

وسائل الإعلام في العائلة الإعلانات وفخاخ التكاليف



نظرة عامة

- ٣ التعامل مع الإعلانات وفخاخ التكاليف على شبكة الإنترنت
- ٦ نماذج الأعمال والتكاليف الخفية في الألعاب الرقمية
- ١٠ المزيد من عروض المعلومات والمساعدة

التعامل مع الإعلانات وفخاخ التكاليف على شبكة الإنترنت

الأطفال والشباب في بؤرة اهتمام الإعلانات

تُصادفك الإعلانات في كل مكان تقريبًا - بمجرد أن تخرج من المنزل أو تفتح تطبيقًا على هاتفك الذكي أو تشاهد التلفاز.

والأهداف الأساسية للإعلان هي نفسها دائماً: زيادة الوعي بالمنتج، وإقناع الناس بشرائه، وبالتالي تأكيد قرارات الشراء على أنها "صحيحة"، وتقوية الارتباط بين العملاء والمنتج، وتمييز المنتج أو العلامة التجارية عن المنافسين. الأطفال والشباب على وجه الخصوص فئة مستهدفة مهمة للمعلنين. فغالبًا ما يصعب عليهم الهروب من تأثير الإعلانات ولا يفهمون بعد القصد من ورائها. ولا تتطور هذه القدرة إلا في مرحلة المراهقة وما بعدها. وغالبًا ما يتم تصميم الإعلانات لجذب الأطفال على وجه التحديد، مثلًا بقصص قصيرة ومضحكة أو ألحان ونصوص بسيطة يسهل تذكرها. وإذا تم تصوير شخصية مفضلة من مسلسل أو فيلم على أحد المنتجات أو كانت مرتبطة بالمنتج، فإن هذا له تأثير مغرٍ للغاية على الأطفال والشباب. ويُطلق على هذا النوع من الإعلانات اسم الترويج.



وسائل الإعلام في العائلة 🗣️ الإعلانات وفخاخ التكاليف



واعتمادًا على مدى وصولهم وعدد متابعيهم، يمكن أن يكون للشخصيات المؤثرة تأثير قوي جدًا على قرارات الشراء الخاصة بالأطفال والشباب. والمؤثرون هم وسائل إعلامية شائعة بسبب قربهم وعلاقة الثقة التي تربطهم بمتابعيهم. ومع ذلك، هناك مصالح تجارية وراء العديد من التوصيات التي يُفترض أنها شخصية، ويتلقى المؤثرون شيئًا ما مقابل الإعلان عن المنتج (على سبيل المثال عبر الروابط المتشعبة).

وتحظى الإعلانات عبر الإنترنت تحديدًا بأشكال عديدة مختلفة. غالبًا ما تحتوي مواقع الإنترنت أو خدمات وسائل التواصل الاجتماعي أو منصات البث أو الألعاب أو حتى تطبيقات (الألعاب) على إعلانات، أو ما يسمى بالإعلانات داخل التطبيق، والتي تهدف إلى تشجيع عمليات الشراء. وغالبًا ما تهدف الإعلانات عبر الإنترنت إلى دفع الناس لا شعوريًا أو عن غير قصد إلى شراء شيء ما أو الحصول على اشتراك. ويتم تمويل العديد من العروض عبر الإنترنت من خلال الإعلانات.

في فيديو الأسئلة الشائعة "وسائل الإعلام في العائلة - الإعلانات وفخاخ التكاليف" ستجد إجابات عن الأسئلة الشائعة لدى الوالدين ونصائح إضافية حول ذلك الأمر.

فيديو الأسئلة الشائعة
"وسائل الإعلام في العائلة -
الإعلانات وفخاخ التكاليف"

إلى فيديو الأسئلة الشائعة 🗣️



ما هي تحديات الإعلان عبر الإنترنت؟

- لا يمكن دائماً التعرف على الإعلانات عبر الإنترنت، على سبيل المثال إذا كانت تبدو وكأنها منشور على وسائل التواصل الاجتماعي أو إذا تم استخدام أسماء تجارية لمنتجات أخرى في الألعاب.
- يجمع المعلنون البيانات الشخصية وبيانات المستخدمين، على سبيل المثال من خلال استبيانات الرأي أو المسابقات. وتُباع البيانات وتتلقى رسائل بريد إلكتروني غير مرغوب فيها أو ما يُسمى بالإعلانات المخصصة.
- يمكن للإعلان عبر الإنترنت الترويج لمحتوى غير مناسب للفئة العمرية، على سبيل المثال، الألعاب العنيفة أو المحتوى الجنسي أو المقامرة عبر الإنترنت.
- قد يكون الإعلان عبر الإنترنت مقلماً ومزعجاً ومخيفاً. وغالباً ما يُصمم بشكل متطفل ومربك. ونتيجة لذلك، يمكن أن يحدث أن تنقر بالخطأ على إعلان بدلاً من النقر فوقه.



الحدود القانونية للإعلان: يخضع الإعلان أيضاً للوائح. وهي منصوص عليها في المعاهدة الحكومية بشأن حماية الشباب في وسائل الإعلام (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, JMStV) وتشمل، على سبيل المثال، أنه لا يجوز أن تستهدف الإعلانات عن الكحول أو التبغ الأطفال على وجه التحديد. ^[1]



نماذج الأعمال والتكاليف الخفية في الألعاب الرقمية

بالإضافة إلى الألعاب الرقمية كإصدارات كاملة يتعين عليك دفع ثمنها، فإن الألعاب المجانية تحظى بشعبية خاصة. وغالبًا ما تكون هذه التطبيقات التي يمكن تنزيلها مجانًا، على سبيل المثال من متجر التطبيقات أو متجر جوجل بلاي. لكن مطوري الألعاب يرغبون في كسب المال، لذا في معظم الحالات لا تكون تطبيقات الألعاب هذه مجانية حقًا. ويمكن أن تُخفي الألعاب التي تبدو مجانية على وجه الخصوص نماذج أعمال لا يمكن التعرف عليها للوهلة الأولى.

● الإعلانات داخل اللعبة أو داخل التطبيق:

يمكن لمطوري الألعاب تحقيق أرباح بمساعدة الإعلانات: في الألعاب المجانية، يتم عرض لافتات إعلانية صغيرة أو صور ويتم تشغيل إعلانات على شكل مقاطع فيديو أو مقاطع صوتية. وغالبًا ما يتم مكافأتك بمزايا قيمة للعبة عند مشاهدة الإعلانات أو يتم استخدامها كمقاطعة مستهدفة في اللعبة (على سبيل المثال قبل مستوى جديد). وإذا انقرت على الإعلان، فغالبًا ما تتم إعادة توجيهك من اللعبة إلى موقع آخر. يُراعى أنه قد تعرض الرسائل الإعلانية التي يتم تشغيلها مواضيع غير مناسبة، على سبيل المثال محتوى غير مناسب للعمر.

● بيانات اللاعب والاستخدام:

من خلال جمع البيانات الشخصية (مثل الاسم أو العمر أو عنوان البريد الإلكتروني أو مدة اللعب أو وقت اللعب أو الموقع أو دليل جهات الاتصال)، يمكن للألعاب تكييف وعرض المشتريات والرسائل والإعلانات المخصصة المناسبة للاعبين وعرضها عليهم. ويمكن أيضًا إعادة بيع بيانات المستخدم لأغراض الدعاية. ولم يعد من الممكن استرجاعها في كثير من الأحيان، أو بصعوبة بالغة.



● عمليات الشراء داخل اللعبة:

في معظم الألعاب المجانية، يمكن شراء محتوى افتراضي جديد داخل اللعبة لجعل اللعبة أكثر تشويقاً أو حتى أسهل، مثل عناصر للشخصية أو أسلحة خاصة أو حياة جديدة. وهذه المحتويات الإضافية (ما يسمى عمليات الشراء داخل اللعبة) لا يتم دفع ثمنها في البداية بأموال حقيقية في الغالب، ولكن بعملة داخل اللعبة مثل العملات المعدنية أو الجواهر، والتي يمكن جمعها في اللعبة أو شراؤها. ومن خلال الدفع بعملة داخل اللعبة، يمكنك أن تفقد سريعاً تتبع نفقاتك الفعلية. ومن النماذج الأخرى للألعاب المجانية، ما يسمى بصناديق الغنائم. وهي صناديق لا يمكنك معرفة ما بداخلها إلا بعد شرائها.



في الفيديو التوضيحي "ما هو صندوق الغنائم؟"، يمكنك معرفة المزيد عن نماذج الأعمال وفخاخ التكاليف في الألعاب الرقمية.

فيديو توضيحي
"ما صندوق الغنائم؟"

إلى الفيديو التوضيحي 🎮



نصائح للتعامل مع الإعلانات وفخاخ التكاليف



التعرّف على الإعلانات وتصنيفها

التمييز بين الإعلان والمحتوى ليس بالأمر السهل دائماً، خاصةً على الإنترنت. في الراديو والتلفاز والمطبوعات، يتم فصل الإعلان عن المحتوى التحريري، أي البرنامج أو المقالة، بفواصل، مثل إشارة صوتية أو صورة. أما على الإنترنت، فلا يلتزم العديد من مقدمي الخدمة بشكل صارم بمتطلبات وضع العلامات على الإعلان. وغالبًا ما لا يمكن التعرف على الإعلانات (على سبيل المثال للعناصر الإضافية أو الألعاب الأخرى) بسهولة على هذا النحو، لا سيما في الألعاب الرقمية. وتُغريك اللاتفات الإعلان الملوّنة بالنقر عليها، مما يؤدي في كثير من الأحيان إلى عملية شراء غير مقصودة أو إعادة توجيهه إلى موقع آخر.

كن على دراية بأهداف الإعلان

الإعلان مصمم خصيصًا لجعل الناس يرغبون في شراء المنتج المعلن عنه. لذلك من المهم أن يتعلم طفلك في سن مبكرة التدقيق في الإعلانات بشكل نقدي، على سبيل المثال ما الذي يمكن أن يفعله المنتج حقًا. فغالبًا ما تكون الوعود الإعلان والخصائص الفعلية مختلفة تمامًا.

مناقشة عمليات الشراء معًا

قبل إجراء عمليات الشراء، يمكنك التفكير مع طفلك حول سبب رغبته في شراء هذه السلعة الجديدة. وغالبًا ما يساعدك ذلك على تقييم ما إذا كنت تحتاج حقًا إلى منتج معين أو ما إذا كانت هناك بدائل. وكثيرًا ما ترتبط المنتجات ارتباطًا وثيقًا بأيقونات الإعلان، مثل المشاهير أو الشخصيات المؤثرة. وهم يتقاضون الكثير من المال لإعارة اسمهم لمنتج ما. وبصفتك أحد المتابعين، يجب ألا تشتري كل شيء لمجرد أن نجمك الخاص يُعلن عنه أو أن المنتج يحمل اسمه.

تصنيف الإعلانات المخصصة

إذا كنت تبحث عن أشياء محددة على الإنترنت لفترة زمنية أطول، فإن النوافذ الإعلان تتكيف مع هذا المحتوى. وهذا ما يُسمى "الإعلانات المخصصة". وبمرور الوقت، يجمع مقدمو خدمات الإنترنت الكثير من المعلومات عن المستخدمين وتفضيلاتهم ويقدمون نوافذ إعلان مخصصة. كما تُستخدم المعلومات الشخصية من خدمات وسائل التواصل الاجتماعي أو الألعاب عبر الإنترنت لهذا الغرض. لذلك، قم بتوعية طفلك بالانتباه إلى بياناته الخاصة، لا سيما عند استخدام الإنترنت وممارسة الألعاب الرقمية، واستخدامها باعتدال.

إعداد أداة حظر الإعلانات

تتيح أدوات حظر الإعلانات "Ad-Blocker" إمكانية تصفح الإنترنت دون أن تزعجك الإعلانات المنبثقة المزعجة أو اللاتفات الواضحة. ويمكنك تثبيت أدوات الحظر هذه في متصفحات الأجهزة مع طفلك. ويمكن تنزيلها مجانًا للمتصفحات الأكثر شيوعًا.

احم نفسك من التكاليف الخفية

تومض العديد من النوافذ الإعلانية الملونة بالعروض المغرية على الإنترنت. ومع ذلك، يجب أن تكون حذرًا للغاية مع العروض التي يُفترض أنها مجانية أو لمرة واحدة - فغالبًا ما تكون هناك تكاليف خفية وراءها. في التطبيقات والألعاب الرقمية، يمكنك إجراء عملية شراء أو حتى الحصول على اشتراك بسرعة من خلال النقر على لافتة إعلانية. كما أن العملة الافتراضية داخل اللعبة وعمليات الشراء داخل اللعبة غالبًا ما تجعل من الصعب مراقبة التكاليف الفعلية. لذا، ناقش مع طفلك أنه لا ينبغي له أن ينقر على أي شيء متسرع على الإنترنت، وفي أفضل الأحوال، لا تطلب شيئًا عبر الإنترنت أو تقوم بعملية شراء داخل التطبيق إلا بالتشاور معك. وبهذه الطريقة يمكنك منع طفلك من الوقوع في فخ التكاليف. على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، يمكن إلغاء تنشيط عمليات الشراء داخل التطبيق أو حمايتها بكلمة مرور من خلال الإعدادات على الجهاز (حسب الشركة المصنعة) أو في متجر التطبيقات.

نصيحة: تُقدم البوابة الإلكترونية وسائل الإعلام الآمنة للطفل المساعدة في إعدادات محددة، على سبيل المثال لإلغاء تنشيط عمليات الشراء داخل التطبيق والإعلانات المخصصة، وكذلك لإعداد حظر الطرف الآخر للمتصفحات والخدمات والتطبيقات المختلفة:

www.medien-kindersicher.de

كن على دراية بحقيقة أنه بصفتك أحد الوالدين، فأنت قدوة ويمكن أن يكون لك تأثير على كيفية تعامل طفلك مع الإعلانات ورسائل العلامات التجارية ومدى اتخاذ قرارات الشراء بناءً عليها. ساعد طفلك على التدقيق في الوعود الإعلانية والنظر في "الحزمة الكاملة"، مثل القيمة مقابل المال، وما إذا كان المنتج مفيدًا حقًا، وفي ظل أي ظروف تم إنتاجه وما إذا كانت جودته مناسبة. فذلك يُشجع أيضًا الأطفال والشباب على التدقيق في الصورة الإعلانية للمنتج والاهتمام بمعايير أخرى غير الإعلانات وصورة العلامة التجارية عند الشراء.

المزيد من عروض المعلومات والمساعدة



تحتوي المواقع التالية على روابط باللغة العربية لمراكز المشورة وعروض المساعدة. ويمكن عادةً تنفيذ عملية الترجمة التلقائية للمواقع إلى لغات أخرى عبر إعدادات المتصفح (في كروم مثلاً) أو من خلال ملحقات المتصفح (ما يُسمى الوظائف الإضافية (Add-Ons)). وبدلاً من ذلك، يمكن إدخال عنوان الإنترنت الخاص بالموقع المرغوب في برنامج ترجمة عبر الإنترنت (مثل ترجمة جوجل)، والذي يُترجم المحتوى إلى اللغة المطلوبة.

مراكز المشورة وعروض المساعدة

Juuuport

مؤسسة **Juuuport** 🌐 هي مركز مشورة وطني عبر الإنترنت بإدارة الشباب لمساعدة الشباب. وهناك ستجد المساعدة حول مواضيع ومشكلات مختلفة على الإنترنت. يساعد المراهقون والشباب المتطوعون أقرانهم في حل المشكلات عبر الإنترنت، مثل التنمر عبر الإنترنت أو الضغط الناجم عن وسائل التواصل الاجتماعي أو إساءة استخدام البيانات أو الاستخدام المفرط لوسائل الإعلام أو الأخبار الكاذبة.

Verbraucherzentrale Bayern

في حالة إساءة استخدام البيانات، يمكن للمتضررين الاتصال **Verbraucherzentrale Bayern** 🌐 (مركز حماية المستهلك في بافاريا). حيث يقدم مركز حماية المستهلك المشورة عبر الهاتف أو عبر الإنترنت أو في الموقع. كما يُقدم نصائح حول المسائل المتعلقة بالإعلانات وعمليات الاحتيال والتجارة عبر الإنترنت ويُقدم نماذج من الرسائل، على سبيل المثال للمشكلات المتعلقة بالاشتراكات غير المرغوب فيها أو الاعتراضات على فواتير الهاتف.

مكاتب الشكاوى

بغض النظر عن مكتب الشكاوى الذي تتصل به: من المؤكد أن شكاوك ستصل في كل مكان إلى المؤسسة المسؤولة.

Bayerische Landeszentrale für neue Medien

يتولى Bayerische Landeszentrale für neue Medien (مركز ولاية بافاريا لوسائل الإعلام الجديدة) مسؤولية تنظيم الإعلانات في البث الإذاعي الخاص بصفته الهيئة الإعلامية الحكومية. حيث يتلقى الشكاوى ويفرض عقوبات على مخالفات الإعلانات.

Deutscher Werberat

يقبل Deutscher Werberat (المجلس الألماني للإعلانات) الشكاوى المتعلقة بالإعلانات. وهو مسؤول عن الإعلانات التجارية، ولكن ليس عن إعلانات الأحزاب السياسية أو الجمعيات أو الكنائس أو المنظمات غير الحكومية. وإذا كانت الشكاوى المقدمة لا تندرج ضمن اختصاص المجلس الألماني للإعلانات، فإنه يُحيل الشكاوى إلى الهيئة المختصة.

المزيد من عروض المعلومات

Ins-netz-gehen

🗣️ www.ins-netz-gehen.de

تُقدم بوابة المعلومات للمركز الاتحادي للتثقيف الصحي نظرة عامة على أشكال فخاخ التكاليف التي قد تكمن في تطبيقات الألعاب والفيديو والألعاب عبر الإنترنت. يتم تقديم نصائح حول كيفية حماية 🗣️ الوالدين لأنفسهما وأطفالهما من فخاخ التكاليف وكيفية منع الإنفاق غير المرغوب فيه.

Internet-ABC

🗣️ www.internet-abc.de

يشرح موقع **internet-ABC** 🗣️ الوالدين هذه الأماكن التي يمكن أن يتعرض فيها الأطفال للإعلانات على الإنترنت وكيفية شرح الإعلانات وأهدافها للأطفال. هناك أيضًا نصائح واقتراحات حول كيفية دعم قدرتك على التعامل مع الإعلانات وتجنب فخاخ التكاليف.

Saferinternet.at

🗣️ www.saferinternet.at

تقدم المبادرة أمورًا من بينها معلومات شاملة عن الأماكن التي يواجه فيها الأطفال الإعلانات على الإنترنت، وأشكال الإعلانات الموجودة على الإنترنت، وأين تكمن فخاخ التكاليف وكيف يمكن للوالدين دعم أطفالهما في التعامل مع الإعلانات وفخاخ التكاليف.

SCHAU HIN!: Was Dein Kind mit Medien macht

🗣️ www.schau-hin.info

يشرح الموقع الإلكتروني للمبادرة الأسباب التي تجعل الإعلانات إشكالية للغاية بالنسبة للأطفال، وما هي أشكال الإعلانات عبر الإنترنت وما هو الدور الذي يلعبه المؤثرون في الإعلان. ويتلقى الوالدان نصائح حول كيفية دعم أطفالهما عندما يتعلق الأمر بالإعلانات عبر الإنترنت.

المراجع

[١] لجنة حماية الشباب في وسائل الإعلام، الهيئات الإعلامية (للمنشر): المعاهدة الحكومية بشأن حماية الكرامة الإنسانية وحماية الشباب في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني (المادة ٦ الفقرة ٥ من المعاهدة الحكومية بشأن حماية الشباب في وسائل الإعلام - JMStV).

الموقع الإلكتروني: https://www.kjm-online.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_

Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf [بتاريخ: ٢٠٢٤/٠٥/٢٢]

هيئة التحرير

المفهوم: من مؤسسة بي إل إم للتربية الإعلامية في بافاريا
تحرير نسخة موجزة من المادة المصاغة باللغة العربية: أنالينا بوشوف، إميلي هوفمان
(مؤسسة بي إل إم للتربية الإعلامية في بافاريا)
ترجمة النسخة الموجزة: مؤسسة لاينهاوزر للخدمات اللغوية ش.ذ.م.م
تحرير المادة المصاغة باللغة العربية: من مؤسسة بي إل إم للتربية الإعلامية في بافاريا
العبارات والتصميم: مؤسسة لاينهاوزر للخدمات اللغوية ش.ذ.م.م
حقوق الصور: بيتر فيبر، تصميم الجرافيك

تعتمد المواد المنتجة جزئيًا على المواد الموجودة في دليل الإعلام البافاري برعاية مستشارية ولاية بافاريا
(Bayerische Staatskanzlei).

أول وثاني مرحلة تعليمية: "الإعلانات توظف الرغبات - التعرف على الإعلانات ورؤيتها من خلال الإعلانات"
(المؤلفة: أ. د. باربرا برونيغ)

ثالث ورابع مرحلة تعليمية: "المظهر أم الواقع؟ تحليل وتقييم الرسائل في الإعلانات التجارية"
(المؤلفون: مارك دورفريت، وأنجا مونز، وستيفاني ريجر)

مجال دعم التربية الخاصة: "اللعب وألعاب الكمبيوتر والمراهنات - أسأل عن الألعاب الرقمية واستخدمها بطريقة
مسؤولة" (المؤلفة: أنيت بولا)؛ "الإعجاب، والنشر، والمشاركة - أسأل عن وسائل التواصل الاجتماعي واستخدمها بأمان"
(المؤلفة: سلمى براند)؛

خامس وسادس وسابع مرحلة تعليمية: "أنا أستخدم الإنترنت - حماية بياناتك والتعامل مع الصور بطريقة مسؤولة"
(المؤلفة: د. كريستينا هوبف)؛ "حقيقي أم زائف؟ فحص وتقييم مصداقية المصادر عبر الإنترنت" (المؤلفة: ستيفاني راك)؛
"نجوم وسائل الإعلام - الاطلاع على استراتيجيات الإنتاج وطرح الأسئلة بشأنها" (المؤلفة: كيم بيك)؛
ثامن وتاسع مرحلة تعليمية: "في غابة المعلومات - فهم عمليات تكوين الرأي والتشكيك فيها"
(المؤلفان: د. أولاف سيلج، ود. أхим هاكلنبرج)؛ "أنا بوصفي مالك حقوق النشر - التعرف على حق النشر والتعامل بناءً
على ذلك" (المؤلفة: د. كريستينا هوبف)؛ "المنتج يبحث عن مشترين: تحليل الإعلان - التفكير في الاستهلاك"
(المؤلفون: كريستين شولز، وأوندين جريل، وأنجا مونز)

الطبعة الأولى: ميونخ ٢٠٢٤

مادة مُصاغة باللغة العربية: الطبعة الأولى: ميونخ، ٢٠٢٢

BLM Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

حقوق التأليف والنشر: من مؤسسة بي إل إم للتربية الإعلامية في بافاريا
جميع الحقوق محفوظة

أصبح مفهوم هذه المواد وإنتاجها ممكنًا بفضل التمويل المقدم من وزارة الدولة البافارية للتعليم والثقافة
(Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus)
ضمن «مدرسة المستقبل الرقمية» (Pilotversuch "Digitale Schule der Zukunft").

Digitale Schule
der Zukunft

Bayerisches Staatsministerium für
Unterricht und Kultus



وتجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من التحرير الدقيق، فإن جميع المعلومات مقدمة بدون ضمانات ولا يتحمل الناشر
والمؤلفون أي مسؤولية.