

اتجاهات الشباب الجامعي نحو التمر الالكتروني بالمشاهير دراسة ميدانية في ضوء نظريتي الانفصال الأخلاقي والسلوك المخطط

د. ياسمين أحمد علي حسن*

ملخص الدراسة:

تمثلت مشكلة الدراسة الحالية في نقص المعلومات حول العلاقة بين استخدام الشباب المصري الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي و كل من اتجاهاتهم نحو التمر الالكتروني ضد فئة المشاهير والنوايا السلوكية المتعلقة بممارسته لديهم، واعتمدت الدراسة الحالية في بناء الفروض والمقاييس على فروض نظريتي الانفصال الأخلاقي والسلوك المخطط، وتمثلت أهمية الدراسة في ندرة أو غياب الدراسات العربية حول التمر الالكتروني ضد تلك الفئة، واستهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو التمر الالكتروني ضد المشاهير، ونواياهم السلوكية في هذا الموضوع، وكيفية إدراكهم لرأي المجتمع حول التمر الالكتروني ضد المشاهير، ومدى تطبيقهم لأبعاد الانفصال الأخلاقي فيما يتعلق بالتمر الالكتروني ضد المشاهير، وتم تطبيق منهج المسح الميداني من خلال أداة الاستبيان الالكتروني علي عينة عمدية متاحة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي المصري، قوامها ٢٠٠ مبحوث و مبحوثة، و اتضح من خلال الدراسة أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة لديها اتجاهات سلبية نحو التمر الالكتروني (نسبة ٦٢%)، وكانت النوايا السلوكية لممارسة التمر الالكتروني بالمشاهير ضعيفة وذلك لدي نسبة ٦٧.٥% من إجمالي العينة، وأغلب أفراد العينة رأيت أن نظرة المجتمع سلبية نحو التمر الالكتروني بالمشاهير (نسبة ٥٤%)، وكانت أغلب العينة لا تقوم بفصل التمر الالكتروني عن الأخلاقيات والقيم، بل علي العكس تعتقد بأنه فعل غير صحيح من الناحية الأخلاقية، وذلك بنسبة ٦٥% من إجمالي العينة، وأظهرت النتائج أن إدراك رأي المجتمع علي أنه سلبي نحو سلوك التمر الالكتروني بالمشاهير، وعدم تطبيق الانفصال الأخلاقي، يرتبط باتجاهات سلبية نحو التمر الالكتروني و نوايا سلوكية ضعيفة نحو ممارسة التمر الالكتروني بالمشاهير، و العكس صحيح؛ فإدراك الفرد أن المجتمع يري فعل التمر الالكتروني علي أنه أمرًا عاديًا واعتياديًا أو إيجابيًا، مع الاعتقاد بأن فعل التمر الالكتروني بالمشاهير فعلاً ليس له أي أبعاد ترتبط بالأخلاق والقيم، كلا الاعتقادان يرتبطان ارتباطاً إيجابياً باتجاهات إيجابية نحو التمر الالكتروني بالمشاهير وبشكل نوايا سلوكية لممارسة التمر الالكتروني ضد المشاهير.

الكلمات المفتاحية: التمر الالكتروني بالمشاهير، الاتجاهات نحو التمر الالكتروني بالمشاهير، النوايا السلوكية، نظرية الانفصال الأخلاقي، نظرية السلوك المخطط.

* المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام - جامعة القاهرة.

Undergraduate students' attitudes toward celebrities-cyberbullying: A field study in light of moral disengagement and planned behavior theories

Abstract: The research problem of the current study was the lack of information about the relationship between the Egyptian university students' use of social networking sites and both attitudes towards celebrities-cyberbullying and behavioral intentions to commit it. The current study relied in proposing its hypotheses and measures on the hypotheses of the theories of moral disengagement and planned behavior. The importance of the study was the scarcity or the absence of the Arab studies on cyberbullying against celebrities. The study aimed to identify the attitudes and the behavioral intentions of the study sample towards celebrities-cyberbullying, and how they perceive the society's opinion about it, and the extent to which they apply the dimensions of moral disengagement on that issue. The field survey approach was applied through an electronic questionnaire sent to an available and purposeful sample of social media users from the Egyptian undergraduate students, consisting of 200 male and female respondents. The results showed that: the largest percentage of the study sample had negative attitudes towards celebrities-cyberbullying (62% of the total sample) and had low behavioral intentions to commit it (67.5% of the total sample), most of the sample believed that it was an incorrect behavior from a moral standpoint (65% of the total sample). Moreover, the results showed that the perception of the society's opinion as negative towards celebrities-cyberbullying, and the non-use of moral disengagement, are correlated with negative attitudes towards celebrities-cyberbullying and low behavioral intentions towards committing it. On the other hand, perceiving society's opinion toward celebrities-cyberbullying as normal, usual, or positive, and believing that celebrities-cyberbullying doesn't have any dimensions relevant to morals and values, both are correlated to positive attitudes towards celebrities-cyberbullying and the formation of behavioral intentions to commit it.

Keywords: Celebrity-Cyberbullying, Celebrity Bashing, attitudes toward celebrity-cyberbullying, Behavioral intentions, Moral disengagement theory, Theory of planned Behavior.

مقدمة:

إن أهم ما ميز مواقع التواصل الاجتماعي عن الاعلام التقليدي - منذ بداية انتشار استخدامها - هو قدرة الفرد على التعبير عن رأيه، تجاه أي موضوع، أو قضية، أو أداء أي من الشخصيات المعروفة؛ سواء علي الساحات السياسية أو الفنية وغيرها، ومع بدء استفادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من هذه الميزة ظهرت العديد من التجاوزات في سلوكيات الاتصال من قِبَل المستخدمين، حيث ظهرت هذه الوسائل قبل سن التشريعات و القواعد المنظمة لاستخدامها، وقبل التوعية الكافية بالقواعد الصحيحة لاستخدامها.

ومن أهم تلك التجاوزات كان التمر الالكتروني ضد آخرين، سواء كان المتمرن علي علاقة بهؤلاء الضحايا في الواقع الحقيقي، أو كان مجرد علي صلة بهم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وانتقل ذلك التمر الالكتروني إلي فئة المؤثرين، الذين لا تجمعهم أي صلة مباشرة بالمتنمر الالكتروني سواء في العالم الحقيقي أو في العالم الافتراضي، و في مقدمة هذه الفئة يجيء كل من الفنانين و المشاهير.

إلا إن الجماهير يختلف تقييمها للتمر الالكتروني ضد المشاهير عن تقييمها للتمر الالكتروني ضد الأفراد العاديين، حيث أشارت الدراسات الغربية إلي أن بعض أفراد الجماهير يفرقون بين التمر الالكتروني ضد الأفراد العاديين و التمر الالكتروني ضد الفنانين و المشاهير، حيث يستنتج بعض أفراد الجماهير أنه بناء علي كون الشخصية المشهورة شخصية عامة، فإنه يمكن التعليق علي مظهرها و حياتها الاجتماعية و الشخصية دون أي ضوابط، وقد وجدت الدراسات أن الجماهير - ونتيجة لبُعد المشاهير عن نطاق تعاملهم وخبراتهم المباشرة - قد يتسامحون مع التمر الالكتروني ضد المشاهير، و يفتقد الجماهير في هذه الحالة التعاطف مع المشاهير، حيث يعتقد البعض أن المشاهير يستحقون من المشاكل ما لا يستحقه الفرد العادي (Lu et al., 2022).

وعلي الرغم من قيام فئة المؤثرين بأخطاء مهنية، أو في المواقف التي يتبنونها، أو في حياتهم الشخصية، شأنهم في ذلك شأن باقي فئات المجتمع، لكن تلك الأخطاء المهنية أو الاجتماعية لا تعطي أي مبرر للتمر علي أمور بعيدة عن الدور المجتمعي الذي يؤديه، مثل التعليق بشكل جارح و غير انساني علي أشكالهم وأجسادهم و علي عائلاتهم، مما يسبب لهم أذي شخصي ونفسي وأسري، والذي قد يؤدي عند بلوغه الحد الأقصى إلي إحداث اضطرابات في شخصياتهم، قد تندفع بعضهم في نهاية الأمر إلي الانتحار.

وينقسم العالم الالكتروني فيما يتعلق بالتمر بالمشاهير إلي ثلاثة أقسام رئيسية، الأول تملؤه صفحات متخصصة في السخرية من المؤثرين علي وسائل التواصل الاجتماعي وتلقي إعجابًا و متابعة Like & Follow من عدد كبير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كما يشمل ذلك القسم متمرنين إلكترونيين من الأفراد، وتعرض الشخصية المشهورة من هذا القسم لسيل من التعليقات المسيئة التي لا تتوقف، و لا يمكن لأي فعل أو قول تقوم به تلك الشخصية المشهورة أن يهدئ أو يخفف من تلك التعليقات التي ترد من كافة الاتجاهات، فالمتنمر الالكتروني لا يمكن إرضائه أو إيقافه (توبي، هناك، ٢٠٢١)، والقسم

الثاني هو مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي الذين يسكتون عن التنمر الإلكتروني ضد المشاهير خوفاً من ضغط الآخرين، والقسم الثالث و الأخير به المواقع والشركات التي تقدم العون و الخدمات المدفوعة وغير المدفوعة لفئة المؤثرين لتتبع المتنمرين إلكترونياً و مفاضاتهم، مثل موقعي CyberTrace و Celebrity Internet Law Centre (Cyberbullying Legal Advice, n.d.; CyberTrace Team, 2023)، إلي جانب المدافعين عن المشاهير ضد التنمر الإلكتروني من الأفراد العاديين.

وبناءً على ما تقدم، وبناءً على ندرة الدراسات العربية التي درست اتجاهات الجماهير نحو التنمر الإلكتروني بالمشاهير – علي وجه الخصوص - في المنطقة العربية، كان هناك حاجة بحثية لدراسة اتجاهات الشباب المصري نحو التنمر الإلكتروني، فهم يمثلون النسبة الأعلى بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في مصر، إلي جانب دراسة المبررات التي قد تقف وراء تلك الاتجاهات، والتعرف علي النوايا السلوكية المتعلقة بالتنمر الإلكتروني ضد المشاهير بينهم.

مشكلة البحث:

تمثلت مشكلة الدراسة الحالية في نقص المعلومات حول العلاقة بين استخدام الشباب المصري الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وكل من اتجاهاتهم نحو التنمر الإلكتروني ضد فئة المشاهير والنوايا السلوكية المتعلقة بممارسته لديهم.

الدراسات السابقة:

يتم استعراض الدراسات السابقة من خلال عدة محاور، وتتمثل هذه المحاور في: الدراسات المتعلقة بتحليل أبعاد التنمر الإلكتروني ضد المشاهير علي مواقع التواصل الاجتماعي، والدراسات المتعلقة بتحليل اتجاهات الجمهور نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، ومحور الدراسات الخاصة بالمتغيرات المسببة للاتجاهات الإيجابية نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، أو مسببة لتشكيل النوايا السلوكية لممارسته.

فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت تحليل أبعاد التنمر الإلكتروني نحو المشاهير علي وسائل التواصل الاجتماعي، ففي دراسة ميلر و لويس (٢٠٢٢)، التي تم فيها اختبار العلاقة بين استخدام الصحفيين الأمريكيين لوسائل التواصل الاجتماعي Journalistic Visibility و تعرضهم للتنمر، باعتبار ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يجعل هؤلاء الصحفيين في نهاية الأمر من المشاهير المحليين local celebrities، و تم استخدام المقابلات المتعمقة مع ٣٢ من الصحفيين، إلي جانب توزيع استمارة استبيان علي ٥٠٩ من الصحفيين، و توصلت الدراسة إلي أنه كلما زاد الوقت الذي يستغرقه الصحفي في التعامل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، زادت احتمالية تعرضه للتحرش، و يزيد التنمر الإلكتروني ضد الصحفيين من السيدات والصحفيين ذوي البشرة الملونة، و الصحفيين الذين يظهرون علي صفحاتهم مرتدين ملابس تعبر عن الانتماء الديني، و ذوي الانتماءات الجنسية المنحولة أو المثلية (Miller & Lewis, 2022).

وفي دراسة جادافانيش و سينجبرانج (٢٠٢١)، هدفت الدراسة إلى تحليل اللغة التي تمثل تنمراً إلكترونياً ضد المشاهير في الثقافات المختلفة، و تم تحليل البيانات الخاصة بصفحات اثنين من المشاهير علي موقع الانستاجرام، إحداهما كورية (سيو يون) و الأخرى بريطانية (أوليفيا)، و كلتاهما قامتا بالانتحار، و تم تطبيق نظرية الأفعال المتعلقة باللغة *Speech Acts Theory* (و التي تقول بأن اللغة تؤثر علي الفعل من خلال أمور ثلاث، الأول يتعلق بالقول ذاته، و الثاني يتعلق بطبيعة الخطاب و ارتباطه بنية المتحدث، و الثالث يتعلق بالتوجيه النابع من القول هو التأثير الذي يلحق بالمستمع *Locutionary, Illocutionary, and perlocutionary acts*)، و كان شكل التتمر الإلكتروني الغالب في السياق الكوري هو التحرش بشكل أساسي، بينما كان شكل التتمر الإلكتروني الغالب في السياق البريطاني هو التحرش ومحاولات الحط من قدر الشخصية المشهورة (Saengprang & Gadavanij, 2021).

ويطال التتمر الإلكتروني ضد المشاهير المرشحين في المعارك الانتخابية، و لا يقتصر فقط علي الإعلاميين و الصحفيين والفنانين، علي سبيل المثال في دراسة شين و آخرين (٢٠١٨)، و التي قامت بدراسة التعليقات علي تويتر علي أعقاب قول دونالد ترامب عن هيلاري كلينتون في إحدى المناظرات أنها "امرأة سيئة" *Nasty Women*، حيث تم الدخول علي واجهة برنامج تويتر *Twitter's Application Program Interface (API)* في الفترة من أكتوبر ٢٠١٤ إلي نوفمبر ٢٠١٦، و تم عمل تحليل نصي و تحليل كفي للخطاب *Qualitative Discourse and Textual Analysis* ل ١٣٩٠ تغريدة للتعرف علي الأيديولوجيات المتضمنة في تلك التغريدات، و قد ظهر من خلال التحليل ثلاثة اتجاهات رئيسية في التغريدات، و هي إعادة تداول المصطلح الذي استخدمه ترامب و لكن بشكل يدعم فكرة التصويت لهيلاري كلينتون علي وجه العموم، بغض النظر عن مناقشة قدر الإهانة الذي حملته هذه العبارة للمرشحة، و ظهر اتجاه آخر و هو إعادة تداول المصطلح بشكل يدعم القضية النسوية علي وجه العموم، و هناك بعض التغريدات التي أكدت علي العنف اللفظي الذي مارسه ترامب ضد هيلاري كلينتون، حيث تم استخدام نفس العبارة مرة أخرى في تغريدات البعض و ذلك لتأكيد عدم دعمهم لهيلاري كلينتون، و إشعار الداعمين لها بالإهانة (Chen et al., 2018).

وفي دراسة ساهني و راجا (٢٠١٧)، تمت دراسة التتمر الإلكتروني ضد المشاهير علي موقع تويتر، حيث تم اختيار و جمع مجموعة ١٠٠٠ من التغريدات الأصلية و التغريدات المعاد مشاركتها من خلال طلب من الموقع ذاته *API and python py-query module*، و تم عمل تحليل للنصوص الخاصة بهذه التغريدات *Textual Analysis* من خلال أسلوب تحليل المشاعر عبر الذكاء الاصطناعي *Sentiment Analysis* و التفسير اليدوي *Manual Annotation*، و تم تصنيف هذه التغريدات وفقاً لمدي احتوائها علي عبارات تتضمن تحريشاً، أو عبارات التي تحوي علي إهانة، أو التقليل من شأن الآخرين، أو السخرية التي تحمل أذي أو إهانة غير مباشرة، و التهديدات، و الملاحظات الشخصية *Personal Remarks*، و الادعاءات غير الصحيحة، و توصلت الدراسة إلي أن الأشخاص يستخدمون التهكم و السخرية لمهاجمة المشاهير، و هذا التهكم لا يمكن اكتشافه من خلال

تعليم الماكينات Machine Learning، كما أنه لعمل تحليل المشاعر Sentiment analysis من خلال الذكاء الاصطناعي لابد من عمل قاموس كامل للكلمات العامية التي تجمع بين أكثر من لغتين (وفي هذه الدراسة كان يتم الإشارة إلي اللغات التي جمعت بين الإنجليزية و الهندية)، و اقترحت الدراسة ضرورة اتخاذ إجراءات ضد التنمر الإلكتروني ضد الأفراد العاديين و ضد المشاهير، إلي جانب منع نشر النصوص التي تحوي علي تنمر من جانب مواقع التواصل الاجتماعي ذاتها، و وضع غرامات مالية من هؤلاء الذين يقومون بنشر مثل تلك المحتويات (Sahni & Raja, 2018).

وفيما يتعلق بالدراسات السابقة التي تناولت تحليل اتجاهات الجماهير نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، يلاحظ في الدراسات العربية – في الحدود الزمنية التي أتيج للباحثة الاطلاع علي الدراسات السابقة فيها – أنه لم يتم دراسة الاتجاهات نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير – علي وجه التحديد - في السياق العربي من قبل، و لكن عمدت الدراسات إلي تحليل اتجاهات الجمهور نحو التنمر الإلكتروني علي وجه العموم، بين الفئات الأعلى احتمالية للتعرض للتنمر من الآخرين، مثل المراهقين و السيدات، أو بين الإعلاميين و النخبة، وقامت دراسة واحدة فقط بين الدراسات العربية بتحليل الاتجاهات نحو التنمر ضد المشاهير، هي دراسة نجاة و نايف (٢٠٢٢)، التي هدفت إلي بناء مقياس للتنمر الإلكتروني ضد الإعلاميين، وتم توزيع استمارات استبيان الكترونياً علي ١٠٠ من الإعلاميين العراقيين، وتوصلت الدراسة إلي أنه من وجهة نظر عينة الدراسة، كان الفيس بوك هو أكثر وسائل الاعلام الجديد التي يتعرض الاعلاميين من خلالها للتنمر، و كان التنمر الإلكتروني بالإعلاميات أعلي منه مقارنة بالإعلاميين، و أرجع المبحوثون من الإعلاميين أسباب التنمر الإلكتروني إلي رغبة الجاني في التهديد، والإثارة، و هز ثقة الإعلامي بنفسه، والسخرية من أفكاره، إلي جانب ضعف الرادع القانوني الذي أدى إلي انتشار الظاهرة في الوقت الحالي (Najah & Nayyef, 2022).

أما فيما يخص باقي الدراسات العربية، فقد قامت بدراسة الاتجاهات نحو التنمر الإلكتروني علي وجه العموم، ولم تتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني ضد المشاهير تحديداً، فعلي سبيل المثال في دراسة العبد الكريم (٢٠٢٣)، تم تناول تقييم خمسين من النخبة السعودية الأكاديمية و الإعلامية لدور الاعلام في قضية التنمر الإلكتروني، حيث رأت النخبة أن دور الاعلام كان قوياً في مجابهة الظاهرة، من خلال الحملات التوعوية، سواء في وسائل الاعلام أو من خلال الاتصال الجمعي مع الطلاب في المؤسسات التعليمية (العبد الكريم، صفية بنت إبراهيم، ٢٠٢٣)، وفي دراسة نهلة السيد و آخرين (٢٠٢١)، استهدفت الدراسة التعرف علي اتجاهات المراهقين نحو التنمر الإلكتروني الذي يتعرضون له بشكل شخصي أو يتعرض آخرون له، حيث تم التطبيق علي ٤٢٠ من المراهقين الذكور و الإناث، بالاعتماد علي منهج المسح، ووجدت الدراسة انتشار للتنمر الإلكتروني بين المراهقين، وهو ما يعني مقبوليته بين بعضهم، كما وجدت علاقة ارتباطية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين المراهقين و تعرضهم للتنمر الإلكتروني (الجندي، نهلة السيد محمد و آخرون، ٢٠٢١)، وفي دراسة بسنت مراد (٢٠٢١) التي سعت للتعرف علي أسباب قيام المراهقين بسلوك التنمر الإلكتروني ضد الآخرين، إلي جانب دراسة الدور الذي يلعبه الأباء في إرشاد

أبنائهم فيما يتعلق بالتنمر الإلكتروني، وقد طبقت الدراسة منهج المسح من خلال استمارة وزعت علي ٢٧٩ من مراهقين في الفترة العمرية الممتدة إلي ١٩ عام، إلي جانب استخدام المنهج الكيفي من خلال مجموعات نقاش مركزة مع أبناء هؤلاء المراهقين، وكانت أهم أسباب قيام المراهق بالتنمر بالآخرين الكترونياً هو المزاح مع الآخرين من خلال التنمر (فهمي، ٢٠٢١)، وفي دراسة ريهام سامي (٢٠١٨) حول العلاقة بين التعرض للتنمر الإلكتروني و إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بين الإناث، حيث طبقت الدراسة علي ٢٠٠ من الإناث في سن الشباب، من خلال استمارة الكترونية، ورأت المبحوثات أنهن أكثر تعرضاً للتنمر من الذكور، كما رأين أنهن يتعرضن للتنمر الإلكتروني من الغرباء في المرتبة الأولى، تلاهم زملاء، و لم توجد علاقة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والتنمر الإلكتروني (سامي، ٢٠١٨).

لكن فيما يتعلق بالدراسات الأجنبية، فهناك مجموعة من الدراسات التي ركزت بشكل أساسي علي تحديد الاتجاهات نحو التنمر ضد المشاهير، ففي دراسة كارثيكا وآخرين (٢٠٢١) استهدفت الدراسة التعرف علي رأي الجمهور العام الهندي تجاه التنمر الإلكتروني ضد الفنانة الهندية بارفاتي، و تم استخدام تحليل المضمون الذي احتوي علي تنمر ضدها علي وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلي تطبيق استقصاء علي ٥٠٠ فرد في الفئات العمرية الممتدة بين ١٥ إلي ٦٠ سنة، وتوصلت الدراسة إلي أن التنمر الإلكتروني ضد الفنانة كان له علاقة بأنها فتاة، و قد أظهرت الإناث عدم موافقة علي التنمر الإلكتروني بينما دعم الرجال الهجوم عليها (Karthika C & P.P. Vijayalakshmi, 2021).

وفي دراسة بارك و كيم (٢٠٢١)، تم عمل تحليل دلالي *Semantic Network Analysis* للتغريدات حول انتحار الممثلة و المغنية الكورية المنتحرة سولي لمدة أسبوعين بعد وفاتها، و التي بلغ إجماليها ٣٧١٠١ تغريدة، و قد ربط المحللين بين التعليقات المسيئة التي كانت تتلقاها من المتابعين و قيامها بالانتحار، و قد أظهر التحليل أن النسبة الأكبر من التعليقات كانت تحتوي علي رثاء لها، كما نسبت عدد من تلك التغريدات اكتبها وقيامها بالانتحار إلي التعليقات و التغطية الإخبارية الفظة و الجارحة للأخبار المتعلقة بها، و تضمن عدد من التعليقات اعترافاً بأنها تعرضت للتحرش الجنسي عبر الانترنت، وانتقد المغردون التغطية الإخبارية غير الانسانية في وسائل الاعلام الكورية، والممارسات الصحفية غير الأخلاقية التي تركز علي الأخبار الترفهية المثيرة (Park & Kim, 2021).

و في دراسة أوفرين و آخرين (٢٠١٧)، تم استخدام مجموعات النقاش المركزة مع فتيات في سن المراهقة، حيث استهدفت الدراسة علي التعرف علي ردود أفعال المراهقات تجاه النقد السلبي الموجه للمشاهير علي إثر تعلق بعض الفضائح بحياتهم، و قد أشارت النتائج إلي أن ردود أفعال الفتيات اختلف بناء علي الحالة محل الدراسة، و لكن بشكل عام تسلت الفتيات بالتعليقات المسيئة تجاه المشاهير، لكنهم رفضوا الحالات التي كان فيها نية إيذاء الشخصية المشهورة، كما أنهم تبنوا أحكاماً و أقوا باللوم علي الضحية، و علي الرغم من اقتناعهن لأنه من غير المقبول إذلال الآخرين عبر الانترنت، لكنهن كن مقتنعات أن المشاهير لا بد أن يكونوا قادرين علي التعامل مع مثل هذه التعليقات، و أشارت الفتيات أنه

لتحديد ما إذا كان التعليق يحوي علي التنمر من عدمه، فلا بد أن يعرفوا الشخصية المشهورة التي تعرضت لذلك التعليق وتحديد إذا كان من الممكن أن تتأذي نتيجة لذلك التعليق (Ouvrein et al., 2017).

و فيما يتعلق بالمتغيرات المسببة للاتجاهات الإيجابية نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير أو ممارسة سلوك التمر الإلكتروني ضد المشاهير، ففي دراسة أوفرين (٢٠٢٣)، حاول الباحثون التعرف علي التفسيرات المحتملة لنوايا المراهقين للمشاركة في السلوك المتعلق بالتنمر الإلكتروني أو تعنيف و مهاجمة المشاهير نتيجة لممارسات هؤلاء المشاهير المتعلقة بالفضائح، و قد تم الاعتماد علي فروض نظرية السلوك المخطط، تم تطبيق استمارة علي ٢٤٨ من المراهقين، ووجدت الدراسة أن نظرية السلوك المخطط هي نظرية جيدة لتفسير إمكانية اشتراك المراهقين في تعنيف و مهاجمة المشاهير، حيث توصلت الدراسة إلي أنه كلما زادت الاتجاهات الإيجابية نحو تعنيف و مهاجمة المشاهير، و وجود معايير قيمية مؤيدة، و قدرة علي التحكم في السلوك Perceived Behavioral Control فقد زادت النوايا السلوكية نحو المشاركة في هذا السلوك. (Ouvrein, 2023a).

و في دراسة أوفرين (٢٠٢٣)، تم دراسة الأسباب وراء نوايا المراهقين الخاصة بالمشاركة في التمر الإلكتروني ضد المشاهير اعتمادًا علي المظهر الخارجي للشخصية المشهورة أو علاقاتها مع الجنس الآخر، و ذلك في ضوء متغيرات نظرية السلوك المخطط المتمثلة في: الاتجاهات نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير، والمعايير الاجتماعية، وإمكانية المشاركة، وأضاف البحث متغير الميل إلي التمييز علي أساس الجنس Sexism، وتوصلت الدراسة إلي أن الخلفية الثقافية هي أحد محددات المتغيرات القيمية Normative Behaviors، و قد تم تطبيق استمارة علي ٢٤٨ من المراهقين، و توصلت الدراسة إلي أن وجود اتجاهات تقبل بالتعنيف و مهاجمة المشاهير الإلكتروني، ووجود معايير قيمية مؤيدة لذلك التعنيف، مع وجود قدرة علي التحكم في السلوك، أدي إلي نوايا سلوكية أعلى للمشاركة في تعنيف و مهاجمة المشاهير، كما كان التمييز بناء علي الجنس له علاقة قوية بالاتجاهات نحو التعنيف و مهاجمة المشاهير (Ouvrein, 2023).

وتناولت دراسة أوفرين و آخرين (٢٠٢٣) المتغيرات الموقفية Situational factors و الشخصية لاتجاهات المراهقين نحو تعنيف و مهاجمة المشاهير، وحددها الباحثون في مدي متابعة حالات التعنيف و مهاجمة المشاهير، إلي جانب تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي و التعاطف، و اعتمدت الدراسة علي نموذج العنف العام General Aggression Model، و تم تطبيق استمارة استبيان الكترونية علي ١٥٩ من المراهقين، و توصلت الدراسة إلي أن تفاعل المتغيرات الموقفية و الشخصية هو الذي يحدد الاتجاهات نحو تعنيف و مهاجمة المشاهير، فالتعرض المتكرر علي الانترنت لمضامين تعنيف و مهاجمة المشاهير وتطبيق معايير الانفصال الأخلاقي بكثافة ارتبطا باتجاهات إيجابية نحو التعنيف و مهاجمة المشاهير، بينما أدي التعاطف إلي اتجاهات سلبية نحو تعنيف و مهاجمة المشاهير، و كلما زاد التعرض لحالات تعنيف و مهاجمة المشاهير قل التعاطف مع هؤلاء المشاهير (Ouvrein et al., 2023).

وفي دراسة سكوت و آخرين (٢٠٢٠) حول التنمر بالمشاهير عبر تويتر، حاولت الدراسة التعرف علي إدراك المشاركين لمدي حدة التنمر الالكتروني الذي يتعرض له المشاهير، و مدي إلقاء اللوم علي الشخصية المشهورة، و ذلك في ضوء الربط مع الصفات الشخصية الثلاثية الخطيرة وهي الميكافيلية والنرجسية والاعتلال النفسي *The Dark Triad: Machiavellianism, narcissism, and psychopathy*، حيث تم عمل دراسة تجريبية من خلال عرض مجموعة من تغريدات المشاهير التي تم اختلاقتها، و اختلفت مضامينها بين الإيجابية و السلبية و الحيادية، و تغريدات أخرى تم اختلاقتها و تمثل تنمر الالكتروني من الجماهير ضد هؤلاء المشاهير نتيجة للتغريدات الأولى، حيث طلب من المشاركين بعد قراءة التغريدات الإجابة علي استبيان احتوي علي مقاييس لوم الضحية *Victim Blame* وإدراك حدة التنمر *Perceived Severity*، ومقاييس تتعلق بالصفات الشخصية الثلاثية الخطيرة، و كان المشاركين من دول غربية و آسيوية، و قد ألقى المشاركون باللوم علي الشخصية المشهورة في حالة إذا كانت التغريدة المختلفة سلبية في مضمونها، وفي هذه الحالة تم تقييم التغريدات المختلفة والتي احتوت علي تنمر الالكتروني ضد الشخصية المشهورة بأنها غير حادة أو خطيرة، و وجدت الدراسة أنه كلما زادت صفة النرجسية، زاد لوم الضحية المشهورة و قل إدراك خطورة و جدة تغريدات التنمر الالكتروني ضد الضحية المشهورة، و في حالة زيادة صفة الاعتلال النفسي يقل تقييم حدة و خطورة التنمر الالكتروني حتي إذا كانت تغريدة الشخصية المشهورة ذات مضمون إيجابي (Scott et al., 2020).

واستهدفت دراسة أوفرين و آخرين (٢٠١٨) العلاقة بين التعاطف الفكري و المعنوي و الانفصال الأخلاقي من ناحية و العنف الالكتروني ضد المشاهير من ناحية أخرى، و طبقت الدراسة علي ١٢٥٥ من المراهقين، و أوضحت الدراسة أنه هناك علاقة بين التعاطف المعنوي و العنف الالكتروني ضد المشاهير، كما وجدت علاقة بين الانفصال الأخلاقي و العنف ضد المشاهير، و توسط الانفصال الأخلاقي العلاقة بين التعاطف المعنوي و العنف الالكتروني ضد المشاهير. (Ouvrein et al., 2018)

وفي دراسة أنجرياني (٢٠١٦) هدفت الدراسة إلي التعرف علي أشكال اللغة غير اللائقة التي يستخدمها مناهضي المشاهير علي موقع الانستاجرام، إلي جانب التعرف علي الأسباب وراء استخدام هذه اللغة، و استخدمت الدراسة التحليل الكيفي لتعليقات الجمهور علي صفحات الانستاجرام الخاصة بالمشاهير، و توصلت الدراسة إلي أن السبب وراء استخدام هذه الألفاظ كان تنفيس المشاعر السلبية، و إظهار الرفض، و السخرية من الشخصية المشهورة، أو لتوضيح فكرة محددة (Anggriani, 2016).

وفي دراسة لوري و آخرين (٢٠١٦) تم تحليل الأسباب وراء سهولة التنمر بالآخرين و منهم المشاهير من خلال وسائل الاعلام الجديد للتنمر، و ذلك باستخدام نموذج التنمر الالكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي *Social Media Cyberbullying Model SMCBM*، و تم تطبيق النموذج علي ١٠٠٣ من البالغين الذين قاموا بأفعال تنمر الكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، و توصلت الدراسة إلي أن القدرة علي إخفاء

الشخصية الحقيقية Anonymity واحدة من الأسباب التي تشجع التتمر الالكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Lowry et al., 2016).

التعليق علي الدراسات السابقة:

- تغيب الدراسات الخاصة بالتتمر الالكتروني - ضد المشاهير علي وجه التحديد - في السياق العربي، لكنها موجودة في الدراسات علي المستوي الدولي، سواء في مجال الدراسات الغربية أو الآسيوية.
- تنوعت الدراسات من حيث المنهج المستخدم، فمنها ما طبق منهج المسح الميداني ومنها ما طبق منهج المسح التحليلي.
- فيما يتعلق بالمسح الميداني، تم بشكل أساسي استهداف فئة المراهقين للتعرف علي آرائهم حول التتمر الالكتروني، تلاها الجمهور العام، وفي أغلب الدراسات تم الاعتماد علي استمارة الاستبيان للتعرف علي اتجاهات الأفراد نحو التتمر الالكتروني، تلاها مجموعات النقاش المركزة، وفي واحدة فقط من الدراسات تم تطبيق المنهج التجريبي.
- فيما يتعلق بالمسح التحليلي، فقد عمدت بعض الدراسات إلي تحليل أنواع التتمر الالكتروني الذي يتعرض له المشاهير علي صفحاتهم، سواء من خلال تحليل للخطاب أو التحليل الدلالي أو تحليل المضمون، وسواء قام به الباحثين بشكل تقليدي أو من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- من أبرز نتائج المسح التحليلي أن التتمر الالكتروني ضد المشاهير يكون أعلي في حالة كانت الشخصية المشهورة من السيدات، وذوي البشرة الملونة، وذوي الاتجاهات المخالفة للمعايير الاجتماعية، بينما فيما يتعلق بالمسح الميداني، فاتضح تباين اتجاهات الجماهير نحو التتمر الالكتروني وفقاً لعوامل متعددة، منها السن والمعايير الاجتماعية والمتغيرات الموقفية والشخصية.
- بناءً علي ما سبق ذكره، يوجد حاجة بحثية لدراسة موضوع التتمر الالكتروني ضد المشاهير في السياق العربي علي وجه العموم، وفي المجتمع المصري علي وجه الخصوص، نظراً لانتشار الظاهرة وعدم وجود التراث البحثي الكافي للتعرف علي المتغيرات المتعلقة بها، سواء موقفية أو شخصية أو مجتمعية.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية في بناء الفروض والمقاييس على فروض نظريتي الانفصال الأخلاقي والسلوك المخطط، حيث تقدم نظرية الانفصال الأخلاقي تفسيراً لوجود اتجاهات أو نوايا إيجابية نحو التتمر أو ارتكابه، فيما تقدم نظرية السلوك المخطط العوامل التي تدعم وتؤدي إلي القيام بالسلوك، وفيما يلي عرض أهم فروض ومتغيرات النظريتين.

نظرية الانفصال الأخلاقي MDT :Moral Disengagement Theory

تُعد عملية الانفصال الأخلاقي واحدة من أساليب التبرير التي يستخدمها الفرد لتبرير سلوكياته التي تناقض معايير الشخصية التي يؤمن بها، وعادةً ما تم الربط بين أبعادها والنتج في الدراسات الدولية، وأمكن من خلال نظرية الانفصال الأخلاقي تفسير التتمر بين الأطفال والمراهقين، سواءً سلوك الشخص المتمر، أو الشخص السلبي في التعامل مع وقائع التتمر مع الآخرين (de Oliveira et al., 2019).

وللانفصال الأخلاقي عدة أبعاد، حيث يقوم الفرد عادةً بإعادة النظر في الفعل غير الأخلاقي من عدة أبعاد، وتتمثل هذه الأبعاد – كما حددها باندورا في مقاله حول الانفصال الأخلاقي – في:

أ- التبرير الأخلاقي للفعل Moral Justification، باعتبار أنه - وبالرغم من كونه غير أخلاقيًا - يخدم غرضًا أخلاقيًا و هامًا.

ب- استخدام اللغة المخففة التي تصف الفعل غير الأخلاقي بلغة تقلل من مدي إيذاءه وبشاعته Euphemistic Labeling .

ت- المقارنة المتحيزة Advantageous Comparison، حيث تتم مقارنة الفعل غير الأخلاقي بأفعال أكثر ضررًا، فيبدو الفعل غير الأخلاقي -بعد المقارنة- علي أنه غير مضر.

ث- ادعاء عدم المسؤولية الشخصية؛ إما من خلال القول بأن الجميع مسئولين Diffusion of Responsibility، وبالتالي لا تقع المسؤولية علي فرد بعينه، أو بإلقائها علي أطراف أخرى Displacement of Responsibility.

ج- تقليل النتائج المدمرة للفعل غير الأخلاقي Disregard or Distortion of Consequences، بحيث يتم انكار أو تقليل حجم النتائج السلبية، بل و التظاهر بأن الفعل غير الأخلاقي له نتائج إيجابية، و نسبة اللوم إلي الضحية أو التعامل معها بشكل غير انساني و غير آدمي Dehumanization ، حيث يتم سحب صفة الأدمية منهم (Bandura, 1999; Tolmatcheff et al., 2022).

بناءً عليه، لكي يستطيع الأشخاص الانخراط في أعمال غير أخلاقية في الوقت الذي يتبعون فيه المعايير الأخلاقية التي يؤمنون بها، فلا بد أن يقوموا بتغيير الطريقة التي يقيمون بها الأمور التي تتعلق بأربع أمور أساسية؛ و هي الفعل غير الأخلاقي The Behavior، و مدي المسؤولية The agent's Responsibility، و ضحية الفعل الأخلاقي The target of the behavior، و نتائج الفعل غير الأخلاقي The Outcomes. ويتم تغيير صفات الفعل غير الأخلاقي من خلال التبرير الأخلاقي والتسمية المخففة و المقارنة المتحيزة، و بالنسبة لتغيير عامل المسؤولية؛ يتم التعامل معه من خلال توزيع المسؤولية أو القائها علي آخرين، و بالنسبة للضحية، يتم القاء اللوم عليها أو نفي صفة

الإنسانية عنها، و بالنسبة للنتائج، يتم التقليل منها أو ادعاء أنها مفيدة للضحية & Runions (Bak, 2015).

وقد اتضح أن قيام الفرد بعملية الانفصال الأخلاقي لا يتم فقط قبل القيام بالسلوك ولكنه أيضاً يشمل مرحلة ما بعد القيام بالسلوك، باعتباره أداة للتكيف، و ذلك للتخفيف من المشاعر السلبية الناتجة عن القيام بالفعل غير الأخلاقي، و المتمثلة في الشعور بالخزي و الذنب Guilt and Shame، وهو ما يسمى بالانفصال الأخلاقي بعد القيام بالسلوك غير الأخلاقي Post-moral Disengagement (Tillman et al., 2018).

وفيما يتعلق بالتنمر الإلكتروني، فقد وجدت علاقات بين كل من تطبيق الانفصال الأخلاقي والحاجة للشهرة Need for Popularity وارتكاب التنمر، ووجدت أن الحاجة للشهرة هي متغير يسبق متغير الانفصال الأخلاقي، و هو ما يعكس التناقض بين كل من الدوافع و القيم الأخلاقية في حالة القيام بالتنمر الإلكتروني (Romera et al., 2021)، وأشارت الدراسات إلى بعض خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي تجعلها وسيلة يسهل من خلالها تطبيق ابعاد الانفصال الأخلاقي في موضوع التنمر الإلكتروني، ومنها: عدم وجود تعبيرات اجتماعية و عاطفية حقيقية Paucity of social-emotional cues، سهولة نشر المعلومات، تسليط الضوء علي التنمر الإلكتروني من قِبَل وسائل الاعلام، التسمية المخففة للأعمال غير الأخلاقية Euphemistic Labelling، المقارنات المتضمنة مع آخرين Palliative Comparison، توزيع المسؤولية وفصلها عن الفعل، تقليل النتائج علي الآخرين وتجاهلها، تغييب عنصر الإنسانية عن الضحية، وإلقاء اللوم علي الضحية (Runions & Bak, 2015).

وهناك علاقة بين نظرية الانفصال الأخلاقي ونظرية السلوك المخطط في حالة القيام بفعل التنمر، فقد وجد جيانج وآخرون (٢٠٢٢) أن الانفصال الأخلاقي يتوسط العلاقة بين إدراك المعايير الاجتماعية المتعلقة بالأفعال العنيفة و القيام بالتنمر، كما أن القدرة علي التحكم بالنفس Self-Control توسطت العلاقة بين إدراك المعايير الاجتماعية حول العنف و الانفصال الأخلاقي، كما توسطت القدرة علي التحكم بالنفس العلاقة بين الانفصال الأخلاقي و القيام بالتنمر (Jiang et al., 2022).

وفرق بعض الباحثين بين الانفصال الأخلاقي الفردي و الجماعي Individual Moral Disengagement IMD & Collective Moral Disengagement CMD، ففي دراسة بجاريهد و آخرين (٢٠٢١)، تم وضع تعريف للانفصال الأخلاقي الفردي بأنه عملية نفسية تحدث للفرد علي النطاق الفردي، لكنه وفقاً لنظرية التعلم الاجتماعي Social Cognitive Theory، فإن هناك تفاعل بين العوامل الفردية و السياق الاجتماعي، فقد وُجد أن سلوك التنمر بين الأطفال - علي سبيل المثال - له علاقة بالانفصال الأخلاقي المنتشر بين الطلاب في الفصل الدراسي، و عرفت الدراسات الانفصال الأخلاقي الجماعي بأنه محصلة الانفصال الأخلاقي الفردي بين أفراد المجموعة (Bjärehed et al., 2021).

وهناك نظرية مشابهة لنظرية الانفصال الأخلاقي في علم الاجتماع الجنائي Criminal Sociology تُسمى نظرية التحييد Neutralization Theory، والتي تحتوي علي خمس فروض يستخدمهم الفرد لتخفيف المعايير الاجتماعية التي تقيد القيام بفعل غير أخلاقي أو غير قانوني، و هي نفي المسؤولية الفردية، و نفي الضرر عن الضحية، و استهجان معارضي الفعل غير الأخلاقي، و الادعاء بأن السلوك الأخلاقي هو موروث اجتماعي تربوي عليه الفرد في جماعته الاجتماعية (Hwang et al., 2016)، و ارتأت الباحثة الاعتماد علي نظرية الانفصال الأخلاقي بشكل أساسي وليس علي نظرية التحييد، و ذلك نظرًا لاقتراب علم الاعلام من علم الاجتماع أكثر من علم الاجتماع الجنائي، إلي جانب كون فروض نظرية الانفصال الأخلاقي أكثر تفصيلاً في أبعادها.

نظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior:

نظرية السلوك المخطط هي واحدة من النظريات التي أثبتت قدرتها علي تفسير السلوك والتنبؤ به في مختلف السياقات البحثية، وتحتوي نظرية السلوك المخطط علي ثلاثة متغيرات مستقلة؛ متمثلة في الاتجاهات، و معايير المجتمع كما يراها الفرد، و إدراك الفرد القدرة علي التحكم في السلوك أو القيام به Attitudes, Subjective norm, Perceived Behavioral Control، و متغير تابع و هو السلوك أو النية السلوكية Behavioral Intention (Corbett, 2010).

ووفقاً للنظرية، فإن السلوك الإنساني يتحدد من خلال المعتقدات حول النتائج المحتملة للفعل (المعتقدات المتعلقة بالسلوك)، و التوقعات المتعلقة بمدى مقبولية هذه الأفعال اجتماعياً (التوقعات المتعلقة بالمعايير الاجتماعية)، و المعتقدات حول العوامل التي قد تؤدي إلي تسهيل أو إعاقة القيام بالفعل (معتقدات التحكم و السيطرة)، و بناءً عليه، كلما زادت الاتجاهات الإيجابية نحو السلوك و الإدراك الإيجابي للمعايير الاجتماعية المتعلقة بالسلوك، و إدراك القدرة علي القيام بالفعل، أدي ذلك إلي تشكيل النية السلوكية (Ajzen, 2011).

وفيما يتعلق بالاتجاهات، فإنها تحتوي بدورها علي بعدين، البُعد المعرفي المتعلق بالسلوك (قيمة السلوك و مدي صحة القيام به) Instrumental/Cognitive، و البُعد العاطفي أو المتعلق بطبيعة التجربة Experiential/Affective (الإحساس بالاستمتاع والسعادة من عدمه)، وقد وجدت الدراسات علاقة بين البُعد المتعلق بطبيعة التجربة و كل من النية السلوكية و السلوك، بشكل أكبر من البُعد المعرفي (Conner, 2020).

وفيما يخص المعايير الاجتماعية، فإنه يمكن تقسيمها إلي نوعين رئيسين، ألا و هما المعايير العقابية Injunctive Norms، و المعايير الوصفية Descriptive Norms، و المعايير العقابية هي التي تتعلق بإدراك مدي قبول الأفراد أو الجماعات في المجتمع لقيام الفرد بالسلوك، أما المعايير الوصفية فتتعلق بمدى اعتقاد الفرد بقيام الآخرين المهمين في حياة الفرد بالسلوك نفسه، وكلاهما يمثل ضغطاً علي الفرد للانخراط في السلوك من عدمه (Ajzen, 2020).

وفيما يتعلق بالقدرة علي التحكم في السلوك *Perceived Behavioral Control*، فقد وجد الباحثون أنه كلما زاد إدراك الفرد لقدرته علي القيام بالسلوك، فإن ذلك يزيد من قوة العلاقة بين الاتجاه و النية السلوكية للقيام بالفعل، فالقدرة علي القيام بالسلوك تعتبر متغيراً وسيطاً في العلاقة بين الاتجاه و تكوين النية السلوكية، كما أن القدرة علي القيام بالسلوك قد تضعف تأثير المعايير الاجتماعية الراضية للفعل (Bosnjak et al., 2020).

الإطار المعرفي وتحديد المصطلحات:

التنمر الإلكتروني ضد المشاهير *Cyber Bullying against Celebrities*، أو تعنيف ومهاجمة المشاهير *Celebrity Bashing*:

عرف كومار و ساكديفا (٢٠١٩) التنمر الإلكتروني باعتباره استخدام الانترنت و الموبايل بغرض إهانة الآخرين أو التحرش بهم.

وتم تقسيم التنمر الإلكتروني إلي فئتين رئيسيتين و هي التنمر الإلكتروني المباشر و التنمر الإلكتروني غير المباشر، و التنمر الإلكتروني المباشر هو إرسال محتوى متضمن علي تنمر إلكتروني بشكل مباشر إلي الشخص الآخر من خلال أحد وسائل التواصل الاجتماعي، أما التنمر الإلكتروني غير المباشر فهو نشر محتوى من شأنه إيذاء الشخص علي وسائل التواصل الاجتماعي و مشاركته مع آخرين.

و يحوي التنمر الإلكتروني المباشر علي الخطاب الإلكتروني العنيف الذي يتضمن استخدام الألفاظ البذيئة *Flaming*، و كذلك التحرش الصريح من خلال إهانة الطرف الآخر أو تهديده *Direct Harassment*، فيما يحتوي التنمر الإلكتروني غير المباشر علي التحرش غير الصريح مثل إرسال صور محرجة إلي الطرف الآخر في العلن من خلال وسائل التواصل الاجتماعي *Indirect Harassment*، و تشويه السمعة *Denigration*، و انتحال الشخصية للقيام بأعمال تثير استعداء الآخرين *Impersonation*، و نشر معلومات شديدة الخصوصية *Outing*، و الحصول علي معلومات خاصة من الضحية ثم نشرها *Trickery*، و إقصاء الضحية عمدًا من مجتمعات التواصل الاجتماعي (Kumar & Sachdeva, 2019) *Exclusion*.

و عرف أوفرين و آخرون مهاجمة و تعنيف المشاهير *Celebrity Bashing* بأنه المهاجمة و الإساءة إلي المشاهير سواء من قبل الصحفيين أو الجمهور، و فصل أوفرين - بناء علي الدراسات السابقة - بين تعنيف و مهاجمة المشاهير و بين انتقاد المشاهير، بأن الهدف من وراء الانتقاد يكون بناءً، بينما يكون الهدف وراء التعنيف هو الضرر المتعمد، من خلال وضع الشخصية المشهورة في موقف يجعله يتلقى تعليقات غير سارة من الجمهور، و لغرض القياس عرفه بأنه إهانة المشاهير عمدًا أو السخرية منهم أو الإساءة إليهم بشأن شخصيتهم أو أدائهم أو مظهرهم الجسدي، فضلاً عن التهديد أو انتحال شخصيات من خلال الإنترنت، و عرفه الباحث للمبجوثين المشاركين في الدراسة بأنه الإهانة المنتظمة للمشاهير والاستهزاء بهم بقصد إيذائهم (Ouvrein et al., 2019).

وعرفت نجاة و نايف (٢٠٢٢) التمر الالكتروني ضد الإعلاميين بأنه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بغرض التضييق علي الشخصية المشهورة بطرق مختلفة، بحيث يكون الهدف النهائي هو الحط من قدر هذه الشخصية المشهورة، سواء من خلال الاستهزاء أو الإساءة للسمعة، وفي الدراسة نفسها كانت أشكال التمر الالكتروني الذي تعرض له الإعلاميين تتمثل في العنف اللفظي و الاستهزاء و الحط من شأن الشخصية المشهورة في مقابل إبراز الذات (ذات المتتمر و تفوق شخصه)، و النكات التي تهدف للتقليل من شأن الشخصية المشهورة و تحفز علي السخرية منها (Najah & Nayyef, 2022).

و قد حددت الدراسات أسبابًا عديدة للتمر الالكتروني ضد المشاهير، و بدأ الكثير من الدراسات في التركيز علي الأسباب المتعلقة بخطاب الكراهية أو الخطاب المتعصب ضد الجنس الآخر، أو الظاهرة التي يسميها الباحثون بالتعصب الذكوري علي الانترنت Cyber Misogyny، فأحد أشكال التمر الالكتروني ضد المشاهير هو التحرش ضد المشاهير من السيدات، وقد يصدر ذلك التمر الالكتروني من الأشخاص الذي ارتبطت به الشخصية المشهورة عاطفيًا في فترات سابقة، أو المعارف السابقين، أو المتتمرين الإلكترونيين علي وجه العموم Trolls، و يأخذ ذلك التحرش الجنسي أشكال متعددة منها تمنيظ النوع Racialized Stereotyping، و تشييء المرأة Objectification، و التعامل بأسلوب ذكوري متعالي condescension mansplaining، و اختراق المعلومات الشخصية و نشرها Doxing، و التحرش الجنسي، و التهديدات بالقتل، وهذا الشكل من التمر الالكتروني لا تتعرض له السيدات فحسب، بل والأشخاص ذو الاتجاهات الجنسية المخالفة لمعتقدات المجتمع، و ذوي البشرة السمراء، و المنتمين إلي مجتمعات قبلية، و الأشخاص ذوي الهمم (Farries & Sturm, 2019).

علي سبيل المثال؛ في دراسة بارك و كيم (٢٠٢١)، توصلت الدراسة إلي أن خطاب الكراهية ضد الجنس الآخر - و الذي ينتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي - كان حاضرًا في التعليقات المسيئة ضد سولي، و هي أحد الممثلات الكوريات و المغنية السابقة في أحد فرق الموسيقى الكورية الشعبية، و التي قامت بالانتحار، ويربط البعض بين التعليقات المسيئة التي تلقته عبر وسائل التواصل الاجتماعي و قيامها بالانتحار، حيث تضمنت هذه التعليقات افتراءات جنسية و عبارات من التعصب ضدها، وحينما عبرت الفنانة عن آرائها المتعلقة بالفكر النسوي تحول الأمر لخطاب كراهية مبني علي النوع، و قد أكدت الممثلة في لقاء لها في أحد البرامج أنها عانت من الرهاب الاجتماعي بسبب التمر الالكتروني الذي تعرضت له و الشائعات المؤذية لها (Park & Kim, 2021).

وبناء علي ما سبق تتبني الباحثة التعريف الإجرائي التالي للتمر الالكتروني ضد المشاهير، و هو: استخدام ونشر الألفاظ التي تشمل الإهانة، و الصور، و الفيديوهات التي من شأنها التقليل من قدر الشخصية المشهورة كإنسان، سواء كان ذلك مرتبطاً بتصرفاته أو ملبسه أو جسده أو ملامحه، هو أو أحد أفراد عائلته، بخلاف النقد الموضوعي لأداء الشخصية المشهورة و المتعلق بالدور الذي تقوم به في المجتمع.

واقع التنمر الإلكتروني ضد المشاهير:

يتعرض المشاهير للتنمر الإلكتروني في أنحاء العالم كافةً، وهناك من يشير أن عدم تسجيل حالات انتحار بين الفنانين نتيجة للتنمر الإلكتروني في منطقة بعينها لا يعني عدم حدوثها، بل إخفاؤها (زهير، هاجر، ٢٠٢١).

علي سبيل المثال - وفي العالم الغربي - يتعرض المشاهير وعائلاتهم للتنمر بسبب العرق، ومظهرهم في بداية حياتهم الفنية، ومن الأمثلة علي ذلك تعرض مغنيين وممثلين و متسابقين في برامج التوك شو للتنمر، منهم زين مالك Zayn Malik ولوردي Lorde وأولي ألكسندر Olly Alexander وسيلينا جوميز Selena Gomez وديمي لوفاتو Demi Lovato، وليزلي جونز Leslie Jones وميللي بوبي براون Millie Bobby Brown، كذلك إد شيران Ed Sheeran، ويؤكد هؤلاء المشاهير في لقاءاتهم أنهم غير محصنين نفسياً ضد التنمر الإلكتروني و التعليقات المسيئة، حيث أنهم في النهاية بشر و لهم أحاسيس تتأذي، كما أن بعضهم اعتبر أن التحرش اللفظي يماثل التعدي أو التحرش الجنسي في تأثيره المدمر و خطورته (AIBION, 2023; BBC RADIO 1, 2023).

وفي القارة الآسيوية، و بالتحديد في كوريا الجنوبية، هناك حالة المغنية سولي Sulli التي انتحرت علي أعقاب تنمر الكتروني شديد مرت به، أدي إلي اصابتها بالاكتئاب، و من ثم قيامها بالانتحار (محمد، لميس، ٢٠١٩)، و عبرت إحدى الناشطات الكوريات في تصريح لوكالة فرانس برس أنها تشعر بالخطر جراء التنمر الإلكتروني بها و بالسيدات المشاهير علي وسائل التواصل الاجتماعي، و أن ذلك لن ينتهي إلا أذا وضعت حدًا لحياتها، وتعد نسب التنمر الإلكتروني عالية في كوريا، و تكون في بعض الحالات علي أساس الجنس أو التوجهات النسوية لدي السيدات (وكالة الأنباء الفرنسية، ٢٠٢٢). وفي دراسة تاكانو و آخرين (٢٠٢٢)، تم تطبيق استقصاء الكتروني بين ٢١٣ من المشاهير اليابانيين، وكانت نسبتي ٥٢% و ٣٧% من المشاهير و المؤثرين (علي وجه الترتيب) قد تعرضوا بالفعل للتنمر الإلكتروني بشكل مباشر Direct harassment من خلال المنشورات العامة أو من خلال الرسائل الخاصة، وبشكل غير مباشر من خلال نشر معلومات زائفة عنهم، إلي جانب نشر صور جنسية و سينة لهم وأخري تم اختلاقها من خلال برنامج الفوتوشوب، و أقر المشاركون بأن التنمر الإلكتروني أثر علي صحتهم العقلية، مما دفع بعضهم إلي التوقف عن استخدام الإنترنت، والاحساس بالخوف و الإحباط، والتغيب عن العمل أو تركه نهائيًا، و أقر ٢٥% و ٣٠% من المشاهير و المؤثرين علي وجه الترتيب بحدوث تأثير عقلي شديد Intense Mental Damages عليهم بعد تعرضهم للتنمر والمتمثل في الميل للانتحار وإيذاء الذات والرغبة في التدمير وتعاطي المخدرات (Takano et al., 2022).

وفي العالم العربي، أعرب بعض المؤثرين عن قيامهم بالإقدام علي الانتحار نتيجة التنمر و منهم المدون السعودي أسطورة الشهراني (النجار، دينا، ٢٠١٩)، وفي السياق المصري، يتعرض - علي سبيل المثال - الفنانين المتقدمين بالعمر إلي التنمر الإلكتروني بسبب تغير ملامحهم عن فترات شبابهم (الحرزي، حياة، ٢٠٢٢)، كما يتعرض الفنانين في مصر للتنمر الإلكتروني وأبنائهم بسبب لونهم و ملامحهم و العيوب الظاهرة في الوجه

ووزن الجسم، والتي قد تكون ناتجة عن الإصابة بمرض معين، أو إصابة الأبناء بأمراض مثل الصمم، و ذلك من خلال استخدام عبارات و ألفاظ مسيئة و مؤذية في التعليقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي (بدر، سلمي، ٢٠٢١)، وفي العام الحالي - وعلي سبيل المثال لا الحصر أيضاً- علق رواد مواقع التواصل الاجتماعي بشكل غير أخلاقي علي ملامح ابنة الفنانة دنيا سمير غانم، للحد الذي دفع الخالة الفنانة إيمي سمير غانم إلي مطالبة الجمهور باحترام الأسرة و خصوصيتها (أبو هميلة، حميدة، ٢٠٢٣)، كما تعرضت بطللة مسلسل جعفر العمدة للتممر الإلكتروني بعد ظهورها في أحد حلقات برنامج صاحبة السعادة كنتيجة للدور الذي جسده في العمل(صلاح، سارة، ٢٠٢٣)، وأقر الفنان أحمد زاهر في لقاء أجرته مجلة زهرة الخليج مع مجموعة من الفنانين حول التمرر الإلكتروني عن تعرضه لأزمات نفسية علي إثر تعرضه للتممر الإلكتروني (عزت، لاما، ٢٠١٨).

أهمية الدراسة:

- ١- ندرة أو غياب الدراسات العربية حول التمرر الإلكتروني ضد فئة المشاهير، وما يتعلق به من اتجاهات و نوايا سلوكية للجمهور، والمتغيرات المتعلقة بهما أو المتسببة في تشكلهما.
- ٢- خطورة الظاهرة: التساهل المجتمعي مع التمرر الإلكتروني ضد المشاهير يُفقد المجتمع قيمًا ومعايير إنسانية بديهية، وقد يتخطى المتممر الإلكتروني ضد المشاهير إلى التمرر بالأفراد العاديين باعتباره أمرًا مقبولًا، لذلك يجب تحليل الظاهرة ومسبباتها، للتعامل معها، سواء من خلال سن القوانين المناسبة، أو من خلال الارشاد المجتمعي والاعلامي، والبحث الأكاديمي المتعمق.
- من ناحية أخرى، ومن خلال الاطلاع علي التراث البحثي المتعلق بالقضية، وجدت علاقات بين التغطية الإخبارية المتعلقة بنتائج التمرر الإلكتروني علي المشاهير، و إدراك الجماهير لكيفية التعامل مع التمرر الإلكتروني، و هو ما يشكل خطرًا علي المراهقين الذين يتخذون من المشاهير قدوة لهم و مرشدًا لتصرفاتهم.
- ٣- تطبيق نظرية الانفصال الأخلاقي في السياق العربي: حيث ندر تطبيقها في السياق العربي في مجال تفسير السلوك الاتصالي، وهو ما يضيف إلى التراث البحثي.
- ٤- وضع واختبار مقاييس لمتغيرات ندر اختبارها في الدراسات العربية، ألا وهي الاتجاهات نحو التمرر الإلكتروني ضد المشاهير، وتطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي، النوايا السلوكية للتممر الإلكتروني بالمشاهير، وكذلك اختبار العلاقات بينها.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف علي معدل استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- التعرف علي اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو التمرر الإلكتروني ضد المشاهير.

- ٣- التعرف علي مدي تطبيق الشباب الجامعي عينة الدراسة لأبعاد الانفصال الأخلاقي فيما يتعلق بالتنمر الالكتروني ضد المشاهير.
- ٤- التعرف علي النوايا السلوكية للشباب الجامعي عينة الدراسة حول التنمر الالكتروني ضد المشاهير.
- ٥- التعرف علي كيفية إدراك الشباب الجامعي عينة الدراسة لرأي المجتمع حول التنمر الالكتروني ضد المشاهير.
- ٦- اختبار النموذج المقترح للدراسة للتعرف علي العلاقات بين كل من معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، و تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي في موضوع التنمر الالكتروني ضد المشاهير، و إدراك المبحوثين لرأي المجتمع حول التنمر الالكتروني بالمشاهير، و كل من اتجاهات العينة حول التنمر الالكتروني ضد المشاهير، و النوايا السلوكية للتنمر الالكتروني ضد المشاهير، و العلاقة بين الاتجاهات و النوايا السلوكية.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية التي تهدف وصف وتحليل ظاهرة معينة وعلاقتها بظواهر أخرى، وهنا تمثلت الظاهرة في اتجاهات الجمهور نحو التنمر الالكتروني ضد المشاهير و النوايا السلوكية للتنمر بهم، وفي الوقت نفسه محاولة تفسير كل من الاتجاهات و النوايا السلوكية في ضوء معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمتغيرات المتعلقة بنظريتي الانفصال الأخلاقي والسلوك المخطط، وتم تطبيق منهج المسح الميداني علي عينة عمدية متاحة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي المصري.

أداة الدراسة: تم تطبيق منهج المسح الميداني من خلال أداة الاستبيان الالكتروني.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي المصري، حيث يُعد الشباب والمراهقين هم أكثر الفئات المتعاملة مع الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ووفقاً لبيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، فإن ٣.٥ مليون شاب مصري في الفئة العمرية بين ١٨-٢٩ عام ملتحقين بالتعليم الجامعي من أصل ٩.٢١ مليون شاب في مصر، وبلغت نسبة استخدام الإنترنت بين الشباب علي وجه العموم ٨٩% (حربي، هالة، ٢٠٢٣)، وارتأت الباحثة أن يكون مجتمع الدراسة من الشباب الجامعي، حيث إن من الأسهل علي الشباب الملتحق بالتعليم الجامعي فهم عبارات الاستمارة، وفي نفس الوقت الشعور بالمسؤولية اللازمة للإجابة بدقة علي استمارة الاستبيان، نظراً لدراساتهم لبعض المواد العلمية المتعلقة بالجوانب الأخلاقية والمجتمعية في كلياتهم.

عينة الدراسة:

تم تطبيق استمارة الاستبيان الالكتروني علي عينة عمدية متاحة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي المصري، قوامها ٢٠٠ مبحوث و مبحوثة، وروعي في العينة توازن تمثيل النوع، والتخصصات العلمية الاجتماعية والإنسانية في مقابل العلوم الطبيعية و التطبيقية، إلي جانب وجود توازن في العينة بين المرحلة العمرية الأصغر من العشرين عامًا والأكبر من العشرين عامًا.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو التتمر الالكتروني بالمشاهير؟
- ٣- ما مدي تطبيق أفراد العينة لأبعاد الانفصال الأخلاقي في موضوع التتمر الالكتروني ضد المشاهير؟
- ٤- ما النوايا السلوكية للجمهور عينة الدراسة تجاه التتمر الالكتروني ضد المشاهير؟
- ٥- كيف يدرك الجمهور عينة الدراسة اتجاهات المجتمع نحو التتمر الالكتروني بالمشاهير؟

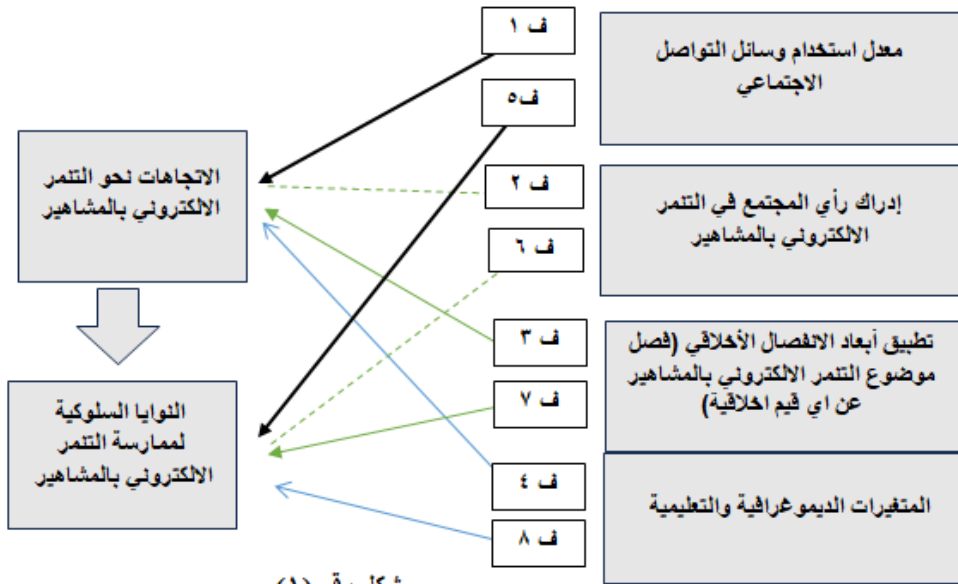
فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية سلبية بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، واتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الالكتروني ضد المشاهير، واتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي، واتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير.
- ٤- توجد فروق في اتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير وفقا للنوع، والعمر، وطبيعة التخصص العلمي.
- ٥- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والنوايا السلوكية للجمهور حول التتمر الالكتروني ضد المشاهير.
- ٦- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الالكتروني ضد المشاهير، و النوايا السلوكية للجمهور حول التتمر الالكتروني ضد المشاهير.
- ٧- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي، والنوايا السلوكية للجمهور حول التتمر الالكتروني ضد المشاهير.

- ٨- توجد فروق في النوايا السلوكية للجمهور حول التتمر الالكتروني ضد المشاهير وفقا للنوع، والعمر، وطبيعة التخصص العلمي.
- ٩- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين اتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير، والنوايا السلوكية للممارسة التتمر الالكتروني ضد المشاهير.

النموذج المقترح للدراسة:

من خلال الاطلاع علي الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، و بالبناء علي الأطر النظرية التي تم الاعتماد عليها والإطار المعرفي للدراسة، اقترحت الباحثة النموذج التالي الذي تتضح من خلاله العلاقات بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة:



نموذج مقترح للدراسة

متغيرات الدراسة والمقاييس:

- **معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:** تم عمل مقياس لمعدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، و احتوي المقياس علي ثلاث أسئلة حول معدل الاستخدام اليومي و الأسبوعي، و تمثلت الأسئلة فيما يلي: ١- ما هو معدل استخدامك الأسبوعي لوسائل التواصل الاجتماعي، و كانت بدائل الإجابة هي: من يوم إلي يومين في الأسبوع الواحد، ثلاثة إلي أربعة أيام في الأسبوع الواحد، خمسة أيام فأكثر، ٢- ما هو معدل استخدامك اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي، و كانت بدائل الإجابة هي: أقل من ساعة يوميًا، من ساعة إلي ساعتين يوميًا، ساعتين فأكثر يوميًا، ٣- إلي أي مدى تقوم

بتصفح صفحتك الخاصة أو صفحات الآخرين علي مواقع التواصل الاجتماعي أثناء اليوم الواحد، وكانت بدائل الإجابة هي: نادرًا، أحيانًا، طوال الوقت أثناء اليوم.

- **الاتجاهات نحو التنمر ضد المشاهير:** بناء علي الاطلاع علي الدراسات السابقة، قامت الباحثة بإعداد مقياس للتعرف علي الاتجاهات نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، حيث طلب من المبحوثين إبداء درجة موافقتهم علي العبارات التالية: لا يوجد ما يسمى بالتنمر الإلكتروني بالمشاهير، التعليق بطريقة سيئة علي المشاهير ليس تنمرًا، التنمر الإلكتروني ليس مضرًا بالشخصية المشهورة مقارنة بالتنمر الإلكتروني بالأفراد العاديين، لا يوجد ضرورة لمواجهة التنمر الإلكتروني بالمشاهير، التنمر الإلكتروني بالمشاهير مسألة مقبولة، التنمر الإلكتروني بالمشاهير به مرح وخفة ظل، التنمر الإلكتروني بالمشاهير مسألة صبيانية و تدل علي عدم نضج من يفعلها، التنمر الإلكتروني بالمشاهير يُعد فعلًا جبانًا، التنمر الإلكتروني بالمشاهير أمر مسلي، التنمر الإلكتروني بالمشاهير أمر طبيعي طالما قُبلت الشخصية المشهورة الظهور علي الساحة والتعامل مع الجماهير، لا يوجد حاجة لاتخاذ إجراءات قانونية ضد المتنمر الإلكتروني بالمشاهير، التنمر الإلكتروني بالمشاهير من الرجال مسألة عادية، التنمر الإلكتروني ضد المشاهير من السيدات مسألة عادية، وكان المقياس ثلاثيًا، وكانت بدائل الإجابة هي: لا أوافق، موافق إلي حد ما، موافق تمامًا.

- **إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التنمر الإلكتروني ضد المشاهير:** في دراسة أوفرين (٢٠٢٣)، تم سؤال المراهقين المشاركين في الدراسة حول إذا ما كان أصدقائهم أو والديهم أو المهتمين بالنسبة إليهم شاركوا في تعنيف المشاهير، وما إذا كان هؤلاء يمانعون أن يمارسون تعنيف ومهاجمة المشاهير (Ouvrein, 2023b)، وبناءً علي ذلك وبناءً علي الاطلاع علي مجموعة أخرى من الدراسات السابقة، ففي الدراسة الحالية، طلب من المبحوثين تحديد درجة موافقتهم علي العبارات التالية للتعرف علي كيفية إدراكهم لرأي المجتمع حول التنمر الإلكتروني بالمشاهير، والتي جاءت كما يلي: التنمر الإلكتروني بالمشاهير هو أمر مقبول علي وسائل التواصل الاجتماعي، معظم الناس لا يعتقدون أن التنمر الإلكتروني بالمشاهير أمرًا سيئًا، أصدقائي لا يمانعون التنمر الإلكتروني بالمشاهير، أفراد أسرتي و عائلتي لا يمانعون التنمر الإلكتروني بالمشاهير، لا ينظر جمهور وسائل التواصل الاجتماعي إلي المتنمر الإلكتروني بالمشاهير بنظرة سيئة، وكان المقياس ثلاثيًا، وكانت بدائل الإجابة هي: لا أوافق، موافق إلي حد ما، موافق تمامًا.

- **تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي:** في دراسة جيونج (٢٠٢٢) تم عمل مقياس تفصيلي للانفصال الأخلاقي مبني علي نظرية باندورا المتعلقة بالانفصال الأخلاقي، وذلك في سياق التنمر في المدرسة، و احتوي المقياس علي ٣٢ عبارة تعكس أبعاد الانفصال الأخلاقي المنفصلة (Jeong, 2022). وفي دراسة باتشيلو و آخرين (٢٠٢٠) التي قامت بقياس الانفصال الأخلاقي في السياق الإلكتروني، و علاقته بكل من العنف و التنمر الإلكتروني، استخدم مقياس للانفصال الأخلاقي في السياق الإلكتروني Online

Moral Disengagement، حيث تم الاعتماد علي ميكانيزمات الانفصال الأخلاقي التي أشار إليها باندورا، و تم التركيز علي أربع محاور أساسية متعلقة بالسلوك، وهي المسؤولية عن فعل التنمر الإلكتروني، والنتيجة المترتبة، و الضحية، و فيما يتعلق بالمحور المتعلق بالسلوك، تم التركيز علي ثلاثة نقاط و هي التسمية المخففة للفعل غير الأخلاقي، و المقارنة مع سلوكيات أكثر سوءاً، و التبرير الأخلاقي، و فيما يتعلق بمحور المسؤولية عن الفعل غير الأخلاقي، تم التركيز علي بعدين رئيسيين وهما إلقاء المسؤولية علي آخرين أو تعميم المسؤولية، و فيما يتعلق بنتيجة التنمر الإلكتروني، تم التركيز علي نقطة عدم الاكتراث بالنتائج أو تشويه مدي سوء النتائج، و فيما يتعلق بالضحية، فقد تم التركيز على إلقاء الوم علي الضحية و تجريد الضحية من صفة الإحساس والتأذي، و طلب من المبحوثين الإجابة علي مقياس خماسي (Paciello et al., 2020).

وبناء علي ما سبق، تم عمل مقياس ثلاثي لقياس مدي تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي لدي عينة الدراسة في موضوع التنمر الإلكتروني بالمشاهير، بناء علي الاطلاع علي المقاييس المعدة في الدراسات السابقة، و ارتأت الباحثة عدم أخذ المقاييس المعدة سابقاً كما هي بل الاسترشاد بها، و ذلك لاختلاف السياقات الاجتماعية التي طبقت فيها تلك المقاييس عن السياق المصري، و هو ما يجعل من الضروري تغيير صياغة العبارات.

واشتمل المقياس علي الأربعة محاور الرئيسية للانفصال الأخلاقي، و الميكانيزمات المتعلقة بكل منها، و فيما يلي توضيح للمحاور و الميكانيزمات.

أ- ما يتعلق بإعادة تعريف الفعل غير الأخلاقي: (إعادة تعريف فعل التنمر الإلكتروني لجعله أمراً عادياً)

- التبرير الأخلاقي للفعل:
- التعليق بشكل سيء على المشاهير هو فقط أداة لتلقيهم درساً.
- القيام بالتنمر الإلكتروني بالمشاهير لزيادة متابعة الصفحة الشخصية للفرد علي وسائل التواصل الاجتماعي هو أمر يمكن التسامح معه.
- التنمر الإلكتروني ضد المشاهير من الرجال أمر طبيعي.
- التنمر الإلكتروني بالمشاهير من السيدات أمر طبيعي.
- استخدام اللغة المخففة التي تصف الفعل غير الأخلاقي بلغة غير مهينة:
- المزاح بشأن ملامح المشاهير أو مظهرهم أو وزنهم هو أمر للمزاح والضحك فقط، ولا يحمل أي نوايا سلبية.
- المزاح بشأن ملامح أحد أفراد عائلات المشاهير أو مظهرهم أو وزنهم هو أمر للمزاح والضحك فقط، ولا يحمل أي نوايا سلبية.

- أمر طبيعي أن يقوم بعض مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بالتعليق السيء علي أحد المشاهير أو أحد أفراد عائلاتهم.
- **المقارنة المتحيزة:**
- التعليق علي الشخصية المشهورة بشكل سيء علي وسائل التواصل الاجتماعي أقل سوءاً من التعامل معها بشكل سيء في الحقيقة.
- بالمقارنة مع التنمر بالمشاهير في العالم الحقيقي، يُعد التنمر الإلكتروني مسألة بسيطة.
- **ب- ما يتعلق بإعادة تعريف مدي المسؤولية عن الفعل غير الأخلاقي: (تغيب المسؤولية الفردية عن فعل التنمر الإلكتروني ضد المشاهير)**
- ادعاء عدم المسؤولية الشخصية:
- التنمر الإلكتروني ضد المشاهير لا علاقة له بمفهوم المسؤولية تجاه الآخرين.
- التعليق علي المشاهير بشكل سلبي أمر غير سيء، إذا كان الجميع يقومون بنفس الأمر.
- إذا كان الجميع يقومون بالتعليق بشكل سيء علي الشخصية المشهورة، فمن غير العادل محاسبة أي من أفراد الجمهور.
- **إلقاء المسؤولية على أطراف أخرى:**
- الأصدقاء/الأسرة/المجتمع هم السبب في قيام الفرد بالتنمر الإلكتروني بالمشاهير، لذلك لا يمكن محاسبته.
- لا يجب إلقاء اللوم علي الفرد الممتنر، إذا كان المجتمع لم يضع القوانين الرادعة.
- **ج- إعادة تعريف نتائج الفعل غير الأخلاقي: (التقليل من سوء نتائج التنمر الإلكتروني علي المشاهير)**
- **تقليل النتائج المدمرة علي الآخرين، أو الادعاء بوجود نتائج إيجابية للفعل غير الأخلاقي:**
- التنمر الإلكتروني بالمشاهير ليس مضرًا لهم.
- التنمر الإلكتروني بالمشاهير مفيدًا لهم، حيث يزيد من شهرتهم، ويجعلهم يتصدرون مواقع التواصل الاجتماعي.
- لا بد ألا تنزعج الشخصية المشهورة عندما يتم التعليق عليها بشكل سيء، لأن ذلك يعكس اهتمام الجمهور بها.

د-إعادة تعريف بعض الأمور التي تتعلق بالضحية:(القاء المسؤولية علي الضحية ذاتها والتقليل من شأنها)

- إلقاء اللوم علي الضحية نفسها:
- إذا تصرفت الشخصية المشهورة بشكل غير لائق، فالتمتر الالكتروني بها والتعليق عليها بشكل سيء هو ما تستحقه.
- إذا كانت الشخصية المشهورة غير حريصة بما فيه الكفاية علي التصرف و الحديث بشكل لائق، فهي المسؤولة عن تعليقات الجمهور السلبية عليها.
- الشخصية المشهورة التي يتعامل الجمهور معها بشكل غير لائق، عادةً ما تكون قامت بأمر تستحق عليه هذا التعامل.
- التعامل مع الشخصية المشهورة بشكل غير انساني:
- بعض المشاهير يستحقون التعامل معهم بطريقة غير لائقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الشخصية المشهورة التي تقوم بسلوك غير مقبول لا يجب أن تُعامل بشكل انساني.
- بعض المشاهير يمكن معاملاتهم الكترونياً بشكل عنيف، لأنهم بالأصل يفتقدون إلي المشاعر التي يمكن أن تتأذي.
- النوايا السلوكية للجمهور حول التتمتر الالكتروني ضد المشاهير: في دراسة أوفرين (٢٠٢٣) تم قياس النية السلوكية نحو تعنيف و مهاجمة المشاهير بسؤال المشاركين حول مدي احتمالية قيامهم بسلوكيات محددة في الستة شهور القادمة، و كانت هذه السلوكيات هي: الادعاء بأن المشهور "مثلي" في توجهه الجنسي، مشاركة صور أو فيديوات محرجة لأحد المشاهير علي منصة التيك توك، التعليق بشكل سلبي علي المظهر الخارجي لأحد مشاهير التيك توك، مشاركة صور جنسية لأحد مشاهير التيك توك، استخدام لفظ مهين في حالة الإشارة إلي أن أحد مشاهير التيك توك له علاقات جنسية متعددة (Ouvrein, 2023b). و بالاسترشاد بذلك المقياس، وفيما يتعلق بالدراسة الحالية، فقد سُئل الجمهور إلي أي مدي يمكن أن يقوموا بأي من السلوكيات التالية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وتمثلت هذه السلوكيات في: التعليق علي مظهر الشخصية المشهورة أو ملابسها باستهزاء، التعليق علي وزن الشخصية المشهورة وتشبيهها أو مقارنتها بشكل سلبي بأخرين أو بكائنات أخرى، التعليق علي ملامح الشخصية المشهورة وتشبيهها أو مقارنتها بشكل سلبي بأخرين أو بكائنات أخرى، مشاركة صور محرجة للمشاهير، إهانة الشخصية المشهورة أو أحد أفراد عائلتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي نتيجة قيامها بأمر غير لائق، تأييد التعليقات السيئة علي أحد المشاهير سواء بعمل لايك أو مشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

المختلفة، وكان المقياس ثلاثي، وكانت بدائل الإجابة: احتمال ضعيف، غير متأكد، احتمال عالي.

- ويوضح الجدول التالي المتغيرات المستقلة والتابعة وفقاً لفروض الدراسة:

جدول رقم (١)

فروض الدراسة

الفرض	المتغير المستقل	المتغير التابع
الأول	معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	اتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير
الثاني	إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التمر الإلكتروني ضد المشاهير	اتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير
الثالث	تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي	اتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير
الرابع	المتغيرات الديموغرافية والتعليمية	اتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني نحو المشاهير
الخامس	معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	النوايا السلوكية للجمهور حول التمر الإلكتروني ضد المشاهير
السادس	إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التمر الإلكتروني ضد المشاهير	النوايا السلوكية للجمهور حول التمر الإلكتروني ضد المشاهير
السابع	تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي	النوايا السلوكية للجمهور حول التمر الإلكتروني ضد المشاهير
الثامن	المتغيرات الديموغرافية والتعليمية	النوايا السلوكية للجمهور حول التمر الإلكتروني ضد المشاهير
التاسع	اتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير	النوايا السلوكية للجمهور حول التمر الإلكتروني ضد المشاهير

إجراءات الصدق والثبات:

تم عرض استمارة الاستبيان، ملحقاً بها مشكلة الدراسة وأهدافها وفروضها ومقاييسها علي مجموعة من السادة المحكمين*، وتم تنفيذ التعديلات المطلوبة بما يتوافق مع أهداف الدراسة الرئيسية، وتم اختبار الصدق الظاهري من خلال تطبيق الاستمارة علي عينة استطلاعية (٤٢ مفردة) للتأكد من وضوح الأسئلة للمبحوثين.

* أسماء السادة المحكمين، وفقاً للترتيب الأبجدي:

- أ.د/جيهان يسري، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام-جامعة القاهرة.
- أ.د/عادل فهمي، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام-جامعة القاهرة.
- أ.د/هويدا مصطفى، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام -جامعة القاهرة.
- أ.د/وليد فتح الله، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام-جامعة القاهرة.

كما اتضح ارتفاع قيم معامل ألفا (الثبات) لمقاييس الدراسة عند تطبيق الاختبار عليها، حيث جاء ثبات الاستمارة بكافة مقاييسها بقيمة (٨٩.١)، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق.

جدول رقم (٢)

قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

معامل ألفا (معامل الثبات)	عدد العبارات	المحور
٠.٦٩٧	١٣	اتجاهات الجمهور نحو التتمر الإلكتروني ضد المشاهير
٠.٦٦٧	٩	إعادة تعريف الفعل غير الأخلاقي
٠.٧٩٣	٥	إعادة تعريف مدي المسؤولية عن الفعل غير الأخلاقي
٠.٨٣	٣	إعادة تعريف نتائج الفعل غير الأخلاقي
٠.٨٦٧	٦	إعادة تعريف بعض الأمور التي تتعلق بالضحية
٠.٧٢٥	٥	إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير
٠.٨٦٢	٦	النوايا السلوكية للجمهور حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير
٨٩.١	٤٧	صحيفة الاستبيان بكامل مقاييسها

نتائج الدراسة:

أولاً خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (٣)

خصائص عينة الدراسة الميدانية

الإجمالي		خصائص عينة الدراسة الميدانية	
%	ك		النوع
٥٠	١٠٠	ذكور	النوع
٥٠	١٠٠	إناث	
٢٩	٥٨	أقل من ٢٠ عامًا	العمر
٧١	١٤٢	أكبر من ٢٠ عامًا	
٤٢	٨٤	علوم إجتماعية وإنسانية	طبيعة التعليم الجامعي
٥٨	١١٦	علوم طبيعية وتطبيقية	
١٠٠	٢٠٠	الإجمالي	

يتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة ٥٨% من عينة الدراسة كانوا من دارسي العلوم الطبيعية والتطبيقية، في مقابل نسبة ٤٢% من عينة الدراسة من دارسي العلوم الاجتماعية والإنسانية، وجاءت نسبة ٧١% من عينة الدراسة في الفئة العمرية من (أكبر من ٢٠ عامًا) في مقابل نسبة ٢٩% من عينة الدراسة في الفئة العمرية (أقل من ٢٠ عامًا)، وكانت نسبة الذكور والإناث في العينة متساوية بنسبة ٥٠% لكل منهما.

ثانياً: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

التساؤل الأول: معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي: للإجابة على هذا التساؤل، ووفقاً للمقياس المستخدم، تم عمل مقياس تجميعي للاستخدام الأسبوعي واليومي وأثناء اليوم، وفيما يلي النتائج التفصيلية لكل بُعد.

– معدل استخدام عينة الدراسة الأسبوعي لوسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٤)

معدل استخدام عينة الدراسة الأسبوعي لوسائل التواصل الاجتماعي

معدل استخدام الأسبوعي لوسائل التواصل الاجتماعي	ك	%
من يوم إلى يومين في الأسبوع الواحد	١٠	٥
ثلاثة إلى أربعة أيام في الأسبوع الواحد	٢٠	١٠
خمسة أيام فأكثر	١٧٠	٨٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة ٨٥% من عينة الدراسة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي أسبوعياً بواقع خمس أيام فأكثر، في حين جاءت نسبة ١٠% من عينة الدراسة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي من ثلاثة إلى أربعة أيام أسبوعياً، ثم نسبة ٥% من عينة الدراسة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي من يوم إلى يومين أسبوعياً.

– معدل استخدام عينة الدراسة اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٥)

معدل استخدام عينة الدراسة اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي

معدل الاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي	ك	%
أقل من ساعة يومياً	١٦	٨
من ساعة إلى ساعتين يومياً	٣٠	١٥
ساعتين فأكثر يومياً	١٥٤	٧٧
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

كشفت الجدول السابق أن نسبة ٧٧% من عينة الدراسة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي يومياً بواقع ساعتين فأكثر، في حين جاءت نسبة ١٥% من عينة الدراسة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين يومياً، ثم نسبة ٨% من عينة الدراسة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي (أقل من ساعة) يومياً.

- معدل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أثناء اليوم الواحد:

جدول رقم (٦)

معدل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أثناء اليوم الواحد

معدل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أثناء اليوم الواحد	ك	%
نادراً	٢٧	١٣.٥
أحياناً	١٠٣	٥١.٥
طوال الوقت أثناء اليوم	٧٠	٣٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥١.٥% من عينة الدراسة تقوم بتصفح صفحاتهم الشخصية أو صفحات الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل متوسط أثناء اليوم الواحد، في حين جاءت نسبة ١٣.٥% من عينة الدراسة يندر تصفحها لصفحاتها الشخصية أو صفحات الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن نسبة ٣٥% تنتم بالحرص الدائم على تصفح صفحاتها الشخصية أو صفحات الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي طوال الوقت أثناء اليوم الواحد.

- كثافة استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٧)

كثافة استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي

كثافة استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي	ك	%
منخفض	٨	٤
متوسط	٥٧	٢٨.٥
مرتفع	١٣٥	٦٧.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة ٦٧.٥% من عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مرتفع، في حين جاءت نسبة ٢٨.٥% من عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل متوسط، ثم نسبة ٤% من عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل منخفض.

التساؤل الثاني: اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو التمر ضد المشاهير:

إجابات عينة الدراسة على عبارات مقياس اتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير:

جدول رقم (٨)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا اوافق		موافق الي حد ما		موافق تماما		اتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير
			%	ك	%	ك	%	ك	
٥٨.٠	٠.٧٩٧	١.٧٤	٤٨	٩٦	٣٠	٦٠	٢٢	٤٤	التمر الإلكتروني بالمشاهير مسألة صيبانية، وتدل على عدم نضج من يفعلها
٥٤.٣	٠.٧٨٤	١.٦٣	٥٥.٥	١١١	٢٥.٥	٥١	١٩	٣٨	التمر الإلكتروني بالمشاهير يُعد فعلاً جباناً
٥٢.٠	٠.٧٠٦	١.٥٦	٥٦.٥	١١٣	٣١	٦٢	١٢.٥	٢٥	التمر الإلكتروني بالمشاهير أمر طبيعي طالما قُبِلت الشخصية المشهورة الظهور على الساحة والتعامل مع الجماهير
٥١.٧	٠.٧٨١	١.٥٥	٦٣	١٢٦	١٩	٣٨	١٨	٣٦	لا يوجد ما يسمى بالتمر الإلكتروني بالمشاهير
٥١.٣	٠.٧٢٢	١.٥٤	٦٠	١٢٠	٢٦.٥	٥٣	١٣.٥	٢٧	التمر الإلكتروني بالمشاهير ليس مضرًا بالشخصية المشهورة مقارنة بالتمر الإلكتروني بالأفراد العاديين
٥١.٣	٠.٧٥٦	١.٥٤	٦٢	١٢٤	٢٢	٤٤	١٦	٣٢	لا يوجد ضرورة لمواجهة التمر الإلكتروني بالمشاهير
٥١.٠	٠.٧٠١	١.٥٣	٥٩.٥	١١٩	٢٨.٥	٥٧	١٢	٢٤	لا يوجد حاجة لاتخاذ إجراءات قانونية ضد المتتمر الإلكتروني بالمشاهير
٤٨.٣	٠.٧٢٢	١.٤٥	٦٨	١٣٦	١٨.٥	٣٧	١٣.٥	٢٧	التمر الإلكتروني بالمشاهير الرجال مسألة عادية
٤٧.٧	٠.٦٣	١.٤٣	٦٤.٥	١٢٩	٢٨	٥٦	٧.٥	١٥	التعليق بطريقة سيئة على المشاهير ليس تنمراً
٤٧.٠	٠.٦٨٨	١.٤١	٧١	١٤٢	١٧.٥	٣٥	١١.٥	٢٣	التمر الإلكتروني بالمشاهير مسألة مقبولة
٤٧.٠	٠.٦٥	١.٤١	٦٨.٥	١٣٧	٢٢.٥	٤٥	٩	١٨	التمر الإلكتروني بالمشاهير به مرح وخفة ظل
٤٤.٠	٠.٥٩٨	١.٣٢	٧٥.٥	١٥١	١٧.٥	٣٥	٧	١٤	التمر الإلكتروني بالمشاهير أمر مسلي
٤٣.٧	٠.٥٧٨	١.٣١	٧٥.٥	١٥١	١٨.٥	٣٧	٦	١٢	التمر الإلكتروني بالمشاهير النساء مسألة عادية

يُنضح من خلال الجدول السابق اتجاهات عينة الدراسة نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير من خلال إجاباتهم على عبارات المقياس، وجاءت الإجابات على النحو التالي:

أولاً: العبارات التي زادت الأوزان النسبية لها عن الدرجة التوسط (٥٠)، وجاءت هذه العبارات وأوزانها النسبية كما يلي: عبارة "أن التمر الإلكتروني بالمشاهير يُعد فعلاً جباناً"

بوزن نسبي ٥٨ درجة، تلتها عبارة "أن التتمر الالكتروني يُعد أمرًا صديقًا" بوزن نسبي ٥٤.٣ درجة، تلتها عبارة "التتمر الالكتروني بالمشاهير أمر طبيعي طالما قُبِلت الشخصية المشهورة الظهور على الساحة والتعامل مع الجماهير" والتي جاءت بوزن نسبي ٥٢ درجة، ثم جاءت عبارة "لا يوجد ما يسمى بالتتمر الالكتروني بالمشاهير" بوزن نسبي ٥١.٧ درجة، ثم عبارة "التتمر الالكتروني بالمشاهير ليس مضرًا بالشخصية المشهورة مقارنةً بالتتمر الإلكتروني بالأفراد العاديين" بوزن نسبي ٥١.٣ درجة، وبذات الوزن السابق جاءت عبارة "لا يوجد ضرورة لمواجهة التتمر الالكتروني بالمشاهير"، ثم عبارة "لا يوجد حاجة لاتخاذ إجراءات قانونية ضد المتتمر الالكتروني بالمشاهير" بوزن ٥١ درجة.

ثانياً: العبارات التي تقل الأوزان النسبية لها عن درجة التوسط (٥٠)، وهو ما يدل على رفض بعض أبعاد التتمر الالكتروني ضد المشاهير والتي تم إبرازها في هذه العبارات، حيث جاءت عبارة "التتمر الالكتروني بالمشاهير الرجال مسألة عادية" بوزن ٤٨.٣ درجة، ثم عبارة "التعليق بطريقة سيئة علي المشاهير ليس تنمراً" بوزن ٤٧.٧ درجة، ثم عبارة "التتمر الالكتروني بالمشاهير مسألة مقبولة" بوزن ٤٧ درجة، وبذات الوزن السابق جاءت عبارة "التتمر الالكتروني بالمشاهير به مرح وخفة ظل"، ثم جاءت عبارة "التتمر الالكتروني بالمشاهير أمر مسلي" بوزن ٤٤ درجة، وأخيراً جاءت عبارة "التتمر الالكتروني بالمشاهير النساء مسألة عادية" بوزن ٤٣.٧ درجة.

- مقياس اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير:

جدول رقم (٩)

مقياس اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير

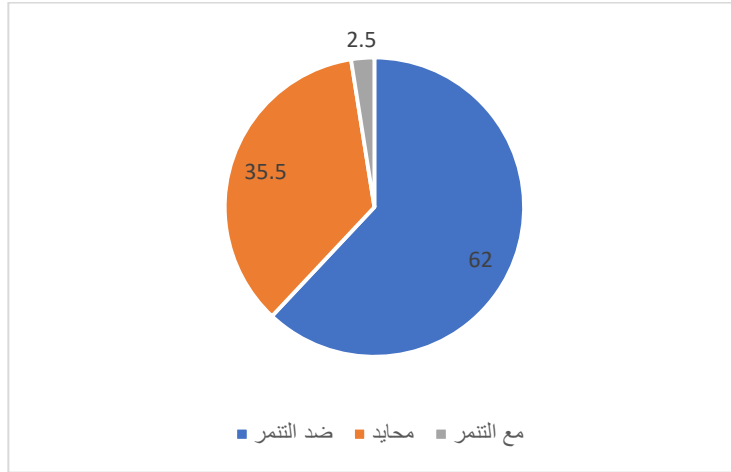
اتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير	ك	%
سلبى	124	62
محايد	71	35.5
إيجابى	5	2.5
الإجمالي	200	100.0

يتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة 62% من عينة الدراسة تتبنى اتجاهات سلبية نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير، في حين جاءت نسبة 35.5% من عينة الدراسة لديها اتجاهات محايدة نحو التتمر الالكتروني، ونسبة ضئيلة من عينة الدراسة - بلغت نسبتها ٢.٥% - كانت لديها اتجاهات إيجابية نحو التتمر الالكتروني بالمشاهير، و تعكس تلك النتيجة وعياً من الشباب عينة الدراسة، لكنه أيضاً ينبه القائمين علي الحملات الإعلامية و باحثي علم الاجتماع إلي الفئة ذات الرأي المحايد في القضية وفئة المؤيدين (وإن كانت ذات نسبة طفيفة) لأن كلتا الفئتين قد تنورط في تتمر الالكتروني ضد المشاهير و ضد الأفراد العاديين علي وجه العموم، حيث أنهم لا يرون في ذلك الفعل أمر غير صحيح أو غير مقبول.

وفيما يتعلق بمقارنة نتيجة الدراسة الحالية مع الدراسات الأجنبية التي تناولت الاتجاهات نحو التتمر الالكتروني بالمشاهير، فقد اتفقت الدراسة الحالية جزئياً مع دراسة كارثيكا وآخرين (٢٠٢١) التي استهدفت التعرف علي رأي الجمهور العام تجاه التتمر

الإلكتروني ضد الفنانة الهندية بارفائي، و أظهرت الإناث عدم موافقة علي التنمر الإلكتروني بينما دعم الرجال الهجوم عليها (Karthika C & P.P. Vijayalakshmi, 2021)، و في دراسة أوفرين و آخرين (٢٠١٧) التي استهدفت التعرف علي ردود أفعال المراهقات تجاه النقد السلبي و المتعلق بفضائح المشاهير، أشارت النتائج إلي أن ردود أفعال الفتيات اختلفت وفقاً لطبيعة الحالة التي طلب منهم إبداء رأيهن بخصوصها، و لكن بشكل عام شعرت الفتيات بالتسلية عند قراءة التعليقات حول المشاهير، لكنهم رفضوا الحالات التي كان فيها نية إيذاء الشخصية المشهورة.(Ouvrein et al., 2017)، وهو ما يعني أن المبحوثين في الغرب أجراً في التعبير عن اتجاهاتهم الحقيقية؛ حتي لو كانت ضد الأخلاقيات علي وجه العموم، وهذا أيضاً يطرح سؤالاً بحثياً، وهو ما إذا كان المبحوث في الدول العربية قد يخفي بعض من اتجاهاته الحقيقية إذا رأي أنها قد تخالف الاتجاه العام للمجتمع.

ويوضح الشكل التالي اتجاهات عينة الدراسة نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير:



شكل رقم (٢)

اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير

التساؤل الثالث: مدى تطبيق أفراد العينة لأبعاد الانفصال الأخلاقي في موضوع التمر الإلكتروني ضد المشاهير:

إجابات أفراد العينة علي مقياس أبعاد الانفصال الأخلاقي:

جدول رقم (١٠)

إجابات أفراد العينة علي مقياس أبعاد الانفصال الأخلاقي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		موافق الي حد ما		موافق تماما		أبعاد الانفصال الأخلاقي
			%	ك	%	ك	%	ك	
إعادة تعريف فعل التمر الإلكتروني لجعله أمرا عاديا									
٥٠.٧	٠.٦٨٧	١.٥٢	٥٩	١١٨	٣٠	٦٠	١١	٢٢	التعليق بشكل سيء على المشاهير هو فقط أداة لتلقيهم درسا.
٤٩.٠	٠.٦٤٩	١.٤٧	٦١	١٢٢	٣٠.٥	٦١	٨.٥	١٧	التعليق علي الشخصية المشهورة بشكل سيء علي وسائل التواصل الاجتماعي أقل سوءا من التعامل معها بشكل سيء في الحقيقة.
٤٨.٣	٠.٦٨٥	١.٤٥	٦٦	١٣٢	٢٣	٤٦	١١	٢٢	القيام بالتمر الإلكتروني بالمشاهير لزيادة متابعة الصفحة الشخصية للفرد علي وسائل التواصل الاجتماعي هو أمر يمكن التسامح معه.
٤٨.٣	٠.٦٥٦	١.٤٥	٦٣.٥	١٢٧	٢٧.٥	٥٥	٩	١٨	بالمقارنة مع التمر بالمشاهير في العالم الحقيقي، يعد التمر الإلكتروني مسألة بسيطة.
٤٧.٣	٠.٦٣٦	١.٤٢	٦٦.٥	١٣٣	٢٥.٥	٥١	٨	١٦	أمر طبيعي أن يقوم بعض مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بالتعليق السيء علي أحد المشاهير أو أحد أفراد عائلاتهم.
٤٥.٧	٠.٦١١	١.٣٧	٧٠.٥	١٤١	٢٢.٥	٤٥	٧	١٤	التمر الإلكتروني بالمشاهير الرجال أمر طبيعي.
٤٥.٣	٠.٦١٧	١.٣٦	٧٢	١٤٤	٢٠.٥	٤١	٧.٥	١٥	المزاح بشأن ملامح المشاهير أو مظهرهم أو وزنهم هو أمر للمزاح والضحك فقط، ولا يحمل أي نوايا سلبية.
٤٥.٣	٠.٦٠٢	١.٣٦	٧٠.٥	١٤١	٢٣	٤٦	٦.٥	١٣	المزاح بشأن ملامح أحد أفراد عائلات المشاهير أو مظهرهم أو وزنهم هو أمر للمزاح والضحك فقط، ولا يحمل أي نوايا سلبية.
٤٣.٧	٠.٥٨٨	١.٣١	٧٥.٥	١٥١	١٨	٣٦	٦.٥	١٣	التمر الإلكتروني بالمشاهير السيدات أمر طبيعي.
تغيب المسؤولية الفردية عن فعل التمر الإلكتروني ضد المشاهير									
٥٥.٣	٠.٧٢٧	١.٦٦	٤٩.٥	٩٩	٣٥.٥	٧١	١٥	٣٠	لا يجبلقاء اللوم علي الفرد المتمتم، إذا كان المجتمع لم يضع القوانين الرادعة.
٥٢.٧	٠.٦٩	١.٥٨	٥٤	١٠٨	٣٤.٥	٦٩	١١.٥	٢٣	الأصدقاء/الأسرة/المجتمع هم السبب في قيام الفرد بالتمر الإلكتروني بالمشاهير، لذلك لا يمكن محاسبته.
٥٠.٠	٠.٦٨	١.٥	٦٠.٥	١٢١	٢٩	٥٨	١٠.٥	٢١	التمر الإلكتروني بالمشاهير لا علاقة له بمفهوم المسؤولية تجاه الآخرين.
٤٨.٣	٠.٦٣٢	١.٤٥	٦٣	١٢٦	٢٩.٥	٥٩	٧.٥	١٥	إذا كان الجميع يقومون بالتعليق بشكل سيء علي الشخصية المشهورة، فمن غير العادل محاسبة أي من أفراد الجمهور.
٤٥.٣	٠.٦٠٢	١.٣٦	٧٠.٥	١٤١	٢٣	٤٦	٦.٥	١٣	التعليق علي المشاهير بشكل سلبي أمر غير سيء، إذا كان الجميع يقومون بنفس الأمر.

التقليل من سوء نتائج التمر الالكتروني علي المشاهير									
٥٣.٣	٠.٧٣١	١.٦	٥٥	١١٠	٣٠.٥	٦١	١٤.٥	٢٩	التمر الالكتروني بالمشاهير مفيداً لهم، حيث يزيد من شهرتهم، ويجعلهم يتصدرون مواقع التواصل الاجتماعي.
٥٢.٧	٠.٧١١	١.٥٨	٥٥	١١٠	٣٢	٦٤	١٣	٢٦	لا بد الا تنزع الشخصية المشهورة عندما يتم التعليق عليها بشكل سيء، لأن ذلك يعكس اهتمام الجمهور بها.
٤٧.٠	٠.٦٤٣	١.٤١	٦٧.٥	١٣٥	٢٤	٤٨	٨.٥	١٧	التمر الالكتروني بالمشاهير ليس مضرًا لهم.
لقاء المسئولية علي الضحية ذاتها والتقليل من شأنها									
٥٧.٣	٠.٧٦٣	١.٧٢	٤٦.٥	٩٣	٣٤.٥	٦٩	١٩	٣٨	إذا كانت الشخصية المشهورة غير حريصة بما فيه الكفاية علي التصرف و الحديث بشكل لائق، فهي المسئولة عن تعليقات الجمهور السلبية عليها.
٥٣.٠	٠.٧٠٤	١.٥٩	٥٤	١٠٨	٣٣.٥	٦٧	١٢.٥	٢٥	إذا تصرف الشخصية المشهورة بشكل غير لائق، فالتمر الالكتروني بها والتعليق عليها بشكل سيء هو ما تستحقه.
٥٢.٧	٠.٦٩٧	١.٥٨	٥٤	١٠٨	٣٤	٦٨	١٢	٢٤	بعض المشاهير يستحقون التعامل معهم بطريقة غير لائقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٥٢.٧	٠.٧١٢	١.٥٨	٥٥.٥	١١١	٣١.٥	٦٣	١٣	٢٦	الشخصية المشهورة التي تقوم بسلوك غير مقبول لا يجب أن تعامل بشكل انساني.
٥١.٧	٠.٦٦٣	١.٥٥	٥٥	١١٠	٣٥.٥	٧١	٩.٥	١٩	الشخصية المشهورة التي يتعامل الجمهور معها بشكل غير لائق، عادة ما تكون قامت بأمر تستحق عليه هذا التعامل.
٤٨.٠	٠.٦٧٨	١.٤٤	٦٦	١٣٢	٢٣.٥	٤٧	١٠.٥	٢١	بعض المشاهير يمكن معاملتهم الكترونيا بشكل عنيف، لأنهم بالأصل يفتقدون الي المشاعر التي يمكن أن تتأذي.

أولاً: العبارات التي تقيس بُعد إعادة تعريف فعل التمر الالكتروني لجعله أمراً عادياً:

جاء الوزن النسبي لهذه العبارات متراوحا بين ٥٠.٧ و ٤٣.٧ وهو ما يعني عدم الموافقة التامة علي إعادة تعريف فعل التمر الالكتروني بالمشاهير لجعله أمراً عادياً، جاءت عبارة "التعليق بشكل سيء علي المشاهير هو فقط أداة لتلقيهم درساً" في المقدمة بوزن نسبي ٥٠.٧ درجة، ثم في الترتيب الثاني جاءت عبارة "التعليق علي الشخصية المشهورة بشكل سيء علي وسائل التواصل الاجتماعي أقل سوءاً من التعامل معها بشكل سيء في الحقيقة" بوزن ٤٩ درجة، ثم عبارة "القيام بالتمر الالكتروني بالمشاهير لزيادة متابعة الصفحة الشخصية للفرد علي وسائل التواصل الاجتماعي هو أمر يمكن التسامح معه" بوزن نسبي ٤٨.٣ درجة، ثم بذات الوزن السابق جاءت عبارة "بالمقارنة مع التمر بالمشاهير في العالم الحقيقي، يُعد التمر الالكتروني مسألة بسيطة"، ثم في الترتيب الرابع جاءت عبارة "أمر طبيعي أن يقوم بعض مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بالتعليق السيء علي أحد المشاهير أو أحد أفراد عائلاتهم" بوزن نسبي ٤٧.٣ درجة، ثم عبارة "التمر الالكتروني بالمشاهير الرجال أمر طبيعي" بوزن نسبي ٤٥.٧ درجة، ثم عبارة "المزاح بشأن ملامح المشاهير أو مظهرهم أو وزنهم هو أمر للمزاح والضحك فقط، ولا يحمل أي نوايا سلبية" بوزن نسبي ٤٥.٣ درجة، ثم عبارة "المزاح بشأن ملامح أحد أفراد عائلات المشاهير أو مظهرهم أو وزنهم هو أمر للمزاح والضحك فقط، ولا يحمل أي نوايا

سلبية" بوزن نسبي ٤٥.٣ درجة، وأخيرًا "التنمر الالكتروني بالمشاهير السيدات أمر طبيعي" بوزن نسبي ٤٣.٧ درجة.

ثانياً: العبارات التي تقيس تغييب المسؤولية الفردية عن فعل التنمر الالكتروني ضد المشاهير:

في هذا البُعد، نلاحظ ارتفاع الوزن النسبي لبعض العبارات عن ٥٠ درجة، وهو ما يعني موافقة البعض علي إلغاء المسؤولية الفردية عن التنمر الالكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت عبارة "لا يجب إلقاء اللوم على الفرد المتمتر، حيث أن المجتمع لم يضع القوانين الرادعة" بوزن ٥٥.٣ درجة في مقدمة العبارات من حيث الأوزان النسبية، ثم عبارة "الأصدقاء/الأسرة/المجتمع هم السبب في قيام الفرد بالتنمر الالكتروني بالمشاهير، لذلك لا يمكن محاسبته" بوزن ٥٢.٧ درجة، ثم عبارة "التنمر الالكتروني بالمشاهير لا علاقة له بمفهوم المسؤولية تجاه الآخرين" بوزن ٥٠ درجة، ثم عبارة "إذا كان الجميع يقومون بالتعليق بشكل سيء علي الشخصية المشهورة، فمن غير العادل محاسبة أي من أفراد الجمهور" بوزن ٤٨.٣ درجة، ثم عبارة "التعليق علي المشاهير بشكل سلبي أمر غير سيء، إذا كان الجميع يقومون بنفس الأمر" بوزن ٤٥.٣ درجة.

ثالثاً: العبارات التي تقيس التقليل من سوء نتائج التنمر الالكتروني علي المشاهير:

كافة العبارات تعتبر أن التنمر الالكتروني بالمشاهير ليس مفيداً لهم وله أثر سلبي عليه حتى لو اقتصر التأثير السلبي علي التأثير النفسي فقط، حيث انخفضت الأوزان النسبية الدالة على تقييم عينة الدراسة لنتائج التنمر، حيث جاء في المقدمة رفض عينة الدراسة لفكرة أن التنمر الالكتروني بالمشاهير مفيداً لهم، حتى لو يزيد من شهرتهم، ويجعلهم يتصدرون مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٥٥.٣ درجة، ثم رفض عبارة "الابد ألا تنزعج الشخصية المشهورة عندما يتم التعليق عليها بشكل سيء، لأن ذلك يعكس اهتمام الجمهور بها" بوزن ٥٢.٧ درجة، وأخيراً جاءت عبارة "التنمر الالكتروني بالمشاهير ليس مضراً لهم" بوزن ٤٧ درجة.

رابعاً: العبارات التي تقيس بُعد إلقاء المسؤولية على الضحية ذاتها والتقليل من شأنها:

ألقي بعض أفراد عينة الدراسة اللوم علي الشخصية المشهورة ذاتها، حيث جاءت عبارة "إذا كانت الشخصية المشهورة غير حريصة بما فيه الكفاية علي التصرف و الحديث بشكل لائق، فهي المسؤولة عن تعليقات الجمهور السلبية عليها" وذلك بوزن ٥٧.٣ درجة، ثم "إذا تصرف الشخصية المشهورة بشكل غير لائق، فالتنمر الالكتروني بها والتعليق عليها بشكل سيء هو ما تستحقه" بوزن ٥٣ درجة، ثم بوزن نسبي ٥٢.٧ جاءت عبارتا "بعض المشاهير يستحقون التعامل معهم بطريقة غير لائقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، "الشخصية المشهورة التي تقوم بسلوك غير مقبول لا يجب أن تُعامل بشكل انساني"، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "الشخصية المشهورة التي يتعامل الجمهور معها بشكل غير لائق، عادة ما تكون قامت بأمر تستحق عليه هذا التعامل"، ثم رفض عينة الدراسة العبارة

القائلة بأن "بعض المشاهير يمكن معاملاتهم الكترونيا بشكل عنيف، لأنهم بالأصل يفتقدون إلي المشاعر التي يمكن أن تتأذي" وذلك بوزن ٤٨ درجة.

- مدي تطبيق عينة الدراسة للانفصال الأخلاقي في موضوع التمر الالكتروني نحو المشاهير:

جدول رقم (١١)

مدي تطبيق عينة الدراسة للانفصال الأخلاقي في موضوع التمر الالكتروني نحو المشاهير

مدي تطبيق عينة الدراسة للانفصال الأخلاقي في موضوع التمر الالكتروني نحو المشاهير			
أبعاد الانفصال الأخلاقي	إعادة تعريف فعل التمر الالكتروني لجعله أمرًا عاديًا	ك	%
أبعاد الانفصال الأخلاقي	منخفض	١٣٧	٦٨.٥
	متوسط	٥٦	٢٨.٠
	مرتفع	٧	٣.٥
تغيب المسئولية الفردية عن فعل التمر الالكتروني ضد المشاهير	منخفض	١٣١	٦٥.٥
	متوسط	٦٠	٣٠.٠
	مرتفع	٩	٤.٥
التقليل من سوء نتائج التمر الالكتروني علي المشاهير	منخفض	١٠٠	٥٠.٠
	متوسط	٩٧	٤٨.٥
	مرتفع	٣	١.٥
إلقاء المسئولية علي الضحية ذاتها والتقليل من شأنها	منخفض	١٠٨	٥٤.٠
	متوسط	٨١	٤٠.٥
	مرتفع	١١	٥.٥
إجمالي مقياس مدي تطبيق الانفصال الأخلاقي	منخفض	١٣٠	٦٥
	متوسط	٦٤	٣٢
	مرتفع	٦	٣
	الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق مدي تطبيق أفراد العينة لأبعاد الانفصال الأخلاقي في موضوع التمر الالكتروني ضد المشاهير، وذلك على المستوي العام، وعلي مستوي كل بُعد علي حدة، حيث جاءت النتائج كما يلي:

علي مستوي إجمالي المقياس، كانت نسبة ٦٥% من عينة الدراسة تطبق أبعاد الانفصال الأخلاقي بمستوي منخفض، وهو ما يعني اعتبار التمر الالكتروني فعل غير أخلاقي، في حين كانت نسبة ٣٢% من عينة الدراسة تطبق أبعاد الانفصال الأخلاقي بمستوي متوسط، وأخيرًا كانت نسبة ٣% من عينة الدراسة تطبق أبعاد الانفصال الأخلاقي بمستوي مرتفع، وهو يعني أن هذه النسبة تفصل التمر الالكتروني بالمشاهير عن أي معايير أخلاقية، وتختلف هذه النتائج في مجملها مع دراسة سكوت و آخرين (٢٠٢٠) حول التمر بالمشاهير عبر تويتر، حيث ألقى المشاركون باللوم علي الشخصية المشهورة جراء تعرضها لتتمر الكتروني في حالة قيامها بنشر تغريدة سلبية، كما تم تقييم حالات التمر الالكتروني بأنها اقل حدة في حالة أنها كانت نتيجة لتغريدة سلبية من قبل الشخصية المشهورة (Scott et al., 2020)، وقد يرجع اختلاف النتائج عن الدراسات السابقة الأجنبية إلي عاملين، الأول هو

تجزر البعد الديني و الأخلاقي في المجتمعات العربية و الإسلامية، عامل الرغبة في التعبير عن آراء أخلاقية حتي لا يتم الانتقاد من الآخرين.

- بخصوص بُعد إعادة تعريف فعل التتمر الالكتروني لجعله أمرًا عاديًا، كانت نسبة ٦٨.٥% من عينة الدراسة ذات مستوي منخفض من تطبيق هذا البُعد، وهو ما يعني أن أغلبية أفراد العينة لا يحاولون تشويه حقيقة أن التتمر الالكتروني أمر غير مقبول، في حين كانت نسبة ٢٨% من عينة الدراسة ذات مستوي متوسط من تطبيق هذا البُعد، وأخيرًا كانت نسبة ٣.٥% من عينة الدراسة ذات مستوي مرتفع من تطبيق هذا البُعد.

- وفيما يتعلّق ببُعد تغييب المسؤولية الفردية عن فعل التتمر الالكتروني ضد المشاهير، جاءت نسبة ٦٥.٥% من عينة الدراسة لديها مستوي منخفض من تطبيق هذا البُعد، وهو ما يعني إقرارهم بمسؤولية المتتمر الالكتروني عما يقوم به، في حين جاءت نسبة ٣٠% من عينة الدراسة لديها مستوي متوسط من تطبيق هذا البُعد، وأخيرًا جاءت نسبة ٤.٥% من عينة الدراسة لديها مستوي مرتفع من تطبيق هذا البُعد، وهو ما يعني أنها ترى أنه فعل عادي ولا يوجد مسؤولية على المتتمر الالكتروني.

- وبالنسبة لبُعد التقليل من سوء نتائج التتمر الالكتروني علي المشاهير، جاءت نسبة ٥٠% من عينة الدراسة لديها مستوي منخفض من تطبيق هذا البُعد، أي أن نصف العينة لا تقلل من التأثيرات السلبية للتتمر الالكتروني علي الضحية من المشاهير، في حين جاءت نسبة ٤٨.٥% من عينة الدراسة يتوسط تطبيقها لهذا البُعد، وأخيرًا جاءت نسبة ١.٥% من عينة الدراسة التي طبقت هذا البُعد بمستوي مرتفع و قللت من نتائج التتمر الالكتروني علي الشخصية المشهورة، و رأت أنه فعل عادي.

- بخصوص بُعد إلقاء المسؤولية علي الضحية ذاتها والتقليل من شأنها، جاءت نسبة ٥٤% من عينة الدراسة لديها مستوي منخفض من تطبيق هذا البُعد، بمعنى أنها لا تعتبر أن فعل التتمر الالكتروني مرهون بسلوك الضحية؛ وهو ما يعني رفض التتمر الالكتروني بشكل عام بغض النظر عما تقوم به الضحية من أفعال، في حين جاءت نسبة ٤٠.٥% من عينة الدراسة لديها مستوي متوسط من تطبيق هذا البُعد، وأخيرًا جاءت نسبة ٥.٥% من عينة الدراسة والتي رأت أنه يجوز التتمر الالكتروني ضد المشاهير طالما يستحقوا ذلك.

التساؤل الرابع: النوايا السلوكية للجمهور عينة الدراسة تجاه التتمر الالكتروني ضد المشاهير:

- **إجابات عينة الدراسة على عبارات مقياس النوايا السلوكية للتتمر الالكتروني ضد المشاهير:** طُلب من عينة الدراسة التعبير عن مدي احتمالية قيامها بعدد من السلوكيات عبر وسائل التواصل الاجتماعي تجاه المشاهير، وجاءت الإجابات كما يلي:

جدول رقم (١٢)

النوايا السلوكية للجمهور حول التمر الإلكتروني ضد المشاهير علي وسائل التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	احتمال ضعيف		غير متأكد		احتمال عالي		النوايا السلوكية للجمهور حول التمر الإلكتروني ضد المشاهير
			%	ك	%	ك	%	ك	
٥٠.٧	٠.٧٣	١.٥٢	٦٢.٥	١٢٥	٢٣.٥	٤٧	١٤	٢٨	تأييد التعليقات السببية علي أحد المشاهير سواء بعمل لايك أو مشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.
٥٠.٠	٠.٧٠٩	١.٥	٦٢.٥	١٢٥	٢٥	٥٠	١٢.٥	٢٥	التعليق علي مظهر الشخصية المشهورة أو ملابسها باستهزاء.
٤٩.٧	٠.٧٢٣	١.٤٩	٦٤.٥	١٢٩	٢٢	٤٤	(١٣.٥)	٢٧	التعليق علي ملامح الشخصية المشهورة، و تشبيهها أو مقارنتها بشكل سلبي بأخرين أو بكائنات أخرى.
٤٩.٣	٠.٦٩٤	١.٤٨	٦٤	١٢٨	٢٤.٥	٤٩	١١.٥	٢٣	مشاركة صور محرجة للمشاهير.
٤٨.٣	٠.٦٨٥	١.٤٥	٦٦	١٣٢	٢٣	٤٦	١١	٢٢	التعليق علي وزن الشخصية المشهورة، و تشبيهها أو مقارنتها بشكل سلبي بأخرين أو بكائنات أخرى.
٤٧.٠	٠.٦٨١	١.٤١	٧٠	١٤٠	١٩	٣٨	١١	٢٢	إهانة الشخصية المشهورة أو أحد أفراد عائلتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، نتيجة قيامها بأمر غير لائق.

يكشف الجدول السابق عن طبيعة النوايا السلوكية للجمهور عينة الدراسة نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير علي وسائل التواصل الاجتماعي، كانت الأوزان النسبية لمعظم العبارات في درجة التوسط (٥٠) أو أقل، وهو ما يدل علي توسط احتمالية القيام بتلك الأفعال، وجاءت العبارات بترتيب أوزانها النسبية كما يلي: "تأييد التعليقات السببية علي أحد المشاهير سواء بعمل لايك أي إعجاب أو مشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة" حيث جاء ذلك بوزن نسبي ٥٠.٧ درجة، "التعليق علي مظهر الشخصية المشهورة أو ملابسها باستهزاء" بوزن نسبي ٥٠ درجة، ثم يبدأ رفض عينة الدراسة الواضح لبعض العبارات التي تعبر عن بعض سلوكيات التمر الإلكتروني نحو المشاهير، بوزن نسبي يقل عن درجة ٥٠، بدءا من "التعليق علي ملامح الشخصية المشهورة، وتشبيهها أو مقارنتها بشكل سلبي بأخرين أو بكائنات أخرى" وذلك بوزن نسبي ٤٩.٧ درجة، ثم "مشاركة صور

مدرجة للمشاهير" بوزن نسبي ٤٩.٣ درجة، ثم "التعليق علي وزن الشخصية المشهورة، وتشبيهها أو مقارنتها بشكل سلبي بأخرين أو بكائنات أخرى" بوزن نسبي ٤٨.٣ درجة، ثم "إهانة الشخصية المشهورة أو أحد أفراد عائلتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، نتيجة قيامها بأمر غير لائق" بوزن نسبي ٤٧ درجة.

- مقياس النوايا السلوكية للتممر الإلكتروني ضد المشاهير:

جدول رقم (١٣)

مقياس النوايا السلوكية لدي عينة الدراسة نحو التمرر الإلكتروني ضد المشاهير:

مقياس النوايا السلوكية لدي عينة الدراسة نحو التمرر الإلكتروني ضد المشاهير	ك	%
منخفض	١٣٥	٦٧.٥
متوسط	٤٤	٢٢.٠
مرتفع	٢١	١٠.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠.٠

يتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة ٦٧.٥% من عينة الدراسة لديها نوايا سلوكية منخفضة المستوى نحو التمرر الإلكتروني ضد المشاهير، في حين جاءت نسبة ٢٢% من عينة الدراسة لديها نوايا سلوكية متوسطة، وأخيراً جاءت نسبة ١٠.٥% من عينة الدراسة التي يرتفع معدل نواياها السلوكية نحو التمرر الإلكتروني ضد المشاهير، وعند مقارنة هذه النتائج مع الدراسات الأجنبية التي تناولت النية السلوكية للتممر الإلكتروني بالمشاهير، ففي دراسة أوفرين (٢٠٢٣)، كانت النوايا السلوكية للمشاركين في الدراسة نحو ممارسة التمرر الإلكتروني بالمشاهير منخفضة، فيما عدا التعليق بشكل وقح علي مظهر الشخصية المشهورة التي كان هناك نية سلوكية مرتفعة للقيام بها (Ouvrein, 2023b)، و في سياق الدراسة الحالية كان عمل Like أو Share علي منشور يحمل تنمرًا أعلي في احتمالية القيام به من التعليق بشكل سلبي.

التساؤل الخامس: إدراك الجمهور عينة الدراسة لاتجاهات المجتمع نحو التمر الالكتروني ضد المشاهير:
- إجابات عينة الدراسة علي عبارات مقياس إدراك رأي المجتمع في التمر الالكتروني ضد المشاهير:

جدول رقم (١٤)
إدراك عينة الدراسة لرأي المجتمع في التمر الالكتروني بالمشاهير

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا اوافق		موافق الي حد ما		موافق تماما		إدراك عينة الدراسة لرأي المجتمع في التمر الالكتروني بالمشاهير
			%	ك	%	ك	%	ك	
٦١.٠	٠.٧٧٥	١.٨٣	٣٩.٥	٧٩	٣٧.٥	٧٥	٢٣	٤٦	معظم الناس لا يعتقدون أن التمر الالكتروني بالمشاهير أمرًا سيئًا
٥٣.٠	٠.٧٠٢	١.٥٩	٥٣	١٠٦	٣٤.٥	٦٩	١٢.٥	٢٥	لا ينظر جمهور وسائل التواصل الاجتماعي إلى المتتمر الالكتروني بالمشاهير بنظرة سيئة
٥٢.٠	٠.٦٧	١.٥٦	٥٤.٥	١٠٩	٣٥.٥	٧١	١٠	٢٠	أصدقائي لا يمانعون التمر الالكتروني بالمشاهير
٥٠.٠	٠.٧٠٩	١.٥	٦٢.٥	١٢٥	٢٥	٥٠	١٢.٥	٢٥	أفراد أسرتي وعائلتي لا يمانعون التمر الالكتروني بالمشاهير
٤٨.٠	٠.٦٧	١.٤٤	٦٦	١٣٢	٢٤	٤٨	١٠	٢٠	التمر الالكتروني بالمشاهير هو أمر مقبول علي وسائل التواصل الاجتماعي

يتضح من خلال الجدول السابق أن عينة الدراسة تدرك أن المجتمع لا يعارض للتمر الالكتروني ضد المشاهير في بعض الحالات، حيث جاء في مقدمة العبارات التي تم تأييدها: "معظم الناس لا يعتقدون أن التمر الالكتروني بالمشاهير أمرًا سيئًا" بوزن ٦١ درجة، تلاها عبارة "جمهور وسائل التواصل الاجتماعي لا ينظر إلي المتتمر الالكتروني بالمشاهير بنظرة سيئة" بوزن ٥٣ درجة، ثم جاءت إشارة عينة الدراسة إلى أن أصدقائهم لا يمانعون التمر الالكتروني بالمشاهير بوزن ٥٢ درجة، ثم أن أفراد أسرتهم وعائلتهم لا يمانعون التمر الالكتروني بالمشاهير بوزن ٥٠ درجة، وأخيرًا رفضت معظم عينة الدراسة عبارة "التمر الالكتروني بالمشاهير هو أمر مقبول علي وسائل التواصل الاجتماعي" وجاءت بوزن نسبي ٤٨ درجة.

مقياس إدراك رأي المجتمع حول التنمر الإلكتروني ضد المشاهير:

جدول رقم (١٥)

مقياس إدراك عينة الدراسة لرأي المجتمع حول التنمر الإلكتروني ضد المشاهير

إدراك عينة الدراسة لرأي المجتمع حول التنمر الإلكتروني ضد المشاهير	ك	%
إدراك أن رأي المجتمع سلبي نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير	١٠٨	٥٤.٠
إدراك أن رأي المجتمع محايد نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير	٨٠	٤٠.٠
إدراك أن رأي المجتمع إيجابي نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير	١٢	٦.٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠.٠

يتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة ٥٤% من عينة الدراسة يدركون أن رأي المجتمع سلبي نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، في حين جاء نسبة ٤٠% من عينة الدراسة يدركون أن رأي المجتمع محايد نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، وأخيراً جاء نسبة ٦% من عينة الدراسة يدركون أن رأي المجتمع إيجابي نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج الدراسات الأجنبية التي تناولت موضوع التنمر الإلكتروني بالمشاهير وقاست إدراك العينة لرأي المجتمع، ففي دراسة أوفرين (٢٠٢٣)، اتضح أن عينة الدراسة يرون أن الأقران و الإباء و الآخرين المهمين للفرد ليسوا مؤيدين للتنمر الإلكتروني ضد المشاهير (Ouvrein, 2023b).

ثالثاً: نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية سلبية بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير:

جدول رقم (١٦)

العلاقة بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير

معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
اتجاهات الجمهور نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير	٠.١٧٣* سلبية	٠.٠١٤	دال

يوضح الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية سلبية بين معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (-٠.١٧٣) عند مستوى معنوية (٠.٠١٤)، حيث يتم قبول صحة الفرض، بمعنى أنه كلما ارتفع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة، تتشكل لديهم اتجاهات سلبية نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، ويُمكن تفسير ذلك بأنه كلما زاد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وزادت متابعة حالات التنمر الإلكتروني بمشاهير بما تحويه من إساءات غير إنسانية وعدم احترام للشخصية المشهورة،

زاد في المقابل رفض سلوكيات التتمر الالكتروني بالمشاهير لعدم أخلاقيتها وغياب إنسانيتها.

وتختلف هذه النتيجة جزئياً مع نتائج دراسة أوفرين و آخرين (٢٠٢٣)، ففي تلك الدراسة تم التوصل إلي أنه كلما زادت متابعة حالات التتمر الالكتروني بالمشاهير Regular Exposure، تشكلت اتجاهات إيجابية نحو التتمر الالكتروني بالمشاهير (Ouvrein et al., 2023)، و يمكن أن نعزو ذلك الاختلاف إلي أن عينة دراسة أوفرين كانت من المراهقين الذين قد تتشكل اتجاهاتهم ببساطة من خلال التعرض للاتجاه السائد والانسحاق وراءه، أما عينة الدراسة الحالية فكانت من الشباب الجامعي، والذي تتكون لديه في هذه المرحلة القدرة علي رفض الاتجاه السائد إذا كان معيياً من الناحية الأخلاقية أو القيمة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الالكتروني بالمشاهير واتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير:

جدول رقم (١٧)

العلاقة بين إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الالكتروني بالمشاهير واتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الالكتروني بالمشاهير اتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير
دال	٠.٠٠٠	**٦٠٨	

ينتضح من خلال الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الالكتروني بالمشاهير واتجاهات الجمهور نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٦٠٨) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، حيث يتم قبول صحة الفرض، بمعنى أنه كلما أدرك الجمهور أن رأي المجتمع إيجابي نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير، تكونت لديه اتجاهات إيجابية نحو التتمر الالكتروني بالمشاهير، والعكس صحيح، كلما أدرك الجمهور أن المجتمع يرفض التتمر الالكتروني ضد المشاهير، ترتفع بالتبعية معه الاتجاهات السلبية نحو التتمر الالكتروني ضد المشاهير.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أوفرين و آخرين (2023) و التي تم التوصل فيها إلي وجود علاقة بين الاتجاهات الإيجابية نحو التتمر الالكتروني بالمشاهير و إدراك معايير اجتماعية مؤيدة للتتمر الالكتروني بالمشاهير والنوايا السلوكية الإيجابية نحو التتمر بالمشاهير (Ouvrein, 2023b)، و في دراسة هوانج و آخرين (٢٠١٦)، وجدت علاقة بين الاستمتاع و إدراك المعايير الاجتماعية المؤيدة لفعل التتمر و القدرة الضعيفة في التحكم في الذات و التتمر الالكتروني، فإدراك أن الآخرين معايير اجتماعية مؤيدة لفعل التتمر الالكتروني يؤدي إلي تحييد الفعل و نفي صفة اللاأخلاقية عنه مما يؤدي إلي وجود نية سلوكية للتتمر (Hwang et al., 2016).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي واتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير:

جدول رقم (١٨)

العلاقة بين تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي واتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير
			تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي
دال	٠.٠٠٠	**٠.٧٠٨	إعادة تعريف فعل التمر الإلكتروني لجعله أمرًا عاديًا
دال	٠.٠٠٠	**٠.٥٥٧	نفي وجود مسؤولية فردية عن فعل التمر الإلكتروني ضد المشاهير
دال	٠.٠٠٠	**٠.٥١٣	التقليل من سوء وخطورة نتائج التمر الإلكتروني على الشخصية المشهورة
دال	٠.٠٠٠	**٠.٦٢٣	إلقاء المسؤولية على الضحية ذاتها والتقليل من شأنها
دال	٠.٠٠٠	**٠.٧٠٣	إجمالي مقياس مدى تطبيق الانفصال الأخلاقي

اتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي في موضوع التمر الإلكتروني ضد المشاهير واتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٧٠٣) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة قوية، ويتم قبول صحة الفرض، بمعنى أنه كلما زاد تطبيق الجمهور للانفصال الأخلاقي، زادت الاتجاهات الإيجابية نحو التمر الإلكتروني بالمشاهير، وهذا يتوافق مع نتائج الدراسات السابقة وفروض النظريات التي تم الاعتماد عليها، فقيام الفرد بفصل موضوع التمر الإلكتروني عن أي قيم أخلاقية أو إنسانية، يجعل الفرد يقبل فعل التمر الإلكتروني ضد المشاهير، ففي دراسة رونونس وبك (٢٠١٥)، تم التوصل إلي أن وسائل التواصل الاجتماعي لها خصائص تحفز علي تطبيق الانفصال الأخلاقي في موضوع التمر الإلكتروني، وهو ما يؤدي في النهاية إلي تسهيل التمر الإلكتروني، والعكس صحيح، ففي حالة عدم تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي يصعب التمر الإلكتروني (Runions & Bak, 2015)، كما تتفق نتائج الدراسة مع دراسة أوفرين و آخرين (٢٠٢٣)، حيث وُجد أنه كلما زادت درجات الجمهور علي مقياس تطبيق الانفصال الأخلاقي، زادت الاتجاهات الإيجابية نحو التمر الإلكتروني بالمشاهير (Ouvrein et al., 2023).

وفيما يتعلق بالعلاقة بين كل بُعد من أبعاد الانفصال الأخلاقي واتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني، فقد جاءت كما يلي:

- فيما يتعلق ببعد إعادة تعريف فعل التمر الإلكتروني لجعله أمرًا عاديًا، فقد وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين إعادة تعريف فعل التمر الإلكتروني لجعله أمرًا عاديًا واتجاهات الجمهور نحو التمر الإلكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٧٠٨) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠).

- بالنسبة لبُعد نفي وجود مسؤولية فردية عن فعل التمر الإلكتروني ضد المشاهير، فقد وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين تغييب المسؤولية الفردية عن فعل التمر الإلكتروني ضد

المشاهير واتجاهات الجمهور نحو التمر الالكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٥٥٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة، ويتم قبول صحة الفرض، بمعنى أنه كلما ارتفع تأكيد عينة الدراسة للمسئولية الاجتماعية عن فعل التمر، ارتفع معه تشكل اتجاهات سلبية لدي الجمهور نحو التمر الالكتروني ضد المشاهير، وفي حالة التأييد لعدم تحميل المتتمر أي مسئولية عن فعله، تكونت اتجاهات إيجابية نحو التمر الالكتروني ضد المشاهير.

- بخصوص بُعد التقليل من سوء وخطورة نتائج التمر الالكتروني علي الشخصية المشهورة، وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين التقليل من سوء نتائج التمر الالكتروني علي المشاهير واتجاهات الجمهور نحو التمر الالكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٥١٣) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة، بمعنى أنه كلما قام الفرد بتقليل خطورة نتائج التمر الالكتروني علي المشهور، زادت اتجاهاته الإيجابية نحو التمر بالمشاهير.

- وفيما يخص البعد الرابع والأخير وهو إلقاء المسئولية علي الضحية ذاتها والتقليل من شأنها، فقد وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين إلقاء المسئولية علي الضحية ذاتها والتقليل من شأنها واتجاهات الجمهور نحو التمر الالكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٦٢٣) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة، وهو ما يعني أنه كلما قام الجمهور بتطبيق هذا البعد من الانفصال الأخلاقي و الذي يعني القيام بإلقاء المسئولية علي الضحية ذاتها، زادت الاتجاهات الإيجابية للجمهور نحو التمر الالكتروني بالمشاهير.

الفرض الرابع: توجد فروق في اتجاهات الجمهور نحو التمر الالكتروني نحو المشاهير وفقاً للنوع، والمرحلة العمرية، وطبيعة التخصص العلمي:

جدول رقم (١٩)

الفروق في اتجاهات الجمهور نحو التمر الالكتروني نحو المشاهير وفقاً للنوع، والمرحلة العمرية، وطبيعة التخصص العلمي

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	اتجاهات الجمهور نحو التمر الالكتروني نحو المشاهير	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية والتعليمية	النوع
٠.٠٠٠ دال	١٩٨	ت=٤٦.٣٨٢	٠.٥٧٧٧	١.٦٤	١٠٠	ذكر	المرحلة العمرية
			٠.٣٧٧٥	١.١٧	١٠٠	أنثى	
٠.٠٦٠ غير دال	١٩٨	ت=٣.٥٦٥	٠.٥٣٧٧	١.٥١٧	٥٨	أقل من ٢٠ عاماً	المرحلة العمرية
			٠.٥٣٧١	١.٣٥٩	١٤٢	أكبر من ٢٠ عاماً	
٠.٠٣٤ دال	١٩٨	ت=٤.٥٤٩	٠.٥٤٨٨	١.٥٠٠	٨٤	علوم اجتماعية وانسانية	طبيعة التعليم الجامعي
			٠.٥٢٦٨	١.٣٣٦٢	١١٦	علوم طبيعية وتطبيقية	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو التنمر الإلكتروني نحو المشاهير وفقاً للمتغيرات الديموغرافية والتعليمية، حيث تم استخدام اختبارات لقياس الفروق، وتم التحقق الكلي من صحة هذا الفرض، حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو التنمر الإلكتروني نحو المشاهير وفقاً للنوع والمرحلة العمرية وطبيعة التخصص العلمي، وجاءت النتائج على النحو التالي:

- فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (٥.٥٧٢) عند درجة حرية (١٩٨) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمستوى اتجاهات الجمهور نحو التنمر الإلكتروني نحو المشاهير، وكانت الفروق لصالح الذكور بمتوسط حسابي (١.٦٣) ثم الإناث بمتوسط حسابي (١.٢٣)، وهذا يعني اتجاهات إيجابية أعلى نحو التنمر لدى الذكور مقارنة بالإناث، ويمكن تفسير ذلك بأن الإناث قد يشعرون بقدر أكبر من التعاطف مع الضحية، وذلك بشكل أكبر منه لدى الذكور، والتعاطف هو أحد المتغيرات التي أشارت إليها الدراسات السابقة، ففي دراسة أوفرين و آخريين (٢٠١٨) وُجدت علاقة بين التعاطف الفكري و المعنوي و الانفصال الأخلاقي من ناحية و العنف الإلكتروني ضد المشاهير من الناحية الأخرى؛ كما توسط الانفصال الأخلاقي العلاقة بين التعاطف المعنوي و العنف الإلكتروني ضد المشاهير. (Ouvrein et al., 2018)

- وعن العمر، بلغت قيمة ت (٢.٩٣٣) عند درجة حرية (١٩٨) ومستوى معنوية (٠.٠٠٤) وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية الفئات العمرية لعينة الدراسة وفقاً لاتجاهاتهم نحو التنمر الإلكتروني نحو المشاهير، وذلك لصالح عينة الدراسة من الفئة العمرية (أقل من ٢٠ عاماً) بمتوسط حسابي (١.٦) تلاه عينة الدراسة من الفئة العمرية (أكبر من ٢٠ عاماً) بمتوسط حسابي (١.٤)، وهذا يعني اتجاهات إيجابية نحو التنمر أعلى في مستواها لدى الفئة العمرية الأصغر مقارنة بالفئة العمرية الأكبر، ويمكن تفسير ذلك بأن الفئة العمرية الأكبر تكون أكثر نضجاً من الناحية الأخلاقية و القيمية من الفئات الأصغر، مما يمكنها من اتخاذ اتجاه معاكس لما هو رائج من قبول البعض للتنمر الإلكتروني بالمشاهير.

- فيما يتعلق بطبيعة التخصص العلمي، بلغت قيمة ف (٣.١٩٧) عند درجتى حرية (١٩٨) ومستوى معنوية (٠.٠٠٢) وهو مستوى معنوية دال مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين طبيعة التعليم الجامعي وفقاً لاتجاهاتهم نحو التنمر الإلكتروني نحو المشاهير، وكانت الفروق لصالح دارسي العلوم الاجتماعية والإنسانية بمتوسط حسابي (١.٥٧) ثم عينة الدراسة من دارسي العلوم الطبيعية والتطبيقية بمتوسط حسابي (١.٣)، وهذا يعني اتجاهات إيجابية أعلى نحو التنمر لدى دارسي العلوم الاجتماعية والإنسانية مقارنة بدارسي العلوم الطبيعية و التطبيقية، ويمكن تفسير ذلك بأنه قد يري دارسي العلوم الاجتماعية والإنسانية مبررات لفعل التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، فطبيعة العلوم الاجتماعية و الإنسانية لا تحمل تفسيرات أو تقييمات قاطعة للظواهر الإنسانية و الاجتماعية في جميع الأحوال، بينما

قد يري دارسي العلوم التطبيقية و الطبيعية أنه مهما صدر من الشخصية المشهورة من أفعال فلا يمكن بأي حال التتمر بها إلكترونياً.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والنوايا السلوكية للجمهور للتتمر الإلكتروني بالمشاهير:

جدول رقم (٢٠)

العلاقة بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والنوايا السلوكية للجمهور للتتمر الإلكتروني بالمشاهير

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي النوايا السلوكية للجمهور للتتمر الإلكتروني بالمشاهير
غير دال	٠.٩٤٢	٠.٠٠٥	

يتضح من خلال الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والنوايا السلوكية للجمهور للتتمر الإلكتروني بالمشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٠٠٥ عند مستوى معنوية غير دال (٠.٩٤٢)، ومما سبق يتم رفض صحة الفرض، وهو ما يشير إلي أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليس من المتغيرات التي تحدد تشكل النية السلوكية للتتمر الإلكتروني بالمشاهير أم لا، حيث يتضح في اختبارات الفروض التالية أن للنوايا السلوكية للتتمر الإلكتروني بالمشاهير محددات أخرى أكثر عمقاً من مجرد كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير، والنوايا السلوكية للجمهور حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير.

جدول رقم (٢١)

العلاقة بين إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير، والنوايا السلوكية للجمهور حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير النوايا السلوكية للجمهور حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير
دال	٠.٠٠٠	***٠.٣٩٤	

يتضح من خلال الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الجمهور لرأي المجتمع حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير والنوايا السلوكية للجمهور حول التتمر الإلكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٣٩٤) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة، ويتم قبول صحة الفرض، بمعنى أنه كلما كان إدراك عينة الدراسة أن للمجتمع رأي مؤيد حول التتمر الإلكتروني بالمشاهير يرتفع معه

تشكل نوايا سلوكية للتنمر الإلكتروني بالمشاهير، والعكس صحيح، و هو ما يتفق مع فروض نظرية السلوك المخطط و كذلك نظرية التعلم الاجتماعي، حيث يقوم الفرد -في بعض الأحيان- بتحديد سلوكياته بناء علي إدراكه لما يؤديه المجتمع أو يرفضه، و ذلك للحصول علي القبول الاجتماعي اللازم والتماسي مع معايير المجتمع الذي يعيش فيه.

كما تتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات السابقة، ففي دراسة أوفرين (٢٠٢٣) وجدت علاقة ارتباطية بين إدراك أن الآخرين يقومون بالتنمر الإلكتروني بالمشاهير ووجود نوايا سلوكية مرتفعة للتنمر الإلكتروني بالمشاهير (Ouvrein, 2023b)، وفي دراسة أوفرين وآخرين (٢٠١٩) التي اعتمدت علي نظرية التعلم الاجتماعي في دراسة تأثير إدراك رأي الآخرين (الأقران، والآباء) حول التنمر الإلكتروني علي القيام بسلوك التنمر الإلكتروني نفسه، فقد وجد أن إدراك أن الآخرين من الآباء أو من المشهورين يقومون بالتنمر الإلكتروني زاد من احتمالية القيام بسلوكيات التنمر عبر الانترنت (Ouvrein et al., 2019).

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي والنوايا السلوكية للجمهور للتنمر الإلكتروني بالمشاهير.

جدول رقم (٢٢)

العلاقة بين تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي والنوايا السلوكية للجمهور للتنمر الإلكتروني بالمشاهير

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	النوايا السلوكية للجمهور للتنمر الإلكتروني بالمشاهير تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي
دال	٠.٠٠٠	**٠.٤٤٧	إعادة تعريف فعل التنمر الإلكتروني لجعله أمرًا عاديًا
دال	٠.٠٠٠	**٠.٣١٧	نفي وجود مسنولية فردية عن فعل التنمر الإلكتروني ضد المشاهير
دال	٠.٠٠٠	**٠.٣٧٤	التقليل من سوء وخطورة نتائج التنمر الإلكتروني على الشخصية المشهورة
دال	٠.٠٠٠	**٠.٤٤١	إلقاء المسنولية على الضحية ذاتها والتقليل من شأنها
دال	٠.٠٠٠	**٠.٤٨١	إجمالي مقياس مدي تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي

اتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي في موضوع التنمر الإلكتروني ضد المشاهير وتشكل نوايا سلوكية للتنمر الإلكتروني بالمشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٤٨١) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة، ويتم قبول صحة الفرض، بمعنى أنه كلما طبق الفرد الانفصال الأخلاقي في موضوع التنمر الإلكتروني بالمشاهير (أي قام بفصله عن المعايير والقيم الأخلاقية) تشكلت نوايا سلوكية لدي الفرد للتنمر الإلكتروني بالمشاهير، والعكس صحيح، فكلما رفض الفرد التنمر الإلكتروني بالمشاهير من الناحية الأخلاقية ولم يحاول تبرير ذلك السلوك، ضعفت لديه النوايا السلوكية لممارسة التنمر الإلكتروني بالمشاهير.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة أوفرين و آخرين (٢٠١٨) حول العلاقة بين التعاطف الفكري و المعنوي و الانفصال الأخلاقي من ناحية و العنف الالكتروني ضد المشاهير، حيث وجدت علاقة بين الانفصال الأخلاقي و العنف ضد المشاهير، و توسط الانفصال الأخلاقي العلاقة بين التعاطف المعنوي و العنف الالكتروني ضد المشاهير.(Ouvrein et al., 2018)، وفي دراسة روميرا و آخرين (٢٠٢١) وجدت علاقة بين كل من الرغبة في الشهرة و تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي و ارتكاب التنمر الالكتروني (Romera et al., 2021) ، كما تتفق النتيجة مع الدراسات التي تناولت العلاقة بين الانفصال الأخلاقي و العنف علي وجه العموم، ففي دراسة جيانج و آخرين (٢٠٢٢) وجد أن تطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي يتوسط العلاقة بين المعايير الاجتماعية المدركة حول العنف و التنمر من ناحية و القيام بسلوك التنمر علي الجهة الأخرى (Jiang et al., 2022).

وفيما يتعلق بالعلاقة بين كل بُعد من أبعاد الانفصال الأخلاقي وتشكل النوايا السلوكية فقد جاءت كما يلي:

- بالنسبة لبُعد إعادة تعريف فعل التنمر الالكتروني لجعله أمرًا عاديًا، جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٤٤٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة، بمعنى أنه كلما ارتفع تقييم عينة الدراسة لظاهرة التنمر الالكتروني بالمشاهير علي أنها أمرًا عاديًا وتم فصلها عن المعايير الأخلاقية و القيمية، يرتفع معه تشكل نوايا سلوكية نحو التنمر الالكتروني ضد المشاهير.
- فيما يتعلق ببُعد نفي وجود مسؤولية فردية عن فعل التنمر الالكتروني ضد المشاهير، فقد وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين ذلك البُعد و النوايا السلوكية للتنمر الالكتروني بالمشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٣١٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة، فكلما غاب الاعتقاد بوجود مسؤولية فردية عن فعل التنمر الالكتروني بالمشاهير، يرتفع معه تشكل النوايا السلوكية نحو التنمر الالكتروني ضد المشاهير.
- بخصوص بُعد التقليل من سوء نتائج التنمر الالكتروني على المشاهير، وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين التقليل من سوء نتائج التنمر الالكتروني بالشخصية المشهورة وتشكل النوايا السلوكية للجمهور نحو التنمر الالكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٣٧٤) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة.
- بالنسبة لبُعد إلقاء المسؤولية علي الضحية ذاتها و التقليل من شأنها، فقد وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين قيام الفرد بإلقاء المسؤولية علي الضحية و التقليل من شأنها من ناحية، وتشكل النوايا السلوكية لدي الجمهور للتنمر الالكتروني بالمشاهير من الناحية الأخرى، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٤٤١) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة.

الفرض الثامن: توجد فروق في النوايا السلوكية للجمهور حول التنمر الالكتروني ضد المشاهير وفقًا للنوع، والمرحلة العمرية، وطبيعة التخصص العلمي:

جدول رقم (٢٣)

الفروق في النوايا السلوكية للجمهور حول التمر الالكتروني ضد المشاهير وفقا للنوع، والمرحلة العمرية، وطبيعة التخصص العلمي

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	النوايا السلوكية للجمهور حول التمر الالكتروني ضد المشاهير	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية والتعليمية	
٠.٠١٢ دال	١٩٨	ت=٢.٥٤٤	٠.٧٠١٧٣	١.٥٥	١٠٠	ذكر	النوع
			٠.٦٣٠٧٨	١.٣١	١٠٠	أنثى	
٠.٨٠٨ غير دال	١٩٨	ت=٠.٢٤٤	٠.٦٥٣٥٣	١.٤٤٨٣	٥٨	أقل من ٢٠ عامًا	المرحلة العمرية
			٠.٦٨٧٥٢	١.٤٢٢٥	١٤٢	أكبر من ٢٠ عامًا	
٠.٦٩١ غير دال	١٩٨	ت=٠.٣٩٧	٠.٦٨٣٨	١.٤٥٢٤	٨٤	علوم اجتماعية وإنسانية	طبيعة التخصص العلمي
			٠.٦٧٣٣٣	١.٤١٣٨	١١٦	علوم طبيعية وتطبيقية	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في النوايا السلوكية لدي الجمهور حول التمر الالكتروني ضد المشاهير وفقاً للمتغيرات الديموغرافية والتعليمية، وجاءت النتائج على النحو التالي:

- فيما يتعلق بالنوع، وجدت فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالنوايا السلوكية حول التمر الالكتروني ضد المشاهير، حيث بلغت قيمة ت (٢.٥٤٤) عند درجة حرية (١٩٨) ومستوى معنوية (٠.٠١٢)، وهو مستوى معنوية دال، وكانت الفروق لصالح الذكور بمتوسط حسابي (١.٥٥) ثم الإناث بمتوسط حسابي (١.٣١)، ويمكن تفسير ذلك أيضاً بأن الإناث قد يشعرون بقدر أكبر من التعاطف مع الضحية، وذلك بشكل أكبر منه لدي الذكور، مما قد يضعف من احتمالية تكون نوايا سلوكية للتمر بالمشاهير لديهن.
- وعن العمر، بلغت قيمة ت (٠.٢٤٤) عند درجة حرية (١٩٨) ومستوى معنوية (٠.٨٠٨) وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية في النوايا السلوكية حول التمر الالكتروني ضد المشاهير.
- فيما يتعلق بطبيعة التخصص العلمي، بلغت قيمة ت (٠.٣٩٧) عند درجة حرية (١٩٨) ومستوى معنوية (٠.٦٩١) وهو مستوى معنوية غير دال مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية في النوايا السلوكية نحو التمر للمشاهير وفقاً لطبيعة التخصص العلمي.
- وبذلك يتم التحقق الجزئي من صحة هذا الفرض حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة في النوايا السلوكية للتمر الالكتروني ضد المشاهير وفقاً للنوع، ويتم الرفض مع كل من متغيري (الفئة العمرية، وطبيعة التخصص العلمي)، وهو ما يتفق مع نتائج الفرض الرابع الذي اتضح من خلال نتائج اختبار وجود فروق إحصائية في الاتجاهات نحو التمر الالكتروني ضد المشاهير وفقاً للنوع، وهو ما يعني ارتفاع اتجاهات الذكور الإيجابية ونواياهم السلوكية نحو التمر الالكتروني بالمشاهير مقارنةً بالإناث. الفرض التاسع: توجد

علاقة ارتباطية إيجابية بين الاتجاهات نحو التتمر الإلكتروني ضد المشاهير والنوايا السلوكية لممارسة التتمر الإلكتروني ضد المشاهير:

جدول رقم (٢٤)

العلاقة بين الاتجاهات نحو التتمر الإلكتروني ضد المشاهير و النوايا السلوكية لممارسته

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اتجاهات الجمهور نحو التتمر الإلكتروني ضد المشاهير
دال	٠.٠٠٠	**٠.٣٤٦	النوايا السلوكية للجمهور لممارسة التتمر الإلكتروني ضد المشاهير

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين اتجاهات الجمهور نحو التتمر الإلكتروني ضد المشاهير وتشكل النوايا السلوكية للممارسة التتمر الإلكتروني ضد المشاهير، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٣٤٦) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، ويتم قبول صحة الفرض، بمعنى أنه كلما كانت اتجاهات الجمهور إيجابية نحو التتمر الإلكتروني بالمشاهير تشكلت نوايا سلوكية لدي الفرد لممارسة التتمر الإلكتروني بالمشاهير، والعكس صحيح، فكلما كانت الاتجاهات التي يتبناها الفرد نحو التتمر الإلكتروني بالمشاهير سلبية ضعف تكون النية السلوكية لممارسة التتمر الإلكتروني بالمشاهير.

وتتفق هذه النتائج مع فروض نظرية السلوك المخطط التي تقول بإمكانية تشكل نية سلوكية لممارسة السلوك في حالة وجود اتجاهات إيجابية نحو الفعل ومعايير اجتماعية مؤيدة وقدرة علي عمل السلوك (Ajzen, 2011)، وتتفق هذه النتيجة مع التراث الأدبي الأجنبي، ففي دراسة أوفرين (٢٠٢٣) توصلت الدراسة إلي أنه كلما زادت الاتجاهات الإيجابية نحو تعنيف و مهاجمة المشاهير، ووجود معايير قيمية مؤيدة، وقدرة علي التحكم في السلوك، فقد زادت النوايا السلوكية نحو المشاركة في هذا السلوك (Ouvrein, 2023a).

مناقشة النتائج:

أولاً فيما يتعلق باتجاهات العينة ونواياها السلوكية نحو التتمر الإلكتروني بالمشاهير:

اتضح من خلال الدراسة أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة لديها اتجاهات سلبية نحو التتمر الإلكتروني ضد فئة المشاهير (نسبة ٦٢%)، وهو ما يعكس وعياً من قِبل الشباب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يخالف نظرة الأجيال الأكبر للشباب باعتباره لا يتسم بالتفكير الأخلاقي والقيمي.

وجنباً إلى جنب وتماشياً مع رفض التتمر الإلكتروني؛ كانت النوايا السلوكية لممارسة التتمر بالمشاهير ضعيفة، وذلك لدي نسبة ٦٧.٥% من إجمالي العينة.

وتوافقت الاتجاهات السلبية نحو التتمر الإلكتروني بالمشاهير وضعف النوايا السلوكية للتتمر بهم مع إدراك أغلب أفراد العينة لنظرة المجتمع على أنها سلبية نحو فعل التتمر الإلكتروني بالمشاهير (نسبة ٥٤% من العينة كانت تعتقد ذلك).

ثانياً ما يتعلق بمدي تطبيق الشباب المصري الجامعي لأبعاد الانفصال الأخلاقي في موضوع التنمر الإلكتروني ضد المشاهير:

لم تقم أغلب العينة بفصل التنمر الإلكتروني عن الأخلاقيات والقيم، بل علي العكس؛ اعتقدت النسبة الأكبر من العينة (٦٥% من إجمالي العينة) بأن التنمر الإلكتروني ضد المشاهير فعل غير صحيح من الناحية الأخلاقية، و هو ما يؤكد مرة أخرى وعياً كبيراً من الشباب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، فعلي الرغم من انتشار التنمر الإلكتروني ضد المشاهير علي مواقع التواصل الاجتماعي، وتعامل تلك الفئة علي وجه التحديد مع تلك المواقع بكثافة؛ إلا أن ذلك لم يستطع خلخلة معاييرهم الأخلاقية و القيمة تجاه الموضوع، ولم يقوموا بتطبيق أبعاد الانفصال الأخلاقي ليخففوا من سوء فعل التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، فعلي الرغم من ان انتشاره، إلا أنهم كانوا لا يزالون مؤمنين أنه غير مبرر أيًا كان الموقف.

ثالثاً المتغيرات المرتبطة بتشكيل الاتجاهات والنوايا السلوكية نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير:

جاءت نتائج الدراسة متوافقة مع فروض نظريتي السلوك المخطط والانفصال الأخلاقي، ومتماشية مع النموذج المقترح للدراسة، وذلك كما يلي:

أ/ كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: كانت أغلب أفراد العينة من كثيفي الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي، وارتبطت كثافة الاستخدام باتجاهات سلبية نحو التنمر الإلكتروني، لكنه لم يثبت وجود علاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و النوايا السلوكية للممارسة التنمر الإلكتروني بالمشاهير، ولعل ذلك بسبب ان النوايا السلوكية تتشكل بشكل أكبر بناء علي الاتجاهات نحو السلوك وليس علي معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فقط.

ب/ إدراك رأي المجتمع في سلوك التنمر الإلكتروني بالمشاهير: وفقاً لنظرية السلوك المخطط، فهناك علاقات ارتباطية بين كل من الاتجاهات نحو السلوك وإدراك رأي المجتمع حول السلوك والنوايا السلوكية، ووفقاً للدراسة الحالية فق وُجد ارتباطاً إيجابياً بين إدراك رأي المجتمع وكل من الاتجاهات و النوايا السلوكية، وهذا يعني ان الاتجاهات والنوايا السلوكية تنمو بشكل متوافق مع ما يراه غالبية أفراد المجتمع.

ج/ تطبيق معايير الانفصال الأخلاقي: تفترض نظرية الانفصال الأخلاقي أن تطبيق معايير الانفصال الأخلاقي من عدمه (بمعني مدي الاعتقاد بأن فعل التنمر الإلكتروني ضد المشاهير مسألة عادية من الناحية الأخلاقية و القيمة، أو أنه فعل غير أخلاقي و مؤذي لفئة المشاهير ولا يتسم بالإنسانية)، له علاقة بالاتجاهات الإيجابية نحو السلوك غير الأخلاقي و تشكل النوايا السلوكية لممارسته، وبالفعل ثبتت هذه العلاقات في الدراسة الحالية، حيث أن تطبيق الانفصال الأخلاقي ارتبط باتجاهات إيجابية نحو التنمر الإلكتروني و تشكل نوايا سلوكية قوية نحو التنمر الإلكتروني بالمشاهير، و العكس صحيح، فكلما تم اعتبار التنمر الإلكتروني

مسألة غير أخلاقية كانت الاتجاهات سلبية نحو التتمر الإلكتروني و كانت النوايا السلوكية ضعيفة نحو ممارسة التتمر الإلكتروني.

د/ المتغيرات الديموجرافية والتعليمية: وجدت فروق في الاتجاهات الإيجابية نحو التتمر الإلكتروني وفقاً للمرحلة العمرية والنوع وطبيعة التخصص العلمي، وذلك لصالح الفئة الأقل عمراً و للذكور و لدارسي العلوم الإنسانية و الاجتماعية، و كان هناك فروق في تشكل النوايا السلوكية العالية للتتمر بالمشاهير وفقاً للنوع فقط، و كانت لصالح الذكور.

ه/ الاتجاهات وعلاقتها بالنوايا السلوكية: ارتبطت الاتجاهات ارتباطاً إيجابياً بتشكيل نوايا سلوكية من عدمه.

وهنا يمكن الخروج باستنتاج عام يربط نتائج الفروض ببعضها ببعض، ويؤكد على صحة النموذج المفترض؛ بشكل متوافق مع التراث البحثي و فروض النظريات التي تم الاعتماد عليها، فالكثافة العالية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وإدراك رأي المجتمع علي أنه سلبي نحو سلوك التتمر الإلكتروني بالمشاهير، وعدم تطبيق الانفصال الأخلاقي في موضوع التتمر الإلكتروني بالمشاهير (بمعني تطبيق المعايير الأخلاقية و القيمة علي هذا السلوك)، كل تلك المتغيرات يرتبط باتجاهات سلبية نحو التتمر الإلكتروني و نوايا سلوكية ضعيفة نحو ممارسة التتمر الإلكتروني بالمشاهير.

و العكس صحيح؛ فإدراك نظرة المجتمع لفعل التتمر الإلكتروني باعتباره أمراً اعتيادياً أو إيجابياً، و عدم الاعتقاد بأن فعل التتمر الإلكتروني بالمشاهير فعلاً غير أخلاقياً، كل تلك المتغيرات ترتبط ارتباطاً إيجابياً باتجاهات إيجابية نحو التتمر الإلكتروني بالمشاهير و بتشكيل نوايا سلوكية لممارسة التتمر الإلكتروني ضد المشاهير.

ولعل هذا الاستنتاج العام يقدم لممارسي مهنة الاعلام والعلاقات العامة والمهتمين بحقوق الانسان تصوراً عملياً وشاملاً حول المتغيرات التي يجب مناقشتها أو العمل عليها لتغيير سلوك التتمر الإلكتروني في العموم و ضد المشاهير علي وجه الخصوص، فقد أوضحت النتائج ضرورة التعامل مع متغيرات: الاتجاهات، إدراك رأي المجتمع، الانفصال الأخلاقي، والتعاطف؛ باعتبارها كلها عوامل مرتبطة ارتباط وثيق بتشكيل النوايا السلوكية في موضوع التتمر الإلكتروني.

مقترحات الدراسة:

أولاً علي المستوى الأكاديمي:

أ/ علي المستوى المنهجي:

أ/١ تقترح الباحثة إجراء مزيد من الدراسات الكمية والكيفية حول موضوع التتمر الإلكتروني بالمشاهير، وذلك علي عينات أوسع من الجماهير، وعينات تمثل قطاعات أوسع من المجتمع، إلي جانب تطبيق دراسات الحالة علي الوقائع المختلفة للتتمر الإلكتروني بالمشاهير، و جاء هذا الاقتراح في ضوء محدودية الدراسات العربية التي تم إجراؤها في

هذا السياق، و محددات الدراسة الحالية من حيث العينة، و عدد المتغيرات التي أمكن قياس تأثيرها و اختبار علاقتها بباقي المتغيرات.

أ/٢ دراسة مجموعة من المتغيرات التي قد تتوسط العلاقات بين الاتجاهات و النوايا السلوكية، أو قد تكون سبباً رئيسياً في تشكيلها، علي سبيل المثال يمكن الاقتراح بدراسة العلاقة بين قبول التنمر الالكتروني ضد المشاهير أو الإقدام عليه و كل من: السمات النفسية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، والمتغيرات القيمية والدينية التي يؤمن بها أفراد الجمهور. فقد أكدت الدراسات الأجنبية بالفعل علي وجود ارتباط إيجابي بين الصفات الشخصية الثلاثية الخطيرة وهي الميكافيلية والنرجسية والاعتلال النفسي *The Dark Triad: Machiavellianism, narcissism, and psychopathy* والقيام بالتنمر الالكتروني ضد المشاهير، كما يمكن دراسة تأثير متغير التعاطف الوجداني مع الشخصية المشهورة، و هو أحد المتغيرات التي قامت دراسات سابقة باختبار تأثيرها، و بالتأكيد سوف يكون اختبار تلك العلاقات جديداً في المنطقة العربية، كما أن النتائج ستكون ذات دلالة و أهمية نظراً لاختلاف السياق العربي عن السياق الأجنبي.

- **ب/ علي مستوى الإطار النظري:** تقترح الباحثة في الدراسات المستقبلية تطبيق نظرية الشخص الثالث في الدراسات الميدانية المتعلقة بهذا الموضوع، وبُني هذا الاقتراح علي حقيقة اختلاف النتيجة المتعلقة بالاتجاهات نحو التنمر الالكتروني في الدراسة الحالية مع الدراسات الأجنبية، حيث كان المبحوثون الغربيون أكثر تعبيراً بشكل علني عن عدم رفضهم بل وتأييدهم في بعض الحالات للتنمر الإلكتروني بالمشاهير، بينما في الدراسة الحالية؛ عبرت أغلبية عينة الدراسة الحالية عن اتجاه سلبي نحو التنمر الإلكتروني ضد المشاهير، وقد يُعزي ذلك إلي عدم رغبة المبحوثين في التعبير عن اتجاه قد يخالف الاتجاه السائد الرافض للتنمر، ومن هنا يمكن الاقتراح بتطبيق النظريات التي تتيح للمبحوث التعبير عن رأيه بشكل واضح دون محاولة تغييره للتماشي مع الاتجاه العام.

- **ج/ دراسة تأثير التغطية الإخبارية المتعلقة بقيام المشاهير بالإقدام علي الانتحار أو الانتحار (كرد فعل علي تعرضهم للتنمر) علي الجماهير من المراهقين، حيث تشكل هذه الأخبار خطراً علي المراهقين الذين يتخذون من المشاهير قدوة لهم و مرشداً لتصرفاتهم.**

ثانياً علي المستوى الإعلامي والتوعوي:

- تقترح الباحثة إجراء حملات توعية بمخاطر التنمر الالكتروني علي حياة الأفراد؛ سواء كانوا أفراد عاديين أو من المشاهير، حيث تولي الحملات الحالية الاهتمام بالتنمر الواقعي ضد الأفراد العاديين، ولكن لا يوجد اهتمام حالي بالتنمر الذي يحدث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي نحو الأفراد علي وجه العموم، و نحو المشاهير علي وجه الخصوص، ويمكن التركيز بشكل أساسي علي الأبعاد التالية في تلك الحملات:

أ/ **الفئات الأولى بالاستهداف:** اتضح من خلال الدراسة أن هناك نسبة فاقت الثلث (٣٨%) كان لديها إما اتجاهاً محايداً أو مؤيداً للتنمر الالكتروني ضد المشاهير، كما اتضح أن نسبة

٣٢.٥% من العينة كانت لديهم نوايا سلوكية متوسطة أو مرتفعة المدى لممارسة سلوك التتمر الإلكتروني بالمشاهير، وكانت نسبة ٣٥% تفصل التتمر الإلكتروني عن الأخلاقيات والقيم الإنسانية. و بناء عليه؛ فإن هذه الفئات (ذات الاتجاهات الإيجابية أو المحايدة/ ذات النوايا السلوكية المتوسطة لمرتفعة/ التي تفصل التتمر الإلكتروني بالمشاهير عن القيم الأخلاقية و الإنسانية) هي الأولى بالاستهداف من أي حملات للتوعية بمخاطر التتمر الإلكتروني بالأشخاص العاديين أو بالمشاهير، ففي حالة عدم توعية تلك الفئات؛ ستكون مرشحة للتفاعل مع حالات التتمر بالمشاهير إما بالسلب (عدم الرفض أو عدم التعبير عن الرفض) أو بالمشاركة (التعبير عن التأييد من خلال تسجيل الإعجاب Like و عمل Share) أو بالمبادرة بممارسة سلوك التتمر بالمشاهير.

ب/ المحاور التي يجب مناقشتها وإبرازها من خلال تلك الحملات:

ب/١ في ضوء النتائج التي تم التوصل لها؛ اتضح ضرورة حل المسألة الأخلاقية المتعلقة بالتتمر الإلكتروني ضد المشاهير، فكما أظهرت النتائج هناك من يفصلون التتمر الإلكتروني بالمشاهير عن أي أخلاقيات أو قيم، و يجعلون منه أمرًا عاديًا و مقبولًا، و يجعلونه نتيجة طبيعية للسلوك الذي يمكن أن تقوم به الشخصية المشهورة، وهذا يجعل من الضرورة التوضيح في وسائل الاعلام المختلفة - بمختلف إنتاجها (برامج، إعلانات الخدمة العامة، مناقشات، أفلام تسجيلية) - أن التتمر الإلكتروني ضد المشاهير هو فعل غير أخلاقي، مثله مثل التتمر الإلكتروني ضد الأفراد العاديين، وأن التعليق علي أداء الشخصية المشهورة أمر مقبول؛ لكن التعدي و التخطي إلي التتمر و التعليق بشكل مهين علي أبعاد جسمانية أو شكلية للشخصية المشهورة يبقى أمرًا غير أخلاقيًا و لا يُمكن تبريره بأي حال من الأحوال.

ب/٢ يجب توضيح النتائج الجسيمة التي قد تحدث للشخص المنتمّر به من المشاهير علي المستوي الشخصي أو العائلي في خطاب وسائل الاعلام للجماهير، فوفقًا لنتائج الدراسة الحالية والدراسات السابقة؛ فإن التعاطف مع الشخصية المشهورة وإبراز رأي المجتمع الراض للظاهرة يدعم إضعاف أي اتجاهات إيجابية أو نوايا سلوكية للتتمر بالمشاهير.

قائمة المراجع:

- Ajzen, I. (2011). Handbook of theories of social psychology. In *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1* (Vol. 1). SAGE Publications Inc.
<https://doi.org/10.4135/9781446249215>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
<https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- ◌AIBION. (2023). *CYBERBULLYING, CELEBRITIES, & THE CYCLE OF ABUSE*. Albion Fellows Bacon Center. <https://albionfellowsbacon.org/cyberbullying/>
- Anggriani, D. (2016). *IMPOLITENESS USED BY HATERS IN CELEBRITIES' INSTAGRAM* [Masters Thesis]. University of Negeri.
- Bandura, A. (1999). Moral Disengagement in the Perpetration of Inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3(3), 193–209.
- BBC RADIO 1. (2023). *7 stars who have personal experiences of online bullying*. BBC.
<https://www.bbc.co.uk/programmes/articles/3QcD9W13Dr0bxmt4CMWVvGk/7-stars-who-have-personal-experiences-of-online-bullying>
- Bjärehed, M., Thornberg, R., Wänström, L., & Gini, G. (2021). Individual Moral Disengagement and Bullying Among Swedish Fifth Graders: The Role of Collective Moral Disengagement and Pro-Bullying Behavior Within Classrooms. *Journal of Interpersonal Violence*, 36(17–18), NP9576–NP9600.
<https://doi.org/10.1177/0886260519860889>
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352–356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Celebrity cyberbullying legal advice*. (n.d.).
- Chen, G. M., Pain, P., & Zhang, J. (2018). #NastyWomen: Reclaiming the Twitterverse from Misogyny. In J. R. Vickery & T. Everbach (Eds.), *Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment* (pp. 371–388). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72917-6_19
- Conner, M. (2020). Theory of Planned Behavior. In T. G. & R.C. Eklund (Eds.), *Handbook of Sport Psychology* (pp. 1–18). Wiley.
<https://doi.org/10.1002/9781119568124.ch1>
- Corbett, J. B. (2010). Encyclopedia of Science and Technology Communication. In *Encyclopedia of Science and Technology Communication*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412959216>
- CyberTrace Team. (2023, March 9). *Cyberbullying and Harassment of Influencers and Celebrities*.
- de Oliveira, W. A., Caravita, S. C. S., Colombo, B., Donghi, E., da Silva, J. L., & Silva, M. A. I. (2019). Self-justification processes related to bullying among brazilian adolescents: A mixed methods study. *Frontiers in Psychology*, 10(MAY). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01086>
- Farries, E., & Sturm, T. (2019). Feminist legal geographies of intimate-image sexual abuse: Using copyright logic to combat the unauthorized distribution of celebrity intimate images in cyberspaces. *Environment and Planning A*, 51(5), 1145–1165. <https://doi.org/10.1177/0308518X18786964>

- Hwang, J., Lee, H., Kim, K., Zo, H., & Ciganek, A. P. (2016). Cyber neutralisation and flaming. *Behaviour and Information Technology*, 35(3), 210–224. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2015.1135191>
- Jeong, R. (2022). *DEVELOPMENT OF THE MORAL DISENGAGEMENT AND BULLYING SCALE* [Thesis]. NORTHERN ILLINOIS UNIVERSITY.
- Jiang, H., Liang, H., Zhou, H., & Zhang, B. (2022). Relationships Among Normative Beliefs About Aggression, Moral Disengagement, Self-Control and Bullying in Adolescents: A Moderated Mediation Model. *Psychology Research and Behavior Management*, 15, 183–192. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S346658>
- Karthika C, & P.P. Vijayalakshmi. (2021). Trolls To Cyber Mob: The Virtual Rape Through Facebook. *Indian Journal of Mass Communication and Journalism (IJMCJ)*, 1(1).
- Kumar, A., & Sachdeva, N. (2019). Cyberbullying detection on social multimedia using soft computing techniques: a meta-analysis. *Multimedia Tools and Applications*, 78(17), 23973–24010. <https://doi.org/10.1007/s11042-019-7234-z>
- Lowry, P. B., Zhang, J., Wang, C., & Siponen, M. (2016). Why Do Adults Engage in Cyberbullying on Social Media? An Integration of Online Disinhibition and Deindividuation Effects with the Social Structure and Social Learning Model. *Information Systems Research*, 27(4), 962–986. <https://doi.org/10.1287/isre.2016.0671>
- Lu, S., Zhao, L., Lai, L., Shi, C., & Jiang, W. (2022). How Do Chinese People View Cyberbullying? A Text Analysis Based on Social Media. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph19031822>
- Miller, K. C., & Lewis, S. C. (2022). Journalistic Visibility as Celebrity and its Consequences for Harassment. *Digital Journalism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2136729>
- Najah, N., & Nayyef, N. (2022). Lark Journal. *Lark Journal (2022)*, 46(3), 2663–5836. <https://doi.org/10.31185/>
- Ouvrein, G. (2023a). Celebrity Appearance-Shaming: Innocent Bashing Forms or Reconfirming Gender Norms? A Study into the Explanations of Adolescents' Celebrity Appearance-Shaming Intentions. *Cyberpsychology*, 17(2). <https://doi.org/10.5817/CP2023-2-3>
- Ouvrein, G. (2023b). Celebrity Appearance-Shaming: Innocent Bashing Forms or Reconfirming Gender Norms? A Study into the Explanations of Adolescents' Celebrity Appearance-Shaming Intentions. *Cyberpsychology*, 17(2). <https://doi.org/10.5817/CP2023-2-3>
- Ouvrein, G., De Backer, C. J. S., & Vandebosch, H. (2018). Online celebrity aggression: A combination of low empathy and high moral disengagement? The relationship between empathy and moral disengagement and adolescents' online celebrity aggression. *Computers in Human Behavior*, 89, 61–69. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.029>
- Ouvrein, G., Pabian, S., Machimbarrena, J. M., Erreygers, S., De Backer, C. J. S., & Vandebosch, H. (2019). Setting a Bad Example: Peer, Parental, and Celebrity Norms Predict Celebrity Bashing. *Journal of Early Adolescence*, 39(7), 937–961. <https://doi.org/10.1177/0272431618797010>
- Ouvrein, G., Vandebosch, H., & De Backer, C. J. S. (2017a). Celebrity critiquing: hot or not? Teen girls' attitudes on and responses to the practice of negative

- celebrity critiquing. *Celebrity Studies*, 8(3), 461–476.
<https://doi.org/10.1080/19392397.2017.1307126>
- Ouvrein, G., Vandebosch, H., & De Backer, C. J. S. (2017b). Celebrity critiquing: hot or not? Teen girls' attitudes on and responses to the practice of negative celebrity critiquing. *Celebrity Studies*, 8(3), 461–476.
<https://doi.org/10.1080/19392397.2017.1307126>
- Ouvrein, G., Vandebosch, H., & De Backer, C. J. S. (2023). Situational and personal determinants of adolescents' attitudes toward online celebrity bashing. *Psychology of Popular Media*. <https://doi.org/10.1037/ppm0000451>
- Paciello, M., Tramontano, C., Nocentini, A., Fida, R., & Menesini, E. (2020). The role of traditional and online moral disengagement on cyberbullying: Do externalising problems make any difference? *Computers in Human Behavior*, 103, 190–198. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.024>
- Park, S., & Kim, J. (2021). Tweeting about abusive comments and misogyny in south korea following the suicide of sulli, a female k-pop star: Social and semantic network analyses. *Profesional de La Informacion*, 30(5).
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.05>
- Romera, E. M., Ortega-Ruiz, R., Runions, K., & Camacho, A. (2021). Bullying Perpetration, Moral Disengagement and Need for Popularity: Examining Reciprocal Associations in Adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 50(10), 2021–2035. <https://doi.org/10.1007/s10964-021-01482-4>
- Runions, K. C., & Bak, M. (2015). Online Moral Disengagement, Cyberbullying, and Cyber-Aggression. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 400–405. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0670>
- Saengprang, S., & Gadavani, S. (2021). Cyberbullying: The Case of Public Figures. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 14(1), 344–369. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/LEARN/index>
- Sahni, A., & Raja, N. (2018). Data Science and Analytics: 4th International Conference on Recent Developments in Science, Engineering and Technology. In B. Panda, S. Sharma, & N. R. Roy (Eds.), *Analyzation and Detection of Cyberbullying: A Twitter Based Indian Case Study* (Vol. 799, pp. 484–497). Springer . <https://doi.org/10.1007/978-981-10-8527-7>
- Scott, G. G., Brodie, Z. P., Wilson, M. J., Ivory, L., Hand, C. J., & Sereno, S. C. (2020). Celebrity abuse on Twitter: The impact of tweet valence, volume of abuse, and dark triad personality factors on victim blaming and perceptions of severity. *Computers in Human Behavior*, 103, 109–119.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.020>
- Takano, M., Taka, F., Ogiue, C., & Nagata, N. (2022). *Online Harassment of Celebrities and Influencers*. <http://arxiv.org/abs/2210.07599>
- Tillman, C. J., Gonzalez, K., Whitman, M. V., Crawford, W. S., & Hood, A. C. (2018). A multi-functional view of moral disengagement: Exploring the effects of learning the consequences. *Frontiers in Psychology*, 8(JAN).
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.02286>
- Tolmatcheff, C., Galand, B., & Roskam, I. (2022). Validation of the French version of the moral disengagement in bullying scale: Testing Bandura's conceptual model. *Journal of School Psychology*, 91, 81–96.
<https://doi.org/10.1016/j.jsp.2022.01.002>

- أبو هميلة، حميدة. (2023, March 1). *لماذا تزايد التنمر الإلكتروني ضد المشاهير؟*. اندينت عربية .
<https://www.independentarabia.com/node/426731/%D9%85%D9%86%D9%88%D8%B9%D8%A7%D8%AA/%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D8%AA%D8%B2%D8%A7%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D9%85%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-%D8%B6%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%B1%D8%9F>
- الجمال، راسم محمد. (2021). *ميثودولوجيا الاتصال: علم البحث العلمي و تطبيقاته في الاتصال*. الدار المصرية اللبنانية.
- الجندي، نهلة السيد محمد، عبد الشافي، مؤمن جابر & نصر، محمد معوض إبراهيم. (2021). *التنمر الإلكتروني بشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهات المراهقين نحوه*. مجلة دراسات الطفولة، (91)24 ,
123–129. <https://doi.org/10.21608/jsc.2021.186934>
- الحرزي، حياة. (2022, October 30). *التنمر علي الفنانين ظاهرة متنامية يدعمها غياب ضوابط "السوشيال ميديا" الإمارات اليوم*.
- العبد الكريم، صفية بنت إبراهيم. (2023). *اتجاهات النخبة السعودية نحو تقييم الدور الاعلامي للتصدي لجرانم التنمر الإلكتروني: دراسة ميدانية*. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الاعلام و تكنولوجيا الاتصال ,
10, 105–145. <http://search.mandumah.com/Record/1371284>
- النجار، دينا. (2019, February 26). *بعد محاولة الأسطورة الشهراني الانتحار 10 مشاهير تعرضوا للتنمر الشروق*.
- بدر، سلمى. (2021, January 4). *آخرهم يسرا و حورية 11 فنائًا في مصيدة التنمر الإلكتروني*. الدستور .
توبي، هناء. (2021, July 2). *التنمر الإلكتروني.. "عاصفة تشتد ضد الفنانات"*. الخليج.
- حربي، هالة. (2023, August 12). *الإحصاء % 89 من الشباب في مصر يستخدمون الإنترنت. الهيئة الوطنية للإعلام*.
- <https://www.maspero.eg/economy/2023/08/12/710348/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A1-89-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D9%8A%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%A>
- زهير، هاجر. (2021, December 27). *التنمر علي المشاهير ..إنهيار قيمي يغذيه فراغ قانوني بمواقع التواصل الاجتماعي*. مدار. 21.
- سامي، ريهام. (2018). *التنمر الإلكتروني وعلاقته بإدمان مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية*. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال. (22)2018, 212–226.
<https://doi.org/10.21608/jkom.2018.108403>
- صلاح، سارة. (2023, April). *جورى بكر بعد مشهد زواجها فى مسلسل جعفر العمدة: كفاية سب وشتائم*. اليوم السابع .
- <https://www.youm7.com/story/2023/4/10/%D8%AC%D9%88%D8%B1%D9%89-%D8%A8%D9%83%D8%B1-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D9%85%D8%B4%D9%87%D8%AF-%D8%B2%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87%D8%A7-%D9%81%D9%89-%D9%85%D8%B3%D9%84%D8%B3%D9%84-%D8%AC%D8%B9%D9%81%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D8%AF%D8%A9-%D9%83%D9%81%D8%A7%D9%8A%D8%A9/6145047>

- عزت، لاما. (2018, December 19). التتمر الإلكتروني...مراهقون يتناولون علي المشاهير زهرة الخليج. فهمي، بسنت مراد. (2021). التتمر الإلكتروني بين المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* 20(3), 289–335. <https://doi.org/10.21608/joa.2021.198148>
- محمد، لميس. (2019, October 15). بسبب التتمر علي التفاصيل الكاملة لوفاة المغنية سولي. *اليوم السابع*. وكالة الأنباء الفرنسية. (2022, February 19). *التتمر عبر الإنترنت في كوريا الجنوبية يدفع ضحاياه إلى الانتحار*. بوابة الأهرام .