

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

د. أفنان عبدالله قطب*

آلاء بنت عبد الإله شوعي محمد**

مستخلص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى رصد المحتوى الذي تُقدّمه قناة اليوتيوب "عائلة مشيع" لمحاولة رصد أبرز القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية التي يعرضها البرنامج اليوتيوبي. كذلك تهدف الدراسة للكشف عن الأدوار الاجتماعية التي يُظهرها مشاهير المدونات المرئية والتي تستهدف المشاهدين السعوديين. واستندت الدراسة الحالية على المنهج النوعي إذ تم جمع البيانات باستخدام تحليل المضمون لأكثر ثلاثين حلقة مشاهدة خلال (الفترة) الزمنية ما بين 2019-2020.

وأظهرت النتائج أنّ القناة تعرض العديد من السلوكيات السلبية التي ظهرت في صورة المشاغبة، عدم الاحترام بين الإخوة، المقالب، بالإضافة لتعزيز السلوك الشرائي لدى الأطفال. وبالإشارة إلى الجوانب الإيجابية، فقد كشف تحليل محتوى القناة مشاهد المشاركة بين الإخوة، وتعزيز بعض القيم الدينية مثل الصلاة وبر الوالدين. وعليه، فإن محتوى القناة يُظهر مزيجاً من المحتوى السلبي والإيجابي.

أما الأدوار الاجتماعية، فقد تم تحليل الأدوار الاجتماعية لكل من الأب والأم والطفلة إيمان. بالنسبة للأدوار الاجتماعية المرتبطة بالأب مشيع (الشخصية الرئيسية)، فقد أشارت نتائج تحليل المضمون بأن أكثر القيم ارتباطاً بشخصيته هي قيمة "التواجد الدائم للأب" إذ تكررت بمعدل (135) مشهداً في الحلقات الثلاثون قيد التحليل، وتعدّ هذه القيمة انعكاساً للفكرة الأساسية لإنشاء قناة عائلة مشيع، وهي توثيق الأب "محمد مشيع" لمواقف الحياة اليومية مع ابنائه وهذا أيضاً ما يُشير إليه اسم القناة "قناة عائلة مشيع". كذلك ظهرت قيمة "الأب المرح" كثاني أكثر القيم تكراراً في الحلقات، وتبرز شخصية الأب المرح بشكل كبير في المشاهد التي تتعلّق باللعب حيث إن الأب يشجع الأبناء على اللعب والاستمتاع داخل المنزل دون التقيد بقوانين صارمة حيث يظهر المنزل في حالة فوضى شبه دائمة، ويبرّر الأب سبب الفوضى في إحدى الحلقات. وتُشير النتائج بأن قيمة الأب المرح في بعض المشاهد تتخطى كونها إظهاراً للشخصية المرحّة التي يتمتّع بها الأب (مشيع)؛ بل تتعدّى ذلك ليتم تصنيفها تحت قيمة "ظهور الأب بصورة المهرج أو غياب الهيبة" ويُقصد بهذه القيمة؛ قيام الأب ببعض التصرفات المضحكة أو

* أستاذ مشارك بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز
** باحثة ماجستير بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز

القابلة للانتقاد من قبل المجتمع أو الممارسات التي لا يقوم بها الآباء عادةً ونشرها في القناة بدافع الضحك والتسلية.

أما الابنة الوحيدة إيمان، أظهرت النتائج ارتباط قيمة (الصورة النمطية للنسوية) ببعض المشاهد التي تظهر بها " إيمان " حيث إنه تم تصنيف هذه القيمة الرئيسية إلى عدة قيم فرعية أعلاها تكراراً هي قيمة "القيام بأعمال الأمومة" والمقصود بهذه القيمة هي القيام بالواجبات المنزلية للأم والمتعارف عليها مجتمعياً مثل الاهتمام بالأطفال والقيام بأعمال أفراد المنزل مع مقدرة الآخرين إتمام أمورهم بأنفسهم، أو تطبيق صفات الطبخ وغيرها من الأعمال التي تقتضيها واجبات الأمومة. وترتبط هذه التصرفات العفوية التي تُظهرها إيمان في القناة بنظرية الأدوار الاجتماعية المرتبطة بالجنس (ذكر/أنثى) (Chodorow, 1994).

وبالنسبة للأدوار الاجتماعية الخاصة بالأم وظهرها في الحلقات؛ يتضح بأن قيمة الصورة النمطية للنسوية "عدم الظهور للجماهير" أكثر القيم تكراراً في الحلقات، حيث الأم ظهرت في (6) حلقات من مجموع (30) حلقة. تجدر الإشارة إلى أن الأم لا تُشارك بالظهور المباشر أمام الكاميرا وإنما تظهر من خلف الكواليس عن طريق تصميمها لبعض الحلقات أو أن تقوم بالتحدث من وراء الكاميرا مع الأب أو الأبناء. في مشاهد نادرة تظهر الأم في الكاميرا من الخلف بشكل غير واضح وهي محجبة، أو بتغطية وجهها بواسطة "إيموجي".

وخلاصة القول، توصي الدراسة بضرورة تفعيل الحوار بين الآباء والأطفال فيما يتعلق بالمحتوى المعروف وحقيقة الشهرة وتبعاتها. كما تقترح الدراسة بأن تولي القطاعات التعليمية الاهتمام بتضمين "التربية الإعلامية" ضمن المناهج الدراسية وتدريب الكوادر التعليمية على تخصص التربية الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: اليوتيوب، التدوين المرئي (الفلوق)، الأدوار الاجتماعية، القيم، المشاهير، تحليل المضمون، السلوك.

المقدمة

يسعى الإعلام الحديث حالياً إلى فهم الطريقة التي تُعيد بها التكنولوجيا الحديثة ووسائل الاتصال طريقة التواصل بين الغرباء عبر الشبكة، حيث وصفها Deuze (2007) "بالحياة الإعلامية" وتعريف الحياة الإعلامية هي أن وسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من الكيان النفسي والاجتماعي للبشر وذلك لأن "حياتك تعيش في وسائل الإعلام وليس مع وسائل الإعلام" كما وصفها ديوز، فنحن نعيش حياة إعلامية. بينما عرّف Cottle (2006) الطريقة التي يتواصل بها الغرباء داخل الشبكة بمفهوم "طقوس وسطية" ويُقصد بذلك أن وسائل الإعلام بحد ذاتها تخلق طقوساً اجتماعية مشتركة بين المستخدمين أو كما تُعرف (Mediatized rituals).

ويصف Lange (2007) التفاعل في سياق اليوتيوب بأنه عالم من الغرباء للغرباء حيث إن مشاركة الحياة الشخصية تخلق جو حميم يخلق مجال يتصف "بعمومية خاصة وخصوصية عامة" وينطبق الوصف المذكور على العلاقة التي نشهدها في زمننا الحالي بين مشاهير اليوتيوب وجماهيرهم، تُناقش فيما يأتي منصّة اليوتيوب كبيئة تفاعلية بين مشاهير اليوتيوب وجماهيرهم ومن هم مشاهير اليوتيوب ولماذا يختار الأشخاص اليوتيوب كمنصّة للشهرة.

أصبح التدوين المرئي عن طريق مشاركة مقاطع الفيديو اللّغة الحالية لرواية القصة وسرد الأحداث اليومية، كما أصبح وسيلة من وسائل الإعلام الاجتماعية للتواصل وتوسيع الدائرة المحيطة بالفرد، ويعود انتشار القلوقز أو المدونات المرئية إلى سهولة إنتاجها ونشرها بالإمكانات البسيطة المتوفرة عند أغلب أفراد المجتمع مثل كاميرا الجوال مثلاً. وتجدر الإشارة إلى أن معظم مدونات الفيديو المتواجدة على السّاحة هي من قِبل الأفراد وتركز على الموضوعات الشخصية (Nardi et al., 2004).

من الجدير بالذّكر أن عرض الحياة اليومية في شكل مدونات الفيديو يدعو المجتمعات إلى الرغبة في التدقيق في حياة الآخرين وتتبع حياتهم اليومية، وبالحدوث مفهوم عرض الحياة اليومية وانعكاسها على الواقع وطريقة التفاعلات بين الأفراد فإنها تخلق تضاربا مع القيم الاجتماعية والفردية (Ibrahim, 2021). بينما وصف Mallon (1984) مدونات الفيديو بأنها بمثابة اليوميات في عصر التكنولوجيا إلا أنها موجّهة إلى جماهير عريضة بمعنى أن مدونات الفيديو عبر الشبكة أو ما تسمى القلوقز تختلف عن اليوميات الكلاسيكية بالغاء خاصية السرية، بل على العكس تماماً هي مصمّمة لكي تُنشر.

يعرّف Li (2018) مشاهير اليوتيوب بأنهم صانعو المحتوى الذين يملكون القدرة على التأثير على سلوكيات ومواقف التابعين من خلال وسائل التواصل الاجتماعية، بينما يعرّف Cai (2020) المشاهير بأنهم أفراد يجذبون الاهتمام سواءً في الحياة اليومية الواقعية أو من خلال العالم الافتراضي عبر الشبكة، وبذلك

يصبحون محور اهتمام مجتمعات الإنترنت، وتجدر الإشارة إلى أن مشاهير الإنترنت هم أشخاص عاديّين يحظون بشعبية واسعة على شبكة الإنترنت.

مشكلة الدراسة:

أصبح اليوتيوب مثلاً للثقافة الرقمية كما وصفها Snickars and Vonderau (2009) ليس فقط بسبب المقاطع التي تنتشر بها بطريقة فيروسية وتصل لجميع أنحاء العالم، وإنما لأنه يتيح لك "أنت" الفرصة في نشر مقطع قد يغير مجرى حياتك للأبد، وقد عدّ الباحثان منصة اليوتيوب أكبر مستودع لثقافة الصور المتحركة وأكبر منصة توزيع الفيديو حتى بالمقارنة مع التلفزيون والسينما.

وتكمن مشكلة الدراسة في أن البحوث الإعلامية العربية في مجملها تكتفي باستخدام المناهج الكمية. هذا ما أثبتته دراسة بداني وزمور (2021) اللذان أكّدا أن بحوث الإعلام والاتصال المنشورة في العالم العربي -مقارنة بنظيرتها في العالم الغربي- تؤكد غياب المنهج النوعي في دراستها وتحليلها؛ فيرى الباحثان بأن التطور الإعلامي في العصر الحالي أفرز إشكاليات وظواهر لا بد أن يتم تناولها باستخدام المنهج النوعي الذي لا يكتفي بالأرقام والإحصاءات فقط مثل المنهج الكمي وإنما يمتد إلى معرفة الأسباب وراء حدوث هذه الأرقام وتفسيرها بشكل أشمل. ولهذا جاءت الحاجة لفهم دوافع تعرض وتفضيل المشاهدين السعوديين للقناة من خلال تحليل محتواها وما يعرض فيها.

أهمية الدراسة

بالنظر إلى العالم حالياً، نرى بأن الإعلام الجديد أصبح المحرك للعالم بتقنيته الدقيقة وتجاوزه لحدود الزمان والمكان إذ أصبحت وسائل الإعلام هي المعلم والمرتبّي وهي وسيلة الترفيه والرفيق في الوحدة. فلدَى منصات التواصل الاجتماعية القدرة على تجميل القبيح وتقبيح الجميل، وتزييف الحقيقة وإحقاق الزيف لذلك يعتبر الإعلام الحالي من المظاهر المغيرة لملامح العالم (الغامدي، 2009). وقناة مشيع تحتوي على (16,302,063,498) مشترك وهو رقم يستوقف الباحثين في مجال الإعلام الرقمي لتحليل محتوى الحلقات والوقوف على الجوانب السلوكية والقيمية والأدوار الاجتماعية التي تظهر في القناة. وتم اختيار هذه القناة بعد النتائج الكمية التي أثبتت إقبال الأطفال السعوديين تجاهها ووجود تحفظات من الأمهات تجاه ما يُعرض في القناة Qutub, (and Mohammad, 2022).

أهداف الدراسة:

يمثل الهدف الرئيس للدراسة إلى التعرف على تأثير تعرّض الأطفال لقناة عائلة مشيع على التنشئة الاجتماعية من حيث الرضا المعيشي.

كما تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

1. رصد أبرز القيم التي يروج لها محتوى قناة عائلة مشيخ في اليوتيوب.
2. الكشف عن أبرز السلوكيات التي تقوم بها شخصيات عائلة مشيخ.
3. وصف الأدوار الاجتماعية التي يتحلى بها كل من الأبناء (ذكور-إناث) في قناة عائلة مشيخ.

تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيس: ماهي أبرز القيم والسلوكيات التي يتم الترويج لها في محتوى منصة يوتيوب (قناة عائلة مشيخ) للمشاهدين من الأطفال السعوديين ما بين (5-15) سنة؟
الأسئلة البحثية الفرعية:

- س1: ما طبيعة الأدوار الاجتماعية التي يُظهرها الأطفال في برنامج عائلة مشيخ؟
- س2: ما أبرز القيم التي يكتسبها الطفل من مشاهدة قناة عائلة مشيخ؟
- س3: ما أبرز السلوكيات التي يكتسبها الطفل من مشاهدة قناة عائلة مشيخ؟

مصطلحات الدراسة:

بناءً على مشكلة الدراسة الحالية وأهدافها نذكر أبرز مصطلحات الدراسة أدناه:
- **اليوتيوب:**

هي من أشهر المنصات السمعية البصرية، حيث تصدر المرتبة الأولى من حيث المشاهدة مقارنة بقنوات عرض مقاطع الفيديو الأخرى، إذ يُقدّر عدد مستخدميها 2,27 مُستخدم عبر العالم. كما تسمح منصة اليوتيوب بمشاركة مقاطع فيديو وتُمكن المستخدم من رفع مقاطع الفيديو الخاصة به على قنواته المخصصة على يوتيوب، بالإضافة إلى عدد من الخواص التي يوفّرها (بوسكسو و بوقطة، 2023).

- فلولق (التدوين المرئي):

هو مقاطع مُسجّلة من حياة الشخص الذي يقوم بتصويرها، ويقوم فيها بتدوين ما يتعلّق بحياته الشخصية اليومية أو الأسبوعية أو مناسباته الخاصة، فهو ينقل إلى المتابعين جانب كبير من حياته، ويختلف عن التدوين العادي بكونه يتّخذ الجانب المرئي المصوّر، كما يختلف عن الفيديو العادي في كون الفيديو العادي يعرض معلومات علمية أو ثقافية، وحتى وإن كان الفلولق يودّي نفس الهدف إلا إنه على ارتباط مباشر بالفرد وحياته الشخصية، ويُسمّى الشخص الذي يقوم بتصوير هذه المقاطع "فلوقر" (الحمدي، 2016).

الإطار النظري

نظرية التعلّم الاجتماعي (S.L.T):

هي إحدى نظريات التعلّم التي تفترض بأن التعلّم يحدث من خلال التفاعلات مع الآخرين ضمن سياقات اجتماعية معيّنة، كما تشير النظرية بأن السلوكيات المكتسبة يتم تعلّمها من خلال الملاحظة ومحاكاة النماذج، ويحدث ذلك عن طريق مراقبة سلوكيات الآخرين، استيعابها ومن ثمّ تقليدها، وتكرار هذه السلوكيات إذا كانت مرغوب بها من المجتمع (Muro & Jeffery, 2008).

وقد تمّت صياغة هذه النظرية من قِبَل Albert Bandura ما بين (1963-1966) ويُصيف (1977) Babdura أن تقليد الأفراد للسلوك يتكرر إذا كان مقترناً بتجربة سابقة لمكافأة على هذا السلوك، وتُشير نظرية التعلّم الاجتماعي إلى أن مُحدّدات السلوك تعود إلى العمليات المعقّدة التي تحدّث قبل صدور السلوك من الأشخاص ومنها الخلفية المعرفية والمتغيرات الفسيولوجية والعاطفية. ومن ثمّ التأثيرات التي تحدّث بعد السلوك مثل التعزيز، الدّعم، العقاب الخارجي أو الداخلي "لوم النفس" (الزيّات، 1996، ص ص. 362-364).

وتبنى النظرية على أساس أن التعلّم يتم من خلال ثلاثة أبعاد هي الملاحظة، التقليد، والنمذجة. وبإسقاط العناصر الثلاثة لعملية التعلّم الاجتماعي على الدراسة الحالية، ترى الباحثتان بأن تأثر سلوكيات وقيم الأطفال بالمحتوى المعروض يحدث من خلال هذه العناصر الثلاثة، فيعتبر التعرّض للقناة هو مرحلة الملاحظة فيقوم الأطفال بتخزين ما يشاهدونه من سلوكيات ويخزّنون ردّات الفعل المتوقعة لهذا السلوك، ويأتي بعد عنصر الملاحظة عنصر تقليد هذه السلوكيات بناءً على نتائج السلوك التي تمّ تخزينها في عنصر الملاحظة، وأخيراً تحدّث عملية النمذجة من خلال اقتداء المُلاحظين بالنماذج التي تمّ تخزين سلوكياتهم على شكل نموذج أو دليل إرشادي يعود إليه الفرد وقت الحاجة.

فعلى سبيل المثال يتكرر في القناة سلوك المقالب، ومن المتعارف عليه مجتمعياً أن سلوك مثل المقالب غير مقبول اجتماعياً، ولكن بكثرة تعرّض الطفل لهذا المحتوى ورؤية تعزيز السلوك- المعني هنا تعزيز سلوك المقالب من خلال تصويرها ونشرها من خلال الأب مشيّع، بل ومساعدة الأبناء على الاستمرار في فعله يدفع الأطفال لتقليد هذا السلوك وتكراره في مواقف الحياة اليومية.

الدراسات السابقة:

تم الرجوع للدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع البحث وذلك حتى يُتاح لها معرفة ما توصلت إليه الدراسات والبحوث وتوضيح موقف الدراسة الحالية في ضوء الدراسات السابقة، ووفقاً لمُعطيات الدراسة تمّ تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين هما:

المحور الأول: الدراسات المتعلقة بالإنترنت المنزلي واستخدامات الأطفال له:

بعد مُراجعة الأدبيات السابقة يُمكن التأكيد على دور وسائل التواصل الاجتماعيّة في بناء الأسر والتنشئة الاجتماعيّة والعلاقة الوالدية حيثُ تعدُّ الأسرة هي المحضن الأساسي والأول للطفل، فالطفل عبارة عن انعكاس لقيم وسلوكيات الأسرة التي يعيش بها وهو بالتالي نتاج فترة طويلة من المحاكاة وتلقين الوالدين للطفل، حتى أن هذه المرحلة البدائية من حياة الطفل تُسمّى بمرحلة (طفل المنزل) باعتبار أن الطفل يقضي مُعظم وقته في المنزل في مرحلة ما قبل المدرسة (بحرو، 2012).

أكدت دراسة عبد الوهاب (2015)، وهي دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض أن الأطفال بنسبة 52,5% يتصفحون منصة يوتيوب أكثر من ثلاثة مرات يومياً، كما تُضيف الدراسة أن منصة يوتيوب تُعد أكثر موقع تواصل اجتماعي يمتلك فيه الأطفال حساباً خاصاً بهم. هذا وقد اعتمد عبد الوهاب (2015) على المنهج الوصفي حيث استخدم استبيان المقابلة كأداة لجمع البيانات. وقد وضحت دراسة عبد الوهاب تنوع دوافع تصفح الأطفال لليوتيوب فمثلاً يميل الأطفال إلى متابعة الشخصيات العامة والموضوعات المتعلقة بالفنون لأنهم يجدون بها عالماً جديداً بعيداً عن حياتهم الواقعية. وتتطرق الدراسة إلى أنماط الاستخدام حيث أن الأطفال يُفضلون تصفح اليوتيوب عندما يكونون بمفردهم في المنزل. بالإضافة إلى وعي نسبة كبيرة من الأطفال بالأضرار التي يسببها الجلوس فترات طويلة على يوتيوب وفي مقدمتها تأخرهم عن أداء واجباتهم المدرسية بالإضافة إلى الأضرار الصحية المترتبة. وبالنسبة لمراقبة الآباء ما يُشاهده أبنائهم، فقد وضحت الدراسة أنه توجد رقابة والدية وذلك يعود للخلفية الثقافية والدينية للمجتمع السعودي (عبد الوهاب، 2015).

بالحديث عن الرقابة الوالدية _ وهي الإشراف والمتابعة والمعاينة الدائمة للأبناء من قبل الوالدين ومعرفة معلومات عنهم داخل المنزل وخارجه (نطاح، 2016)، تشير دراسة حسروميا (2018) التي أُقيمت في مدينة الجزائر باستخدام استمارة المقابلة على عينة قدرها (80) تلميذاً إلى أن اليوتيوب على الرغم من كونه منصة تثقيفية وتعليمية إلا أنها قامت بتغيير التشكيل التقليدي للأسرة الجزائرية، مما أدى إلى اختلاف الأدوار داخل الأسرة واللجوء إلى العالم المعلوماتي لسد الفراغ الاجتماعي والعاطفي الذي يجدون ما يعوّضه في الانترنت. كما أثبتت حسروميا أن 52% من المراهقين لا يشاركون المحتوى الذي يتعرّضون إليه مع آباءهم وذلك لاختلاف اهتماماتهم والرغبة في الحفاظ على خصوصيتهم. وأشارت النتائج بأن 55% من الآباء لا يقومون بمراقبة أبنائهم، في حين أن الوالدين الذين يمارسون الرقابة الوالدية يشكلون 45% من أفراد العينة كما تعرض الدراسة للنتائج السلبية التي سببها التعرض المفرط لليوتيوب على علاقة المراهقين بوالديهم.

وفي هذا السياق، كشفت دراسة حسروميا اكتساب المراهقين عادات سيئة جرّاء الاستخدام المفرط لليوتيوب مثل؛ غياب الاحترام بين الآباء والأبناء، لجوئهم إلى الكذب واستخدام الحُجج عند اعتراض الآباء على كثرة مشاهدتهم لليوتيوب، الأمر الذي يُفسّر رغبة 70% بين المبحوثين بالانعزال والتباعد عن أسرهم وذلك لمشاهدة أكثر أريحية بعيداً عن الرقابة المشددة وانزعاج الأهل. وتُضيف الدراسة أن التعرض لمحتوى اليوتيوب من شأنه أن يُشكّل أفكار ومفاهيم سلبية عن الأسرة مما يزيد الرغبة باللجوء إلى اليوتيوب لتفريغ الطاقة السلبية وسد الفراغ الأسري (حسروميا، 2018).

سلّطت دراسة حسين (2018) الضوء على تأثير مقاطع اليوتيوب على الأطفال تحديداً في مرحلة ما قبل المدرسة من خلال وجهة نظر أمهاتهم، ومدى إشراف

الأمهات على أطفالهنّ أثناء التعرّض للمنصّة. وقد قام الباحث بتطبيق الدراسة على أمهات الأطفال بواقع (200) مفردة من محافظة دميّاط ومدينة شبرا الخيمة. كشفت الدراسة أن قرابة منتصف العينة من الأمهات يعتقدون بأن أبنائهم "دائماً" يشاهدون منصّة اليوتيوب، وعلى الرغم من كثافة تعرّض الأطفال في عينة الدراسة إلا أن نتائج الدراسة أثبتت بأن أغلب الأمهات لا يقومون بتحديد وقت معيّن لأبنائهم عند تصفّح الإنترنت.

أجاب أكثر من نصف الأمهات في دراسة حسين (2018) برغبة انعزال أطفالهنّ في غرفهم الخاصّة أثناء مشاهدة اليوتيوب وهذا ما يقودنا إلى نتيجة أخرى وهي أن 50% من الأمهات لاحظن بأن تعرّض أبنائهنّ لليوتيوب فيه تأثير سلبي على سلوكهم وذلك لأنها لا تراعي العادات والتقاليد والقيم، بينما كانت التأثيرات الإيجابية هي حفظ الألوان وجعل الطّفّل أكثر اجتماعية وأكثر سعادة والمساعدة على الانطلاق في الكلام وتعلّم اللغات.

تقدّم دراسة Emond et al. (2018) بعداً آخرأ لاستخدامات الأبناء للتكنولوجيا في سياق المنزل وفكرة الرّقابة الوالدية، حيث أن غياب الرّقابة داخل المنزل لها أسبابها أيضاً؛ فتهدف الدراسة إلى التعرف على عدم النظام داخل المنزل (الفوضى المنزلية) وعلاقتها باستخدام الطفل بعمر ما قبل المدرسة للتكنولوجيا وتأثير ذلك على زيادة الوزن واضطرابات النوم. وقد استخدم الباحثين المنهج المسحي على عينة قدرها (385) من الآباء لأبناء أعمارهم ما بين سنتين إلى خمس سنوات.

وفي سياق المخاطر التي يُحدثها التعرّض لوسائل التواصل الاجتماعية تُناقش دراسة المفتي (2022) مخاطر استخدام الأطفال المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء أمورهم وركّزت الدراسة على منصّة اليوتيوب والتيك توك كنموذج للدراسة، وقد استعان الباحث بأداة الاستبيان وقام بتوزيعها على عينة قدرها (232) من أولياء أمور أطفال المرحلة الابتدائية من 6-12 سنة. في غرب غزّة. وقد وصف الباحث وسائل التواصل الاجتماعية بالأداة الفتّاكة إذا ما أسيء استخدامها وعلى النقيض تماماً فهي تكون أداة شديدة الإيجابية إذا أحسن استخدامها وتقنينها بما يخدم الشخص المُستخدم لهذه الأداة لاسيّما أن وسائل التواصل الاجتماعية تؤثر بالدرجة الأولى على نفسية الطفل وسلوكياته. وقد هدفت دراسة المفتي إلى معرفة المخاطر القيميّة، السلوكية، الاجتماعية والشخصية للاستخدام المفرط لليوتيوب والتك توك.

أثبتت نتائج دراسة (المفتي، ٢٠٢٢) أن مستويات المخاطر التي يُحدثها كلّ من اليوتيوب والتك توك يصل إلى معدلات مرتفعة جداً حيث جاءت نسبة المخاطر الشخصية بـ 83.2% وتتمثّل في هدر الوقت وتعرض الأطفال لمحتويات لا تناسب عمرهم بالإضافة إلى إفقاد الطفل أهميّته مما يجعله أكثر قابلية لتقليد ما يُشاهده، وجاءت المخاطر السلوكية بنسبة 82.3% وظهرت هذه السلوكيات في التشنّث

الذهني، العصبية، العدوانية، سرعة الانفعال وتعلم المقالب والحيل لتطبيقها بالآخرين، وبالحدوث عن مستوى المخاطر الاجتماعية فقد ظهرت بنسبة 80.9% وتجلت في ضعف العلاقات الاجتماعية مع العائلة والأصدقاء بالإضافة إلى الانشغال عن المشاركة في المهام المنزلية والامتناع عن الاستماع لنصائح الوالدين بسبب الإفراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعية، وأخيراً جاءت المخاطر القيمية بنسبة 79.3% وظهرت هذه المخاطر في الانبهار والافتداء بمشاهير التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى ترسيخ القيم المادية والاستهلاكية وأخيراً تبني أفكاراً منافية لقيم المجتمع الفلسطيني.

المحور الثاني: الدراسات التي تتناول مشاهير اليوتيوب (الفلورز) وتأثيرهم في الجانب القيمي والسلوكي للمشاهدين من فئة الأطفال والمراهقين:

استناداً على مسح الدراسات سابقة وجدت الباحثتان أن فكرة الإدراك الاجتماعي-التي تُعنى بالمعرفة التي يكونها الفرد عن طريق تفاعلاته وتجاربه مع الآخرين وتأثير العوامل الخارجية عليهم- تعمل بشكل واسع ومتعمق عند الحديث عن التأثير بالمحتوى في منصات التواصل الاجتماعية وخاصة اليوتيوب، مما يُفسر تطبيق الفرد سلوكيات جديدة بعد مراقبة سلوك الشخص (المدون) أو كما يُطلق عليه (فلورز) الذي يقوم بتقديم محتوى معين، فإن الفرد بطبيعة الحال يلجأ إلى تكوين فكر معين تجاه ما تمّ التعرّض له إما سلباً أو إيجاباً وبالتالي يتغير سلوكهم في الحياة الواقعية وهذا ما أثبتته دراسة (Mironova, 2016).

"بلا جماهير لا يوجد هناك مشاهير" كما زعمت Mironova فقد اهتمت الدراسة بالجمهور كعامل أساسي يقود العملية الإعلامية ويتحكم بالمحتوى المنشور في قنوات المشاهير على منصة اليوتيوب، حيث ركزت بدراسة ما الذي يجذب الجمهور لمتابعة محتوى دون الآخر أو مشهور دون الآخر وبالتالي يتابعون قنوات دون الأخرى، الهدف من هذه الدراسة هو معرفة نمط متابعة الجماهير لمدونات (اللايف ستايل) ومدى تأثيرهم بها.

نتجت دراسة (Mironova 2016) إلى عدّة نتائج وهي أن الجماهير هم القائد الأول لمحتوى اليوتيوب فمن المهم معرفة توجهاتهم وما الذي يبحثون عنه. وكانت الإجابة على العنوان العريض للبحث هو أن الأفراد يعيشون في فضول دائم عن كيف يعيش الآخرون حياتهم؟ فأبرز الإجابات من المبحوثين كانت أنهم بكل بساطة يريدون معرفة كيف يعيش الأشخاص حياتهم، كما أن أغلب البشر يميلون إلى المقارنة بين أنفسهم والآخرين إما للشعور بالنكيف مع البيئة أو لتخيّل أنفسهم بموضع الشخص الآخر، فهذا يفسر تزايد مدونات اللايف ستايل كما أن المدونين أنفسهم يراعون تلبية ما يطلبه الجمهور حتى يستمر عملهم وحتى تكون إعلاناتهم مؤثرة أكثر وبالتالي يزيدون من دخلهم.

وفي جانب آخر تتناول دراسة (Martínez and Olsson 2019) الفهم العميق للأطفال الذين يتابعون مشاهير بعينهم دون غيرهم من المشاهير على اليوتيوب وما

دور المشاهير الصغار في الحياة اليومية للأطفال، وتقوم الدراسة عن طريق إجراء مقابلات مجموعات من الأطفال أعمارهم ما بين (9-12) سنة تقوم الدراسة بالتعمق في فهم الأطفال للشخصية المشهورة (Misslisibell) وتفسيرات الأطفال المختلفة للمقاطع التي تقوم بنشرها للشخصية المشهورة على اليوتيوب والنصائح التي تُقدّمها وقدرة الأطفال على تكوين معاني معيّنة من المحتوى الذي يُنشر بواسطة مشاهير صغار وما دورهم في حياة الأطفال اليومية.

تُفيد الدراسة أن اليوتيوب من أكثر المنصات متابعاً بين الأطفال في مراحل الطفولة المختلفة من (8) وحتى (18) سنة، كما أنهم انتقائيين في نوع المشاهير الذين يتابعونهم، كما بيّنت الدراسة أن اهتمام الأطفال بمتابعة أقرانهم من المشاهير الصغار يعزّز مفهوم (Peer-to-peer cultural industry)؛ بمعنى صناعة ثقافة الند للند أو صناعة ثقافة النظير: أي الثقافة المطروحة من الأطفال للأطفال.

ويقوم (Martinez and Olsson (2019 بتصنيف قنوات اليوتيوب في الثلاثة أنواع الآتية:

- 1- الكوميديون (Comedy vloggers).
- 2- لاعبو الألعاب (Gamers).
- 3- مدوني نمط الحياة أو الجمال (lifestyle & beauty vloggers).

والنوع الأخير تحديداً هو ما تُعنى الدراسة بتناوله واعتبرته نوع من أنواع الترويج للذات والترويج للمنتجات أيضاً حيث تفيد الباحثة بأن الترويج الذاتي والترويج التجاري أو الإعلاني ثقافتين متداخلتين يؤثر كل منهما في الآخر. كما أثبتت الدراسة أن الأطفال يحكمون على المشهور بأنه مشهوراً من الأساس على عدد المشتركين بالفتاة، كما أظهرت مدى وعي الأطفال بمعنى الشهرة وحتى أن تصل إلى درجة عالية من الشهرة فهذا يتطلب أكثر من مجرد صناعتك لمحتوى ونشره على اليوتيوب.

وبالحديث عن وعي الأطفال بمفهوم الإعلان تمّ عرض فيديو لصاحبة القناة تقوم فيه بالإعلان لمنتج معين وبعد سؤال الأطفال عمّا رأوه لم يبدوا متيقّنين بمفهوم (الإعلان المدفوع)، ولكنهم بدلاً عن ذلك عبّروا بعبارات مثل: نعم هي تملك منتجات عالية جداً، يبدو أن الشركات يرسلونها إليها، وعبر آخرون بأنه تصرّف سيء لأن الهدف من اليوتيوب هو تصوير حلقات ممتعة وليس جمع المال، كما أن البعض قد يشعر بالغيرة؛ لأنه لا يملك المال مثل (Misslisibel).

تكشف دراسة (Yasaroglu, 2020) رأي أولياء الأمور في تأثير اليوتيوب على قيم أطفالهم، وأظهرت الدراسة أن أولياء الأمور لديهم نظرة قلقة وسلبية لمجتمع اليوتيوب واليوتيوبرز تحديداً على الرّغم من أن نتائج الدراسة أثبتت بأن اليوتيوبرز لا يُعدون قدوة للأطفال وقد استخدم الباحث المنهج الكمي لإجراء الدراسة عن طريق استخدام أداة الاستبانة وتوزيعها على عينة قدرها (365) فرداً من أولياء أمور الطلاب، تتراوح أعمار

88% من أفراد العينة ما بين (20-39) سنة، بينما تتراوح أعمار 31% من العينة ما بين (40-64) سنة، ويُعدّ أغلب المبحوثين بنسبة 85% من الطبقة المتوسطة.

كشفت نتائج دراسة Yasaroglu أن 51% من أفراد العينة أبدوا قلقهم من مشاهدة أطفالهم لليوتيوب بينما أظهرت الدراسة أن 95% من الآباء يرون أن الوالدين هما القدوة في حياة الطفل يليهما المعلمين ومن ثمّ أصدقاء الصّف وأخيراً اليوتيوبرز، ويأتي قلق أولياء الأمور من مجتمع اليوتيوب لكون اليوتيوبرز قد يمارسون سلوكيات غير محبّبة أمام الكاميرا وقد يقوم بعض الأطفال أو المراهقين بتقليدها لا سيّما المراهقين الذين يعتقدون أن إساءة التصرف مُضحكة أو ممتعة بسبب خصائص مرحلتهم العمرية، مما يسبب وقوعهم في مشاكل أو زيادة الفجوة بينهم وبين آبائهم.

أمّا فيما يتعلّق بالرقابة الوالدية وضّحت الدراسة بأن قرابة ثلث العينة من أولياء الأمور يستخدمون برامج الفلترة العائلية لفلتره المحتوى على اليوتيوب أثناء تعرّض الأطفال؛ وذلك بنسبة أكبر لدى الأطفال الذين يستخدمون (الهاتف المحمول والأجهزة اللوحية) مقارنة بالتلفاز، إضافةً إلى ذلك كشفت الدراسة بأن قرابة نصف العينة من الآباء يتحدّثون مع أطفالهم عن المحتوى المعروف على اليوتيوب كنوع من مشاركة الأبناء فيما يتعرّضون إليه.

وبالحديث عن فكرة الشّهرة ورأي أولياء الأمور بها؛ يجدر الذكر بأن 6.7% فقط من أولياء الأمور يرغبون بأن يُصبح أطفالهم مشاهير على اليوتيوب، بينما عبّر قرابة 92% من الأهالي عن عدم رغبتهم في أن يُصبح أطفالهم مشاهير على اليوتيوب وذلك يعود لنظرة الآباء لمحتوى اليوتيوب بأنه تهديد لنسق الأسرة لعدم اتّفاق ما يعرضونه مع المبادئ والقيم الأسرية، بل ويمتد قلقهم إلى منع أبنائهم من المشاركة أو الإعجاب في قنوات اليوتيوبرز المفضّلين لديهم.

دراسة أخرى أجرتها الباحثة البسيبي (2020) في مدينة جدة تهدف إلى التعرف على تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على سلوك الأطفال من الناحية الاجتماعية واللغوية، وقد اعتمدت الباحثة المنهج الكمي باستخدام الاستبانة كأداة لتحقيق أهداف الدراسة، وقد اشتمل مجتمع البحث على الأسر في مدينة جدة، وقد استندت الباحثة في تطبيق البحث على نظرية البناء الوظيفي وتفترض هذه النظرية أنه بالرغم من استلال أجزاء المجتمع ظاهرياً إلا أن هذه الأجزاء مرتبطة ببعضها البعض؛ وذلك لأن أي تغيير في جزء من المجتمع يتبعه تغيير في الكل، وبإسقاط نظرية البناء الوظيفي فإن البسيبي (2020) افترضت بأن مشاهير اليوتيوب يعتبرون نسق فرعي من المجتمع وأنه جزء يؤثر على بقية أجزاء المجتمع وذلك بالجانبين الإيجابي أو السلبي بحسب ما يقدّمه من محتوى.

وقد جاءت نتائج دراسة البسيبي موضّحة أن مشاهير التواصل الاجتماعي لهم تأثير متوسط على الجانب الاجتماعي للطفل ويظهر ذلك في تقليد المشاهير خاصّة فيما يتعلّق بمقتنياتهم الشخصية مثل ألعاب الفيديو التي يلعبها المشهور أو الهاتف النقال،

الإفراط في مشاهدة مشاهير اليوتيوب دون تمييز وفي كل وقت ومكان، تقليد الطفل لسلوكيات المشهور، كما ناقشت الدراسة جانب تقليد المشاهير في المظهر الخارجي ويظهر ذلك في تقليد تصفيف الشعر على الرّغم من عدم ملائمتها، تقليد رقصات المشاهير، أما فيما يتعلّق بالجانب اللّغوي وصفت الباحثة بأن تأثير مشاهير اليوتيوب متوسطاً فيما يتعلّق بهذا الجانب وتظهر هذه التأثيرات من وجهة نظر العينة تحت الدراسة في ترديد مفردات من اللهجة الشبّابية الدّرجة غير المناسبة لعمر الطفل، تعلّم طريقة نطق المشهور للكلمات أو نبرة صوته أو طريقة تعبيره، استخدام ألفاظ لا تتناسب وثقافة المجتمع السعودي وأخيراً استخدام الكلمات الغريبة.

أثبتت دراسة (Folkvord) بأن قدرة معالجة الأطفال للرسائل المقدّمة من قِبَل مشاهير اليوتيوب بفعالية لا تزال منخفضة للغاية، لاسيّما أن قدرات الأطفال المعرفية لازالت في طوّر التطوّر والتشكيل، ولذلك يُعتبر الأطفال مجموعات مستهدفة شديدة القابلية للاستجابة والانقياد للرسائل التي يتمّ بثّها من خلال مشاهير اليوتيوب. ومن الجدير بالذّكر أن المنتجات التي كان الأطفال أكثر قدرة على تذّكرها هي منتجات الأغذية والمشروبات لاسيّما مشروبات الطاقة والوجبات السريعة، وقد أفاد أكثر من نصف العينة بأنهم طلبوا من والديهم شراء المنتجات التي تظهر في المقاطع، كما أضاف 75% من الأطفال بأنهم اكتسبوا وعياً أكبر بالعلامات التجارية خاصّة التي ظهرت في المدوّنات. وأخيراً أفاد 80.5% من الأطفال بأن الأطفال الآخرين سيرغبون بشراء ما يُشاهدونه لدى المشاهير في القلوقات وليس همّ تحديداً، أمّا فيما يتعلّق بالمشاهير وطبيعة التعرّض لهم، أثبتت الدراسة أنه توجد علاقة ارتباطية بين شعبية وشهرة المشهور ومدّة المشاهدة، كما توجد علاقة بمدى ارتباط وتعلّق المُتعرّض للمحتوى ومدّة المشاهدة أي كلّما زادت درجة تعلّق الطفل بالقلوقر زاد الوقت الذي يتمّ قضاؤه في مشاهدة مدوّناته (Folkvord et al.,2019).

أما فيما يتعلّق بوعي الأطفال بما يتمّ تقديمه في المدوّنات أثبت (Folkvord) بأن معظم الأطفال من عينة الدراسة أفادوا بأن المشاهير لا يستخدمون العلامات التجارية لزيادة جاذبية محتوهم، بينما عبّر أكثر من النصف بأن اليوتيوبرز يستخدمون العلامات التجارية لزيادة شعبيتهم وانتشار محتوهم، ومن الجدير بالذّكر أن الأطفال بنسبة 70% على وعي بأن الإعلانات "مدفوعة" وأنهم يتقاضون أجراً على عرض العلامات التجارية في محتوهم حيث عبّر معظم الأطفال بأن عرض العلامات التجارية ضمن محتوى القلوقات هو شيء غير جيّد (Folkvord et al.,2019).

التعليق على الدراسات السابقة:

استعرضت الدراسات السابقة تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعية على الطفل وعلى طبيعة العلاقات داخل الأسرة، كما سلّطت الدراسات الضوء على صانعي المحتوى وتحديداً " القلوقرز " أو "اليوتيوبرز".

تطرقت الدراسات السابقة إلى أهداف كثيرة منها معرفة طبيعة تعرّض الأطفال لمنصّة اليوتيوب. كما سعت الدراسات إلى معرفة دوافع الأطفال للتعرّض لوسائل التواصل الاجتماعية وتحديدًا منصّة اليوتيوب، فقد أثبتت الدراسات المعروضة تنوع الأسباب التي تدفع الأطفال إلى مشاهدة منصّة اليوتيوب فيذكر عبد الوهاب (2015) أن الأطفال يهربون من الواقع ويدخلون عالمًا جديدًا بتصفّحهم لمنصّة اليوتيوب، وفي نفس السياق تذكر مIRONOVA (2016) أن متابعة مدونات اليوتيوب أشبه بالتحديث إلى صديق، ولطبيعة الأطفال التي تميل إلى الاكتشاف فإن الأطفال يميلون لمعرفة كيف يعيش الآخرون وذلك للمقارنة بين حياتهم وهذه النتيجة وحياة الآخرين أو حتى يتخيّلون أنفسهم بموضع الشخص الآخر.

وتتفق دراسة Yan (2021) مع دراسة Mironova (2016) حيث تؤكد أن تخيل نمط الحياة التي يعيشها المشعور هي أحد الدوافع لمشاهدتهم خاصّة حياة الأغنياء منهم، وعلى الرّغم من وعي المراهقين بأن تحقيق مظاهر الحياة الفارهة التي يعيشها الأغنياء في اليوتيوب هي حلم صعب المنال؛ لكنهم يصرون على مشاهدة مثل هذه المدونات كوسيلة سريعة لتحقيق الرضا والشعور بالرّاحة والاسترخاء من خلال تفعيل عنصر الخيال.

ويتفق الباحثون في دراسة Emond et al. (2018) مع Yan (2021) في كون مدونات اليوتيوب وسيلة للاسترخاء لاسيّما عند وجود عوامل منزلية تساعد على لجوء الأطفال لليوتيوب لتحقيق الهدوء، مثل: الفوضى المنزلية المتمثلة في التوتّر، عدم التنظيم، العلاقة بين الوالدين والإخوة ولجوء الوالدين إلى وضع الأطفال أمام الشاشات لإلهائهم وذلك للانشغال بأمر منزلية أخرى، مما يجعل الأطفال يلجؤون إلى اليوتيوب للهروب من شعور التوتّر والفوضى المنزلية (Emond et al., 2018).

أما بالحديث عن الدراسات التي تطرقت إلى معرفة آثار التكنولوجيا في سياق المنزل فإن أغلبها ناقش الرقابة الوالدية ودور الأبوين في التعامل مع التكنولوجيا في البيئة المنزلية. فكشفت دراسة Yasaroglu (2020) أن أكثر من نصف العينة من أولياء الأمور يحاورون أبنائهم في محتوى مقاطع اليوتيوب التي يتعرّضون إليها، ويعود ذلك إلى نظرتهن السلبية لمجتمع اليوتيوب وقلقهم من مشاهدة أبنائهم لهذه المنصّة، وعلى الرّغم من تعبير أغلب العينة من أولياء الأمور - عن عدم اتّفاقهم مع فكرة أن اليوتيوبز قدوة لأطفالهم إلا أنهم لا يزالون يفرضون الرقابة على أبنائهم بشكل كبير وذلك بمنعهم من الاشتراك وتسجيل الإعجابات في قنوات اليوتيوب، وباستخدام برامج فلتر المحتوى وذلك خاصّة لدى الأطفال الذين يستخدمون أجهزة الجوال والأجهزة اللوحية.

وعبر عبد الوهاب (2015) عن اهتمام المجتمع السعودي بالرقابة أثناء مشاهدة أبنائهم لليوتيوب وذلك يعود إلى خصوصية وطبيعة المجتمع السعودي، بينما عبّرت حسروميا (2018) أن 45% من أولياء الأمور يقومون بمراقبة ما يشاهده أطفالهم بينما

كان أكثر من نصف العينة لا يمارسون الرقابة الوالدية على ما يشاهده الأبناء وقد يعود ذلك إلى رغبة 70% من المراهقين إلى الانعزال أثناء التعرّض وذلك للرغبة في الحفاظ على خصوصيتهم بعيداً على الرقابة الشديدة واختلاف الاهتمامات بين الآباء والأبناء، حيث أن اعتراض الآباء المتكرّر وانتقادهم لما يشاهده الأبناء يجعل الأبناء يلجؤون إلى الكذب واختلاق الحُجج واللجوء إلى منصّة اليوتيوب لسدّ الفراغ الأسري مما يزيد الفجوة بين الآباء والأبناء.

وفي نفس السّياق يذكر حسين (2018) في دراسته التي تهدف إلى معرفة تأثير اليوتيوب على الأطفال على مرحلة ما قبل المدرسة من خلال وجهة نظر (200) مفردة الأمهات، أنه على الرغم من وعي الأمهات بالأضرار التي يسببها اليوتيوب وتعبير 60% منهن عن تقليد أطفالهن "الكلّ ما يشاهدونه في اليوتيوب" إلا أن إشراف الأمهات لا يرتفع إلى الدرجة المطلوبة حيث أنهنّ لا يقمن بتحديد أوقات معيّنة للتعرّض لليوتيوب أو تصفّح الإنترنت بشكل عام، ومن الجدير بالذكر أن الإشكالية لا تنحصر في ضعف الرقابة الوالدية بل تتخطى ذلك في كونه الوالدين بعض الأحيان يعملون كعامل مُساعد في إدخال التكنولوجيا إلى حياة الأطفال.

في إطار تأثيرات التكنولوجيا - ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص - على الأطفال، أجمعت الدراسات المذكورة أعلاه بوجود تأثيرات سلبية وإيجابية لهذه الوسائل على قيم وسلوكيات الأطفال ولعلّ من أهم التأثيرات التي أجمعت عليها أغلب الدراسات هي التغيير الذي طرأ على هيكلية الأسرة وطبيعة العلاقات والتفاعلات بين الأطفال وآبائهم. حيث أثبتت دراسة عبد الوهاب (2015) أن نسبة كبيرة من الأطفال لديهم وعي بأضرار التعرّض لليوتيوب وفي مقدمتها تأخرهم عن أداء الواجبات المدرسية وأضرار أخرى صحيّة وتتفق دراسة حسروميا (2018) مع دراسة عبد الوهاب في تغيير طبيعة التفاعلات بين الأبناء والديهم حيث أثبتت الدراسة اكتساب المراهقين عادات سيّئة بسبب تعرّضهم المتزايد لمنصّة اليوتيوب منها غياب الاحترام واللجوء للكذب واختلاق الحُجج عند اعتراض آباءهم على كثرة مشاهدتهم لليوتيوب مما يزيد من الفجوة بينهما وبالتالي التغيّر في تشكيل الأسرة الجزائرية واختلاف الأدوار ولجوء الأبناء إلى وسائل التواصل الاجتماعي لتعويض الفراغ العاطفي.

واستكمالاً للحديث عن تأثير اليوتيوب أثبتت دراسة حسين (2018) أن منصّة اليوتيوب لها تأثيراتها السلبية والإيجابية فقد وجدت 50% من الأمهات أن مشاهد اليوتيوب تؤثر بشكل سلبي على أطفالهنّ لعدم مراعاة المحتويات المعروضة مع عادات وتقاليد المجتمع المصري، بينما وجد جزء من الأمهات بأنه لا يمكننا إغفال التأثير الإيجابي لليوتيوب في جعل الطفل أكثر سعادة واجتماعية ومساعدته على الانطلاق في الكلام.

وفي نفس السّياق، يصف المفتي (2022) وسائل التواصل الاجتماعي بأداة شديدة الإيجابية إذا تمّ تقنين استخدامها بالشكل الصحيح، وعلى النقيض تماماً فهي أداة

فتأكله إذا ما أُسيء استخدامها، وقد كشفت نتائج دراسة المفتي - التي هدفت إلى معرفة مخاطر استخدام الأطفال المفرط لمنصتي اليوتيوب والتك توك - أن مستوى المخاطر الشخصية مرتفع جداً يصل إلى 83% ويُقصد بالمخاطر الشخصية تعريض الطفل لمشاهد لا تُناسب مرحلته العمرية إضافةً إلى تعرّضه لمحتوى يفقد الطفل أهميته مما يجعله أكثر انشغالاً بتقليد ما يُشاهده، بينما جاءت المخاطر السلوكية بنسبة 82% وتظهر في السلوكيات الانفعالية والعدوانية وتطبيق الحيل والمقالب بالآخرين وأما بالحديث عن المخاطر الاجتماعية فقد جاءت بنسبة 80% وتتمثل في ضعف العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة وخارجها، وتأتي المخاطر القيمية بنسبة 79% كأقل المخاطر مقارنةً بالمذكورة سابقاً ولكنها لا تزال مرتفعة بشكل عام، وتظهر هذه المخاطر في التأثير بمشاهير وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز القيم الاستهلاكية.

وبالتنطرق إلى اليوتيوبرز أو ما يُطلق عليهم "فلوقرز" تسلط الدراسات المذكورة في المحور الثاني الضوء على اليوتيوبرز أنشطتهم والاستمالات التي يستخدمونها لكي يبنوا أكبر قاعدة جماهيرية لأهداف الشهرة وأهداف أخرى تسويقية، كما تركّز الدراسات على دوافع متابعة الجماهير لهم ومدى تأثرهم بهم.

وفي هذا السياق، فإن (Mironova, 2016) تكشف الدوافع التي تجعل الجماهير يتابعون مشهوراً بعينه دون الآخر، وقد كشفت الدراسة أن الأفراد بشكل عام يتابعون الفضول لمعرفة كيف يعيش الآخرون وذلك للمقارنة أو لتخيل أنفسهم بموضع الشخص الآخر مما يفسر التزايد في مدونات "اللايف ستايل" وهي المدونات التي تعرض الحياة اليومية الطبيعية للمشهور لاسيما أن المشاهير على وعي كبير بأن الجمهور هم القائد الأساسي للعملية الإعلامية ولتنوع المحتوى المعروض "بلا جماهير لا يوجد هناك مشاهير" ولذلك يلبي المشاهير رغبات الجماهير حتى يستمرّون في عملهم وحتى تكون إعلاناتهم أكثر فاعلية وتأثيراً وبالتالي زيادة دخلهم بطبيعة الحال مثلما أثبتت (Mironova, 2016).

وبالنسبة للجانب الدعائي الذي يسوق له الفلوجرز في محتوهم، أشارت دراسة (Folkvord et al. (2019 لوعي الأطفال بالمحتوى الاستهلاكي، فقد عبّر 70% من الأطفال في عينة الدراسة بأنهم يعون بأن الإعلانات مدفوعة وأن المشاهير يتقاضون أموالاً مقابل عرض العلامات التجارية وأضاف الأطفال أيضاً بأن عرض العلامات التجارية من خلال الفلوقات هو أمر غير جيّد، وعلى الرغم من وعيهم بذلك إلا أن الدراسة أثبتت بأن قدرات الأطفال المعرفية لمعالجة الرسائل المقدّمة من مشاهير اليوتيوب لا تزال في طور التشكيل ولذلك يعتبر الأطفال مجموعة مُستهدفة وشديدة الانقياد لمحتوى اليوتيوب الاستهلاكي.

استكمالاً للحديث عن وعي الأطفال بمفهوم الإعلان وضحت دراسة (Martínez and Olsson (2019 أن الأطفال ما بين (9-12) سنة لم يبدوا متيقّنين حول فكرة الإعلان المدفوع ولكنهم عبّروا عن المحتوى الاستهلاكي المعروض عليهم

بعبارات توضح استيعابهم بأن اليوتيوبرز التي تعرّضوا إليها تمتلك منتجات عالية الثمن جداً ومن الواضح أن الشركات هي من أرسلتها إليها، وأبدى آخرون استيائهم من تضمين المحتوى الاستهلاكي في اليوتيوب لأن الهدف من تصوير حلقات في اليوتيوب هو المتعة وليس لجمع المال، وعبر أطفال آخرون عن غيرتهم لأنهم لا يملكون المال الذي يمكنهم من شراء ما شاهدوه في المقطع، بينما أبدت مجموعة أخرى من الأطفال إعجابها بفقرة عرض المنتجات والمواقع التي يتم شراؤها منها ووصفوا ذلك بأنه نوع من مشاركة المعلومات المفيدة مع الجماهير لا أكثر.

وبالتطرق إلى تأثير الأطفال بالفلوكرز، فقد وضحت دراسة البسيبي (2020) أن تأثير مشاهير اليوتيوب متوسط على الجانبين الاجتماعي واللغوي وتظهر هذه التأثيرات في المظهر الخارجي مثل تقليد تصفيفة الشعر على الرغم من عدم مناسبة لعمر أو شخصية الطفل، ومن الناحية اللغوية يتأثر الطفل بالطريقة التي يتحدث بها المشهور فيقوم بتقليد نبرة الصوت، استخدام المفردات الشبابية غير المناسبة لعمر الطفل، اقتباس طريقة تعبير المشهور وترديد الكلمات التي يكررها في مقاطعه، وتتفق نتيجة دراسة البسيبي (2020) مع دراسة (Westenberg 2016) التي أثبتت بأن المراهقين يجدون مشاهير اليوتيوب أكثر واقعية وقرباً من المشاهير التقليديين كأبطال الأفلام أو مسلسلات التلفاز مما يجعلهم قوة يُحتذى بها، فيميل الأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة (13-18) سنة إلى تقليد مشاهير اليوتيوب في مظهرهم الخارجي بالإضافة إلى رغبتهم بأن يكونوا بنفس درجة شعبيتهم.

لا شك أن تقليد المشاهير في نمط حياتهم أمر غير صحي خاصة عندما يتعلّق بالأطفال في مراحل نموهم المختلفة، وهذا ما أثبتته دراسة (Yan 2021) التي أكدت أن المشاهير على حد وصف الباحثة يعرضون حياتهم الممتعة واللامعة جداً مما يؤثر على المفاهيم التي يكونها الجماهير الصغار، لاسيّما أن اليوتيوب منصّة تعرض أنواع محتوى مختلفة قد لا تكون متماشية مع جميع المجتمعات مما يؤدي إلى تكوين مفاهيم مغلوطة وبالتالي تعرّض الجماهير للاضطرابات العقلية أو النفسية.

بعد استعراض الأدبيات السابقة؛ يُلاحظ قلّة الدراسات العربية في حقل الإعلام الجديد وبالأخص منصات التواصل الاجتماعية، ومن الملاحظ أيضاً أن الدراسات لم تولي اهتماماً كبيراً بفئة الأطفال وتأثير وسائل الإعلام الجديد عليهم بمختلف محتويات هذه الوسائط؛ مثل برامج اليوتيوب وتأثير مدونات "اللايف ستايل" على تنشئتهم والتي أصبحت تمثل مصدر جذب كبير للأطفال في مراحل حياتهم المختلفة كما أثبتته الدراسات السابقة أعلاه، حيث أن البحوث التي تدرس تأثير تعرّض الأطفال لوسائل الإعلام بشكل عام تنحصر في مشاهدة المحتوى العنيف على التلفزيون كوسيلة إعلام جماهيرية، أو فكرة الرقابة الوالدية للأطفال أثناء تعرّض الأطفال لوسائل الإعلام الجماهيرية أو الرقمية، بالإضافة تركيز الدراسات على فئة المراهقين والشباب أكثر

من فئة الأطفال التي تعدُّ من أكثر الفئات العمرية حساسيةً وأهمية من حيث تكوين المفاهيم وتشكيل الشخصية وبناء الهوية.

من الملاحظ أيضاً اتجاه أغلب الدراسات العربية إلى المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبانة، بينما أبدت الدراسات الأجنبية اهتماماً أكبر بتضمين المناهج النوعية والتي تعتمد على المقابلات المتعمّقة، تحليل المضمون وغيرها من الأدوات، وهذا يؤكد أهمية إجراء المزيد من الدراسات النوعية العربية التي تهتم بالإعلام الجديد وتأثيره على فئة الأطفال، وقد أسفرت نتيجة استقراء الأدبيات السابقة إلى التوصل لمشكلة الدراسة والتي تُعتبر فجوة بحثية لم تنطرق إليها الأطروحات السابقة، كما ساهمت في اختيار المنهج المناسب للدراسة الحالية وهو المنهج المزجي الذي يعتمد على كلٍّ من المنهج الكمي والنوعي للتعمُّق في المشكلة تحت الدراسة، إضافة إلى مساهمة الدراسات السابقة في توظيف نظرية التعلُّم الاجتماعي والاستفادة منها في تطبيق مُجريات البحث.

المنهجية

استندت الدراسة على البحث النوعي لكونه قادر على تقديم تحليل أعمق للظواهر والإشكاليات تحت الدراسة، كما أنه يمكّننا من الوصول إلى بُعد آخر لا تستطيع البحوث الكمية الوصول إليه وذلك بحسب خصائصه التي سنأتي على ذكرها لاحقاً. ويُسمّى البحث النوعي بالبحث التفسيري وذلك لانحداره تحت الفلسفة التفسيرية؛ حيث إن البحوث العلمية في مجملها تنبثق من نماذج بحثية أربعة رئيسية ويعتبر النموذج التفسيري هو الأساس الذي يندرج تحته المنهج النوعي.

ويفترض المنهج التفسيري بأن هناك أكثر من عالم يتمكّن الباحث من اكتشاف خباياه من خلال عملية البحث حيث أن اكتشاف مضامين هذا العالم لا يتم إلا عن طريق المفاهيم أو المعاني التي يتبنّاها الناس عن الوجود أو العالم الذي يتواجدون فيه. على عكس النموذج الوضعي الذي تنبثق منه البحوث الكمية والذي يفترض بأن هناك عالماً واحداً يتمكّن الباحث من كشف مكوناته من خلال البحث في العوامل الخارجية (Singh, 2007).

مبررات استخدام أداة تحليل المحتوى النوعي في الدراسة الحالية:

1. تحليل المحتوى يقدّم وصفاً أعمق وأكثر تفصيلية للمحتوى المراد تحليله-قناة عائلة مشيخ- مما يتيح للباحثة تقديم نتائج أكثر شمولية.
2. تحليل المحتوى النوعي يعتمد على عملية جمع كمية كبيرة من المعلومات من وثائق مختلفة(مقروءة، مسموعة، مرئية) والتي يصعب التعامل معها كجُملة واحدة، ولكن أداة تحليل المضمون تمكّننا من تفتيت المعلومات الكبيرة إلى جزئيات صغيرة يسهل التعامل معها وتفسيرها وبالتالي تحديد الفئات والموضوعات التي سيتم تحليلها في المحتوى تحت الدراسة.

3. يعتبر تحليل المحتوى الأداة الأنسب عند التعامل مع معلومات منشورة على الإنترنت وذلك لإمكانية الوصول إلى كم كبير من المعلومات المنشورة بدون تكلفة مادية إضافة إلى كونها متوفرة على مدار الساعة. وبالتالي الاستفادة من توافر المعلومات للقيام بعملية تحليل البيانات دون الحاجة لبذل جهد كبير في استخراج المعلومة المراد دراستها. وقد أكد بأنه لا يشترط الحصول على إذن تحليل البيانات المتوفرة على الإنترنت حيث أن البيانات متاحة للجميع (Bowen,2009).
4. يتيح تحليل المحتوى النوعي للباحث الالتفات إلى جوانب أخرى ضمنية لم تكن مُدرجة في خطة الدراسة؛ على سبيل المثال عند التحليل يتمكن الباحث من الإطلاع على السياق الذي حدثت فيه التفاعلات أو الظروف المحيطة التي قامت بالتأثير على التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد؛ بالتالي يتمكن من الوصول لُبعد آخر قد يدعم الدراسة.

خطوات التعامل مع البيانات:

تحديد مصدر البيانات ومراحل التحليل في النظرية المجردة:

بحسب (Strauss and Glaser (1967) فإن "كلّ شيء بيانات" وهو مبدأ يعمل به الذين يستخدمون النظرية المجردة وبناءً على هذا المبدأ التوجيهي فإن الباحث يمتلك مجموعة من المصادر و وحدات التحليل المحتملة لكي يضمّنّها في النظرية المجردة مثل: المقابلات والرسائل والخطب والمنشورات، الندوات والسير الذاتية والتقارير، كلمات الأغاني والخطب السياسيّة واليوميات الشخصية، التقارير الحكومية والروايات الكتب وغيره (Ralph et al. , 2014).

الخطوة الأولى: اختيار البيانات التي سيتم تحليلها:

اعتمدت الدراسة الحالية على اختيار أعلى (30) حلقة مشاهدة من قناة عائلة مشيخ خلال سنتي 2019 و2020 كوحدة لتحليل البيانات، حيث قامت الباحثتان بالدخول على قناة عائلة مشيخ في اليوتيوب واختيار أعلى الحلقات مشاهدةً خلال السنتين المذكورتين. ومن ثمّ مشاهدة هذه الحلقات للخروج بأفكار للمرحلة التالية (الترميز الأولي).

الخطوة الثانية: الترميز الأولي أو المفتوح (Jaccard & Jacoby,2019):

الانفتاح على الأفكار والبيانات هي واحدة من أهم الخطوات لإجراء عملية الترميز وحتى يقوم الباحث بإجراء هذه الخطوة يجب أن يثير تساؤلات تساهم في تقسيم البيانات إلى فئات مثل: ماذا تعني البيانات؟ وماذا تقترح البيانات؟ من وجهة نظر من؟ ما الفئة النظرية التي تنتمي إليها أو تشير إليها البيانات؟ (محمود، 2018)، ومن المهم أيضاً أن يتعرّف الباحث على المواقف، التجارب، المعاني، الآراء. كما يجب على الباحث تحديد عناوين رئيسية وعناوين فرعية متماشية مع أهداف وتساؤلات البحث.

وفي الدراسة الحالية مرّت عملية الترميز الأولي بعدد من الخطوات أولها قيام الباحثان بمشاهدة الحلقات الأعلى مشاهدةً وتدوين البيانات الرقمية الأساسية مثل عدد الإعجابات وعدد عدم الإعجاب للحلقة - حيث كانت خاصية ظهور أرقام عدم الإعجاب مُتاحة آنذاك - تدوين تاريخ عرض الحلقة وعدد المشاهدات، ومن ثمّ التعرّض لكل حلقة بشكل أولي وكتابة الملاحظات والأفكار القابلة للنقل كعناوين رئيسية؛ مثل أكثر أنواع المحتوى تكراراً، نوعية العلاقة والتفاعلات بين أفراد عائلة مشيخ، الكلمات، الحوارات والسلوكيات المتكرّرة، التفريق بين محتوى الإعلانات وغيره من المحتوى الآخر. وأخيراً وضع قائمة تحصر الموضوعات المتشابهة ووضع رموز مبدئية.

الخطوة الثالثة: إيجاد العلاقات بين الرموز (المفاهيم) (Glaser,1998):

تسمّى هذه المرحلة بالترميز المحوري أو الانتقائي؛ حيث يتم جمع الخصائص المشتركة للرموز الأولية في "مفاهيم" وخلق ترتيب معين لهذه المفاهيم، ويقوم الباحث بالتعامل مع المفاهيم على أنها إشكاليات يتم الإجابة عنها وكشف خصائص الارتباط بينها من خلال التحليل. ومن المفاهيم التي تم رصدها من خلال مشاهدة الحلقات هي: الأدوار الاجتماعية داخل الأسرة، الصورة النمطية للمرأة جدول رقم (5-19)، مفهوم الأب كقائد وربّ للأسرة والطريقة التي يظهر بها في الحلقات الجدول رقم (5-22) و(5-21)، كما أظهرت الحلقات مفاهيم متعلّقة بالسحر، الأبطال الخارقين والشعوذة في جدول رقم (5-16) وغيرها من المفاهيم التي ستّضح في جداول التحليل النوعية لاحقاً في هذا الفصل.

الخطوة الرابعة: بناء المفاهيم في فئات (Glaser,1998):

بحسب النظرية المجدّرة يتم تجميع المفاهيم المتشابهة لإنشاء الفئات، وهذه الخطوة بمثابة ربط فئات التفسير مع بعضها البعض حول فئة مركزية، وفي هذه المرحلة تم التوصل إلى رؤية واضحة للفئات التي تعبّر بشكل مفصّل عن المحتوى المراد تحليله حتى يسهل على القارئ قراءتها وفهمها، وقد تمّ تقسيم استمارات التحليل إلى ثمانية استمارات لكل استمارة "ثيم" أو فئة معيّنة وتبدأ هذه الاستمارات التحليلية باستمارة المشاهد السلبية وتظهر بها تكرارات ووصف للمشاهد التي تحتوي على عدد من المشاهد السلبية مثل عدم الاحترام في التفاعلات الأسرية، مشاهد الانتقام، ظهور مشاهد السحر والقوى الخارقة والجنيات وغيرها، جاءت الاستمارة الثانية لتركز على السلوكيات الإيجابية وظهرها في الحلقات مثل حبّ الأخوة، المشاركة، القيم الدينية والتعليمية وغيرها. تعرض الاستمارة الثالثة السلوكيات السلبية بحسب ظهورها في الحلقات مثل: المشاغبة، المقالب، الغش والخداع وغيرها من السلوكيات.

تعرض الاستمارات اللاحقة لاستمارة السلوكيات السلبية، استمارة الأدوار الاجتماعية وتنقسم إلى أربع استمارات متعلّقة بالأدوار الاجتماعية أولها الأدوار المتعلّقة بالأم وكيفية تسليط الضوء عليها من خلال القناة مثل إظهارها بالعنصر المخيف في التريبة والصورة النمطية التي تُظهرها الحلقات كالعنصر المخيف في التريبة مقارنةً

بالأب وحساسية المشاعر -انظر الجدول رقم (5-19) استمارة أخرى تعرض الأدوار الاجتماعية للابنة الوحيدة "إيمان" وتحصُر الأدوار التي ظهرت بها إيمان أثناء تصوير البرنامج مثل حساسية المشاعر، سهولة الاستفزاز والضعف الجسدي والقيام بالأمر المضحكة - انظر الجدول رقم (5-20)، أما آخر استمارتين تحلّل الأدوار الاجتماعية للأب وتمّ تقسيمها على جزئين لكثرة المفاهيم التي ترغب الباحثتان في تغطيتها فيما يتعلّق بالأب الذي يعتبر العنصر الأساسي وصاحب فكرة قناة عائلة مشيّع، وتظهر في هذه الاستمارة عديد من الأدوار كالتواجد الدائم، ظهور الأب بصورة غير واقعية، تصميم المقالب والصورة النمطية الذكورية مثل قوة الجسد وإظهار الأبناء الذكور بصورة الأبطال الخارقين.

وصف عينة الدراسة :

قامت الباحثتان باختيار 30 حلقة من قناة عائلة مشيّع لإخضاعها لتحليل المحتوى النوعي وفقاً للمؤشرات والقيم التي تمّ الحصول عليها من خلال نتائج الاستبانة في الجزء الكمي (Qutub & Muhammad, 2022).

في الدراسة الحالية تمّ تحليل (30) حلقة عُرضت في الفترة الزمنية من شهر يناير (2019) وحتى شهر ديسمبر (2020)، مقسّمة إلى (15) حلقة من كل سنة، وقد اعتمدت الدراسة على اختيار أعلى الحلقات مشاهدةً في هاتين السنتين - كما يظهر في الجدول رقم (2) - واستخدام الحلقات المُختارة لتحليل المحتوى المعروف في قناة عائلة مشيّع.

قناة عائلة مشيّع:

محمد سعيد مشيّع الغامدي سعودي الجنسية من مواليد أبريل 1982، ولد في مدينة برايتون جنوب بريطانيا، تخرّج مشيّع من جامعة برايتون بتخصّص هندسة البرمجيات، أصبح بعدها مستشاراً تقنياً في قطاع البنوك، انتقل للعيش في مدينة لندن في المملكة المتّحدة وتزوّج بعام 2007 وأنجب أربعة أطفال جميعهم من مواليد مدينة برايتون وهم أنس (مواليد 2008)، وإيمان (مواليد 2010)، ويوسف (2014)، وجاد (2019) (ويكيبيديا، 2022)



الصورة رقم (1): عائلة مشيّع.

ابتدأ مشيّع في اليوتيوب في عام 2007 وكانت له محاولات في إنشاء قنوات تعليمية لتعليم اللغة العربية باللغة الانجليزية، بالإضافة إلى قناة تعليم التصميم والبرمجة

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

إلا أن هذه المحاولات لم تلقَ رواجاً كبيراً حتى بدأ (قناته) الرئيسية في ديسمبر 2010، تحوي القناة على (16,302,063,498) مشترك، انظر الصورة رقم (1) (Mmoshaya About mmoshaya).

نستعرض لكم أدناه جدول تعريفي يحتوي أسماء الثلاثين حلقة تحت التحليل، تاريخ عرض الحلقة، عدد الإعجابات، مدة الحلقة وعدد المشاهدات:

جدول رقم (1): حلقات برنامج عائلة مُشيع الأعلى مشاهدة في سنتي 2019-2020

حلقات برنامج عائلة مُشيع الأعلى مشاهدة في سنتي 2019 – 2020

السنة	اسم الحلقة	تاريخ عرض الحلقة	Like	Dislike	مدة الحلقة	المشاهدات
2019	1. هذه كانت فكرة ماما	20 فبراير	468 K	62K	12,33 Min	45,090,951
	2. كيف عملت هذه الحركة !!!	12 مارس	436 K	80K	10,15 Min	74,656,814
	3. لما جينا حلاق للبيت...	14 مارس	303 K	51K	12,04 Min	46,080,944
	4. ايش اللي صار في الحوش !!!	ابريل 29	305 K	47K	11,02 Min	36,185,181
	5. الأطفال استقبلوا الضيوف بمقالب!	20 مايو	651 K	142K	5,31Min	105,320,470
	6. الصغير يتعلم من إخوته!؟!	29 مايو	388 K	58K	5,21 Min	51,602,785
	7. جميع سككشات مشيع- الجزء 15	يونيو 5	438 K	69k	10,28Min	70,698,971
	8. كل هذا الجنان عشان...!؟!	15 يونيو	926 K	182 K	6,44 Min	163,328,165
	9. إيمان هي الدعسوقة مير اكبولوس!!!	29 يونيو	502 K	102 K	6,03 Min	75,728,369
	10. تغلبوا على التحديات بسبب...!؟!	6 يوليو	353 K	44 K	7,00 Min	40,675,897
	11. أخوهم انحبس في أسوأ مكان !!!	24 أغسطس	450 K	68 K	4,50 Min	60,543,709
	12. الولد اضطر يسيطر على الوضع!	31 أغسطس	289 K	50 K	6,08 Min	41,395,461
	13. تجمد العملاق أمام الصغار	19 أكتوبر	343 K	57 K	3,13 Min	56,106,389
	14. مشاكل لا تنتهي في البيت!	2 نوفمبر	308 K	36 K	10,07 Min	36,108,252
	15. نزحها من يدها وانتقمت منه!!!	7 ديسمبر	260 K	49 K	10,08 Min	45,560,780
2020	1. جميع سككشات مشيع-الجزء 17	4 يناير	390 K	69 K	010,0 Min	56,975,706
	2. الأم انخدعت والاب ماله دخل	4 فبراير	290 K	45 K	4,00 Min	40,845,265

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

السنة	اسم الحلقة	تاريخ عرض الحلقة	Like	Dislike	مدة الحلقة	المشاهدات
	3. ايش أبوهم سوى فيهم!!!	22 فبراير	232 K	35 K	10,01 Min	29,304,822
	4. مخيف اللي صار!	29 فبراير	426 K	93 K	4,47 Min	80,605,100
	5. الوضع يحتاج سيطرة	24 مارس	357 K	46 K	010,0 Min	43,108,423
	6. مشكلة الصافرة السحرية	31 مارس	347 K	72 K	3,54 Min	60,694,614
	7. تركت طفلتها عند باب بيتنا!	4 ابريل	242 K	34 K	10,04 Min	25,229,853
	8. جميع سككشات مشيع-الجزء 18	20 ابريل	4,1 K	74 K	10,11 Min	63,146,429
	9. كان يخبئي في النولاب يعمل ايش!!!؟	14 مايو	314 K	40 K	5,55 Min	34,618,471
	10. جنية الأسنان طلعت وحشة	10 يونيو	384 K	67 K	3,55 Min	61,390,816
	11. خسر كل الاحترام من الأطفال	23 يونيو	367 K	47 K	4,32 Min	46,659,574
	12. القراولة صار عمرها عشرة!!!	27 يونيو	750 K	150 K	10,0 Min	115,163,953
	13. ايش كانت مشكاتها!؟	30 يونيو	317K	69 K	4,56 Min	32,639,540
	14. سبب هذه المفاجأة!؟	11 يوليو	456 K	62 K	3 Min05,	57,529,937
	15. فقعتها وهو بداخلها	18 يوليو	317 K	35 K	010,0 Min	34,961,863

ملحوظة: في نوفمبر 2021 قامت منصة يوتيوب بإلغاء خاصية (Dislike) ولذلك الأرقام الموجودة في الجدول أرقام تم سحبها أثناء عملية التحليل الأولية عندما كانت خاصية "عدم الإعجاب" لاتزال متاحة في منصة يوتيوب. ومن الجدير بالذكر أن تجربة إخفاء نسبة "عدم الإعجاب" تعد خطوة من اليوتيوب للحد من الكراهية والهجوم الذي يشهده بعض الجماهير على بعض صناعات المحتوى وخاصة صغار السن منهم، حيث وصفت يوتيوب زر "عدم الإعجاب" وكأنه تعبير عن الكراهية علناً. بينما يستطيع صانع المحتوى الاطلاع على عدم الإعجاب عن طريق YouTube Studio (Burke,2021).

النتائج

نستعرض فيما يأتي جداول الاستثمارات التي تم استخدامها لتحليل الحلقات تحت الدراسة، حيث تم تقسيم الاستثمارات إلى عدة أقسام كالتالي:

- الاستثمار الأولى: القيم الإيجابية.
- الاستثمار الثانية: السلوكيات السلبية
- الاستثمار الثالثة: الأدوار الاجتماعية المتعلقة بالأم.
- الاستثمار الرابعة: الأدوار الاجتماعية المتعلقة بإيمان.
- الاستثمار الخامسة: الأدوار الاجتماعية المتعلقة بالأب الجزء الأول.
- الاستثمار السادسة: الأدوار الاجتماعية المتعلقة بالأب الجزء الثاني.

الجدول رقم (2) استثمار السلوكيات/القيم الإيجابية.

القيمة	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور السلوك الإيجابي في الحلقة
1- الصلاة	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	تظهر إيمان برداء الصلاة
2- الاستئذان	1	سبب هذه المفاجأة؟!	إيمان ليوسف: "قول لوسمحت"
3- حب الإخوة	1	كان يختبئ في الدولار يعمل ايش!!؟	شهر رمضان وظهور الأطفال في مشاهد كثيرة وهم يفعلون قيمة المشاركة وحب الإخوة وذلك بحسب نصيحة الأب: انتكروا! خليكم طيبين مع بعض".
	2	سبب هذه المفاجأة؟!	إيمان تصنع فئول ليوسف أنس يصنع عصير ليوسف
	1	جميع سكتشات مشيع - الجزء (17)	سكتش الأخ الصغير: ترفض إيمان مشاركة يوسف، وفي الأخير تعتذر له بقطعة شوكولاته
4- المشاركة	1	الولد اضطر يسيطر على الوضع!	يمنع المسلسل أنس من Big Hero إعلان مسلسل الانتقام من يوسف ويعلمه المشاركة وحب الأخوة.
	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	يصنع يوسف كعكة ويشارك إخوته في تناولها
	3	كان يختبئ في الدولار يعمل ايش!!؟	أنشطة رمضان العائلية
	3	كل هذا الجنان عشان...؟!؟!!	لوتيفا اندومي لازم تشارك من الأشياء الي تحبها وتتكزز الجملة في 3 مشاهد.
	2	ايش اللي صار في الحوش!!!	مشهد مشاركة لابتوب أنس-مشهد ليغوإيمان- يوسف والبرنجلز.
	1	الصغير يتعلم من إخوته؟!؟!!	تفوز إيمان وتشارك المال مع إخوتها لأنهم غضبوا.
	1	الولد اضطر يسيطر على الوضع!	بداية الحلقة الأخوة يشاهدون التلفاز سوية
5- قيم دينية	3	كان يختبئ في الدولار يعمل ايش!!؟	يمنع المسلسل أنس من Big Hero إعلان مسلسل الانتقام من يوسف ويعلمه المشاركة وحب الأخوة.
	1	سبب هذه المفاجأة؟!	افتتاحية الحلقة (رمضان هنا) الرسالة: قيمة الكرم تظهر في التعاملات بين الأخوة الأب: "في رمضان لازم تكونوا كرماء مع بعض"
	1	سبب هذه المفاجأة؟!	ذكر (بسم الله) عند شرب العصير

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

القيمة	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور السلوك الإيجابي في الحلقة
	2	الوضع يحتاج سيطرة!	يوسف بالانجليزي: "عندما تكون طيبين مع الأم والأب ندخل الجنة" نقول شكراً لأخواننا
6- الأثر السلبي لاستخدام التكنولوجيا	1	ايش أبوهم سوى فيهم؟	الأب يعرض للأطفال صور أطفال من الواقع تُظهر تضرر أعينهم بعد استخدام الجوال لفترة طويلة
	1	مشاكل لا تنتهي في البيت!	الأب يخفي كاميرا في غرفة إيمان لأنه يشك أنها تستيقظ لتلعب بالأبياد، وينصح ذلك فعلاً ويقرر حرمانها من الأبياد وإعطاء نصيحة للمتابعين بعدم عمل تصرف إيمان.
7- تطبيق الإجراءات الاحترازية (فايروس كورونا)	3	كان يختبئ في الدولار يعمل ايش!!؟	تكرار الأب لجمل مثل: "نقضي لرمضان، لكن لازم نقعد في البيت لسلامتنا"، "تشتري ملايس جديدة- لكن لازم نقعد في البيت لسلامتنا"، "نفطر بأمان واحنا قاعدين في البيت"
	1	مخيف اللي صار	إعلان صابون لايف بوي وطريقة غسل اليدين
8- احترام الكبير	2	سبب هذه المفاجأة؟!	الأطفال: بابا ياكل الفشار أولاً، ويشرب العصير أولاً
	1	سبب هذه المفاجأة؟!	الأب: "رتبوا البيت عشان أعملكم بيتزا"
9- ترتيب وتنظيم المنزل	1	الوضع يحتاج سيطرة!	إيمان ايش هذه الكركية؟
	1	الصغير يتعلم من إخوته؟!!	إعلان فلم كرتون (أصدقاء الجراء) وقصة مشابهة تبدأ باقتراح أنس على إخوته ترتيب المنزل.
10- قيم تعليمية	1	الوضع يحتاج سيطرة!	استعراض لعبة أعضاء الجسم التعليمية
	1	جميع سكتشات مشيع - الجزء 15	وحش في الصلاة: يكذب الأطفال الثلاثة ونتيجة لكذبهم لا يصدقهم الأب عندما يظهر كائن غريب في الصلاة (الكذب المتكرر يجعل الطرف الآخر لا يصدق).

من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (٢) والذي يتعلّق بالقيم الإيجابية الواردة في الحلقات؛ يتضح بأن قيمة المشاركة هي أعلى القيم تكراراً في الثلاثون حلقة تحت الدراسة، حيث تكررّت القيمة في (11) مشهداً في سيناريوهات مختلفة، ويجدر الذكر بأن مشاهد مشاركة الطّعام بين الإخوة هي أكثر أشكال المشاركة ظهوراً في الحلقات. في حلقة "كل هذا الجنان عشان...؟!!" والتي حصدت 795 إعجاباً، يقوم الأب مشيّع بحث أطفاله على المشاركة عن طريق تكرار جملة: "لو تبغوا اندومي اتعلموا تشاركوا" أو "راح أعطيكم اندومي لو اثبتوا إنكم تقدرنا تشاركوا" وتكررت الجمل السابقة في أكثر من سياق يتعلّق بالمشاركة، مثل مشاركة الألعاب، الأجهزة الإلكترونية والطعام، من الجدير بالذكر أن التوجيه بأهميّة المشاركة عن طريق نُطق الجمل المباشرة، لم يظهر فقط عن طريق الأب، ولكن استخدمه الإخوة أيضاً في التعامل مع بعضهم البعض.

على سبيل المثال مشهد تم عرضه في حلقة "الولد اضطر يسيطر على الوضع" -إعلان لقناة ديزني- تمّت الإشارة إلى المشاركة عن طريق ربطها بأحد أبطال البرامج الكارتونية المُعلن عنها، في مشهد يظهر يوسف وهو يسرق شوكلاتة أنس فيفكر أنس في الانتقام لتأتي الشخصية الكارتونية إلى الواقع وتنصحه بعدم الانتقام وتعليمه المشاركة، تنتهي الحلقة بمشهد يقوم به أنس بتقديم النصيحة بشكل مباشر لأخيه: "إذا تبغا بسكوت ثاني أسأل وأنا أعطيك، بس مو كوييس تأخذ بدون ما تسأل" يقوم يوسف

بالاعتذار لأخيه وينتهي المشهد، في مشهد آخر تتصح إيمان يوسف مجدداً بالمشاركة بقولها "المشاركة حلوة وممكن تستمتع أكثر إذا لعبنا مع بعض".

لاحظت الباحثان أن قيمة حبّ الإخوة التي ظهرت بتكرار (5) مشاهد في الحلقات؛ تقاطعت جميعها مع قيمة المشاركة، فحب الإخوة ظهر بشكل مشاركة الألعاب، الطّعام ومشاهدة التلفزيون.

وتقديم المحتوى المفيد في قناة عائلة مشيخ يضيف بُعداً إيجابياً للحلقات، إلا أن القيم المذكورة أعلاه يتم تقديمها للطفل عن طريق ربطها بالتعرّض لبرامج كارتونية معينة وبالتالي فإن اقتداء الأطفال بالقيم التي تتضمنها أفلام كارتون قد يعتبرها بعض أولياء الأمور محقّرة للأطفال لقضاء وقت أطول في مشاهدة التلفاز والتعرّض لأفلام الكارتون لاكتساب قيماً إيجابية، في حين أن الطفل يُمكن أن يكتسب قيماً إيجابية من خلال تفاعله مع أفراد الأسرة أو من خلال التعليم في المدرسة باعتبارها الوسيلة الأفضل لاكتساب المبادئ والقيم مقارنة بما تعرضه الشاشات. أما بالحديث عن تكرار مشاهد المشاركة والجُمْل التي يتم استخدامها للتحفيز على المشاركة بين الإخوة في الحلقة التي تعلن لمنهج "اندومي" فيمكن القول بأن بعض الحلقات الإعلانية للمنتجات غير الصحيّة، تميل إلى ربط المنتجات غير المحبّذة لأولياء الأمور بقدرة هذه المنتجات على تطوير سلوكيات إيجابية لدى الأطفال، حيث أن أولياء أمور الأطفال لا يفضلون تناول أطفالهم "اللاندومي" باعتبارها طعاماً غير صحياً، وفي المقابل قامت الأسرة في برنامج عائلة مشيخ بإدخال قيم إيجابية إلى المشاهد المعروضة لجعل أكل الاندومي يعود بالفائدة على الطفل، فتظهر اندومي في (4) مشاهد مختلفة في حلقة " كل هذا الجنان عشان...؟!!" على شكل مكافئة يقدّمها الأب للأطفال عند القيام بالسلوكيات المرغوبة مثل مشاركة الألعاب مع الإخوة، أو طاعة الوالدين وتنفيذ أوامرهما.

وتجدر الإشارة إلى تضمين العديد من المشاهد الدينية في الحلقات، ممّا يمثّل قيمة إيجابية للمحتوى المعروض، فظهرت القيم الدينية في (6) مشاهد، تكرر أغلبها في شهر رمضان المبارك، حيث ركزت الأسرة على ضرورة تفعيل الأخلاق الحميدة خاصة خلال هذا الشهر الفضيل وذلك عن طريق رسالة مباشرة يوجّهها الأب لأبنائه في بداية حلقة "كان يختبئ في الدولاب يعمل ايش؟!؟ تبدأ الحلقة بصوت الأب وهو يقول: (رمضان هنا) ليجمع الأطفال ويبدأ الأب بتقديم نصائح متعلّقة بـرمضان مثل " في رمضان يجب أن تكونوا كرماء أكثر مع الآخرين، لا بد أن تكونوا لطيفين مع بعضكم البعض، تقديم الطّعام للإخوة على سفرة الإفطار، ذكر اسم الله قبل البدء بالطّعام، وتفعيل المشاركة".

واستمراراً بالحديث عن القيم الدينيّة الظاهرة في الحلقات إلى الجدول أعلاه تمّت الإشارة إلى البر بالوالدين في مشهد قصير يجمع يوسف بالأب، فيقول يوسف للأب باللغة الانجليزية: سوف تدخل الجنة إذا كنت طيب مع الأم والأب، يترجم الأب حديث يوسف ويشيد به وينتهي المشهد.

قيمة أخرى ظهرت في الحلقات المعروضة في فترة الحجر المنزلي في شهري فبراير وماي 2020 بسبب جائحة كورونا، وهي تطبيق الإجراءات الاحترازية حيث عرضت الحلقة ممارسات منزلية متعلقة بالإجراءات الاحترازية وفترة الحظر المنزلي، مثل:

- التنبيه على أهمية المكوث في المنزل للحفاظ على السلامة وتكرار جملة " لا بد من الجلوس في المنزل لسلامتنا".
- ضرورة غسل اليدين جيداً قبل وبعد الطعام والأنشطة المنزلية التي يقوم بها الأطفال.
- الإشارة إلى عدم إمكانية الذهاب للمطاعم بسبب الحجر المنزلي، ولكن يمكن لأي أسرة إقامة مطعم افتراضي في المنزل ومشاركة الأسرة متعة القيام بهذه التجربة المنزلية. وظهر ذلك في حلقة "كان يختبئ في الدولاب يعمل إيش!!؟".
- الإشارة إلى إمكانية التسوق الإلكتروني بسبب إغلاق الأسواق التجارية.
- التوعية بعدم الحاجة إلى الإسراف واستخدام كمية كبيرة من الصابون للتعقيم وإنما كمية قليلة قادرة على القيام بالتعقيم اللازم.
- تعليم الأطفال طريقة غسل اليدين الصحيحة.

بالإشارة إلى القيم المذكورة أعلاه، يمكن القول بأن الحلقات تحت الدراسة تعرض العديد من القيم الإيجابية التي تُسهم في غرس المبادئ الحميدة وصقل المهارات الحياتية لدى الأطفال المتعرضين للقناة، وذلك يتفق مع دراسة حسروميا (2018)، التي أثبتت فاعلية منصة اليوتيوب في تعليم الأطفال قيماً إيجابية مثل ترديد المفردات الجديدة التي يتم تكرارها بالإضافة إلى تحفيز المهارات الحياتية للطفل ومساعدته على الانطلاق والتعلم.

وتجدر الإشارة إلى أن صدور الممارسات الإيجابية من المشاهير المفضلين لدى الأطفال، يجعلهم أكثر ميلاً للاقتداء بهم؛ لارتباطهم الوجداني بالمشاهير ورغبتهم بتقليدهم وهذا ما يتفق مع دراسة ويستنبرغ (2016)، التي أكدت أن المشاهدين يرون بأن مشاهير اليوتيوب أكثر واقعية وقرباً من المشاهير التقليديين؛ لأنهم يتابعونهم بشكل يومي، وهم بذلك أكبر قابلية لتقليدهم والاحتذاء بهم.

الجدول رقم (3) استمارة السلوكيات السلبية.

القيمة	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور السلوك الإيجابي في الحلقة
1- السلوك الاستهلاكي	2	الفراولة صار عمرها عشرة!!!	يذكر الأب في المقطع أنهم يقومون بعمل حفلتين عيد ميلاد لكل طفل: حفلة في المنزل مع الأصدقاء وحفلة مع العائلة في بيت الأجداد(بدون تصوير)
	2	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	(يوسف يطلب الشوكولاته)+الحلويات في الأكواريوم
	1	كان يختبئ في الدولاب يعمل ايش!!!؟	يوسف يختبئ في الدولاب يأكل شوكولاته

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

وصف ظهور السلوك الإيجابي في الحلقة	اسم الحلقة	التكرار	القيمة	
في حفلة عيد ميلاد إيمان جميع الأطعمة غير صحية (توزيعات للضيوف عبارة عن حلويات وشوكولاتات)	الفراولة صار عمرها عشرة!!!	3		
سكتش وحش في الصلاة: يوسف: موأنا اكلت كل الشوكولاتة هذا أنس. والأب يعطيه المزيد من الشوكولاتة.	جميع سكتشات مشيع - (15)	1		
يذهب الأطفال لمتجر (تويز أر أص) يغضب يوسف لعدم شراء الأب لعبة له ويعلق الأب على غضب الابن: "تري ما بيتمثل من جد! اشتريت له هذه الأشياء من أول".	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	1	طلب الهدايا والألعاب	
تجربة المياه الغازية و(50) ريالاً.	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	1	2-الرهان	
"العبة الحوش" والتحديات/كعب الدقيق/أكل البصل	ايش اللي صار في الحوش!!!	1	3-التحديات	
الأب: "يوسف اليس ملايسك الآن راح يجوا الضيوف" أنس: "لا ما ابغا" ويقوم بعمل مشاغبات ويقرر الأب عمل تحدي ليس الملايس والجائزة اندومي.	تغلبوا على التحديات بسبب...؟!!	1		
الأب يحاول إيقاظ إيمان ولا تستيقظ إلا عندما يهمس في إذنها: "إيمان جوالك يتصل بك تك توك تك توك!" تستيقظ إيمان وتقوم بتأدية رقصة تك توك بلا وعي.	ايش كانت مشكلتها!؟	1	4-تحفيز استخدام سوشيل ميديا	
إعلان حامل أجهزة جوال يظهر الأبناء يستخدمه في مشاهد مختلفة أثناء اللعب وقبل النوم	نزعها من يدها وانتقمت منه!!!	3		
يوسف يحمل ألعاب بالانترنت والأب مستاء.	أخوهم انحبس في أسوأ مكان!!!	1		
سكتش اقتعوه: الأطفال يتعاملون بلطف مع الأب ويتعجب الأب: ماذا تريدون؟ أكيد يوجد سبب! يقولون نحبك فقط. ويتضح في آخر المقطع أنهم لطيفين لأنهم يريدون طلب لعبة أونلاين!/مناقشة مشكلة عائلية عن طريق سناپ شات وهم في المنزل.	جميع سكتشات مشيع - 15	4		
كعب السلام على الأب في تحدي الحوش	ايش اللي صار في الحوش!!!	2	أ-عدم احترام الأب	5-عدم الاحترام
مقالب السماش اب المغلقة والعنكبوتة ويوسف stupid يعلق	كيف عملت هذه الحركة!!!	1		
يقوم الأطفال بتجميد الأب باستخدام الريموت السحري ورميه في المسبح./الأطفال: "غشيناك! الريموت بس يشتغل عليك" وقاموا بدفعه في المسبح.	تجمد العملاق امام الصغار	2		
سكتش وحش في الصلاة: مقلب أنس في الأب لكي يستخدم لابتوب الأب./إيمان تمثل بأنها لا تستطيع المشي.يوسف يكذب: "موأنا اكلت كل الشوكولاتة هذا أنس"سكتش مدير كبير: الأطفال يجعلوا المدير يرى الأب وهو يلعب.	جميع سكتشات مشيع - 15	3		
سكب ماء لإيقاظ إيمان	ايش كانت مشكلتها!؟	1	ب-عدم احترام الأخوة	
مقلب أنس في إيمان ورمي رسوماتها في المسبح	تركت طفلتها عند باب بيتنا	5		
مقطع الضيوف: أخذ أموالهم في بداية المقطع، ورد الأب غير الرادع للأطفال(ضحك واستمرار في اللعبة)	جميع سكتشات مشيع - 17	1	ج-عدم احترام الضيوف	
مقابل مستمرة في الضيوف	لما جينا حلاق للبيت...	3		

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

القيمة	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور السلوك الإيجابي في الحلقة
6- السرقة	1	جنية الأسنان طلعت وحشة	يقوم يوسف بسرقة أسنان أنس حتى يضعها تحت الوسادة ويحصل على المال من جنية الأسنان قائلاً: I'm going to be rich
	1	مشكلة الصافرة السحرية	الصافرة السحرية تمكن يوسف من سرقة إيمان
7- الكذب	1	سبب هذه المفاجأة!؟	عدم التنظيف وتخبيئة الألعاب تحت السجاد لإيهام الأهل بأن المنزل نظيف.
	1	مخيف اللي صار!	كذب أنس بأنه قام بغسل يديه
	3	جميع سكتشات مشيع - 15	سكتش وحش في الصلاة: مقلب أنس في الأب(فيه أحد يدق الباب) لكي يستخدم لابتوب الأب. إيمان تمثل لاتستطيع المشي. يوسف: موأنا اكلت كل الشوكولاتة هذا أنس.
8- المشاغبة	1	مخيف اللي صار!	أنس يسكب (5) عيوات في البانيو، يضحك الأب ويلق: "ما يحتاج كل nice bubbly, so nice ويقول: هذا الصابون حتى تحمي نفسك من الجراثيم".
	1	جميع سكتشات مشيع-18	سكتش الأوامر: يوسف يرمي الأوراق وإيمان تنظف
	1	جميع سكتشات مشيع - 17	سكتش الإقناع: إقناع الأب بشراء الألعاب عن طريق البكاء وإحراج الأب في محل الألعاب
	1	أخوهم انحبس في أسوأ مكان!!!	لعبة الغمضة والاختباء في أماكن خاطئة/نزول الدرج بالعكس/الحديث مع الغرباء في الإنترنت.
	1	كيف عملت هذه الحركة!!!	يوسف يقوم بعض أنس أثناء اللعب
	1	تغلبوا على التحديات بسبب...!؟!	يوسف يرفض ارتداء ملابس يقوم بعمل مشاغبات ويقرر الأب عمل تحدي الملابس والجائزة اندومي
	3	مشاكل لا تنتهي في البيت!	الأطفال يشاغبون ويساعد تطبيق(جوجل ديو) في تهدئتهم/فوضى في المشهد وركض في أرجاء المنزل/الأب يلق: "لاتعلموا جاد الشقاوة قاعد يشوفكم"
	1	خسر كل الاحترام من الأطفال	الأطفال يقومون بعمل مشاغبة
	10	لما جينا حلاق للبيت...	الحلقة بالكامل مشاغبة ومقالب
9-الفتنة	2	جميع سكتشات مشيع -18	سكتش وقت الدراسة: "Anas on his phone يوسف: بابا إيمان: بابا: "أنس على الأبياد"
10- سلوكيات مقرزة	2	خسر كل الاحترام من الأطفال	جعل الرجل العجوز الأطفال يلكوا قدميه، وردة فعل الأطفال المشمزة./العجوز يتجشأ بعد شرب البيبسي.
	2	جنية الأسنان طلعت وحشة	قيام جنية الأسنان بأكل أسنان الأطفال
11-الغش والخداع	3	خسر كل الاحترام من الأطفال	قام العجوز بالغش أثناء اللعب مع الأطفال (3) مرات.
	1	جميع سكتشات مشيع -17	سكتش الضيوف: الأب يخاطب أطفاله: "خدعتوا الضيوف مرة تانية"

القيمة	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور السلوك الإيجابي في الحلقة
	4	الأم انخدعت والأب ماله دخل	فكرة أن بسكويت ديمة يمكن من خداع الطرف الآخر تكرر في (4) مشاهد (الحلقة إعلان بسكويت ديمة).
	3	جميع سكتشات مشيع-18	سكتش وقت الدراسة: أنس ينجح في خداع الأب (3) مرات بتخبئة الأجهزة الإلكترونية.
	3	جميع سكتشات مشيع-15	سكتش اقنعوه: الأطفال يتعاملون بلطف مع الأب ويتعجب الأب: أكيد يوجد سبب! يقولون لا نحبك فقط ويتضح لاحقاً أنهم يريدون طلب لعبة أونلاين!
12-البخل وعدم المشاركة	1	كل هذا الجنان عشان...؟!!	يأخذ أنس آخر اندومي في المطبخ ويقول اشاركها مع يوسف وإيمان أو اكلها لحالي؟ ويقرر يأكلها لوحده.
	1	الولد اضطر بيسيطر على الوضع!	يوسف يأكل شوكولاتة أنس ويختبئ تحت الكتب.

من خلال تحليل الباحثان للجدول رقم (3) والذي يحلل السلوكيات التي عرضتها الحلقات الأعلى مشاهدة ما بين عامي (2019-2020)، يُلاحظ وجود مجموعة من السلوكيات السلبية التي تعرضها القناة، وبالحديث عن هذه السلوكيات يتضح بأن أغلبها تحدث بدافع اللعب والتسلية داخل المنزل وبمساعدة الأب في أغلب الأحيان، حيث أن سلوك مثل المشاغبة وتحديد فترة الحجر المنزلي أثناء أزمة كورونا؛ تكرر بشكل أكبر داخل المنزل وظهر بشكل "التخريب" في (19) مشهداً. ظهر سلوك المشاغبة بأكثر من شكل في الحلقات، أكثرها تكراراً تخريب المنزل أثناء لعب الأطفال، عمل التحدييات أو تصوير السكتشات بصحبة الأب، ثاني أكثر أشكال المشاغبة تكراراً هي المقالب والتي سنأتي على ذكرها لاحقاً بالتفصيل في التعليق على جدول رقم (5-22)، الذي يحلل الأدوار الاجتماعية للأب وتتناول به سلوك المقالب وأبعاده النفسية وكيفية تحفيز (مشيع) لأبنائه على تطبيق المقالب في الآخرين وتخصيص قناة منفردة لعرض محتوى المقالب بالإضافة لعرضها في قناته الرئيسية.

يأتي سلوك عدم الاحترام للآخرين كثاني أعلى السلوكيات تكراراً بعدد (15) مشهداً في الحلقات، يظهر معظمها على شكل ممارسة المقالب؛ لأن نوعية المقالب المعروضة في معظمها تعتمد على إحراج الآخرين أو التقليل من شأنهم، كما تظهر سلوكيات عدم الاحترام أيضاً على شكل اللعب أو المزاح مثل دمج السحر بالواقع عن طريق استخدام أدوات سحرية "خيالية" تستطيع التحكم في الإخوة والوالدين.

حصد سلوك "الغش والخداع" ثالث أعلى السلوكيات تكراراً في الحلقات المختارة وذلك بمُجمَل (14) مشهداً في حلقات متعددة، ظهرت هذه القيمة في الحلقات بشكل أكبر أثناء اللعب، سواءً لعب الأخوة مع بعضهم البعض، اللعب مع الأب أو الضيوف الذين يقومون بزيارتهم في المنزل، وذلك عن طريق الغش في قوانين الألعاب بهدف الفوز.

ظهر الخداع أيضاً في الحلقات التي احتوت على السحر والقوى الخارقة التي تمكن الأطفال من التلاعب وخداع الأهل للقيام بالأمر الممنوعة وذلك عن طريق

تجميدهم بالقوى السحرية الافتراضية أو عن طريق إطعامهم بعض الطّعام السحري الذي يجعلهم يوافقون على كل ما يطلبه الأطفال مثل بسكويت ديمة السحري الذي أطلق عليه الأطفال اسم "بسكويت تحقيق الأمنيات".

بالإضافة إلى ذلك، قام الأطفال في برنامج عائلة مشيّع بممارسة سلوك الخداع في القيام بالتودّد للأب لتحقيق مصلحة؛ فيقوم الأطفال بخدمة الأب فيتعجّب الأب ويستنقصر عن سبب المعاملة اللطيفة على غير العادة؛ ليجيب الأطفال بأنهم يحبّون والدهم وهذا هو سبب معاملتهم الطيبة ويتّضح في آخر المشهد بأن هذه المعاملة كانت فقط لموافقة الأب على شراء لعبة عن طريق الانترنت. ولا شكّ في أن تعرّض الأطفال لمثل هذا السيناريو، أثر سلبي على التعامل مع والديهم وذلك لاقتران طاعة الوالدين بتحقيق المصلحة الشخصية وليس بدافع برّ الوالدين أو الإحسان غير المشروط.

وأخيراً تجدر الإشارة إلى أن الأب (مشيّع) يعرّز بعض السمات أو السلوكيات التي يقوم بها أبناؤه، وذلك عن طريق استخدام هذه الممارسات لصناعة محتوى يوتيوبي متنوّع؛ على سبيل المثال يقوم الأب بالاستفادة من كثرة استخدام إيمان لتطبيق "تك توك" لعمل مشاهد تحفّز بعض السلوكيات بجانبها الإيجابي أو السلبي، ففي مشهد تظهر إيمان نائمة ولا تستطيع الإفاقة ويحاول الأب إيقاظها لتناول "عسل رشوف" - محتوى إعلاني- لكي تشعر بالنشاط، ولكن لا تستيقظ إيمان إلا عندما يهمس الأب في أذنها تك توك، تك توك!! ففي المثال المذكور يستخدم الأب السلوك السلبي (إدمان إيمان لمنصّة تك توك) لتعزيز سلوك إيجابي وهو تناول العسل.

كما يقوم (مشيّع) بتسليط الضوء بشكل متكرّر على إدمان يوسف لأكل الشوكولاتة وبالتالي استخدامها كوسيلة كوميدية داعمة للمشاهد، مثلاً على ذلك تعزيز قيمة المشاركة وحب الإخوة، يظهر ذلك في إحدى الحلقات بأن يقوم يوسف بسرقة قطعة شوكولاتة من أنس، وعندما يقوم أنس برؤيته يقول: لست مضطراً أن تأخذ دون علمي! تستطيع أن تستأذن وسأقوم بمشاركتك، وفي ذلك تعزيز لفكرة الاستئذان من الآخرين حتى عند الرّغبة الشديدة في امتلاك ما يمتلكه الآخرون.

على الصّعيد الآخر يستخدم الأب فكرة حب يوسف المفرد للشوكولاتة لتعزيز قيمة سلبية بشكل غير مقصود، فعلى سبيل المثال لكي يتم إقناع يوسف بعمل شيء إيجابي يقوم الأب بإغرائه بقطعة شوكولاتة، بينما يستطيع الأب استخدام وسائل أخرى لإقناع الابن مثل تعزيز الجانب الديني الذي يحثّ على طاعة الوالدين واكتساب الأجر جزاء تطبيق أوامرهما.

بالنّظر إلى تحليل الجدول أعلاه ومقارنة النتائج بالجزء الكمي من الدراسة الحالية، يتّضح بأن برنامج عائلة مشيّع يؤثّر على سلوكيات الأطفال بنسبة كبيرة، حيث أبدى قرابة 75% من الأطفال رغبتهم بأن يصبحوا مشهورين أو يمتلكون قنوات يوتيوب خاصة بهم، كما أن قرابة ثلثين العينة أي ما يقارب 71% من الأطفال قاموا

بتقليد المقالب المعروضة في البرنامج مما يؤكد قدرة المحتوى المعروض على تغيير سلوكيات الأطفال ورغبتهم بالافتداء بما يقوم بفعله أطفال مشيع.

تتفق النتيجة السابقة مع دراسة (Yasaruglu, 2020)، التي أثبتت-من خلال وجهة نظر الآباء الذين يتعرّض أبنائهم لليوتيوب- بأن قرابة 17% من الأطفال يعتبرون اليوتيوبز قدوتهم في الحياة، ويعتبر معظم الآباء في الدراسة المذكورة عن قلقهم بسبب التناقض الذي يحدث عند مشاهدة الأطفال الكثيفة لليوتيوب؛ يظهر هذا التناقض تحديداً في إعادة تحديد الأولويات بالنسبة للأطفال ومعارضتها للأولويات التي يضعها الآباء لأبنائهم في محاولتهم لحفظ القيم والمبادئ العائلية، بشكل عام توصلت الدراسة المذكورة إلى عدم اعتقاد الآباء أن اليوتيوبز إضافة إيجابية على أطفالهم على جميع المقاييس.

سبب آخر يجعل الآباء ينظرون لليوتيوب على أنه سبب لحدوث تناقضات لدى الطفل وذلك لأن الأطفال والمراهقين يفضلون مشاهدة المحتويات التي تتربط مع الافكار الداخلية لديهم، وبطبيعة الحال فإن ما يفضله الأطفال لأنفسهم يختلف عما يفضله الآباء لأبنائهم (Preece, 2017).

كما يرى (Westenberg, 2016) بأن اليوتيوبز قد يسببون التصرف أمام الكاميرا، وبالنسبة للأطفال الذين يعتبرون سوء التصرف أو مخالفة القوانين أمراً مسلياً بحسب سماتهم العمرية؛ فإن مشاهدتهم للمحتوى غير المناسب يجعلهم يميلون لتقليدها وبالتالي الوقوع في الصراعات العائلية بين الأطفال وآبائهم.

الجدول رقم (٤) استمارة الأدوار الاجتماعية المتعلقة بالأم.

الدور	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور الدور في الحلقة
1- العنصر المخيف في التربية	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	استمر الأبناء في رد المقالب ولم يتوقفوا إلا عندما قام الأب بقول(ماما تقول وقفوا خلاص)
	1	الأم انخدعت والأب ماله دخل	الأم لإيمان: قومي رتبي غرفتك
	1	مشاكل لا تنتهي في البيت!	الأب: "عندي نشاط راح يعجبك يا يوسف بس ما راح يعجب ماما"(التلوين على الزجاج)
2-التهديد	1	مشاكل لا تنتهي في البيت!	أنس يشاغب والأب يقول: "ياويلك من ماما"
3-الاستهزاء بالأب	1	فقعها وهو بداخلها!!!	ردة فعل الأم على كتاب How to be a good husband ورمي الكتاب وإصابة الأب في رأسه
	4	هذه كانت فكرة ماما	الأم تعطي للأب تباسكو في تحدي الأكل/تقوم بجعل أنس يققع البالون فوق رأس الأب. تقوم باعطاء الأب رضاعة ويعلق الأب: "فضحتينا على اليوتيوب، هذي مفروض أحذفها ما"

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

وصف ظهور الدور في الحلقة	اسم الحلقة	التكرار	الدور	
أعطها يوتيوب إيش هذا فضيحة" تحدي الفلفل الحار يشعر الأب بالحرارة ويشرب الرضاعة.				
عندما ارتدت إيمان لبس الفراولة، يوسف علق: شكلك مثل ماما بالحجاب	الفراولة صار عمرها عشرة!!!	1	أ-التدئين	٤-صورة نمطية عن النسوية:
الأم في الخلفية تسأل يوسف: "من هو نوح <small>عليه السلام</small> ؟"	تركت طفلتها عند باب بيتنا	1		
الأب يقول للأبناء أحضرت لكم كتاب هدية: How to be a good wife الأم تعصب وترمي الكتب على راس الأب وتقول: You need a book, how to be a good husband.	فقعها وهو بداخلها!!!	1	ب-حساسية المشاعر	
كل الحلقة عن تحديات الطعام اسم التحدي: ايش في القم؟	كانت <small>☹️</small> هذي فكرة ماما	6	ج- مقال متعلقة بالطعام	
يظهر صوت الأم أثناء الاستمرار في المقال وهي تقول: "خلاص وقفوا".	تركت طفلتها عند باب بيتنا	1		
يتفق الأبناء على عمل مفاجأة للأب ويذهبون للأب التي تظهر من الخلف في المشهد ويظهر صوتها وهي تقول: "فكرة حلوة". وتظهر بعدها الأم في مشهدين بشكل غير واضح وهي تساعد الأبناء في صناعة دونات.	سبب هذه المفاجأة!؟	3	د- لا تظهر للجماهير	
ظهرت من الخلف أثناء لعب الأطفال في عيد الميلاد في (3) مشاهد.	الفراولة صار عمرها عشرة!!!	3		
ظهرت بشكل غير كامل في مشهد البسكويت والمال	الأم انخدعت والأب ما له دخل	1		
يقول الأب: "والله ماما ما طلعت سهلة (3) مرات"	هذه كانت <small>☹️</small> فكرة ماما	3	هـ- عدم المعرفة بالأمور المرحة مقارنة بالأب	
عنوان الحلقة يوحي بالاستخفاف بمستوى تفكير الأم.	الأم انخدعت والأب ما له دخل	1		

بالتعليق على الجدول رقم (٤) المتعلق بالأدوار الاجتماعية الخاصة بالأم وظهرها في الحلقات؛ يتضح بأن قيمة الصورة النمطية للنسوية "عدم الظهور للجماهير" أكثر القيم تكراراً في الحلقات، حيثُ الأم ظهرت في (6) حلقات من مجموع (30) حلقة. تجدر الإشارة إلى أن الأم لا تُشارك بالظهور المباشر أمام الكاميرا وإنما تظهر من خلف الكواليس عن طريق تصميمها لبعض الحلقات أو أن تقوم بالتحدث من



الصورة (7-5) من أشكال ظهور زوجة مشيِّع في القناة

وراء الكاميرا مع الأب أو الأبناء. في مشاهد نادرة تظهر الأم في الكاميرا من الخلف بشكل غير واضح وهي محجّبة، أو بتغطية وجهها بواسطة "إيموجي" انظر الصورة رقم (5-7) وقد أبدى (مشيِّع) رغبته بأن تظهر الأم أمام الكاميرا في إحدى الحلقات بشكل صريح وذلك حتى تُشاركهم التحديات التي يقومون بتصويرها.

إلا أن الأم لا ترغب

بالظهور ويحترم مشيِّع رغبته بذلك. كما تجدر الإشارة إلى أن أغلب المشاهد التي تظهر بها الأم تكررت في الحلقات التي عُرضت سنة 2020 فترة الحجر المنزلي مما يفسّر رغبة العائلة بإضفاء عنصر جديد للحلقات لزيادة عدد المشاهدات، حيث أن الأب يكرر جملة (ماما لا تريد الظهور في البرنامج) فإظهارها بشكل أكبر حتى وإن كان من خلف الكواليس يعتبر عامل جذب للمتابعين. ومن الجدير بالذكر أن العائلة الآن لديها مسلسل كرتوني يُعرض بشكل حلقات متسلسلة في قناة "سبيستون". وقام (مشيِّع) بشكل متكرّر -خلال وسائل التواصل الاجتماعي مثل سنابشات- من سؤال الجماهير عن الشخصية المتوقع ظهورها في آخر جزء لتأتي المفاجأة بظهور الأم كشخصية أساسية في المسلسل الكرتوني في آخر جزء يتم عرضه حالياً.

استكمالاً للحديث عن الصورة النمطية للنسوية، تكرّرت المشاهد التي تظهر بها الأم كشخص لا يتحلّى بالمتعة أو المغامرة مقارنة بالأب؛ ففي حلقة "هذه كانت فكرة ماما" عند تصميم مقالب الطّعام ينبهر الأب بقدرة الأم على تصميم محتوى يوتيوبي ممتع وساخر ويكرّر (3) مرّات "والله ماما ما طلّعت سهلة" بينما في نفس الحلقة يذكر الأب تعليق إحدى زملاء إيمان في المدرسة على والدها أحد الطّلاب في مدرستها قال أبوكي (مشيِّع) ويقول: "Cool".

قيمة أخرى ظهرت في مشهد واحد فقط وهي التلميح إلى حساسية المشاعر التي تتصف بها المرأة بالعادة، فيقوم الأم بعمل مقلب للأب بالاستعانة بالأبناء، يجمع الأب أبناءه ويقول: " اشتريت هدية لكم لكن أباكم انتوا تعطوها هي، الهدية كتاب كيف تكوني زوجة جيدة" يقوم الأبناء بإعطاء الهدية للأم فتعلق الأم باللغة الانجليزية: "أنا زوجة جيدة أنت من تحتاج كتاب كيف تكون زوج جيد" ويتم إظهار الترجمة في الشاشة، ترمي الام الكتاب فيصيب رأس الأب وينتهي المشهد بضحك جميع الأطراف انظر الصورة رقم (٢).



الصورة رقم (٢) ردّة فعل الأب تجاه مقلب كتاب: كيف تصبحين زوجة



الصورة رقم (٣) استجابات الأب في تحدي الأطفمة.

المشهد السابق يُظهر استغلال الأب للصورة النمطية المتعارف عليها عن طبيعة المرأة الحساسة في عمل مقلب بزوجته يعتمد في ذلك على استفزاز الزوجة فيما يتعلق بواجباتها كزوجة وأم، مما دفع الأم للاستجابة بردّة فعل غير متوقعة، تقودنا ردّة الفعل

إلى قيمة أخرى تتعلّق بطبيعة ظهور الام في الحلقات وهي "الاستهزاء بالأب" تكرر هذا السلوك في الحلقات بعدد 5 مرّات تقاطعت مع قيمة غياب الهيبة وإظهار الأب بصورة المهزّج وهي من القيم المتعلّقة بدور الأب في الحلقات والتي سنأتي على شرحها لاحقاً في التعليق على استمارة الأدوار المتعلّقة بالأب.

إظهار هذا النوع من العلاقة غير المتكافئة بين الزوجين في الحلقات، قد ينمي لدى الطفل فكرة خاطئة عن طبيعة العلاقة الزوجية الصحية بين الوالدين، ففي أغلب المشاهد التي جمعت الأم بالأب ظهر الأب بمظهر مضحك بطريقة تبدو مفتعلة لزيادة المشاهدات، مثلاً على ذلك حلقة "هذه كانت فكرة ماما" وتحدي الأطفعة تعمدت الأم إطعام الأب "تباسكو"، الفلفل الحار وزجاجة حليب أطفال مما جعل الأب يُبدي ردّة فعل مُخرجة وأضاف: "ماما فضحتنا على اليوتيوب هذي مفروض أحذفها ما احطها على يوتيوب" ومع ذلك تمّ عرض المشهد في الحلقة. انظر الصورة رقم (3).

قيمة أخرى تُصاحب ظهور الام في الحلقات وهي إظهار الأم بمظهر العنصر المخيف أو الصارم في التربية، ففي مشهد يحدث تبادل للمقالب بين الأبناء ليثار كل أح تجاه الآخر بمساعدة الأب ولا يتوقّفون إلا عندما يقول الأب: "ماما تقول وقفوا خلاص". في مشهد آخر يجمع يوسف بالأب، يقول الأب: "عندي نشاط يعجبك بس ما راح يعجب ماما" فتظهر في هذه المشاهد إشارة إلى أن المشاغبة أو التصرف بحرية مقبول من قبل الأب بينما هو ممنوع لدى الأم بصفتها العنصر المُمل أو المخيف في التربية على عكس الأب الذي لا يُمانع المشاغبة من حين لآخر.

قيمة أخيرة متعلّقة بالأم ظهرت أثناء تحليل الحلقات وهي إظهار الجانب الديني للأم، فإن عدم ظهور الأم أمام الكاميرا قد يعود لمبدأ ديني تتبنّاه الأم، في حلقة أخرى تظهر إيمان وهي ترتدي لباس الصلاة فيقول يوسف شكلك يشبه ماما، مشهد أخير في حلقة "تركت طفلتها عند باب بيتنا" يظهر صوت الام في الخلفية وهي تقوم بتدريس يوسف وتساله: من هو نوح عليه السلام؟

لاحظت الباحثان بأن العلاقة بين أفراد عائلة مشيخ - كما تُظهرها الحلقات - علاقة مستقرّة ومرنة على نحو مختلف، حيث يتحلّى الأب بالمرونة فيما يتعلّق بالمشاغبة ومشاركة الأبناء طفولتهم، وتُسهّم الأم في بعض من هذه الأنشطة إلا أنها أكثر صرامة من الأب، ولكن إظهار الأم بشكل ممل أو رتيب يجعل الأطفال المُتعرّضون للقناة يصدّقون هذه الفكرة وبالتالي التفاعل مع أمهاتهم على ضوئها، فالطفل المُشاهد للحلقات قد لا يملك الوعي الكافي لاستيعاب أن الأم هي من ستنتظف الفوضى التي يُحدثها الأطفال بعد اللعب فلذلك تقوم بتوبيخ الأطفال عند المشاغبة على عكس الأب الذي سيكون يعمل خارج المنزل على سبيل المثال.

إضافةً إلى ذلك، إن الحلقات التي بيّنت طريقة التفاعل بين الزوجين يترتب عليها اختلاط بعض المفاهيم فيما يتعلّق بالعلاقة الزوجية في أذهان الأطفال المتعرّضين للبرنامج، فعند تعرّض الأطفال لمحتوى يعرض علاقة بين زوجين تقوم على أساس المقالب أو التحدييات وغيرها من المواقف المذكورة أعلاه، فإن الأطفال قد ينقسمون إلى قسمين.

من المُحتمل أن يذهب القسم الأول إلى الشعور بمشاعر الغيرة والرغبة في رؤية والديهم يتعاملون بنفس الطريقة دون إدراك فكرة أن ما يُعرض على القناة محتوى قد لا يمثل الواقع، فإن القناة لن تعرض المشكلات العائليّة أو غيرها من الظروف السلبيّة التي قد يمر بها الزوجين، أمّا بالنسبة للقسم الآخر فقد يكتسبون مفاهيم مغلوطة عن العلاقة بين الزوجين خاصة فيما يتعلّق بمبدأ الاحترام، فإن التفاعل بين الأم والأب هي أساس التشكيل للمستقبل، استناداً على ما تمّ رصده في الحلقات يظهر الأب بصورة غير لائقة خاصة في المشاهد التي تعرض علاقته بالأب مما يجعل الأبناء أكثر ميلاً للاقتداء بما يُعرض وتقليل احترام الأب.

بناءً على ما تمّت ملاحظته في الجدول أعلاه؛ ممّا شكّ فيه أن الأم هي عضو أساسي في مؤسسة التربية المنزلية بحسب وجودها الدائم في المنزل مع الأبناء ولأنها أول إنسان يتفاعل معه الطّفل، فهي تعدّ القوّة الأساسيّة التي تؤثر على الأبناء في تفاعلاتهم وعرس المبادئ والقيم التي تتبنّاها الأسرة بمساعدة الأب، فإن إيجاد نسقاً متوازناً من الاستقرار الأسري لا يتحقّق إلا عندما يتفق الوالدان على نفس القوانين والمبادئ. فإن جميع التفاعلات الأسرية التي تحدث في المنزل بين الزوجين وبين الأطفال لها تأثيرات قصيرة وطويلة المدى في رفاهية الأطفال وسلوكياتهم في المستقبل، ويعتبر هذا الاكتشاف قديماً إلى حدّ ما حيث أن الدراسات التي تناولت العلاقات داخل الأسرة وتأثيرها على سلوك الأطفال كانت البذرة لبداية مجال العلاج الأسري الزوجي (Dishion & Stormshak, 2007).

الجدول رقم (5) استمارة الأدوار الاجتماعية المتعلّقة بإيمان.

الدور	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور الدور في الحلقات
1. صورة نمطية عن النسوية:	1	الوضع يحتاج سيطرة!	إيمان إيش هذه الكركبة؟
	1	جميع سكتشات مشيع - 15	السكتش الأول: إيمان تأكل حلويات ويحذرنا الأب ولكن لا تهتم وتحلم بكابوس أن أسنانها مرعية.
ب. الضعف وحساسية المشاعر	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	بكاء إيمان عند عمل مقلب رمي لوحاتها في المسيح.
	1	إيش أبوهم سوى فيهم!!!	خدعة قطع الأنف
	1	فقعها وهوداؤها!!!	الأب يتحدّى أنس في المسيح: "أنس اتحدّك تقلب إيمان"
	1	إيمان هي الدعسوقة ميراكبولوس!!!	إيمان تحلم بأن الأب يفرق بينها وبين اخوتها الأولاد وتستيقظ ليظهر بأنه كابوس.
ج. غير ذكية في المواد العلمية	1	تغلبوا على التحديات بسبب...؟!!	إيمان لا تفهم درس الكسور، والأب يقول: "عشان كنتي تبغي اندومي كثير فكرتي وقدرتي تجاوبي على الواجب"
	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	مقلب قيام أنس برمي لوحات إيمان المفضّلة في المسيح بمساعدة الأب

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

الدور	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور الدور في الحلقات
د. مقال متعلقة بالاستفزاز العاطفي	2	الوضع يحتاج سيطرة!	الأب يساعد أنس على عمل مقلب في إيمان. وإيمان تقفز على لعبة في المسيح والأب يقوم بقلب اللعبة لتسقط إيمان في المسبح
هـ. الضعف الجسدي	3	إيش كانت مشكلتها!؟	إيمان تشعر بالتعب ولا تستطيع الاستيقاظ
و. القيام بأعمال الأمومة	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	تخاف إيمان من أنس بعد مقلب السلايم وتهرب منه
	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	تربية الطفلة التي وجدتها عند الباب
	1	الوضع يحتاج سيطرة!	إيمان تقوم بتطبيق وصفة طبخ
2. أخرى	5	جميع سكتشات مشبع -18	سكتش الأوامر، الأب في (5) مشاهد: "إيمان ارمي الزبالة"/يوسف يشاغب والأب: "إيمان رتبي"/"إيمان انتبهي لجاد"/"إيمان جيبيلي جوالي"/"إعطي الفلوس لماما"
	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	يوسف يتظاهر بأنه إيمان ويلبس رداء الصلاة الخاص بها
ب. الجهل	1	مشاكل لا تنتهي في البيت!	تلبس رداء الصلاة وتصلي.
	1	أخوهم انحبس في أسوأ مكان!!!	إيمان تتحدث مع شخص غريب وتعطيه معلومات شخصية عنها وعن مدرستها.
ج. احراجها أمام الصديقات	1	الفراولة صار عمرها عشرة!!!	الأب ألبسها لبس الفراولة لإحراجها أمام صديقاتها ويعلق: "عشان كذا لبستك عشان أحررك امام صديقاتك" انظر الصورة رقم (5)
د. لبس الفراولة	1	الفراولة صار عمرها عشرة!!!	الأب ألبسها لبس الفراولة لإحراجها أمام صديقاتها
هـ. تؤمن بجنية الأسنان	1	جنية الأسنان طلعت وحشة	إيمان تؤمن بوجود جنية الأسنان
و. القيام بالأمر المضحكة	7	فقعها وهو بداخلها!!!	يقوم الأب وأنس بتغيير اللوحة عند باب غرفة إيمان أكثر من مرة بالعناوين التالية:(ارقص-اغني-كراتيه- يوغا- أتعلم لغة مع جاد- دش)

يُضح من بيانات الجدول رقم (5) أعلاه ارتباط قيمة (الصورة النمطية للنسوية) ببعض المشاهد التي تظهر بها الابنة الوحيدة "إيمان" حيث إنه تم تصنيف هذه القيمة الرئيسية إلى عدة قيم فرعية أعلاها تكراراً هي قيمة "القيام بأعمال الأمومة" والمقصود بهذه القيمة هي القيام بالواجبات المنزلية للأُم والمتعارف عليها مجتمعياً مثل الاهتمام بالأطفال والقيام بأعمال أفراد المنزل مع مقدرة الآخرين إتمام أمورهم بأنفسهم، أو تطبيق وصفات الطبخ وغيرها من الأعمال التي تقتضيها واجبات الأمومة. حيث ظهرت إيمان في عدة مشاهد وهي تهتم بأخيها الأصغر وتستجيب لأوامر والدها في

ترتيب الفوضى التي يسببها يوسف بعض الأحيان، وترتبط هذه التصرفات العفوية التي تُظهرها إيمان في القناة بنظرية الأدوار الاجتماعية المرتبطة بالجنس (ذكر/أنثى) (Chodorow, 1994).

نظرية الأدوار الاجتماعية نظرية قديمة تفسر الأدوار الاجتماعية إلى سلوكيات متوقعة بحسب الجنس (ذكر/أنثى) وتبدأ هذه التوقعات منذ الطفولة، فقيام الإناث بتنظيف المنزل هو أمر متوقع لما يفرضه عليها دورها كأنثى، بينما لا يُتوقع من الذكور عمل ذلك، والعكس صحيح فيقوم الرجل في المنزل بالقيام بأعمال الصيانة المنزلية ولا يُتوقع أن تقوم المرأة بذلك.

بناءً عليه ترى الفتيات الصغيرات أمهاتهنّ قدوة وتشجع الأمهات هذه الفكرة ليتم تشكيل الفتيات على أن يصبحن صورة مستقبلية عن أمهاتهنّ، وعلى النقيض تماماً؛ لا يتم التعامل مع الذكر بمثل هذه الفكرة بل على العكس تماماً يتم إبعاد الذكر عن الاحتذاء بالأم.

ووفقاً لنظرية الأدوار الاجتماعية، تتم تربية الأنثى لتصبح عاطفية، وتهتم بالآخرين بينما تتم تربية الذكر ليصبح شجاع ومستقل. فنرى أن تربية الذكور وفقاً للنظرية تعتمد على تركهم للبحث عن هويتهم التي يرغبونها، وتشجيعهم إلى التوجه لجانب القوة والرياضة أو على أقل تقدير دفعهم للعب بطريقة تنمي داخلهم القوة، بينما تتم تربية الأنثى على العكس من ذلك لما يقتضيه واجبها كأم في المستقبل؛ وبالتالي فإن التنشئة الاجتماعية بهذه الطريقة تجعل المجتمع يقسم الأدوار ويضع توقعات وافتراسات معينة بناءً على الجنس مما يؤثر بدوره على حياة الأفراد في المستقبل (Chodorow, 1994).

واستكمالاً لظهور قيمة الصورة النمطية للنسوية أو كما يُسمى "التنميط الجندي" في المشاهد التي تتضمن وجود إيمان، تظهر قيمتي "الضعف الجسدي" و"حساسية المشاعر" كثاني أكثر القيم تكراراً في تلك المشاهد، ويمكن مشاهدة هاتين القيمتين في السيناريوهات التي تتضمن المقاتل المعتمدة على الاستنزاف واستخدام الأغراض الشخصية لإيمان كوسيلة للابتزاز العاطفي وبالتالي دفعها للبكاء أمام الكاميرا واستثارة مشاعرها بطريقة سلبية، ولعل ذلك يعود مرة أخرى إلى فكرة الصورة النمطية للإناث التي تقترض حساسية الأنثى المفرطة وسهولة دفعها لحالة الغضب.

وبعد النظر في الدراسات السابقة التي تناولت التنشئة الاجتماعية والفرق بين تنشئة الذكور والإناث، أثبتت دراسة (Leaper 2002) بأن تربية الأبناء تختلف باختلاف جنس الطفل، ويعتبر الاختلاف الأكبر هو في الفرص أو الإمكانيات التي يقوم الوالدین بتشجيع الأبناء لعملها أو الامتناع عنها، ولعل أكبر مثال على ذلك هو تقبل الأهل الانحرافات السلوكية عند أبنائهم الذكور أكثر من تقبلهم لانحرافات السلوك عند الإناث، بالإضافة إلى ممانعة الوالدین السلوك العدواني عند الفتيات بينما يتقبلونه عند الذكور وذلك بحسب دراسات (Martin & Ross, 2005; Mills & Rubin, 1990).

وترتبط

الدراسة المذكورة سابقاً مع الدراسة الحالية في إثبات مبدأ حساسية المشاعر عند الإناث وبالتالي سهولة التلاعب بهذه المشاعر دون توقع ردة فعل عدوانية منهن مما يبيح أو يُسهل عملية الاستفزاز، وذلك بسبب النمطية السائدة عن الإناث والتي تكوّنت أثناء التربية، وتقوم القناة



الصورة رقم (٤) زيّ الفراولة الذي أعطاه الأب

لإيمان لإحراجها أمام صديقاتها.

بتعزيز هذه الفكرة من خلال عرض مشاهد تُصوّر إيمان بشكل ضعيف سهل الاستفزاز بل وقيام الأب بمساعدة الإخوة على تدبير مقالِب إيمان لدفعها إلى حالة من الغضب، وقد ظهر ذلك عند قيام الأب بتحريض أنس على رمي نسخة مزيفة من رسومات إيمان المفضلة في بركة السباحة واختبار ردة فعل إيمان حيال المقلب المُدبر لتقوم إيمان بالبكاء والتأثر وتقرّر هي الأخرى الانتقام من أخيها بمقلب آخر.

وتعرّض الطفل لمثل هذا المحتوى قد يدفعه لتكوين فكرة خاطئة عن طريقة معاملة الأنثى أو التفرقة بين الجنسين في التعامل، وبسبب الفضول الذي يتمتع به الأطفال والقابلية للتقليد قد يندفع الطفل إلى ممارسة بعض المقالب أو إلقاء الكلمات الاستفزازية مع الإناث المحيطين به، خاصة وأن المقالب والمواقف التي تعرضها القناة فيما يتعلّق بإيمان وجانب الصورة النمطية النسوية، تظهر في سياق مضحك وممتع

للممارسة العائلية. وبناءً عليه يمتد المحتوى المعروض من مجرد محتوى للتسلية إلى إطار معرفي يوجّه سلوكيات الأطفال ويؤثر في طريقة تعاملهم مع الآخرين.

انتقالاً إلى نتيجة أخرى من خلال تحليل المشاهد التي تظهر بها إيمان، تمت ملاحظة موقف الأب حيال إدخال التقنية إلى حياة أبنائه، فقد لاحظت الباحثتان تعزيز الأب هذا الجانب خاصة بالتعامل مع "إيمان" حيث أن إيمان هي الوحيدة من بين إخوتها التي تميل إلى فكرة الشهرة والتصوير وإنشاء الفلوقات على اليوتيوب حتى أن لها قناتها الخاصة، إضافة إلى كونها نشطة على منصات أخرى مثل "التيك توك". ويتضح من خلال التحليل بأن الأب يشجع وجود التقنية في حياة أطفاله وتحديداً في حياة إيمان، كما ظهر في مشهد يقوم بمحاولة إيقاظ إيمان من النوم ولكن لا تُجدي طريقة الأب لإيقاظها، وبعدها تستيقظ بكل سرعة عند قوله: "إيمان قومي شوفي تك توك!"، مثلاً آخر هو ظهور الأب في إحدى الحلقات وهو يقوم بمنح جائزة عبارة عن قطعة شوكولاتة أو حلوى لمن يقتنع من الأبناء أن يقوم بتصوير "سكتش" لليوتيوب، وتفوز إيمان بهذه الجائزة.

بالحديث عن تعامل الآباء مع دخول التكنولوجيا إلى البيئة المنزلية، يلجأ معظم الأهالي إلى مجموعة من الاستراتيجيات التي تحدّ من وجود التكنولوجيا في حياة الطفل؛ وتندرج هذه الاستراتيجيات بدايةً من المنع التام لاستخدام الأجهزة، أو تقنين ساعات استخدام الأجهزة عن طريق فرض قواعد منزلية تحدّد الساعات المسموحة للأطفال بالتعرّض للشاشات بمختلف أنواعها. كما يقوم البعض باستحداث أنظمة معينة مثل (يوم بلا تكنولوجيا) لجميع أفراد المنزل، أو مشاركة الأطفال المحتوى الذي يشاهدونه؛ وبذلك تكون هناك رقابة مباشرة ولكن بشكل غير قسري، وقد يلجأ بعض الأهالي إلى ممارسة بعض الأنشطة العائلية التي تعتمد النشاط الحركي أو الذهني (Nikken & Jansz, 2006; Valkenberg et al., 1999).

بينما تُظهر الدراسة الحالية قيام الأب (مشيّع) بإدخال التقنية في حياة الأطفال والتشجيع على التعرّض لها بل وإنتاجها ونشرها؛ وذلك بما يتفق مع دراسة Nansen and Jayemanne (2016)، التي أثبتت بأن بعض الآباء يعملون بدور الوسيط ما بين الطفل والتكنولوجيا، مما يجعلهم يُدخلون هذه التقنيات إلى حياة أطفالهم خاصة عندما يقومون بإنتاج ونشر مقاطع يظهر بها الأطفال وهم يستخدمون التقنية أو يتفاعلون معها تحت افتراض بأن ذلك "الطيف"، فهنا يفقد الآباء السُلطة التي تمنحهم الأحيّة في فرض قوانين تقنّن استخدام الطفل للأجهزة داخل حدود المنزل؛ بل تجعلهم (القدوة الوسيطة)؛ بمعنى تحوّل الآباء إلى النموذج الأبوي الذي يسمح بما هو ممنوع عادةً بل ويقوم بالمساعدة على القيام به. وبطبيعة الحال عند مشاهدة الطّف لأب يقوم بتشجيع ممارسات تعدّ ممنوعة في بيئة الطفل المتعرّض للقناة، يجعل الطفل المُتابع للقناة أكثر عُرضة للشعور بالنقص أو على الأقل تمّني مثل هذا الأب الذي يجعل الإفراط في

استخدام التقنية أمراً مُمكنًا؛ وبالتالي يؤثر ذلك على مستوى رضا الطفل عن حياته مع والديه.

وبصدد دور الوالدين في تنظيم العلاقة ما بين التكنولوجيا والأطفال في محيط المنزل؛ نُشير إلى دراسة آشي (2018) فيما يتعلّق بمفهوم التربية الإعلامية ومدى أهمية تربية الوالدين جيل قادر على نقد وتحليل المحتوى الذي يقوم بالتعرُّض إليه، حيثُ ذكرت آشي نمطين لنظام الأسر فيما يتعلّق بالأنظمة المتَّبعة حيال التكنولوجيا: الأول هو نمط الحماية الذي يفرض قواعد صارمة غير قابلة للتعدّي، والثاني هو نمط عدم التّدخل واللامبالاة؛ حيثُ يقوم هذا النوع على التسلية المطلقة دون نقد أو هدف يُذكر من التعرُّض، ومن الملاحظ أن نمط العائلة تحت الدراسة ينطبق على أيّ من النمطين المذكورين. ولعلّ أبرز الإيجابيات التي قد نستلهمها من النمط المختلف الذي تسلكه عائلة مشيّع هو تجنّب الأب أساليب التربية القسرية الخاطئة؛ والتي تتمثّل في فرض قواعد صارمة غير قابلة للنقاش، أو انعدام الحوار وفقدان العلاقة بين أفراد الأسرة، كما في النمطين السابقين، بينما يظهر أفراد العائلة في أغلب المشاهد وهم يقومون بمناقشة الأب في أحلامهم أو رغباتهم.

الجدول رقم (٦) استمارة الأدوار الاجتماعية المتعلقة بالأب الجزء الأول.

الدور	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور الدور في الحلقة
1- موجود دائماً	1	ايش كانت مشكلتها!؟	الأب يتمرّن مع الأبناء
	1	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	الأب يخدم الأبناء ويدلّهم بعمل المساج ووضع الأقنعة
	9	كان يختنى بالذولاب يعمل ايش!؟	الأب يعلم الأبناء الأدب الرمضانية ويتواجد معهم في الحلقة
	10	سبب هذه المفاجأة!؟	يشاهد الأب التلفزيون مع الأبناء ويتواجد بشكل مكرر
	19	الفراولة صار عمرها عشرة!!	عيد ميلاد إيما وجود الأب في جميع المشاهد أثناء الحفل
	17	الوضع يحتاج سيطرة!	لعب ومقالب بين الأب والأبناء طوال الحلقة
	6	مخيف اللي صار	الأب يعلم الأبناء طريقة غسل اليدين الصحيحة
	5	جنية الأسنان طلعت وحشة	يظهر الأب مرتين بالشكل العادي وثلاث مرّات كجنية الأسنان
	5	كل هذا الجنان عشان...!؟	إعلان اندومي وشرط المشاركة لتناول الاندومي وتكرار الأب جملة: "لو تبغوا اندومي اتعلموا تشاركو"
	1	نز عها من يدها وانتقمت منه!!	ضيوّف في المنزل ومشاهد اللعب والفعاليات المنزلية
	12	فقعها وهوبادخلها!!!	الأب وأنس في أكثر من مشهد يحاولون الدخول لغرفة إيما

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

الدور	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور الدور في الحلقة
	8	كيف عملت هذه الحركة!!!	ألعاب متنوعة ومقالب مع الأب
	6	تغلبوا على التحديات بسبب..!؟	الأب يدرّس إيمان منهج الرياضيات وتوجيه الأبناء
	11	مشاكل لا تنتهي في البيت!	أنشطة منزلية وإعلان تطبيق جوجل دو
	7	اضطر الولد يسيطر على الوضع!	توجيهات الأب لأبنائه والحديث معهم عن مخاوفهم
	8	جميع سكتشات مشيع - 15	سكتشات متنوّعة يتشارك فيها الأب مع الأبناء.
	9	لما جبنا حلاق للبيت..	استضافة يوتيوبرز في المنزل والعديد من الفعاليات والمقالب
2-الأب المرح	3	ايش كانت مشكلتها!؟	يؤدي الأب التمارين مع أبنائه ويوقفهم بطريقة مرحة
	3	تركت طفلتها عند باب بيتنا	لعب الأب مع الأطفال ومساعدتهم على تصميم المقالب
	3	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	زيارة المول، شراء ألعاب والذهاب للأكواريوم
	6	الوضع يحتاج سيطرة!	لعب الأب مع الأبناء في مشاهد عديدة
	4	جميع سكتشات مشيع - 17	سكتش الديناصورات/سكتش أداة الانتزاع
	3	الفراولة صار عمرها عشرة!!!	اللعب مع صديقات إيمان وعمل التحديات
	3	نزعا من يدها وانتقمت منه!	يمازح الأبناء يأخذ أشياءهم باستخدام لعبة الالتقاط
	1	مشاكل لا تنتهي في البيت!	الأب: "عندي نشاط راح يعجبك يا يوسف بس ماراح يعجب ماما" (نشاط التلوين على الزجاج)
	5	لما جبنا حلاق للبيت..	ضيوف في المنزل واللعب مع الضيوف طوال الحلقة وجلب حلاق للمنزل
3-الظهور بصورة المهرج/ غياب الهيبة	1	ايش كانت مشكلتها!؟	يقوم الأب بالغناء بشكل مُضحك
	3	جنية الأسنان طلعت وحشة	الأب يلبس ليس جنية الأسنان انظر الشكل
	5	جميع سكتشات مشيع - 18	سكتش الخوف: الأب يخاف من الكائنات الفضائية التي تظهر عند ذهابهم للمشي/سكتش البرد: يعطي الأب أبناءه جميع ثيابه حتى يظهر عاري الصدر في مظهر غير لائق، ويظهر ثلج بشكل كارتوني من أنفه وحواجبه
	1	جميع سكتشات مشيع - 17	سكتش الصندوق: مظهر الأب المضحك وهو يمارس اليوغا
	4	جميع سكتشات مشيع - 18	سكتش التمرين: عدم احترام الأب أثناء أداء التمارين سكتش اللعب: الأب يطرق الباب وهو يلبس ماسك كلب
	1	ايش اللي صار في الحوش!!!	كعب السلايم على راس الأب وملاحظته ببخاخ الثلج

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرئي: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

الدور	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور الدور في الحلقة
	5	كل هذا الجنان عشان...؟!!	الأب يحفز الأطفال لأكل الاندومي (على غير الواقع) ردة فعله لمفاجئته باندومي عند عودته من العمل
	1	فقعتها وهو داخلها!!!	ردة فعل الأم-مهينة للأب- عندما اهداها الأب كتاب (how to be a good wife)
	1	إيمان هي الدعوقة ميركيولوس!	ظهور الأب بتنورة يرقص باليه مع إيمان
	3	لما جبنا حلاق للبيت..	شكل الأب المضحك أثناء الحلقة
	1	جميع سكتشات مشيع -15	مدير كبير: الأطفال يجعلوا المدير يرى الأب وهو يلعب
	3	هذه كانت فكرة ماما	تقوم الام بإحراج الأب بمقالب مُحرجة
	1	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	الأب يخدم الأطفال ويعمل مساج وماسكات لهم.
4-العطاء والحنان	1	كان يخبئ في الدولاب يعمل ايش!!؟	يمثل الأب دور نادل لعدم قدرتهم على الذهاب للمطعم بسبب الحظر في فترة كورونا
	1	مخيف اللي صار!	سكب يوسف للصابون في البانيو وردة فعل الأب اللطيفة.
	3	جميع سكتشات مشيع -18	سكتش البرد: يعطي الأب الأبناء جميع ثيابه حتى يتدفون
	1	ايش كانت مشكلتها!؟	قدرة أنس على أداء التمارين مع الأب
5-الصورة المنطقية الذكورية	1	مشكلة الصافرة السحرية	يتمكن يوسف من الطيران بسبب الصافرة
	1	الصغير يتعلم من إخوته!؟!	يوسف لديه قوة تمكنه من حمل صندوق لم يستطع أحد من الأخوة حمله ويفوز في التحدي
	3	ايش كانت مشكلتها!؟!	إيمان لا تستطيع أداء التمارين مع الأب
	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	مقلب في إيمان وبكاؤها
	1	أ- القوة الجسدية	ب- إظهار الأبناء للذكور بصورة الأبطل

من خلال الاطلاع على بيانات الجدول رقم (٦) تظهر قيمة "التواجد الدائم للأب" كأعلى القيم تكراراً بمعدل (135) مشهداً يتواجد بها الأب في الحلقات الثلاثون تحت التحليل، حيث تعد هذه القيمة انعكاساً للفكرة الأساسية لإنشاء قناة عائلة مشيع، وهي توثيق الأب "محمد مشيع" لمواقف الحياة اليومية مع ابناءه وهذا أيضاً ما يُشير إليه اسم القناة "قناة عائلة مشيع".

"محمد يصور لكم حياته مع أطفاله ورحلاته حول العالم وتحديات وبعض المقاطع المتنوعة الأخرى. شاركونا في هذه المغامرة التي يسموها الحياة. اهلا ومرحبا بكم في القناة" هكذا قام (مشيع) بالتعريف عن قناته في وصف القناة بمنصة اليوتيوب، ومن الجدير بالذكر أن الأب قام بالاستقالة من وظيفته ليؤسس قناته اليوتيوبية ويبدأ العمل عليها بتاريخ: 2010/12/12.

ويجدر الذكر بأن دور الأب لم يكن يقتصر على الدور الاعتيادي المتعارف عليه؛ مثل أن يظهر بشكل الناصح أو الموبّخ لأبنائه عند ارتكاب الأخطاء، بل على العكس من ذلك ظهر الأب في مشاهد كثيرة وهو يقوم بالنزول لمستوى أطفاله واللعب معهم ومشاركتهم حماسهم تجاه لعبه جديدة يلعبونها، أو تحدّ يقومون به، أو القيام بتوثيق اللحظات الأولى من حياة الطفل كالتصوير أول وجبه طعام للطفل جاد، أو سقوط أحد الأسنان اللبنية ليوسف، إلا أن التواجد الدائم للأب لم يظهر فقط بالشكل الإيجابي، بل ظهر أيضاً الجانب السلبي وذلك بحسب طبيعة المحتوى المعروض؛ فالحلقات عرضت محتوى متنوّع يتدرّج بين التجارب الاجتماعية، المشاكل والخلافات اليومية بين الأخوة، تدبير المقالب وغيرها، وقد ظهر الأب في مشاهد كثيرة وهو يقوم بتدبير المقالب للأبناء أو مساعدة الإخوة على عمل مقالب ببعضهم البعض، أو تشجيع الأبناء على الأسلوب التخريبي داخل المنزل بدافع المتعة واللعب.

واستكمالاً للحديث عن دور الأب غير المعتاد، تظهر قيمة "الأب المرح" كثاني أكثر القيم تكراراً في الحلقات، وتبرز شخصية الأب المرحبة بشكل كبير في المشاهد التي تتعلّق باللعب مثلما تمّت الإشارة مسبقاً، حيث أن الأب يشجع الأبناء على اللعب والاستمتاع داخل المنزل دون التقيّد بقوانين صارمة، فقد لوحظ عند التعرّض للحلقات بأن المنزل يظهر في حالة فوضى شبه دائمة، ويبرّر الأب سبب الفوضى في إحدى الحلقات ويذكر أن المنزل يحتوي على أطفال ولا توجد خادمة وأن هذا المظهر الطبيعي للمنزل الذي يعيش به أطفال، وفي مشهد آخر يدخل الأب إلى صالة المنزل ليجد فوضى فيعلّق الأب: "كويّس ما يجونا ضيوف كثير" بينما يتّضح بأن الأم لا تحبّذ ظهور المنزل بهذه الفوضى حيث ظهر الأب في بعض المشاهد وهو يؤثّق الفوضى ويهدّد الأبناء - على سبيل المزاح- بأن والدتهم ستقوم بتوبيخهم إن علمت أن أحدهم هو سبب هذه الفوضى مما يعطي تلميحاً للمشاهد بأن الأم ليست بنفس شخصية الأب المرحبة. وتُشير نتائج الجدول رقم (٦) بأن قيمة الأب المرح في بعض المشاهد تتخطى كونها إظهار للشخصية المرحبة التي يتمتع بها الأب (مشيّع)؛ بل تتعدّى ذلك ليتم تصنيفها تحت قيمة "ظهور الأب بصورة المهزّج أو غياب الهيبة" ويُقصد بهذه القيمة؛ قيام الأب ببعض التصرفات المضحكة أو القابلة للانتقاد من قبل المجتمع أو الممارسات التي لا يقوم بها الآباء عادةً ونشرها في القناة بدافع الضحك والتسلية.

وتتّضح هذه القيمة في المشاهد التي يقوم بها الأب بتمثيل الأدوار؛ مثل ارتداء ملابس نسائية مضحكة في مشهد جنّية الأسنان انظر الصورة رقم (5).

بالإضافة إلى ارتداء أقنعة وجوه حيوانات أو أقنعة غريبة، كما تظهر قيمة غياب الهيبة أيضاً في المشاهد التي يقوم بها الأبناء بإحراج الأب مثل المشهد الذي يصوّر به الأطفال الأب وهو يلعب لعبة أطفال وإرسالها لمديره-في المشهد - عن قصد.

وتندرج تحت قيمة "ظهور الأب بصورة المهرج أو غياب الهيبة" أيضاً المشاهد التي عرضت جانب من علاقة الأم بالأب وتعتمد إظهار الأب بصورة مُخرجة؛ ومثالاً على



ذلك حلقة تحدي الطعام التي قامت الأم بالعمل عليها وتجهيزها بشكل كامل، تبدأ الحلقة بشكر (مشيع) للأم على مساعدتها لتخطيط محتوى الحلقة، ويظهر في المشهد الأب بصحبة إيمان ويوسف بأعين مغطاه ومحاولة لتخمين الطعام الذي يتناولونه، تقوم الأم بتجهيز "زجاجة حليب الأطفال" للأب فيقوم الأب بتجربتها وهو يقول: "طيب يا ماما فضحتينا على

صورة رقم (5): الأب "مشيع" بلباس جنّية الأسنان يقوم بابتلاع أسنان

يوتيوب، هذي مفروض أحذفها ما أحطها في يوتيوب إيش هذا فضيحة" في مشهد آخر يقوم (مشيع) بعمل مقلب بزوجته وإهداءها كتاب "كيف تصبحين زوجة جيّدة" فتقوم الزوجة برمي الكتاب على رأس الأب وتعقب: أنا زوجة جيّدة أنت من تحتاج كتاب لتكون زوج جيّد، يظهر الأب والأبناء في المشهد وهم يضحكون على ردّة فعل الأم.

الجدول رقم (٧) استمارة الأدوار الاجتماعية المتعلقة بالأب الجزء الثاني.

الدور	أنواع الأدوار الفرعية	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور الدور في الحلقة
1-مقالب	أ. يساعد الأبناء على عمل مقالب ببعضهم	3	تركت طفلتها عند باب بيتنا	يساعد أنس على عمل مقلب بإيمان/يخطط مع إيمان: "لازم نمقلب أنس"/تتكرر المقالب في الحلقة بين الإخوة بمساعدة الأب ولا يتوقفون إلا عندما تقول الأم: "خلاص وقفوا".
	بعض	1	جميع سكنتشات مشيع - الجزء 17	تعاون الأب مع أنس ويوسف على عمل مقلب في إيمان ورميها في المسبح
		1	الوضع يحتاج سيطرة!	الأب يخطط مع أنس لعمل مقلب في إيمان

القيم والأدوار الاجتماعية في التدوين المرني: دراسة تحليلية كيفية عن محتوى اليوتيوب الموجه للطفل السعودي

الدور	أنواع الأدوار الفرعية	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور الدور في الحلقة
ج. عمل مقال في الأبناء	ب. يقوم الأبناء بالتعاون على عمل مقال في الأب	1	ايش كانت مشكلتها!؟	يوسف وإيمان يتظاهرون بالتعب للهروب من الأب
		1	جميع سكتشات مشيع - الجزء 18	سكتش الدرس ينتقم الأبناء من أبهم بعد عمل دروس لهم ويقومون بإحضار أبو مشيع له بعد أن قام بتجاهل اتصاله
		1	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	الأب يبدأ المشهد بقوله: (مقلب جديد في الأولاد) ويخفيهم
		1	كان يختبئ في الدولار يعمل ايش!؟	الأب أعطى ليوسف صلصال بدل التمر
		2	الوضع يحتاج سيطرة!	لعبة أوجد الفرق بين الصورتين ثم مقطع مرعب
		1	جميع سكتشات مشيع - 18	سكتش الدرس: مقلب الحشرة بدل الشوكولاته بينما كان الأب يتناول شوكولاته في نفس الوقت
		1	فقعها وهو بداخلها!!!	يقوم الأب بجعل الأبناء يدخلون مخزن ويغلق الإضاءة والأبواب ويخاف الأبناء.
		4	كيف عملت هذه الحركة!	مقلب علبه المكياج المكهربة /مقلب الكأس المعلق بالسقف (Stupid)/مقلب السماش اب والعنكبوتة وتعليق يوسف:
		6	مشاكل لانتتهي في البيت!	مقلب اللعبة المخيفة /مقلب الآلة الحاسبة الخاطئة
		1	نزعا من يدها وانتقت منه!!!	متابعين يزورون عائلة مشيع ويقومون بعمل مقلب الوجه المخيف لهم
2-إخراج الأبناء	أ- أمام أصدقائهم	4	الأطفال استقبلوا الضيوف بمقالب!	مقالب متنوعة في الحلقة
		2	الوضع يحتاج سيطرة!	أنس يلعب على البلايستيشن الأب يتكلم بصوت مضحك أمام أصدقائه، أنس يشعر بالحرع إيمان تلعب وقت المنصة والأب يستقرها بأنه سيقوم بفتح المايكرفون ويخبر المعلمة
		3	الفرولة صار عمرها عشرة!!!	تصرفات الأب المرحجة في عيد ميلاد إيمان/صديقة إيمان: "why would you ever do that?? You're weird!"
		2	مشكلة الصافرة السحرية	يكتب الأب في نهاية المقطع بأن أنس لم ينجح في إقناع المشاهد لأنه لم يأكل الجزر على عكس إيمان
		1	فقعها وهو بداخلها!!!	الأب يلعب مع الأولاد ويقوم بحمل أنس وتدويره ويقول: "سوا طقعة!"
		1	هذه كانت فكرة ماما	الأم تعطي أنس مصاصة فيها شوكولاته في تحدي الطعام
		1	ايش اللي صار في الحوش!!!	بعد فوز إيمان الأب يقرب الكاميرا من وجه أنس ويحرجه بأنه غاضب بسبب فوز أخته.
		1	تغلبوا على التحديات بسبب...!؟!	الأب يقرأ كتاب: كيف تخدع أطفالك؟

بعد الاطلاع على الجدول رقم (٧) وهو الجزء الثاني للأدوار الاجتماعية المتعلقة بالأب (مشيع) نلاحظ بأن قيمة المقال تأتي كأكثر القيم تكراراً بعد قيمة غياب الهوية، ومن خلال تحليل المحتوى يُلاحظ أن تصميم وتطبيق المقال في قناة عائلة مشيع ينبع في الأساس من الأب الذي يعتبر المشجع الأول لها، وامتداداً لدعم الأب لهذه

الممارسة قام بإنشاء قناة يوتيوب مخصصة لتقديم المقالب باسم "مقالب وتجارب اجتماعية" إلى جانب قنواته الأساسية في اليوتيوب.

تتنوع المقالب في القناة بين المقالب التي يقوم الأب بتطبيقها على الأبناء وهي النوع الأكثر تكراراً، ويغلب على هذا النوع من المقالب التخويف على أرض الواقع باستخدام أقنعة مخيفة أو ألعاب مُرعبة أو التخويف عن طريق ألعاب إلكترونية يتعرّض لها الطفل عن طريق الشاشة تلتقط تركيز الطفل ومن ثمّ يظهر وجه مُرعب في الشاشة، بالإضافة إلى المقالب المُتعلّقة بالطعام مثل إطعام الأبناء طعام لا يحبونه أو استبدال الطعام الحقيقي بالحشرات البلاستيكية أو الصلصال.

كما تعرض القناة المقالب التي يتعاون الأبناء على عملها للأب، ويغلب على هذا النوع من المقالب إحراج الأب أو تصويره بمظهر لا يتناسب مع دوره كأب مثل استخدام أدوات سحرية للتحكم بالأب وتحريكه أو إجباره على أداء ما يرغب به الأبناء، بالإضافة إلى المقالب التي يتعاون بها الأب مع أحد الأبناء لعمل مقلب في الابن الآخر، ويركّز الأب في النوع الأخير من المقالب على اختيار ما لا يرغبه الطرف الذي سيتم تطبيق المقلب عليه؛ مثل مساعدة إيمان لعمل مقلب سكّب مادة "السلام" على أنس مع علم الأب أن أنس يتقرّز من مادة السلام، وأخيراً مقالب يتم عملها للضيوف والتي جاءت كأقل تكرار في الحلقات تحت التحليل.

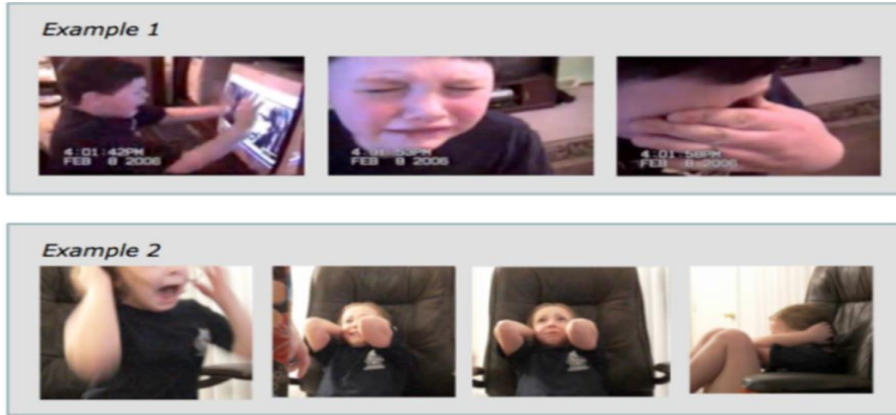
تعليقاً على القيم المذكورة أعلاه، مما لا شكّ فيه أن الوالدين هم حجر الأساس في تنشئة الأبناء خاصة في المراحل الأولى من حياتهم، فيعتبر التواجد المستمر لكليهما عاملاً مهماً لتوزيع الأدوار في عملية التنشئة، ومن المتعارف عليه في المجتمعات الخليجية هو إعطاء النصيب الأكبر للأم في تربية الأطفال حيث أن الآباء بطبيعة عملهم غائبون بينما تتواجد الأمهات بشكل أكبر داخل المنزل (الخليفة، 2002)؛ على العكس تماماً تعرض عائلة مشيخ نموذجاً مختلفاً لما تعيشه الأسر بالعادة؛ ويتمثل هذا النموذج في التواجد الدائم للأب ومشاركته في جميع الأنشطة المنزلية، ولا تُنكر الدور الإيجابي الذي يصنعه تواجد الأب في صقل شخصية أبنائه ومعرفتهم عن قُرب.

ولكن يُعتبر حضور الأب الدائم في النموذج تحت الدراسة هي سلاح ذو حدين؛ حيث أنها تعرض شخصية للأب قد لا تكون في أغلب الأحيان واقعية؛ وفي حين أن الأطفال هم الجمهور الأساسي المُستهدف في البرنامج فإن التعرّض للبرنامج يكون صورة مشوّشة للأب أو غير مطابقة للواقع، فلا يملك جميع الآباء الوقت لمشاركة أطفالهم اللعب، وقد لا يتمتع معظم الآباء - بسبب ضغط الدّور الذكوري - بتفكير يدفعهم للنزول لمستوى أطفالهم وتقليد ما يحدث في قناة عائلة مشيخ مثل تصميم المقالب والتحديات أو ارتداء الأزياء التتكررية لمشاركة أطفالهم مناسبة ما؛ مما يؤدي إلى خلق صورة مشوّشة في ذهن الطفل عن طبيعة علاقة الأب بأبنائه ويدفعهم ذلك إلى الشعور بالغيرة أو الحزن لعدم امتلاكهم آباء يتمتعون بنفس هذه الشخصية التي يُشاهدونها في البرنامج.

وعلى الصّعيد الآخر، ظهور الأب بشكل غير لائق أو كما ذكرنا سابقاً في المشاهد التي يظهر بها الأب بشكل قابل للانتقاد؛ يكوّن في ذهن الأطفال نظرة مهزوزة للأب تدفعهم لعدم احترامه اقتداءً بما يُعرض في الحلقات؛ مثل المشاهد التي تعرض الأب وهو خائف من الوحوش أو الحشرات في حين أن الأب عادةً هو مصدر أمان وحماية لأطفاله، أو المشاهد التي يقوم بها الأبناء بإجراء المقالب للأب على سبيل المزاح مثل رميه في المسبح وغيرها من المشاهد التي تُساهم في تلاشي الاحترام بين الأب وأبناؤه.

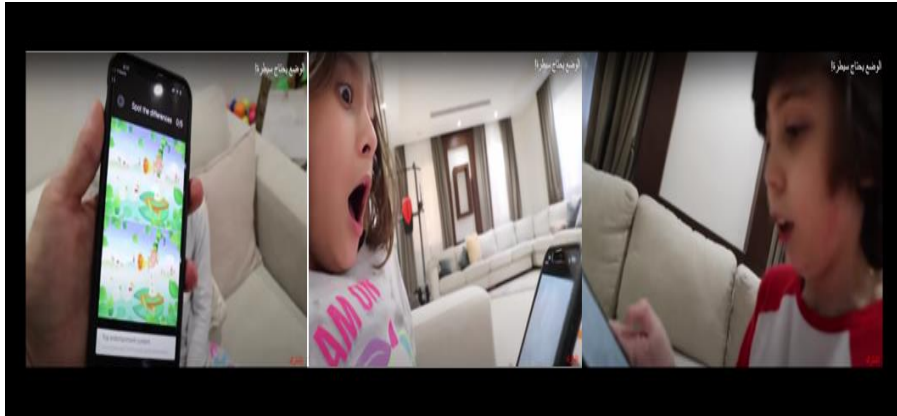
أما فيما يتعلّق بقيمة "المقابل" مثلما ذكرنا سابقاً أن المنزل يعتبر المجتمع الأول الذي يعيش به الطفل، حيثُ تحدثت تفاعلاته الأولى وتتبلور شخصيته التي سيواجه بها المجتمع بدون رقابة مباشرة من الأبوين، وتجري العادة أن الأب هو القائد في المنزل والمؤسس لقوانين المنزل إلى جانب الأم، وتعليقاً على كُون (مشيخ) هو الدافع الأول للقيام بتطبيق المقالب وتكرارها داخل محيط المنزل وخارجه؛ جعل مبدأ المقلب مقبولاً وممتعاً لدى أفراد الأسرة، في حين أنه ممارسة غير مقبولة مجتمعياً أو على أقل تقدير غير صالحة للتطبيق في أي زمان أو مكان؛ مما يؤثر سلباً على المشاهدين من الأطفال -من وجهة نظر الباحثان- ويدفعهم بطبيعتهم الفضولية إلى تقليد المقالب المعروضة مع أقرانهم دون وعيهم بخطورة مثل هذه الممارسات.

وبالحديث عن المقالب؛ فإنها ليست ممارسة جديدة بل هي ظاهرة قديمة من الخمسينات الميلادية ظهرت ضمن برامج الإعلام الترفيهي والتي بدأت ببرامج (الكاميرا الخفية)، وتوالى البرامج التي تعرض المحتوى نفسه، حتى لمع نجم برامج الفيديو المنزلية المضحكة في أمريكا بداية عام 1990 حيثُ كانت الأخيرة تُعرض لوقت طويل في ساعات الذروة في أشهر القنوات الأمريكية، تعددت البرامج التي يتضمّن محتواها المقالب أو ظاهرة الإذلال العلني كما عبّر عنها (Hobbs & Grafe, 2015) مثل برامج المواهب التي تتعمّد الإساءة أو الإحراج العلني للمشاركين بطريقة مضحكة وكوميديّة. وقد ظهر بعد ذلك أشهر فيديوهات المقالب على شبكة الإنترنت عام 2002، التي كانت فيديوهات فلاش تفاعلية تسمى (المتاهة المخيفة) تتطلب تركيز عالٍ لحلّ اللغز ومن ثم يظهر وجه مُرعب تُصاحبه صرخة مروّعة على الشاشة، وقد تمّ تسجيل عدداً من الأشخاص لحظة تعرّضهم لمثل هذا المشهد ونشره على الإنترنت ومنصة اليوتيوب على سبيل المزاح، وقد تمّ تصوير بعض الأطفال يتعرّضون لنفس المقالب وتظهر ردود أفعالهم على شكل صُراخ، بُكاء، رمي الشاشة، الضرب على الأرض والانهيار. تنتوّع تعليقات الجماهير المتعرّضين للمقطع الذي يصوّر ردة فعل الضحية، بين الذين يصفونه بالمضحك وآخرين ينتقدون تعريض الأطفال لمثل هذه المقالب المُرعبة، ويجدر الذكر إلى أن مقلب "المتاهة المخيفة" تمّ التعرّض إليه (27 مليون مرة شهر مارس عام 2015) (Hobbs & Grafe, 2015). انظر الصورة رقم (7).



الصورة رقم (٧) لعبة المتاهة المخيفة التي انتشرت عام 2002 من دراسة (Hobbs & Grafe, 2015).

رصدت الباحثتان من خلال تحليل الحلقات الأعلى مشاهدة مشهداً مماثلاً لفكرة "المتاهة المخيفة"، في حلقة "الوضع يحتاج سيطرة" حيث يقوم الأب بجعل أبنائه يقومون بحل اللغز في لعبة تسمى "أوجد الفروق بين الصورتين" ليظهر وجه مُرعب في شاشة الجوّال بعد فترة بسيطة، انظر الصورة (٨).



الصورة رقم (٨): "مشيخ" يعرض إيمان ويوسف لمقلب الوجه المُرعب في لعبة أوجد الفروق بين الصورتين.

عُرِّفت المقالب على أنها علاقة ثلاثية بين أشخاص غير متكافئين في السُّلطة وهُم الشخص الذي يجري المقلب، الضحية والشهود. كما تعرّف المقالب على أنها "اللعب القذر" أو "الإرهاب المرح" وذلك كما عرّفها فاين (1986) Fine ، وقد أشار فيسك (2001) Fisk إلى وجود تفاوت في تصنيف المقالب ومدى تأثيرها على

الصّحية، إلا أنه أفاد بأن أكثرها إذلالاً هو إجراء المقلب من شخص ذي مكانة متدنيّة لشخص أعلى رتبة، وبالحديث عن الدراسة الحالية فإننا نرى تكرّر حدوث هذا النوع من المقلب عندما يقوم الأبناء بإجراء المقلب للأب حيث أن الأب بطبيعة دوره في الأسرة يصنّف كأعلى رتبة من الأبناء من الناحية العمرية والسلطوية.

كما أضاف (Fisk 2001) أن المقلب لم تقتصر على الحدوث في سياق ممتع أو مضحك بل أصبحت تحدث أيضاً في أماكن العمل وغيرها من الأماكن غير المُخصّصة لإجراء مثل هذه الممارسات، مما أدى إلى العديد من الاضطرابات النفسية والاجتماعية المتعارف عليها سريرياً مثل الاكتئاب، البارانويا، العنف، الرهاب الاجتماعي وأخيراً الانتحار.

"الشّماتة" بالعربية أو "Schadenfreude" بالألمانية؛ هي تعريف آخر استخدمه الألمانيون لوصف المقلب وتمّ نقله إلى اللغة الإنجليزية دون الترجمة الحرفية أو تحويله لمرادف باللغة الانجليزية، وهو مُصطلح ظهر في القرن الثامن عشر الميلادي ويُستخدم للتعبير عن الشعور بالمتعة أو الرضا عن الذات عند مشاهدة الآخرين يتعرّضون للإذلال أثناء حدوث الموقف، ويتبع ذلك السخرية المستمرة بعد حدوث الموقف مما يؤثر على العلاقات الشخصية بين الأفراد، حيث توجد ثلاثة دوافع أساسية لممارسة هذا الفعل وهي؛ العدوان، التنافس وتحقيق العدالة (Wang & Rochat, 2019).

وبحسب (Wang and Rochat 2019)؛ فتتضمن الشّماتة أو الإذلال القائم على العدوانية صقل للهوية الجماعية، وذلك بمعنى رغبة الشخص بإثبات هويّة المجموعة التي ينتمي إليها، ويحدث ذلك عند رؤية الآخرين في مجموعات أخرى يتعرّضون للإذلال مما ينمي لدى الشخص المُعتدي الشعور بالرضا، وذلك لأن فشل الآخر يمثل تحسناً أو إثباتاً لمجموعته. أما بالنسبة للشّماتة الناتجة من التنافسية فهي تمثّل دوافع فردية، وتعبّر عن شعور الشخص بالسّرور نتيجةً لمصيبة الآخر أو رؤية الآخر في موضع إهانة وذلك يحسّن من هويته الشخصية على عكس العدوانية التي تتعلّق تحديداً بتحسين الهوية الجماعية. وأخيراً فيما يتعلّق بالشّماتة التي تُنفذ بدافع تحقيق العدالة؛ فهي ناتجة عن إذلال الشخص السيء الذي يستحق العقاب؛ بمعنى أنها المُتعة برؤية شخص سيء يتعرّض للأذى وبذلك تتم استعادة العدالة لخطأ لم تتم المعاقبة عليه من قبل عن طريق الانتقام، كما تجدر الإشارة أيضاً إلى أن تقدير الذات له علاقة بتكرار الشّماتة التي يمر بها الفرد؛ فأثبتت دراسة بأن الأفراد الذين تعرّضوا للشّماتة بشكل متكرر أكثر عرضة لعدم تقدير الذات والعكس صحيح.

الجدول رقم (٨) استمارة أساليب جذب الجماهير.

القيمة	التكرار	اسم الحلقة	وصف ظهور عنصر الجذب في الحلقة
1- عنصر الإبهار:	3	جميع سكتشات مشيع- 18	سكتش لصا: عصا سحرية تحويل الأبناء لحيوانات
	2	إيمان هي الدعسوقة مير اكيولوس!!!	تحويل يوسف إلى المهرج المرح/تحويل إيمان إلى الدعسوقة مير اكيولوس وتظهر خدع أثناء تحويلها
	2	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	خدعة قطع أنف إيمان/خدعة وجه أنس على جسد طفل
	1	الوضع يحتاج سيطرة!	أشكال فايروسات كورونا
	24	مخيف اللي صار!	أشكال فايروسات كورونا ظهرت في 24 مشهد
	1	خسر كل الاحترام من الأطفال	العجوز يتناول الفاصولياء تنتفخ معدته ويطير في الهواء
	17	جميع سكتشات مشيع - سكتش القفز على علب البيبسي	تجربة خدع جديدة
	5	جميع سكتشات مشيع -	شخصيات فضائية تظهر خمس مرات في المقطع
	18	جميع سكتشات مشيع- 15	شخصيات فضائية تظهر خمس مرات في المقطع
	1	فقعها وهو بداخلها!!!	بالونات يدخل الأبناء بداخلها ويقوم الأب بفتحها وهم بداخلها. ويقول لا تقوموا بتجربتها بداخل المنزل لأنها تسببت في احمرار الرقبة
ج. شخصيات مبتكرة	2	جميع سكتشات مشيع- 15	وحش في الصالة: كائنات غريبة في الصالة. البوابة: الباب السحري: إيمان تذهب ديزني، يوسف شاطي، أنس عالم خيالي
	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	سيدة عجوز تظهر في بداية المقطع تترك طفلة عند الباب
	1	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	يوسف يرتدي قناع رجل عجوز
	1	كان يخشى بلولاب يعمل ليش!	رجل عجوز يوصل الملابس
	1	سبب هذه المفاجأة!؟	قناع العجوز يرتديه يوسف حتى يشرب العصير أولاً ويقول: "الكبار أولاً"
	1	خسر كل الاحترام من الأطفال	شخصية الرجل العجوز (جد أخو ولد عمي) يمثلها الأب
	1	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	تظهر كخلفية للمقطع بشكل غير مباشر
	1	مشكلة الصافرة السحرية	البدلة الخضراء استخدمت لخدعة الطيران
	1	تركت طفلتها عند باب بيتنا	تجربة صابون فيري والقوطة
	1	ايش أبوهم سوى فيهم!!!	المياه الغازية والزبيب
2- الغموض:	3	الوضع يحتاج سيطرة!	تجربة البالون المعوي بالماء والسكين وتكرار التجربة
	1	خسر كل الاحترام من الأطفال	المقطع الأخير (الفاصولياء وطيوان الكرسي)

يُضح من الجدول رقم (٨) أن عنصر الجذب الذي تم استخدامه بشكل أكبر في الحلقات تحت الدراسة هو عنصر الإبهار وتحديدًا الخدع السيمائية والجرافيكس، ويوضح ذلك رغبة (مشيع) في إظهار أبعاد أخرى يستطيع تقديمها في قناته إلى جانب تصوير الحياة اليومية والمقالب، ومن الجدير بالذكر أن الرسومات والتصاميم

الجرافيكية ليست عنصر جذب حديث؛ وإنما هي أداة قديمة استخدمت لأهداف ترويجية وتسويقية، حيث أن الرسومات والأشكال تعطي انطباعاً بالواقعية والمصداقية؛ إلى جانب جعل المحتوى أكثر قابلية للتخزين في الذاكرة (Edell & Staelin, 1983).

ولا يُمكننا أغفال دور الجرافيك والخدع في التركيز على إثارة الخيال عند الأطفال، حيث أن الأطفال يعتمدون على استخدام الخيال بشكل كبير في جوانب شتى من حياتهم، مثل اللعب، رواية القصة وفهم الأحداث من حولهم، وقد تطرّق العديد من باحثي أدب الطفل إلى جانب الخيال وارتباطه بالمحتوى المقروء والمرئي الذي يتعرّض له الأطفال؛ فمن ضمن مظاهر الخيال المُستخدمة في أدب الطفل قديماً هي "إظهار المخاوف بصورة قبيحة"؛ مثل تصوير الشخصيات الشريرة بشكل بشع ولديها خصائص شكلية منفردة مثل الفُبح الشديد أو اتساخ الملابس (مارون، 2011).

يُعتبر استخدام الجرافيك في إعلان صابون لايف بوي أكثر قابلية لإقناع الطفل المتعرّض للحلقة؛ وذلك لعرض الحلقة أثناء فترة الحجر المنزلي - بسبب كورونا - في شهر مارس سنة 2020 وتزامن المحتوى المعروض مع القلق المنتشر عند الأطفال جرّاء الجائحة وضرورة التعقيم المستمر حتى لا تتم الإصابة بالعدوى. وفي حين أن الجرافيك إضافة ذكية للقناة، إلا أنه لم يتم استغلالها بطريقة إيجابية بحسب وجهة نظر الباحثين؛ فقد استخدمت في أغلب الحلقات كأداة للتخويف أو في سياقات لا تحمل رسالة محدّدة؛ مثل تركيب وجه الأب أو أحد الأطفال على جسد شخص آخر وغيرها من الخدع التي لم تدرج في مشهد طويل وإنما فاصل بين المشاهد أو صورة تعريفية للمقطع على اليوتيوب. لذلك نستنتج أن الجرافيك كعنصر جذب استخدم بهدف إبراز الجانب الإبداعي الذي يستطيع الأب تقديمه، وقد قام (مشيع) بذكر ذلك بشكل مباشر في الحلقة التي استخدمت خاصية "الشاشة الخضراء" لعمل خدعة الطيران وتمّ عرض كواليس الخدع في نهاية الحلقة.

لاحظت الباحثان من خلال تحليل الجدول أعلاه، استخدام شخصيات مبتكرة كعنصر جذب في الحلقات حيث أن تمثيل الشخصية غالباً يحدث بأداء أحد أفراد الأسرة ويتم ذلك باستخدام أقنعة وملابس مختلفة عن الملابس الاعتيادية، تقوم هذه الشخصيات إمّا بأداء أدوار رئيسية أو ثانوية في الحلقات، كما لوحظ بأن هذه الشخصيات جميعها تمثّل دور أشخاص مسنّين يقومون بعمل ممارسات غريبة أو غير محبّبة.

فيظهر مرّة الأب بهيئة جد عجوز فظّ يقوم بالغش في اللعب والقيام بتصرفات مقزّزة؛ ومرّة أخرى يظهر بشكل سيّدة مُسنّة تترك طفلاً رضيعاً عند باب المنزل وتهرب، وفي مشهد آخر يظهر يوسف وهو يرتدي قناع رجل عجوز حتى يتمكّن من غش إخوته ويتمكّن من شرب العصير أولاً ويُعقّب "الكبار أولاً". من خلال السابق ذكره؛ ترى الباحثان بأن تصوير المسنّين بهذه الصورة يحمل تمييزاً ضدّ المسنّين، ففي الحلقات يظهر كبار السنّ وهم يقومون بممارسات سلبية مثل المذكورة أعلاه؛ ممّا تنمّي لدى الأطفال صورة نمطية سلبية عن كبار السنّ بأن هذه الفئة العمرية غير

مسؤولة عن تصرفاتها و عاجزة عن التفكير السليم، وتميل إلى السلوكيات الطفولية نظراً للخرف أو الاعتلال الجسدي.

ومن الجدير بالذكر أن تعرّض الأطفال لمحتوى يصوّر المُسنين بشكل سلبي؛ يجعلهم يكوّنون صورة نمطيّة غير صحيحة عن هذه الفئة مما يؤثّر على تعاملهم مع كبار السنّ ويعرّضهم للخوف منهم، عدم احترامهم أو تهميشهم، وبذلك - من خلال وجهة نظر الباحثتان - قد تزيد احتمالية ممارسة الأطفال لسلوك تمييزي ضد كبار السنّ، لا سيّما أنّ فارق العمر بين الأطفال وكبار السنّ كبير؛ مما يقلل من احتمالية وجود العوامل المشتركة بين هاتين الفئتين العمريتين، لا سيّما أن دراسة ستار (2019) - التي أجريت للكشف عن نظرة الفئات العمرية المختلفة للمُسنّين - أكّدت بأن الشريحة الأصغر عمراً أظهرت تمييزاً أكبر ضدّ المسنّين من الشريحة الأكبر عمراً؛ مما يزيد من التباعد بينهما، وأضاف الباحث بأن بذرة التمييز ضد كبار السنّ تتم زراعتها من مراحل الطفولة المبكرة وأوصى بضرورة اهتمام المؤسسات المجتمعية والدراسية بتصغير الفجوة بين هاتين الفئتين.

المناقشة

مناقشة نتائج المحور الأول: ما أبرز القيم التي يكتسبها الطفل من مشاهدة قناة مشيخ؟

بالاطلاع على نتائج الدراسة الحالية يتّضح وجود عدداً من القيم - بنوعيتها الإيجابي والسلبي - تسعى الحلقات لغرسه في أذهان الأطفال، بدايةً بالنتائج الإيجابية تُظهر الحلقات تعزيزاً للجوانب الدينية في مشاهد عديدة حيث تمّ تصوير بعض الحلقات أثناء شهر رمضان ونصائح من الأب بضرورة الكرم، الإحسان للآخرين وتفعيل السلوكيات الإيجابية. كما أظهرت الحلقات تصويراً لمشاهد بين الإخوة تعزّز من قيمة المشاركة أثناء اللعب، الطعام، استخدام الأجهزة الإلكترونية، وغيرها. مما يتّفق الدراسات التي أشارت أنه قبل الحكم السلبي المُطلق على منصات التواصل الاجتماعية لا بد من الالتفات على الدور الإيجابي لليوتيوبرز في إبراز الجانب المُثمر في عقليات المراهقين.

وتتفق الباحثتان مع رؤية المفتي (2022)، التي وصف بها وسائل التواصل الاجتماعية بالأداة شديدة الحساسية فهي شديدة الإيجابية عند تقنين استخدامها وعلى النقيض تماماً هي شديدة الفتك عند إساءة استخدامها، وفي هذا السياق نناقش الأفكار السلبية التي ظهرت في أثناء تحليل الحلقات. بدايةً ظهرت فكرة السحر والقوى الخارقة كأكثر قيم سلبية تكررراً في الحلقات، حيث ظهرت على شكل قوى خارقة يمتلكها الأطفال ويتمكّنون من القيام بأمر خارقة وخيالية مثل تجميد الآخرين، إرغام الآخرين على فعل ما يريدونه؛ مما يؤدي إلى غرس معتقدات هجينة وبعيدة كل البعد عن تعاليم الدين الإسلامي الحنيف. تعرض أيضاً الحلقات تصوير جانب الحياة المرفّهة التي تعيشها عائلة مشيخ باستعراض الألعاب التي يمتلكونها، الأماكن التي يزورونها وعدد الأجهزة الإلكترونية المتوفرة في المنزل وغيرها من مظاهر الرفاهية مما يؤدي

بطبيعة الحال إلى المقارنة بين ما يمتلكه الطفل المتعرض للقناة وما تعرضه الحلقات من ممتلكات ووسائل ترفيه نظراً لعدم وعي الطفل بالفروقات في المستوى الاقتصادي بين العوائل، وهذا مما يفسر تحفظ 51% من الأمهات في عينة الدراسة على مشاهدة أطفالهن للقناة حيث اعتبرن أن ما يُعرض على القناة يحقّر الأطفال على السلوك الشرائي.

وقد كشفت في السياق نفسه دراسة (Yan 2021) أن المشاهير يعرضون حياتهم اللامعة جداً مما يؤدي إلى تكوين مفاهيم مغلوطة خاصة عند الصغار من المتابعين وبالتالي احتمالية حدوث اضطرابات عقلية أو نفسية نتيجة للمقارنات بين واقعهم وما يُعرض في اليوتيوب؛ لأن قدرة الأطفال على معالجة الرسائل المقدّمة من قبل القلوقرز بطريقة واعية ونقدية لا تزال منخفضة لكون قدرات الأطفال مجموعة (Folkvord et al,2019) الأطفال المعرفية لا تزال قيد التشكيل ونتيجة لذلك اعتبر مُستهدفة تسويقياً شديدة القابلية للانقياد.

من الجوانب السلبية الأخرى التي ظهرت أثناء تحليل الحلقات هي انتهاك الخصوصية ويظهر ذلك في المشاهد التي يقوم بها الأب بتصوير الأبناء بدون رغبتهم أو أثناء غضبهم مع وضوح ذلك على الأبناء أثناء تصوير المشهد. كما تعرض الحلقات أيضاً بعداً آخر للعلاقة بين الأبوين قد يكون غير واقعي أو ينمّي لدى الأطفال صورة مشوّشة عن طبيعة العلاقة بين الوالدين في سياق المنزل؛ فيظهر الأب بشكل دائم مع الأبناء وهو يقوم بالقيام باللعب وممارسة العديد من المقالب والأنشطة المنزلية بينما تظهر الأم بشكل العنصر المخيف في التربية. مما لا شكّ فيه أن تعرّض الطفل لمثل هذا المحتوى الذي يشاهد به الأب الذي يجعل المشاعبة أمراً ممكناً ومحبباً يجعله غير راض عن والده أو على أقل تقدير يتمنى أن يكون والده مُشابه لما يشاهده في قناة عائلة مشيّع.

مناقشة نتائج المحور الثاني: ما أبرز السلوكيات التي يكتسبها الطفل من مشاهدة القناة ؟

توصّلت نتائج الدراسة الحالية إلى مجموعة من السلوكيات الإيجابية والسلبية المكررة في القناة والتي أظهرتها عملية تحليل المحتوى النوعي. ومن الجدير بالذكر بأن جميع القيم أعلاه -التي تمّ طرحها في مناقشة نتائج المحور الثاني-ظهرت على شكل سلوكيات يقوم بها أفراد الأسرة في سياق الحلقات. ولعلنا نأتي على ذكر أبرز السلوكيات التي تكررت بشكل ملحوظ في الحلقات وهي المقالب التي تعرضها القناة بشكل متكرر ويجدر الذكر أن المقالب هي أكثر المحتويات المحبّبة لدى متابعي قناة عائلة مشيّع بحسب نتائج الجزء الكمي من الدراسة حيث أن 57% من الأمهات أجبن بأن المقالب هي المحتوى المفضّل لدى أطفالهنّ، كما بلغ عدد الأطفال اللذين وصفوا المقالب بأنها "محبّبة" بنسبة 86% مما يفسّر قيام (مشيّع) قام بإنشاء قناة منفصلة تعرض المقالب إلى جانب عرض المقالب في القناة الرئيسية، ومن الجدير بالذكر أيضاً

أن الأب (مشيِّع) يعمل على تخطيط، تطبيق وتصوير المقالب التي يتم تطبيقها على جميع أفراد الأسرة.

من السلوكيات المتكررة في الحلقات تحت الدراسة هو سلوك المشاغبة ويظهر بشكل الأعمال التخريبية في المنزل بهدف اللعب مع الإخوة أو تصوير مقاطع اليوتيوب مع الأب، سلوك آخر تعرضه الحلقات هو عدم الاحترام ويظهر تحديداً أثناء ممارسة الإخوان للمقالب ضد بعضهم البعض أو ضد الأب، ويظهر أيضاً سلوك عدم الاحترام في مشاهد القوى الخارقة والتي تظهر عادةً بشكل قوة تمكّن الأبناء من تجسيد الآباء حتى يتسنى لهم القيام بما يريدون. تتفق هذه النتيجة مع دراسة حسروميا (2018)، وعبد الوهاب (2015) التي أفادت بأن الأطفال والمراهقين يكتسبون عادات سيئة جرّاء تعرّضهم لمنصّة اليوتيوب أبرزها غياب الاحترام بين الأبناء وأبائهم، بينما اختلفت دراسة صالح والرواس (2014) مع الدراسة الحالية في إثبات محدودية تأثير اليوتيوب على المعايير والأخلاقيات، ولكن لا يجب تجاهل الآثار المستقبلية مُحتملة الحدوث.

نتطرق أيضاً إلى السلوك الاستهلاكي والذي يظهر بشكل أكبر من خلال الأب، حيث لوحظ من خلال تحليل الحلقات بأن الألعاب لا يتم دائماً طلبها من خلال الأبناء وإنما يقوم الأب بإعطائها للأبناء كوسيلة (للمراضاة) بعد المقالب أو كمحتوى حتى يتم تصوير مقطع يوتيوبي جديد للأبناء مع الأب وهم يجربون لعبة جديدة، ولكن عند تعرّض الأطفال لهذا المحتوى فإنهم لا يقومون بتمييز السبب وراء امتلاك الكم الكبير من الألعاب لدى عائلة مشيِّع نظراً لنظرتهم المحدودة والسطحية، فلا يميّز الأطفال بأن تصوير مثل هذه المشاهد هي الوسيلة التي تعتمد عليها عائلة مشيِّع كمصدر للدخل، لاسيّما أن أكثر من نصف عينة الدراسة الحالية من الأمهات أجبن بأن أطفالهن لا يستوعبون فكرة تفاوت المستوى المعيشي بين حياتهم الواقعية وبين حياة عائلة مشيِّع.

وبالحديث عن السلوكيات الإيجابية فإن قيمة المشاركة -كما ذكرنا سابقاً- هي أكثر السلوكيات الإيجابية تكررراً في الحلقات وتظهر في سياقات عديدة خلال الحلقات، كما يُعتبر التعبير عن حبّ الأخوة من السلوكيات التي تكررت في الحلقات وتتقاطع مع قيمة المشاركة، حيث أن حبّ الإخوة يظهر عن طريق مشاركتهم اللعب، تصميم التحديّات، الطّعام والأنشطة المنزلية وغيرها. من السلوكيات الإيجابية الأخرى التي ظهرت في الحلقات هي التركيز على تفعيل الإجراءات الاحترافية في الحلقات التي عُرضت أثناء جائحة كورونا مثل؛ غسل اليدين، الالتزام بالحجر المنزلي، التعقيم وغيرها.

ربط نتائج الدراسة الحالية بنظرية التعلّم الاجتماعي:

مرحلة الطّفولة من أهم المراحل في حياة الإنسان؛ لأنها الأساس الذي تُبنى عليه شخصيّة الطفل وتحدّث بها تفاعلاته الأولى، ولعلّ المنزل وتحديد الوالدين هما أقرب الأشخاص للطفل في مراحل حياته الأولى. وإسقاطاً لنظرية التعلّم الاجتماعي على

الدراسة الحالية يقوم الأطفال بملاحظة "النماذج" والمقصود بها هُنا الشخصيات الظاهرة في قناة عائلة مشييع ومن ثم تقليد ما تمت مشاهدته وتطبيقه على أرض الواقع، وفي حين أنّ الاستجابة أوردّة الفعل التي يبديها أفراد عائلة مشييع على السلوكيات السلبية هي في الغالب ردّة فعل إيجابية، فإن ذلك يدفعنا لتوقع تطبيق الطّفّل للفعل وتكراره في حياته الواقعية على الرغم من عدم ملائمتها لخلفيته التربوية.

وعلى سبيل المثال عند مشاهدة الطّفّل لحلقة يظهر بها محتوى مقالب في سياق مضحك وبمساعدة الأب(مشييع)، فإن ذلك سيدفع الطّفّل لتخزين هذا السلوك وتطبيقه في حياته الواقعية من خلال تفاعلاته مع أقرانه؛ لأن الممارسة المعروضة-ونعني بها المقالب المعروضة في الحلقة - قوبلت بالتعزيز من قبل الأب(مشييع)؛ بل تمّ تصويرها وعرضها للجماهير كغُنصر (مكافأة) غير مباشر على المقلب؛ مما يجعل الطّفّل المتعرّض يتبنّى هذا الفعل ويقلّده. على العكس تماماً؛ إذا افترضنا أن مشهد مقلب ظهر في القناة بشكل مقصود أو غير مقصود وكانت ردّة فعل الأب هي التوبيخ أو العقاب كنتيجة لسلوك المقلب فإن الرسالة الموجّهة للجماهير هُنا هي عدم تقليد هذا السلوك لأن النتيجة المترتبة عليه هي التوبيخ؛ وبالتالي نقل دافعية الطّفّل لتقليد هذا السلوك.

وتكرار ممارسة النموذج للسلوك وتكرار ردّة الفعل غير الموبّخة تجاه السلوك تزيد من فرصة تقليد الملاحظ لنفس السلوك حتى وإن كان غير مناسب اجتماعياً وذلك لتعريفه بواسطة المكافأة غير المباشرة. وفي هذا المبدأ تتقاطع نظرية الغرس الثقافي مع نظرية التعلّم الاجتماعي، بمعنى أن تقليد السلوك الذي لاحظته الفرد من خلال مراقبته للنموذج ما هو إلا تأثير تراكمي للفعل وهُنا نقصد تقليد الأطفال للسلوكيات التي تظهر في برنامج عائلة مشييع.

على سبيل المثال ذكرنا أعلاه في استمارة الأدوار الاجتماعية المتعلقة بإيمان أن الأب(مشييع) بطريقة ما وفي بعض الحلقات أبرز الصورة النمطية للأنثى المعروفة بحساسية المشاعر وسرعة الغضب فيما يتعلّق بالتعاملات مع الابنة إيمان، وذلك في الطريقة التي يتم بها استفزازها أو استخدام ممتلكاتها الشخصية بغرض تطبيق المقالب أو المزاح مما يدفع إيمان إلى الغضب والبكاء أمام الكاميرا وإظهارها بصورة سريعة الاستفزاز والانفعال مما قد يعزّز الصورة النمطية للأنثى في أذهان الأطفال المتعرّضين للقناة وهي أن الفتيات شديداً الحساسيات ويمكن استثارة غضبهن بسهولة لاسيّما أن القناة عرضت هذه الفكرة في تطبيق المقالب أو عمل التحديّات أي في سياق ممتع للأطفال مما قد يدفعهم لممارسة مثل هذه السلوكيات مع المجتمع المحيط بهم.

توصيات الدراسة:

سعت الدراسة الحالية للتطرّق إلى المحتوى الرقمي ومعرفة تأثيره على الأطفال من عمر (5-15) سنة على الجانب القيمي والسلوكي، وتناولت الدراسة تحديداً منصّة اليوتيوب "قناة عائلة مشييع" بالبحث والتحليل ومن ثمّ التوصل إلى مجموعة من النتائج التي أسفرت عن عدد من التوصيات:

1. التوسُّع في عمل الدراسات المتعلّقة بالمحتوى الرقمي ومنصّات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأطفال في مراحل نموهم المختلفة، وتوصي الدراسة بالمزيد من الدراسات التي تتناول منصّات تواصل اجتماعي أخرى بالبحث مثل "التك توك"، انستجرام، سنابشبات" والتعرّف على أوجه المقارنة بين التأثيرات التي تُحدثها كل منصّة بحسب الخصائص التي توفرها.
2. توصي الدراسة بأن تولي القطاعات التعليمية الاهتمام بتضمين "التربية الإعلامية" ضمن المناهج الدراسية وتدريب الكوادر التعليمية على تخصُّص التربية الإعلامية ومن ثمّ تكليف الأخصائيين الإعلاميين بتدريس محتوى وسائل الاتصال والإعلام بما يتناسب مع المرحلة الدراسية وتفعيل ذلك عن طريق الأنشطة الصقيّة واللصقيّة بمشاركة الأصدقاء والأسرة؛ مما يُنتج متلقّي متعلّم، مفكّر وناقد.
3. نظراً لتزايد استخدام منصّات التواصل الاجتماعية من قِبل الأطفال، توصي الدراسة الحالية بضرورة توعية أولياء الأمور بالآثار المترتبة على تعرُّض أطفالهم لمحتوى قنوات اليوتيوب وبالتحديد "الفلوقرز" وعمل دورات تدريبية تهدف إلى تثقيف أولياء الأمور بكيفية التصديّ للآثار السلبية المترتبة على تعرُّض أبنائهم لمنصّات التواصل الاجتماعية وضرورة بناء علاقة وطيدة بين الأبناء وأولياء الأمور مما يفعل الحوار البناء والمشاركة الفعّالة بين الطرفين وأخيراً كيفية فرض رقابة نشطة على الأبناء أثناء تعرُّضهم لمنصّات التواصل الاجتماعي دون اللجوء إلى المنع التام أو الحرمان.

- Culture & Society* 28(3): 411–32.
- Creswell, J., W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (3rd ed.): SAGE Publications.
- Deaton, S. (2015). Social learning theory in the age of social media: Implications for educational practitioners. *Journal of Educational Technology*, 12(1), 1-6.
- Deuze, M. (2007) *Media Work*. Polity press.
- Dishion T., Stormshak E. (2007). *Intervening in children's lives: An ecological, family-centered approach to mental health care*. Washington, DC: APA Books.
- Edell, J., & Richard, S. (1983). The Information Processing of Pictures in Print Advertisements. *Journal of Consumer Research*, 10(1) 45-61.
- Emond, J., Tantum, L., Gilbert-Diamond, D., Kim, S., Lansigan, R., & Neelon, S. (2018). Household chaos and screen media use among preschool-aged children: a cross-sectional study. *BMC Public Health*, 18(1), 1-8.
- Fine, G., A. (1986). The dirty play of little boys. *Society*, 24(1), 63–67.
- Fisk, C. L. (2001). Humiliation at work. *Wm. & Mary J. Women & Law*, 8 (1), 73-95.
- Folkvord, F., Bevelander, K., Rozendaal, E., & Hermans, R. (2019). Children's bonding with popular YouTube vloggers and their attitudes toward brand and product endorsements in vlogs: an explorative study. *Young Consumers* 20(2), 77-90.
- Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Aldine research. New Brunswick, AldineTransaction.
- Hobbs, R., & Grafe, S. (2015). YouTube pranking across cultures. *First Monday*.
- Ibrahim, Y. (2021). Accounting the 'self': From diarization to life vlogs. *Convwegence*, 27(2), 330-342.
- Jaccard, J., & Jacoby, J. (2019). *Theory construction and model-building skills: A practical guide for social scientists*. Guilford Publications
- Lange, P. (2007). *Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 361–80.
- Li, R. (2018). *The Secret of Internet Celebrities: A Qualitative Study of Online Opinion Leaders on the Web*. Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences, Honolulu, HI: Scholar Space, 533-542.
- Mallon, T. (1984). *A book of one's own: People and their diaries*. Ticknor and Fields.
- Martin, J., & Ross, H. (2005). Sibling aggression: Sex differences and parents' reactions. *International Journal of Behavioral Development*, 29(2), 129-138.
- Martínez, C., & Olsson, T. (2019). Making sense of YouTubers: how Swedish children construct and negotiate the YouTuber Misslisibell as a girl

- celebrity. *Journal of Children and Media*, 13(1), 36-52.
- Mills, R., & Rubin, K. (1990). Parental beliefs about problematic social behaviors in early childhood. *Child Development*, 61(1), 138-151.
- Mironova, E. (2016). Audience's behavior and attitudes towards lifestyle video blogs on Youtube. *Media and Communications Science*. Malmo University.
- Nansen, B., & Jayemanne, D. (2016). Infants, interfaces, and intermediation: Digital parenting and the production of "iPad Baby" videos on YouTube. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(4), 587-603.
- Nardi, B., Schiano, D., Gumbrecht, M., & Swartz, L. (2004). Why we blog. *Communications of the ACM*, 47(12), 41-46.
- Nikken, P., & Jansz, J. (2006). Parental mediation of children's videogame playing: comparison of the reports by parents and children. *Learning, Media and Technology*, 31(2), 181-202.
- Preece, T. (2017). *How are YouTubers influencing children*. Internet Matters. Retrieved from: <https://www.internetmatters.org/hub/expert-opinion/youtubers-influencing-children/>
- Qutub, A & Mohammad, A. (2022). The effect of children's exposure to the YouTube platform Moshaya Family Channel on Socialization of the Saudi child regarding life satisfaction, *Online Media and Global Communication*.
- Ralph, N., Birks, M., & Chapman, Y. (2014). Contextual positioning: Using documents as extant data in grounded theory research. *Sage Open*, 4(3), 2158244014552425.
- Singh, K. (2007). *Quantitative social research methods*. Sage.
- Snickars, P., & Vonderau, P. (2009). *The YouTube reader*. Stockholm: Kungliga biblioteket Publishing.
- Wang, S., Lilienfeld, S., & Rochat, P. (2019). Schadenfreude deconstructed and reconstructed: A tripartite motivational model. *New Ideas in Psychology*, 52, 1-11.
- Westenberg, W., M. (2016). *The influence of YouTubers on teenagers: A descriptive research about the role YouTubers play in the life of their teenage viewers* [Master's thesis]. University of Twente.
- Yan, J. (2021, June). *Influence of Vlogs on Young People Between 16 to 18*. In 2nd International Conference on Language, Art and Cultural Exchange (ICLACE), Atlantis Press, 199-204.
- Yasaroglu, C., & Boylu, M. (2020). YouTubers' Effect on Children's Values: Parents' Views. *European Journal of Educational Sciences*, 7(4), 1-15.