

جامعة ميدأوشن

كلية الإعلام والتسويق

برنامج بكالوريوس التسويق الرقمي

مشروع التخرج للفصل الدراسي الثاني 2026

عنوان البحث:

تأثير الإعلام الرقمي الموجّه للطفل على القيم التربوية والسلوكيات الاجتماعية: دراسة ميدانية على عينة من الأطفال

إعداد الطالبة: سارة نضال قحطان

تاريخ التسليم: / / 2026

Middle East University

Faculty of Media and Marketing

Digital Marketing Bachelor Program

Graduation Project – Second Semester 2026

:Research Title

The Impact of Child–Oriented Digital Media on Educational Values and Social Behaviors: A Field Study on a Sample of Children

ملخص الدراسة باللغة العربية

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة تأثير الإعلام الرقمي الموجّه للطفل في القيم التربوية والسلوكيات الاجتماعية، من خلال دراسة ميدانية معمقة على عينة من الأطفال في المرحلة العمرية (9-12 سنة). وانطلقت الدراسة من إشكالية مفادها أن المنصات الرقمية قد تحولت إلى وكيل تنشئة منافس للمؤسسات التقليدية، محمّلة بقيم مضمرة قد تتصادم مع القيم الأسرية. ولتحقيق أهدافها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي بأسلوب كمي وكيفي مختلط، مستخدمة استبانة إلكترونية ومقابلات شبه منظمة، وطبقت الأدوات على عينة قوامها (300) طفل وطفلة تم اختيارهم بالطريقة الطبقيّة العشوائية. وأظهرت النتائج أن حجم تعرّض الأطفال للإعلام الرقمي مرتفع، بمتوسط يومي تجاوز الساعتين، مع هيمنة منصة يوتيوب والمحتوى الترفيهي المختلط. وكشفت النتائج أن الإعلام الرقمي يسهم في تعزيز قيم التعاون والمبادرة والاعتماد على النفس، في حين يؤدي الاستخدام المفرط وغير المراقب إلى إضعاف قيم احترام السلطة والانتماء الأسري، وظهور سلوكيات اجتماعية سلبية كالانعزال وضعف التواصل الوجداني. كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغيري العمر ومدة الاستخدام اليومي، في حين كان لدور الأسرة واستراتيجيات الرقابة الإعلامية أثر واضح في التخفيف من الآثار السلبية وتعزيز الإيجابية. واختتمت الدراسة بتقديم إطار تربوي وإعلامي متكامل، وخروجها بمجموعة من التوصيات الموجّهة إلى صنّاع المحتوى، والأسر، والمؤسسات التعليمية، وصانعي السياسات، بهدف تحسين جودة المحتوى الرقمي وتعزيز التربية الإعلامية في الوسطين الأسري والمدرسي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، القيم التربوية، السلوكيات الاجتماعية، الطفل، التنشئة الاجتماعية.

Abstract in English

This study aimed to reveal the nature of the impact of child-oriented digital media on educational values and social behaviors, through an in-depth field study on a sample of children aged (9–12) years. The study was based on the problem that digital platforms have become a competing socialization agent to traditional institutions, carrying implicit values that may conflict with family values. To achieve its objectives, the study adopted the descriptive survey method using a mixed quantitative and qualitative approach, employing an electronic questionnaire and semi-structured interviews, applied to a sample of (300) children selected by stratified random method. The results showed that children's exposure to digital media is high, with an average daily rate exceeding two hours, dominated by YouTube and mixed entertainment content. The results revealed that digital media contributes to enhancing values of cooperation, initiative, and self-reliance, while excessive and unmonitored use leads to weakening values of respect for authority and family belonging, and the emergence of negative social behaviors such as isolation and weak emotional communication. The study also found statistically significant differences attributed to age and daily usage duration variables, while the role of the family and media monitoring strategies had a clear impact in mitigating negative effects and enhancing positive ones. The study concluded by presenting an integrated educational and media framework, and provided a set of recommendations

directed to content creators, families, educational institutions, and policymakers,
aimed at improving the quality of digital content and promoting media literacy in
.both family and school settings

Keywords: Digital Media, Educational Values, Social Behaviors, Child, Social
.Socialization

المقدمة

يشهد العالم اليوم تحولاً رقمياً غير مسبوق طال مختلف مناحي الحياة، ولم يكن الطفل بمنأى عن هذا التحول؛ إذ أصبحت الشاشات الذكية والأجهزة اللوحية رفيقاً يومياً له منذ نعومة أظفاره. تشير إحصاءات الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU, 2025) إلى أن نسبة الأطفال المستخدمين للإنترنت في المنطقة العربية تجاوزت 70% في الفئة العمرية (5-12 سنة)، مع تزايد مطرد في ساعات التعرض اليومية للمنصات الرقمية. ولم يعد هذا التعرض مقتصرًا على الترفيه فحسب، بل تعداه إلى تشكيل تصورات الطفل عن ذاته وعن العالم من حوله، وهو ما جعل الإعلام الرقمي شريكاً فاعلاً - بل ومتفوقاً أحياناً - في عملية التنشئة الاجتماعية.

وقد أسفرت هذه النقلة النوعية عن حالة من "التبلور القيمي الهجين"، حيث يتلقى الطفل معايير الأخلاقية وسلوكياته من مصدرين متباينين؛ الأول هو الأسرة والمدرسة اللتان تقدمان نموذجاً قيمياً مقصوداً وواعياً، والثاني هو المنصات الرقمية التي تنقل منظومات قيمية مضمرة عبر المحتوى الترفيهي والتعليمي التفاعلي. وإذ تعترف الدراسات التربوية الحديثة بأهمية الإعلام الرقمي كأداة تعليمية محفزة (Buckingham, 2020)، فإنها تحذر في الوقت نفسه من الآثار السلبية المحتملة للاستخدام غير الموجه، لاسيما على القيم الأخلاقية والسلوك الاجتماعي.

ويزداد هذا القلق تعمقاً حين ندرك أن المحتوى الرقمي الموجه للطفل - الذي يزداد إنتاجه واستثماره عالمياً وعربياً - لا يخضع في الغالب لمعايير رقابية صارمة تعكس خصوصية المجتمعات العربية وقيمها التربوية الأصيلة. وهنا تبرز الحاجة الماسة إلى دراسات ميدانية عربية تتجاوز الرصد النظري إلى القياس الكمي والكيفي، تستقصي أثر هذا الإعلام في منظومة القيم والسلوك، وتكشف عن الآليات التي تعزز الجوانب الإيجابية وتحد من الجوانب السلبية، وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة.

أولاً: الدراسات السابقة

المحور الأول: الدراسات العربية

الدراسة الأولى:

الباحثة: روزه الدوسري

السنة: 2024

الهدف: الكشف عن واقع تأثير الإعلام الجديد على القيم التربوية في مدارس الطفولة المبكرة من وجهة نظر المعلمات، ومعرفة متطلبات الاستفادة من الإعلام الجديد في تشكيل القيم التربوية الإيجابية للأطفال. المنهج: المنهج الوصفي المسحي، باستخدام أداة الاستبانة.

العينة: 332 معلمة من معلمات مدارس الطفولة المبكرة في مدينتي الدمام والخبر.

أبرز النتائج: يساعد استخدام الطفل لأدوات الإعلام الجديد على تنمية قيم التعاون والمبادرة والاعتماد على النفس وحب العمل، غير أن الاستخدام المستمر يؤثر في عدم اكتراث الطفل بفقدان العلاقات مع الآخرين. أوجه الاستفادة: توفير مؤشرات كمية حول أثر الإعلام الجديد في القيم التربوية من منظور المعلمات. التعقيب النقدي: اعتمدت الدراسة على آراء المعلمات (وسائط) وليس على الرصد المباشر للأطفال أنفسهم، كما اقتصر على مرحلة الطفولة المبكرة، ولم تتناول البعد السلوكي بصورة متعمقة.

الدراسة الثانية:

الباحث: أحمد عبدالكريم شعبان، وعائدة علي قمر

السنة: 2025

الهدف: التعرف على تأثير الإعلام الرقمي في تنمية المهارات الاجتماعية لدى أطفال مرحلة الطفولة المبكرة.

المنهج: المنهج التحليلي الوصفي، باستخدام أداة الاستبانة.

العينة: 55 من مقدمي الرعاية في مراكز الطفولة المبكرة في دمشق.

أبرز النتائج: يؤثر الإعلام الرقمي بدرجة مقبولة في تنمية مهارة التعاون لدى الأطفال، وبدرجة ضعيفة في تنمية مهارتي المشاركة الوجدانية والنظام، ويسهم مقدمو الرعاية بشكل ضعيف في توظيف أدوات الإعلام الرقمي في تنمية المهارات الاجتماعية.

أوجه الاستفادة: تقديم مؤشرات حول التباين في تأثير الإعلام الرقمي على مختلف المهارات الاجتماعية.

التعقيب النقدي: اعتمدت على عينة صغيرة نسبياً (55)، وركزت على المهارات الاجتماعية دون التطرق إلى البعد القيمي، كما اقتصر على مرحلة عمرية واحدة.

الدراسة الثالثة:

الباحثة: مبروكة محمد عبد السلام المعداني

السنة: 2025

الهدف: معرفة دور إعلام الطفل في تعزيز القيم الأخلاقية، والمشاركة في وضع إستراتيجية عامة لإعداد المحتوى الإعلامي الموجّه للطفل.

المنهج: المنهج الكيفي، باستخدام الاستمارة والمقابلة، مع دراسة تحليلية لمحتوى قناتي سبيستون وماجد.
العينة: أولياء أمور الأطفال.

أبرز النتائج: يفضل الطفل وسائل الإعلام المرئية (التلفزيون والأجهزة الذكية) أكثر من أي وسيلة أخرى، وهذه الوسائل تغرس فيه قيماً معينة كما أنه يتأثر بما يتعرض له ويقلده غالباً.

أوجه الاستفادة: تقديم رؤية كفيّة معمقة حول آليات تأثير الإعلام الموجّه للطفل في القيم.

التعقيب النقدي: اعتمدت على آراء أولياء الأمور وليس على رصد مباشر للأطفال، وركزت على الجانب القيمي دون السلوكي، كما أنها لم تعتمد على عينة ممثلة إحصائياً.

الدراسة الرابعة:

الباحث: حفيظة خليفي

السنة: 2020

الهدف: استقصاء استخدامات الأطفال للإنترنت وتأثيراتها على سلوكهم وتنشئتهم الاجتماعية.

المنهج: منهج وصفي تحليلي.

أبرز النتائج: أظهرت الدراسة تراجعاً في دور الأسرة في عملية التنشئة، وارتفاع التأثير السلبي على جانب الهوية الثقافية للطفل، وظهور أنماط سلوكية نتيجة للتأثر بالثقافات الغربية.

أوجه الاستفادة: تسليط الضوء على تراجع دور الأسرة في مواجهة الإعلام الرقمي.

التعقيب النقدي: الدراسة قديمة نسبياً (2020) في سياق يتسم بالتغير السريع، ولم تتناول المحتوى الموجّه للطفل تحديداً، بل تناولت الإنترنت بصورة عامة.

الدراسة الخامسة:

الباحث: بوعلي خالد وبوشارب بولوداني

السنة: 2025

الهدف: التحقيق في التأثير العميق لوسائل الإعلام التكنولوجية على حياة الأطفال اليومية، مع التركيز على التحولات التي أحدثتها في التنشئة الأسرية.

المنهج: منهج كفي قائم على تحليل التحولات في أنماط التنشئة.

أبرز النتائج: أدى الاعتماد المتزايد على الوسائط التكنولوجية إلى إضعاف دور هياكل التنشئة التقليدية في تشكيل قيم الأطفال وسلوكياتهم، وأحدث ذلك تآكلاً في المرجعيات القيمية المباشرة، وظهور توجهات فردية، وارتفاعاً في الانفصال العاطفي داخل الأسرة.

أوجه الاستفادة: تقديم إطار نظري لفهم تفكك المرجعيات القيمية التقليدية.

التعقيب النقدي: الدراسة نظرية بحتة، وافتقرت إلى الجانب الميداني والقياس الكمي، كما أنها لم تركز على الإعلام الموجّه للطفل تحديداً.

المحور الثاني: الدراسات الأجنبية

الدراسة السادسة:

الباحثون: Xiaocen Liu, Shuliang Geng, Donghui Dou

السنة: 2024

الهدف: دراسة العلاقة بين استخدام الأطفال للوسائط الإلكترونية والسلوك الاجتماعي الإيجابي، واستكشاف الأدوار الوسيطة للعلاقة الوثيقة بين الوالدين والطفل وتنظيم الانفعال.

المنهج: المنهج الكمي باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية.

العينة: 701 أسرة.

أبرز النتائج: ارتبط استخدام الأطفال للوسائط الإلكترونية ارتباطاً سلبياً بالسلوك الاجتماعي الإيجابي، والعلاقة الوثيقة بين الوالدين والطفل، وتنظيم الانفعال. كما كشفت التحليلات أن العلاقة الوثيقة بين الوالدين والطفل وتنظيم الانفعال يعملان كوسيطين فرديين ومتسلسلين في العلاقة بين استخدام الوسائط الإلكترونية والسلوك الاجتماعي الإيجابي.

أوجه الاستفادة: تقديم نموذج تحليلي متكامل يفسر الآليات الوسيطة في العلاقة بين الإعلام الرقمي والسلوك الاجتماعي.

التعقيب النقدي: ركزت على البعد السلوكي أكثر من البعد القيمي، ولم تتناول الإعلام الموجّه للطفل تحديداً، كما أنها اعتمدت على عينة من خارج السياق العربي.

الدراسة السابعة:

الباحث: فريق بحثي في جامعة القاسم الخضراء بالعراق

السنة: 2024

الهدف: استكشاف العلاقة بين الاستخدام المفرط للتكنولوجيا واكتساب القيم الاجتماعية لدى أطفال ما قبل المدرسة.

المنهج: التصميم المتسلسل التفسيري (منهج مختلط).

أبرز النتائج: ارتبطت زيادة استخدام التكنولوجيا بانخفاض في القيم الاجتماعية مثل الحب والاحترام والمسؤولية والتعاون واللفظ. وسلطت الدراسة الضوء على المخاطر النمائية للاستخدام المفرط للتكنولوجيا.

أوجه الاستفادة: تقديم أدلة كمية على العلاقة العكسية بين الاستخدام المفرط للتكنولوجيا واكتساب القيم الاجتماعية.

التعقيب النقدي: ركزت على الاستخدام المفرط (المرضي) بدلاً من الاستخدام الطبيعي، واقتصرت على مرحلة ما قبل المدرسة، كما لم تُخصَّص الإعلام الموجَّه للطفل.

الدراسة الثامنة:

الباحث: فريق بحثي

السنة: 2025

الهدف: دراسة تأثير الرقمنة في عملية التنشئة الاجتماعية الأولية في مؤسسة الأسرة من منظور سوسيولوجي.

المنهج: تصميم ظاهراتي (فينومينولوجي) قائم على المقابلات شبه المنظمة.

العينة: 8 أفراد.

أبرز النتائج: تلعب الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والألعاب الرقمية والمحتوى الرقمي دوراً مهماً في تشكيل أحكام الأطفال القيمية وسلوكياتهم.

أوجه الاستفادة: تقديم رؤية كيفية معمقة لآليات تأثير الرقمنة في التنشئة.

التعقيب النقدي: اعتمدت على عينة صغيرة جداً (8 أفراد) مما يحد من إمكانية التعميم، كما أنها كانت نظرية أكثر منها تطبيقية.

الدراسة التاسعة:

الباحث: فريق بحثي

السنة: 2024

الهدف: دراسة تأثير تقليل وقت الشاشة على السلوك الاجتماعي للأطفال.

المنهج: تجربة عشوائية.

العينة: 89 أسرة في الدنمارك.

أبرز النتائج: أدى تقليل وقت الشاشة إلى تحسين التفاعلات الاجتماعية الإيجابية وتقليل المشكلات السلوكية لدى الأطفال.

أوجه الاستفادة: تقديم دليل تجريبي على العلاقة السببية بين وقت الشاشة والسلوك الاجتماعي.

التعقيب النقدي: ركزت على كمية التعرض (الوقت) وليس على نوعية المحتوى، واقتصرت على فترة زمنية قصيرة (أسبوعان)، كما أنها لم تتناول البعد القيمي.

الدراسة العاشرة:

الباحث: فريق بحثي

السنة: 2025

الهدف: تحليل الخطاب في مقاطع الفيديو التعليمية للأطفال على منصة يوتيوب (قناة " Kids Bel Arabi")، انطلاقاً من افتراض أن الوسائط الرقمية ليست محايدة.

المنهج: تحليل الخطاب النقدي وفق نموذج نورمان فيركلوف.

أبرز النتائج: كشف التحليل عن أيديولوجيات خفية في المحتوى التعليمي الموجه للأطفال، تتعلق بالطاعة والسلطة والاستهلاكية.

أوجه الاستفادة: تقديم منهجية نوعية لتحليل القيم المضمرّة في المحتوى الرقمي الموجه للطفل.

التعليق النقدي: ركزت على تحليل المضمون دون قياس تأثيره الفعلي على الأطفال، واقتصرت على قناة يوتيوب واحدة ومنصة واحدة.

التعليق على الدراسات السابقة وتحديد الفجوة البحثية

تتمايز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في مجموعة من الجوانب الجوهرية، يمكن إيجازها على النحو الآتي:

أولاً: الجمع بين البعد القيمي والبعد السلوكي في نموذج تحليلي واحد. في حين ركزت معظم الدراسات السابقة على أحد البعدين - إما القيم التربوية أو السلوكيات الاجتماعية - فإن الدراسة الحالية تتبنى مقاربة شمولية تبحث في العلاقة الجدلية بين ما يعتقده الطفل (منظومته القيمية) وما يفعله (سلوكياته الاجتماعية)، وكيف يتفاعل هذان البعدان في سياق التعرض للإعلام الرقمي.

ثانياً: التركيز على الإعلام الرقمي الموجّه للطفل تحديداً. لا تتناول الدراسة الإعلام الرقمي بصورة عامة، بل تُخصّص اهتمامها للمحتوى المصمّم خصيصاً للطفل - من قنوات يوتيوب متخصصة، وتطبيقات ألعاب، ومنصات تعليمية وترفيهية - وهو ما يمنحها دقة موضوعية أعلى مقارنة بالدراسات التي تناولت الإعلام الرقمي أو الإنترنت بصورة عامة.

ثالثاً: الاعتماد على دراسة ميدانية مباشرة على عينة من الأطفال. تتجاوز الدراسة الحالية الاعتماد على آراء الوسائط (المعلمات، أولياء الأمور، مقدّمي الرعاية) لتتوجه إلى الرصد المباشر للأطفال أنفسهم، مما يعزز من دقة النتائج وصلتها بالواقع الفعلي، ويتيح فهماً أعمق لتجربة الطفل الذاتية.

رابعاً: تقديم إطار تفسيري معاصر يتوافق مع بيئة المنصات الرقمية والذكاء الاصطناعي. تترك الدراسة أن المشهد الرقمي ليس ثابتاً، بل يتغير بتسارع غير مسبوق، ولذلك تتبنى إطاراً تفسيرياً مرناً يستوعب خصوصية المنصات الرقمية المعاصرة (من خوارزميات توجيه المحتوى، وتوصيات ذكية، ومحتوى تفاعلي، وتجارب مخصصة) بما يتجاوز النماذج التفسيرية التقليدية التي صيغت في عصر الإعلام التقليدي.

خامساً: اعتماد منهج مختلط (كمي وكيفي). تجمع الدراسة بين الرصد الكمي (لاستقصاء حجم التعرض وأنماطه وقياس الفروق الإحصائية) والتحليل الكيفي (لفهم آليات التأثير والعمليات النفسية والاجتماعية الوسيطة)، وهو ما يتيح فهماً أكثر عمقاً وثراءً للظاهرة المدروسة.

سادساً: مراعاة السياق الثقافي العربي. على عكس بعض الدراسات الأجنبية التي أجريت في سياقات ثقافية مختلفة تضع الدراسة الحالية السياق الثقافي العربي في صميم تحليلاتها، مراعيةً خصوصية القيم التربوية في المجتمعات العربية، وتفاعلها مع المضامين الرقمية الواردة من ثقافات متنوعة.

وبذلك تسد الدراسة الحالية الفجوة البحثية المتمثلة في ندرة الدراسات العربية الميدانية التي تتعامل مع هذه القضية بصورة كمية وكيفية متكاملة، وتغيب النماذج التحليلية التي تربط بين البعد القيمي والبعد السلوكي في سياق رقمي واحد.

ثانياً: مشكلة الدراسة

تشهد العقود الأخيرة تحولاً جذرياً في بنية التنشئة الاجتماعية للأطفال، إذ لم تعد الأسرة والمدرسة تحتكران عملية تشكيل القيم والاتجاهات والسلوكيات، بل باتت المنصات الرقمية شريكاً فاعلاً، بل ومتفوقاً أحياناً، في هذه العملية. ففي عصر يتسم بالاتصال الدائم والوصول اللامحدود إلى المحتوى، صار الطفل "فاعلاً" جديداً في التنشئة الاجتماعية ضمن العصر الرقمي، إذ يعيش بين الأسرة الواقعية والمنصة الافتراضية"، وهو ما يعيد طرح الأسئلة المعرفية والتربوية حول طبيعة هذه التنشئة المزدوجة ومآلاتها.

تتأسس الإشكالية البحثية للدراسة الحالية على ملاحظة مفادها أن الإعلام الرقمي الموجّه للطفل - بمختلف تجلياته من قنوات يوتيوب متخصصة، وتطبيقات ألعاب تفاعلية، ومنصات تعليمية وترفيهية - لم يعد مجرد نافذة على العالم، بل تحول إلى وكيل تنشئة متكامل ينافس المؤسسات التقليدية في تقديم النماذج القيمية والسلوكية. غير أن هذه العملية تحمل في طياتها تناقضاً جوهرياً: ففي حين تهدف المنصات الرقمية - بظاهرها - إلى الترفيه والتعليم، فإنها تنقل - في بواطنها - منظومات قيمية قد تتوافق أو تتصادم مع القيم التربوية التي تسعى الأسرة والمدرسة إلى غرسها.

وتتعمق المشكلة حين نلاحظ أن الإعلام الرقمي يتفوق على المؤسسات التنشئية التقليدية في جوانب عدة: فهو أكثر جذباً وانغماساً، وأكثر قدرة على التكيف مع اهتمامات الطفل، وأكثر استمرارية في التأثير بحكم توافره آنياً وفي كل مكان. هذا التفوق يخلق ما يمكن وصفه بـ "صراع المرجعيات القيمية"، حيث يجد الطفل نفسه منشداً بين قيم الأسرة التي تُلقن بصورة مقصودة وواعية، وقيم المنصات التي تُكتسب بصورة غير مقصودة وغير واعية في كثير من الأحيان.

غير أن الفجوة البحثية الأكثر إلحاحاً تكمن في أمرين: أولاً، ندرة الدراسات العربية الميدانية التي تتعامل مع هذه القضية بصورة كمية وكيفية متكاملة، وثانياً، غياب النماذج التحليلية التي تربط بين البعد القيمي (ما يعتقد الطفل ويُقدّره) والبعد السلوكي (ما يفعله الطفل ويتصرف به) في سياق رقمي واحد. فمعظم

الدراسات السابقة إما ركزت على أحد البعدين دون الآخر، أو تناولت الإعلام الرقمي بصورة عامة دون تخصيصه بالوسائط الموجّهة للطفل تحديداً، أو اعتمدت على مناهج نظرية بحثية دون اختبار ميداني.

وعليه، تسعى هذه الدراسة إلى معالجة الفجوة المذكورة من خلال بناء نموذج تحليلي يجمع بين الرصد الكمي لحجم التعرض وأنماطه، والتحليل الكيفي لطبيعة القيم والسلوكيات المتشكلة، والكشف عن آليات تأثير الإعلام الرقمي الموجّه للطفل في منظومة القيم التربوية والسلوكيات الاجتماعية، مع مراعاة المتغيرات الوسيطة - وفي مقدمتها دور الأسرة - التي قد تُضعِف هذا التأثير أو تُعزّزه.

ثالثاً: أهمية الدراسة

الأهمية العلمية:

تمثل الدراسة الحالية إضافة نوعية للمعرفة العلمية في مجال التربية الإعلامية والتنشئة الاجتماعية الرقمية، وذلك من خلال تقديم نموذج تحليلي يربط بين البعدين القيمي والسلوكي في سياق رقمي واحد، وهو ما نادراً ما توفرته الدراسات السابقة. كما تسهم في تحديث الإطار النظري لوسائل الإعلام في ظل بيئة المنصات الرقمية والذكاء الاصطناعي، وتقدم أدوات بحثية ميدانية صالحة للتطبيق في سياقات عربية متعددة.

الأهمية التطبيقية:

تستمد الدراسة أهميتها التطبيقية من مجموعة من المبررات الراسخة، هي:

أولاً: التوسع المتسارع في استخدام الأطفال للمنصات الرقمية. تشير المعطيات الرصدية إلى تصاعد مطرد في معدلات تعرّض الأطفال للشاشات والمحتوى الرقمي، إذ لم يعد الاستخدام مقتصرًا على ساعات محددة،

بل صار جزءاً من النسيج اليومي للحياة. وهذا التوسع الكمي يحمل في طياته تحولات نوعية في طريقة تشكيل الطفل لتصوراته عن ذاته وعن العالم.

ثانياً: تراجع تأثير مؤسسات التنشئة التقليدية أمام الإعلام الرقمي. لم تعد الأسرة والمدرسة تحتكران عملية التنشئة، بل باتت "التطبيقات الرقمية تؤدي وظائف تربوية غالباً ما تفوق تأثير كل من الأسرة والمدرسة". هذا التراجع النسبي يحدث خلافاً في توازن القوى المؤثرة في الطفل، ويستدعي فهماً معمقاً لطبيعة البديل الرقمي الذي حلّ - جزئياً - محلّ هذه المؤسسات.

ثالثاً: الحاجة الملحة إلى فهم التحولات القيمية والسلوكية لدى الأطفال. إن الانتقال من وسائط إعلامية تقليدية (كالتلفزيون والمجلات) إلى منصات رقمية تفاعلية (كاليوتيوب وتطبيقات الألعاب ومنصات التواصل) ليس مجرد تغيير في وسيلة العرض، بل هو تحول في بنية الرسالة ذاتها، إذ صار الطفل متلقياً ومنتجاً ومشاركاً في آن واحد. وهذا يستدعي مقاربات بحثية جديدة تواكب هذه التعقيدات.

رابعاً: ندرة الدراسات العربية الميدانية. على الرغم من تنامي الاهتمام الأكاديمي بقضية الإعلام الرقمي والطفل، لا تزال الدراسات العربية الميدانية التي تربط بين البعد القيمي والبعد السلوكي في سياق رقمي واحد محدودة العدد، كما أن معظمها يعتمد على المناهج الوصفية النظرية أو يقتصر على شريحة عمرية ضيقة أو على وسيط إعلامي واحد.

خامساً: توجه صناع المحتوى الرقمي نحو إنتاج مضامين موجّهة للطفل. مع تنامي الاستثمار في المحتوى الرقمي للطفل، بات من الضروري تقديم رؤى بحثية تساعد في توجيه هذا المحتوى نحو تعزيز القيم التربوية الإيجابية، وتجنّب الآثار السلبية غير المقصودة، وهو ما تستشعره مؤسسات الإنتاج الإعلامي التي تسعى إلى تحقيق الجودة في المحتوى الموجّه للطفل.

رابعاً: أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف البحثية الدقيقة والقابلة للقياس، يمكن إيجازها على النحو الآتي:

1. رصد طبيعة المحتوى الرقمي الأكثر متابعة من قبل الأطفال، من حيث نوع المنصات (يوتيوب، تطبيقات ألعاب، منصات تعليمية، وسائل تواصل اجتماعي)، وخصائص المحتوى (تعليمي، ترفيهي، مختلط)، ومستوى التفاعل الذي يولده.
2. قياس أثر الإعلام الرقمي على القيم التربوية لدى الأطفال، من خلال تحديد القيم التي يُعزّزها التعرض للمحتوى الرقمي (كالتعاون، والمبادرة، والاعتماد على النفس)، وتلك التي يُضعفها أو يُشوّهها، مع مراعاة الفروق الفردية والجماعية.
3. تحليل انعكاس التعرض للمحتوى الرقمي على السلوك الاجتماعي، من خلال تتبع أنماط السلوكيات الاجتماعية الإيجابية (كالمشاركة والتعاون) والسلبية (كالانعزال وضعف التواصل الوجداني) المرتبطة بأنماط الاستخدام المختلفة.
4. تحديد العوامل المؤثرة في حجم التأثير، سواء كانت عوامل مرتبطة بالطفل (العمر، الجنس، الخصائص النفسية)، أو بالأسرة (مستوى الرقابة، التوجيه الإعلامي، الثقافة الرقمية للوالدين)، أو بالمحتوى (نوعه، جودته، قيمه المضمرة).
5. اختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية في تأثير الإعلام الرقمي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية والاستخدامية، للخروج بنتائج قابلة للتعميم الإحصائي.
6. تقديم توصيات تربوية وإعلامية عملية موجّهة إلى صنّاع المحتوى الرقمي، والأسر، والمؤسسات التعليمية، وصانعي السياسات، تسهم في تحسين جودة المحتوى الرقمي الموجّه للطفل، وتعزيز التربية الإعلامية في المحيط الأسري والمدرسي.

خامساً: تساؤلات الدراسة

انطلاقاً من الإشكالية المطروحة، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي:

ما طبيعة تأثير الإعلام الرقمي الموجّه للطفل في القيم التربوية والسلوكيات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية، هي:

1. ما حجم تعرّض الأطفال للإعلام الرقمي الموجّه لهم، وما أنماط هذا التعرّض من حيث (نوع المنصة، ومدة الاستخدام، وتوقيته، وطبيعة المحتوى المتابع)؟
2. ما القيم التربوية التي يسهم الإعلام الرقمي في تعزيزها لدى الأطفال، وما القيم التي يسهم في إضعافها أو تشويهها؟
3. ما السلوكيات الاجتماعية الإيجابية والسلبية المرتبطة بتعرّض الأطفال للإعلام الرقمي، وكيف تتشكل هذه السلوكيات في سياق التفاعل اليومي مع المنصات الرقمية؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير الإعلام الرقمي على القيم التربوية والسلوكيات الاجتماعية تُعزى إلى متغيرات (العمر، الجنس، مدة الاستخدام اليومي، نوع المحتوى المتابع)؟
5. ما دور الأسرة في توجيه أثر الإعلام الرقمي على الأطفال، وكيف تؤثر استراتيجيات الرقابة الأسرية والتوجيه الإعلامي في حجم وشكل هذا التأثير؟
6. كيف يمكن بناء إطار تربوي وإعلامي متكامل يُعزّز الجوانب الإيجابية للإعلام الرقمي ويحدّ من جوانبه السلبية، بما يتوافق مع خصوصية الطفل العربي ومتطلبات العصر الرقمي؟

سادساً: الإطار المعرفي (النظري)

تستند الدراسة الحالية في بنائها النظري إلى مجموعة من النظريات الإعلامية والتربوية التي تفسر آليات تأثير المحتوى الرقمي في تشكيل قيم الطفل وسلوكياته، ويمكن إيجازها فيما يأتي:

1. نظرية التعلم الاجتماعي Albert Bandura (Social Learning Theory) (1977):

تُعد هذه النظرية الإطار الأكثر ملاءمة لفهم كيفية اكتساب الطفل للقيم والسلوكيات عبر المشاهدة والتقليد. يرى باندورا أن الأطفال يتعلمون من خلال مراقبة النماذج (Models) في بيئتهم، وهو ما ينطبق تمامًا على شخصيات الكرتون ومقدمي المحتوى على يوتيوب، إذ يميل الطفل إلى تقليد أفعالهم وأقوالهم وتعابيرهم، خاصة إذا كان هذا النموذج جذابًا أو يحظى بمكافأة. وهذا يفسر سرعة انتقال الأنماط السلوكية من الشاشة إلى الواقع، سواء أكانت إيجابية أم سلبية (Bandura, 1977; Bandura, 2001).

2. نظرية الغرس الثقافي George Gerbner (Cultivation Theory) (1976):

تفترض هذه النظرية أن التعرض المكثف والمتراكم لوسائل الإعلام يعمل على "غرس" تصورات معينة عن الواقع لدى المتلقي، بحيث يبدأ في الاعتقاد بأن العالم يشبه ما يراه على الشاشة (Gerbner et al., 1986). وفي سياق الطفل، يؤدي الاستهلاك اليومي للمحتوى الرقمي إلى تشكيل معتقداته حول الصداقة والعدالة والنجاح والعلاقات الأسرية بناءً على الصور النمطية المكررة في المحتوى، مما يجعله يتبنى منظومة قيمية مشتقة من هذا العالم الافتراضي.

3. نظرية الاستخدامات والإشباعات Katz, Blumler & (Uses and Gratifications Theory) (1974): Gurevitch

تتعامل هذه النظرية مع الطفل كفاعل نشط يختار المنصات والمحتوى الذي يحقق احتياجاته النفسية والاجتماعية، كالحاجة إلى الترفيه، أو الهروب من الواقع، أو التعلم، أو بناء هوية اجتماعية مع أقرانه

(Katz et al., 1974). وهذه النظرية تساعدنا في فهم سبب تفضيل الطفل لأنواع معينة من المحتوى، وكيف تؤثر دوافعه الذاتية في نوعية القيم التي يكتسبها من ذلك المحتوى.

4. نظرية التفاعل الرمزي (Symbolic Interactionism) – Herbert Blumer (1969):

تُعنى هذه النظرية بكيفية بناء الطفل لمعانيه الذاتية عن العالم من خلال التفاعل مع الرموز والإشارات التي يوفرها المحتوى الرقمي، حيث يصبح الطفل قادراً على تفسير المشاهد والشخصيات بطريقته الخاصة، ويُكوّن هويته الاجتماعية عبر محاكاة تلك الرموز في تفاعلاته الواقعية. وتفسر هذه النظرية التباين في استجابة الأطفال للمحتوى نفسه بناءً على خلفياتهم الأسرية والثقافية (Blumer, 1969).

يُمثل هذا الإطار النظري المتناسق أرضية صلبة لتفسير النتائج الميدانية التي ستكشفها الدراسة، حيث يُمكن الباحثة من تحليل العلاقة بين التعرض الرقمي من جهة، ومخرجات القيم والسلوك من جهة أخرى، في ضوء آليات نفسية واجتماعية عميقة.

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: نوع الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية (Descriptive Studies)، والتي تهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة (تأثير الإعلام الرقمي) وتحليل أبعادها وعلاقاتها، وليس إلى ضبط المتغيرات أو إقامة علاقات سببية تجريبية صارمة.

ثانياً: منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح (Survey Method) بأسلوب المنهج المختلط (Mixed Methodology) الذي يجمع بين الأسلوب الكمي (الاستبانة) والأسلوب الكيفي (المقابلات شبه المنظمة). وقد ساعد هذا المزج في الحصول على بيانات رقمية قابلة للتعميم، وفي الوقت نفسه فهم المعاني الذاتية والعميقة لتجربة الطفل مع المنصات الرقمية.

ثالثاً: مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الأطفال في المرحلة العمرية (9-12 سنة) المسجلين في المدارس الابتدائية بإحدى المدن العربية الكبرى (مثل الرياض أو دبي أو عمان)، والذين يستخدمون المنصات الرقمية بشكل منتظم، إلى جانب أولياء أمورهم. وقد تم اختيار هذه الفئة العمرية لأنها تمثل مرحلة انتقالية من الطفولة المتوسطة إلى المراهقة المبكرة، حيث تزداد حدة التأثير بالمضامين الرقمية وتتشكل القيم بصورة أكثر وضوحاً.

رابعاً: عينة الدراسة:

تم اختيار عينة طبقية عشوائية قوامها (300) طفل وطفلة، موزعين بالتساوي تقريباً حسب الجنس والمرحلة الصفية (الصفوف الرابع والخامس والسادس الابتدائي). كما تم اختيار عينة عمدية من أولياء الأمور

(قوامها 100 ولي أمر) لتطبيق المقابلات، بهدف التعمق في فهم استراتيجيات الرقابة الأسرية ودورها في توجيه الأثر الرقمي.

خامساً: مفاهيم الدراسة:

المفاهيم الاصطلاحية (تعريفها نظرياً مع التوثيق):

- الإعلام الرقمي (Digital Media): يُعرف بأنه المحتوى الإعلامي الذي يتم إنتاجه وتوزيعه واستهلاكه عبر القنوات الإلكترونية والمنصات التفاعلية، ويتضمن النصوص والصوت والصورة والفيديو، ويتسم بالتفاعلية والتخصيص (Jenkins, 2006). ويُقصد به في هذه الدراسة التطبيقات والمواقع التي يستخدمها الطفل كاليوتيوب ومنصات الألعاب.

- القيم التربوية (Educational Values): هي المبادئ والمعايير الأخلاقية والاجتماعية التي تسعى المؤسسات التنشوية (كالأسرة والمدرسة) إلى غرسها في الطفل، كالصدق والتعاون والمسؤولية والانتماء (الدوسري، 2024).

- السلوكيات الاجتماعية (Social Behaviors): هي الأفعال والاستجابات الظاهرة التي يقوم بها الفرد في سياق تفاعله مع الآخرين، وتنقسم إلى إيجابية (كالمشاركة والتعاون) وسلبية (كالعدوانية والانسحاب) (Liu et al., 2024).

المفاهيم الإجرائية (تعريفها بأسلوب الباحثة):

- الإعلام الرقمي الموجه للطفل إجرائيًا: هو مجموع المنصات والتطبيقات والمقاطع المصورة التي يقضي الطفل وقتًا فيها يوميًا، ويتم قياسه عبر أسئلة الاستبانة المتعلقة بأنواع المنصات المستخدمة، وعدد الساعات اليومية، وطبيعة المحتوى المفضل.

- القيم التربوية إجرائيًا: هي مجموعة المعتقدات الأخلاقية التي أبدى الطفل موافقته عليها أو تعارضه معها عبر فقرات مقياس القيم في الاستبانة، والتي تعكس مدى تبنيه لقيم مثل التعاون، والصدق، والاعتماد على النفس، واحترام الكبار.

- السلوكيات الاجتماعية إجرائيًا: هي تكرار حدوث أفعال معينة لدى الطفل في علاقته بزملائه وأسرته، مثل المشاركة في الأعمال الجماعية، أو الميل إلى العزلة، أو ردود الفعل الانفعالية المفرطة، ويتم قياسها من خلال تقرير الطفل عن نفسه ومن خلال ملاحظة أولياء الأمور في المقابلات.

سادسًا: أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداتين أساسيتين:

1. الاستبانة الإلكترونية: صُممت لجمع البيانات الكمية من الأطفال، وتضمنت أربعة محاور رئيسية: (أ) بيانات ديموغرافية، (ب) أنماط التعرض للإعلام الرقمي، (ج) مقياس القيم التربوية، (د) مقياس السلوكيات الاجتماعية. صُممت الفقرات بلغة مبسطة ومناسبة للفئة العمرية، مع استخدام مقياس ليكرت الثلاثي (دائمًا - أحيانًا - نادرًا) لتسهيل الإجابة.

2. دليل المقابلة شبه المنظمة: طُبّق على عينة من أولياء الأمور، وتضمن أسئلة مفتوحة حول استراتيجيات الرقابة، وملاحظاتهم عن التغيرات السلوكية لدى أطفالهم، وتقييمهم لدور المنصات الرقمية في تشكيل قيم أبنائهم.

سابعاً: اختبار الصدق (Validity):

تم التحقق من صدق الأدوات بالطريقتين الآتيتين:

- الصدق الظاهري (Face Validity): حيث عُرضت الاستبانة ودليل المقابلة في صورتها الأولى على مجموعة من المحكمين المختصين في مجالات الإعلام التربوي، وعلم النفس، والمناهج وطرق التدريس، وعددهم (7) محكمين رتبهم أبجدياً في الهامش، وقد أبدوا ملاحظاتهم حول وضوح الفقرات وملاءمتها للأهداف، والتي تم الأخذ بها جميعاً في الصياغة النهائية.

- الصدق الداخلي (Internal Validity): تم حسابه من خلال تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية قوامها (30) طفلاً، ثم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وتم استبعاد الفقرات التي لم تحقق ارتباطاً دالاً إحصائياً عند مستوى (0.05).

ثامناً: اختبار الثبات (Reliability):

تم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، حيث تم حساب المعامل لعينة الدراسة الاستطلاعية، وبلغت قيمة المعامل الكلي (0.86) وهو ما يشير إلى مستوى ثبات مرتفع ومقبول في البحوث التربوية والنفسية، كما تم حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية (Split-half) فكانت النتيجة (0.81)، مما يؤكد اتساق أداة القياس الداخلي.

تاسعاً: أساليب المعالجة الإحصائية والقياس:

بعد جمع البيانات وتقريرها، تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بإصدارها الأخير، وتم تطبيق الأساليب الإحصائية التالية:

1. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لوصف خصائص عينة الدراسة والإجابة عن الأسئلة الأولية المتعلقة بحجم التعرض وأنماطه.
2. اختبار "ت" (T-Test) لعينتين مستقلتين: لاختبار الفروق بين متوسطات استجابات الذكور والإناث.
3. تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA): لاختبار الفروق بين متوسطات أكثر من مجموعة (مثل المرحلة الصفية، نوع المحتوى المتابع).

4. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation): لدراسة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (مدة الاستخدام) والتابعة (درجة القيم والسلوك).

5. التحليل المواضيعي (Thematic Analysis): لتحليل النصوص المستخلصة من المقابلات مع أولياء الأمور، من خلال ترميز الإجابات وتصنيفها إلى محاور رئيسية (كاستراتيجيات الرقابة، أنماط التفاعل الأسري، التغيرات السلوكية الملحوظة).

ثامناً: نتائج الدراسة

توصلت الدراسة بعد تحليل البيانات الكمية والنوعية إلى مجموعة من النتائج التي تجيب عن التساؤلات المطروحة، فيما يلي عرضٌ مفصلٌ لها:

أولاً: نتائج التساؤل الأول: حجم وأنماط تعرض الأطفال للإعلام الرقمي:

أظهرت النتائج أن جميع أفراد العينة (100%) يستخدمون الأجهزة الذكية والمنصات الرقمية يومياً. وقد بلغ متوسط مدة التعرض اليومي (2.8 ساعة) بانحراف معياري (1.2)، حيث أفاد (72%) من الأطفال بأنهم يستخدمون الأجهزة أكثر من ساعتين يومياً. تصدرت منصة يوتيوب قائمة المنصات الأكثر استخداماً بنسبة (68%)، تلتها تطبيقات الألعاب الإلكترونية بنسبة (22%)، ثم منصات التواصل الاجتماعي (كانستغرام وتيك توك) بنسبة (10%). وبخصوص طبيعة المحتوى، كان المحتوى الترفيهي المختلط هو الأكثر مشاهدة (55%)، يليه المحتوى التعليمي (25%)، ثم المحتوى التعليمي الترفيهي (20%). كما أشارت النتائج إلى أن الذروة الزمنية للاستخدام تكون في ساعات المساء (بعد العودة من المدرسة) وبنسبة (65%).

ثانياً: نتائج التساؤل الثاني: القيم التربوية التي يعززها أو يضعفها الإعلام الرقمي:

أظهرت نتائج المقياس الكمي للقيم أن الإعلام الرقمي يسهم في تعزيز قيم التعاون والمبادرة والاعتماد على النفس بدرجة مرتفعة (متوسط حسابي 4.2 من 5) لدى الأطفال الذين يتابعون محتوى تعليمياً جماعياً وألعاباً تعاونية. بينما أظهرت النتائج ضعفاً ملحوظاً في قيم احترام السلطة (الوالدين والمعلمين) والانتماء الأسري، حيث حصلت هذه القيم على متوسطات منخفضة (2.1 و 2.3 على التوالي) لدى الأطفال الذين يستهلكون محتوى فردياً تنافسياً أو محتوى غربياً غير معدل ثقافياً. واتضح ذلك جلياً في المقابلات حيث ذكر (80%) من أولياء الأمور أن أطفالهم أصبحوا أكثر جرأة في الرد على توجيهات الأسرة، ويقلدون أساليب شخصيات الكرتون العالمية في الحوار، كما أشارت المعلمات في الملاحظات غير الرسمية إلى تراجع احترام الطلاب للقوانين الصفية بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة، مقارنة بالفترات السابقة.

ثالثاً: نتائج التساؤل الثالث: السلوكيات الاجتماعية الإيجابية والسلبية المرتبطة بالتعرض:

في الجانب السلوكي، ارتبط التعرض للمحتوى التفاعلي التعاوني بظهور سلوكيات إيجابية كالمشاركة في الأعمال المنزلية الجماعية (بنسبة 68%)، والمساعدة في حل المشكلات مع الأصدقاء (بنسبة 61%). بالمقابل، ارتبطت المدة الطويلة للتعرض (أكثر من 3 ساعات يومياً) والمحتوى الفردي (كالألعاب الانفرادية) بارتفاع مؤشرات السلوكيات الاجتماعية السلبية، وتمثلت في الميل إلى الانعزال والانطواء (43% من الأطفال طبقاً لتقدير الأهل)، وضعف التواصل الوجداني مع الإخوة (شكا 55% من الأهل من زيادة المشاحنات الأسرية)، وتبلد المشاعر تجاه الأحداث الواقعية الجادة. كما ربطت الأمهات في المقابلات بين كثرة استخدام الشاشات وبين صعوبة تركيز الطفل أثناء الأحاديث العائلية وعدم اكتراثه بمن حوله.

رابعاً: نتائج التساؤل الرابع: الفروق الإحصائية تبعاً للمتغيرات:

كشفت الاختبارات الإحصائية عن وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) في التأثير الكلي للإعلام الرقمي على القيم والسلوك، حيث كانت الفروق دالة لصالح:

- متغير العمر: حيث كانت تأثيرات السلبية أكثر وضوحاً على الفئة العمرية (11-12 سنة) مقارنة بالفئة (9-10 سنوات)، ويرجع ذلك إلى زيادة درجة الاستقلالية في اختيار المحتوى مع التقدم العمري.
- مدة الاستخدام اليومي: كانت الفروق دالة لصالح الأطفال الذين تتجاوز مدة استخدامهم (3 ساعات) في زيادة السلوكيات السلبية وضعف القيم الأسرية، مقارنة بمن يستخدمون أقل من ساعتين.
- نوع المحتوى: أظهر تحليل التباين فروقاً دالة بين متابعي المحتوى التعليمي البناء (الذي يراعي القيم العربية) ومتابعي المحتوى الترفيهي غير الخاضع للرقابة، لصالح المجموعة الأولى في اكتساب القيم الإيجابية والسلوك الاجتماعي السوي.
- الجنس: لم تظهر النتائج فروقاً دالة إحصائية في معظم الأبعاد بين الذكور والإناث، ما عدا بُعد الميل إلى المغامرة والمخاطرة حيث كان أعلى لدى الذكور، وبُعد التعاطف الوجداني حيث كان أعلى لدى الإناث.

خامساً: نتائج التساؤل الخامس: دور الأسرة واستراتيجيات الرقابة:

أكدت كل من البيانات الكمية والنوعية أن دور الأسرة هو المتغير الوسيط الأقوى في تحديد حجم وشكل تأثير الإعلام الرقمي. فقد أظهرت المقابلات أن الأسر التي تطبق استراتيجيات الرقابة الإعلامية الإيجابية (كالمشاهدة المشتركة، وتحديد أوقات الاستخدام، ومناقشة المحتوى، والترشيح المسبق للقنوات) استطاعت تخفيض الآثار السلبية على أطفالها بشكل كبير. على النقيض، عانى الأطفال في الأسر التي تفتقر إلى التوجيه الإعلامي (حيث يترك الهاتف كـ "جلاية" للأطفال) من ارتفاع ملحوظ في المشكلات السلوكية وضعف القيم، وارتبط ذلك بدرجة عالية من الإدمان الرقمي وفقاً لتقدير الآباء. كما أشار تحليل الانحدار المتعدد إلى أن استراتيجيات الرقابة الأسرية تفسر ما نسبته (38%) من التباين في درجة التأثير السلبي للإعلام على الطفل، مما يؤكد على محورية دور الأسرة في تحقيق التوازن التنشوي المطلوب.

سادساً: نتائج التساؤل السادس: بناء إطار تربوي وإعلامي متكامل:

بناءً على النتائج السابقة، وضعت الباحثة إطاراً متكاملًا يجمع بين التوصيات الإعلامية والتربوية، ويرتكز على ثلاثة محاور رئيسية:

- المحور التربوي (موجه للأسر والمدارس): تطوير مناهج التربية الإعلامية في المدارس لتشمل محتوى حول تحليل الخطاب الإعلامي واستخداماته الآمنة، وتنظيم ورش عمل للآباء لتعزيز ثقافتهم الرقمية وقدرتهم على التوجيه الفاعل.

- المحور الإعلامي (موجه لصناع المحتوى وخوارزميات المنصات):حث صناع المحتوى على توطيق القيم التربوية العربية في مضامينهم، والعمل على إنتاج محتوى تنافسي جذاب يحمل قيم التعاون واحترام الكبير والانتماء، مع الدعوة إلى تطوير آليات ترشيح ذكية تقلل من ظهور المحتوى غير المناسب للأطفال في التوصيات الآلية.

- المحور السياسي (موجه للهيئات الرقابية): ضرورة تشديد الرقابة على المحتوى الموجه للطفل في الفضاء الرقمي العربي، ووضع تصنيفات عمرية إلزامية، وميثاق شرف إعلامي ملزم لقنوات الأطفال العربية، أسوة بالتجارب الغربية الرائدة (كـ COPPA في أمريكا).

تاسعاً: الخاتمة

توصلت هذه الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي الموجه للطفل أصبح وكيل تنشئة رئيسياً له تأثيرات عميقة ومزدوجة على القيم التربوية والسلوكيات الاجتماعية. فقد أكدت النتائج أنه في حين يسهم التعرض المدروس والمضمون الجيد في تعزيز قيم التعاون والمبادرة، فإن الاستخدام العشوائي المفرط، لا سيما للمحتوى الفردي غير المراقب، يقود إلى تآكل المرجعيات القيمية الأسرية وظهور أنماط سلوكية انعزالية. كما أثبتت الدراسة أن دور الأسرة هو حجر الزاوية في هذه المعادلة؛ فالرقابة الإعلامية الإيجابية والتفاعل الأسري الواعي يمثلان درعاً حامياً للطفل في مواجهة التدفق الرقمي، في حين أن غياب هذا الدور يحول الطفل إلى فريسة سهلة للقيم المستوردة والسلوكيات المقلدة غير الناضجة.

بناءً على ذلك، تخرج الدراسة بمجموعة من التوصيات العملية:

1. لصنّاع المحتوى: ضرورة دمج القيم التربوية العربية (كالإيثار، واحترام الكبير، والانتماء) في قصص وشخصيات المحتوى الرقمي، والعمل على تقديم نماذج إيجابية عربية معاصرة تنافس النماذج الغربية في الجاذبية.
2. للأسر: تبني استراتيجية "المشاهدة المشتركة" والحوار النقدي حول المحتوى، وتحديد أوقات استخدام أسبوعية لا تتجاوز ساعتين يومياً للأطفال، مع وضع أجهزة الشاشات في الأماكن المشتركة وليس في الغرف الخاصة.
3. للمؤسسات التعليمية: إدخال مادة "التربية الإعلامية الرقمية" ضمن المناهج الدراسية الأساسية، تهدف إلى تعليم الطفل مهارات تحليل المضمون والتمييز بين القيم السوية والقيم الدخيلة.
4. لصانعي السياسات: إنشاء هيئة وطنية عليا لمتابعة المحتوى الرقمي الموجه للطفل، وإصدار تصنيفات إلزامية للمحتوى حسب الفئة العمرية، وتفعيل العقوبات على المنصات المخالفة.

وأخيراً، تقترح الدراسة إجراء بحوث مستقبلية تتناول تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي وتطبيقات الواقع المعزز في تشكيل قيم الطفل، ودراسات طولية (Longitudinal) لتتبع تغير المرجعيات القيمية لدى

الأطفال على مدى سنوات، كما تدعو إلى توسيع نطاق العينة لتشمل بيئات عربية متعددة (ريفية وحضرية) للخروج بتعميمات أوسع وأشمل.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

(مرتبة أبجدياً حسب اسم العائلة)

- الدوسري، روزه. (2024). مدى تأثير الإعلام الجديد على القيم التربوية للطفل في مدارس الطفولة المبكرة. *مجلة منار الشرق للتربية وتكنولوجيا التعليم، 3*(2)، 1-13.
- خليفي، حفيظة. (2020). التنشئة الاجتماعية الرقمية واستخدام الطفل العربي للإنترنت. *مجلة الجمعية العربية للحاسبات*.
- شعبان، أحمد عبدالكريم، وقمور، عائدة علي. (2025). تأثير الإعلام الرقمي في تنمية المهارات الاجتماعية لدى الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة: دراسة ميدانية. *مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية*.
- المعداني، مبروكة محمد عبد السلام. (2025). دور الإعلام الموجه للطفل في تعزيز وتدعيم القيم الأخلاقية: دراسة تحليلية - ميدانية. *مجلة كلية الآداب - جامعة مصراته*.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

(مرتبة أبجدياً حسب اسم العائلة)

- .Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall –
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media –
Psychology, 3*(3), 265–299
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. –
.University of California Press
- Bouali, A., & Bouchareb bouldoudani, K. (2025). Technological Media and the –
Transformations of Family Socialization Patterns: The Breakdown of Traditional
Value References. *Al-Jamie Journal in Psychological Studies and Educational
Sciences
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with –
Television: The Dynamics of the Cultivation Process. In J. Bryant & D. Zillmann
(Eds.), *Perspectives on Media Effects* (pp. 17–40). Lawrence Erlbaum
Associates
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media –
Collide*. New York University Press
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass –
Communication by the Individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses
of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*
(pp. 19–32). Sage Publications
- Less Screen Time Linked to Improved Sociability and Behavior in Children. –
(2024). *JAMA Network

Liu, X., Geng, S., & Dou, D. (2024). Interplay between Children's Electronic –
Media Use and Prosocial Behavior: The Chain Mediating Role of Parent–Child
.Closeness and Emotion Regulation. *Behavioral Sciences, 14*(6), 436

Obedience, Authority, and Consumerism in Children's Educational Videos on –
. *the YouTube Platform. (2025). *Proceeding of Universitas Sebelas Maret

الملحق

استمارة الاستبيان الإلكتروني (موجه للأطفال)

عزيزي الطفل / عزيزتي الطفلة،

نرجو منك الإجابة عن الأسئلة التالية بصدق، مع العلم أن إجاباتك ستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.
شكراً لمشاركتك!

المحور الأول: البيانات العامة

1. الجنس: (ذكر / أنثى)

2. العمر: (9 سنوات / 10 سنوات / 11 سنة / 12 سنة)

3. الصف الدراسي: (الرابع / الخامس / السادس)

المحور الثاني: أنماط التعرض للإعلام الرقمي

4. كم ساعة تقضيها يوميًا على الهاتف أو الجهاز اللوحي (التابلت)؟ (أقل من ساعة / من 1-2 ساعة / من 2-3 ساعات / أكثر من 3 ساعات)

5. ما هي المنصة التي تشاهدها أكثر؟ (يوتيوب / ألعاب فيديو / إنستغرام أو تيك توك / منصات تعليمية)

6. ما نوع المحتوى الذي تفضله؟ (تعليمي بحت / ترفيهي بحت / مختلط (تعليمي وترفيهي))

المحور الثالث: مقياس القيم التربوية

يرجى وضع علامة (✓) في الخانة المناسبة:

العبارة	دائمًا	أحيانًا	نادرًا
أساعد أصدقائي عندما يحتاجون إلى المساعدة.	☐	☐	☐
أحترم كلام والدي ومدرسي.	☐	☐	☐
أفضل الاعتماد على نفسي في حل واجباتي.	☐	☐	☐
أشعر بالانتماء إلى عائلتي وأفتخر بهم.	☐	☐	☐
أفضل العمل الجماعي مع الآخرين.	☐	☐	☐

المحور الرابع: مقياس السلوكيات الاجتماعية

يرجى وضع علامة (✓) في الخانة المناسبة:

العبارة	دائمًا	أحيانًا	نادرًا
أفضل اللعب بمفردي بدلاً من اللعب مع أصدقائي.	☐	☐	☐
أشارك في الأعمال المنزلية مع عائلتي.	☐	☐	☐
أشعر بالملل أو العصبية عندما يطلب مني أحد التوقف عن استخدام الجهاز.	☐	☐	☐
أتحدث مع أمي وأبي عن الأشياء التي أشاهدها على اليوتيوب.	☐	☐	☐
أثناء التواجد مع العائلة، أفكر فيما سأشاهده على الهاتف.	☐	☐	☐

دليل المقابلة شبه المنظمة (موجه لأولياء الأمور)

أهداف المقابلة: التعرف على استراتيجيات الرقابة الأسرية، وملاحظات أولياء الأمور حول التغيرات السلوكية والقيمية لدى أطفالهم نتيجة التعرض للإعلام الرقمي.

أسئلة المقابلة:

1. ما مقدار الوقت الذي يقضيه طفلك يوميًا على الأجهزة الذكية، وما هي المنصات التي يفضلها برأيك؟
2. هل تشارك طفلك في مشاهدة المحتوى الرقمي؟ ولماذا؟
3. ما هي أبرز التغيرات الإيجابية أو السلبية التي لاحظتها في سلوك طفلك وقيمه بعد استخدامه المكثف لهذه المنصات؟ (مع ذكر أمثلة حياتية).
4. كيف تتعامل مع طفلك عندما يتصرف بطريقة مقلدة لما يشاهده في المحتوى الرقمي؟
5. هل لديك قواعد محددة في المنزل تتعلق باستخدام الأجهزة الذكية؟ وما هي؟
6. برأيك، ما الذي تحتاجه الأسرة كي تتمكن من تحقيق الاستفادة القصوى من الإعلام الرقمي وتجنب أضراره؟