.000	0.000	16.464 -	17.013 -	2.50	2.51
				3.99	4.11

* حيث درجة الحرية 1999

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

بالنسبة للقيم الأخلاقية: توجد فروق بين تقديرات عينة الدراسة للتأثير الضار للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيمهم وعلى قيم الآخرين، وهي دالة احصائياً عند مستوى معنوية (0.000) بين الآباء وكل من أبنائهم والأطفال عمومًا تزيد هذه الفروق كلما بعدت المسافة الاجتماعية بين الآباء و أبنائهم والأطفال عمومًا المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية. حيث بلغ الفرق في المتوسط الحسابي بين الآباء وأبنائهم (1.42)، وبين الآباء والأطفال الآخرين عمومًا (1.6).

بالنسبة للسلوكيات الاجتماعية: توجد فروق بين تقديرات عينة الدراسة للتأثير الضار للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على سلوكيات أبنائهم وعلى سلوكيات الأطفال الآخرين عمومًا، وهي دالة احصائياً عند مستوى معنوية (0.000) بين الذات (آباء الأطفال) المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية

و(الأطفال الآخرين) عمومًا. تزيد هذه الفروق كلما بعدت المسافة الاجتماعية بين آباء الأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية. حيث بلغ الفرق في المتوسط الحسابي بين الآباء وأبنائهم (1.3)، وبين الآباء والأطفال الآخرين عمومًا (1.49).

وتؤكد النتائج السابقة صحة الفرض الثاني وبذلك تتحقق صحة الشق الإدراكي لفرض ديفسون وهذا ما أكدته نتائج عدد من الدراسات السابقة على النحو السابق الإشارة إليه عند استعراض الدراسات السابقة الخاصة بنظرية الشخص الثالث.

الفرض الثالث

تختلف درجة تأثير الشخص الثالث باختلاف المسافة الاجتماعية بين الآباء لأبناء من المتعرضين للمحتوى عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وبين الآباء والأطفال الآخرين عمومًا. في الدراسة الحالية، تبدأ المسافة الاجتماعية بالذات (الآباء) يليها (الأبناء) ثم (الأطفال) عمومًا.

جدول رقم (13) المتوسط الحسابي لتأثيرات للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على الذات والآخرين

الذات والآخرين	الذات (الآباء)	الأبناء	الأطفال عمومًا
المتوسط الحسابي	2.53	3.95	4.13

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- يزداد تأثير الشخص الثالث بزيادة المسافة الاجتماعية بين الذات والآخرين وهو ما توضحه درجات المتوسط الحسابي حيث تزداد القيمة كلما زادت المسافة الاجتماعية بين الذات (الآباء) والآخرين (الأبناء / الأطفال عمومًا). ولمعرفة الفروق بين تقديرات عينة الدراسة لتأثير المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على كل من القيم الأخلاقية والسلوكيات الاجتماعية التي تشكل في مجملها أخلاقيات المجتمع، باختلاف المسافة الاجتماعية بين الذات والآخرين، تم استخدام T – Test للمجموعات المرتبطة، والنتائج توضحها بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (14) الفروق بين تقديرات عينة الدراسة لتأثير للمحتوى المقدم عبر القنوات والمنصات على الأخلاقيات (القيم والسلوكيات) باختلاف المسافة الاجتماعية بين أبناء عينة الدراسة والأطفال عمومًا

مستوى المعنوية	قيمة T*		المتوسط الحسابي		تأثير الشخص الثالث
	القيم	السلوكيات	القيم	السلوكيات	
0.001	0.000	3.474 -	3.674 -	1.30	1.42
				1.49	1.60

*حيث درجة الحرية 199

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

توجد فروق دالة احصائياً بين المجموعات المرتبطة من الذات (الأباء) و(أبنائهم) من ناحية والذات (الأباء) و(الأطفال) عموماً من ناحية أخرى في درجة تقدير التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على القيم الأخلاقية وهي دالة عند (0.000)، بحيث يمكن القول بأن عينة الدراسة يرون أن التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية يزداد على الأطفال أكثر من عليهم أنفسهم وعلى أبنائهم.

توجد فروق بين المتوسطين الحسابيين لكل من الذات (الأباء) و (أبنائهم) من ناحية، والذات (الأباء) و(الأطفال) عموماً من ناحية أخرى (0.26)، مما يؤكد أنه كلما بعدت المسافة الاجتماعية زاد تأثير الشخص الثالث.

تشير النتائج إلى وجود فروق دالة احصائياً بين مجموعات الآخرين للأبناء المتعرضين للمحتوى والأطفال الآخرين عموماً في تقدير عينة الدراسة لتأثير المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية الضار على السلوكيات الاجتماعية في المجتمع تزداد هذه الفروق كلما بعدت المسافة الاجتماعية بين الذات والآخرين.

مما سبق يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثالث فيما يتعلق بالسلوكيات الاجتماعية وكذلك بالنسبة للقيم الأخلاقية حيث كانت الفروق بين الذات ومجموعات الآخرين دالة احصائياً في إدراك التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.

ونجد هذا الاختلاف بين الذات ومجموعات الآخرين باختلاف المسافة الاجتماعية يعود بأن الآباء يميلون إلى الاعتقاد بأنهم يتشابهون مع الآباء من نفس الجماعات الاجتماعية أكثر من الآباء من الجماعات الأخرى، ومن ثم يمكن القول بأن حجم تأثير الشخص الثالث يزداد كلما بعدت المسافة الاجتماعية بين الذات والآخرين نتيجة للتشابه في الخصائص بين الآباء من نفس الجماعات الاجتماعية أكثر من الجماعات الأخرى.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباط إيجابية بين تأثيرات الشخص الثالث ودرجة تأييد الآباء لأبناء من المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية لفرض رقابة داخلية وخارجية على للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية. ويهتم هذا الفرض باختبار الشق السلوكي لفرض دافيسون والخاص بمعرفة مدى وجود ارتباط بين تقدير عينة الدراسة للتأثير الضار للمحتوى المقدم في القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على الذات وعلى الآخرين والتوجيه بفرض رقابة على الشكل والمضمون الذي تقدم به المواد المختلفة من صور وإعلانات وفيديوهات وقصص مصورة.. إلخ على هذه القنوات والمنصات ولاختبار صحة هذا الفرض تم تطبيق معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation وكانت النتائج على النحو الذي توضحه بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (15) العلاقة بين إدراك عينة الدراسة لتأثيرات المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيم وسلوكيات الذات والآخرين وتأييدهم لفرض رقابة داخلية وخارجية على المحتوى المقدم

تأييد فرض رقابة خارجية		تأييد فرض رقابة داخلية		تأثيرات الشخص الثالث
Sig.	بيرسون R	Sig.	بيرسون R	
(N.S)0.07	0.126	0.01	0.182	الفرق بين قيم الآخرين (الأبناء والأطفال) وقيم الذات (الآباء)
0.026	0.156	0.006	0.192	الفرق بين سلوكيات الآخرين (الأبناء والأطفال) وسلوكيات الذات (الآباء)

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباط إيجابية بين تأثير الشخص الثالث (وجود فروق بين تقدير التأثير السلبي لمحتوى القنوات والمنصات على القيم وسلوكيات الذات والآخرين) ودرجة تأييد العينة محل الدراسة لفرض رقابة داخلية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية، بعبارة أخرى، كلما زاد اعتقاد الفرد بأن تأثيرات المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية كونه ضار على قيم وسلوكيات الآخرين أكثر من ضرره عليهم هم شخصياً، كلما زادت درجة تأييده لفرض رقابة داخلية على التعرض لهذا المحتوى وهذه العلاقة دالة عند مستوى معنويه (0.01) للقيم و(0.06) للسلوكيات.

تشير النتائج أيضاً إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين تأثير الشخص الثالث (وجود فروق بين تقدير التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على سلوكيات الذات والآخرين) وتأييد العينة محل الدراسة لفرض رقابة خارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية، وهي دالة احصائياً عند مستوى معنويه (0.026)، بينما عند اختبار العلاقة بين تأثير الشخص الثالث على القيم وتأييد فرض رقابة خارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية، وجد أنها غير دالة احصائياً. وبذلك يمكن القول بقبول الفرض الرابع حيث وجدت علاقة ارتباط إيجابية بين تأثر الشخص الثالث (للقيم والسلوكيات) ودرجة تأييد الآباء لأبناء من المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية لفرض رقابة داخلية، بينما بالنسبة للرقابة الخارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية تم رفض الفرض فيما يتعلق بتأثير الشخص الثالث على القيم وتم قبوله في تأثير الشخص الثالث على السلوكيات.

من ناحية أخرى تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لمعرفة هذه العلاقة بشيء من التفصيل، بحيث يمكن معرفة طبيعة العلاقة بين تأثير الشخص الثالث طبقاً للمسافة الاجتماعية على كل من القيم والسلوكيات وتأييد فرض رقابة على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.

أولاً: طبيعة العلاقة بين تأثير الشخص الثالث على **القيم** طبقاً للمسافة الاجتماعية بين كل من الذات (الآباء) و (الأبناء) والذات (الآباء) و(الأطفال) عموماً من ناحية وتأييد فرض رقابة

داخلية وخارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية من ناحية أخرى على النحو الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (16) العلاقة بين إدراك عينة الدراسة لتأثير المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على القيم الأخلاقية ودرجة تأييدهم لفرض رقابة داخلية وخارجية على ذاتهم والآخرين

تأييد فرض رقبة خارجية		تأييد فرض رقبة داخلية		فرض رقبة تأثير الشخص الثالث
Sig.	بيرسون R	Sig.	بيرسون R	
0.12 N.S	0.110	0.008	0.188	الفرق بين قيم الذات (الآباء) وقيم (الأبناء)
0.091 N.S	0.120	0.040	0.145	الفرق بين قيم الذات (الآباء) و (الأطفال) عمومًا

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

بالنسبة للرقابة الداخلية، تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباط بين تأثير الشخص الثالث على قيم الذات (الآباء) وقيم الآخرين من الأبناء و الأطفال عمومًا، وتأييد فرض رقابة داخلية، وهي دالة عند مستوى (0.008 و 0.040) على التوالي.

بالنسبة للرقابة الخارجية، تشير بيانات الجدول إلى عدم وجود علاقة ارتباط دالة بين تأييد فرض رقابة خارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية وتأثير الشخص الثالث لقيم الذات والآخرين.

وتشير هذه النتائج إلى أن عينة الدراسة يرون أن الرقابة الداخلية أكثر فاعلية وتأثيرًا من الرقابة التي تفرض من الخارج، مما يدل على استمرار التمسك بقيم المجتمع المرتبطة بأهمية الأسرة ودورها في توجيه الأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية والتنشئة الاجتماعية السليمة لهم أكثر من أية عوامل خارجية أخرى.

ثانيًا: طبيعة العلاقة بين تأثير الشخص الثالث على السلوكيات طبقًا للمسافة الاجتماعية بين كل من الذات والأبناء، والذات والأطفال عمومًا من ناحية، وتأييد فرض رقابة داخلية وخارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية من ناحية أخرى وذلك على النحو الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (17) العلاقة بين إدراك عينة الدراسة لتأثير المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على السلوكيات الاجتماعية ودرجة تأييدهم لفرض رقابة داخلية وخارجية على ذاتهم والآخرين

تأييد فرض رقبة خارجية		تأييد فرض رقبة داخلية		تأثير الشخص الثالث
Sig.	بيرسون R	Sig.	بيرسون R	
0.035	0.149	0.025	0.158	الفرق بين سلوكيات الذات الآباء وسلوكيات الأبناء
0.010	0.163	0.021	0.182	الفرق بين سلوكيات الذات الآباء وسلوكيات الأطفال عمومًا

وتوضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة احصائياً، بين تأثير الشخص الثالث (وجود فروق بين إدراك التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على سلوكيات الذات من الآباء وسلوكيات الأبناء) وبين تأييد فرض رقابة داخلية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.

وجود علاقة ارتباط إيجابية بين تأثير الشخص الثالث (وجود فروق بين إدراك التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على سلوكيات الذات الآباء وسلوكيات الأطفال عمومًا) وبين تأييد فرض رقابة خارجية على المحتوى المقدم وهي دالة احصائياً عند مستوى معنويه (0.035 و 0.010) على التوالي.

مما سبق يمكن القول بثبوت صحة الفرض الرابع فيما يتعلق بتأثير الشخص الثالث على القيم الأخلاقية وفرض رقابة داخلية على الأبناء والأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية عند التعرض، ورفض الفرض فيما يتعلق بفرض رقابة خارجية على المحتوى. وتم قبول الفرض فيما يتعلق بتأثير الشخص الثالث الفروق بين الذات (الآباء) وجماعات الآخرين من الأبناء والأطفال عمومًا على السلوكيات الاجتماعية وفرض رقابة داخلية وخارجية على المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.

الفرض الخامس:

توجد فروق دالة احصائياً بين عينة الدراسة في إدراكهم لتأثير الشخص الثالث باختلاف خصائص الآباء الديموجرافية (النوع – المستوى التعليمي – العمر) تم اختبار صحة هذا الفرض باستخدام T- test بالنسبة لكل خاصية على حدة، ويستعرض الجدول التالي نتائج الاختبارات لهذه الخصائص:

جدول رقم (18) العلاقة بين الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة وإدراكهم لتأثير الشخص الثالث

الخصائص الديموجرافية	قيمة T	مستوى المعنوية
النوع	2.04	0.025
المستوى التعليمي	3.86	0.035
العمر	3.43	0.010

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

توجد فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث في تقدير التأثير السلبي للتعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيم وسلوكيات الآخرين من الأبناء والأطفال عمومًا عند مستوى معنويه (0.025).

توجد فروق دالة احصائياً بين الأعلى والأقل في المستوى التعليمي في إدراك التأثير السلبي للتعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيم

وسلوكيات الآخرين من الأبناء والأطفال عمومًا، حيث أن الأعلى في المستوى التعليمي أكثر اعتقادًا في تأثيره على الآخرين من الأبناء والأطفال عمومًا من الأقل في المستوى التعليمي عند مستوى معنويه (0.035).

توجد فروق دالة احصائيًا بين الأكبر سنًا والأقل سنًا في إدراك التأثير السلبي للتعرض للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيم وسلوكيات الآخرين من الأبناء والأطفال عمومًا، حيث أن الأكبر سنًا أكثر اعتقادًا في تأثيره على الآخرين من الأصغر سنًا عند مستوى (0.010).

صحة الفرض الخامس من حيث وجود فروق دالة احصائية عند مستوى معنوية أقل من (0.05) في تقدير وإدراك الآباء عينة الدراسة للتأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيم وسلوكيات الآخرين من الأبناء والأطفال عمومًا تبعًا لاختلاف الخصائص الديموجرافية للآباء (النوع – المستوى التعليمي – العمر).

الفرض السادس:

توجد علاقة ارتباط بين تقييم الفرد لنفسه اجتماعيًا وبين تأثير الشخص الثالث، وتضمنت استمارة الاستبيان سؤالًا حول تقييم الفرد لنفسه اجتماعيًا، وتراوحت بدائل الإجابة من متحرر جدًا إلى محافظ جدًا، وكانت النتائج على النحو الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (19) العلاقة بين تقييم الفرد لنفسه اجتماعيًا وتأثير الشخص الثالث

Sig.	بيرسون R	تأثير الشخص الثالث
0.040	0.148	تغير الفرد نفسه اجتماعيًا
0.039	0.148	الفرق بين قيم ذات الآباء وقيم الآخرين (الأبناء)
		الفرق بين سلوكيات ذات الآباء وسلوكيات الآخرين (الأبناء)

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباط عكسية دالة احصائيًا بين تقييم الفرد لنفسه اجتماعيًا (محافظ – متحرر)، وتقدير الآباء عينة الدراسة لتأثير المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيم وسلوكيات الأبناء.

وتشير هذه النتيجة إلى أنه كلما قيم المبحوث نفسه على أنه أقرب إلى التحرر، انخفض تأثير الشخص الثالث، بمعنى أنه لا يشعر بوجود فروق بينه وبين الآخرين في درجة التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.

على الجانب الآخر، كلما قيم المبحوث نفسه على أنه أقرب إلى المحافظة، زاد تأثير الشخص الثالث، أي أنه يشعر أن درجة التأثير السلبي للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية عليه أقل من الآخرين.

من كل ما سبق يمكن القول بأن الأكثر محافظة يكون أكثر ادراكًا لخطورة المحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية على قيم وسلوكيات أبنائه.

مناقشة نتائج الدراسة:

اهتمت هذه الدراسة باختبار نظرية تأثير الشخص الثالث "Third Pearson Effect" وتم تطبيق النظرية في إطار المحتوى المقدم من خلال القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية، وافترضت الدراسة أن آباء الأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية يدركوا أن التأثير السلبي لهذه القنوات والمنصات وما تقدمه من مضامين مختلفة على أخلاقيات المجتمع سواء في القيم أو السلوكيات يكون أكبر على الآخرين من أبنائهم والأطفال عمومًا من عليهم أنفسهم. أشارت النتائج إلى أن (91.5%) من عينة الدراسة يتعرضون للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية.

- السبب الديني من أهم الأسباب التي ذكرها الآباء عينة الدراسة الذين لا يتعرضون على الإطلاق للمحتوى المقدم عبر القنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية لأنها تخالف الدين والعقيدة ولكن هذا السبب يتعارض مع مدى ثقة الآباء أن أبنائهم لن يتأثروا دينيًا بمحتوى هم أنفسهم لا يميلون للتعرض له.

- توظيف القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية بما لا يمس القيم والعادات الأصيلة في مجتمعاتنا العربية مع الحرص على بث الأفكار التي تتلاءم وهويتنا العربية وتدعمها، ولا نكون مجرد ناقلين عن الغرب ومنتزعين على هذا التقليد الذي من شأنه في النهاية الإضرار بمصلحة الفرد والمجتمع.

وبالنظر لأسباب تعرض الآباء للمحتوى الذي يتعرض له أبنائهم من خلال القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية نستخلص كون الأطفال فريسة سهلة لأية مضامين أو مواد سلبية أو رديئة مما يؤثر بالتالي وبشكل سلبي على القيم والسلوكيات الأصيلة التي يجب ان يتحلى ويتمسك بها الأبناء.

- الآباء عينة الدراسة لا تتعرض لهذه القنوات والمنصات مضطرة بل تستهدفها بشكل أساسي كنوع من الرقابة على الأبناء.

- آباء الأطفال من المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية يرون أن القيم الدينية هي الأكثر تعرضًا للتأثر بشكل سلبي عند التعرض، وهو ما يشير إلى أن الدين يمثل عنصرًا أساسيًا للقيم الأخلاقية لدى الأطفال والتي يخشون عليها من التأثر سلبيًا بهذه القنوات الإلكترونية والمنصات الرقمية بينما هو نفس المحتوى الذي لا يميل الآباء للتعرض له.

- يرى آباء الأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية أن المحتوى المتعرض له أبنائهم قد يؤثر على السلوك بشكل أقوى من تأثيره على القيم وأن التغييرات في المجتمع قد أثرت في سلوكيات وعادات الأطفال أكثر من المساس بالقيم التي يكتسبونها، خاصة القيم المستمدة من الدين فهي قيم من الصعب أن تتغير بمرور أو اختلاف الزمان والمكان ومن ثم وجود إجماع حول الموافقة على الرقابة على الشكل الذي يظهر به محتوى هذه القنوات والمنصات (سواء فيديوهات مستقلة أو قصص مصورة Stories).

- الرغبة في استمرار وتواجد هذا المحتوى ولكن مع تعديل المضامين المقدمة والأشكال التي تظهر بها مع إدراك استحالة حجبها تمامًا.
- ثقة الآباء في وجود حصانة داخلية لديهم تمنع عنهم التأثيرات السلبية التي قد تنتج عن التعرض لهذا المحتوى.
- الاعتقاد أن التأثير السلبي للمحتوى على الأطفال من أبناء عينة الدراسة والمتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية يكون أقل من تأثيرها على الأطفال الآخرين، وذلك لثقتهم التامة بدورهم التربوي في التدقيق حول المحتوى المتعرض له أبناءهم أكثر من ثقتهم بنفس الدور حيال الأطفال الآخرين.
- تحقق الشق الإدراكي لفرض دافيسون وهذا ما أكدته نتائج عدد من الدراسات السابقة الخاصة بنظرية الشخص الثالث.
- الاختلاف بين الذات ومجموعات الآخرين باختلاف المسافة الاجتماعية يعود بأن الآباء يميلون إلى الاعتقاد بأنهم يتشابهون مع الآباء من نفس الجماعات الاجتماعية أكثر من الآباء من الجماعات الأخرى، ومن ثم يمكن القول بأن حجم تأثير الشخص الثالث يزداد كلما بعدت المسافة الاجتماعية بين الذات والآخرين نتيجة للتشابه في الخصائص بين الآباء من نفس الجماعات الاجتماعية أكثر من الجماعات الأخرى.
- الرقابة الداخلية أكثر فاعلية وتأثيرًا من الرقابة التي تفرض من الخارج، مما يدل على استمرار التمسك بقيم المجتمع المرتبطة بأهمية الأسرة ودورها في توجيه الأطفال المتعرضين للقنوات الإلكترونية ومنصات المشاهدة الرقمية والتنشئة الاجتماعية السليمة لهم أكثر من أية عوامل خارجية أخرى.

توصيات الدراسة:

- 1- إبتكار أفكار مبسطة تنير اهتمام الأطفال، بمعرفة أسانذة الاجتماع و علم النفس، يتم تقديمها لهم سواء في المؤسسات التربوية والاجتماعية أو المؤسسات التعليمية بهدف تدريبهم دون التوجيه على التفاعل الإيجابي مع المحتويات المقدمة عبر المنصات الرقمية ورفض السلبي منها.
- 2- اهتمام الآباء بتبسيط تقديم قيم التسامح الديني لأبنائهم وعدم اقتصارها منفردة بل يتم دمجها من خلال عادات وتقاليد المجتمع التي يمارسها الآباء، بحيث يمكن بلورتها في سلوكيات يفتنح بها الطفل ويهتم بممارستها.
- 3- اجراء مناقشات ذكية ومبسطة وقصيرة مع الأبناء حول ما يشاهدونه وما شاهدوه بهدف متابعة توجهاتهم وافكارهم وتوجيههم الي بعض البرامج المهمة، مع إخفاء الدور الرقابي أو الارشادي.
- 4- تأهيل الآباء والأمهات لأطفالهم قبل السماح لهم باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية عن طريق تعريفهم بطريقة الاستخدام الصحيحة والتركيز على مجالات تنمية المواهب والمهارات وتطويرها بما ينمي فكر الطفل وتحقيق الحصول على المعرفة بطريقة سلسلة ومبسطة، وتوجيههم بتجنب التواصل مع الغرباء.
- 5- التركيز على الدور التوعوي للأسرة تجاه أبنائها في ضوء تحديات العصر الرقمي لتحفيزهم علي التعامل الحذر، وتحت المراقبة الحذرة أو الارشاد، مع العصر الحالي بما يشمل من تحديات معرفية وعلمية وتكنولوجية سلبية كانت أم إيجابية من خلال تقويم الأفكار والميول والسلوكيات
- 6- تصميم مقررات واجراء بحوث حول طبيعة استخدام الأطفال للمحتوي الرقمي مع التركيز على الاخلاق وتجنب ما يتعارض مع القيم الدينية والسلوكيات ذات المضمون الهابط.
- 7- الاهتمام بإنشاء قنوات ومنصات تتسم بالجازبية والتشويق لجذب الأطفال وتخطبهم بلغتهم، وتدار بمعرفة نخبة من الخبراء أو الإعلاميين المتميزين، بهدف مواجهة الفكر المتطرف للقنوات والمنصات التي تغزو عقول الأطفال وتشتت انتمائهم وتفقد هويتهم.

مصادر الدراسة:

- 1- حسين علي ابراهيم الفلاحي. (2017) " التفاعلية وما بعد التفاعلية في الإعلام الجديد؛ نمط اتصالي جديد. استخدامات متعددة " (العين: دار الكتاب الجامعي، ط1).
- 2- التقرير السنوي لمنظمة اليونسيف حول تأثير الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي على سلامة الأطفال، ديسمبر 2017.
- 3 - W. Phillips Davison. (1983) "The third-person effect in communication" (The Public Opinion Quarterly, Vol. 47, No 1) pp. 1- 15.
<https://doi.org/10.1086/268763> retrieved on 12 /1/2023
- 4 - Jeremy Cohen & Robert G. Davis & al (1991). "Third-Person Effect and the Differential Impact in Negative Political Advertising "(Journalism Quarterly, Vol.68, issue 4.)pp.680-688 <https://doi.org/10.1177/107769909106800409> retrieved on 16 /2/2023
- 5 - Ron Leone & Kimberly L. Bissell (2005). "Third-Person Perception about Body image and Endorsement of Plastic Surgery in Self and Others. www.aejmc.org/Convention/Abstracts/2005/masscommsociety05.html retrieved on 24 /1/2023
- 6 - C. T. Salmon & D. Rucinski (1990). "The "Other" as the Vulnerable Voter: A Study of the Third-Person Effect in the 1988 U.S Presidential Campaign" (International Journal of Public Opinion Research. Vol. 2.) pp.345-368. DOI:[10.1093/IJPOR/2.4.345](https://doi.org/10.1093/IJPOR/2.4.345) retrieved on 18/2/2023
- 7- Hernando Rojas & Dhavan V. Shah & Ronald J. Faber (1996). " For the Good of Others: Censorship and the Third - Person Effect"(International Journal of Public Opinion Research Quarterly, Vol., 8, No.2.) pp.163-186. DOI:[10.1093/ijpor/8.2.163](https://doi.org/10.1093/ijpor/8.2.163) retrieved on 21/2/2023
- 7 Albert C. Gunther & Esther Thorson (1992). "Perceived Persuasive Effects of product Commercials and public Service Announcements, Third-person effects in new domains "(Communication Research. Vol. 19, issue 5) pp.574-596. DOI:[10.1177/009365092019005002](https://doi.org/10.1177/009365092019005002) retrieved on 27 /1/2023
- 8 - Hernando Rojas, Dhavan V. Shah & Ronald J. Faber (1996). " For the Good of Others: Censorship and the Third - Person Effect" Op. cit.
- 9 - Douglas M. McLeod, William P. Eveland JR & Amy I. Nathanson (1997), "Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the Third – person Effect"(Communication Research, Vol. 24, No2) pp.153-174. <https://doi.org/10.1177/009365097024002003> retrieved on 14/2/2023
- 10 -Albert C. Gunther & Esther Thorson (1992). "Perceived Persuasive Effects of product Commercials and public Service Announcements, Third-person effects in new domains " Op. Cit.

- 11- Douglas M. McLeod, William P. Eveland JR & Amy I. Nathanson (1997), “Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the Third – person Effect “ Op. Cit.
- 12 - Hernando Rojas, Dhavan V. Shah & Ronald J. Faber (1996).” For the Good of Others: Censorship and the Third - Person Effect” Op. Cit.
- 13 - Stephen A. Banning ,Guy J. Golan, & Lisa Lundy. (2005),”Political Advertising and Third-Person Effect: Investigating the Behavioral Consequences of Negative Political Ads”, www.aejmc.org/convention/abstracts/2005/masscommsociety03.html. retrieved on 17/2/2023
- 14 -D. Rucinski & C. T. Salmon. (1990). “The “Other” as the Vulnerable Voter: A Study of the Third-Person Effect in the 1988 U.S Presidential Campaign” Op. Cit.
- 15- التقرير السنوي لمنظمة اليونيسف. مصدر سابق.
- 16- أحمد بن معتوق بن أحمد دنه و عبد الرحمن بن يوسف زامل. (2022) " دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية وتأثيرها على الوعي الفكري – نتفلكس نموذجًا " (القاهرة: جمعية كليات الإعلام المصرية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد التاسع ج 2، يوليو) ص ص 396-359.
- 17- ريهام عابد عبيدالله العدوانى. (2022) " تأثير المشاهدة النشطة للمنصات الرقمية عبر الإنترنت على قيم المجتمع السعودي "نتفلكس وستارز بلاي نموذجًا" (القاهرة: جمعية كليات الإعلام المصرية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد التاسع ج 2، يوليو) ص ص 439-397.
- 18 - سلطنة جدعان نايف الخريشة. (2016) " أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الاعلام والقانون في الجامعات الأردنية " رسالة ماجستير غير منشورة (عمان: كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط)
- 19 - دينا فاروق أبو زيد. (2020) " أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي في مصر بالتطبيق على موقع الفيس بوك" (القاهرة: كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع 20، يوليو-ديسمبر) ص ص 66-1
- 20 - أسماء ظافر العمرى. (2019) " استراتيجيات الأسر لتقنين وصول الأطفال للمحتوى الرقمي" (القاهرة: جامعة الاهرام الكندية، كلية الإعلام، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد 26) ص ص 445 – 424.
- 21 -Patricia Dias & others. (2017)” The role of parents in the engagement of young children with digital technologies: Exploring tensions between rights of access and protection, from ‘Gatekeepers’ to ‘Scaffolders’, sage journals, Volume 6, Issue 4) <https://doi.org/10.1177/2043610616676024> retrieved on 18/2/2023
- 22 - حسام على وصفا عثمان. (2022) " ثقافة الاستهلاك في متابعة الجمهور العربي للمضمون الدرامي عبر المنصات الرقمية المدفوعة" (القاهرة: جمعية كليات الإعلام المصرية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد التاسع ج 2، يوليو) ص ص 156-111.
- 23- طارق محمد محمد الصعيدي. (2022) " الثقافة الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية المواطنة الرقمية" (القاهرة: جمعية كليات الإعلام المصرية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد التاسع ج 2، يوليو) ص ص 310-257.
- 24 - صالح العراقي. (2017) "تعرض الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات وعلاقته بإدراكهم لمخاطر إدمان المخدرات الرقمية" (القاهرة: كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع 11) ص ص 196 – 101

- 25 - <https://www.un.org/ar/un75/impact-digital-technologies>
- 26 - Myojung Chung & John Wihbey.(2022) “Social media regulation, third-person effect, and public views: A comparative study of the United States, the United Kingdom, South Korea, and Mexico” (New Media & Society , First published online September 20, 2022) <https://doi.org/10.1177/14614448221122996> retrieved on 22/2/2023
- 27 - Guy J. Golan & Joon Soo Lim. (2016) “ Third Person Effect of ISIS’s Recruitment Propaganda: Online Political Self-Efficacy and Social Media Activism” (International Journal of Communication) pp. 1-21 Available at <http://ijoc.org> , retrieved on 1/2/2023
- 28 - ميرال مصطفى. (2018) " علاقة برامج الرأي التلفزيونية بالاستقطاب السياسي لدى الجمهور المصري في إطار فرضية تأثير الشخص الثالث " (القاهرة: جامعة الأزهر ، كلية الإعلام، مجلة البحوث الإعلامية، المقالة 10، ع50، ج2، يوليو) ص ص 865-904
- 29 - Shalini Talwar& others. (2020)” Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis” (Journal of Retailing and Consumer Services , Volume 57, November). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102197> , retrieved on 8/2/2023
- 30 - Raluca Buturoiu & others.(2017) “ Third-person Perception and Its Predictors in the Age of Facebook” (Journal of Media Research, Vol. 10 Issue 2(28) , July) pp. 18-36. DOI:[10.24193/jmr.28.2](https://doi.org/10.24193/jmr.28.2) retrieved on 26/2/2023
- 31 - Martin Johannes Riedl & others. (2021)”Antecedents of Support for Social Media Content Moderation and Platform Regulation: The Role of Presumed Effects on Self and Others” (Information Communication and Society , 25(2) , January) pp1-18 DOI:[10.1080/1369118X.2021.1874040](https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1874040) retrieved on 4/2/2023
- 32 - Asheley R. Landrum & Alex Olshansky. (2020)” Third-Person Perceptions and Calls for Censorship of Flat Earth Videos on YouTube” (Media and Communication, Vol. 8, Issue.2, June) pp. 387–400 , DOI: [10.17645/mac.v8i2.2853](https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2853) retrieved on 16/2/2023
- 33 - John R. Chapin. (2016) “ Third-Person Perception and Optimistic Bias Among Urban Minority At-Risk Youth “ Sage Journals, communication research, Volume 27, Issue 1) pp.51-81. <https://doi.org/10.1177/009365000027001003> retrieved on 29/1/2023
- 34 - Chih-Hsien Chen. (2015)” The Third-Person Effect in Family Power Relationship: Gender Differences and Supporting Behaviors in Digit Home Related Self-Other Comparison” (Mass Communication Research Vol.124 No.124) pp117-164. <https://www.researchgate.net/publication/282843126> retrieved on 18/1/2023
- 35 - Lisa Henriksen and Others. (2016)”Third-Person Perception and Children: Perceived Impact of Pro- and Anti-Smoking Ads “ (SAGE Publications communication research Volume 26, Issue 6). <https://doi.org/10.1177/009365099026006001> retrieved on 16/1/2023
- 36 - أمل عبد الجبار كريم الشرع.(2013) "تعريف السلوك" (بابل: جامعة بابل العراقية، محاضرات في الدراسات القرآنية) اطّلع عليه بتصريف بتاريخ 2023/4/2.