

المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

مجلة نصف سنوية محكمة

العدد الثامن

يوليو-ديسمبر ٢٠٢٥

(الجزء الثاني)

اتجاهات النخبة الإعلامية نحو محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني وتأثيره على المجتمع. «دراسة ميدانية على عينة من الأكاديميين والمهنيين في مصر»

د/ مها عبد الرسول بدوي
مدرس الصحافة والنشر في كلية الإعلام (بنات) بجامعة الأزهر

المستخلص :

تستهدف الدراسة التحقق من هدف رئيس؛ هو: معرفة اتجاهات النخبة الإعلامية نحو محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني المنشور على المواقع الإلكترونية المصرية، وأساليبه، وأشكاله، وتأثيره على المجتمع، وتنتمي للدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح واستمارة الاستبيان بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة بلغت مائة مفردة بالأسلوب المتساوي بين النخبة الإعلامية بنسبة ٥٠,٠٪ للنخبة الإعلامية الأكاديمية، و٥٠,٠٪ للنخبة الإعلامية المهنية، وقد توصلت إلى أن ٨٥٪ من النخبة الإعلامية يرون أن المواقع الصحفية الإلكترونية تنشر أحياناً محتوى للتنمر، تصدرها المواقع الصحفية الإلكترونية الخاصة بنسبة ٧١٪، يليها المواقع الصحفية الإلكترونية الحزبية بنسبة ٣٧٪، فالوواقع الصحفية الإلكترونية القومية بنسبة ٢٧٪، وتصدر الشكل غير المباشر (الضمني) أشكال التنمر في محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية؛ بنسبة ٦٦٪ تلاه الشكل الذي يجمع ما بين المباشر وغير المباشر بنسبة ٣١٪، في حين أن الشكل المباشر الصريح جاء بنسبة ٣٪، ولمحتوى التنمر الصحفي الإلكتروني تأثير مرتفع على المجتمع، حيث يرى ٧٠٪ أنه يحدث تأثيراً قوياً، بينما يعتبره ٢٦٪ ذو تأثير متوسط، و٤٪ وبيرونه منخفض التأثير.

الكلمات المفتاحية: النخبة الإعلامية- المحتوى- التنمر الإلكتروني.

Abstract:

The study aims to verify a primary objective: to understand the attitudes of the media elite towards the content of electronic journalistic bullying published on Egyptian websites, its methods, forms, and its impact on society. It belongs to descriptive studies and relies on a survey methodology and a questionnaire applied to a simple random sample of one hundred individuals, evenly distributed between the academic media elite at ٥٠,٠٪ and the professional media elite at ٥٠,٠٪. I found that ٨٥٪ of the media elite believe that online journalistic sites sometimes publish content for bullying, with private online journalistic sites leading at ٧١٪, followed by party online journalistic sites at ٣٧٪, and national online journalistic sites at ٢٧٪. Indirect (implicit) forms of bullying in online journalistic content account for ٦٦٪, followed by forms that combine direct and indirect at ٣١٪, while the explicit direct form comes in at ٣٪. The impact of online journalistic bullying content on society is considered high, with ٧٠٪ stating it has a strong effect, while ٢٦٪ see it as having a medium effect, and only ٤٪ perceive it as having a low impact.

Keywords: The media elite- The content- Cyberbullying

مقدمة:

يعتبر التنمر مشكلة قديمة وعصرية حيث تتجلى في سلوك عدواني متكرر يتجاوز حدود التعبير الفردي لتصبح آفة اجتماعية تهدد القيم الدينية والأعراف والتقاليد والعادات المجتمعية القائمة على التسامح والحوار التي صانها الإسلام وحث المؤمنين على الالتزام بها ضماناً لرفقي المجتمع؛ يقول الله تعالى (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا

يَسْخَرُ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ * لَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ * بِئْسَ الْإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ * وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ (١) ومع التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال أنتشر نوع جديد من التنمر أكثر خطورة، وهو ما سمي بالتنمر الإلكتروني؛ وهذا النوع لا يعتمد على المواجهة المباشرة، بل يُمارَس عبر وسائل الإعلام الرقمي، ومنها المواقع الصحفية الإلكترونية من خلال توظيف محتواها المتضمن التشهير ونشر الإشاعات وبث الأكاذيب والمعلومات المضللة، والتهديدات، وتشويه الصورة، والابتزاز الإلكتروني، والعزل الرقمي، وبذلك يعد المحتوى الإلكتروني مصدراً لممارسة القهر الرمزي، والتشويه الممنهج، واستلاب الحقيقة ليصبح عملية مدروسة من الإقصاء والتحقيق والتحريض ضد البعض بغرض النيل من السمعة، أو تقويض المكانة الاجتماعية، وأسلوباً ممنهجاً لتوسيع نطاق أشكاله عبر الأخبار المضللة، والتغطيات المتحيزة، وحملات التشهير التي تحوّل الضحية إلى هدف مفتوح دون منحه فرصة حقيقية للدفاع عن نفسه، وقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات النخبة الإعلامية المصرية نحو أشكال وأساليب وأسباب التنمر في محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية، ودرجة متابعته، ومدى تأثيره على المجتمع.

مشكلة الدراسة: تتمحور المشكلة في الإجابة عن السؤال الرئيس: ما اتجاهات النخبة الإعلامية (الأكاديمية والمهنية) نحو محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني على المواقع الصحفية، وتأثيره على المجتمع؟ والتعرف على أشكاله، وأساليبه، وأسبابه، وتأثيراته ومستوياته، وأكثر فئات المجتمع ضحية.

أهمية الدراسة: تتضح أهمية موضوع الدراسة الحالية في أن له علاقة بتطوير أداء صانعي محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية ومروود نافع للمجتمع، وأنه موضوع محوري يعود بالفائدة على مهنة الصحافة والمجتمع معاً؛ وبناء على هذه النظرة يمكن سرد الأهمية في النقاط الآتية:

- إن الصحافة عامة، والصحافة الإلكترونية، قادرٌ على أن تكون أداة للنهوض بقيم التسامح والحوار والعدالة، ولكنها إذا ما استُخدمت لنشر مضامين الفِرقة، تتحول لوسيلة لتفشي التنمر، مما يُضرب حجر الأساس لخرق القيم الدينية والمجتمعية، وتأتي هذه الدراسة لتنير الطريق أمام صانعي محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية وتحفزهم على صناعته بطريقة تساهم إيجاباً في رقي المجتمع والحد من التأثير السلبي لمشكلة التنمر من خلال الوقوف على اتجاهات وأراء النخبة الإعلامية لمواجهتها.
- قلة الدراسات التي تناولت محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية الإلكترونية.
- تأمل الباحثة الوصول لنتائج تضع حلولاً للحد من مشكلة التنمر الإلكتروني وتأثيره على المجتمع.

أهداف الدراسة: تستهدف الدراسة الحالية التحقق من هدف رئيس؛ هو: معرفة اتجاهات النخبة الإعلامية نحو محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني على المواقع الإلكترونية في مصر، ويتفرع منه الأهداف التالية:

- رصد متابعة النخبة الإعلامية لمضامين التنمر على المواقع الصحفية الإلكترونية، وأنواعها، وأكثرها ممارسة للتنمر الإلكتروني.

- قياس اتجاه النخبة الإعلامية نحو أساليب محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني، وأشكاله.
- رصد أسباب التنمر الصحفي الإلكتروني على المواقع الصحفية الإلكترونية.
- قياس تأثير التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع، ومستوياته.
- معرفة أكثر الفئات التي تتعرض للتنمر على المواقع الصحفية الإلكترونية.
- الوقوف على كيفية مواجهة مشكلة التنمر الصحفي الإلكتروني على المواقع الصحفية الإلكترونية.

الدراسات السابقة والتعليق عليها:

- تمثل الدراسات السابقة تراكمًا معرفيًا مرتبطًا بمتغيرات الدراسة، ومن ثم فإن مطالعتها يمثل أحد العوامل المساعدة التي تمكن الباحثة من الانطلاق في دراستها، وبناء عليه تم عرضها كالتالي:
- 1- استهدفت دراسة (Dina,et,al (2020م (٢) التعرف على معالجة المواقع الإخبارية الأردنية لاتجاه النخبة نحو التنمر الإلكتروني والحد منه، واعتمدت على منهج المسح، وعينة عمدية بتحليل مضمون المقالات في موقعي الرأي (63) مقالاً والغد (76) مقالاً، وتوصلت إلى سيطرة بعض الأطر الإخبارية على معالجة المواقع لاتجاه النخبة نحو التنمر الإلكتروني من بينها الوقاية والتدخل، وضرورة قيام أولياء الأمور بمراقبة ذويهم والعمل على توجيه سلوكهم والتوعية بمخاطره، وتوعيتهم بكيفية التعامل مع المتنمرين، وعدم الانسياق إلى ما يقوله المتنمر الذي يؤثر سلباً على الضحية من خلال العزلة أو انعدام الثقة في النفس.
 - 2- هدفت دراسة عبد العزيز (2020م) (٣) رصد أنواع مضامين العنف التي يتعرض لها الشباب الجامعي عبر اليوتيوب وعلاقته بالتنمر على الآخرين عبر الإنترنت، وتعد من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح، بالتطبيق على عينة عمدية بلغ قوامها 237 من شباب جامعة جنوب الوادي عن طريق استمارة الاستبيان. وأظهرت النتائج أن الاعتداءات الجسدية واللفظية هي أكثر مشاهد العنف التي يتابعها الشباب الجامعي عبر اليوتيوب؛ وهي التي تؤثر على مستوى التنمر على الآخرين عبر الإنترنت، وأن الفضول لمشاهدة العنف والفراغ هما أكثر دوافع التعرض للعنف عبر اليوتيوب.
 - 3- مسحت دراسة (Muthanna (2020م) (٤) اتجاه النخبة نحو ظاهرة التنمر الإلكترونية وتأثيره السلبي على المجتمع، واعتمدت على منهج المسح، واستبيان على عينة عمدية من النخبة في قطر قوامها 135 مفردة، وأثبتت أن التنمر الإلكتروني يعتبر من الظواهر السلبية في الاعلام الرقمي، ويمارس بعض السلوكيات السلبية ضد الآخرين، مستفيدة من غياب الرقابة على المحتوى المنشور مما يؤدي إلى تفاقمهما، وأن تلك الظاهرة لها تأثير كبير على أفراد المجتمع حيث تتعرض الضحية للضغوطات النفسية التي تؤثر سلباً على علاقتها بالمجتمع، وأنه يجب نشر الوعي بكيفية التعامل مع التنمر الإلكتروني وتنظيم المبادرات لتعليم الطلاب السلوكيات اللازمة للوقاية من التنمر والتعامل مع المتنمرين.
 - 4- هدف دراسة الجندي وآخرين (2021م) (٥) لمعرفة التنمر الإلكتروني بشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهات المراهقين نحوه، وتنتمي للدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح، واستمارة الاستبيان طبقت على عينة ٤٢٠ مراهق، وتوصلت إلى انتشار التنمر الإلكتروني بين المراهقين، وارتفاع نسبة الذكور والإناث في ممارسته،

وارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 74.5%، وتنوع المواقع التي يستخدمها المراهقون فكان موقع واتس آب في المقدمة، ثم فيسبوك، ويليهِ انستجرام، ثم يوتيوب، ثم تويتر، ثم سناب شات، وتوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى إدراكهم للتنمر الإلكتروني. 5- حللت دراسة أبو الحسن (2021م) (٦) معالجة الصحف الإلكترونية لقضية التنمر الإلكتروني وانعكاساتها على طلاب مدارس الثانوية الفنية الأكثر متابعة لمواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى أن عدد ساعات المتابعة للمواقع وصلت لعشر ساعات، وتمثلت أشكال التنمر الإلكتروني في انتشار الشائعات، فالسخرية وبث رسائل عنصرية، ومن أسبابه عدم الاهتمام بالمواد الدراسية وضعفها، وأن أكثر وسائله شيوعاً تطبيقات الدردشة بنسبة (91.5%) وتعرض الطلاب بنسبة (65.5%) للتنمر الإلكتروني (كضحية).

6- تهدف دراسة (Young, R. (2022) م) (٧) الوقوف على كيفية معالجة المواقع الإخبارية الأمريكية لقضية التنمر الإلكتروني، واتجاه النخبة نحوه، واعتمدت على منهج المسح وتحليل مضمون عينة عمدية من الأخبار قوامها 120 مقالاً، وتبين أن اتجاه المعالجة نحو التركيز على تصور النخبة على التنمر الإلكتروني كظاهرة سلبية تنتشر بين الكثير من فئات المجتمع، وهناك بعض دوافع تؤدي لانتشاره كالحرية المطلقة، ومواقع التواصل الاجتماعي والانتماء السياسي والحزبي الذي يدفع البعض لممارسة التنمر الإلكتروني ضد الآخرين، ومن أهم أشكاله عبر المواقع الإخبارية السخرية وبث خطاب الكراهية ضد الآخر.

7- حاولت دراسة العنزي، وعيد (2022م) (٨) بناء مقياس عن التنمر الإلكتروني تجاه الإعلاميين نتيجة زيادة انتشاره؛ ولاسيما ضد المشاهير، ومنهم الإعلاميين وللظاهرة انعكاسات نفسية واجتماعية ومهنية مع عدم وجود قانون ينظم عمل مواقع التواصل الاجتماعي ويعاقب المتنمرين، واعتمدت على منهج المسح واستبيان على عينة بلغت (100) من الإعلاميين العراقيين، ومن نتائجها وضوح مفهوم التنمر الإلكتروني لدى الإعلاميين بمختلف صوره وأشكاله، كما أن فيسبوك؛ هو الموقع الإلكتروني الأبرز التي يتعرض فيه الإعلاميون للتنمر، فضلاً عن علاقته بالنوع الاجتماعي فالإعلاميات أكثر عرضة للتنمر من الإعلاميين.

8- هدفت دراسة برناوى (2022م) (٩) وصف اتجاهات الشباب نحو تأثير التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في السعودية، وتم استخدام المنهج الوصفي؛ واختيار عمدية بلغت ٤٠١ مشارك، وتوصلت إلى أن استخدام المواقع يرفع من نقل التنمر الإلكتروني بسبب زيادة معدل الجلوس عليها لفترات طويلة، وأن الأكثر استخداماً (سناب شات وتويتر) وهناك جوانب إيجابية، وآثار سلبية من خلال التعرض للتنمر الإلكتروني.

9- كشفت دراسة سليمان (2022م) (١٠) عن طبيعة العلاقة بين التنمر الإلكتروني، والاتجاه نحو التطرف الفكري لدى الشباب الجامعي باستخدام المنهج الوصفي الارتباطي المقارن، واستبيان على عينة من (100) من طلاب جامعة عين شمس، وكشفت عن وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين الدرجة الكلية لمقياس التنمر الإلكتروني والدرجة الكلية لمقياس الاتجاه نحو التطرف الفكري، وأن أكثر أساليب التنمر الإلكتروني لدى الشباب القذف والمضايقات والمطاردة الإلكترونية والتخفي، وعدم وجود فروق دالة إحصائية بين التنمر الإلكتروني والاتجاه نحو التطرف الفكري باختلاف المرحلة العمرية.

10- تهدف دراسة (Karstel, W (2023 م) (١١) لمعرفة اتجاهات النخبة الإعلامية حول التنمر الإلكتروني عبر المواقع

الإخبارية، واعتمدت على منهج المسح، ومقابلة متعمقة مع عينة عمدية من النخبة الإعلامية قوامها ثمانية مفردات، وتوصلت إلى انتشار التنمر الإلكتروني على المواقع الإخبارية الموجهة للصحفيين الذين يقومون بكتابة المقالات والأخبار، وضرورة اتخاذ الإجراءات القانونية التي تحد من انتشاره بوضع العقوبات الرادعة للمتتمرين، وأن غرف الأخبار تقدم دعماً ضئيلاً للصحفيين الذين يواجهون التنمر، وتم الاعتماد على بعض الاستراتيجيات للتعامل مع التنمر الإلكتروني منها حذف تعليقات المتتمر.

11- حلت دراسة رسول، وعبدالله (2023م) (١٢) سياق ظاهرة التنمر الإلكتروني في الفضاء الافتراضي من وجهة نظر الخبراء والمختصين، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وإجراء مقابلات متعمقة مع عينة بلغت (١٦) مفردة، وأظهرت أن أساليب التنمر الإلكتروني تمثلت في انتحال الشخصية، والتهديد، وكشف أسرار الآخرين، والتقليل من الشأن، وأن عوامل انتشاره ضعف البنية الثقافية لدى المتتمر، وبث مواد إعلامية تحث عليه، وقلة الوعي الثقافي والديني، والتفكك الأسري، وغياب الرقابة والتشريعات والقوانين، والشعور بعدم الثقة بالنفس، والخوف، والقلق، والاكتئاب، والبطالة المقنعة والفقر والجوع، والرفاية والشعور بالفوقية.

12- هدفت دراسة العبد الكريم (2023م) (١٣) وصف اتجاه النخبة السعودية نحو الدور الإعلامي للتصدي لجرائم التنمر الإلكتروني بمقابلات مع عينة من النخبة من أساتذة الإعلام والتربية قوامها 50 مفردة، وأكد 78% منهم أن الإعلام السعودي يقوم بدور فعال جداً في التوعية بأخطار التنمر الإلكتروني، وأن المملكة اهتمت بتوفير جميع السبل لتوفير بيئة آمنة على الإنترنت من خلال سن القوانين الصارمة لتهيب المتتمرين، وقامت بحملات توعية بالتعاون مع بعض الجهات الخاصة، ودعمت المبادرات مثل برنامج الأمان الأسري الوطني.

13- ركزت دراسة بدران (2024م) (١٤) على التدابير الوقائية لمكافحة جريمة التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها السلبي على الأفراد والمجتمعات في العصر الرقمي، واستخدمت منهج الوصفي التحليلي، والمقارن، وتوصلت إلى أن جريمة التنمر الإلكتروني تشكل تهديداً لسلامة وصحة الضحية، وينتج عنها تأثيرات نفسية واجتماعية، وضرورة تبني مفهوم السياسات التشريعية الوقائية، وتطوير آليات مبتكرة للكشف عن الحسابات المزيفة.

14- استهدفت دراسة أحمد (2024م) (١٥) تقييم القائمين على تنشئة الطفل لمعالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لظاهرة التنمر المدرسي، واعتمدت على منهج المسح واستبيان على عينة قوامها ٤٠٠ من القائمين على تنشئة الطفل في محافظتي الغربية والقاهرة الكبرى، وتوصلت إلى أن القائمين يشاهدون البرامج الحوارية التليفزيونية بصفة دائمة، وأكثر القوالب التي استخدمتها البرامج في معالجتها للتنمر المدرسي: التقرير المصور، والحديث المباشر، والاتصال الهاتفي، والجانب الأكثر تناولاً في معالجتها للظاهرة الجانب النفسي، فالجانب الاجتماعي، فالقانوني، وأبرز إيجابيات تناولها للتنمر الجراً، وقدرة القائمين على إدارة الحوار.

15- استهدف دراسة (Alawneh, H. 2025) (١٦) معرفة اتجاه النخبة الإعلامية الأردنية نحو ظاهرة التنمر الإلكتروني، واعتمدت على منهج المسح، ومقابلة مقننة مع عينة عمدية من قوامها 14 مفردة، وتوصلت إلى أن التنمر الإلكتروني يعد من أكثر الظواهر المنتشرة بين الشباب والمراهقين خاصة مع زيادة الاعتماد على الانترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي مع غياب الرقابة على المحتوى، وينبغي على الدولة أن تقوم بتنظيم الحملات الاعلامية

التي تركز على نشر الأخلاق والسلوكيات الإيجابية بين الشباب للتوعية بمخاطر التنمر.

التعليق على الدراسات السابقة: من خلال العرض السابق لحظت الباحثة ما يلي:

- معظم الدراسات استهدفت رصد مشكلة التنمر الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الشباب نحوها، والتدابير الوقائية لمكافحتها، بينما الدراسة الحالية استهدفت معرفة اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التنمر الصحفي الإلكتروني وتأثيره على المجتمع المصري.
- حادثة غالبية الدراسات السابقة حيث أجريت معظمها خلال السنوات القليلة الماضية.
- غالبية الدراسات اعتمدت على منهج المسح الميداني، والقليل منها اعتمد على التحليلي.
- استمارة الاستبيان كان الأداة المسيطرة على معظم الدراسات السابقة.
- أسهمت النتائج في صياغة المشكلة الحالية، ووضع أهدافها وتساؤلاتها، والإطار المعرفي.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

م	المصطلح	المفهوم الإجرائي
1	النخبة الإعلامية	فئة إعلامية تمتلك الخبرة والقدرة والتأثير في الرأي العام، والقرار الإعلامي
2	محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني	محتوى مسيء للأفراد والمؤسسات والمجتمعات والنيل منهم والإيذاء بشكل عدواني متعمد عبر وسيلة صحفية إلكترونية لتحقيق مصالح معينة.
3	المواقع الصحفية الإلكترونية	عدة صفحات ويب مترابطة تُوظف لنشر محتوى صحفي معين

تساؤلات الدراسة وفروضها: تحاول الإجابة على التساؤلات والتحقق من الفروض التالية:

أ- تساؤلات الدراسة: تتمحور التساؤلات حول:

- ١- ما درجة متابعة النخبة الإعلامية لمحتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لمواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٢- ما مدى نشر المواقع الصحفية الإلكترونية لمحتوى التنمر؟
- ٣- ما اتجاه النخبة الإعلامية نحو نوعية المواقع الإلكترونية الأكثر نشرًا لمحتوى التنمر؟
- ٤- ما المواقع الصحفية الإلكترونية الأكثر تنمرًا؟
- ٥- ما الفئات الأكثر تعرضًا للتنمر الصحفي الإلكتروني على المواقع الصحفية؟
- ٦- ما اتجاه النخبة الإعلامية نحو أساليب محتوى التنمر في المواقع الصحفية الإلكترونية؟
- ٧- ما آراء النخبة الإعلامية نحو أشكال محتوى التنمر في المواقع الصحفية الإلكترونية؟
- ٨- ما اتجاه النخبة الإعلامية حول أسباب التنمر الصحفي في محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية؟
- ٩- ما اتجاه النخبة الإعلامية نحو تأثير التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع؟
- ١٠- ما مستويات تأثير محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع؟

ب- فروض الدراسة.

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للنخبة الإعلامية، ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في مواقع الصحف الإلكترونية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للنخبة الإعلامية، والاتجاه نحو تأثير محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لمواقع الصحف الإلكترونية، ودرجة تأثيره على المجتمع.

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: اتجاهات النخبة الإعلامية.
- المتغير التابع: محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني وتأثيره على المجتمع.

نوع الدراسة: تنتمي للدراسات الوصفية التي تحاول وصف مشكلة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية الإلكترونية، واتجاه النخبة الإعلامية نحوه، وتأثيره على المجتمع.

منهج الدراسة: اعتمدت على منهج المسح لمناسبتها لطبيعتها حيث يعتني بدراسة واقع المشكلة مع وصفها وصفاً دقيقاً؛ مبيناً خصائصها، ودرجة ارتباطها بالمشكلات الأخرى.

مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون المجتمع من النخب الإعلامية في الجامعات والمؤسسات الإعلامية المصرية، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة بالأسلوب المتساوي بين نخبة إعلامية بلغت (١٠٠) مفردة بنسبة ٥٠,٠% للنخبة الإعلامية الأكاديمية من الجامعات الحكومية والخاصة، و٥٠,٠% للنخبة الإعلامية المهنية من المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة؛ كما موضح في الجدول التالي:

جدول (١) الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة (ن=١٠٠)

م	الخصائص	البيان	ك	%
1	النوع	ذكور	71	71.0
		إناث	29	29.0
2	العمر	أقل من 30 عاما	23	23.0
		من 30 لأقل من 40 عاما	38	38.0
		من 40 لأقل من 50 عاما	22	22.0
		50 عاما فأكثر	17	17.0
3	التعليم	جامعي	46	46.0
		ماجستير	25	25.0
		دكتوراه	29	29.0

11.0	11	ريف	الإقامة	4
89.0	89	حضر		
28.0	28	حكومي	جهة العمل	5
72.0	72	خاص		
49.0	49	أقل من 10 سنوات	الخبرة	5
41.0	41	من 10 إلى أقل من 20 سنة		
10.0	10	20 سنة فأكثر		
50.0	50	أكاديمية	نوع النخبة	6
50.0	50	مهنية		

تفيد بيانات الجدول (١) أن خصائص الديموجرافية لعينة الدراسة جاءت مرتبة كما يلي: مثل الذكور ٧١٪، بينما الإناث مثلن ٢٩٪، واستحوذت الفئة العمرية أقل من ٣٠ عاماً على نسبة ٢٣٪، وتلتها الفئة العمرية من ٣٠ إلى ٤٠ عاماً بنسبة ٣٨٪، فالفئة العمرية من ٤٠ إلى ٥٠ عاماً بنسبة ٢٢٪، فالفئة العمرية ٥٠ عاماً فأكثر بنسبة ١٧٪، وجاءت فئات المؤهل العلمي، ٤٦٪ لل حاصلين على (بكالوريوس/ ليسانس) و ٢٥٪ لل حاصلين على «الماجستير» و ٢٩٪ لل حاصلين على الدكتوراه، أما إقامة المبحوثين (ريف، وحضر) فجاء المقيمون في الريف بنسبة ١١٪، فالمقيمون في الحضر بنسبة ٨٩٪، ويعود أن الغالبية من النخبة الإعلامية تقطن في المدن الكبرى حيث تتواجد المؤسسات الصحفية، وأن نسبة المقيمين في الريف ربما تعود للذين يقطنون في الريف ويذهبون لجهات العمل، وتصدرت فئة العاملين في القطاع الخاص بنسبة ٧٢٪، والنسبة المتبقية كانت للعاملين بالقطاع الحكومي بنسبة ٢٨٪، ومن حيث سنوات الخبرة تصدرت فئة أصحاب الخبرة الأقل من ١٠ سنوات بنسبة ٤٩٪، ففئة أصحاب الخبرات من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنة بنسبة ٤١٪، ففئة أصحاب الخبرة ٢٠ سنة فأكثر بنسبة ١٠٪، وبالنسبة لنوعية النخبة الإعلامية، فقد جاء الأكاديميون، والمهنيون بنسبة متساوية ٥٠٪ لكل منهما.

أداة الدراسة: بناء على طبيعة البيانات فإن الأداة الأكثر ملاءمة لتحقيق الأهداف؛ هي: استمارة الاستبيان حيث صممتها الباحثة، وتحققت من صدقها وثباتها كالتالي.

١- صدق أداة الدراسة: تم إعداد استمارة الاستبيان في صورتها الأولية؛ وبعد الانتهاء تم توزيعها على مجموعة من المتخصصين في الصحافة والإعلام لتحكيمها، وقد قدم المحكمون. (١٧) مجموعة من الآراء التي كان لها أثر واضح على إخراجها في صورتها النهائية؛ إذ أجرت الباحثة التعديلات اللازمة، وبناء عليها تم تقسيمها للمحاور التالية: المحور الأول: قياس متابعة النخبة الإعلامية لمحتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية الإلكترونية، وأنواعها، وأكثرها تنمرًا.

المحور الثاني: قياس اتجاه النخبة الإعلامية نحو أساليب محتوى التنمر الإلكتروني وأشكاله وأسبابه.

المحور الثالث: قياس اتجاه النخبة الإعلامية نحو تأثير محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني، ومستوياته، وكيفية

مواجهته.

٢- ثبات أداة الدراسة: لقياس ثبات الاستبيان تم استُخدم معامل ألفا كرونباخ، ويوضح الجدول (٢) معامل الثبات لمحاور أداة الدراسة وفقاً لمعامل ألفا كرونباخ

م	عنوان المحور	عدد العبارات	ثبات المحور
المحور الأول	قياس متابعة النخبة الإعلامية لمحتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية الإلكترونية، وأنواعها، وأكثرها تنمرًا.	31	0.956
المحور الثاني	قياس اتجاهات النخبة الإعلامية نحو أساليب محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني واشكاله وأسبابه	24	0.901
المحور الثالث	قياس اتجاهات النخبة الإعلامية نحو تأثير محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني، ومستوياته، وكيفية مواجهته.	23	0.882
الثبات العام		78	0.947

-يوضح الجدول (٢) أن الأداة تتمتع بثبات مقبول حيث جاء الثبات العام (٠,٩٤٧) وتراوحت معامل الثبات بين (٠,٨٨٢، ٠,٩٥٦)، وهي قيم ثبات مرتفعة يمكن الوثوق بها.

حدود الدراسة: حُددت بالمحددات (الموضوعية، والبشرية، والمكانية، والزمنية) التالية:

- الحدود الموضوعية: تتمثل في محاولتها معرفة اتجاهات النخبة الإعلامية نحو محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني على المواقع الصحفية، وتأثيره على المجتمع..
- الحدود البشرية: اقتصرت على النخبة الإعلامية (الأكاديمية والمهنية).
- الحدود المكانية: طبقت في الجامعات والمؤسسات الصحفية والإعلامية الواقعة في نطاق مدينتي القاهرة والجيزة.
- الحدود الزمنية: طبقت الدراسة الميدانية في الفترة الزمنية الممتدة من منتصف إبريل، وحتى نهاية مايو ٢٠٢٥م.

أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي جُمِعت استُخدمت الباحثة العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Sciences التي يرمز لها اختصارًا بالرمز (SPSS٢٨)، وذلك بعد أن رُمِزت وأُدخلت البيانات إلى الحاسب الآلي، وعليه قامت بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من المتغيرات من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة، Frequency والنسب المئوية Percent. للتعرف على الخصائص الديموجرافية للنخبة الإعلامية، وتحديد استجاباتهم للعبارات التي تتضمنها أداة الدراسة
- المتوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Std. Deviation. لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات النخبة الإعلامية عن أسئلة الدراسة (متوسط متوسطات العبارات)؛ مع العلم بأنه يفيد في ترتيب عبارات الدراسة حسب أعلى متوسط حسابي موزون.

-استُخدم الانحراف المعياري (Standard Deviation) للتعرف على مدى انحراف أو تشتت استجابات النخبة الإعلامية لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي، ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة للمحاور الرئيسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.

-معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لاختبار مدى ثبات أداة الدراسة.

-اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار «ت» أو (T- Test).

-معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة اتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٣٣، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠,٣٣٣ و٠,٦٦٦، وقوية إذا كانت أكثر من ٠,٦٦٦.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ ٠,٠٥، لاعتبار الفروض ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

ثانياً: الإطار المعرفي (التنمر في المواقع الصحفية الإلكترونية)

يتناول هذا الجزء تعريف التنمر الإلكتروني وآثاره، وصوره وأشكاله حيث إن توفير معارف حوله يزيل بعض الغموض سواء ما يتعلق بالمفهوم أو بالأشكال والصور مما يساعد على فهم وتحليل المشكلة بشكل موضوعي ودقيق.

١- مفهوم التنمر الإلكتروني.

يُعرف التنمر عامة على أنه « السلوك السلبي غير المرغوب فيه الذي يحدث بشكل متكرر مما يسبب عدم الراحة على المستوى النفسي العاطفي والبدني، ويتعمد استبعاد الشخص مما يعرض الفرد للعزلة والتهديد. (١٨) بينما يُعرف التنمر الإلكتروني بأنه « استخدام التكنولوجيا لمضايقة شخص آخر أو تهديده أو إحراجه أو استهدافه » (١٩) ويُعرفه O'Brennan بأنه « استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ICT- خاصة الهواتف المحمولة والإنترنت- لإزعاج شخص آخر عن عمد، ويمكن أن يشمل مجموعة واسعة من السلوكيات غير المقبولة بما في ذلك التهديدات والمضايقات. (٢٠) ويُعرفه Tokunaga بأنه « سلوك يتم ممارسته إلكترونياً أو رقمياً من قبل الأفراد أو الجماعات التي تقوم بصورة متكررة بتلك السلوكيات العدائية التي تهدف إلى إلحاق الأذى أو إزعاج الآخرين. (٢١) بينما يعرف التنمر الإعلامي بأنه « الوجه الأكثر خطورة للعنف المعنوي حيث يتم استخدام الإعلام في ممارسة التشويه الرمزي والإساءة الممنهجة من خلال التحريض والإقصاء والتحقير للأفراد أو الجماعات بهدف النيل من سمعتهم أو تفويض مكانتهم الاجتماعية والضغط عليهم نفسياً ومهنيًا حتى يصبحوا فريسة للتنمر. » (٢٢)

٢- سمات التنمر الإلكتروني: يمتلك التنمر الإلكتروني السمات التالية:

- إخفاء الهوية: قد يحدث التنمر الإلكتروني من شخص مجهول الهوية أو من خلال حساب مزيف، فالمرتكب له قد يمارسه دون الكشف عن هويته؛ الأمر الذي يدفعه لتكراره؛ بل وزيادة حدة سلوكه السيئ، فلا يوجد خوف من العواقب؛ بخلاف التنمر التقليدي حيث إن سلوك الضحية قد يكون رادعاً للمعتدي في عدم التماذي في تمرده. (٢٣) كما أن المتنمر لا يطلع على رد فعل الضحية، أو التعرف على الأذى الذي أصابها الأمر. (٢٤)

- السرعة: يمكن أن يحدث التنمر الإلكتروني من فرد واحد لمجموعة كبيرة، فعن طريقه يمكن نشر مجموعة من الرسائل والصورة لمجموعة من الأشخاص في وقت واحد، وبصورة متزامنة الأمر الذي قد يلحق ضرراً مادياً أو معنوياً لديهم. (٢٥)

- الاستمرارية: لا يحدث التنمر الإلكتروني في بيئة واقعية بل من خلال الانترنت، لهذا يمكن القيام به في أي وقت؛ الأمر الذي يصعب معه استحالة الهروب من الممارسة السلبية. (٢٦)

- الوصول لعدد ضخم من الجماهير: يتسم التنمر الإلكتروني بإحداث تأثيرات مدمرة نفسياً وعاطفياً للضحية المستهدفة، وذلك راجعاً لطبيعته حيث يقوم المعتدي بنشر الصور والرسائل المسيئة علانية على صفحات المواقع ، مما ينذر برؤية تلك المحتوى من قبل عدد ضخم من الأشخاص خاصة الأقران الأمر الذي شبهه Dooley بكرة الثلج Snowball حيث يمكن لأشخاص آخرين إعادة نشره مما يزيد من عدد المشاهدين؛ الأمر الذي قد يؤثر نفسياً على الضحية، وتكون له نتائج خطيرة قد تؤدي للانتحار في بعض الحالات؛ على خلاف التنمر التقليدي الذي يحدث من شخص لشخص آخر ولا يترك تأثيرات ضارة. (٢٧)

- الانتشار بين المراهقين: إن التنمر الإلكتروني يميل إلى الانتشار بين المراهقين. (٢٨)

- الاعتماد على العنف اللفظي: يستهدف التنمر الإلكتروني الحاق الضرر بالآخرين عن طريق استخدام الألفاظ؛ مثل: توجيه الاتهامات، أو محاولة طرد الآخرين اجتماعياً بخلاف التنمر التقليدي الذي يعتمد على سلوكيات مادية تؤذي الآخرين. (٢٩)

٣- أشكال التنمر الإلكتروني. تتنوع أشكال التنمر الإلكتروني على النحو التالي:

- التنمر العنصري racist bullying: بدافع الكراهية والتحيز اتجاه شخص أو مجموعة ويتضمن الاستهزاء والسخرية من عرق أو سلاله أو دين أو قومية، أو جنس معين. (٣٠)

- التنمر ضد المعاقين against disabilities bullying: بهدف الإساءة اللفظية وإطلاق الألقاب و الصفات أو الافتراءات أو ارسال التهديدات أو الرسوم والكتابات المسيئة للضحايا، أو أي سلوك آخر يمثل تهديداً أو ضرراً أو إهانة لذوي الإعاقة والاحتياجات الخاصة. (٣١)

- افتعال المشاكل Flaming: يقوم المعتدي بإرسال تعليقات بذينة أو مسيئة أو عدوانية بغرض افتعال المشاكل مع الضحية. (٣٢)

- الإذلال Humiliation: يقوم المتنمر بنشر الشائعات لإحراج ضحاياه أو إيذاهم بما يضمن استمرارها على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع؛ الأمر الذي يعني تعرض الضحايا بشكل عام لتلك الشائعات والأكاذيب على نحو مستمر. (٣٣)

-الملاحقة أو التردد الإلكتروني Cyberstalking: تتضمن متابعة شخص عبر المواقع الأخرى، وكثيراً ما ترسل رسالة مضايقة أو عدوانية؛ مما يجعل الضحايا يخشون على سلامتهم من استخدامها نتيجة تلك الملاحقة المستمرة. (٣٤)
-نشر الصور الخاصة Sharing Private Images: يمكن للمتندر نشر الصور الخاصة المخرجة لبعض الأفراد، مما ينتج عنه ما يسمى بـ حلقة المحتوى الجنسي، وهي قائمة على نشر المحتويات الحرجة المتعلقة بالآخرين. (٣٥)
-استقاء المعلومات الشخصية Doxing: يتضمن محاولة اكتشاف حسابات خاصة وأنشطة عبر الإنترنت لشخص ما ثم نشرها للجمهور على نحو عام؛ الأمر الذي يضر بحياته الشخصية والمهنية. (٣٦)

٤-أسباب انتشار التنمر الإلكتروني: تتعدد أسباب التنمر الإلكتروني كالتالي:

-انتشار التكنولوجيا: أن التنمر الإلكتروني يظهر بصورة أكبر في الدول التي تتسم ببنية تكنولوجية متقدمة؛ عن تلك التي لا تمتلك هذه التقنية التي تسهم بشكل كبير في انتشار تلك المشكلة السيئة. (٣٧) وأن تقدم تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الموجودة اليوم بسماتها التفاعلية جعلها جزء لا يتجزأ من حياة الجمهور، ولا يمكن الاستغناء عنه بأي شكل، ونتيجة للاستخدام المستمر للتكنولوجيا التفاعلية لم يكتف الشباب والمراهقين بتكوين الصداقات الاجتماعية، لذا نجد الذين يعانون من بعض المشاكل النفسية تتجه سلوكياتهم نحو ما يعرف بالتنمر الإلكتروني وإيذاء الآخرين والتحرش بهم. (٣٨)

-التنافس الاجتماعي بين الأقران أو بين زملاء العمل: يقوم اشخاص نتيجة شعورهم بتفوق البعض عليهم، وزيادة الشعور بالنقص والدونية باستغلال المواقع لمحاولة النيل منهم، ورغبة في إحداث بعض الرضا النفسي من خلال الرسائل المؤذية والمهينة. (٣٩)

-المناخ الموجود في البيئة المحيطة: قيام البعض باتخاذ طرق غير موحدة في التعامل، حيث يقومون بتفضيل فئة على فئة؛ الأمر الذي يشعر تلك الفئة التي تتعامل بطريقة مختلفة بأنها مهمشة ومنبوذة فتلجأ للتنمر رغبة في الانتقام. (٤٠)

-معاناة البعض من الاضطرابات النفسية والعقلية: يقوم البعض بممارسة التنمر الإلكتروني رغبة منهم في الشعور بالتحسن عند الحاق الأذى بالآخرين. (٤١)

-إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار التنمر الإلكتروني: نتيجة غياب الرقابة على محتوى الكراهية، أو القائم على إهانة وإذلال الآخرين. (٤٢)

-عدم وجود قوانين رادعة تجرم السلوكيات السلبية: لا يوجد قانون في أي دولة حول العالم إلا في كندا التي تعتبر الوحيدة التي تجرمها، وتعتبرها أفعال تؤذي الضحايا والسلوكيات المادية، لهذا فالكثير من المواقع الصحفية تكون ساحة مناسبة لممارسة التنمر الإلكتروني نتيجة غياب الرقابة من المؤسسة الصحفية التي ينبغي أن تكون مسؤولة عما ينشر. (٤٣)

٥- التنمر الصحفي بين التشريعات وأخلاقيات النشر على المواقع الصحفية الإلكترونية.

أحدثت البيئة الرقمية تحولات كبرى في إنتاج المحتوى الصحفي، وتبني استراتيجيات حديثة في صناعته كالنصوص

الفائقة والصوت والصورة والألوان والفيديو والانفوجراف. (٤٤) ويقع على عاتق المواقع الصحفية الالكترونية الالتزام بمجموعة من معايير الأداء الصحفي؛ فهي مطالبة بعدم الخروج عن قيم المجتمع وأخلاقياته فيما يتصل بالنشر، وقبل أن يرتبط بالمعايير والقوانين؛ فهو يرتبط بشكل أساسي بضمير الصحفي وحدود مسؤوليته الاجتماعية. (٤٥) مدى الالتزام بأخلاقيات النشر التي تعرف بأنها « مجموعة المبادئ والقواعد والضوابط الأخلاقية التي تنظم الممارسات المتعلقة بنشر المحتوى الإعلامي لتمثل الضوابط الموضوعية لترشيد نشر المواد الإعلامية سواء تحريرية أو مرئية بما يحقق الممارسة السليمة والتوازن بين أهداف الناشر ومصلحة المجتمع، وفي إطار القيم التي يبنى عليها الحكم بالصحة أو الخطأ، فيما يتعلق بالمواد التي يتم بثها على الانترنت». (٤٦) وهناك ارتباط بين تطور تكنولوجيا المعلومات والأخلاقيات الإعلامية، حيث يؤدي التطور لفرض معايير جديدة، فالرأي الأول يقول إنه لا يجب تطبيق ميثاق أخلاقي أو ميثاق شرف لمؤسسة تعتمد على آليات تقليدية، أما الثاني فيرى أنه لا توجد فروق في تطبيق ميثاق أخلاق إعلامي بين وسيلة تقليدية وحديثة. (٤٧)

وبرغم مميزات مواقع الصحف الالكترونية في النشر والتداول إلا أن تحليل واقع الممارسة العلمية يؤكد على ضرورة وجود تنظيم قانوني شامل ينظم عملية النشر الصحفي الالكتروني، كما يوجد عدد من الضوابط التي تحكمه وبخاصة في ظل انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة التي من شأنها إحداث حالة من الفوضى والفتنة داخل المجتمع بعد أن غلبت قيم الاثارة والسبق على الدقة والمصداقية، ومع مرور الوقت سوف تفقد الصحيفة مصداقيتها لدى قطاع عريض من الجمهور في المجتمع نتيجة سيطرة حالة من الشك في جدية وموضوعية تغطيتها للعديد من القضايا التي تشغل الرأي العام. (٤٨) ونتيجة لتوافر مجموعة من السلبيات التي تظهر في انتشار الكراهية والعنصرية والدعوة للتطرف، وانتشار المعلومات المغلوطة باستخدام البرمجيات الحديثة التي تظهر الأكاذيب بصورة الحقائق. (٤٩) ولهذا فقد تم إصدار القانون رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨م في مصر الخاص بمكافحة جرائم تقنية المعلومات، بعد أن اقره مجلس النواب، وتضمن القانون عدة عقوبات تتعلق بالسلوكيات غير المنضبطة أثناء التواصل الالكتروني، منها السب والقذف، ومعاكسات الشات، واختراق الحسابات الخاصة، وانشاء بريد الكتروني وهمي، وتسريب بيانات خاصة، وتعتمد استخدام معلومات ماسة بالشرف، وانشاء المواقع لتسهيل ارتكاب الجرائم. (٥٠)

ثالثاً: الإطار الميداني (عرض نتائج الدراسة الميدانية) يعرض هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها كما يلي:

المحور الأول: نتائج متابعة النخبة الإعلامية لمحتوى التنمر على المواقع الصحفية وأنواعها وأكثرها تنمرًا.

جدول (٣) درجة متابعة النخبة الإعلامية لمحتوى التنمر على مواقع الصحف الإلكترونية.

م	درجة المتابعة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	أتابع بدرجة ضعيفة	5	5.0	2.530	.5938
2	أتابع بدرجة متوسطة	37	37.0		
3	أتابع بدرجة كبيرة	58	58.0		
	الإجمالي	100	100.0		

- تشير نتائج الجدول (٣) إلى أن ٥٨٪ من النخبة الإعلامية-عينة الدراسة- يتابعون بدرجة كبيرة محتوى التنمر الصحفي على مواقع الصحف الإلكترونية، وأن ٣٧٪ يتابعونها بدرجة متوسطة، بينما ٥٪ يتابعونها بدرجة ضعيفة، وجاء المتوسط العام بقيمة ٢,٥٣٠ بانحراف معياري يساوي ٠,٥٩٣٨، والنتيجة تبرز أموراً مهمة حول درجة متابعة محتوى التنمر على المواقع؛ وهي:

- تشير نسبة المتابعة العالية ٥٨٪ إلى وعي كبير بين النخبة الإعلامية حول أهمية محتوى التنمر، وتأثيره على المجتمع، وربما يعود لتعاقد النشر في وسائل الإعلام، أو انتشار الحالات بين أفراد المجتمع.
- نسبة المتابعة المتوسطة ٣٧٪، وتعود للمهتمين بمحتوى التنمر، لكنهم لا يتابعونه بشكل مكثف، ويرجع إلى أنهم يرون أن لديهم معرفة مسبقة، أو أن المحتوى لم يكن على درجة عالية من الموضوعية.
- المتابعة الضعيفة بنسبة ٥٪، وهذه الفئة غير مهتمة بمحتوى التنمر لأسباب تتعلق بالمعالجة، أو سياسية الموقع، أو اتجاه المتابع.

- يوضح المتوسط العام (٢,٥٣٠) أن غالبية النخب الإعلامية تتابع (فوق المتوسط) محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني، والانحراف المعياري (٠,٥٩٣٨) يكشف عن التفاوت بينها في درجة المتابعة، حيث توجد فئة تتابع بشدة، وأخرى أقل متابعة.

جدول (٤) مدى نشر المواقع الصحفية الإلكترونية لمحتوى التنمر.

م	مدى النشر	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	نادراً ما تنشر	2	2.0	2.110	.3732
2	تنشر أحياناً	85	85.0		
3	تنشر دائماً	13	13.0		
	المجموع	100	100.0		

بينت نتائج الجدول (٤) أن ٨٥٪ من النخبة الإعلامية يرون أن المواقع الصحفية الإلكترونية تنشر أحياناً محتوى للتنمر، بينما يرى ١٣٪ أنها تنشر دائماً، في حين أن ٢٪ يرون أنها نادراً ما تنشر، وجاء المتوسط العام بقيمة ٢,١١٠ بانحراف معياري قيمته ٠,٣٧٣٢، ويمكن تفسيرها من خلال ما يلي:

- هيمنة الرأي القائل إن النشر أحياناً بنسبة ٨٥٪ يدل على أن التنمر ليس موضوعاً ثابتاً في المواقع الإلكترونية، لكنه يُطرح بين الحين والآخر عندما يكون هناك حادثة بارزة، أو أن بعضها تركز على محتوى آخر أكثر جاذبية، مما يجعل نشر المحتوى في سياقات محددة.

- ترى نسبة ضئيلة أن النشر دائماً بنسبة ١٣٪ وأصحاب هذا الرأي ربما يتابعون مواقع صحفية إلكترونية معينة تهتم بمحتوى التنمر بشكل مستمر.

- ترى نسبة ٢٪ أن المواقع الصحفية الإلكترونية نادراً ما تنشر محتوى التنمر، وهؤلاء قد يتابعون مواقع صحفية إلكترونية لا تركز على قضايا التنمر، مما يجعلهم يشعرون بأنها لا تحظى بالنشر الكافي.

- المتوسط العام (٢,١١٠) والانحراف المعياري (٠,٣٧٣٢) يبين الأول أن الاتجاه العام؛ هو أن التنمر يُنشر بدرجة غير ثابتة، لكنه موجود إلى حد ما، بينما يبين الثاني أن الآراء ليست متباعدة بشكل كبير، مما يعني أن أغلب النخب

الإعلامية لديها اتجاه متقارب حول المشكلة.

جدول (٥) اتجاه النخبة الإعلامية نحو نوعية المواقع الصحفية الإلكترونية نشرًا لمحتوى التنمر الإلكتروني

م	نوعية المواقع	درجة النشر						الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		دائماً (3)		أحياناً (2)		نادراً (1)			
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	الخاصة	71	71.0	27	27.0	2	2.0	2.690	.5064
2	الحزبية	37	37.0	57	57.0	6	6.0	2.310	.5808
3	الحكومية	27	27.0	67	67.0	6	6.0	2.210	.5374

أوضحت نتائج الجدول (٥) أن المواقع الصحفية الإلكترونية الخاصة تنشر دائماً محتوى للتنمر بنسبة ٧١٪، وأحياناً تنشر بنسبة ٢٧٪، ونادراً ما تنشر بنسبة ٢٪، بمتوسط حسابي ٢,٦٩٠ وانحراف معياري ٠,٥٠٦٤، بينما تنشر المواقع الصحفية الإلكترونية الحزبية محتوى للتنمر دائماً بنسبة ٣٧٪ وأحياناً بنسبة ٥٧٪، ونادراً بنسبة ٦٪، بمتوسط حسابي ٢,٣١٠ وانحراف معياري ٠,٥٨٠٨، أما المواقع الصحفية الإلكترونية الحكومية فتتنشر دائماً محتوى للتنمر بنسبة ٢٧٪، وأحياناً بنسبة ٦٧٪، ونادراً بنسبة ٦٪، بمتوسط حسابي قيمته ٢,٢١٠ وانحراف معياري قيمته ٠,٥٣٧٤، ويمكن النظر إليها من الزوايا التالية:

- المواقع الصحفية الإلكترونية الخاصة الأعلى نشرًا لمحتوى التنمر بنسبة ٧١٪، وهذه المواقع غالباً ما تكون أكثر مرونة واستقلالية في اختيار محتواها، حيث تركز على المواضيع التي تحظى بتفاعل عالٍ؛ ومنها التنمر، ويمكن أن تكون مدفوعة بالجانب التجاري الترويجي، فتسلط الضوء على الأحداث الاجتماعية المثيرة للقارئ لزيادة نسبة المشاهدات والتفاعل.

- المواقع الصحفية الحزبية (التغطية المتوسطة) بـ ٣٧,٠ ٪ للنشر الدائم، و٥٧٪ للنشر أحياناً، وغالباً ما تركز على أجندتها السياسية والحزبية، مما يجعل نشر محتوى التنمر مرتبط بالسياق السياسي الذي يخدم توجهاتها.

- المواقع الصحفية الإلكترونية الحكومية (النشر الضعيف) بنسبة ٢٧٪، وتهتم عادة بنشر القضايا والسياسات العامة، وقد لا يكون محتوى التنمر دائماً ضمن أولوياتها التحريرية، وغالباً ما تتناول قضاياها في إطار الحملات التوعوية، أو عند بروز قضية تتطلب النشر الإعلامي المكثف.

- تبين المتوسطات الحسابية أن المواقع الصحفية الإلكترونية الخاصة هي الأكثر نشرًا للتنمر، تليها المواقع الحزبية ثم الحكومية، كما تبين الانحرافات المعيارية أن المواقع الحزبية (٠,٥٨٠٨) هي الأعلى في النشر، وهذا يشير لوجود تفاوت كبير في نشر هذه المواقع لمحتوى التنمر، فبعضها قد يركز عليها بشدة؛ بينما مواقع أخرى بشكل أقل، فالمواقع الصحفية الحكومية لديها انحراف معياري متوسط (٠,٥٣٧٤)، مما يدل على أن نشرها للتنمر متقاربة إلى حد ما، في حين أن المواقع الصحفية الخاصة لديها أقل انحراف معياري (٠,٥٠٦٤)، ما يعني أن نشرها للتنمر أكثر استقراراً وثباتاً مقارنةً بالأنواع الأخرى من المواقع، وترى الباحثة أنه يمكن الاعتماد على هذه النتائج لمناشدة القائمين على المواقع لتعزيز نشر محتوى التنمر بطريقة أكثر فاعلية.

جدول (٦) ترتيب النخبة الإعلامية للمواقع الصحفية الالكترونية الأكثر تنمراً حسب المتوسطات والانحرافات المعيارية.

م	نوعية المواقع	مدى النشر						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		ترتيب المواقع		أحيانا تنشر		نادراً ما تنشر			
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	موقع البوابة نيوز.	94	94.0	6	6.0	0	0.0	2.940	.2387
2	موقع الأسبوع.	90	90.0	9	9.0	1	1.0	2.890	.3451
٣	موقع مجلة أكتوبر.	88	88.0	12	12.0	0	0.0	2.880	.3266
٤	موقع المصور نيوز.	74	74.0	23	23.0	3	3.0	2.710	.5183
٥	موقع الدستور الالكتروني.	71	71.0	27	27.0	2	2.0	2.690	.5064
٦	بوابة الفجر الالكترونية.	70	70.0	24	24.0	6	6.0	2.640	.5949
٧	الجمهورية أون لاين.	52	52.0	48	48.0	0	0.0	2.520	.5021
٨	موقع الوطن.	53	53.0	46	46.0	1	1.0	2.520	.5218
٩	موقع اليوم السابع.	42	42.0	56	56.0	2	2.0	2.400	.5318
١٠	موقع الشروق الجديدة	16	16.0	76	76.0	8	8.0	2.080	.4858
١١	موقع المصري اليوم	14	14.0	78	78.0	8	8.0	2.060	.4675
١٢	موقع القاهرة ٢٤	18	18.0	65	65.0	17	17.0	2.010	.5945
١٣	بوابة الأهرام الالكترونية	7	7.0	67	67.0	26	26.0	1.810	.5449
١٤	بوابة أخبار اليوم الالكترونية	4	4.0	73	73.0	23	23.0	1.810	.4861
١٥	بوابة فيتو الإخبارية.	5	5.0	63	63.0	32	32.0	1.730	.5478

ترتبت نتائج الجدول (٦) المواقع الصحفية الالكترونية الأكثر نشراً لمحتوى التنمر حسب المتوسطات الحسابية لدرجات استجابات المبحوثين، ففي الترتيب الأول جاء موقع البوابة نيوز بمتوسط قيمته ٢,٩٤٠ وانحراف معياري ٢٣٨٧ وفي الثاني جاء موقع الأسبوع. بمتوسط قيمته ٢,٨٩٠ وانحراف معياري ٣٤٥١ وفي الثالث جاء موقع مجلة أكتوبر بمتوسط ٢,٨٨٠ وانحراف معياري ٣٢٦٦ وفي الرابع موقع مجلة المصور نيوز بمتوسط قيمته ٢,٧١٠ وانحراف معياري ٥١٨٣ وفي الخامس موقع الدستور بمتوسط قيمته ٢,٦٩٠ وانحراف معياري ٥٠٦٤ وفي السادس بوابة الفجر بمتوسط قيمته ٢,٦٤٠ وانحراف معياري ٥٩٤٩ وفي السابع الجمهورية أون لاين بمتوسط قيمته ٢,٥٢٠ وانحراف معياري ٥٠٢١ وفي الثامن موقع الوطن بمتوسط قيمته ٢,٥٢٠ وانحراف معياري ٥٢١٨ وفي التاسع موقع اليوم السابع بمتوسط قيمته ٢,٤٠٠ وانحراف معياري ٥٣١٨ وفي العاشر موقع الشروق الجديدة بمتوسط قيمته ٢,٠٨٠ وانحراف معياري ٤٨٥٨ وفي الحادي عشر موقع المصري اليوم بمتوسط قيمته ٢,٠٦٠ وانحراف معياري ٤٦٧٥ وفي الثاني عشر موقع القاهرة ٢٤ بمتوسط قيمته ٢,٠١٠ وانحراف معياري ٥٩٤٥ وفي الثالث عشر بوابة الأهرام الالكترونية بمتوسط قيمته ١,٨١٠ وانحراف معياري ٥٤٤٩ وفي الرابع عشر بوابة أخبار اليوم بمتوسط قيمته ١,٨١٠ وانحراف معياري ٤٨٦١ وفي الخامس عشر بوابة فيتو الإخبارية. بمتوسط قيمته ١,٧٣٠ وانحراف معياري ٥٤٧٨ ويمكن تفسيرها كما يلي:

- المواقع الصحفية الأكثر تغطية للتنمر؛ هي: البوابة نيوز (٢,٩٤٠) والأسبوع (٢,٨٩٠) ومجلة أكتوبر (٢,٨٨٠) ويدل على أن هذه المواقع تولي اهتماماً كبيراً بمحتوى التنمر، وقد يكون ناتجاً عن سياسة تحريرية تعتمد على التركيز على القضايا الاجتماعية والمجتمعية. وتتفق هذه النتيجة مع الواقع حيث يهتم الموقعان بنشر التسيّرات.

- المواقع الصحفية ذات النشر المتوسط للتنمر: المصور نيوز (٢,٧١٠) والدستور الإلكتروني (٢,٦٩٠)، وبوابة الفجر (٢,٦٤٠) وتظهر هذه المواقع اهتماماً ملحوظاً في نشر محتوى التنمر، ولكنها ليست في الصدارة، ومن الممكن أن تتناول المحتوى ضمن سياقات اجتماعية معينة، وقد يكون أقل تركيزاً على جانب الرأي أو ما يسمى بمواد الرأي؛ مقارنة بالمواقع الأعلى تصنيفاً.

- المواقع الصحفية الأقل نشرًا للتنمر: بوابة الأهرام (١,٨١٠) وبوابة أخبار اليوم (١,٨١٠) وبوابة فيتو (١,٧٣٠) مما يدل على أن محتوى التنمر ليس من أولويات باعتبار الأولى من الصحف المحافظة، والثانية بها هامش من المحافظة، والثالثة تعاني من مشاكل مالية وتحريرية.

- الانحراف المعياري المنخفض مثل (٠,٢٣٨٧) في البوابة نيوز يوحي بأن اتجاهات المبحوثين متقاربة بشأن نشر الموقع لمحتوى التنمر، وأن الأعلى مثل (٠,٥٩٤٩) في بوابة الفجر يدل على تباين في اتجاه المبحوثين يعكس اختلافًا في نوعية محتوى التنمر... ويمكن استخدام النتائج في مقارنة نشر المواقع لمحتوى آخر، ومعرفة ما إذا كان هناك ارتباط بين نوعية الأخبار المطروحة ونشر محتوى التنمر.

جدول (٧) آراء النخبة الإعلامية حول الفئات الأكثر تعرضاً للتنمر الصحفي الإلكتروني على المواقع الصحفية

م	الفئات المتنمر عليها	مدى التنمر						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		دائماً		أحياناً		نادراً			
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	مرتكبي الجرائم	79	79.0	21	21.0	0	0.0	2.790	.4094
2	المجتمع عامة	80	80.0	19	19.0	1	1.0	2.790	.4333
٣	النساء	64	64.0	36	36.0	0	0.0	2.640	.4824
٤	الرجال	62	62.0	38	38.0	0	0.0	2.620	.4878
٥	الفنانين	62	62.0	38	38.0	0	0.0	2.620	.4878
٦	مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي	61	61.0	39	39.0	0	0.0	2.610	.4902
٧	علماء الدين	58	58.0	42	42.0	0	0.0	2.580	.4960
٨	رجال الشرطة	53	53.0	45	45.0	2	2.0	2.510	.5411
٩	الأطفال	44	44.0	53	53.0	3	3.0	2.410	.5522
١٠	الرياضيين	41	41.0	56	56.0	3	3.0	2.380	.5464

رتبت النتائج الواردة في الجدول (٧) الفئات الأكثر عرضة للتنمر الصحفي الإلكتروني- من وجهة نظر النخبة الإعلامية- تصدر (مرتكبي الجرائم) بمتوسط قيمته ٢,٧٩٠ وانحراف معياري قيمته ٤,٠٩٤، وحل ثانياً (المجتمع عامة) بمتوسط قيمته ٢,٧٩٠ وانحراف معياري قيمته ٤,٣٣٣ وثالثاً (النساء) بمتوسط قيمته ٢,٦٤٠ وانحراف معياري

قيمه.٤٨٢٤ ورابعاً (الرجال) بمتوسط قيمته ٢,٦٢٠ وانحراف معياري قيمته ٤٨٧٨ وخامساً (الفنانين) بمتوسط قيمته ٢,٦٢٠ وانحراف معياري قيمته ٤٨٧٨ وسادساً (مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي) بمتوسط قيمته ٢,٦١٠ وانحراف معياري قيمته ٤٩٠٢ وسابعاً (علماء الدين) بمتوسط قيمته ٢,٥٨٠ وانحراف معياري قيمته ٤٩٦٠ وثامناً (رجال الشرطة) بمتوسط قيمته ٢,٥١٠ وانحراف معياري قيمته ٥٤١١ وتساعاً (الأطفال) بمتوسط قيمته ٢,٤١٠ وانحراف معياري قيمته ٥٥٢٢ وعاشراً (الرياضيين) بمتوسط قيمته ٢,٣٨٠ وانحراف معياري قيمته ٥٤٦٤. ويمكن تفسيرها أن تصدر مرتكبي الجرائم أمر طبيعي لأن المجرمين يتعرضون غالباً للتنمر بسبب ما يرتكبونه من جرائم تؤثر على المجتمع، ولكن في حالات يتم المبالغة بتصويرهم بصورة سلبية، وتناول حياتهم الشخصية بأسلوب يؤجج الرأي العام ضدهم. وبالنسبة لمجيء المجتمع عامة في المركز الثاني يبين أن التنمر الصحفي الإلكتروني قد لا يستهدف فئة محددة فقط، بل يمتد ليشمل المجتمع ككل عبر عملية نشر سلبية تشوه القيم، أو مضلة تؤثر على الرأي العام تسهم في تأجيج الصراعات المجتمعية من خلال تصوير بعض الفئات بطريقة سلبية أو منحازة.

أما التنمر ضد النساء فيعكس مدى النشر المتحيز ضدهن، حيث يتم التركيز على مظهرهن الخارجي، وحياتهن الشخصية، أو انتقاد سلوكهن بطريقة أكثر قسوة مقارنة بالرجال، مما يجعلهن هدفاً سهلاً للتنمر الصحفي الإلكتروني. وفي المركزين الرابع والخامس جاءت فئتا (الرجال والفنانين) بالرغم من أن التنمر ضد الرجال أقل حدة مقارنة بالنساء، إلا أن البعض يكون عرضة للنقد اللاذع بسبب حياتهم الشخصية أو المهنية، وفئة الفنانين غالباً ما تكون محور اهتمام الصحافة، مما يجعلهم أكثر عرضة للتحليلات السلبية والمبالغة في نشر أخبارهم، لقد افرزت مواقع التواصل الاجتماعي فئة جديدة؛ وهي مشاهير «السوشيال ميديا» حيث يتعرض هؤلاء للتنمر من خلال نقد تصرفاتهم التي لا تتناسب مع قيم وعادات وتقليد المجتمع، وبعض المواقع تلجأ لإثارة الجدل حولهم للحصول على المزيد من التفاعل والانتشار؛ بينما التنمر الصحفي ضد علماء الدين قد يكون مرتبطاً بالخلافات الفكرية، حيث يتم تصوير بعض العلماء بطريقة سلبية لإثارة الجدل حول آرائهم الدينية أو توجهاتهم الفكرية الاجتماعية، والتنمر على رجال الشرطة قد يكون ناتجاً عن النشر الصحفي الذي يركز على الأخطاء الأمنية، وبعضها يتبنى خطاباً سلبياً تجاه الأجهزة الشرطية بهدف تحقيق أجندات سياسية، ولا يقل خطورة التنمر الصحفي ضد الأطفال فبعض المواقع قد تستغل قصص الأطفال المأساوية لأغراض الإثارة دون مراعاة تأثير ذلك على الضحايا، ورغم انخفاض ترتيب الرياضيين، إلا أنهم لا يسلمون من النقد المبالغ فيه، خاصة عند خسائر المباريات أو الأداء غير المتوقع، فتستخدم بعض المواقع الصحفية الإلكترونية أسلوب التنمر غير المباشر مثل: الاستخفاف بقدرات اللاعبين أو تضخيم أخطائهم، على جانب دلالة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري تُظهر أن جميع الفئات تقريباً تتعرض للتنمر الصحفي، ولكن بدرجات متفاوتة، حيث تصدر مرتكبي الجرائم والمجتمع القائمة، ويدل الانحراف المعياري القريب بين الفئات على أن الفروقات في مستوى التنمر بين الفئات ليست شديدة، ولكن هناك فئات أكثر استهدافاً من غيرها، ويمكن التعامل مع هذه المشكلة من خلال تعزيز التشريعات والقوانين، وتوعية الجمهور بحقوقه المنصوص عليها فيها.

المحور الثاني: عرض نتائج الدراسة الميدانية لاتجاه النخبة الإعلامية نحو أساليب محتوى التمر الصحفي الإلكتروني وأشكاله وأسبابه.

جدول (٨) اتجاهات النخبة الإعلامية نحو أساليب محتوى التمر الصحفي الإلكتروني في المواقع الصحفية الإلكترونية

م	أساليب التمر	النشر						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		دائماً		أحياناً		نادراً			
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	النشر المنحاز وحملات التشهير	83	83.0	17	17.0	0	0.0	2.830	.3775
2	نشر الأخبار المتجزأة والمبالغ فيها	82	82.0	18	18.0	0	0.0	2.820	.3861
3	نشر الأخبار المغلوطة والمضللة	78	78.0	22	22.0	0	0.0	2.780	.4163
4	استخدام الصور غير اللائقة والمشوهة.	78	78.0	21	21.0	1	1.0	2.770	.4462
5	السخرية بسبب المظهر والوضع الاجتماعي	78	78.0	20	20.0	2	2.0	2.760	.4740
6	تعمد الإساءة للأفراد والجماعات.	77	77.0	21	21.0	2	2.0	2.750	.4794
7	استصغار آراء الآخرين وتحقيرها.	57	57.0	42	42.0	1	1.0	2.560	.5187
8	إهانة شخص والعيب في حقه.	57	57.0	41	41.0	2	2.0	2.550	.5389
9	السخرية من اللهجة وطريقة الحديث.	47	47.0	48	48.0	5	5.0	2.420	.5891
10	السخرية بسبب الإعاقة العقلية والجسدية.	34	34.0	64	64.0	2	2.0	2.320	.5101
11	إطلاق الأوصاف المهينة والمشوهة	23	23.0	75	75.0	2	2.0	2.210	.4560

صنفت بيانات الجدول (٨) أساليب محتوى التمر الشائعة في نشر المواقع الصحفية الإلكترونية حسب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات فقد رأت النخبة الإعلامية أن أسلوب (النشر المنحاز وحملات التشهير) وردت في الصدارة بمتوسط قيمته ٢,٨٣٠ وانحراف معياري ٣٧٧٥. وثانياً أسلوب (نشر الأخبار المتجذرة والمبالغ فيها) بمتوسط قيمته ٢,٨٢٠ وانحراف معياري ٣٨٦١. وثالثاً أسلوب (نشر الأخبار المغلوطة والمضللة) بمتوسط قيمته ٢,٧٨٠ وانحراف معياري ٤١٦٣. ورابعاً أسلوب (استخدام الصور غير اللائقة والمشوهة) بمتوسط قيمته ٢,٧٧٠ وانحراف معياري ٤٤٦٢. وخامساً أسلوب (السخرية بسبب المظهر أو الوضع الاجتماعي) بمتوسط قيمته ٢,٧٦٠ وانحراف معياري ٤٧٤٠. وسادساً أسلوب (تعمد الإساءة للأفراد والجماعات) بمتوسط قيمته ٢,٧٥٠ وانحراف معياري ٤٧٩٤. وسابعاً أسلوب (استصغار آراء الآخرين أو تحقيرها) بمتوسط قيمته ٢,٥٦٠ وانحراف معياري ٥١٨٧. وثامناً أسلوب (إهانة شخص أو العيب في حقه) بمتوسط قيمته ٢,٥٥٠ وانحراف معياري ٥٣٨٩. وتاسعاً أسلوب (السخرية من اللهجة أو طريقة الحديث) بمتوسط قيمته ٢,٤٢٠ وانحراف معياري ٥٨٩١. وعاشراً أسلوب (السخرية بسبب الإعاقة العقلية أو الجسدية) بمتوسط قيمته ٢,٣٢٠ وانحراف معياري ٥١٠١. والحادي عشر أسلوب (إطلاق الأوصاف المهينة والعبارات المشوهة) بمتوسط قيمته ٢,٢١٠ وانحراف معياري ٤٥٦٠. وهذه النتائج تبرز أهم أساليب محتوى التمر في المواقع الصحفية الإلكترونية، ويمكن تفسيرها كالتالي:

- الأساليب الأكثر شيوعاً: تمثلت في النشر المتحيز وحملات التشهير بمتوسط (٢,٨٣٠) مما يوحي بأنها تُستخدم

بشكل واسع، ونشر الأخبار المتجزأة والمبالغ فيها (٢,٨٢٠) ويتم استخدام هذا الأسلوب لتضليل الجمهور أو تضخيم الأحداث بطريقة تُثير الجدل، ونشر الأخبار المغلوطة والمضللة (٢,٧٨٠) يُظهر كيف يمكن للتلاعب بالمعلومات أن يؤثر على السمعة العامة، وهذا يعكس اعتماد بعض المواقع على الإثارة لجذب القراء، دون مراعاة الأثر السلبي على المتأثرين بها.

- الأساليب ذات التأثير البصري (المراكز المتوسطة) وتضمنت استخدام الصور غير اللائقة أو المشوهة (٢,٧٧٠) حيث يتم التلاعب بالصور بهدف التشويه أو السخرية، والسخرية بسبب المظهر والوضع الاجتماعي (٢,٧٦٠) تؤكد كيف يمكن للصورة أن تؤثر على الأحكام المسبقة تجاه الأفراد، وتعتمد الإساءة للأفراد والجماعات (٢,٧٥٠) يكشف عن استخدام الصحافة كأداة للضغط الاجتماعي أو السياسي.

- الأساليب التي تستهدف الكرامة الشخصية (المراكز الأقل شيوعاً) وتكمن في استصغار آراء الآخرين أو تحقيرها (٢,٥٦٠) حيث يؤثر سلباً على حرية التعبير والنقاش المفيد، وإهانة شخص أو العيب في حقه و (٢,٥٥٠) وتعكس مستوى الإساءة المباشرة للأفراد، والسخرية من اللهجة أو طريقة الحديث (٢,٤٢٠) والسخرية بسبب الإعاقة العقلية أو الجسدية (٢,٣٢٠) وتكشف عن نوع من التنمر القائم على التمييز.

- الأساليب الأقل انتشاراً؛ مثل: إطلاق الأوصاف المهينة والعبارات المشوهة (٢,٢١٠) قد يكون مرتبطاً باستخدام اللغة العدائية في المحتوى... ويمكن الاعتماد على النتيجة في اقتراح سياسات صحفية أكثر إنصافاً وتحليلاً لكيفية تحسين النشر الصحفي الإلكتروني للقضايا التنمر.

جدول (٩) آراء النخبة الإعلامية نحو أشكال محتوى التنمر في المواقع الصحفية الإلكترونية

م	اشكال التنمر	ك	%
1	"المباشر" الصريح	3	3.0
2	"غير المباشر" الضمني	66	66.0
3	المزدوج	31	31.0
	الإجمالي	100	100.0

- تشير نتائج الجدول (٩) إلى أن أشكال محتوى التنمر الأكثر نشرًا لمحتوى المواقع الصحفية الإلكترونية؛ هو الشكل غير المباشر (الضمني) بنسبة ٦٦٪ بينما جاء الشكل المزدوج بنسبة ٣١٪، في حين أن الشكل المباشر الصريح جاء بنسبة ٣٪، وتفسر من خلال ما يلي:

- طبيعة الصحافة الإلكترونية وتوجهاتها: فغالبًا ما تسعى إلى استخدام لغة غير مباشرة في نشر القضايا الحساسة لتجنب التداعيات القانونية أو ردود الفعل السلبية من الجمهور، وبالتالي فالتنمر غير المباشر يكون أكثر تأثيراً وأقل وضوحاً، حيث يتم تضمينه في سياق المحتوى من خلال الصور، والتلميحات، مما يجعل القارئ يتأثر دون أن يدرك أنه يتعرض لمحتوى تنمري.

- استراتيجيات التأثير النفسي والصحفي: فالتنمر الضمني يتمثل في السخرية المقننة، والنشر المنحاز، وهو أسلوب أكثر انتشاراً لأن تأثيره يكون تدريجياً، وغالباً ما يكون أكثر قبولاً اجتماعياً مقارنة بالتنمر المباشر.

- تجنب العواقب القانونية: فالتنمر الصريح المباشر (٣٪) لأنه يحتوي على إساءة صريحة يمكن تؤدي للمحاسبة

القانونية أو ردود فعل قوية ضد الموقع الإلكتروني، ولهذا تلجأ أغلب المواقع إلى التحايل اللغوي لجعله يبدو غير واضح أو مجرد تعليق عابر.

- تأثير المحتوى المزدوج (٣١٪) عندما يجمع المحتوى بين التنمر المباشر وغير المباشر يكون ذلك نتيجة لأجندة تحريرية تجمع بين الإثارة، وبين استراتيجيات التأثير النفسي، وفي بعض الحالات يكون التنمر المباشر محاطاً بتلميحات ضمنية لجعل الرسالة تبدو أكثر قبولاً للمتلقي، ويمكن الاستفادة من النتائج في فهم مدى تأثير التنمر غير المباشر على أفراد المجتمع.

جدول (١٠) اتجاهات النخبة الإعلامية حول أسباب التنمر الصحفي في المواقع الصحفية الإلكترونية

م	أسباب التنمر الصحفي	مدى اتجاه النخبة الإعلامية						الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		موافق		محايد		معارض			
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	الانحياز الفكري والأيدولوجي.	96	96.0	4	4.0	0	0.0	2.960	1969.
2	السعي وراء " التريند "	78	78.0	22	22.0	0	0.0	2.780	4163.
3	البحث عن الاثارة وجذب الانتباه	74	74.0	26	26.0	0	0.0	2.740	4408.
4	السعي لتحقيق الربح المادي	67	67.0	33	33.0	0	0.0	2.670	4726.
5	الرغبة في توجيه الرأي العام.	64	64.0	36	36.0	0	0.0	2.640	4824.
6	سهولة نشر الأخبار الكاذبة	64	64.0	36	36.0	0	0.0	2.640	4824.
7	التنافس غير النزيه بين المواقع الالكترونية	62	62.0	38	38.0	0	0.0	2.620	4878.
8	تضارب المصالح المتنوعة	58	58.0	41	41.0	1	1.0	2.570	5175.
9	تراجع المهنية وأخلاقيات العمل الصحفي	54	54.0	45	45.0	1	1.0	2.530	5214.
10	ضعف الوعي المجتمعي	42	42.0	58	58.0	0	0.0	2.420	4960.

-حسب نتائج الجدول (١٠) وردت أسباب التنمر الصحفي الإلكتروني في محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية مرتبة تنازلياً وفقاً للمتوسطات الحسابية كالتالي: جاء (الانحياز الفكري والأيدولوجي) في الترتيب الأول بمتوسط قيمته ٢,٩٦٠ وبانحراف معياري ١٩٦٩. وفي الثاني (السعي وراء التريند) بمتوسط قيمته ٢,٧٨٠ وبانحراف معياري ٤١٦٣. وفي الثالث (البحث عن الاثارة وجذب الانتباه) بمتوسط قيمته ٢,٧٤٠ وبانحراف معياري ٤٤٠٨. وفي الرابع (السعي لتحقيق الربح المادي) بمتوسط قيمته ٢,٦٧٠ وبانحراف معياري ٤٧٢٦. وفي الخامس (الرغبة في توجيه الرأي العام) بمتوسط قيمته ٢,٦٤٠ وبانحراف معياري ٤٨٢٤. وفي السادس (سهولة نشر الاخبار الكاذبة) بمتوسط قيمته ٢,٦٤٠ وبانحراف معياري ٤٨٢٤. وفي السابع (التنافس غير النزيه بين المواقع الإلكترونية) بمتوسط قيمته ٢,٦٢٠ وبانحراف معياري ٤٨٧٨. وفي الثامن (تضارب المصالح سياسياً أو اجتماعياً أو اقتصادياً) بمتوسط قيمته ٢,٥٧٠ وبانحراف معياري ٥١٧٥. وفي التاسع (تراجع المهنية وأخلاقيات العمل الصحفي) بمتوسط قيمته ٢,٥٣٠ وبانحراف معياري ٥٢١٤. وفي العاشر جاء (ضعف الوعي المجتمعي) بمتوسط قيمته ٢,٤٢٠ وبانحراف معياري ٤٩٦٠. وفيما يلي تفسيراً لهذه النتائج:

- الانحياز الفكري والأيدولوجي: تصدره يدل على قوة التحيز، فقد يكون مرتبطاً بخلفية ما، مما يجعلها تنتج محتوى منحازاً يعكس توجهاتها.
- السعي وراء «التريند»: يؤكد هيمنة ثقافة البحث عن الشهرة حيث يتم التركيز على المحتوى المثير أو المستفز لجذب أكبر قدر من المتابعين، وهذا السلوك قد يدفع المواقع الصحفية للتضحية بالمهنية والأخلاقيات لصالح زيادة المشاهدات.
- البحث عن الإثارة: تلجأ بعض المواقع الصحفية للمبالغة أو التشويه، وهذه الأسلوب يتسبب في تضليل المتابعين وتعزيز ثقافة التنمر بتأجيج المشاعر تجاه أفراد معينين.
- السعي لتحقيق الربح: بعض المواقع الصحفية تضع الاعتبارات المالية فوق القيم الأخلاقية، حيث يتم الترويج لمحتوى يثير الجدل بغض النظر عن تأثيره السلبي، وهذه المقاربة قد تؤدي لتجاهل القواعد المهنية في سبيل تحقيق أهداف تجارية.
- الرغبة في توجيه الرأي العام: قد يرتبط محاولات التأثير السياسي أو الاجتماعي لتحقيق مكاسب معينة.
- سهولة نشر الأخبار الكاذبة: يشير إلى أن الصحافة الرقمية جعلت من نشر الأخبار غير الدقيقة أو التضليل الإعلامي أمراً شائعاً بسبب ضعف التدقيق وسرعة انتشار المحتوى الرقمي اللذين يسهمان في تعزيز التنمر الصحفي الإلكتروني.
- التنافس غير النزيه بين المواقع الصحفية الإلكترونية: يعكس كيف أن التنافس على السبق الصحفي يمكن أن يستهين بالمهنية، واللجوء للتنمر كوسيلة لتحقيق التفوق الصحفي.
- تضارب المصالح المتنوعة: يكشف عن دور العلاقات المعقدة بين السياسة والاقتصاد والإعلام في تعزيز التنمر الصحفي الإلكتروني، فعندما تكون المصالح متضاربة يتم استخدام التنمر كأداة لتشويه صورة أفراد أو مجموعات معينة.
- تراجع المهنية وأخلاقيات العمل الصحفي: يعكس أن التراجع في القيم الصحفية المهنية يسهم في انتشار التنمر، فبعض المواقع لا تلتزم بميثاق الشرف مما يؤدي لنشر محتوى يفتقر للموضوعية.
- ضعف الوعي المجتمعي: يدل على أن المتابعين يؤدون دوراً في استمرار المشكلة، حيث يتم استغلال العواطف لخلق قصص تستثير الرأي العام، كما أن ضعف الوعي حول التنمر الصحفي الإلكتروني يجعله يتفاعل معه دون إدراك تأثيره.. ومما سبق يمكن القول إن النتائج توضح أن التنمر الصحفي الإلكتروني ليس مجرد سلوك فردي، بل هو نتاج منظومة قائمة على التوجهات الفكرية، والمصالح التجارية، والمنافسة غير النزيهة، وبالتالي تظهر الحاجة لتعزيز المهنية الإعلامية وفرض ضوابط أخلاقية صارمة على نشر المحتوى الصحفي الإلكتروني، وصياغة سياسات أكثر عدالة تهدف للحد منه.

المحور الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية لاتجاه النخبة الإعلامية نحو تأثير محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع، ومستوياته، وكيفية مواجهته.

جدول (١١) اتجاهات النخبة الإعلامية نحو تأثير التنمر الصحفي الالكتروني على المجتمع

م	تأثير التنمر الصحفي	اتجاه النخبة الإعلامية						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		موافق		محايد		معارض			
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	يدمر الحالة النفسية للضحايا	93	93.0	7	7.0	0	0.0	2.930	.2564
2	يشوه سمعة وصورة المجتمع	84	84.0	12	12.0	4	4.0	2.800	.4924
3	يحول النقاش والحوار لساحة هجوم	56	56.0	44	44.0	0	0.0	2.560	.4989
4	يخلق مناخاً من الكراهية في المجتمع	60	60.0	28	28.0	12	12.0	2.480	.7032
5	يغتال الشخصيات دون دليل	52	52.0	40	40.0	8	8.0	2.440	.6407
6	يلحق الضرر بالعلاقات الاجتماعية	40	40.0	48	48.0	12	12.0	2.280	.6679
7	يضعف الثقة في الصحف الالكترونية	40	40.0	44	44.0	16	16.0	2.240	.7124
8	يحرّض ضد الفرد أو الجماعة معينة	36	36.0	48	48.0	16	16.0	2.200	.6963
9	يزيد من عزلة أفراد المجتمع	20	20.0	64	64.0	16	16.0	2.040	.6017
10	يحول الكلمة لسلح إقصائي	28	28.0	40	40.0	32	32.0	1.960	.7775

- تشير البيانات الواردة بالجدول (١١) إلى أن اتجاهات النخبة الإعلامية نحو تأثير التنمر الصحفي الالكتروني للمواقع الصحفية وفقاً للتكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وردت مرتبة كالتالي: تصدرت عبارة (التأثير على الحالة النفسية للضحايا) بمتوسط حسابي ٢,٩٣٠ وانحراف معياري ٢٥٦٤. تلتها (يشوه سمعة وصورة المجتمع) بمتوسط قيمته ٢,٨٠٠ وانحراف معياري ٤٩٢٤. فعبارة (يحول النقاش والحوار لساحة هجوم) بمتوسط قيمته ٢,٥٦٠ وانحراف معياري ٤٩٨٩. فعبارة (يخلق مناخاً من الكراهية في المجتمع) بمتوسط قيمته ٢,٤٨٠ وانحراف معياري ٧٠٣٢. فعبارة (يغتال الشخصيات دون دليل) بمتوسط قيمته ٢,٤٤٠ وانحراف معياري ٦٤٠٧. فعبارة (يلحق الضرر بالعلاقات الاجتماعية) بمتوسط قيمته ٢,٢٨٠ وانحراف معياري ٦٦٧٩. فعبارة (يضعف الثقة في الصحف الالكترونية) بمتوسط قيمته ٢,٢٤٠ وانحراف معياري ٧١٢٤. فعبارة (يحرض ضد الفرد أو الجماعة المقصودة المتنمر) بمتوسط قيمته ٢,٢٠٠ وانحراف معياري ٦٩٦٣. فعبارة (يزيد من عزلة أفراد المجتمع) بمتوسط قيمته ٢,٠٤٠ وانحراف معياري ٧٧٧٥. وقد يعود السبب لما يلي:

- التأثير على الحالة النفسية للضحايا: أن التنمر الصحفي الالكتروني لا يقتصر على التأثير المهني، بل يمتد للصحة النفسية للضحايا، فالصحافة الالكترونية عندما تتحول إلى أداة للتنمر تسبب القلق، والاكتئاب، وفقدان الثقة بالنفس لدى المتابعين المستهدفين.
- تشويه سمعة وصورة المجتمع: يبرز كيف يمكن للتنمر الصحفي الالكتروني أن يشوه سمعة وصورة المجتمع لدى المواطنين والمجتمعات الأخرى.
- يحول النقاش والحوار لساحة هجوم: يعكس هذا التأثير كيفية تشويه النقاش العام وتحويله لمعارك كلامية

بدلاً من أن يكون قائماً على التحليل الموضوعي. فالمواقع الصحفية التي تستخدم التنمر كأسلوب تواصل تسهم في تعزيز الخطاب العدائي بدلاً من الحوار الهادئ.

- خلق مناخ من الكراهية داخل المجتمع: عندما تروج المواقع الصحفية للتنمر تؤدي لزيادة الانقسامات بين فئات المجتمع، خصوصاً عندما يتم استهداف مجموعة معينة مما يعزز التوترات الاجتماعية والسياسية، ويخلق بيئة غير متماسكة.

- اغتيال الشخصيات دون دليل: تكشف خطورة استخدام المواقع الصحفية كأداة لإدانة الأفراد دون أدلة واضحة، وهو ما يشبه «الاغتيال الإعلامي». وهذا النوع يدمر حياة شخص دون أي سند قانوني، مما يجعله ضحية للصحافة بدلاً من العدالة.

- يضعف من الثقة في الصحف الإلكترونية: مع تزايد التنمر الصحفي الإلكتروني، يفقد الجمهور ثقته في مصداقية التغطية الصحفية، ويصبح أكثر تشككاً في مصادرها، وهذه النتيجة تعكس أن التنمر يضعف دور المواقع الصحفية كمصدر موثوق للمعلومات.

- التحريض ضد الفرد أو جماعة معينة: التنمر الصحفي الإلكتروني لا يقتصر على التأثير النفسي، بل يمكن أن يؤدي لتصعيد ضد الشخص أو المجموعة المستهدفة. ويُستخدم لتأجيج المشاعر السلبية ضد فئة معينة، مما يؤدي لاعتداءات أو حملات منظمة ضد الضحايا.

- تحويل الكلمة لسلح إقصائي: عندما تتحول المواقع الصحفية إلى أداة للتشويه تفقد قيمتها كوسيلة للتنوير والتثقيف، وتصبح أداة للتدمير، فالكلمات يمكن أن تكون أقوى من الأفعال في تأثيرها على الضحايا، ولهذا يجب استخدام الصحافة بمسؤولية... وهنا يمكن تشجيع الصحافة المهنية لضمان توفير محتوى موضوعي.

جدول (١٢) مستويات تأثير محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع

م	مستوى تأثير التنمر الصحفي الإلكتروني	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	التأثير المنخفض	4	4.0	2.6600	.55450
2	التأثير المتوسط	26	26.0		
3	التأثير المرتفع	70	70.0		
	الإجمالي	100	100.0		

-توضح نتائج الجدول (١٢) أن محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني يُنظر إليه من جانب النخبة الإعلامية على أنه يؤثر تأثيراً مرتفعاً على المجتمع، حيث يرى ٧٠٪ أنه يحدث تأثيراً قوياً، بينما يرى ٢٦٪ أنه يؤثر تأثيراً متوسطاً، وفقط ٤٪ يرون أن له تأثير منخفض، ويمكن تفسير ذلك كما يلي:

- ارتفاع تأثير محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني: يعكس النسبة المرتفعة مدى قوته وتأثيره على الحياة الاجتماعية والمهنية والنفسية لأفراد المجتمع، حيث يمكن أن يؤثر سلباً على صورتهم، ويؤدي لعزلة اجتماعية، بالإضافة إلى أن المواقع الصحفية أصبحت أكثر انتشاراً، مما يجعله يصل لعدد أكبر من الجمهور ويترك أثراً أعمق، وربما يكون السبب أن بعض النخبة تعرضوا لتجارب مباشرة مع محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني مما جعلهم يشعرون

بتأثيره بشكل قوي.

- التأثير المتوسط: هذه الفئة قد تكون واعية بوجود محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لكنها لا تعاني منه بشكل مباشر، أو ترى أن تأثيره يعتمد على مدى تفاعل الجمهور معه، وربما تكون أكثر انتقائية مما يقلل من تعرضها لمحتوى التنمر.

- التأثير المنخفض: هذه نسبة صغيرة لا ترى أن محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني يؤثر بشكل مباشر على المجتمع، ربما بسبب عدم متابعتها بشكل شخصي، أو لأنها تعتبر أن الجمهور أصبح أكثر وعياً بضرورة التحقق من المحتوى. - دلالة المتوسط الحسابي (٢,٦٦٠) والانحراف المعياري (٠,٥٥٤٥٠) المتوسط الحسابي المرتفع نسبياً يعكس أن الغالبية ترى أن محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني يشكل مشكلة ذات تأثير قوي؛ بينما الانحراف المعياري المعتدل يبين أن آراء النخبة ليست شديدة التباين... وهنا يمكن الاستفادة في تعزيز التوعية الصحفية حول مخاطر التنمر الصحفي الإلكتروني وتأثيره على المجتمع.

جدول (١٣) اتجاهات النخبة الإعلامية حيال مقترحات مواجهة التنمر الصحفي الإلكتروني

م	المقترحات	اتجاه النخبة الإعلامية						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		موافق		محايد		معارض			
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	تنفيذ حملات توعوية لمواجهة التنمر	95	95.0	5	5.0	0	0.0	2.950	.2190
2	تشجيع ثقافة الاحترام والقيم الإيجابية.	84	84.0	16	16.0	0	0.0	2.840	.3685
3	التعاون مع مؤسسات مكافحة التنمر	80	80.0	20	20.0	0	0.0	2.800	.4020
4	تدريب الصحفيين على مواجهة التنمر	78	78.0	21	21.0	1	1.0	2.770	.4462
5	سرد قصص ضحايا التنمر	74	74.0	26	26.0	0	0.0	2.740	.4408
6	تفعيل القوانين والتشريعات الإعلامية	68	68.0	30	30.0	2	2.0	2.660	.5168
7	مراقبة محتوى التنمر وتقيين نشره	53	53.0	45	45.0	2	2.0	2.510	.5411
8	تفعيل حق الرد والتوضيح	19	19.0	66	66.0	15	15.0	2.040	.5847
9	نشر محتوى يناقش الظاهرة بعمق	11	11.0	71	71.0	18	18.0	1.930	.5366
10	تشجيع المواقع على تبني خطاب إيجابي.	7	7.0	59	59.0	34	34.0	1.730	.5835

رتبت نتائج الجدول (١٣) حسب المتوسط الحسابي من الأعلى قيمة إلى الأدنى قيمة مقترحات النخبة الإعلامية لمواجهة التنمر الصحفي الإلكتروني في المواقع الصحفية، ففي الترتيب الأول جاء مقترح (إطلاق حملات توعوية لمواجهة التنمر) بمتوسط قيمته ٢,٩٥٠ وانحراف معياري ٢,١٩٠ والثاني جاء (تشجيع ثقافة الاحترام والقيم الإيجابية) بمتوسط قيمته ٢,٨٤٠ وانحراف معياري ٣,٦٨٥ والثالث جاء (التعاون مع مكافحة التنمر) بمتوسط قيمته ٢,٨٠٠ وانحراف معياري ٤,٠٢٠ والرابع جاء (تدريب الصحفيين على مواجهة التنمر) بمتوسط قيمته ٢,٧٧٠ وانحراف معياري ٤,٤٦٢ والخامس (تسليط الضوء على قصص ضحايا التنمر) بمتوسط قيمته ٢,٧٤٠ وانحراف معياري ٤,٤٠٨ والسادس (تفعيل القوانين والتشريعات الإعلامية) بمتوسط قيمته ٢,٦٦٠ وانحراف معياري ٥,١٦٨ والسابع (مراقبة

محتوى التنمر وتقنين نشره) بمتوسط قيمته ٢,٥١٠ وانحراف معياري ٥٤١١. والثامن (تفعيل حق الرد والتوضيح) بمتوسط قيمته ٢,٠٤٠ وانحراف معياري ٥٨٤٧. والتاسع (نشر محتوى يناقش الظاهرة بعمق) بمتوسط قيمته ١,٩٣٠ وانحراف معياري ٥٣٦٦. والعاشر (تشجيع المنصات على تبني خطاب إيجابي) بمتوسط قيمته ١,٧٣٠ وانحراف معياري ٥٨٣٥، ويمكن تفسيرها وفقاً لترتيب المقترحات على النحو التالي:

- إطلاق حملات إعلامية توعوية لمواجهة التنمر: مجيئه في المرتبة الأولى يوضح أن التوعية تعتبر الأداة الأكثر تأثيراً في مكافحة التنمر الصحفي الإلكتروني، فالحملات الصحفية يمكنها زيادة الوعي المجتمعي حول المشكلة، مما يساهم في تشكيل ثقافة أكثر مسؤولية تجاه المحتوى الصحفي المنشور.

- تشجيع ثقافة الاحترام والقيم الإيجابية: يعكس أهمية تعزيز الأخلاق الصحفية في تقليل التنمر الصحفي الإلكتروني؛ فنشر خطاب قائم على الاحترام والتسامح يمكن أن يحد من اللغة العدائية في بعض المواقع.

- التعاون مع المؤسسات الحقوقية لمكافحة التنمر: يمكن أن يساهم التعاون بين الصحافة والمؤسسات الحقوقية في محاسبة المواقع التي تتبنى أساليب تنمريه ضد الأفراد والجماعات.

- تدريب الصحفيين على كشف التنمر الصحفي الإلكتروني: يبرز ضرورة توعية الصحفيين بالحدود الأخلاقية لممارساتهم، مما يساعد في الحد من التنمر الإلكتروني من داخل المؤسسات نفسها، فالتدريب يمكن أن يوجههم نحو التغطيات المهنية الموضوعية.

- سرد قصص ضحايا التنمر: يظهر الجانب الإنساني مما يساعد على خلق تعاطف مجتمعي أكبر، كما أن عرض القصص يمكن أن يدفع المواقع لإعادة النظر في فلسفتها التحريرية.

- تفعيل القوانين والتشريعات الإعلامية: وجود تشريعات واضحة وصارمة تمنع التنمر الصحفي وتحاسب المواقع التي تروج له، فتنفيذها يمكن أن يقلل من انتشار التغطيات المغلوطة.

- مراقبة المحتوى الصحفي وتقنين نشره: ضرورة وجود آلية رقابية تضمن التزام المواقع بمعايير أخلاقية في نشر الأخبار والمقالات، وقد يساعد في تنقية المحتوى الصحفي من أساليب التنمر.

- تفعيل حق الرد والتوضيح: يُظهر أهمية إعطاء الضحايا فرصة للدفاع عن أنفسهم، وتصحيح المحتوى المغلوط، وربما يكون تأثيره أقل مقارنة؛ لكنه وسيلة للحماية من التنمر الصحفي.

- إنتاج ونشر محتوى يناقش الظاهرة بعمق: يساهم في فهم الأسباب الحقيقية للتنمر الإلكتروني.

- تشجيع المواقع الصحفية الإلكترونية على تبني خطاب إيجابي: مجيئه في المرتبة الأخيرة، ربما لأن تشجيع المواقع على تبني خطاب إيجابي يتطلب تغييرات هيكلية أعمق، وقد يكون أقل فاعلية مقارنة بالإجراءات القانونية أو الحملات التوعوية، لكنه لا يزال خياراً طويلاً الأمد لتعزيز جودة المحتوى، وومما سبق تستخلص الباحثة أن الحلول الأكثر انتشاراً تعتمد على التوعية والتدريب والقوانين، بينما تأتي الحلول التي تعتمد على تغييرات ثقافية أو هيكلية في مراتب أدنى، ويُمكن الاعتماد على هذه النتائج في وضع خطة استراتيجية لمكافحة التنمر الصحفي، تجمع بين التشريعات القانونية والتدريبات الصحفية، والتوعية المجتمعية.

المحور الرابع: اختبار الفروق للمتغيرات ذات الدلالة الإحصائية.

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للنخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في مواقع الصحف الإلكترونية.

جدول (١٤) قيم المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة t للفروق في درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني على مواقع الصحف الإلكترونية حسب الخصائص الديموجرافية للنخبة الإعلامية.

مستوى المعنوية	قيمة F	درجات الحرية	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد N	الفئات		
.046		98	2.024	.5727	2.606	71	ذكر	الجنس	درجة متابعة النخبة الإعلامية لمحتوى التنمر على مواقع الصحف الالكترونية
				.6139	2.345	29	أنثى		
.245		98	1.170	.4671	2.727	11	ريف	الاقامة	
				.6053	2.506	89	حضر		
.001		98	4.104	.4163	2.893	28	حكومي	جهة العمل	
				.5947	2.389	72	خاص		
.001		98	6.101	.5095	2.840	50	أكاديمية	نوع النخبة	
				.5067	2.220	50	مهنية		
.403	.985	96		.6653	2.522	23	أقل من 30 عاما	العمر	
				.6035	2.526	38	من 30 لأقل من 40 عاما		
				.4767	2.682	22	من 40 لأقل من 50 عاما		
				.6063	2.353	17	عاما فأكثر 50		
				.5938	2.530	100	المجموع		
.656	.424	97		.6568	2.543	46	جامعي	المؤهل	
				.5066	2.440	25	ماجستير		
				.5680	2.586	29	دكتوراه		
				.5938	2.530	100	المجموع		
.001	7.947	97		.6579	2.327	49	أقل من 10 سنوات	سنوات الخبرة	
				.4801	2.659	41	من 10 إلى أقل من 20		
				.0000	3.000	10	20 سنة فأكثر		
				.5938	2.530	100	المجموع		

-تحليل نتائج الجدول (١٤) المتعلقة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص النخبة الإعلامية، ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية، تبين ما يلي:

- بالنسبة لمتغير الجنس (ذكور-إناث) ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية فإن مؤشر المتوسط الحسابي والانحراف المعياري أظهر متابعة الذكور (٢,٦٠٦) بانحراف معياري (٠,٥٧٢) ومتوسط متابعة الإناث ٢,٣٤٥ بانحراف معياري ٠,٦١٣٩ وبالتالي فإن متوسط درجة متابعة الذكور أعلى من الإناث، ولكن

الانحراف المعياري لدى الإناث يشير إلى تباين أكبر بين أفراد هذه المجموعة في مدى متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع، كما أظهر مؤشر اختبار «T» ٢,٠٢٤ وجود فرق بين الذكور والإناث عند مستوى دلالة ٠,٠٤٦ أقل من ٠,٠٥، مما يعني أن الفرق دالاً إحصائياً، وبناءً عليه فإن الفرق بين متوسط درجات متابعة الذكور والإناث دالاً إحصائياً، ويمكن الاستنتاج أن الجنس يؤثر بالفعل على درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية، وقد يكون هذا الاختلاف ناتجاً عن اختلاف الاهتمامات بين الجنسين، أو لعوامل ثقافية واجتماعية، وبذلك نقبل بالفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس النخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية.

- تظهر الفروق في درجة متابعة محتوى التنمر في مواقع الصحف الإلكترونية حسب الإقامة (ريف، حضر) أن هناك فرقاً في المتوسط الحسابي بين المقيمين في الريف والمقيمين في الحضر فيما يتعلق بدرجة المتابعة بمتوسط درجات متابعة المقيمين في الريف يساوي ٢,٧٢٧ بانحراف معياري ٠,٤٦٧١ ومتوسط درجة متابعة المقيمين في الحضر يساوي ٢,٥٠٦ بانحراف معياري ٠,٦٥٣، ونلاحظ أن المقيمين في الريف لديهم متوسط أعلى في درجة متابعة محتوى التنمر الإلكتروني مقارنة بالمقيمين في الحضر، ولكن وجود انحراف معياري أعلى لدى المقيمين في الحضر يشير لتباين أكبر بين أفراد هذه المجموعة، كما أظهرت قيمة $t = ١,١٧٠$ ، وهي ليست مرتفعة بشكل كبير، مما يعني أن الفرق بين المجموعتين ليس كبيراً بما يكفي ليكون قوياً من الناحية الإحصائية عند مستوى دلالة ٠,٢٤٥، وهو أكبر من ٠,٠٥، مما يعني أن الفرق ليس دالاً إحصائياً، وليس هناك تأكيد على وجود تأثير حقيقي للإقامة (ريف-حضر) على متابعة محتوى التنمر في المواقع، وبالتالي لا نقبل بالفرض الفرعي القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير إقامة النخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني، ومن المحتمل أن العوامل الأخرى كالعليم، والثقافة، أو طبيعة التغطية تؤدي دوراً أكبر في تحديد متابعة النخبة الإعلامية للمحتوى أكثر من عامل الإقامة.

- قدمت الفروق في درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في مواقع الصحف الإلكترونية حسب جهة العمل (حكومي، خاص) دلالة قوية على وجود فرق إحصائي بين العاملين في القطاع الحكومي والخاص فيما يتعلق بدرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في المواقع حيث بلغ متوسط درجة متابعة العاملين في الحكومة ٢٨٩٣ بانحراف معياري ٠,٤١٦٣. وبلغ ومتوسط درجات متابعة العاملين في القطاع الخاص ٣,٣٨٩ بانحراف معياري ٠,٥٩٤٧، ومما سبق يُلاحظ أن العاملين في الحكومة لديهم متوسط متابعة أعلى من العاملين في القطاع الخاص، كما أن الانحراف المعياري لديهم أقل، مما يشير إلى أن درجة المتابعة أكثر اتساقاً مقارنة بتباين أكبر بين العاملين بالقطاع الخاص، وأن قيمة $t = ٤,١٠٤$ ، وهي مرتفعة جداً، مما يدل على أن الفرق بين المجموعتين كبير من الناحية الإحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ أقل بكثير من ٠,٠٥، وبالتالي فالفرق دالاً إحصائياً بدرجة قوية، وينذر بقبول الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جهة عمل النخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني، مما يؤكد أن نوع العمل (حكومي-خاص) يؤثر بشكل واضح على متابعة محتوى تنمر المواقع، وبناءً على ما سبق ترى الباحثة أن طبيعة العمل في المؤسسات الحكومية قد تكون أكثر ارتباطاً بالقضايا المجتمعية والتنظيمية، مما يجعل العاملين فيها أكثر متابعة لمحتوى التنمر الصحفي

الإلكتروني وتأثيراتها على المجتمع بخلاف طبيعة العمل في القطاع الخاص التي ربما يكون أكثر تركيزاً على الأهداف الاقتصادية والمهنية، مما يقلل من متابعة العاملين فيها.

- وفرت الفروق في درجة متابعة محتوى التنمر في مواقع الصحف الإلكترونية حسب نوع النخبة (أكاديمية، مهنية) دلالة قوية على وجود فرق إحصائي بين الأكاديميين والمهنيين في درجة متابعة محتوى التنمر في مواقع الصحف الإلكترونية، فقد بلغ متوسط متابعة الأكاديميين ٢,٨٤٠ بانحراف معياري ٠,٥٠٩٥ ومتوسط متابعة المهنيين ٢,٢٢٠ بانحراف معياري ٠,٥٠٦٧ مما يفيد بأن الأكاديميين أكثر حرصاً على متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني مقارنة بالمهنيين، والفارق بين المتوسطين كبير نسبياً، بينما بلغت قيمة T ٦,١٠١، وهي عالية جداً، مما يشير إلى أن الفرق بينهما كبير جداً من الناحية الإحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ أقل بكثير من ٠,٠٥، وبالتالي فالفرق دالاً إحصائياً بدرجة قوية، وبالتالي قبول الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع النخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي في المواقع، وبناء على ما سبق ترى الباحثة أن الأكاديميين أكثر انخراطاً في البحث العلمي، مما يجعلهم أكثر اهتماماً بقضايا التنمر، سواء من منظور تحليلي أو توعوي مما يعزز وعيهم لمتابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في المواقع الإلكترونية، بينما المهنيون قد يكونون أكثر تركيزاً على الجوانب العملية والمهنية، مما يقلل من متابعتهم لمحتوى تلك التنمر مقارنة بالأكاديميين.

- أشارت الفروق بين المجموعات العمرية في درجة متابعة محتوى التنمر في مواقع الصحف الإلكترونية حسب الفئة العمرية لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بدرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في المواقع حيث إن جاءت مؤشرات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجموعات العمرية الأربعة كالتالي: الفئة العمرية أقل من ٣٠ عاماً ٢,٥٢٢ بانحراف معياري ٠,٦٦٥٣، والفئة العمرية من ٣٠ إلى ٤٠ عاماً ٢,٥٢٦ بانحراف معياري ٠,٦٠٣٥، والفئة العمرية من ٤٠ إلى ٥٠ عاماً ٢,٦٨٢ بانحراف معياري ٠,٤٧٦٧، والفئة العمرية أكثر من ٥٠ عاماً ٢,٣٥٣ بانحراف معياري ٠,٦٠٦٣، ويمكن التأكيد على أن الفئة العمرية من ٤٠ إلى ٥٠ عاماً لديها أعلى متوسط في درجات متابعة محتوى التنمر في مواقع الصحف الإلكترونية، بينما الفئة أكبر من ٥٠ عاماً لديها أقل متوسط متابعة. ورغم ذلك، الفروقات بين الفئات ليست كبيرة جداً، وبالنسبة لمؤشر اختبار (F) ومستوى الدلالة فإن قيمة F بلغت ٠,٩٨٥، وهي منخفضة نسبياً، مما يشير يؤكد عدم وجود اختلافات كبيرة بين الفئات العمرية عند مستوى دلالة ٠,٤٠٣، وهو أكبر من ٠,٠٥، مما يعني أن الفروق بين الفئات العمرية ليست دالة إحصائياً، أي أن الفروق الظاهرة ليست ناتجة عن تأثير حقيقي للفئة العمرية، وبالتالي يمكن رفض الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص الفئة العمرية للنخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في مواقع الصحف، مما يشير إلى أن العمر ليس عاملاً حاسماً في تحديد درجة متابعة محتوى التنمر في مواقع الصحف الإلكترونية.

- أفادت الفروق بين المجموعات العمرية في درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي في مواقع الصحف الإلكترونية حسب المؤهل العلمي بعدم وجود فرق دال إحصائياً بين المؤهل العلمي ودرجة متابعة محتوى التنمر في المواقع حيث إن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجموعات الثلاث للمؤهل العلمي وردت كالتالي: الحاصلون على مؤهل جامعي بمتوسط متابعة ٢,٥٤٣ وبانحراف معياري ٠,٦٥٦٨، والحاصلين على الماجستير بمتوسط ٢,٤٤٠

وبانحراف معياري ٠,٥٠٦٦، والحاصلين على الدكتوراه بمتوسط ٢,٥٨٦ وبانحراف معياري ٠,٥٦٨٠، وأن المتوسط العام ٢,٥٣٠ بانحراف معياري ٠,٥٩٣٨، وبلحظ أن الفروقات بين الفئات ليست كبيرة، حيث تتراوح جميع المتوسطات حول المعدل العام (٢,٥٣٠)، مما يعني أن التأثير المحتمل للمؤهل العلمي ليس واضحاً جداً. وبالنسبة لمؤشر اختبار (F) للفروق بين المجموعات الثلاث ومستوى الدلالة، فإن قيمة F بلغت ٠,٢٤٢، وهي منخفضة جداً، مما يعني أن التباين بين الفئات التعليمية ليس كبيراً عند مستوى دلالة ٠,٦٥٦، وهو أكبر من ٠,٠٥، مما يشير إلى أن الفروق ليست دالة إحصائياً، أي أن المؤهل العلمي لا يؤثر بشكل واضح على درجة متابعة محتوى التنمر الإلكتروني، وبالتالي رفض الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص المؤهل العلمي النخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في مواقع الصحف، ويمكن تفسير ذلك أن متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لا يعتمد على المؤهل العلمي وحده، فقد يكون مرتبطاً بعوامل أخرى كالاهتمامات الشخصية، والخلفية المهنية، أو طبيعة التغطية الصحفية لقضايا التنمر، أو أن يكون جميع الفئات التعليمية لديها وعي متقارب بهذه القضايا بغض النظر عن درجة التعليم، وبخاصة إذا كانت هذه القضايا تلقى اهتماماً متزايداً من المواقع الصحفية والمجتمع.

- أكدت الفروق بين المجموعات العمرية في درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في مواقع الصحف حسب سنوات الخبرة على وجود فرق إحصائي دال بين الفئات المختلفة وفقاً لسنوات الخبرة، مما يعني أن الخبرة المهنية تؤثر بشكل واضح على درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني في مواقع الصحف حسب مؤشر المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجموعات الثلاث لسنوات الخبرة التي وردت كالتالي: أصحاب الخبرة أقل من ١٠ سنوات جاء بمتوسط ٢,٣٢٧ وبانحراف معياري ٠,٦٥٧٩، فأصحاب الخبرة من ١٠ إلى ٢٠ سنة بمتوسط ٢,٦٥٩ بانحراف معياري ٠,٤٨٠١، فأصحاب الخبرة أكثر من ٢٠ سنة بمتوسط ٣,٠٠٠ بانحراف معياري ٠,٠٠٠، والملاحظ أن درجة المتابعة ترتفع بزيادة سنوات الخبرة، حيث أن الفئة الأكثر خبرة هي أكثر من ٢٠ سنة لديها أعلى متوسط (٣,٠٠٠)، بينما الفئة الأقل خبرة لديها أقل متوسط (٢,٣٢٧). كما أن الانحراف المعياري للفئة الأكثر خبرة يقترب من الصفر، مما يشير إلى اتساق كبير في سلوكهم نحو متابعة محتوى التنمر، وهو ما يؤكده مؤشر اختبار (F) ومستوى الدلالة حيث بلغت قيمة الاختبار ٧,٩٤٧، وهي مرتفعة جداً، مما يشير لوجود فروق واضحة بين الفئات المختلفة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، وهو أقل بكثير من ٠,٠٥، ما يعني أن الفرق دال إحصائياً بقوة، أي أن العلاقة بين سنوات الخبرة ومدى متابعة التنمر ليست مجرد صدفة، وبالتالي يمكن قبول الفرض الفرعي القائل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير سنوات خبرة النخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني، ويمكن تفسيرها بأن الخبرة الطويلة تزيد من الوعي الاجتماعي، فأصحاب الخبرة الأكبر غالباً لديهم إدراك أعمق لأهمية قضايا التنمر، سواء من خلال خبراتهم العملية أو تأثيرهم في المجال الصحفي، فالمهنيين الخبراء أكثر اهتماماً ومتابعة للقضايا المجتمعية، فكلما زادت سنوات الخبرة، زادت فرص المتابعة لمحتوى التنمر، مما يعزز من متابعتها على المواقع الصحفية.

- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للنخبة الإعلامية والاتجاه نحو تأثيرات التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع.

جدول (١٥) يوضح قيم المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة T للفروق في درجة اتجاهات النخبة الإعلامية لتأثيرات التنمر الصحفي الإلكتروني في مواقع الصحف الإلكترونية حسب خصائصهم الديموجرافية

مستوى المعنوية	قيمة F	درجات الحرية df	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد N	الفئات		
.956		98	.055	.55917	2.6620	71	ذكر	الجنس	
				.55265	2.6552	29	أنثى		
.318		98	1.003	.40452	2.8182	11	ريف	الاقامة	
				.56903	2.6404	89	حضر		
.836		98	.208	.54796	2.6786	28	حكومي	جهة العمل	
				.56068	2.6528	72	خاص		
.281		98	1.083	.53605	2.7200	50	أكاديمية	نوع النخبة	
				.57143	2.6000	50	مهنية		
.639	.566	96		.58977	2.5652	23	أقل من 30 عاما	العمر	
				.55431	2.7368	38	من 30 لأقل من 40 عاما		
				.56790	2.6818	22	من 40 لأقل من 50 عاما		
				.50730	2.5882	17	عاما فأكثر 50		
				.55450	2.6600	100	المجموع		
.663	.413	97		.51873	2.6739	46	جامعي	المؤهل	
				.61373	2.7200	25	ماجستير		
				.56803	2.5862	29	دكتوراه		
				.55450	2.6600	100	المجموع		
.462	.778	97		.50843	2.6939	49	أقل من 10 سنوات	سنوات الخبرة	
				.63149	2.5854	41	من 10 إلى أقل من 20		
				.42164	2.8000	10	20 سنة فأكثر		
				.55450	2.6600	100	المجموع		

وفقاً لنتائج الجدول (١٥) المتعلقة بالفروق بين خصائص النخبة الإعلامية، والاتجاه نحو تأثير التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية على المجتمع تبين ما يلي:

- أن الفرق بين متوسط اتجاه الذكور (٢,٦٦٢٠) والإناث (٢,٦٥٥٢) صغير جداً، وأن قيمة T تساوي ٠,٠٥٥، وهي منخفضة جداً. ومستوى المعنوية (٠,٩٥٦) أعلى بكثير من ٠,٠٥، وهو الحد الشائع لاعتماد الدلالة الإحصائية،

وبذلك لا يمكن اعتبار الفرق بين الذكور والإناث في مدى اتجاه تأثير التمر الصحفي ذا دلالة إحصائية، مما يعني أنه ليس هناك اختلاف جوهري في الاتجاه بينهما.

- الفروق بين اتجاهات النخبة الإعلامية لدرجة تأثير التمر الصحفي الإلكتروني حسب الإقامة (ريف، حضر) فإن متوسط مدى الاتجاه لدى المقيمين في الريف (٢,٨١٨٢) أعلى قليلاً من المقيمين في الحضر (٢,٦٤٠٤) وأن الانحراف المعياري لفئة الريف أقل من الحضر، مما يعني أن مدى اتجاههم أكثر تجانساً، وقيمة T تساوي ١,٠٠٣، وهي منخفضة، مما يشير إلى أن الفرق بين المجموعتين ليس كبيراً بما يكفي ليكون ذا دلالة قوية عند مستوى معنوية (٠,٣١٨) أعلى بكثير من ٠,٠٥، وهو الحد الشائع لقبول الفروق الإحصائية، مما يعني أن الفرق ليس ذا دلالة إحصائية، وعليه لا يمكن القول إن هناك فرقاً جوهرياً بين إدراك المقيمين في الريف والحضر لتأثير التمر الصحفي الإلكتروني. الإلكتروني حسب جهة العمل (حكومي، خاص) فقد بلغ متوسط اتجاه العاملين في القطاع الحكومي (٢,٦٧٨٢) أعلى قليلاً من العاملين في القطاع الخاص (٢,٦٥٢٨)، ولكن الفرق صغير جداً عند قيمة T البالغة ٠,٢٠٨، وهي منخفضة للغاية، مما يعني أن الفرق بين المجموعتين ليس كبيراً ليكون ذا دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (٠,٨٣٦) أعلى بكثير من الحد الشائع (٠,٠٥) مما يعني أن الفروق بين العاملين في القطاعين غير ذات دلالة إحصائية بمعنى لا يوجد فرق واضح بين العاملين في القطاع الحكومي والخاص من حيث مدى اتجاه تأثير التمر الصحفي الإلكتروني، مما يشير إلى أن جهة العمل لا تقوم بدور حاسم في تشكيل هذا الاتجاه.

- الفروقات بين النخبة الإعلامية في مدى الاتجاه لتأثير التمر الإلكتروني حسب نوع النخبة (أكاديمية، ومهنية) ورد متوسط الاتجاه لدى النخبة الأكاديمية (٢,٧٢٠٠) أعلى قليلاً من النخبة المهنية (٢,٦٠٠٠) ولكن الفرق ليس كبيراً، وأن الانحراف المعياري للنخبة الأكاديمية ورد بـ (٠,٥٣٦٠٥) أقل من النخبة المهنية (٠,٥٧١٤٣) وبالتالي فإن مدى اتجاه الأكاديميين أكثر تجانساً مقارنة بالمهنية، وبلغت قيمة T ١,٠٨٣، عند مستوى معنوية (٠,٢٨١) أعلى بكثير من ٠,٠٥، وهذا يعني أن الفرق بين المجموعتين غير ذو دلالة إحصائية، وعليه يمكن الاستنتاج أن نوع النخبة (أكاديمية أو مهنية) لا يؤثر على اتجاه تأثير التمر الإلكتروني.

- اختلفت قليلاً الفروق بين النخبة الإعلامية في مدى اتجاههم لتأثير التمر الصحفي الإلكتروني حسب العمر، فقد جاء متوسط الاتجاه أعلى لدى الفئة العمرية من ٣٠ إلى ٤٠ عاماً (٢,٧٣٦٨)، بينما الأقل اتجاهها الفئة الأقل من ٣٠ عاماً (٢,٥٦٥٢) بانحراف معياري متقارب بين الفئات، مما يدل على تجانس نسبي في الاتجاه داخل كل مجموعة، وبلغت قيمة F ٠,٥٦٦، وهي منخفضة، مما يشير إلى أن الفروق بين الفئات العمرية ليست كبيرة بما يكفي لتكون ذات دلالة إحصائية قوية، وأن مستوى المعنوية (٠,٦٣٩) أعلى بكثير من الحد المقبول عادةً (٠,٠٥)، مما يعني أن الفروق بين الفئات العمرية غير ذات دلالة إحصائية، وبذلك لا يمكن القول بأن العمر يؤثر بشكل جوهري على الاتجاه نحو تأثير التمر الإلكتروني.

- اختلفت قليلاً الفروق بين النخبة الإعلامية في مدى اتجاههم لتأثير التمر الصحفي الإلكتروني حسب المؤهل العلمي حيث بلغ متوسط درجة اتجاه النخبة الإعلامية في تأثير التمر الصحفي الإلكتروني بين الفئات كالتالي: الحاصلون على الماجستير (٢,٧٢٠٠) لديهم أعلى اتجاه، والحاصلين على الدكتوراه (٢,٥٨٦٢) لديهم أقل اتجاه، والحاصلين على المؤهل الجامعي فقط (٢,٦٧٣٩) لديهم اتجاه متوسط بين الفئتين، بينما أظهر الانحراف المعياري

بعض التباين بين المجموعات، حيث أن أعلى تباين كان لدى الحاصلين على الماجستير (٠,٦١٣٧٣) مما يعني وجود اختلافات فردية أكبر بينهم، وبلغت قيمة، ٠,٤١٣، عند مستوى معنوية بلغت (٠,٦٦٣) أعلى بكثير من الحد الشائع (٠,٠٥)، وهي منخفضة، مما يدل على أن الفروق بين المجموعات ليست كبيرة بما يكفي لتكون ذات دلالة إحصائية قوية، مما يعني أن الفروق بين الفئات التعليمية غير ذات دلالة إحصائية، لذا لا يمكن القول بأن المؤهل العلمي يؤثر بشكل جوهري على اتجاه النخبة نحو تأثير التنمر الصحفي الإلكتروني.

- الفروق بين النخبة الإعلامية في درجات الاتجاه لتأثيرات التنمر الإلكتروني حسب سنوات الخبرة، ورد متوسط متوسط درجة اتجاه النخبة الإعلامية نحو تأثير التنمر حسب سنوات الخبرة كالتالي: أصحاب الخبرة أقل من ١٠ سنوات لديهم اتجاه متوسط (٢,٦٩٣٩) وأصحاب الخبرة من ١٠ إلى ٢٠ سنة لديهم اتجاه متوسط (٢,٥٨٥٤). وأصحاب الخبرة أكثر من ٢٠ سنة لديهم اتجاه أعلى من المتوسط (٢,٨٠٠٠).

ونلاحظ أن أصحاب الخبرة الأكبر (٢٠ سنة فأكثر) لديهم اتجاه أعلى مقارنة بالمجموعتين الأخريين، ولكن الفروق ليست كبيرة جداً، بينما ورد الانحراف المعياري كالتالي: المجموعة ذات الخبرة من ١٠ إلى ٢٠ سنة لديها أعلى تباين (٠,٦٣١٤٩)، مما يعني وجود اختلافات فردية أكبر داخل هذه المجموعة، والمجموعة ذات الخبرة أكثر من ٢٠ سنة لديها أقل تباين (٠,٤٢١٦٤)، مما يشير إلى تجانس أكبر في الاتجاه، وبناء على قيمة F البالغة ٠,٧٧٨، عند مستوى معنوية (٠,٤٦٢) أعلى بكثير من ٠,٠٥، وهي منخفضة، وتدل على أن الفروق بين المجموعات ليست كبيرة بما يكفي لتكون ذات دلالة إحصائية، مما يعني أن الفروق غير ذات دلالة إحصائية، وعلى الرغم من وجود اختلافات طفيفة في الاتجاهات نحو تأثير التنمر الصحفي الإلكتروني بين الفئات العمرية المختلفة، إلا أن هذه الفروق ليست ذات دلالة إحصائية، وهذا يشير إلى أن سنوات الخبرة وحدها قد لا تكون العامل الحاسم في تحديد الاتجاه نحو تأثيرات التنمر الصحفي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لمواقع الصحف الإلكترونية ودرجة تأثيره على المجتمع.

جدول (١٦) يوضح قيمة معامل الارتباط ومستوى الدلالة لتحديد العلاقة الارتباطية بين درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لمواقع الصحف الإلكترونية ودرجة تأثيره على المجتمع.

درجة المتابعة	درجة التأثير	
473.	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	
001.		
100		

-أفادت بيانات الجدول (١٦) بوجود علاقة ارتباطية إيجابية متوسطة بين درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لمواقع الصحف، ودرجة تأثيره على المجتمع حيث إن معامل الارتباط (٠,٤٧٣) يعكس علاقة متوسطة القوة بين المتغيرين؛ بمعنى أن الأشخاص الذين يهتمون بمتابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع لديهم ميل أكبر لتحديد تأثيراته على المجتمع، لكن العلاقة ليست قوية جداً، ما يعني أن هناك عوامل أخرى قد تؤثر على الاتجاه، وأن مستوى الدلالة (٠,٠٠١) يفيد بأن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية عالية؛ أي أنها ليست ناتجة

عن الصدفة، بل تعكس ارتباطاً حقيقياً بين المتغيرين، وربما يكون السبب عائد للتوعية الإعلامية حيث إن متابعة مجتوى التنمر الإلكتروني تعزز من الفهم لحجم المشكلة وتأثيراتها النفسية والاجتماعية، أو الانخراط في نقاشات مجتمعية، فالذين يتابعون محتوى التنمر الصحفي على المواقع غالباً ما يكونون أكثر اطلاعاً على النقاشات والتجارب الشخصية المتعلقة بالتنمر، مما يزيد من وعيهم، أو تعرضوا لتجربة شخصية، أو يعرفون أشخاصاً تعرضوا للتنمر، مما يعزز من اتجاههم نحو خطورة تأثير هذه القضية.

رابعاً: خاتمة الدراسة.

١- النتائج العامة للدراسة: يعرض هذا الجزء النتائج العامة للدراسة الميدانية كما يلي:

- أكثر من نصف النخبة الإعلامية-عينة الدراسة- يتابعون محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لمواقع الصحف الإلكترونية بدرجة كبيرة، وهذه النتيجة تعكس مدى إدراك النخبة لخطورة محتوى التنمر، ومؤشر على ضرورة تعزيز المحتوى التوعوي، أو دراسة المؤثرات على متابعته.

- الغالبية العظمى من النخبة الإعلامية يرون أن المواقع الصحفية الإلكترونية تنشر أحياناً محتوى للتنمر، وتعكس هذه النتيجة تصور النخبة الإعلامية لمدى نشر مواقع الصحف الإلكترونية لمحتوى التنمر.

- تصدرت المواقع الصحفية الإلكترونية الخاصة من حيث نشر محتوى التنمر، تلتها المواقع الصحفية الإلكترونية الحزبية، فالواقع الصحفية الإلكترونية القومية، وتبين هذه النتيجة اختلافاً واضحاً في اتجاهات النخب الإعلامية حول نشر محتوى التنمر في المواقع الصحفية الإلكترونية، وتصدر المواقع الخاصة ربما يعود لبحث مالكيها عن الانتشار والشهرة والاثارة.

- جاءت المواقع الصحفية الإلكترونية الأكثر نشرًا لمحتوى التنمر- مرتبة حسب المتوسطات الحسابية لدرجات استجابات المبحوثين- كالآتي: موقع البوابة نيوز، فموقع الأسبوع، فموقع مجلة أكتوبر، فموقع مجلة المصور نيوز، فموقع الدستور، فبوابة الفجر، فالجمهورية أون لاين، فموقع الوطن، فموقع اليوم السابع، فموقع الشروق الجديدة، فموقع المصري اليوم، فموقع القاهرة ٢٤، فبوابة الأهرام الإلكترونية، فبوابة أخبار اليوم، فبوابة فيتو الإخبارية، ومما سبق فإن ترتيب المواقع يعطي مؤشراً واضحاً حول مدى نشر كل موقع لمحتوى التنمر، ويؤكد على النتيجة السابقة في تقدم المواقع الخاصة على المواقع الحزبية والحكومية.

- تصدر فئة «مرتكبي الجرائم» في المجتمع الفئات الأكثر تناولا في محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني المنشور في المواقع الصحفية الإلكترونية حسب المتوسطات الحسابية، تلاها المجتمع عامة، فالنساء، فالرجال، فالفنانين، فمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، فعلماء الدين، فرجال الشرطة، فالأطفال، فالرياضيين، ولا ريب في أن هذه النتيجة تقدم رؤية دقيقة حول الفئات المتنمر عليها في محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية.

- صُنِّفت أساليب محتوى التنمر الشائعة في محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية حسب المتوسطات الحسابية والانحرافات كالآتي: أسلوب النشر المنحاز وحملات التشهير، فأسلوب نشر الأخبار المتجزأة والمبالغ فيها، فأسلوب نشر الأخبار المغلوطة والمضللة، فأسلوب استخدام الصور غير اللائقة والمشوهة، فأسلوب السخرية بسبب المظهر أو الوضع الاجتماعي، فأسلوب تعمد الإساءة للأفراد والجماعات، فأسلوب استصغار آراء الآخرين أو تحقيرها،

فأسلوب إهانة شخص أو العيب في حقه، فأسلوب السخرية من اللهجة أو طريقة الحديث، فأسلوب السخرية بسبب الإعاقة العقلية أو الجسدية، فأسلوب إطلاق الأوصاف المهينة والعبارات المشوهة، وتبرز هذه النتيجة أهم أساليب التنمر، وتعكس مدى تأثير النشر على تشكيل رأي النخبة، والتفاعل مع محتوى التنمر للمواقع الصحفية الإلكترونية.

-تصدر الشكل غير المباشر (الضمني) أشكال التنمر في محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية؛ تلاه الشكل الذي يجمع ما بين المباشر وغير المباشر، فالشكل المباشر المريح، وتثبت النتيجة أن التنمر غير المباشر؛ هو الشكل الأكثر شيوعاً، بينما التنمر المباشر نادر الحدوث، وربما يعود ذلك لحرص القائمين على المواقع على عدم الوقوع تحت وطأة المساءلة القانونية.

-جاءت أسباب التنمر في محتوى المواقع الصحفية الإلكترونية مرتبة تنازلياً وفقاً للمتوسطات الحسابية كالآتي: الانحياز الفكري والأيديولوجي، والسعي وراء « التريند » والبحث عن الاثارة وجذب الانتباه، والسعي لتحقيق الربح المادي، والرغبة في توجيه الرأي العام، وسهولة نشر الاخبار الكاذبة، والتنافس غير النزيه بين المواقع الإلكترونية، وتضارب المصالح سياسياً أو اجتماعياً أو اقتصادياً، وتراجع المهنية وأخلاقيات العمل الصحفي، وضعف الوعي المجتمعي، وتحلل هذه النتائج تحليلاً عميقاً لأسباب التنمر الصحفي الإلكتروني، وتكشف العوامل التي تدفع بعض المواقع لتبني ممارسات غير مهنية.

-تُثبت تأثيرات محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية وفقاً للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية كالتالي: التأثير على الحالة النفسية الضحايا، ويشوه سمعة وصورة المجتمع، ويحول النقاش والحوار لساحة هجوم، ويخلق مناخاً من الكراهية في المجتمع، ويغتيال الشخصيات دون دليل، ويلحق الضرر بالعلاقات الاجتماعية، ويضعف الثقة في الصحف الإلكترونية، ويحرض ضد الفرد أو الجماعة المقصودة المتنمر، ويزيد من عزلة أفراد المجتمع، ويحول الكلمة لسلح إقصائي، ويقدم الترتيب السابق للنتائج صورة دقيقة عن التأثيرات السلبية لمحتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع، وتبرز مدى خطورته على الفرد والمجتمع.

-لمحتوى التنمر الصحفي الإلكتروني تأثير قوي على المجتمع، مما يدل على اتفاق عام على أن محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني له تأثير كبير؛ لكن بدرجات متفاوتة.

-رتبت النخبة الإعلامية مقترحات لمواجهة التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية كما يلي: إطلاق حملات توعوية لمواجهة التنمر، وتشجيع ثقافة الاحترام والقيم الإيجابية، والتعاون مع مكافحة التنمر، وتدريب الصحفيين على مواجهة التنمر، وتسليط الضوء على قصص ضحايا التنمر، وتفعيل القوانين والتشريعات الإعلامية، ومراقبة محتوى التنمر وتقنين نشره، وتفعيل حق الرد والتوضيح، ونشر محتوى يناقش الظاهرة بعمق، وتشجيع المنصات على تبني خطاب إيجابي، وتعكس هذه النتائج اتجاه النخبة الإعلامية حول أكثر المقترحات فعالية لمواجهة التنمر الصحفي الإلكتروني.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس (ذكر- أنثى) النخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لمواقع الصحف الإلكترونية لصالح الذكور مقارنة بالإناث.

كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات جهة عمل النخبة الإعلامية (حكومي- خاص) ودرجة متابعة

محتوى التنمر الصحفي لمواقع الصحف الإلكترونية لصالح العاملين في الحكومة حيث لديهم متوسط متابعة أعلى من العاملين في القطاع الخاص، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوعية النخبة الإعلامية (أكاديمية- مهنية) ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لصالح الأكاديميين حيث كانوا أكثر حرصاً على متابعة محتوى التنمر مقارنة بالمهنيين، وكذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير سنوات خبرة النخبة الإعلامية ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي، مما يعني أن الخبرة المهنية تؤثر بشكل واضح على درجة المتابعة، وكلما زادت سنوات الخبرة، زادت فرص متابعة محتوى التنمر للمواقع. بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الإقامة والفئات العمرية، والمؤهل العلمي للنخبة الإعلامية، ودرجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع الصحفية الإلكترونية.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس النخبة الإعلامية (ذكر- أنثى) والاتجاه نحو تأثيرات التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع، وبذلك لا يمكن اعتبار الفرق بين الذكور والإناث في مدى اتجاه تأثير التنمر الصحفي ذات دلالة إحصائية، كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير إقامة النخبة الإعلامية (ريف- حضر) والاتجاه نحو تأثيرات التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع، وعليه لا يمكن القول إن هناك فرقاً جوهرياً بين اتجاه المقيمين في الريف والحضر لتأثير التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير جهة عمل النخبة الإعلامية (حكومي- خاص) واتجاهها نحو تأثيرات التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع، مما يشير إلى أن جهة العمل لا تقوم بدور حاسم في تشكيل هذا الاتجاه، وكذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع النخبة الإعلامية (أكاديمية، مهنية) والاتجاه نحو تأثيرات التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع، وبالتالي فإن نوع النخبة (أكاديمية أو مهنية) لا يؤثر بشكل جوهري على مدى اتجاه تأثير التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع. ونفس الحال مع متغير الفئات العمرية حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها وبين والاتجاه نحو تأثيرات التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع، وبذلك لا يمكن القول بأن العمر يؤثر على الاتجاه نحو تأثير التنمر الصحفي الإلكتروني.

-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهل العلمي للنخبة الإعلامية، والاتجاه نحو تأثير التنمر الإلكتروني على المجتمع، لذا لا يمكن القول إن المؤهل العلمي يؤثر بشكل جوهري على اتجاه النخبة نحو تأثير التنمر الإلكتروني، وأخيراً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سنوات الخبرة، والاتجاه نحو تأثيرات التنمر الصحفي الإلكتروني على المجتمع، وهذا يشير إلى أن سنوات الخبرة وحدها قد لا تكون العامل الحاسم في تحديد إدراك تأثيرات التنمر الصحفي.

- توجد علاقة ارتباطية إيجابية متوسطة بين درجة متابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني لمواقع الصحف، ودرجة تأثيره على المجتمع؛ بمعنى أن الأشخاص الذين يهتمون بمتابعة محتوى التنمر الصحفي الإلكتروني للمواقع لديهم ميل أكبر لتحديد تأثيراته على المجتمع.

٢- توصيات الدراسة: توصي الدراسة بما يلي:

-إصدار ميثاق شرف صحفي متطور يتواءم مع التطور الرقمي للصحف يراعى فيه الضوابط والمعايير التقنية

والمهنية الحديثة مستنداً على الرؤى الدينية والمجتمعية بالتعاون بين الهيئة الوطنية للصحافة ونقابة الصحفيين، ومؤسسات المجتمع المدني.

-تمكين الهيئة الوطنية للصحافة للقيام بدورها الرقابي لمواجهة مشكلة التنمر الصحفي الإلكتروني مثلما كان يفعل المجلس الأعلى للصحافة سابقاً بمراعاة وجود برامج رقابية إلكترونية تمنع نشر الألفاظ والعبارات المسيئة، ووضع آلية عمل داخل الصحف والمواقع الصحفية الإلكترونية بتدريب فريق عمل للتحقق من صحة الأخبار والمعلومات والصور وملفات الفيديو قبل النشر سواء المرسل من الجمهور أو مجهولة المصدر.

-تفعيل دور نقابة الصحفيين ولوائحها في توعية منسوبيها من خلال الدورات التدريبية وورش العمل للحد من نشر محتوى التنمر لما له من تأثير سلبي على المجتمع.

-العمل على تطوير برامج إعلامية تربوية اجتماعية وقائية لأفراد المجتمع عامة، وإعداد وتأهيل كوادر ومتخصصين نفسيين وتربويين ناشطين في العمل الصحفي الرقمي يمتلكون القدرة على صناعة محتوى توعوي لعلاج مشكلة التنمر والحد من انتشارها.

-إجراء المزيد من الدراسات حول التنمر الإعلامي وتأثيره على المجتمع، ووضع الحلول المناسبة للحد من محتواه في وسائل الإعلام.

مصادر ومراجع الدراسة

(١) سورة الحجرات: الآية ١١.

(٢) Dina Naser Tahat, Khalaf Mohammad Tahat, Mohammad Habes. (2020) Jordanian Newspapers Coverage of Cyberbullying during COVID 19 Pandemic--Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology 17(7), 15390-15403.

(٣) - عبد العزيز، عبده قناوي (٢٠٢٠) تعرض الشباب الجامعي لمشاهد العنف عبر اليوتيوب وعلاقته بالتنمر الإلكتروني- دراسة ميدانية-جامعة القاهرة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ٢٠، ص ٢٤٧ - ٢٧٧.

(٤) - Muthanna Samara, Bruna Da Silva (2020) Practitioners' perceptions, attitudes, and challenges around bullying and cyberbullying. International journal of Emotional Education. 12(3)

(٥)- الجندي، نهلة السيد، وعبد الشافي، مؤمن جبر، ونصر، محمد معوض (٢٠٢١) التنمر الإلكتروني بشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهات المراهقين، جامعة عين شمس، مجلة دراسات الطفولة، المجلد ٢٤، العدد ٩١، ص ١٢٣-١٢٩.

(٦)- أبو الحسن، شريهان محمود (٢٠٢١) معالجة الصحف الإلكترونية لقضية التنمر الإلكتروني وانعكاساتها على تعرض طلاب المدارس الفنية لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية، جامعة بني سويف، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، مجلد ٢، العدد ١، ص ١٩٦-٢٣٨.

(7) (Young, R. (2022) We All Know It's Wrong, But: Moral Judgment of Cyberbullying in U.S. News

per Opinion Pieces. Journal of Media Ethics, 37(2), 78-92.

٨- العنزي، نهلة عبد الله، وعبد، نوري نايف (٢٠٢٢) بناء مقياس للكشف عن التنمر الإلكتروني من وجهة نظر الاعلاميين: دراسة مسحية»، جامعة واسط، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، العدد ٤٦، ص ٥٨٤ - ٦٠٣.

٩ - برناوي، إيمان حمزة (٢٠٢٢) اتجاهات الشباب نحو التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، جامعة الأزهر، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٦٠، الجزء ١، ص ٤٧٨ - ٥٢٨.

١٠- سليمان، عصام عبد السلام (٢٠٢٢) اتجاه الشباب الجامعي نحو التنمر الإلكتروني وعلاقته بالتطرف الفكري: دراسة وصفية على عينة من الشباب الجامع، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ٢٠، ص ٢٤٣ - ٢٧١.

١١ - Karstel, W. (2023) Perceptions and Expectations of Journalists about Safeguarding them against Cyberbullying by Employers. M. A Thesis. Tilburg University.

١٢- رسول، ليلى عبد الإله، وعبد الله، سجاد دلير (٢٠٢٣) تحليل السياق لظاهرة التنمر الإلكتروني في الفضاء الافتراضي العراقي من وجهة نظر الخبراء والمختصين، جامعة تكريت، مجلة آداب الفراهيدي، المجلد ١٥، العدد ٥٣، ص ٣٠٤ - ٣٣٦.

١٣- العبد الكريم، صفية بنت إبراهيم (٢٠٢٣) اتجاهات النخبة السعودية نحو تقييم الدور الإعلامي للتصدي لجرائم التنمر الإلكتروني: دراسة ميدانية مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد ١٠٥، ص ١٠٥ - ١٤٥.

١٤- بدران، دعاء محمد (٢٠٢٤) التدابير الوقائية لمكافحة جريمة التنمر الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حولية المنتدى للدراسات الإنسانية، ع ٥٩، ص ٢٢١ - ٢٤٢.

١٥ - أحمد، أميرة صابر (٢٠٢٤) تقييم القائمين على تنشئة الطفل لمدى معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لظاهرة التنمر المدرسي: دراسة ميدانية، جامعة عين شمس، مجلة دراسات الطفولة، مجلد ٢٧، العدد ١٠٣، ص ١ - ٢١.

١٦ - Alawneh, H. (2025) Journalistic Treatment of Cyberbullying in the Jordanian Electronic Press. In: Musleh Al-Sartawi, A.M.A., Al-Okaily, M., Al-Qudah, A.A., Shihadeh, F. (eds) From Machine Learning to Artificial Intelligence. Studies in Systems, Decision and Control, vol 572. Springer, Cham

١٧ - عُرَضَّ الاستبيان على المحكمين التالية أسماؤهم:

- أ.د/ محمود حسن إسماعيل: أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة في جامعة عين شمس.

- أ.د/ عبد المريد عبد الجبار قاسم: أستاذ علم النفس بكلية الآداب في جامعة جلوان.

- أ.د/ أحمد أحمد زارع: أستاذ الصحافة والنشر المساعد بكلية الإعلام (بنين) في جامعة الأزهر.

- أ.د/ دعاء عبدالحكم الصعيدي: أستاذ الصحافة والنشر المساعد بكلية الإعلام (بنات) في جامعة الأزهر.

- أ.د/ محمد فتحي: مدير تحرير مجلة الأزهر.

١٨- السعيد، أحمد سليمان (٢٠٢٢م) تأثير القيادة السامة على التنمر في مكان العمل الدور الوسيط للإحباط

- الوظيفي- دراسة تطبيقية على العاملين بقطاع شركة شمال الدلتا لتوزيع الكهرباء في مصر، معهد راية العالي للإدارة والتجارة الخارجية، مجلة راية الدولية للعلوم التجارية، المجلد ١، العدد ١، إبريل، ص ٤١.
- ١٩ -Elizabeth Englander (2017) Defining Cyberbullying. Pediatrics 140 (Supplement_2) S148-S151 (Version 1.0) Atlanta, GA: National Center for Injury Prevention and Control, Centers for Disease Control and Prevention and U.S. Department of Education.p.4.
- ٢٠ -Whittaker, E., & Kowalski, R. M. (2014) Cyberbullying Via Social Media. Journal of School Violence, 14 (1) 11-29.
- ٢١ -Gary W. Giumetti (2022) Cyberbullying via social media and well-being. Current Opinion in Psychology. 45(2)
- ٢٢ -السعيد، أحمد سليمان: مرجع سابق، ص 41.
- ٢٣ -Daisy Mui Hung Kee (2022) Cyberbullying on social media under the influence of COVID-19. Global Business and Organizational Excellence. 41(6)
- ٢٤ -Mercedes Chicote-Beato (2024) Cyberbullying intervention and prevention programmes in Primary Education (6 to 12 years): A systematic review. Aggression and Violent Behavior. 77(2)
- ٢٥ -Ortega-Ruiz R, Del Rey R and Casas JA (2012) Knowing, building and living together on internet and social networks: The ConRed cyberbullying prevention program. International Journal of Conflict and Violence 6(2): p.303.
- ٢٦ -Shin, J. H., Hong, J. H., Yoon, J. N., & Espelage, D. L. (2014) Interparental conflict, parenting behavior, and children's friendship quality as correlates of peer aggression and peer victimization among aggressor/victim subgroups in South Korea. Journal of Interpersonal Violence, 29(10), p.1933.
- ٢٧ -Smith, P., Mahdavi, J., Carvahlo, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008) Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. The Journal of Child Psychology and Psychiatry, 49(4), p.376.
- ٢٨ - K. T. A. Sandeeshwara Kasturiratna (2025) Umbrella review of meta-analyses on the risk factors, protective factors, consequences and interventions of cyberbullying victimization. Nature Human Behaviour volume 9, pages101-132.
- ٢٩ -Englander, E., Donnerstein, E., Kowalski, R., Lin, C. A. & Parti, K. (2017). Defining cyberbullying. Pediatrics 140, S148-S151.
- in adolescence. Journal of Community and Applied Social Psychology, 23, p.52.
- ٣٠ -M. Alboudour et al. (2019) The impact of cyberbullying on physical and psychological health of Arab American adolescents. J Immigr Minority Health. 3(1)

- ٣١ -D. Aizenkot. (2020). Social networking and online self-disclosure as predictors of cyberbullying victimization among children and youth. *Child Youth Serv Rev.* 12(1).
- ٣٢ -C.R. Müller et al. (2018) Does media use lead to cyberbullying or vice versa? Testing longitudinal associations using a latent cross-lagged panel design *Comput Hum Behav.* 5(2)
- ٣٣ -Wei Zhang (2020). Cyberbullying Among Adolescents and Children: A Comprehensive Review of the Global Situation, Risk Factors, and Preventive Measures. *Front. Public Health.* 4(2)
- ٣٤ -Shetgiri, R., Lin, H., & Flores, G. (2013) Trends in risk and protective factors for child bullying perpetration in the United States. *Child Psychiatry and Human Development*, 44, p.89.
- ٣٥ -Carlos Evangelio (2021) Cyberbullying in elementary and middle school students: A systematic review. *Computers & Education* Volume 176(3)
- ٣٦ - X.W. Chu et al. (2018) Cyberbullying victimization and symptoms of depression and anxiety among Chinese adolescents: Examining hopelessness as a mediator and self-compassion as a moderator *Computers in Human Behavior.* 9(1)
- ٣٧ - Hasebrink, U., Livingstone, S., Haddon, L., & O'lafsson, K. (2009). Comparing children's online opportunities and risks across Europe: Cross-national comparisons for EU Kids Online (2nd ed.). LSE, London: EU Kids Online.p.16.
- ٣٨ - Slonje, R., Smith, P., & Frisen, A. (2012). The nature of cyberbullying, and strategies for prevention. *Computers in Human Behavior.* .2012. p.25.
- ٣٩ -Dana Aizenkot. (2018). «Cyberbullying in WhatsApp classmates' groups: Evaluation of an intervention program implemented in Israeli elementary and middle schools» *new media & society*, Vol. 20(12) p.6.
- ٤٠ - Holfeld, B. & Mishna, F. (2016). Internalizing symptoms and externalizing problems: risk factors for or consequences of cyber victimization? *J. Youth Adolesc.* 48, 567-580.
- ٤١ -Robson C, Witenberg RT. The influence of moral disengagement, morally based self-esteem, age, and gender on traditional bullying and cyberbullying. *J Sch Violence* 2013; 12: p.211.
- ٤٢ -Bauman, S., & Newman, M. L. (2013). Testing assumptions about cyberbullying: Perceived distress associated with acts of conventional and cyber bullying. *Psychology of Violence*, 3, p.27.
- ٤٣ -Alawneh, H. (2025). Journalistic Treatment of Cyberbullying in the Jordanian Electronic Press. In: Musleh Al-Sartawi, A.M.A., Al-Okaily, M., Al-Qudah, A.A., Shihadeh, F. (eds) *From Machine Learning to Artificial Intelligence. Studies in Systems, Decision and Control*, vol 572. Springer, Cham
- ٤٤ -الزعبلاوي، فوزي عبد الرحمن(٢٠٢٢م) الاتجاهات الحديثة في بحوث تحرير الصحف الالكترونية، جامعة

- القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، الجزء ٣، العدد ٨١، أكتوبر، ص ٢
- ٤٥- الغريب، إيمان محمد (٢٠١٩م) محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الالكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة في أخلاقيات النشر وخطاب تعليقات الجمهور، معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، المجلد ١، العدد ١، ص ١٥
- ٤٦- عبد الشافي، مؤمن جبر (٢٠٢١م) التجاوزات في فيديوهات الأطفال على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات الخبراء المصريين نحو اخلاقيات نشرها، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد ٣٣، يوليو، ص، ص ١٢٧-١٨٥.
- ٤٧- رضوان، جدي (٢٠٢١٨م) أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة، دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الالكتروني، جامعة وهران، مجلة الصورة والاتصال، العدد ٢٢، ص ٣٧، ٣٨.
- ٤٨ - الزعبلوي، فوزي عبد الرحمن (٢٠١٧م) التوجهات المهنية للقائمين بالاتصال نحو ضوابط النشر الصحفي الالكتروني في مصر، جامعة القاهرة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ١١، ص ٢٢٨.
- ٤٩- العيساوي، مرام مازن (٢٠٢١م) دعوى المسؤولية المدنية الناتجة عن الاخلال بقواعد النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة مقارنة، ماجستير، غير منشورة، كلية القانون، جامعة آل البيت، ص ١.
- ٥٠- قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨م، الجريدة الرسمية، العدد ٣٢ مكرر، (ج) في ١٤ أغسطس ٢٠١٨م.