

مجلة

بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد السابع - أبريل / يونيو ٢٠١٥

ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- دراسة فاعلية الشاشات واللافتات الالكترونية في إيصال الرسائل التوعوية لزوار المسجد النبوي الشريف بالمدينة المنورة
د/ عثمان بن بكر قرزاز (جامعة أم القرى) ... ص ٩

البحوث العربية:

- قرصنة إلكترونية لشبكة تليفزيون فضائية .. أول حادث من نوعه تتعرض له شبكة تليفزيون فضائي
أ.د/ انشراح الشال (جامعة القاهرة) ... ص ١١
- شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي الشعبي دراسة تحليلية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة
بثورة ٢٥ يناير
د/ هالة كمال أحمد نوفل (جامعة جنوب الوادي) ... ص ٢١
- العلاقة بين استخدام الجمهور المصري للصحف الإلكترونية المصرية ومستوي المعرفة بالأزمة اليمنية
د/ محمد زين عبد الرحمن (جامعة المنيا) ... ص ٥٩
- استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية على عينة من الأطفال
بمدينة الرياض
د/ مها أحمد عبد العظيم عبد الوهاب (جامعة عين شمس) ... ص ١٠٥
- دراسة علاقة حجم التعرض للتلفزيون بعوامل الإدمان على المشاهدة لدى طلبة الجامعة والثانوية في الجزائر العاصمة
د/ عزيز لعبان (جامعة الجزائر ٣) ... ص ١٥٣
- مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي دراسة ميدانية
د/ عبد الله عبد الله محمد الوزان (جامعة الحدود الشمالية) ... ص ١٨٧

ملخصات الرسائل العلمية:

- الأداء الاتصالي للعلاقات العامة في المؤسسات الأمنية وعلاقته بتنمية الوعي بالأمن الداخلي: دراسة تطبيقية على دولة
الكويت
محمد مرضي مناور الشمري ... ص ٢١٨
- أطر معالجة شئون الأقاليم في الصحافة المصرية اليومية واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية
سميرة محمد مبروك موسى ... ص ٢٢٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٥ @ EPRA

www.epra.org.eg

هيئة التحكيم العلمية للبحوث

أ.د علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

أ.د حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتفرغ - العميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسي والرأي العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
عميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ٦ أكتوبر

أ.د شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطبقة - جامعة عين شمس

أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة اليرموك - الأردن

أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد السابع - أبريل / يونيو ٢٠١٥

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية ب EPRA

مدير التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية ب EPRA

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة

جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ الصادق رابح

أستاذ الإعلام المشارك بالكلية الإماراتية الكندية

بالإمارات العربية المتحدة العميد الأسبق لكلية المعلومات

والعلاقات العامة بجامعة عجمان

د/ السيد عبد الرحمن علي

باحث (مدرس) بمجمع اللغة العربية بالقاهرة

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة :

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترتيبات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تُقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تُقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.

- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$. .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيهه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$. .
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$. .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. .
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيهه ولغير المصريين ٣٠٠\$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيهه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية jpr@epra.org.eg ، epra_cairo@yahoo.com أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة dr_hatematef2000@yahoo.com بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

- تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - ليصدر منها ستة أعداد متتابعة تضم أبحاثاً وروى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

والآن نقدم للباحثين فى الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال العدد السابع من المجلة وهو يتضمن بحوثاً ورؤى علمية للأساتذة والمساعدين والمدرسين وملخصات لرسائل علمية نُوقشت فى أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية المختلفة.

وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص الإعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بالمجلة بعد أن اطلعت على العدد الأول وتم تقييمها بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام فى الجامعات المصرية؛ أتاحت مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الفرصة للنشر العلمي بها كنافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه - ولبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين فى التقدم للترقى لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ. ولكونها أول دورية علمية محكمة فى بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وجد الأساتذة الراغبون فى تقديم انتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته الفرصة للنشر على نطاق العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها فى هذه الدول، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

ففى البداية نجد مشاركة لأحد كبار أساتذة الإعلام بالعالم العربي أ.د/ انشراح الشال من (مصر) عن: " قرصنة إلكترونية لشبكة تلفزيون فضائية .. أول حادث من نوعه تتعرض له شبكة تلفزيون فضائي"، أما الدراسات الأجنبية فى هذا العدد فكانت دراسة وحيدة باللغة الإنجليزية قدمها الدكتور د.عثمان بن بكر قزاز من (المملكة العربية السعودية) تناولت: "دراسة فاعلية الشاشات واللافتات الإلكترونية فى إيصال الرسائل التوعوية لزوار المسجد النبوي الشريف بالمدينة المنورة"، كما يتضمن العدد بحوثاً مقدمة للنشر العلمى بهدف تكوين رصيد للباحثين من شباب أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية منهم: د. هالة كمال احمد نوفل (مصر) والتي قدمت دراسة بعنوان: " شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي الشعبي دراسة تحليلية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بثورة ٢٥ يناير"، وقدم د. محمد زين عبد الرحمن من (مصر) دراسة حول موضوع: " العلاقة بين استخدام الجمهور المصري للصحف الإلكترونية المصرية ومستوى المعرفة بالأزمة اليمنية"، أما د. مها أحمد عبد العظيم عبد الوهاب (مصر) شاركت بدراسة فى موضوع: " استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض"، ومن دولة (الجزائر) شارك د. عزيز لعبان بدراسة حول: "دراسة علاقة حجم التعرض للتلفزيون بعوامل الإدمان على المشاهدة لدى طلبة الجامعة والثانوية فى الجزائر العاصمة"، أما د. عبد الله محمد عبد الله الوزان (مصر) فقدم ورقة علمية حول: "مصادقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي دراسة ميدانية". وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدم الباحث محمد مرضى مناور الشمري من دولة (الكويت) لنشر ملخص دراسته للدكتوراه بعنوان: "الأداء الاتصالي للعلاقات العامة فى المؤسسات الأمنية وعلاقته بتنمية

الوعي بالأمن الداخلي: دراسة تطبيقية على دولة الكويت"، كذلك تقدمت الباحثة سميرة محمد مبروك موسى من (مصر) لنشر ملخص دراستها للماجستير بعنوان: " أطر معالجة شئون الأقاليم في الصحافة المصرية اليومية واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية ".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

**استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع
المتحققة منها دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض**

إعداد

د/ مها أحمد عبد العظيم عبد الوهاب(*)

(*) مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس.

استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض

د/ مها أحمد عبد العظيم عبد الوهاب
جامعة عين شمس

المخلص:

مع ما يشهده العالم في ظل الثورة التكنولوجية الحديثة، ممثلة في شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد فإنه يمكننا -كأسر عربية وإسلامية- أن نلمس عظم وقوة التأثيرات التي تتركها هذه المواقع على أفراد الأسرة، وعلى وجه الخصوص الأطفال في هذه الأسر.

فمما لا شك فيه أن تعامل الأطفال مع وسائل الإعلام الجديد يشكل خطورة بالغة؛ فهم لا يملكون وعياً اجتماعياً أو نضجاً كافياً ليحكموا على جدوى استخدام هذه الوسائل التي باتت متاحة لهم بشكل واسع وبلا حدود، خاصة مع انتشار الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، ومع ظهور تطبيقات تواصل جديدة كواتساب واسناب شات وغيرها. ولقد أكدت دراسات عديدة دور الإعلام الجديد، ولا سيما الإعلام الاجتماعي الذي يسمح للأطفال والمراهقين بإنجاز العديد من المهام عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كالتواصل مع الأصدقاء وتبادل الصور والأفكار إضافة إلى تكوين الصداقات (**Buckingham and Boyd, 2007**)^(١). كما أشارت إلى التأثيرات السلبية الناجمة عن استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي، كتويتز وفيس بـك وكيك ويوتيوب.. ومن أمثلة هذه التأثيرات السلبية: العزلة الاجتماعية، وانتشار الشائعات الكاذبة، والاستغلال غير الأخلاقي لهؤلاء الأطفال.

إلا أننا. بالرغم من هذه التأثيرات السلبية. نجد مجموعة أخرى من الإيجابيات، التي تتمثل في إحاطة الأطفال علماً ومعرفةً بالأحداث الجارية واكتساب معلومات جديدة؛ كما يساعدهم استخدام هذه المواقع في تحصيل المواد الدراسية، واكتساب الخبرات الجديدة من خلال تكوين الصداقات مع الآخرين، والاطلاع بشكل أفضل على الثقافة والمعطيات العلمية في المجتمعات الأخرى (سعود كاتب، ٢٠١١)^(٢).

ومع وجود ثقافة ذات طبيعة خاصة، كما في المملكة العربية السعودية، التي يمثل فيها صغار السن ممن هم دون ١٥ سنة النسبة الكبرى في استخدام وسائل التقنية الحديثة على نطاق واسع (العقيل، ٢٠١٣)^(٣)، التي أتاحت فرصاً أكبر لهم للدخول من خلالها إلى مواقع التواصل وغيرها من مواقع الإنترنت المختلفة؛ فإن من الضروري دراسة دوافع استخدام الطفل السعودي لهذه المواقع وما تحققه لهم من إشباعات مختلفة؛ خاصة إذا كان هناك ندرة كبيرة في الدراسات التي تناولت العلاقة بين الطفل السعودي ووسائل الإعلام الجديد، ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي؛ فمن غير المعقول أن يقف إعلام الطفل عاجزاً أمام الأخطار التي تحيط به، خاصة فيما يتعلق بما يأتي عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

هذا من جانب. ومن جانب آخر، فإن الأطفال والشباب يمثلون القطاع الأكبر من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم فهم يتعرضون ويتفاعلون مع تيارات ثقافية ومذهبية لا تخلو من فوضى، تتداخل وتتنافس وتتصارع فيها شتى أنماط الثقافة المحلية والأجنبية (حمدان، ٢٠٠٥)^(٤) ليس هذا فقط - وكما أشار معهد جوبيتر من خلال العديد من الدراسات أن عدد الأطفال مستخدمي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالولايات المتحدة الأمريكية في المرحلة العمرية من ٢: ١٨ سنة في تزايد مستمر - بل في المملكة العربية السعودية على وجه الخصوص (الأحمري، ٢٠١٢)^(٥). حيث تُعنى الدراسة الحالية بتعرّف استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها؛ وذلك للخصوصية الثقافية في المجتمع السعودي.

مشكلة الدراسة:

أمكن للباحثة تحديد المشكلة البحثية والاستدلال عليها من خلال القراءة في الأدبيات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات العربية عموماً والمملكة العربية السعودية على وجه الخصوص، التي خلصت منها إلى ما يلي:

١. انتشار استخدام الإنترنت خاصة في المملكة العربية السعودية (العصيمي، ٢٠١٠)^(٦).
٢. ندرة الدراسات العلمية في المملكة العربية السعودية التي تطرقت إلى موضوع استخدامات جمهور الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث كان أكثر تركيزها على الشباب.
٣. عدم وجود رؤية أو استراتيجية واضحة المعالم تحدد ماذا نريد من أطفالنا حينما يستخدمون هذه المواقع، كما لا تتوافر معلومات كافية عن وجهة نظر الطفل واستخدامه والإشباع المتحققة له من استخدامه لهذه المواقع.

وبالإضافة للنقاط السابقة فهناك الدعاوى التي يتم ترديدها في الوقت الراهن والتي تستند إلى التأثيرات السلبية والمخاطر التي تنجم عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً غير منظم إضافة لكونها مجالاً خصباً لانطلاق الشائعات والأكاذيب وتقديم ثقافات وأفكار مضللة في بعض الأحيان كتلك المرتبطة بالجماعات التكفيرية والإرهابية والتي تشكل خطراً بالغاً على العقول الصغيرة التي لا تمتلك القدرة على التمييز الكامل بين الصواب والخطأ خاصة إذا كانت هذه العقول تنتمي لثقافات مجتمعية تتسم بالانغلاق كالمجتمع السعودي فهذه الجماعات ومن خلال مواقع التواصل الاجتماعي تستطيع استقطاب الأطفال والمراهقين والتأثير فيهم واقناعهم دونما جهد. ومع غياب الوعي بأسباب ودوافع استخدام هذه المواقع وغياب التوجيه أيضاً يصير التأثير بالغاً وخطيراً ومن ثم تاتي اشكالية هذه الدراسة والتي يمكن طرحها على النحو التالي :

استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، والإشباع المتحققة منها.
دراسة ميدانية على عينة من الأطفال في مدينة الرياض.

أهداف الدراسة:

تحدد أهم أهداف الدراسة الحالية فيما يأتي:

- ١- رصد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطفل السعودي.
- ٢- تعرّف معدلات وأنماط استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- الوقوف على دوافع وأسباب استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٤- معرفة الإشباع المتحققة للطفل السعودي من متابعته لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٥- تعرّف رؤية الطفل ومدى وعيه بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال معرفته بمخاطر وأضرار هذه المواقع.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة الحالية إلى مجموعة من النقاط، نجملها فيما يأتي:

١. تغير النظرة إلى مواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية؛ فقد كانت تميل إما إلى التجاهل أو الخوف والحذر منها؛ لاعتبارات سياسية أو اجتماعية، أو التقليل من أهميتها؛ باعتبارها فقاعة أو ظاهرة مؤقتة. غير أن الدور الذي أدته تلك المواقع -و بشكل خاص فيس بوك وتويتر ويوتيوب- في الأحداث السياسية التي شهدتها المنطقة العربية مع بداية العام ٢٠١١م، جعل الحكومات والمؤسسات التجارية والتعليمية تبدي اهتمامًا أكبر بهذه المواقع؛ وبالتالي فإن المجتمع العربي في حاجة لإجراء المزيد من الدراسات حول تأثيرات هذه المواقع.
٢. تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وسيلة تواصل ثقافي وعلمي وترفيهي تساهم في الاطلاع على مختلف الحضارات؛ لذلك كان من الأهمية دراسة دوافع الأطفال السعوديين نحو استخدامها.
٣. أهمية دراسة الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة والتي تتسم بعدم النضج ، كما تأتي هذه الدراسة في ظل قلة الدراسات العربية التي تهتم ببحث العلاقة بين استخدام الأطفال السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع التي تحققها لهم هذه المواقع، كما قد تمثل بداية لجذب المزيد من الباحثين للاهتمام بدراسة مواقع الأطفال.

٤. التأثير الواضح لاستخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتهم مع الأهل والأصدقاء والأقارب.
٥. خصوصية المجتمع السعودي، وما يتمتع به من رفاهية اقتصادية تتيح للطفل استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة على نطاق واسع من ناحية، ومن ناحية أخرى قلة الروافد الثقافية المتاحة أمام الطفل؛ مما يجعله أكثر انجذاباً نحو استخدام هذه المواقع.
٦. تساهم هذه الدراسة من خلال نتائجها في رصد أهم دوافع استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع التي تتحقق لهم جراء دخولهم إليها، وتُعرّف درجة تفضيلهم لها وأسباب ذلك.
٧. انتشار الوسائل التقنية الحديثة وسرعة اقتنائها في المجتمع السعودي، خاصة بين فئات الأطفال والشباب (العقيل، ٢٠١٣)^(٧)، وبالتالي يعكس ذلك سهولة وسرعة استخدام هذه التقنيات (أجهزة الآيباد والآيبود والهواتف الذكية وغيرها، بالإضافة إلى ما طرحته تكنولوجيا الاتصال علينا من تطبيقات جديدة واتساب واسناب شات) تجد صداها وانتشارها بين أوساط الأطفال والشباب، ويزداد بالتبعية ارتياد وامتلاك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين على النحو الآتي:

- المحور الأول: "الدراسات التي تناولت علاقة الطفل السعودي بوسائل الاتصال".
- المحور الثاني: "الدراسات التي تناولت التأثيرات النفسية والاجتماعية لاستخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على الشباب والأطفال".

١. دراسات المحور الأول: الدراسات التي تناولت علاقة الطفل السعودي بوسائل الاتصال:

تزرخ المكتبة البحثية العربية بالعديد من الدراسات والأبحاث التي اهتمت بدراسة علاقة الطفل العربي بوسائل الاتصال المختلفة (صحافة، وإذاعة، وتلفزيون)، لكن -على حد علم الباحثة- هناك قصور في الدراسات التي تناولت الطفل السعودي ووسائل الاتصال الحديثة والإعلام الجديد، إلا فيما يتعلق بالتلفزيون وتأثيراته؛ ففي دراسة التلفزيون والسلوك الاتصالي للطفل السعودي (البغدادي، ١٩٩١)^(٨) تأكد للباحث التأثيرات الإيجابية للتلفزيون التي لاحظتها الأمهات على الأبناء، التي ساهمت بشكل إيجابي على العلاقات الاجتماعية لأطفالهم مع الآخرين.

بينما أشارت دراسة (المشمشي، ١٩٩٣)^(٩) إلى التأثيرات السلبية التي تتركها مشاهدة الطفل السعودي للتلفزيون. وقد بررت الدراسة هذه النتيجة في ضوء عدم مراعاة برامج الأطفال السعودية

للمراحل العمرية التي تخاطبها. كما أكدت انغلاق هذه البرامج على المعلومات المتعلقة بالمجتمع السعودي فقط؛ وبلغت نسبة المعلومات الواردة عن دول غير السعودية ٥,٣% من النسبة الكلية للمعلومات المقدمة داخل حلقات برامج الأطفال.

وفي سياق تأثيرات التلفزيون على الطفل أيضا، أكدت دراسة (الهالي، ١٩٩٦)^(١٠) التي تناولت دور وسائل الإعلام العربية في تنشئة الطفل العربي، وجود تأثيرات اجتماعية وسلوكية وقيمة هامة على الأطفال العرب، بما فيهم الطفل السعودي.

وعلى مستوى تأثير مشاهدة التلفزيون على التحصيل الدراسي للطفل الذي تناولته دراسة (صوالحة، ٢٠٠٠)^(١١) وجدت نتائج هذه الدراسة أن لارتفاع معدلات مشاهدة التلفزيون تأثيرا سلبيا على مستويات تحصيل الأطفال للعلوم والمواد الدراسية المختلفة.

وفيما يتعلق بمواد التلفزيون وعلاقتها بالطفل، فقد كان للإعلان التلفزيوني الحظ الأوفر من الدراسات؛ ففي إطار العلاقة بين الإعلان التلفزيوني والسلوك الشرائي للطفل، جاءت دراسة (الحديثي، ٢٠٠٠)^(١٢) حول تأثير الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائي للطفل السعودي. وقد أيدت هذه الدراسة من خلال نتائجها التأثير القوي للإعلان على سلوك الشراء لدى الأطفال؛ فهم دائمو الطلب على ما يشاهدونه في الإعلان من سلع وألعاب.

وفي هذا الاتجاه أظهرت دراسة (عوض، ٢٠٠٥)^(١٣) حول السلوك الشرائي ومدى تأثيره بالإعلان التلفزيوني لدى عينة من طلاب المدارس الابتدائية بمدينة الرياض أن لمضمون الإعلان تأثيرا كبيرا على السلوك الشرائي للطفل السعودي، تفوق على تأثير جماعة الأقران والأسرة. وبررت هذه النتيجة في ضوء ما يتمتع به الإعلان من قوة جذب للأطفال.

في حين أوضحت دراسة (السويد، ٢٠٠٧)^(١٤) التي تركزت حول صورة الطفل في الإعلان التلفزيوني وعلاقتها بالقيم الاجتماعية والتربوية، أو بمعنى آخر كيف يؤثر سلوك وشكل الطفل الإعلاني على قيم الطفل في الواقع، من خلال دراسة تأثير التعبيرات اللفظية والجسدية وغيرها. وأوضحت هذه الدراسة من خلال نتائجها وجود تأثير قوي لمشاعر وسلوكيات الطفل في الإعلان (كالمبالغة في إظهار مشاعر السعادة والترفع حين استخدامه للسلعة) على الطفل في الواقع.

وقد جاءت دراسة (الكبيسي، ٢٠١٢)^(١٥) للإعلان المرئي وأثره على سلوك أطفال الرياض من وجهة نظر الأمهات لتؤكد أن هناك تأثيرات سلبية أكثر من التأثيرات الإيجابية، كما أن نسبة الإعلانات المفيدة للطفل كانت أقل من الإعلانات الضارة.

وفي السياق نفسه جاءت دراسة (عبد المحسن، ٢٠١٢)^(١٦) التي سعت لمعرفة العلاقة بين السلوك الاستهلاكي للطفل ومشاهدته لقنوات الأطفال؛ وذلك من وجهة نظر الأمهات، وأكدت من خلال نتائجها ارتفاع استجابة الأطفال للإعلانات الواردة على هذه القنوات، بالإضافة إلى كون الإعلانات في هذه القنوات تشكل إلحاحا على أسرة الطفل، وتخلق نمطا استهلاكيا غير ملائم للإمكانيات الاقتصادية لأسر الأطفال.

وفي سياق علاقة الطفل السعودي بوسائل الإعلام، كانت هناك مجموعة من الدراسات التي تناولت الصحف السعودية والطفل:

فقد أشارت نتائج دراسة (مشعل، ١٩٩٦)^(١٧) التي تناولت التربية الإسلامية في صحافة الأطفال إلى ضرورة الحث على عرض قصص الأنبياء، والبعد عن عرض صور النساء المتبرجات، إضافة إلى تأكيد هذه الدراسة أن وظيفة التوجيه لم تكن هادفة بالكم الكافي داخل صحف الدراسة.

وفي النطاق ذاته تناولت دراسة (الخاجة، ١٩٩٨)^(١٨) صحافة الأطفال في دول الخليج، وأشارت إلى عدم وجود أهداف واضحة لهذه الصحف، خاصة فيما يتعلق بالقيم التربوية التي أقرها وزراء التربية والتعليم والمعارف في دول مجلس التعاون الخليجي.

فيما ركزت دراسة (الشويبي، ١٩٩٩)^(١٩) على صحافة الطفل المسلم وأثرها في تفكيره وتكامل شخصيته. وقد أكدت نتائج هذه الدراسة عظم تأثير صحف الدراسة ("الشبل"، و"ملحق الجزيرة المسائي (تسالي)" في تشكيل ثقافة الطفل وتوسيع مداركه.

وفي دراسة (القهدي، ٢٠١٠)^(٢٠) التي تطرقت لأساليب معالجة موضوعات الطفل في الصحافة المحلية، أظهرت نتائجها أن هناك اهتماما بالموضوعات الاجتماعية، كما كان هناك اهتمام بالمراحل العمرية المختلفة للطفل بنسب متفاوتة، كما أن الموضوعات الدينية والسياسية والخلقية لم تحظ بسوى ٢% فقط من اهتمام صحيفتي الدراسة ("الجزيرة"، و"الرياض").

وتعقبا على ما سبق طرحه من دراسات؛ فقد لاحظت الباحثة أن معظم هذه الدراسات قد اتجهت إلى دراسة تعرض الطفل السعودي لأكثر وسائل الاتصال والإعلام جذبا، وهي التلفزيون وما يتركه عليه من تأثيرات، في حين ظهر واضحا ضعف الاهتمام بدراسة الوسائل الأخرى، خاصة الراديو والمسرح والفيديو وشرائط الكاسيت وألعاب الكمبيوتر. وهو ما أكدته (Tayie, 2002)^(٣١) من خلال دراسته التي تناولت الطفل العربي وعلاقته بوسائل الاتصال المختلفة، وكان ضمنا أن تطرقت هذه الدراسة للطفل السعودي، مع عرض لأهم نتائج تلك الدراسات والأبحاث التي أجريت في القرن العشرين، وينتمي معظمها لجمهورية مصر العربية، تليها المملكة العربية السعودية، ودولة الإمارات، والأردن.

كما ركزت معظم الدراسات السابقة على الهوية الإسلامية للمجتمع السعودي، خاصة فيما يتعلق بالصحافة، وهو ما يعكس فكرة خصوصية المجتمع السعودي التي أشارت إليها الباحثة آنفا.

٢. دراسات المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التأثيرات النفسية والاجتماعية لاستخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على الشباب والأطفال.

ففي دراسة (الطوخي، ٢٠٠٢)^(٣٢) حول دوافع استخدام الأطفال للإنترنت والإشباع المتحققة؛ أكدت النتائج ميل الأطفال إلى استخدام الإنترنت بكثافة رغم حداتها. وكانت مواقع الألعاب هي الأكثر استخداما بين الأطفال عينة الدراسة، تلتها المواقع الفنية، ثم المواقع الرياضية، ثم مواقع أفلام الكرتون، ثم المواقع الدينية، ثم مواقع الأفلام. وقد أكد الأطفال عينة الدراسة أن معارضة الأسرة الدائمة جاءت كأهم المشكلات التي تواجه أفراد العينة عند استخدامهم للإنترنت.

وفي دراسة (فوزي، ٢٠٠٣)^(٣٣) حول علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية، أكدت النتائج أن التلفزيون يأتي في مقدمة الوسائل الإلكترونية التي يتعرض لها الأطفال عينة الدراسة بدوافع نفعية؛ كتحرف ما يحدث حولهم، والاستفادة من خبرات وتجارب الآخرين؛ في حين جاءت وسائل الاتصال التفاعلية (الكمبيوتر والإنترنت) في مقدمة الوسائل التي يتعرض لها الأطفال بدافع تعلم أشياء جديدة. كما جاء الإنترنت في مقدمة الوسائل التي يستخدمها الأطفال بدافع إيجاد موضوعات للتحدث بشأنها مع الآخرين والشعور بالتميز عنهم.

وفي مجال تأثير الإنترنت على العلاقة بين الآباء والأبناء تأتي دراسة (السمري، ٢٠٠٣)^(٣٤) التي تناولت استخدام الأطفال للإنترنت والعلاقة التفاعلية بين الآباء والأبناء، وأشارت نتائجها إلى أن

الأطفال يستخدمون الإنترنت في المرتبة الأولى للتسلية و الترفيه، في حين أن استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية ما زال محدودًا. بالإضافة إلى أن الأطفال يستخدمون الإنترنت بمفردهم أو بواسطة الأصدقاء كوسيلة اتصالية(التحاور عبر الإنترنت، والبريد الإلكتروني) ما زال مقتصرًا على إقامة علاقات اجتماعية مع الأصدقاء.

ودقت هذه الدراسة ناقوس الخطر حينما أشارت إحدى نتائجها إلى ان استخدام الأطفال للإنترنت دون إرشاد أو توجيه، حتى ساعات متأخرة من الليل، يؤدي إلى وقوعهم في دائرة الإدمان؛ الأمر الذي يعكس ضرورة الترابط الأسري والتماسك بين الآباء والأبناء.

وهذا ما طرحته في السياق نفسه دراسة (Chean, 2005)^(٢٥) التي تناولت علاقة تعرض الأطفال للمحتوى السلبي للإنترنت وأثره على الإطار الأسري. وقد أكدت هذه الدراسة من خلال نتائجها دور الترابط الأسري في تأكيد الرقابة على الأبناء حين تعرضهم للإنترنت؛ حيث وجدت علاقة مفادها أنه كلما زاد الترابط الأسري زادت الرقابة المفروضة على الأبناء؛ مؤكدة في ذلك ضرورة إيجاد علاقة حميمة بين الآباء وأبنائهم لتوعيتهم، وبالتالي السيطرة على سلوكهم.

وفي إطار تكوين الصداقات والعلاقات الاجتماعية، جاءت دراسة (Dwyer et al, 2007)^(٢٦) التي تناولت مدى تأثير ثقة الشباب المستخدمين بمواقع الشبكات الاجتماعية، وقلقهم بشأن خصوصيتها. وأكدت دور مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة فيس بوك وماي اسبيس في تدعيم وبناء العلاقات الاجتماعية للمبشرين مع مستخدمين جدد في الشبكة.

وفي إطار تعرّف العوامل والآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على استخدام الأطفال للإنترنت والوسائل التكنولوجية الحديثة، أكدت دراسة (Hein et al, 2007)^(٢٧) وجود ارتباط إيجابي بين معدلات استخدام الأطفال للإنترنت ومدى إدراكهم للقبول الاجتماعي.

غير أن دراسة (Van Den et al, 2008)^(٢٨) التي بحثت في العلاقة بين استخدام الأطفال للإنترنت وشعورهم بالعزلة والاكتئاب والوحدة النفسية، قد وجدت ارتباطًا إيجابيًا بين التعرض الكثيف للإنترنت وشعور الأطفال بالوحدة والاكتئاب.

وحول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم مفهوم الجماعة لدى الشباب، أظهرت دراسة (Hoffman, 2008)^(٢٩) أن مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة فيس بوك تساهم بالفعل في بناء جسور التفاهم والتفاعل، ومن ثم تدعيم مفهوم الجماعة والتشارك في المجتمع.

وقد توصلت دراسة (Hagerty, 2008)^(٣٠) إلى أن التفاعلية التي يوفرها موقع يو تيوب لمستخدميه من طلاب الجامعة تجعلهم يشعرون بالصحة الاجتماعية والألفة مع الآخرين.

وأيضاً في سياق تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على النواحي النفسية والاجتماعية للشباب، أظهرت دراسة (خضر، ٢٠٠٩)^(٣١) غلبة التأثيرات الإيجابية، كما تغلبت الدوافع الطقوسية أو التعودية عند الشباب من مستخدمي هذه المواقع على التأثيرات السلبية.

أما دراسة (Adkins, 2009)^(٣٢) التي هدفت لتعرّف دور مواقع التواصل الاجتماعي في مد جسور التواصل بين مستخدميها من الشباب مع الكيانات الاجتماعية المختلفة، فقد أشارت من خلال نتائجها إلى من يستخدمون هذه المواقع أكثر حرصاً على روابطهم وعلاقاتهم الاجتماعية مع الآخرين؛ فقد وجدت علاقة ارتباط إيجابية بين استخدام المواقع والإبقاء على الروابط الاجتماعية للمستخدمين وزيادتها.

وفي دراسة (Barker, 2009)^(٣٣) التي تناولت دوافع استخدام المراهقين لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقة بعض الخصائص الديموجرافية بهذا الاستخدام (النوع - الانتماء للجماعة - تقدير الذات..). بينت النتائج أن المبحوثين كانت دوافعهم للاستخدام التواصل مع الأصدقاء والأهل وتكوين صداقات جديدة.

وأوضحت دراسة (طلعت، ٢٠١٣)^(٣٤) التي تناولت استخدام المراهقين المصريين المغتربين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالانتماء للوطن، أن هناك كثافة في التعرض والاستخدام من قبل المراهقين خاصة على موقع فيس بـك.

وهناك دراسة (Serhart, 2011)^(٣٥) التي تناولت تأثير استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، وأكدت الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل المراهقين، وأنها تشكل دوراً كبيراً في تكوين الصداقات والعلاقات الاجتماعية.

وفي منحى الإمداد والتزويد بالمعلومات، كشفت دراسة (Marina Vastly 2012)^(٣٦) حول استخدام الشباب الجامعي الروسي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتعرّف مدى قدرة هذه المواقع في إمداد الشباب بالمعلومات، سعت الدراسة إلى تعرّف استخدام الشباب الجامعي الروسي لمواقع التواصل الاجتماعي في مدينة سان بطرسبرج الروسية. وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر العديد من مزايا الاتصال الشخصي، مما يجعلها ثرية بالمعلومات؛ مثل الاتصال السهل والمجاني بين المستخدمين، والبحث عن معلومات معينة بسهولة ويسر وبشكل مجاني، بالإضافة إلى الخصوصية في الاتصال

وإمكانية التعبير الذاتي عن الذات. كما أظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في: الحصول على المعلومات، والاتصال الشخصي مع الأهل والأصدقاء، والاستفادة من تجارب الآخرين.

ويلاحظ من عرض ونقاش الدراسات السابقة خلو المجال البحثي من الدراسات التي تناولت الطفل السعودي والتأثيرات النفسية والاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي، إلا من دراسة واحدة أجريت على الشباب بعنوان "العلاقة بين استخدامات الإنترنت والاعتراب الاجتماعي لدى الشباب: دراسة ميدانية على الشباب والشابات في مدينة الرياض" (الصبيحي، الموسى، ٢٠١٣)^(٣٧)؛ حيث استندت هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، وكان من أهم نتائجها أن الإنترنت تسببت فعلياً في حدوث نوعاً من الاعتراب الاجتماعي، ولكن بدرجات متفاوتة. وتحددت دوافع الاستخدام في متابعة البريد الإلكتروني، وارتداد مواقع الأغاني والصور.

وفي دراسة أجريت على الطفل العماني (الرواس، الحامس، ٢٠١٥)^(٣٨) أثبتت النتائج الأثر الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في التنشئة الاجتماعية للطفل العماني كما أكدت الدراسة على التأثير السلبي على الهوية الثقافية للطفل فكانت هناك تأثيرات تتعلق بالعادات والتقاليد كالاحتفال بالكريسماس وعيد الحب وغيرها من الأعياد غير العربية وغير الإسلامية.

وهي دراسة تقترب كثيراً في مغزاها من دراستنا الحالية مع اختلاف المجتمع البحثي وهو مجتمع الطفل السعودي، والتي تنطلق من دوافع الاستخدام والإشباع المتحققة للطفل السعودي.

الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة الحالية في إطارها النظري إلى نظرية الاستخدامات والإشباع؛ إذ إن الدراسات المرتبطة بها تحقق مزيداً من الشرح والتفسير لدور وسائل الإعلام في التأثير الاجتماعي على الأفراد، كما تطرح هذه البحوث مجالاً واسعاً لاكتشاف سلوك الأفراد تجاه وسائل الإعلام؛ فبالإضافة إلى قدرة وسائل الإعلام على تحقيق وظائف إيجابية، فهي قادرة أيضاً على أن تحدث الاختلال الوظيفي على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المجتمع عامة (ربيع، ٢٠٠٦)^(٣٩) خاصة على مستوى الصغار.

كما أنه في مجال الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، يمكننا -كباحثين- متابعة الاتصال بدقة؛ حيث إن المضمون الاتصالي في مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت تسهل ملاحظته وتسجيله وطباعته، وبما تمتلكه مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت من قدرات هائلة في البحث

والتفاعل وإحداث تأثيرات متباينة على الأفراد؛ فهي بذلك تشكل مجالاً خصيباً أمام الباحثين في إطار الاستخدامات والإشباعات (بركات، ٢٠٠٤) (٤٠).

ومن هنا تستند هذه الدراسة إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات كإطار نظري يمكن أن يفسر لنا طبيعة استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع هذا الاستخدام وإشبعاته.

تساؤلات الدراسة:

- اشتملت الدراسة على مجموعة من التساؤلات التي تسعى لإيجاد إجابات لها، وذلك على النحو الآتي:
١. ما معدلات وأنماط استخدام الأطفال عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي (عدد مرات دخول الطفل السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي- الوقت الذي يستغرقه الطفل في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي- ظروف دخول الطفل لمواقع التواصل الاجتماعي- تفضيلات دخول الطفل لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بغيرها من الأنشطة الأخرى؟
 ٢. ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يُقبل عليها الطفل السعودي؟
 ٣. إلى أي مدى توجد رقابة والدية على الطفل السعودي في حال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 ٤. ما الإشباعات المتحققة للأطفال السعوديين من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
 ٥. ما دوافع الأطفال عينة الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
 ٦. هل تختلف معدلات استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الخصائص الديموجرافية للطفل من حيث (النوع / العمر / المستوى الاقتصادي)؟
 ٧. هل تختلف دوافع استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الخصائص الديموجرافية للطفل من حيث (النوع / العمر / المستوى الاقتصادي)؟
 ٨. هل هناك علاقة بين الإشباعات المتحققة للطفل السعودي من استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الخصائص الديموجرافية للطفل من حيث (النوع / العمر / المستوى الاقتصادي)؟

الخطوات المنهجية:

١. نوع الدراسة ومنهجها:

تسعى الدراسة الحالية إلى توصيف استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع التي يحققها هذا الاستخدام؛ لذا فالدراسة الحالية تنتمي إلى مجال الدراسات والبحوث الوصفية (Descriptive Studies)، التي تركز على توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث؛ لتفسيرها والوقوف على دلالاتها، ومحاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر هذه المشكلة أو الظاهرة القائمة؛ مستخدمة منهج المسح الميداني.

٢. عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عمدية (ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ولديهم حساب عليها) قوامها ٢٥٠ مفردة من الأطفال القاطنين بمدينة الرياض، ممن هم في المرحلة العمرية من ٧-٢٠ سنة.

٣. أداة الدراسة:

قامت الباحثة بجمع بيانات هذه الدراسة من خلال تطبيق استمارة استبيان بالمقابلة؛ حيث تضمنت مجموعة من المحاور والأسئلة التي تفي بغرض الدراسة.

٤. قياس صدق وثبات أداة الدراسة:

خضعت استمارة الاستبيان للتحكيم من قبل الخبراء في مجالي (الإعلام، وعلم الاجتماع)^(٤١)؛ وذلك لقياس الصدق الظاهري لها.

كما تم قياس ثبات الاستمارة من خلال تطبيق أسلوب إعادة الاختبار على عينة عمدية (٢٠ مفردة)، وذلك بعد مرور أسبوعين من إجراء التطبيق الأول. وبلغت نسبة معامل الارتباط ٨٥%.

٥. حدود الدراسة:

أ. الحدود الموضوعية للدراسة: اقتصرت الدراسة الحالية على معرفة أنماط ودوافع استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع التي يحققها هذا الاستخدام.

ب. الحدود المكانية للدراسة: اقتصرت الدراسة على مدينة الرياض، لاعتبار تنوع المستويات الثقافية والاقتصادية بها؛ حيث إنها عاصمة المملكة.

ج. الحدود الزمنية للدراسة: أجريت الدراسة الميدانية على الأطفال في الفترة من ١ أبريل ٢٠١٤م إلى ١ مايو ٢٠١٤م.

٦. نتائج الدراسة:

ملاحظة: قبل إجراء المعالجة الإحصائية للبيانات، تم استبعاد ٤٩ استمارة؛ فكان إجمالي العينة ٢٠١ مفردة.

أولاً: النتائج الخاصة بتوصيف خصائص العينة البحثية:

توزيع مفردات العينة وفق متغير العمر:

الجدول (١)

توزيع مفردات العينة وفق العمر

العمر	ك	%
من ٧ إلى ٩	٥٨	٢٨.٩%
من ١٠ إلى ١٢	١٤٣	٧١.١%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة من عمر ٧ سنوات إلى ٩ سنوات كانت نسبتهم (٢٨.٩%)، في حين أن أفراد العينة ممنهم في عمر ١٠ سنوات إلى ١٢ سنة كانت نسبتهم (٧١.١%).

توزيع مفردات العينة وفق نوع المدرسة:

الجدول (٢)

توزيع مفردات العينة وفق نوع المدرسة

نوع المدرسة	ك	%
حكومية	١٤٣	٧١%
أهلية	٤٤	٢١.٩%
دولية	١٤	٧%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة ممن درس في مدارس حكومية كانت نسبتهم (٧١%)، في حين كان أفراد العينة ممن درس في مدارس أهلية نسبتهم (٢١.٩%). كما يتضح أن أفراد العينة ممن درس في مدارس دولية مثلوا نسبة (٧%).

توزيع مفردات العينة وفق المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

الجدول (٣)

توزيع مفردات العينة وفق المستوى الاقتصادي الاجتماعي

المستوى الاقتصادي	ك	%
منخفض	٥٦	٢٧.٩%
متوسط	٦٤	٣١.٨%
مرتفع	٨١	٤٠.٣%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة من ذوي المستوى المنخفض كانت نسبتهم (٢٧.٩%)، بينما مثل أفراد العينة من ذوي المستوى المتوسط نسبة (٣١.٨%)، في حين أن أفراد العينة من ذوي المستوى المرتفع كانت نسبتهم (٤٠.٣%).

توزيع أفراد العينة وفق النوع:

الجدول (٤)

توزيع أفراد العينة وفق النوع

النوع	ك	%
ذكر	١٠٤	٥١.٧%
انثي	٩٧	٤٨.٣%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن نسبة الذكور في العينة كانت (٤٨.٣%)، ونسبة الإناث كانت (٥١.٧%).

ثانياً: النتائج الخاصة بتساؤلات الدراسة:

للإجابة عن تساؤلات المحور الأول الذي ينص على: ما أنماط استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي؟

١. تصفح الأطفال السعوديين الإنترنت:

الجدول (٥)

التكرارات والنسبة المئوية لتصفح الإنترنت وفقا لرؤية المبحوثين

هل تتصفح الإنترنت	ك	%
نعم	١١٧	٥٨.٥%
أحيانا	٧٩	٣٩.٥%
لا	٤	٢%
المجموع	٢٠٠	٩٩.٥%
لم يذكر	١	٠.٥%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة ممن يتصفحون الإنترنت يمثلون (٥٨.٥%)، وأن أفراد العينة ممن يتصفحون الإنترنت أحيانا يمثلون (٣٩.٥%)، بينما يمثل أفراد العينة ممن لا يتصفحون الإنترنت مطلقا (٢%). تشير النتائج السابقة إلى إنجذاب الاطفال نحو تصفح الانترنت ومتابعته بقوة وهي نتيجة تتفق مع نتائج عدد من الدراسات مثل دراسة (الشوربجي، ٢٠٠٩).

٢. ملكية الأطفال (مفردات العينة) لحساب على مواقع التواصل:

الجدول (٦)

التكرارات والنسبة المئوية لوجود حساب على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لرؤية المبحوثين

هل لديك حساب على مواقع التواصل؟	ك	%
تويتر	٧٤	٣٦.٨%
فيس بُك	٢٣	١١.٤%
ماي اسبيس	٤	٢%
كيك	٨١	٤٠.٣%
يو تيوب	١١١	٥٥.٢%
انستجرام	١١٨	٥٨.٧%
أي حساب آخر	١٧٨	٨٨.٦%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة ممن لديهم حساب على تويتر نسبتهم (٣٦.٨%)، وممن لديهم حساب على فيس بُك نسبتهم (١١.٤%)، وممن لديهم حساب على ماي اسبيس نسبتهم (٢%)، وممن لديهم حساب على كيك نسبتهم (٤٠.٣%)، كما أن من لديهم حساب على يوتيوب كانت نسبتهم (٥٥.٢%)، في حين كانت نسبة من يملكون حسابا على انستجرام (٥٨.٧%)، ومن يملكون حسابات على مواقع أخرى كانت نسبتهم (٨٨.٦%).

وهذه النتائج تفسر كيف أن خصائص كل موقع تأتي كسببا منطقيا للطفل في امتلاك حساب فيه؛ فمثلا نجد أن الانستجرام كانت نسبة من لديهم حساب فيه عالية بين مفردات العينة، وهو موقع يعتمد في المقام الاول على الصور المتبادلة بين الاصدقاء ومن المعروف أن الاطفال في هذه السن يكونون أكثر انجذابا للصور والالوان، يليه موقع اليوتيوب الذي حقق نسبة عالية من حسابات الطفل على مواقع التواصل الاجتماعي وهو موقع يعتمد على مقاطع الموسيقى والفيديو وهي ايضا من المواد المحببة للطفل. يليه موقع كيك الذي يقترب منه كثيرا في فكرة تبادل مقاطع الفيديو إلا أن المقاطع التي يتم تبادلها من

خلال هذا الموقع لا تتجاوز ٣٦ ثانية، وقد اشارت بعض المراجع إلى أن اكثر زوار هذا الموقع من السعودية وامريكا^(٤٢). وجاء بعده موقع تويتر والذي يحظى بشعبية كبيرة في المجتمع السعودي ثم الفيس بوك ويليه موقع ما اسبيس .. وبالإضافة لهذه المواقع تحديدا كانت هناك حسابات أخرى للأطفال على مواقع تواصل اجتماعي أخرى وكانت نسبتها كبيرة الامر الذي يعكس واقعية وفعالية استخدام الاطفال لمواقع التواصل الاجتماعي ومن ثم وجود حاجة ماسة لدراسة هذا الاستخدام واشباعاته.

٣. أكثر حساب في (موقع تواصل) يُستخدم من قبل الأطفال السعوديين:

الجدول (٧)

التكرارات والنسبة المئوية لأكثر حساب(أو موقع تواصل) يُستخدم وفقا لرؤية المبحوثين

أكثر موقع يُستخدم	ك	%
انستجرام	٦٢	٣٠.٨%
ماي اسبيس	١	٠.٥%
تويتر	١٨	٩%
جوجل	٢	١%
اسناب شات	٢	١%
اسكايب	١	٠.٥%
فيس بُك	٣	١.٥%
كيك	٩	٤.٥%
واتساب	١	٠.٥%
يو تيوب	٩٤	٤٦.٨%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

يعكس الجدول السابق أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى مفردات العينة؛ حيث جاءت نسبة من يستخدمون انستجرام كأكثر حساب (٣٠.٨%)، والذين يستخدمون ماي اسبيس كأكثر حساب كانت نسبتهم (٠.٥%)، في حين كان أفراد العينة الذين يستخدمون تويتر كأكثر حساب نسبتهم (٩%)، والأطفال الذين يستخدمون جوجل كأكثر حساب نسبتهم المئوية (١%)، ثم يأتي أفراد العينة الذين يستخدمون اسناب شات كأكثر حساب يستخدمونه (١%)، ثم نسبة من يستخدمون اسكايب كأكثر حساب (٠.٥%)، والأطفال الذين يستخدمون فيس بك كأكثر حساب كانت نسبتهم (١.٥%)، ويأتي الأطفال الذين يستخدمون كيك كأكثر حساب بنسبة (٤.٥%)، والأطفال الذين يستخدمون واتساب كأكثر حساب بنسبة (٠.٥%)، وبأعلى نسبة استخدام جاء يوتيوب كأكثر حساب يستخدمه الأطفال بنسبة (٤٦.٨%).

وبتأمل هذه النتيجة يتضح تميز يوتيوب لدى مفردات العينة؛ حيث بلغت نسبة استخدامه (٤٦.٨%). ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما يتمتع به يوتيوب من مزايا وخصائص تتعلق بسهولة الاستخدام والتفاعلية الملائمة لعقلية الطفل فيما يرتبط بالفديوهات الموجودة وتبادلها بين المستخدمين من الأطفال والتحكم في الاختيار، والتفاعل الاجتماعي (سليم، ٢٠١٣)^(٤٣). ويأتي استخدام الأطفال للانستجرام بنسبة (٣٠.٨%)، وهي نتيجة منطقية في ضوء اهتمام الأطفال بالصور الملونة التي هي العمود الفقري لموقع انستجرام الذي يعتمد في المقام الأول على ثقافة الصورة. ثم يأتي استخدام الأطفال السعوديين لموقع تويتر (٩%). ومن المعروف الاستخدام الواسع لموقع تويتر داخل المجتمع السعودي. فيما تقاربت نسب استخدام الأطفال السعوديين لبقية مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى (مثل: فيس بك - اسنابشات - جوجل بلس - كيك - ماي اسبيس - اسكايب).

٤. أسباب استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي: الجدول (٨)

التكرارات والنسبة المئوية لأسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
وفقاً لرؤية الباحثين

أسباب الاستخدام	ك	%
التواصل مع الآخرين	٢٨	١٣.٩%
التسلية واللعب	٦٨	٣٣.٨%
تقليد الأهل والأصحاب	١	٠.٥%
مشاهدة الصور	٥٤	٢٦.٩%
مشاهدة الكرتون	٥	٢.٥%
تبادل مقاطع الفيديو	٣٨	١٨.٩%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح تنوع الأسباب والدوافع التي يرى الأطفال أنها تكمن وراء سعيهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ فمنهم من يرى أن أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي التواصل مع الآخرين، وذلك بنسبة (١٣.٩%)، وقد كانت نسبة من يستخدمون هذه المواقع للتسلية واللعب (٣٣.٨%)، وجاءت نسبة من يستخدم تلك المواقع كنوع من تقليد الأهل والأصحاب بنسبة (٠.٥%)، ومنهم من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمشاهدة الصور، بنسبة (٢٦.٩%)، في حين جاءت نسبة الأطفال الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمشاهدة الكرتون (٢.٥%)، ومن يستخدمها لتبادل مقاطع الفيديو يمثل (١٨.٩%).

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء اهتمامات الأطفال وحاجاتهم النفسية والمعرفية في هذه المرحلة العمرية (الزريقات، ٢٠١١)^(٤٤)؛ حيث نجد أن الاستخدام بغرض التسلية واللعب جاء في مقدمة الأسباب التي يستخدم من أجلها الطفل السعودي مواقع التواصل الاجتماعي. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (السمري، ٢٠٠٣)؛ وهو أمر يعكس حاجة الطفل إلى الترفيه والتسلية، خاصة مع وفرة استخدام

الأجهزة اللوحية التي تسهل الحصول على هذه التسلية والترفيه والدخول من خلالها إلى مواقع التواصل الاجتماعي. كما أن مشاهدة الصور بما تحتويه من ألوان جاذبة شكلت اهتماما كبيرا من قبل الطفل السعودي بمواقع التواصل الاجتماعي، وكان من أهم دوافع الاستخدام تبادل مقاطع الفيديو، بما تحتويه من موسيقى ومواد جاذبة للطفل. وجاء من بين الأسباب التواصل مع الآخرين كأحد أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ يحتاج الطفل بالفعل في هذه المرحلة إلى التفاعل والتواصل مع الآخرين ممن هم في مثل السن (سليم، ٢٠١١)^(٤٥). وجاءت مشاهدة الكرتون في ترتيب متأخر بين دوافع استخدام مواقع التواصل؛ وهي نتيجة متميزة لهذه الدراسة؛ حيث كشفت تراجع تفضيل الأطفال لمشاهدة الكرتون. وربما يكون تفسير ذلك في ضوء ظهور مغريات جديدة أفرزتها التكنولوجيا الحديثة مثل انستجرام وثقافة الصور، ويوتيوب وثقافة تبادل المقاطع المختلفة، والتفاعلية التي تتمتع بها مواقع التواصل ووسائل الإعلام الجديد بوجه عام. وفي آخر الاستخدامات جاء تقليد ومحاكاة الأهل والأصحاب من قبل الأطفال عينة البحث؛ وهي نتيجة يمكن تفسيرها في ضوء حاجة الطفل النفسية إلى التشبه بالآخرين فيما يفعلون ويقولون (عبد الكافي، ٢٠٠٦)^(٤٦)

٥. مرات الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي (أنماط الاستخدام):

الجدول (٩)

التكرارات والنسبة المئوية لمرات الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لرؤية المبحوثين

مرات الدخول	ك	%
أكثر من ٣ مرات يوميا	١٠٥	٥٢.٥%
مرتان في اليوم	٥٥	٢٧.٥%
مرة واحدة في اليوم	٤٠	٢٠%
المجموع	٢٠٠	٩٩.٥%
لم يحدد	١	٠.٥%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة ممن يدخلون إلى الحساب أكثر من ٣ مرات يومياً كانت نسبتهم (٥٢.٥%)، ومن يدخلون إلى الحساب مرتين يومياً كانت نسبتهم (٢٧.٥%)، في حين جاءت نسبة من يدخلون إلى حسابهم مرة واحدة يومياً (٢٠%).

وتشير نتائج هذا الجدول إلى ارتفاع معدل دخول الطفل السعودي إلى مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث مرات في اليوم.

٦. الوقت الذي يقضيه الطفل في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي (أنماط الاستخدام): الجدول (١٠)

التكرارات والنسبة المئوية للوقت المستغرق وفقاً لرؤية الباحثين

الوقت المستغرق	ك	%
أكثر من ٣ ساعات في اليوم	٧٨	٣٩%
ساعتان في اليوم	٦٨	٣٤%
ساعة واحدة في اليوم	٥٤	٢٧%
المجموع	٢٠٠	٩٩.٥%
لم يحدد	١	٠.٥%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن نسبة من يقضي على الموقع المفضل أكثر من ٣ ساعات يومياً (٣٨.٨%)، كما أن نسبة من يدخل إلى الحساب ساعتين يومياً (٣٤%)، ومن يدخل إلى الحساب ساعة واحدة يومياً (٢٧%).

وتعكس النتائج السابقة كثافة استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي.

٧. ظروف الدخول إلى الحساب (أنماط الاستخدام):

الجدول (١١)

التكرارات والنسبة المئوية لظروف الدخول إلى الحساب وفقا لرؤية المبحوثين

ظروف الدخول إلى الحساب	ك	%
في المنزل بمفردك	٨٩	٤٤.٧%
مع أصدقائك	١٠	٥%
في نزهة مع العائلة	٩	٤.٥%
في المدرسة	٢	١%
في أي مكان به إنترنت	٨٩	٤٤.٧%
المجموع	١٩٩	٩٩%
لم يحدد	٢	١%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

يعكس الجدول السابق مدى إلحاح استخدام الإنترنت والدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي على الطفل السعودي؛ حيث كانت نسبة من يدخلون إلى الحساب في المنزل بمفردهم (٤٤.٧%)، ومن يدخلون إلى حساباتهم عندما يكونون مع الأصدقاء (٥%)، ونسبة من يدخلون إلى حساباتهم عندما يكونون في نزهة مع العائلة (٤.٥%). في حين كانت نسبة من يدخلون لحسابهم عندما يكونون في المدرسة (١%)، ونسبة من يدخلون لحسابهم من أي مكان به إنترنت هي (٤٤.٧%).

٨. تفضيل الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي عن اختيار أنشطة أخرى (أنماط الاستخدام): الجدول (١٢)

التكرارات والنسبة المئوية لتفضيل الدخول إلى الموقع على اختيار أنشطة اجتماعية أخرى
وفقاً لرؤية المبحوثين

الانشطة الاجتماعية و الاتصالية الاخرى	ك	%
اللعب مع الأصدقاء	٧٣	٣٦.٣%
الخروج مع العائلة	٤٣	٢١.٤%
ممارسة الرياضة المفضلة	٣٧	١٨.٤%
مشاهدة التلفزيون	٨٢	٤٠.٨%
قراءة القصص	٨٣	٤١.٣%
المجموع	١٠٠	٢٠.١%

يعكس الجدول السابق مدى الإلحاح والتأثير الذي تتركه متابعة مواقع التواصل الاجتماعي على الطفل، مقارنة بغيرها من الأنشطة الاجتماعية والاتصالية الأخرى؛ حيث يتضح من الجدول أن أفراد العينة ممن يفضل الدخول إلى الموقع على اللعب مع الأصدقاء كانت نسبتهم (٣٦.٣%)، وممن يفضل الدخول إلى الموقع على الخروج مع العائلة كانت نسبتهم (٢١.٤%)، وممن يفضل الدخول إلى الموقع على ممارسة الرياضة المفضلة مثلوا (١٨.٤%)، وممن يفضل الدخول إلى الموقع على مشاهدة التلفزيون كانت نسبتهم (٤٠.٨%)، ويفضل الأطفال الدخول إلى المواقع على قراءة القصص بنسبة (٤١.٣%).

ويشير الجدول السابق إلى أن الأطفال يفضلون الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي على غيرها من الأنشطة الاجتماعية والمغريات الأخرى في حياة الطفل؛ مما يؤثر سلباً على علاقاته ونشاطاته الاجتماعية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الشوربجي، ٢٠٠٩)^(٤٧)، كما تتفق أيضاً مع دراسة (Subrahmanyam K et al, 2008)^(٤٨) التي ترى من خلال نتائجها أن مواقع التواصل

الاجتماعي-بما تشكله من أداة تواصل مع الأصدقاء والعائلة وما تضمه من جماعات اجتماعية -فإنها بذلك تشكل الحياة الثانية بالنسبة لهم، وتشير النتائج ايضا إلى تراجع الأنشطة الاتصالية الاخرى مثل مشاهدة التلفزيون، وقراءة القصص.

٩. (رقابة الآباء على أبنائهم):

الجدول (١٢)

التكرارات والنسبة المئوية لمدى وجود قيود من الوالدين أثناء الدخول إلى الحساب

وفقاً لرؤية الباحثين

مدى وجود قيود من الوالدين أثناء الدخول للحساب	ك	%
نعم	٦٤	٣٢.٧%
أحيانا	٧٤	٣٧.٨%
لا	٥٨	٢٩.٦%
المجموع	١٩٦	٩٧.٥%
لم يحدد	٥	٢.٥%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة ممن توجد عليهم قيود من الوالدين أثناء الدخول للحساب كانت نسبتهم (٣٢.٧%)، وأفراد العينة ممن توجد أحيانا عليهم القيود من الوالدين أثناء الدخول للحساب (٣٧.٨%)، وأن الأطفال ممن لا توجد عليهم قيود من الوالدين أثناء الدخول إلى حسابهم نسبتهم (٢٩.٦%).

وتشير بيانات هذا الجدول إلى وجود قيود ورقابة من الوالدين على اطفالهم . وربما يعود ذلك إلى ثقافة المجتمع ودرجة وعى الاباء بمخاطر وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التربية الإسلامية التي تنشئ الطفل على معايير الصواب والخطأ والحلال والحرام.

١٠. أنواع الأجهزة التي يستخدمها الطفل في الدخول للحساب:

الجدول (١٣)

التكرارات والنسبة المئوية لأنواع الأجهزة المستخدمة في الدخول للحساب
وفقاً لرؤية المبحوثين

أنواع الأجهزة	ك	%
جهاز لاب تُب خاص	٢٨	١٤.٣%
الجوال	٤٠	٢٠.٤%
كمبيوتر مكتبي	١٢	٦.١%
جهاز آي باد	٩٦	٤٩%
ادخل من خلال ما سبق من أجهزة	١٨	٩.٢%
أجهزة أخرى	٢	١%
المجموع	١٩٦	٩٧.٥%
لم يحدد	٥	٢.٥%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن نسبة من يدخلون الموقع من جهاز لاب تُب خاص كانت (١٤.٣%)، ومن يدخلون الموقع من جوالهم نسبتهم (٢٠.٤%) ونسبة من يدخلون الموقع من كمبيوتر مكتبي كانت (٦.١%) ونسبة من يدخلون الموقع من جهاز آي باد (٤٩%)، ومن يدخلون الموقع من خلال ما سبق من أجهزة كانت نسبتهم (١%).

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الرفاهية المادية والاقتصادية للطفل السعودي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الحميد، ٢٠١٠)^(٤٩) بشأن وجود أكثر من بديل لدى الطفل؛ مما يتيح له استخدام أكثر من جهاز للدخول إلى الإنترنت، وكذلك وجود التطبيقات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ الأمر الذي يُيسر للطفل الدخول إلى هذه المواقع. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (Mew, 2009)^(٥٠) التي ترى أنه كلما تنوعت التطبيقات (Applications) على مواقع التواصل الاجتماعي وزادت كفاءة التعامل مع أجهزة الكمبيوتر؛ كانت أكثر جذبا للاستخدام من قبل الطلاب.

١١. الإشباع المتحققة للطفل السعودي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول (١٤)

التكرارات والنسبة المئوية للإشباع المتحققة من دخول الطفل مواقع التواصل الاجتماعي
وفقاً لرؤية الباحثين

المتاح	ك	الإشباع المتحققة من الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي
٢٦.٩%	٥٤	تَعَرَّفَ أصدقاء جدد
٥٣.٢%	١٠٧	تحميل البرامج والألعاب
٩٧.٣%	٣٦	تقليد الإخوة والزملاء
٧٦.٦%	١٥٤	التسلية وتمضية وقت الفراغ
٩٧.٤%	٣٧	تَعَرَّفَ الأحداث الجارية
٢٨.٩%	٥٨	اكتساب مهارات جديدة وتطوير الذات
٢٥.٩%	٥٢	التواصل مع زملاء المدرسة
٦.٥%	١٣	التواصل مع الأساتذة وطرح الاستفسارات
١٢.٤%	٢٥	تبادل مقاطع الفيديو مع الأصدقاء
١٧.٩%	٣٦	تكوين مجموعة
٨%	١٦	التعبير عن الرأي في القضايا والموضوعات
١٣.٤%	٢٧	النقاش مع الأصدقاء فيما يقع من أحداث
١٠٠%	٢٠١	المجموع

يعكس الجدول السابق تنوع وثرء الإشباعات المتحققة للطفل السعودي؛نتيجة متابعته واستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي؛ فقد بينت نتائج الجدول أن أفراد العينة ممن يدخلون الموقع لكي يتعرفوا على أصدقاء جدد كانت نسبتهم (٢٦.٩%)، ومن يدخلون الموقع بغرض تحميل برامج وألعاب نسبتهم (٥٣.٢%). وجاءت إشباعات تقليد الأطفال للإخوة والزملاء بنسبة (٩٧.٣%)، بينما كانت إشباعات الطفل للتسلية وتمضية وقت الفراغ بنسبة (٧٦.٦%)، وإشباعات الطفل لمعرفة ما يدور من أحداث بنسبة (٩٧.٤%). وجاءت الإشباعات المرتبطة باكتساب مهارات جديدة وتطوير الذات بنسبة (٢٨.٩%)، في حين شكلت إشباعات التواصل مع الزملاء بالمدرسة نسبة (٢٥.٩%)، وإشباعات التواصل مع الأساتذة نسبة (٦.٥%)، أما إشباعات الدخول إلى المواقع لتبادل مقاطع الفيديو مع الأصدقاء فقد بلغت (١٢.٤%). وجاء هدف تكوين مجموعة من الأصدقاء بنسبة (١٧.٩%)، في حين بلغت نسبة الإشباع الخاص بالتعبير عن الرأى في القضايا والموضوعات (٨%)، و انعكست أهمية النقاش لدى الطفل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت نسبة من يدخلون بهدف النقاش والتفاعل مع الأصدقاء (١٣.٤%).

وتشير هذه النتائج إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الطفل السعودي؛ فهي تلبي العديد من حاجاته ودوافعه، وتحقق له الإشباعات التي يحتاجها، كغيره من أطفال العالم. فهو في حاجة إلى التواصل مع الآخرين، سواء كانوا أصدقاء حاليين له أو حتى أصدقاء جدد. كما نجد الإشباعات التي تعكس الوعي الاجتماعي للطفل، فيما يتعلق بدوافع معرفة ما يقع من أحداث، ودوافع النقاش مع الزملاء، ودوافع إبداء الرأى، و دوافع تطوير الذات واكتساب مهارات جديدة، وربما يكون لظهور هذه النوعية من الدوافع ما يبرره؛ فهي انعكاس طبيعي للتقدم في المعرفة الإنسانية وثورة الاتصال، إضافة لوجود الدوافع الطبيعية للطفل (التسلية والترفيه واللعب، والتقليد ومحاكاة الآخرين)؛ الأمر الذي يعكس تعزيز ثقة الطفل بنفسه.

وقد لاحظت الباحثة تنوع الإشباعات المتحققة للطفل السعودي؛ فمنها الإشباعات الهروبية المتمثلة في التسلية وتمضية وقت الفراغ، ومنها ما هو نفعى (مثل: التواصل مع الأساتذة، والتواصل مع الأصدقاء، ومعرفة الأحداث الجارية، وإشباع الحاجة لإقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين)، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الطوخى ، ٢٠٠٢).

١٢. المشكلات التي تواجه الطفل حين دخوله إلى مواقع التواصل الاجتماعي: الجدول (١٥)

التكرارات والنسبة المئوية للمشكلات التي تواجه الطفل وفقا لرؤية المبحوثين

المشكلات	ك	%
انقطاع الاتصال بالإنترنت	١٥١	٧٥.١%
منع الأسرة	٦٦	٣٢.٨%
مراقبة الوالدين	٢٣	١١.٤%
وجود كلمة مرور غير معروفة	٦٢	٣٠.٨%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

يشير الجدول السابق إلى أبرز المشكلات التي تسبب انزعاجا للطفل أثناء تواصله من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (عوامل خارجية)، حيث يتضح أن أفراد العينة ممن يضايقهم انقطاع الإنترنت نسبتهم (٧٥.١%)، وممن يضايقهم منع الأسرة نسبتهم (٣٢.٨%)، وممن يضايقهم مراقبة الوالدين نسبتهم (١١.٤%)، وممن يضايقهم وجود كلمة مرور (٣٠.٨%). وتتفق هذه النتيجة جزئيا من حيث الانزعاج من انقطاع الاتصال بالإنترنت، ومنع الأسرة للطفل من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع نتيجة كل من (الطوخى، ٢٠٠٢)، (الشوربجي، ٢٠٠٩)؛ حيث كان لهذين السببين أكبر الأثر في نفسية الطفل.

١٣. المواد المتبادلة من مواقع التواصل الاجتماعي: الجدول (١٦)

التكرارات والنسبة المئوية للمواد المتبادلة من مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لرؤية الباحثين

المواد المتبادلة من خلال مواقع التواصل	ك	%
الألعاب	١٣٤	٦٦.٧%
الصور والرسوم	٨٠	٣٩.٨%
الفديوهات	٨٤	٤١.٨%
الأناشيد	٥٩	٢٩.٤%
القصص	٢٢	١٠.٩%
موضوعات الدراسة	٤١	٢٠.٤%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

يشير الجدول السابق إلى المواد التي يتبادلها الأطفال السعوديون فيما بينهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مثل: الألعاب التي كانت نسبتها (٦٦.٧%)، والصور والرسوم بنسبة (٣٩.٨%)، والأناشيد بنسبة (٢٩.٤%)، والقصص بنسبة (١٠.٩%)، وموضوعات الدراسة بنسبة (٢٠.٤%). وهو ما يعكس الاستخدامات الترفيهية و التعليمية لمواقع التواصل الاجتماعي (عبد السلام، ١٩٩٨)^(٥١).

١٤. الموضوعات التي يناقشها الطفل عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول (١٧)

التكرارات والنسبة المئوية للموضوعات التي يناقشها الأطفال وفقا لرؤية الباحثين

الموضوعات	ك	%
موضوعات دينية	٢٣	١١.٤%
موضوعات سياسية	١٥	٧.٥%
موضوعات دراسية	٤٤	٢١.٩%
فنون	٧٥	٣٧.٣%
إعلانات	٢٤	١١.٩%
أخرى تذكر	٧٥	٣٧.٣%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن الموضوعات الدينية تناقش بنسبة (١١.٤%)، في حين تناقش الموضوعات السياسية بنسبة (٧.٥%)، والموضوعات الدراسية بنسبة (٢١.٩%)، والموضوعات المتعلقة بالفنون بنسبة (٣٧.٣%)، والإعلانات بنسبة (١١.٩%). وجاءت مناقشة الأطفال لموضوعات أخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٣٧.٣%).

ويعكس الجدول السابق تنوع الموضوعات التي يثار حولها النقاش بين الأطفال من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. وتُظهر نتائج هذا الجدول ضرورة الاطلاع على المحتوى والمضمون الخاص بالمواقع من قبل الوالدين، ومشاركة الأبناء في النقاش حول الموضوع المثار، وتقييم الآراء التي قد تتسم بالشطط والتشدد. فبالنظر إلى نتائج الجدول نجد أن النقاش بين الاطفال يكون حول الموضوعات المرتبطة بالفنون و التي من الممكن أن تشكل ثقافة غير مرغوب فيها داخل المجتمع السعودي المحافظ ومن ثم يشكل خطورة على ثقافة الطفل .

١٥. الشخصيات التي تُتَابَع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول (١٨)

التكرارات والنسبة المئوية للشخصيات التي تُتَابَع وفقا لرؤية الباحثين

الشخصيات التي تُتَابَع	ك	%
الأصدقاء القدامى	٤٣	٢١.٤%
أصدقاء جدد على الموقع	٥٢	٢٥.٩%
شخصيات عامة	١٣٧	٦٨.٢%
شخصيات من الأسرة والأهل	٨٥	٤٢.٣%
المجموع	٢٠١	١٠٠%

من الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة ممن يتابع الأصدقاء القدامى كانت نسبتهم (٢١.٤%)، وممن يتابع أصدقاء جُددًا على الموقع نسبتهم (٢٥.٩%)، ونسبة من يتابع شخصيات عامة (٦٨.٢%)، ونسبة من يتابع أفراد الأسرة (٤٢.٣%). وهذه نتيجة منطقية يمكن تفسيرها في ضوء محاولة الطفل الخروج من العزلة إلى عالم رحب من المعارف والمعلومات والثقافات الجديدة، وتبرز هنا ضرورة الحرص على توجيه الطفل نحو انتقاء الشخصيات الأفضل والأكثر اعتدالا ووسطية ومتابعتها.

١٦. أضرار مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الطفل السعودي: الجدول (١٩)

التكرارات والنسبة المئوية لأضرار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لرؤية الباحثين

الأضرار كما يراها الطفل	ك	%
الجلوس إليها فترة طويلة له أضرار صحية	٩٨	%٤٨.٨
تلهي عن أداء الصلاة في وقتها	٨٧	%٤٣.٣
تؤثر على العلاقات بالاصدقاء من خارجها	٢١	%١٠.٤
مضيعة للوقت	٨٢	%٤٠.٨
تعرض مقاطع منافية للأخلاق	٣٥	%١٧.٤
تتسبب في مشاكل مع الوالدين	٣٨	%١٨.٩
الحرمان من ممارسة الرياضة المفضلة	١٩	%٩.٥
تعطيل أداء الواجبات الدراسية	١٠٢	%٥٠.٧
العزلة عن الأسرة والأصدقاء	٥١	%٢٥.٤
المجموع	٢٠١	%١٠٠

يعكس الجدول السابق مدى وعي الطفل السعودي بأضرار ومساوئ مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يتضح منه أن أفراد العينة ممن يرون أن الجلوس إلى تلك المواقع فترات طويلة له أضرار كانت نسبتهم (٤٨.٨%)، و ممن يرون أنها تؤثر على العلاقات مع الأصدقاء كانت النسبة (١٠.٤%). و ممن يرون أنها مضيعة كانت نسبتهم (٤٠.٨%)، وأن أفراد العينة ممن يرون أنها تعرض مقاطع منافية للأخلاق نسبتهم (١٧.٤%)، وأن أفراد العينة ممن يرون تسببها في مشاكل مع الآباء كانت النسبة (١٨.٩%). كما يرى (٩.٥%) أنها تحرمهم من ممارسة الرياضة، في حين يرى (٥٠.٧%) أنها تعطلهم عن أداء واجباتهم الدراسية، ويرى (٢٥.٤%) أنها تعزلهم عن الآباء والأصدقاء.

ثالثاً: التساؤلات الخاصة بتأثير الخصائص الديموجرافية للطفل السعودي و علاقتها بمتغيرات

(أنماط الاستخدام / دوافع الاستخدام / الإشباعات المتحققة :

٩. هل تختلف معدلات استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الخصائص الديموجرافية للطفل من حيث (النوع / العمر / المستوى الإقتصادي)؟

جدول رقم (٢٠)

(٩/أ) نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين (Independent sample t- test) لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول معدل الاستخدام باختلاف النوع

المحاور	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
معدل الاستخدام	ذكر	104	3.44	1.244	-1.796	.074
	انثى	97	3.80	1.570		

يتضح من خلال الجدول السابق انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين استجابات أفراد عينة

الدراسة حول معدل استخدام الطفل لمواقع التواصل باختلاف النوع، حيث بلغت قيمة ت = -1.796 وهي ليست دالة اي أن هناك تقارب بين الذكور والاناث في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد يعزي ذلك إلى توافر الاجهزة اللوحية بين الاطفال ذكورا كانوا أو إناثا الامر الذى يسهل ويكثف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل متقارب بين نوعى الاطفال. الا ان هذه النتيجة اختلفت مع نتيجة دراسة (السمري ، ٢٠٠٣) ويمكن أن نعزو هذا الاختلاف فى النتائج لاختلاف النمط الإقتصادي بين المجتمعين المصرى و السعودى.

جدول رقم (٢١)

(٩/ ب) نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين (Independent sample t- test) لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات المبحوثين حول معدل الاستخدام باختلاف العمر

المحاور	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
معدل الاستخدام	من ٧ وحتى ٩	59	4.03	1.553	1.478	٠.١٤١
	من ١٠ وحتى ١٢	141	4.38	1.510		

ويتضح من الجدول السابق انه توجد فروق ذات دلالة احصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة في معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف اعمارهم وذلك لصالح الاطفال الاكبر سنا، حيث بلغت قيمة ت=١.٤٧٨ وهي قيمة دالة؛ ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء النضج العقلي للطفل والذي يختلف من عام إلى عام؛ حيث يكون الطفل أكثر قدرة على التعامل مع الاجهزة الالكترونية وفهم طبيعة الاستخدام بصورة أيسر، وذلك بالإضافة إلى أنه ومع تقدم الطفل في العمر تتسع دائرة معارفه ومن ثم يكون من المنطقي أن يستخدم مواقع التواصل بمعدل أكبر من ذي قبل.

جدول رقم (٢٢)

(٩/ ج) نتائج اختبار تحليل التباين الاحادي (one way ANOVA) للفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول معدل الاستخدام باختلاف المستوى الاقتصادي

المحاور	المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
معدل الاستخدام	منخفض	60	3.33	1.145	2.829	.061
	متوسط	101	3.85	1.519		
	عالي	37	3.46	1.502		

كما يتضح من بيانات الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق دالة احصائية بين معدل الاستخدام حيث كانت قيمة $F = 2.829$ وهي ليست دالة؛ أي أن هناك تقارب بين الأطفال في المستويات الثلاثة من حيث معدلات الاستخدام وربما يكون مرجع ذلك وفرة الاجهزة اللوحية وتنوعها في الأسرة السعودية على اختلاف مستوياتها الاقتصادية الاجتماعي (العقيل، ٢٠١٢) ...

١٠ / هل تختلف دوافع استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الخصائص الديموجرافية للطفل من حيث (النوع / العمر / المستوى الاقتصادي) ؟

جدول رقم (٢٣)

(١٠ / أ) نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين (Independent sample t- test)، لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول الدوافع باختلاف النوع.

المحاور	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
الدوافع	ذكر	١٠٤	3.5900	2.28343	3.115	002.
	انثى	٩٧	2.7200	1.60856		

يتضح من خلال الجدول رقم (٢٠) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول الدوافع باختلاف النوع؛ حيث إن قيمة $T = 3.115$ ، وهي دالة عند مستوى الدلالة 0.002 وهي قيمة أقل من (0.05) ، وهذه الفروق لصالح الذكور، وهي نتيجة منطقية، فمن المعروف أن دوافع الإناث تختلف عن دوافع الذكور خاصة في هذه المرحلة المبكرة من العمر (الشوريجي، ٢٠٠٩).

جدول رقم (٢٤)

(١٠/ب) نتائج اختبار ت لعينتين مستقلتين (Independent sample t- test) لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول الدوافع باختلاف العمر

المحاور	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
الدوافع	من ٧-٩ سنوات	59	2.3898	1.23200	-	000.
	من ١٠-١٢	141	3.4752	2.19279	-4.437	

ويتضح من خلال هذا الجدول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول دوافعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أعمارهم وذلك لصالح الأطفال في الفئة من ١٠-١٢ سنة أي الأطفال الأكبر سناً، حيث إن قيمة $t = 4.437$ وهي دالة عند مستوى الدلالة ٠.٠٠٠٠ وهي قيمة أقل من (٠.٠٠٥) وهي نتيجة يمكن تفسيرها في ضوء أن الأطفال الأكبر سناً تزداد حاجاتهم وتتنوع فمثلاً يكون بحثهم عن المعلومة بدافع طلب المعرفة، كما أن الأطفال في هذه السن يهربون من الواقع التقليدي ولا يستطيعون تقبله ويتجه بدوافعه هذه نحو العالم الافتراضي (المتولي، ٢٠١٠) (٥٢)

جدول رقم (٢٥)

(١٠/ج) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول الدوافع باختلاف (المستوى الاقتصادي).

المحاور	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدوافع	منخفض	61	3.3279	2.35741	.614	.542
	متوسط	102	3.0000	1.85622		
	عالي	37	3.2973	1.85390		

كما يتضح من بيانات الجدول السابق أنه لا توجد أية فروق دالة إحصائية بين الدوافع تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي. وهي نتيجة تختلف مع نتائج بعض الدراسات، مثل دراسة (الصبيحي، الموسى، ٢٠١٣) التي أجريت على المجتمع السعودي، وتؤكد دور المستوى الاقتصادي كمتغير فاعل في دوافع الشباب لاستخدام مواقع التواصل.

١١/ هل هناك علاقة بين الإشباع المتحققة للطفل السعودي من استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الخصائص الديموجرافية للطفل من حيث (النوع / العمر / المستوى الاقتصادي) ؟

جدول رقم (٢٦)

العلاقة بين الإشباع المتحققة للطفل ونوعه

النوع	الإشباع		
-0.037-	1	معامل الارتباط	الإشباع
.598		مستوى الدلالة	
200	200	العدد	
1	-0.037-	معامل الارتباط	النوع
	.598	مستوى الدلالة	
200	200	العدد	

يتضح من بيانات الجدول أعلاه انه لا توجد علاقة بين الإشباع المتحققة للطفل ونوعه حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون -0.037. لذا فهي علاقة سلبية ضعيفة جداً غير دالة احصائياً. ومعنى ذلك أن الذكور والإناث يجدون اشباعاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي فهي تلبى دوافعهم وحاجاتهم على اختلاف هذه الدوافع والحاجات وربما يكون السبب في ذلك تنوع هذه المواقع وتمايزها كوسائل إعلام اجتماعي جديد بما تملكه من خصائص تفاعلية، فنجد مثلا ما يركز على الصور، وما يركز على الفيديو، والتعليقات وغيرها.

جدول رقم (٢٧)

العلاقة بين معدل الإشباعات المتحققة للطفل و عمره

العمر	الإشباعات		
.163*	1	معامل الارتباط	الإشباعات
.021		مستوى الدلالة	
200	200	العدد	
1	.163*	معامل الارتباط	العمر
	.021	مستوى الدلالة	
200	200	العدد	

يتضح من بيانات الجدول السابق انه توجد علاقة طردية بين الإشباعات والعمر اي انه كلما زاد العمر زادت الإشباعات حيث بلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.١٦٣ وهي دالة عند مستوى اقل من ٠.٠٥، يمكن أن تعود هذه النتيجة إلى اختلاف الأطفال في دوافعهم وحاجاتهم باختلاف أعمارهم و بالتالى سوف يختلفون فى الإشباعات المتحققة لهم باختلاف أعمارهم على نحو تتزايد فيه إشباعاتهم بزيادة أعمارهم .

جدول رقم (٢٨)

العلاقة بين معدل الإشباعات المتحققة للطفل و مستواه الاقتصادي الاجتماعي

المستوى الاقتصادي	الإشباعات		
.149*	1	معامل الارتباط	الإشباعات
.035		مستوى الدلالة	
200	200	العدد	
1	.149*	معامل الارتباط	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
	.035	مستوى الدلالة	
200	200	العدد	

يتضح من بيانات الجدول السابق انه توجد علاقة طردية بين الإشباعات والمستوى الاقتصادي الاجتماعي أي انه كلما زاد المستوى الاقتصادي الاجتماعي للطفل زادت الإشباعات المتحققة لديه حيث بلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.١٤٩ وهي دالة عند مستوى اقل من ٠.٠٥

ومعنى ذلك أن الإشباعات المتحققة للطفل تزداد بارتفاع مستواه الاقتصادي الاجتماعي.

ملخص لنتائج الدراسة:

- أوضحت نتائج الدراسة ارتفاع معدلات تصفح الانترنت من قبل الأطفال عينة الدراسة وهو ما يلتقى بالاتفاق مع نتائج الدراسات السابقة فى هذا الصدد.
- جاءت مواقع التواصل (الإنستجرام / اليو تيوب / كيك / تويتر / فيس بوك) كأكثر المواقع ارتيادا من قبل الأطفال السعوديين عينة الدراسة.
- إقبال الأطفال السعوديون على مواقع التواصل الاجتماعي له تأثيره على الأنشطة الاجتماعية والاتصالية الأخرى (ممارسة الرياضة، مشاهدة التلفزيون، قراءة القصص، اللعب، الخروج مع الأهل).
- أظهرت نتائج هذه الدراسة أن الأطفال السعوديين يلجأون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأسباب عديدة منها: لأنهم يجدون فيها حياة جديدة بعيدة عن حياتهم التقليدية التي اعتادوها في الواقع، وإمكانية البحث عن أصدقاء للتواصل معهم من جديد، فضلا عن استخدام البعض لهذه المواقع بغرض الشهرة وإثبات الذات وتعزيز الثقة بالنفس (جميعها إشباعات مهمة فى حياة الطفل)، كما يجد البعض منهم فى هذه المواقع شكلا من أشكال تقليد الكبار من حيث الفخر بأنفسهم وحضورهم النشاط عليها، وذلك كله بخلاف سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ومن هنا يمكننا القول إن مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة الأطفال؛ فهي توسع مدارك الطفل، وتنمي قدراته المعرفية بصورة أفضل؛ فقد تراجعت النتائج التقليدية من حيث تفضيل الطفل للكرتون، وتفوقت عليها تفضيلات أخرى؛ كمعرفة الأحداث الجارية، ولمساعدة فى تحصيل المواد الدراسية، والنقاش وإبداء الآراء وتبني وجهات النظر.
- كانت الألعاب، والصور والرسوم، الفيديوها، الأناشيد هى أكثر المواد تبادلا بين الاطفال فى مواقع التواصل الاجتماعي.
- شكلت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل الثقافي والعلمي والترفيهي للطفل السعودي؛ فقد كشفت النتائج أن الاطفال يتحدثون فيما بينهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى

الموضوعات الفنية والسياسية والدينية، كما يتناقشون في الدروس العلمية التي يحصلونها بمدارسهم مما يظهر أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في المجال التعليمي وهو استخدام إيجابي محمود ومرغوب.

- بينت نتائج الدراسة أنه _ وعلى مستوى الشخصيات التي يتابعها الاطفال من خلال مواقع التواصل الاجتماعي _ المشاهير من أهل الفن والشخصيات العامة؛ الأمر الذي يستوجب توجيه الاباء نحو إرشاد ابنائهم فيمن يتابعون ويتعاطون الفكر والثقافة منه.
- أظهرت النتائج أن الاباء يفرضون مزيداً من القيود على أطفالهم حينما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وعياً منهم بخطورة هذه المواقع على أطفالهم وعلى هويتهم الثقافية وذلك على الرغم من وجود وعياً كبيراً لدى الطفل السعودي بمخاطر وأضرار مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما كشفت نتائج هذه الدراسة.
- أظهرت النتائج عدم وجود اختلاف نوعي (بين الذكور والاناث) في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- كما أظهرت النتائج تبايناً في دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الأطفال الأكبر سناً (١٠ _ ١٢) والأصغر سناً (٧ _ ٩) سنوات من مفردات العينة.
- وعلى مستوى دوافع استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف نوع الطفل فقد أشارت النتائج إلى وجود تبايناً في دوافع الاستخدام بين الأطفال الذكور والاناث؛ لصالح الذكور.
- كما وجدت اختلافاً في دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف عمر الطفل فقد أشارت النتائج إلى وجود تبايناً في دوافع الاستخدام بين الأطفال الأكبر والأصغر سناً، لصالح الأطفال الأكبر سناً.
- أكدت النتائج وجود ارتباط إيجابي بين عمر الطفل ومستواه الاقتصادي الاجتماعي من جهة وبين الإشباع المتحققة له من جهة أخرى.
- في حين جاءت النتائج لتتفق وجود علاقة بين متغير نوع الطفل والإشباع المتحققة له من استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي.

التوصيات:

إستناداً إلى ما سبق طرحه من نتائج حققتها هذه الدراسة والتي تأكد من خلالها أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ينقل أخلاق ونمط حياة البيئات الأخرى إلى مجتمعاتنا العربية وينقل ضمناً قيم جديدة تؤدي إلى التصادم بين القديم والحديث وخلخلة نسق القيم في عقول أطفالنا من خلال المفاهيم والتجارب والخبرات المتبادلة عبر هذه المواقع _ هذا من ناحية _ ومن ناحية أخرى وانطلاقاً من وجود

مخاوف عديدة ترتبط بفكرة الانفتاح الثقافي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وما قد يجره هذا الانفتاح من تأثيرات سلبية وضارة على الأطفال والنشئ فإن الدراسة الحالية تطلق مجموعة من التوصيات وتقدم حلولاً عملية لمواجهة هذا الخطر نوجزها فيما يلي:

١/ تفعيل دور التربية الإعلامية من خلال المحيطين بالطفل (الأسرة / المدرسة) وذلك على المستويات التالية :

_ كيفية انتقاء وتصفح المضامين الهادفة وغير المبتذلة الموجودة بمواقع التواصل.

_ الابتعاد عن المضامين غير الملائمة (دينيا / اخلاقيا / اجتماعيا)

_ الاهتمام بتثقيف الطفل وتوجيهه اجتماعيا والتركيز على معايير الخطأ والصواب خاصة فيما يتشاركه الطفل ويتبادلها مع اصدقائه من مضامين، وذلك للحد من التأثيرات السلبية لهذه المواقع، خاصة فيما يتعلق بالمضامين الفنية والسياسية التي تحتاج للحوار المتبادل بين الآباء والأبناء.

٢/ الاهتمام بالأنشطة الإعلامية المدرسية مثل الصحافة والإذاعة المدرسية وتفعيلها في تصميم وإطلاق مواقع تواصل اجتماعي تحت إشراف تربوي من الممكن أن يتبع الموقع الرسمي للمدرسة ومن ثم إطلاق دور جديد للإعلام التربوي.

٣/ الاهتمام بالأنشطة الرياضية والفنية في المدرسة.

٤/ تكاتف جهود التربويين وصناع القرار في مجالات الطفولة والإعلام لاعداد دراسات مستقيضة حول الاحتياجات الثقافية للطفل العربي وعلاقتها بوسائل الإعلام الجديد وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي.

مراجع البحث

1• Buckingham D Boud D (2007) . **Why Youth(heart) social network sites : the role of networked buplics in teenage social life in: Buckingham D.MacArthur Foundation Series on Digital learning : Youth Identity , and Digital Media Volume .Cambridge , MA : MIT Press , 2007 .Available at www.danah.org/papers/ . Why Youth Heart .PDF Accessed July 16 ,2010 .**
٢ / سعود صالح كاتب ، الاعلام الجديد و قضايا المجتمع : التحديات و الفرص ، المؤتمر العالمي الثاني للاعلام الاسلامي ، مكة ، من ١٢-١٥ ديسمبر ٢٠١١ .

٣/ منيرة خالد العقيل ، بعض الآثار السلبية لوسائل التقنية الحديثة على سلوك الطفل ، دراسة مطبقة على عينة قصدية من الامهات في مدينة الرياض ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم اجتماع ، (٢٠١٣) .

٤/ محمد حمدان، ٢٠٠٥، (www.afkar.com/).

- ٥/ على بن سعيد الاحمرى ، أغراض استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الاجتماع ، كلية العلوم الاجتماعية ، ٢٠١٢ .
- ٦/ عبدالمحسن بن احمد العصيمي ، الأثار الاجتماعية للانترنت ، ط ٤ (الرياض ، قرطبة للنشر و التوزيع ، ٢٠١٠) .
- ٧/ منيرة خالد العقيل ، بعض الأثار السلبية لوسائل التقنية الحديثة على سلوك الطفل ، دراسة مطبقة على عينة قصدية من الأمهات في مدينة الرياض ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم اجتماع ، ٢٠١٣ .
- ٨/ عبد الوهاب عبد الله بغدادى ، التليفزيون و السلوك الاتصالي للطفل السعودى . دراسة مسحية على عينة من الاسر السعودية فى مدينة جدة ، مجلة جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الاداب و العلوم الانسانية ، المجلد الرابع ، ١٩٩١ .
- ٩/ ممدوح محمد السيد المشمشى ، برامج الاطفال فى تليفزيون المملكة العربية السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة . جامعة القاهرة ، كلية الاعلام قسم الاذاعة و التليفزيون ، ١٩٩٣ .
- ١٠/ لىلى عبد العزيز الهلالى ، دور وسائل الاعلام العربية فى تنشئة الطفل العربى ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس ، كلية الاداب ، قسم الاجتماع ، ١٩٩٨ .
- ١١/ محمد احمد صوالحة ، تأثير مشاهدة التليفزيون فى التحصيل الدراسى لدى الاطفال ، مجلة العلوم التربوية و الدراسات الاسلامية ، مجلد (١٢) ، ٢٠٠٠ .
- ١٢ / عبد اللطيف ابراهيم الحديثى ، تأثير الاعلان التليفزيونى على السلوك الشرائى للطفل السعودى ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الملك عبد العزيز ، جدة ، ٢٠٠٠
- ١٣/ جيهان عبد السلام عوض ، السلوك الشرائى و مدى تاثيره بالاعلان التليفزيونى . دراسة ميدانية لعينة من طلاب المدارس الابتدائية بمدينة الرياض ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ٢٠٠٥)
- ١٤/ محمد السويد ، صورة الطفل فى الاعلان التليفزيونى و علاقتها بالقيم الاجتماعية و التربوية . دراسة تحليلية تقويمية لعينة من اعلانات قنوات الاطفال المتخصصة : قناة سبيس تون نموذجا . دراسة غير منشورة ، ٢٠٠٧)
- ١٥/ عبد الواحد حميد الكبيسى ، اثر الاعلان المرئى على سلوك اطفال الرياض من وجهة نظر اولياء امورهم ، مجلة جرش للبحوث و الدراسات ، العدد (١) ، حزيران ٢٠١٢)
- ١٦/ هدى عبد المحسن ال سويلم ، العلاقة بين السلوك الاستهلاكى للطفل السعودى من ٦ - ١٢ سنة و مشاهدة قنوات الاطفال . دراسة على عينة من الاطفال فى مدينة الرياض . رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، كلية الدعوة و الاعلام ، ٢٠١٢) .
- ١٧/ اسامة محمد مشعل ، التربية الاسلامية فى صحافة الطفل . دراسة تطبيقية على مجلة ماجد الخليجية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، المعهد العالى للدعوة و الاعلام ، ١٩٩٦)
- ١٨/ صلاح محمد الخاجة ، صحافة الاطفال فى دول الخليج ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، المعهد العالى للدعوة و الاعلام ، ١٩٩٨)
- ١٩/ محمد سليمان الشويعى ، صحافة الطفل المسلم واثرها فى تفكيره و تكامل شخصيته ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، المعهد العالى للدعوة و الاعلام ، ٢٠٠٣)
- ٢٠/ عبير قدهى احمد القدهى ، اساليب معالجة موضوعات الطفل فى الصحافة المحلية . دراسة تحليلية وصفية على عينة من صفحات الطفل فى جريدة الجزيرة و جريدة الرياض ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الملك سعود ، كلية الاداب ، ٢٠١٠ .

21 / Samy Tayie : Children and Mass Media in the Arab World , (2001).

- ٢٢/ عربى عبد العزيز الطوخى ، دوافع استخدام الاطفال لشبكة الانترنت و الاشباعات المتحققة منها ، المجلة المصرية لبحوث الراى العام ، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، العدد الرابع ، ٢٠٠٢) .
- ٢٣/ صفا فوزى على محمد ، علاقة الطفل المرئى بوسائل الاتصال الالكترونية . دراسة على اطفال الريف و الحضر من ١٢ - ١٨ سنة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ٢٠٠٣) .
- ٢٤ / هبة الله بهجت السمرى ، استخدام الاطفال للانترنت ، العلاقة التفاعلية بين الاباء و الابناء ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد (١٢) ، ٢٠٠٣ .

25/ Cho, C & Chean, H , Children's Exposure to Negative Internet Content. Effectes of Family Cotext , Journal of Broadcasting & Electronic Media , Vol 49 ,No 4 ,December ,2005 .

26/ Catherine Dwyer ,Star Roxann Hiltz .Katia Passerini. "trust and privacy concern withen social Networking sites A comparison of Face book and Myspace " Paper presented at the

Proceedings of the thirteens Americas conference on information systems .Keystone ,Colorado , August ,2007.

29 / phill Hoffman "**But are we friends ?: on line social networking and community in undergraduate students** " .(Akron,Ohio: the University of Akron ,2008.

30/ Sean P . Hagerty " An Examination of uses and gratifications of Youtube " Unpublished ,M.A (Pennsy Lvania : Villanova University,2008 .

٣١/ نرمين خضر ، الآثار النفسية و الاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية . دراسة على موقع الفيس بوك ، بحث منشور ، المؤتمر العلمي الاول "الاسرة و الاعلام و تحديات العصر " (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٧-١٥ فبراير ٢٠٠٩) ص ٧٨-١ .

32/ Angela M. Adkins "**Myspace ,Facebook and the strength of internet ties : on line Social Networking and Briding Social capital** " M.A , Akron : University of Akron ,2009 .

33/ Valeie Barker "**Older Adolescents motivations for social network sites use : the influence of gender ,group identity and collective self –esteem** " in cyberpsychology & behavior .Vol 12,No2 ,2009 .

٣٤ / رحاب طلعت محمد على ، استخدام المراهقين المصريين المغتربين لمواقع التواصل الاجتماعي و علاقته بالانتماء للوطن ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الاعلام وثقافة الاطفال ، ٢٠١٣

35/ Serhat Bahadir KERT .**online Social Network Sites for Students : Socialization or loneliness** , (**International Journal of Social Sciences and Education** , vol 1 , 2011 .

36/ Marina Vastly:"**Use of Social Networks Sites by Young Adults in Russia** " (unpublished **Master's Thesis**, University of Tampere "School of social Sciences and Humanities"may.2012.

٣٧ / محمد سليمان الصبيحي ، حمد بن ناصر الموسى ، العلاقة بين استخدامات الانترنت و الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب : دراسة ميدانية على عينة من الشباب و الشابات فى مدينة الرياض ، مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، العدد ٢٦ ، ٢٠١٣ .

٣٨ / أنور محمد الرواس ، عيد الوهاب جودة الحليس ، اخرون ، استخدام الطفل العماني بمحافظة مسقط لمواقع التواصل الاجتماعي و اثرها على التنشئة الاجتماعية ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد (٥٠) ، يناير / مارس ، ٢٠١٥ .

٣٩/ عبد الجواد سعيد محمد ربيع ، استخدامات الشباب الجامعي للصحف المحلية و الاشباعات المتحققة منها . دراسة ميدانية تحليلية ، المجلة المصرية لبحوث الراى العام ، يناير / يونيه ، ٢٠٠٦ .

٤٠/ وليد فتح الله بركات ، استخدامات الشباب الكويتى لشبكة الانترنت و الاشباعات التى تحققها ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد (٢٣) ، ٢٠٠٤ .

٤١/ تم تحكيم استمارة الاستبيان من قبل الاساتذة :

أ.د/ سوسن المؤمن / رئيس قسم علم النفس بجامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية

أ.د/ سعاد الاحمدى / رئيس قسم الاجتماع بجامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية

د.محمد الاسمرى / رئيس قسم الصحافة و النشر . كلية الاعلام والاتصال ج. الامام

د. محمد الربيعان / قسم الصحافة و النشر . كلية الاعلام و الاتصال ج. الامام

42/ www.alukah.net/culture/0/51328.

٤٣ / حنان احمد سليم ، الاتجاهات الحديثة فى دراسات و بحوث علاقة الجمهور بالانترنت و الاعلام الجديد ، (القاهرة : دار النهضة العربية للنشر و التوزيع ، ٢٠١٣) .

٤٤/ ابراهيم عبد الله فرج الزريقات ، تعديل سلوك الاطفال و المراهقين ، ط٢ (عمان : دار الفكر العربى ، ٢٠١١) .

٤٥/ إبراهيم عبد العزيز سليم ، المشكلات النفسية و السلوكية لدى الاطفال ، ط١ (عمان : دار المسيرة للنشر ، ٢٠١١) .

٤٦/ اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي ، مشكلات الطفولة ، ط١ (القاهرة : الدار الثقافية ، ٢٠٠٦) .

٤٧/ ليلي مراد يوسف الشوربجي ، الابعاد الاجتماعية لاستخدام تلاميذ المرحلة الاعدادية لشبكة الانترنت ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس ، كلية البنات قسم اجتماع شعبة الاعلام ، ٢٠٠٩) .

48/ Subrahmanyam K& Reich S & Waechter & Espinoza , **Online and Offline Social Networkes: Use of Social Networkes Sites By Emerging Adults, Journal of Applied Developmental Psychology** ,vol 29 , 2008 .

٤٩/ شذى عبد الواحد الحميد ، استخدامات الهاتف الجوال كوسيلة اتصالية في المجتمع السعودي و الاشباكات المتحققة منه . دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، كلية الدعوة و الاعلام ، قسم الاعلام ، ٢٠١٠ .

50/ Lionel Q .L Mew " **Online Social networking : A Task –Person- Technology Fit perspective "** **PH.D . Washington ,DC:** George Washigton University ,2009.

٥١/ نجوى عبد السلام فهمي ، الاستخدام التعليمي والترفيهي للكمبيوتر في حياة الطفل المصري .دراسة استطلاعية ، المؤتمر العلمي الرابع لكلية الاعلام ، الاعلام وقضايا الشباب ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٨ .

٥٢/ متولى على المتولى ، وسائل الإعلام و التنمية المجتمعية (القاهرة : دار الكتاب الحديث ، ٢٠١٠) .

Questions and hypotheses of the study:

First: questions of the study:

1. What the rates and patterns of use of child study sample to social networking sites (number of times the entry of Saudi children on social networking sites / time it takes for the child to browse social networking sites / conditions of entry of the child to social networking sites / entry of the child to social networking sites preferences compared to other activities Other?

Second, the study hypotheses:

1- First hypothesis: There are statistically significant differences between the mean scores of the respondents in their motivation towards social networking sites according to the type.

Methodological steps:

1) the type of study and its methodology:

The present study sought to characterize the use of Saudi child social networking sites and Its Gratificatins realized that this use. So it is clear from the foregoing that the present study belong to the field of studies and research descriptive Descriptive Studies

_ The study sample :

It was selected a sample of 250 single children living in Riyadh sample was selected at random simple who are in the age group of 7 to 12 years.

_ Study tool:

The researcher of this study to collect data through the application against a questionnaire which included a range of themes and questions you meet the purpose of the study.

The results of the study:

/ The results of this study showed that children Saudis are turning to social networking sites for several reasons, including because they find them a new life far from the traditional life they led in fact, the ability to search for friends to communicate with them again as well as the use of some of these sites for the purpose of fame and self-proving and promotion of self-confidence (Achaabaat all important in a child's life) views ..

Formed social networking sites a way to continue the cultural, scientific, recreational Saudi child.

/ Results of this study revealed the existence of great awareness among Saudi children the dangers and damage to social networking sites.

/ Showed a variation in motivation and communication through social communication between male and female children in favor of males sites.

The use of Saudi child social networking sites and Its Gratifications: A field study on a sample of children in Riyadh

Dr. Maha Ahmed Abdel Aziem Abdel Wahab

Lecturer, Department of Information and Culture child Post
Graduate Institute of Childhood . Ain-Shams University .

Abstract

With what the world is witnessing in the light of modern technological revolution represented by the networks and social networking and new media sites, we can Arab and Islamic breaker can see the bone and force effects that leave these sites on family members and, in particular, children in these families. There is no doubt that children deal with New media is an extremely dangerous. They do not have a socially conscious or mature enough to judge the feasibility of using these tools, which are available to them extensively and without special border with the proliferation of smart phones and tablets, and with the emergence of applications continues new watsab and chat and other snab_chat .

Problem of Study:

Possible for a researcher to identify the research problem and inferred through reading in the literature and statistics on social networking sites in Arab societies and the Kingdom of Saudi Arabia in particular, which concluded, including the following:And it can be formulated research problem as follows: The use of Saudi child social networking sites and and Its Gratifications a field study on a sample of children in the city of Riyadh.

Objectives of the study:

The present study determined the most important goals in the following:

1. Identify the most important social networking sites, which used child Saudi.
2. to identify the patterns and habits of the use of child Saudi social networking sites.

The importance of the study:

2. considered social networking sites on the internet and means of communication and cultural and scientific contribution entertaining to see the different civilizations so it was important examine the motives of the children towards the Saudis.
3. This study comes in light of the lack of Arabic studies bother to examine the relationship between the use of Saudi child to social networking sites and Gratifications of these sites, as it may represent the beginning to attract more attention from researchers to study children's sites.

Copyright © EPRA 2015

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, or epra_cairo@yahoo.com,
dr_hatematef2000@yahoo.com, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of public relations research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

Seventh issue - April / June 2015

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Chairman of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chairman of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Sadek Rabeh (Algeria)

Associate Professor of mass communication - Emirati
Canadian faculty - United Arab Emirates - the former dean
of Faculty of information and Public Relations - Ajman
University

El-Sayed Abdel-Rahman Ali

Assistant Professor
Academy of The Arabic Language

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street
Mobile: +201141514157
Tel : +2237620818
www.epra.org.eg
jpr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Enshirah el SHAL (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and
Humanities from France)

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Basyouni Hamada (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of
Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

Media professor & Head of Department of Culture Media and Children at Ain Shams
University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the
International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal



of PR research

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Seventh Issue – April / June 2015

Researches in English:

- **Dr. Osman B. Gazzaz** – Umm al-Qura University
Exposure to Digital Signage and Message Recall: Determining the Effectiveness of the Billboard outside the Prophet's (PBUH) Mosque at Madinah al-Munawwarah 7

Abstracts Researches in Arabic:

- **Prof. Dr. Enshirah el SHAL** - Université du Caire
Un piratage de TV5Monde 40
- **Dr. Hala Kamal Ahmed Nofal** - South Valley University
The Social networking and popular political movement An analytical study on January 25 revolution sites for social networking 42
- **Dr. Mohamed Zen Abd Elrahman** - Minia University
The relationship between the Egyptians' usage of the Egyptian electronic newspapers and the level of the knowledge about the Yemen crisis 44
- **Dr. Maha Ahmed Abdel Aziem Abdel Wahab** – Ain-Shams University
The use of Saudi child social networking sites and Its Gratifications: A field study on a sample of children in Riyadh 45
- **Dr. Aziz Labane** – Algiers 3 University
Study the relationship between TV exposure and factors of TV addiction among university students and high school in Algiers 47
- **Dr. Abd Allah Abd Alla E`Alwazan** – Northern Border University
The credibility of the means of social communication in the point of Saudi university students 48

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright ©2015 EPRA