

## استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط وانعكاساته على سلوكهم الاجتماعي

(دراسة مسحية على أولياء أمور أطفال محافظة ذي قار)

م.م. أحمد عبد الحسين خضر

<mailto:AHMAD.A.KHUDHUR@utq.edu.iq>

### الملخص:

يروم الباحث في بحثه الموسوم بـ (استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط وانعكاساته على سلوكهم الاجتماعي) حيث هدف البحث إلى الكشف عن استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط والتعرف على عادات وأنماط استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط فضلاً عن أهمية هذا الموضوع تكمن في النقاش حول تأثيرات هذا الاستخدام على تطور السلوك الاجتماعي للأطفال وتأثيراته على صحتهم النفسية والاجتماعية، حيث يتيح البحث فهماً عميقاً للتحديات التي يواجهها الأطفال أثناء تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي وكيف يتعاملون مع المحتوى الهابط وبذلك استخدم الباحث المنهج المسحي الوصفي لأنه المنهج المناسب لمشكلة البحث وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من أولياء أمور أطفال محافظة ذي قار فيما استخدم الباحث أداة الاستبيان لغرض الوصول إلى نتائج دقيقة لمشكلة البحث ومن أهم هذه النتائج هي: أن المحتوى الهابط يؤثر بشكل سلبي على الأطفال كما يشعر هؤلاء الأطفال بالقلق في حال التعرض للمحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي ويشارك أولياء الأمور أطفالهم في اختيار المحتوى بصورة دائمة فيما يساهم تحفيز الحوار بين الأطفال وأولياء الأمور في حمايتهم من المحتوى الهابط.

الكلمات المفتاحية : (مواقع التواصل الاجتماعي ، المحتوى الهابط ، السلوك الاجتماعي).

**Children's uses of social networking sites regarding substandard content and its repercussions on their social behavior**  
**(A survey study on parents of children in Dhi Qar Governorate)**

**Asst.Lect.Ahmed Abd Al-Hussein Khadr**

**<mailto:AHMAD.A.KHUDHUR@utq.edu.iq>**

**Abstract:**

The researcher wants his research tagged with (Children's uses of social networking sites regarding substandard content and its repercussions on their social behavior) The research aimed to reveal children's use of social networking sites in relation to degrading content and identifying the habits and patterns of children's use of social networking sites in relation to offensive content In addition to the importance of this topic, it lies in the discussion about the effects of this use on the development of children's social behavior and its effects on their psychological and social health ,whereas the research provides a deep understanding of the challenges that children face while interacting with social networking sites and how do they deal with poor content? Thus the researcher used the descriptive survey method because it is the appropriate approach to the research problem and the study was applied to a random sample of parents of children in Dhi Qar Governorate While the researcher used the questionnaire tool for the purpose of arriving at accurate results for the research problem and the most important of these results is: Degrading content negatively affects children, and these children also feel anxious if they are exposed to degrading content on social media sites and parents participate with their children in choosing the content on a regular basis, while stimulating dialogue between children and parents contributes to protecting them from degrading content.

**Keywords:** (social networking sites, degrading content, social behavior).

## المقدمة:

أدى التطور الكبير في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وشبكة الإنترنت إلى ظهور وسائل إعلام جديدة التي باتت تشغل حيزاً واسعاً في اهتمام الجماهير في كافة أرجاء المعمورة، حيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لتلك الجماهير مما حدثت نقلة نوعية في كافة وسائل الإعلام والاتصال وبرزت لنا ما تسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت رائجة من بين وسائل الإعلام الأخرى في الوقت الحاضر، حيث أخذت تزداد أعداد مستخدميها بشكل كبير ومن كافة فئات المجتمع صغراً وكباراً وهذا يرجع إلى وجود شبكة الإنترنت والهواتف الذكية التي باتت أسعارها رخيصة وسهولة استخدامها مع ذلك وجود تطبيقات تدعى مواقع التواصل الاجتماعي على تلك الهواتف الذكية التي أخذت تتناول مختلف المحتويات ينتجها مختلف الأشخاص يدعون بالمشاهير ونشرها للجماهير عبر صفحات شخصية أو عامة يشاهدها مختلف فئات المجتمع وبهذا أصبحت فئة الأطفال في الوقت الحالي أكثر استخداماً للهواتف الذكية وبالأحرى مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بدوره يشكل خطراً بالغاً على حياتهم الاجتماعية مما وصل الأمر بهم عدم الاستغناء عنها بل أصبحوا مدمنون لتلك المواقع التي يشاهدون فيها محتويات هابطة دون وعي وإدراك وتكون هذه المحتويات أو المضامين على شكل فيديوهات أو صور فاضحة أو كلمات نابية أو أعمال عنف وكل ما ينافي الأخلاق والذوق العام وبهذا أصبحوا يقلدون كل ما يشاهدونه عبر هذه المواقع في حياتهم الاجتماعية مما ينعكس سلباً على حياتهم وحياة المجتمع بشكل عام بسبب الاستخدام الخاطئ لهذه المواقع وكذلك غياب الرقابة الأبوية عن تلك (الأطفال) في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كان للباحث رغبة في دراسة ظاهرة اجتماعية تحت عنوان (استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط وانعكاساته على سلوكهم الاجتماعي) مما قام الباحث بتقسيم بحثه إلى أربع مباحث تضمن الأول منها الإطار المنهجي والذي تناول فيه مشكلة البحث وأهميته وأهدافه ومجتمع البحث وعينته ونوع البحث ومنهجيته ومجالات البحث وأدواته وتعريف المفاهيم والدراسات السابقة، أما المبحث الثاني فتمثل بالإطار النظري فتناول نظرية الاستخدامات والاشباع مفهومها وفروضها والعلاقة بين النظرية وموضوع البحث كما تناول أيضاً مواقع التواصل الاجتماعي والمحتوى الهابط ومنها مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأهمها وسلبياتها ومفهوم المحتوى الهابط، فيما جاء

المبحث الثالث بالإطار التطبيقي لتحليل النتائج المتعلقة باستمارة الاستبيان التي احتوت على ١٥ سؤال ، أما المبحث الرابع فأحتوى على النتائج والتوصيات وقائمة المصادر والمراجع.

### المبحث الأول

### الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث :

تتمحور مشكلة بحثنا حول استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط وانعكاساته على سلوكهم الاجتماعي في الوقت الذي تعد فيه مواقع التواصل الاجتماعي من المواقع التي يلجأ اليه الأطفال لغرض الترفيه والإمتاع، حيث أنه تشكل مواقع التواصل الاجتماعي بيئة رقمية فريدة تشهد تزايد استخدام الأطفال بها لأغراض الترفيه والتواصل. يتعرض الأطفال لمحتوى هابط على هذه المنصات، ويرتبط ذلك بتأثيرات على سلوكهم الاجتماعي والعلاقات الشخصية. حيث نعلم أنه تشهد وسائل التواصل الاجتماعي ارتفاعاً متسارعاً في استخدام الأطفال كوسيلة للترفيه والتواصل. ومع زيادة التفاعل مع هذه المنصات، يواجه الأطفال تحديات متنوعة منها المحتوى الهابط الذي يتسم بالعدوانية والضغط النفسي. تتساءل هذه المشكلة عن تأثير استهداف الأطفال بمحتوى هابط، وكيف يؤثر ذلك على سلوكهم الاجتماعي وعلاقاتهم الشخصية. ويمكن تحديد جوانب المشكلة بما يلي:

- تحليل المحتوى الهابط: استكشاف مظاهر وأنماط المحتوى الهابط الذي يتعرض له الأطفال على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تأثيرات السلوك الاجتماعي: فهم كيف يمكن أن يؤثر المحتوى الهابط على نمط تفاعل الأطفال في المجتمع وعلى العلاقات الاجتماعية.
- تحديات الأمان والخصوصية: استعراض التحديات الأمنية والخصوصية التي يواجهها الأطفال أثناء تفاعلهم مع هذا المحتوى.
- استهداف الأطفال بالإعلانات: تحليل كيفية استهداف الأطفال من قبل الإعلانات والمحتوى الترويجي.

ثانياً: أهمية البحث:

تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية بالغة نظرًا للترايد الكبير في استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرات المحتوى الهابط على الأطفال، حيث تشكل هذه المنصات جزءًا أساسيًا من حياتهم اليومية. وتبرز أهمية هذا البحث في النقاش حول تأثيرات هذا الاستخدام على تطور السلوك الاجتماعي للأطفال وتأثيراته على صحتهم النفسية والاجتماعية. من بين الجوانب الرئيسية:

- فهم التحديات الرقمية: يتيح البحث فهمًا عميقًا للتحديات التي يواجهها الأطفال أثناء تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي وكيف يتعاملون مع المحتوى الهابط.
- تحسين بيئة التواصل: يساهم البحث في توفير رؤى حول كيفية تحسين بيئة التواصل الرقمية للأطفال، بما يعزز من تجربتهم الإيجابية.
- توعية الأهل والمربين: يقدم البحث معلومات قيمة للأهل والمربين حول أفضل السبل لتوجيه الأطفال في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة آمنة وتربوية.
- تطوير سياسات الحماية: يساهم البحث في صياغة سياسات الحماية التي تحفظ حقوق الأطفال وتضمن بيئة رقمية أكثر أمانًا ومرونة.
- رفع الوعي العام: يلعب البحث دورًا هامًا في رفع الوعي بين المجتمع حول تأثيرات استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي والضرورة العاجلة للتدخل والتنوعية.
- رصد المكتبات والكلديات بالمعلومات عن هذا الموضوع لعدم وجود دراسات قريبة أو مشابهة لها في المجتمع العراقي.

ثالثًا: أهداف البحث :

١- الهدف الرئيس :الكشف عن استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط وانعكاساته على سلوكهم الاجتماعي .

٢- الاهداف الفرعية :

١- التعرف على دوافع وغايات استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط عما يراه أولياء الأمور .

٢- التعرف على عادات وأنماط استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط



رابعاً: مجتمع البحث وعينته :

قام الباحث بإجراء بحثه على عينة عشوائية بلغ قوامها ١٥٠ مفردة من أولياء أمور أطفال محافظة ذي قار ولكلا الجنسين ذكوراً وإناثاً لغرض الوصول الى نتائج دقيقة وصحيحة عن استخدامات اطفالهم لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط ومدى انعكاس هذا المحتوى على السلوك الاجتماعي لأطفالهم ، فالعينة هي " نموذج يشمل جانباً أجزءاً من محددات المجتمع الأصلي المعني بالبحث التي تكون ممثلة له بحيث تحمل كل صفاته المشتركة وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي " (الدليمي وصالح، ٢٠١٤، ص ٧٤).

خامساً: نوع الدراسة ومنهجيتها:

يندرج هذا البحث ضمن البحوث والدراسات الوصفية ، فالبحوث الوصفية لاتقف عند حدود وصف الظاهرة المراد دراستها بل تتعدى الى أبعد من ذلك فهي تقوم بتحليل وتفسير الظاهرة بشكل مقصود لغرض الوصول الى تقييمات ذات معنى بقصد التبصير لتلك الظاهرة (العزاوي، ٢٠٠٧، ص، ٩٨) ونظراً لموضوع هذا البحث المتمثل باستخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط وانعكاساته سلوكهم الاجتماعي وكذلك التساؤلات و الأهداف المرتبطة به أعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي الوصفي الذي يعد أحد المناهج الرئيسة للدراسات الوصفية ،حيث يقوم هذا المنهج بجمع المعلومات حول الظاهرة المراد دراستها بقصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.(مرسلي ، ٢٠٠٣، ص ٢٨٩).

سادساً: مجالات البحث :

- ١- المجال الزمني : يتمثل المجال الزمني في المدة الزمنية التي أستغرقها الباحث في كتابة البحث التي بدأت بتاريخ ١١٥ / ١٨ / ٢٠٢٣ وانتهت بتاريخ ١١٣ / ٢٠٢٣
- ٢- المجال المكاني : ويشير المجال المكاني الى الموقع الجغرافي الذي تقع فيه عينة البحث ويتمثل المجال المكاني في هذا البحث بجمهورية العراق وتحديداً محافظة ذي قار .

## سابعاً: أدوات البحث:

١- المصادر النظرية : تمثل المصادر النظرية إحدى أدوات جمع البيانات أو المعلومات لهذا البحث وتكون أما كتب أو رسائل وأطاريح أو ندوات علمية أو بحوث منشورة في مجلات علمية أو مقالات حيث ترتبط هذه المصادر ارتباطاً وثيقاً بموضوع المشكلة المراد بحثها.

٢- استمارة الاستبيان : تعد استمارة الاستبيان الأداة المستخدمة في هذا البحث لغرض جمع البيانات والمعلومات الخاصة بمجتمع البحث (المبحوثين) الذين تمثلوا بأولياء أمور أطفال محافظة ذي قار؛ وتعرف الاستبانة بأنها "مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الأهداف التي يسعى إليها الباحث على ضوء موضوعه والمشكلة التي يختارها" (إبراهيم، ٢٠١٤، ص ١١٤).

## ثامناً: صدق وثبات

١- صدق اتفاق المحكمين: تم عرض الأسئلة المتعلقة باستمارة الاستبيان على عدد من أساتذة متخصصين في مجال الإعلام الذين تم إدراج أسمائهم في جدول رقم (١) من أجل التحقق بصحة أسئلة الاستبيان التي احتوت على (١٥) سؤال، حيث كانت نسبة الاتفاق من قبل المحكمين هي ٩٠٪ كما هي مبينة في الجدول التالي.

لأسئلة الاستبيان: عدد أسئلة الاستبيان ١٥ سؤالاً<sup>١</sup> جدول (١) يبين تحكيم ستة خبراء

ت	الخبراء	الأسئلة المقبولة	النسبة المئوية	الأسئلة المرفوضة	الأسئلة المعدلة
الأول	أ.د. كامل حسون القيم	14	93.33	لا يوجد	1
الثاني	أ.د. سعد سلمان المشهدي	13	86.66	لا يوجد	2
الثالث	أ.د. هادي فليح حسن	14	93.33	لا يوجد	1
الرابع	أ.د. محمود حسن إسماعيل	14	93.33	لا يوجد	1
الخامس	أ.م.د. خلف كريم كيوش	13	86.66	لا يوجد	2

<sup>١</sup> أ.د. هادي فليح حسن - جامعة ذي قار كلية الإعلام، أ.د. كامل حسون القيم - جامعة بابل كلية الآداب قسم الإعلام، أ.د. سعد سلمان المشهدي - جامعة تكريت كلية الآداب قسم الإعلام، أ.د. محمود حسن إسماعيل - جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا قسم الإذاعة والتلفزيون، أ.م.د. حيدر فالح زايد - جامعة ذي قار كلية الإعلام، أ.م.د. خلف كريم كيوش - جامعة واسط، كلية الآداب قسم الإعلام.

2	لا يوجد	86.66	13	أ.م.د حيدر فالح زايد	السادس
11		539.97	79	المجموع	

الصدق الظاهري =  $\frac{\text{مجموع النسبة المئوية لاتفاق المحكمين}}{\text{عدد الخبراء}}$

$$\text{الصدق الظاهري} = \frac{539.97}{6} = 90$$

٢- الثبات:

قام الباحث بحساب معامل ارتباط بيرسون بين النصف الأول للاختبار والنصف الثاني منه فوجد معامل الارتباط (٠.٨٤). كما في المعادلة

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$$r = 0.84$$

تم تصحيح معامل درجات الارتباط بين نصفي الاختبار إلى معامل ثبات كلي عبر معادلة سيبرمان براون والتي تسمى بالمعادلة التصحيحية (عبد الفتاح، ١٩٧٨، ص ١١١) فوجد (٣±) كما هو مبين في المعادلة التالية:

$$\text{معادلة سيبرمان براون لثبات الاختبار} = 3 = \frac{2 \times r}{1 + r} = \frac{2 \times 0.84}{1 + 0.84}$$

ثامناً : تعرف المفاهيم :

١- مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً : ويقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذا البحث هي منصات رقمية توجد على أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة تالتي يستخدمها الاطفال لمشاهدة كل ما ينشر من محتويات تحتوي على مضامين هابطة ،وهي مجموعة من التطبيقات الإلكترونية التي تسمح بعملية التفاعل بين المستخدم لها وغيره من الافراد الآخرين المستخدمين لهذه التطبيقات من خلال نشرهم لمحتويات يقومون بإنتاجها .

٢- المحتوى الهابط : وهو ذلك المحتوى الذي ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ،حيث لا يتلاءم مع العادات والتقاليد والضوابط السائدة في المجتمع العراقي والذي يحتوي على مضامين وأساليب تشير الى انحطاط وتدني الشخص القائم به .



٣- السلوك الاجتماعي اصطلاحاً: "هو معرفة الفرد بغيره من أفراد الجماعة التي يعيش معها، فالإنسان كائن اجتماعي يميل إلى تكوين العلاقات الاجتماعية مع غيره من الأفراد والانتماء ولا شك أن ارتباط فرداً بأخر سوف يترتب عليه التأثير المتبادل لسلوك كل منها على الآخر" (الحاج ، ٢٠٠٩، ص ٥٥).

٤- السلوك الاجتماعي إجرائياً : وهو السلوك الذي يتخذه الأطفال في التعامل مع بعضهم البعض أو مع البيئة المحيطة بهم ، أي أنه نشاط يحتوي على مجموعة من الأفعال والحركات قد تكون إرادية أو غير إرادية يمارسها الطفل سواء داخل المنزل أو المدرسة أو الشارع .  
تاسعاً :الدراسات السابقة

#### ١- دراسة المفتي (٢٠٢٢)

حدد الباحث مشكلة دراسته بالتساؤل الرئيس (ما مخاطر الاستخدام المفرط للأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء الأمور اليوتيوب والتك توك ) فيما هدفت الدراسة إلى تحديد مخاطر الاستخدام المفرط للأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي عما يراه أولياء الأمور وخاصة موقعي اليوتيوب والتك توك والتوصل إلى مقترحات علمية لغرض الحد من هذه المخاطر، كما وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية، حيث أعتمد الباحث على المنهج المسحي الوصفي وطبقت الدراسة على عينة عشوائية تمثلت في مجتمع مدينة غزة (أولياء أمور الأطفال في المرحلة الابتدائية في مدارس غرب مدينة غزة ) بلغ قوامها (٢٣٢) مفردة مستخدماً في ذلك أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين وبذلك توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان من أهمها توجد هنالك دوافع مختلفة تساهم في الاستخدام المفرط للأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة مرتفعة جداً كما وأسفرت نتائج الدراسة أن مستوى المخاطر السلوكية والاجتماعية والقيمية لاستخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت مرتفعة أيضاً.

#### ٢- دراسة البسيبي (٢٠٢٠)

تمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس (هل هناك علاقة بين مدى تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على سلوك الأطفال ) حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على الجانب الاجتماعي لسلوك الطفل وكذلك التعرف على مدى تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي

الجانب اللغوي لسلوك الأطفال، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية فيما أعتمد الباحث على المنهج الوصفي مستخدماً في ذلك عينة عشوائية على مجتمع الأسر في مدينة جدة بلغ قوامها (٥٠٠) مفردة متخذاً أداة الاستبيان للوصول إلى نتائج دقيقة، حيث أسفرت الدراسة عن نتائج كان من أبرزها، أن أفراد عينة الدراسة يشرون على أنه يوجد تأثير متوسط لهذه المشاهير على الجانب الاجتماعي للطفل كما وأفصح أفراد عينة الدراسة عن وجود تأثير متوسط لمشاهير التواصل الاجتماعي على الجانب اللغوي للطفل

التعليق على الدراسات السابقة والإفادة منها :

من خلال استعراض الباحث للدراسات السابقة التي تناولت استخدام وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأطفال والمخاطر الناجمة جراء ذلك الاستخدام فوجد الباحث هنالك أوجه تشابه واختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة التي قام باستعراضها، حيث تشابهت دراسته مع دراسة كل من (دراسة المفتي ٢٠٢٢، ودراسة البسيبي ٢٠٢٠) من ناحية العينة العشوائية والمنهج المسحي الوصفي وأداة الاستبيان، كما تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من جانب تناول تلك الدراسات لمواضيع استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي، فيما اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من ناحية استخدام الباحث لموضوع المحتوى الهابط الذي لم تتطرق له جميع الدراسات السابقة وهذا ما يميز دراسة الباحث عن تلك الدراسات السابقة ، أما من جانب الإفادة من الدراسات السابقة حيث استفادة الدراسة الحالية من كافة الدراسات السابقة في الوصول إلى صياغة عنوان دراسته صياغة دقيقة والذي تمثل باستخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط وانعكاساته على سلوكهم الاجتماعي ،كذلك استفادت الحالية من الدراسات السابقة في انتقاء المنهج الملائم كما استفادة الدراسة الحالية من مصادر ومراجع الدراسات السابقة والتعرف على أهم المصادر والمراجع التي تناولت مواضيع استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي .

## المبحث الثاني الإطار النظري

أولاً: نظرية الاستخدامات والاشباعات

### المفهوم:

تعد نظرية الاستخدامات والاشباعات من النظريات المهمة التي تنظر في العلاقة بين مضامين أجهزة الإعلام والجمهور المستخدمة بنظرة جديدة تفترض أن قيم الأفراد واهتماماتهم واتجاهاتهم هي ذات تأثير كبير وفاعلية قوية على سلوكياتهم الاتصالية فهي تضع أهمية بالغة لدراسة الاتصال الجماهيري وظيفية منتظمة (الدليمي، ٢٠١٦، ص٢٤٩) فتعرف نظرية الاستخدامات والاشباعات بأنها "دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة"، وقد أكد (كاتز) أحد رواد هذه النظرية إن استخدام وسائل الاتصال يتيح بصورة واضحة حينما نوجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما نهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور (الطيب، ٢٠١٤، ص١٤٥) ومن جانب آخر أشاره (الدكتور عبد الواحد أمين) بأن مدخل الاستخدامات والاشباعات هو "المدخل الذي يركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع وحاجات الجمهور، بينما يتميز الجمهور في إطار نظرية الاستخدامات والاشباعات النشاط والإيجابية والقدرة على الاختيار والوعي والتفكير وبذلك تغير المفهوم التقليدي للتأثير الذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور الى دراسة ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة" (أمين، ٢٠٠٧، ص٦٥).

تستند نظرية الاستخدامات والاشباعات الى خمسة فروض أساسية هي: (المشهداني والعبيدي، ٢٠٢٠، ص٢٩)

- ١- أن جمهور وسائل الإعلام يعدون مشاركون ونشطون في عملية الاتصال الجماهيري، حيث يستخدمون وسائل الاتصال لغرض تحقيق أهداف مقصودة تلبي حاجاتهم.
- ٢- أن العلاقة بين الرغبة في اشباع حاجات محددة وانتقاء وسيلة إعلامية معينة يرجع ذلك الى نفس الجمهور بما تحدده الفروق الفردية.
- ٣- التأكيد على أن جمهور وسائل الإعلام هو من يقوم بانتقاء الرسائل والمضامين التي تشبع حاجاته فالأفراد هم من يستخدمون الوسيلة الإعلامية.

٤- يبني الفرد اختياراته الإعلامية وفقاً لاهتماماته واحتياجاته وقيمه وكذلك اتجاهاته الشخصية التي تتكون في إطار علاقاته الاجتماعية.

٥- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة عن طريق استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال وليس عن طريق محتوى الرسالة التي تقدمها وسائل الاتصال.

ثانياً: العلاقة بين نظرية الاستخدامات والاشباعات وموضوع البحث:

وفقاً لنظرية الاستخدامات والاشباعات فإن جمهور وسائل الإعلام بمختلف فئاته يحتاج الى اشباع ما لديه من حاجات ورغبات من خلال التعرض أو الاستخدام لوسائل الإعلام وهذا يتفق مع موضوع البحث من حيث أن الأطفال يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي إزاء المحتوى الهابط لا شباع ما لديهم من حاجات ورغبات قد تكون لغرض الترفيه والامتع والتسلية اعتقاداً منهم أن هذه المحتويات والمضامين مضحكة ومسلية غير أنها تنعكس بشكل سلبي على سلوكهم الاجتماعي .

ثالثاً : مواقع التواصل الاجتماعي والمحتوى الهابط

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

عرفت مواقع التواصل الاجتماعي بتعاريف عديدة ومتنوعة فمنها ما أطلق عليها بشبكات التواصل الاجتماعي وأخرى ما أطلق عليها بالميديا الجديدة وبالتالي كل هذه التسميات تندرج تحت مسمى مواقع التواصل الاجتماعي ،فمواقع التواصل الاجتماعي هي "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم ،ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات قليلة وغيّرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب ،واكتسبت أسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر " (صطبي، ٢٠١٨، ص٥٥) ومن جانب آخر عرفت مواقع التواصل الاجتماعي هي "كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالمياً وتستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات ؛أما الأجهزة فهي التكنولوجيا التي تستخدم للدخول لتلك المواقع " (الهالي، ٢٠١٧، ص٥٦).

رابعاً : أهم مواقع التواصل الاجتماعي

١- الفيس بوك: وهو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يحظى بأهمية بالغة من بين وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، فالفيس هو بوك موقع مختص بالتواصل الاجتماعي أنجز هذا

الموقع في عام ٢٠٠٤ ،حيث يتيح هذا الموقع من نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لغرض خدمة طلاب الجامعة وكذلك هيئة التدريس والموظفين وبعد ذلك اتسع ليشمل كافة الأشخاص.(راضي والتميمي ،٢٠١٧،ص١٩٥-٢٠٤).

٢- موقع تويتر : يعد تويتر وسيلة إعلامية ذات طابع اجتماعي ومنصة خاصة بالتدوين المصغر ،حيث يسمح للمستخدمين من إمكانية ارسال البيانات وقراءتها ويتيح تويتر من نشر رسالة يصل حجمها إلى ١٤٠ حرفاً ،كما يساعد تويتر الأشخاص من التواصل الدائم بينهم وظهر هذا الموقع في بداية سنة ٢٠٠٦ بصورة مشروع تطوير بحثي ،الذي اجرته شركة obvious ذات الأصل الأمريكي ،وفي عام ٢٠٠٧ تم فصل الخدمة عن الشركة وإنشاء شركة جديدة سميت ب تويتر (نبيح، ٢٠١٨، ص١٠٤ - ١٠٥ ).

٣- اليوتيوب : وهو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يعد عبارة عن ظاهرة اتصالية ،نشأ هذا الموقع في سنة ٢٠٠٥ من قبل ثلاث موظفين في شركة تدعى (باي بال ) حيث كانوا هؤلاء الموظفين يقومون بعملية النقاط مجموعة من الصور ومقاطع الفيديو في مراسيم الاحتفالات في مدينة سان فرانسيسكو وفي عام ٢٠٠٦ قامت شركة كوكل بشراء موقع اليوتيوب وبذلك أخذ هذا الموقع بالانتشار الواسع في كافة أرجاء العالم .(شقرة، ٢٠١٤، ص٩٠).

خامساً :سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد هنالك العديد من السلبيات التي طرأت على مواقع التواصل الاجتماعي التي أخذت تتمثل بالتالي (الشاعر ، ٢٠١٥ ، ص٦٩).

١- غياب المسؤولية والضبط الاجتماعي للذان يعدان من أبرز مقومات السلوك الاجتماعي ،وكذلك وجود الكثير من المحتوى السلبي كالتعليقات السلبية ومقاطع فاحشة ورسائل سلبية وغيرها من المحتويات الهابطة.

٢- الإشاعات الكثيرة التي تنتشر عبر هذه المواقع والمبالغة الكبيرة في نقل الأحداث.

٣- عدم وجود عنصر الاحترام في النقاشات التي تحدث عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك عدم تقبل الرأي الآخر.



- ٤- عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الأنشطة التي يقمها المجتمع.
  - ٥- هدر الكثير من الوقت في عملية التنقل بين الصفحات والملفات من وجود أي فائدة.
  - ٦- ظهور لغة هشة وضعيفة بين الشباب التي أخذت بدورها تأثر بشكل كبير على لغتنا العربية الفصحى و إضاعة هويتها.
  - ٧- عدم وجود عنصر الخصوصية وبالتالي يؤدي ذلك الى أضرار معنوية ونفسية ومادية.
- سادساً: مفهوم المحتوى الهابط:

تتباين آراء الكتاب والباحثين الصحفيين وقادة الرأي العام بصورة عامة حول تسمية المحتوى الهابط فالبض أطلق عليه تسمية المحتوى المسيء والآخر أطلق عليه المحتوى الهابط لذلك أتخذ هذا المصطلح تعاريف مختلفة بحسب آراء هؤلاء النخبة من المجتمع العراقي ، فيعرف المحتوى الهابط على إنه "نشاط اتصالي يقوم بنشر الصور والفيديوهات في مواقع التواصل الاجتماعي التي تسيء للذوق العام وتتنافى الأخلاق والعادات والتقاليد الاجتماعية والقيم الدينية ، ويتخذ هذا المحتوى دوافع من أجل الشهرة والكسب المادي وتحويل المجتمعات ذات القيم العريقة إلى مجتمعات ذات قيم هابطة " (علوان ، ٢٠٢٣ ) فالمحتوى الهابط عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو " كل ما يسيء لقيم المجتمع ، أو هو كل سلوك ينافي الذوق العام ويخترق المنازل عبر المنصات الرقمية ، ويتجاسر على المواطنين دون مراعاة للقيم والحرمان الاجتماعية ، دون خجل وخوف " (الطائي ، ٢٠٢٣) كما ويعرف المحتوى الهابط بأنه "هو كل ما يثير استياء النقد بشكل مستمر مثل الدراما التلفزيوني التي تؤكد على العنف ، والبرامج الجنسية الفاضحة التي تصل إلى حد الدعارة ، أو الكوميديا المسفة ، والموسيقى المثيرة ، أو أي محتوى يساهم في خفض الذوق العام وإفساد الاخلاق والأثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعياً" (مكاوي والسيد ، ١٩٩٨ ، ص ١٢٦) ومن جانبه يقول الدكتور (آلان دونو) في كتابه الشهير نظام النفاضة إن مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر والفيس بوك ونستجرام هي مجرد مواقع لغرض اللقاء الافتراضي وتبادل وجهات النظر والآراء التي يتكون فيها العقل الجمعي ، فقد حققت هذه المواقع نجاحاً كبيراً في ترميز التافهين أي إنها حولت هذه الشخصيات التافهة إلى رموز ، مما جعلت كثيراً من تافهي وسائط الميديا الجديدة والفاشستات يظهرون لنا بمظهر الشخصيات الناجحة ، وكذلك كلما زاد

تعمق هذه الشخصيات في الابتذال وتقديم محتويات هابطة كلما زاد جمهورها وشهرتها (دونو ٢٠٢٠، ص٥٢)

### المبحث الثالث

### الإطار التطبيقي

أولاً: تحليل نتائج الاستبيان

قمنا بتنظيم البحث من خلال إجراء استبيان على عينة عشوائية تضم ١٥٠ فرداً من أولياء الأمور في محافظة ذي قار، وتشمل كل الفئات العمرية والجنسين (ذكور وإناث). هدف الاستبيان كان الوصول إلى نتائج دقيقة وصحيحة حول كيفية استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة المحتوى الهابط، وكيف ينعكس هذا المحتوى على سلوكهم الاجتماعي.

تم وضع مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمتربطة بشكل يساهم في تحقيق أهداف البحث. تلك الأسئلة تغطي جوانب متعددة تتعلق بتفاصيل استخدام الأطفال لمواقع التواصل، وكيفية تأثير المحتوى الهابط على سلوكهم. وقد تم تصميم هذه الأسئلة بعناية لضمان استيعاب جميع الجوانب المهمة للمشكلة التي يسعى البحث إلى فهمها وحلها.

من خلال تحليل إجابات أولياء الأمور، سيتسنى لنا الوصول إلى رؤى عميقة حول كيفية تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الاجتماعي للأطفال وكيف يمكن تحسين هذا التأثير لضمان بيئة آمنة وإيجابية على الإنترنت للأطفال.

المتغيرات الديموغرافية:

يبين الجدول (١) جنس المبحوثين بين الذكور والإناث:

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
النوع الاجتماعي؟	ذكر	90	60%
	أنثى	60	40%
	المجموع	150	100%

يبين الجدول أعلاه ان نسبة الذكور للعينه المبحوثة من الجمهور بلغت نسبة ٦٠ % والإناث ٤٠ % وهنا النسبة متفاوتة بين الإناث والذكور ودلاله واضحة لدقة العينة واختيارها دون الميول الى فئة دون أخرى حيث ان نسبة الإناث في العينة ٤٠ % وهي نسبة مقبولة عالميا .  
يبين الجدول (٢) السكن للعينه موزع حسب مركز المدينة والريف:

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
السكن؟	مدينة	110	73.33%
	ريف	40	26.66%
	المجموع	150	100%

تشير نتائج الجدول ٢ أن نسبة العينة من سكان المدينة بلغت نسبتهم ٧٣.٣٣ % وسكان الريف ٢٦.٦٦ % وتنوع العينة يعطي أهمية في الدراسة كون البيئة مختلفة بين أفراد العينة المبحوثة وكذلك اختلاف الثقافات بين القاطنين في المدينة والريف.

يبين الجدول رقم (٣) العمر للعينه المبحوثة حسب معادلة يول (Yule) (أسامة الوسيدي، ٢٠١٩):

N= عدد أفراد العينة

R= المدى

m= عدد الفئات

L= طول الفئة

R=max – min

$$L = \frac{R}{m}$$

$$m = 2.5 \times \sqrt[4]{n}$$

$$m = 2.5 \times \sqrt[4]{150} \approx 8$$

$$R = 57 - 18 = 39$$

$$L = \frac{39}{8} \approx 5$$

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
العمر؟	18-22	44	29.33%
	23-27	38	25.33%
	28-32	18	12%
	33-37	15	10%
	38-42	10	6.66%
	43-47	12	8%
	48-52	9	6%
	53-57	4	2.68%
	المجموع	150	100%

يبين الجدول ٣ أن الفئات العمرية للعينة ١٨-٢٢ كانت نسبتها ٢٩.٣٣ % ومن ٢٣-٢٧ نسبتها ٢٥.٣٣ % والفئة العمرية من ٢٨-٣٢ كانت نسبتها ١٢ % ومن ٣٣-٣٧ كانت نسبتها ١٠ % ومن ٣٨-٤٢ نسبتها ٦.٦٦ % ومن ٤٣-٤٧ نسبتها ٨ % ومن ٤٨-٥٢ نسبتها ٦ % والفئة العمرية الاخيرة من ٥٣-٥٧ نسبتها ٢.٦٨ % .

يبين الجدول رقم (٤) المرحلة الدراسية للعينة المبحوثة:

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
التحصيل الدراسي؟	ابتدائية	0	0%
	إعدادية وثانوية	40	26.66%
	بكالوريوس	78	52%
	شهادات عليا	32	21.34%
	المجموع	150	100%

توضح نتائج الجدول (٤) أن التحصيل الدراسي للعينة المبحوثة الابتدائية بلغت ٠ % وذلك بسبب إلغائها من العينة المبحوثة كون اجابتهم يراها الباحث بعيدة عن الواقع، وإن فئة الإعدادية بلغت ٢٦.٦٦ % إما البكالوريوس نسبتهم ٥٢ % والشهادات العليا بلغت ٢١.٣٣ % .

أسئلة الاستبيان:

يبين الجدول رقم (٥) آراء الأهل بشأن استخدام أطفالهم لمواقع التواصل الاجتماعي:

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل يستخدم طفلك مواقع التواصل الاجتماعي	نعم	60	40%
	لا	45	30%
	لا أعلم	2	1.3%
	ليس كثيرا	43	28.7 %
	المجموع	150	100%

تعكس نتائج الجدول (٥) آراء الأهل بشأن استخدام أطفالهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعتقد ٤٠% من الأهل أن أطفالهم يستخدمون هذه المواقع، في حين يرى ٣٠% منهم أن أطفالهم لا يستخدمونها. وبالمقارنة، تعتبر النسبة القليلة جدًا من الأهل الذين لا يعرفون إذا كان أطفالهم يستخدمونها أم لا (١.٣%)، ويلاحظ أيضًا أن ٢٨.٧% من الأهل يرون أن استخدام أطفالهم للمواقع الاجتماعية ليس كثيرًا، مما يظهر التباين في الرأي بين الأهل بشأن مدى استخدام أطفالهم لهذه المنصات.

يبين الجدول رقم (٦) مدى مشاركة الأهل في اختيار المحتوى الذي يشاهده أطفالهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل تشارك أطفالك في اختيار المحتوى الذي يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي؟	نعم دائما	96	64%
	لا	24	16%
	أحيانا	12	8%
	ليس كثيرا	18	12%
	المجموع	150	100%

يكشف الجدول رقم (٦) عن مدى مشاركة الأهل في اختيار المحتوى الذي يشاهده أطفالهم على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يظهر أن ٦٤% من الأهل يشاركون أطفالهم في اختيار المحتوى دائما. بينما يفضل ١٦% من الأهل عدم المشاركة في هذه العملية على الإطلاق. وهناك ٨% من الأهل يشاركون أحيانا، في حين يشارك ١٢% منهم بشكل قليل جدًا. يبرز هذا التوزيع اختلافاً واضحاً في



العادات والممارسات بين الأهل فيما يتعلق بالمشاركة في اختيار المحتوى لأطفالهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

يبين الجدول رقم (٧) الآراء المختلفة بين الأهل حول استهداف الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي للأطفال.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل تعتقد أن الإعلانات على مواقع التواصل تستهدف الأطفال بشكل كبير ؟	نعم	44	29.3 %
	لا	96	64%
	لا أعلم	4	2.7 %
	ليس كثيرا	6	4%
	المجموع	150	100%

تكشف نتائج الجدول رقم (٧) عن الآراء المختلفة بين الأهل حول استهداف الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي للأطفال. يعتقد ٢٩.٣% من الأهل أن الإعلانات تستهدف الأطفال بشكل كبير، بينما يعتقد ٦٤% منهم أنها لا تستهدفهم بشكل كبير. ومع ذلك، تظهر النسبة الصغيرة للأهل الذين لا يعرفون (٢.٧%) والذين يرون أن الإعلانات لا تستهدف الأطفال بشكل كبير (٤%) أن هناك بعض التشكيك أو عدم اليقين في هذه القضية. يعكس هذا التوزيع تبايناً في الرؤى حول تأثير الإعلانات على الأطفال والتحديات التي قد تطرأ نتيجة لهذه الإعلانات على المنصات الاجتماعية.

يبين الجدول رقم (٨) رأي الأهل حول أن أطفالهم يتعرضون لمحتوى هابط على مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل لاحظت أن طفلك يتعرض لمحتوى هابط على مواقع التواصل الاجتماعي؟	نعم	75	50%
	لا	45	30%
	لا أعلم	10	6.7 %
	ليس كثيرا	20	13.3 %
	المجموع	150	100%

تُظهر نتائج الجدول (٨) أن هناك نسبة كبيرة من الأهل (٥٠%) يلاحظون أن أطفالهم يتعرضون لمحتوى هابط على مواقع التواصل الاجتماعي. بينما يشير ٣٠% من الأهل إلى عدم ملاحظتهم لذلك. وهناك نسبة صغيرة تعتقد أنها لا تعرف (٦.٧%) وأخرى تشير إلى أن طفلها لا يتعرض كثيراً

لمثل هذا المحتوى (١٣.٣%). يعكس هذا التوزيع مدى قلق الأهل حول محتوى مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على أطفالهم، مما يشير إلى ضرورة اتخاذ إجراءات لحماية الأطفال ومراقبة ما يتعرضون له عبر هذه المنصات.

يبين الجدول رقم (٩) نسبة الأهل الذين يحاورون أطفالهم حول المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل تحاور طفلك حول المحتوى الهابط وكيف يجب التعامل معه؟	نعم دائماً	102	68%
	لا	24	16%
	أحياناً	20	13.3 %
	قليل جداً	4	2.7%
	المجموع	150	100%

يُظهر الجدول (٩) أن ٦٨% من الأهل يحاورون أطفالهم دائماً حول المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين يُظهر ١٦% منهم عدم قيامهم بذلك. وهناك نسبة ١٣.٣% من الأهل يحاورون أطفالهم حول المحتوى الهابط أحياناً، بينما قليل جداً (٢.٧%) يحاورون أطفالهم بشكل قليل جداً. يعكس هذا التوزيع أهمية الحوار بين الأهل والأطفال حول المحتوى الهابط وضرورة توعيتهم بكيفية التعامل معه والتصدي له بشكل فعال.

يبين الجدول (١٠) نسبة اعتقاد الأهل بأن المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر سلباً على نفسية الأطفال.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل تعتقد أن المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على نفسية الأطفال بشكل سلبي؟	نعم	124	82.7 %
	لا	10	6.7%
	لا أعلم	8	5.3 %
	ليس كثيراً	8	5.3 %
	المجموع	150	100%

تُظهر نتائج الجدول (١٠) أن ٨٢.٧% من الأهل يعتقدون أن المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر سلباً على نفسية الأطفال، بينما يعتقد ٦.٧% منهم أنه لا يؤثر بشكل سلبي. هناك نسبة صغيرة تعتقد أنها لا تعرف (٥.٣%) وأخرى تشير إلى أن هذا التأثير ليس كبيراً (٥.٣%). يُبرز

هذا التوزيع قلق الأهل من تأثير المحتوى الهابط على صحة ونفسية أطفالهم، مما يدعو إلى ضرورة توعية الأهل والمجتمع بأهمية التحكم في الوصول إلى هذا المحتوى والحماية من تأثيراته السلبية على الأطفال.

يبين الجدول (١١) رأي الأهل بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يقدم فوائد اجتماعية للأطفال.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل تعتقد أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يقدم فوائد اجتماعية للأطفال؟	نعم	90	60 %
	لا	40	26.7 %
	لا أعلم	12	8%
	ليس كثيرا	8	5.3 %
	المجموع	150	100%

تُظهر نتائج الجدول (١١) أن ٦٠% من الأهل يعتقدون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يقدم فوائد اجتماعية للأطفال، بينما يعتقد ٢٦.٧% منهم أنه لا يمكن ذلك. هناك نسبة صغيرة من الأهل (٨%) يشككون في ذلك، ونسبة أخرى (٥.٣%) تعتقد أن هذه الفوائد غير كبيرة. يُبرز هذا التوزيع تباين الآراء بين الأهل حول فوائد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للأطفال، مما يدعو إلى ضرورة دراسة أكثر دقة للفائدة المرجوة من استخدام هذه المنصات على الأطفال.

يبين الجدول (١٢) اعتقاد الأهل بأن تحفيز الحوار بين الأطفال وأولياء الأمور حول مواقع التواصل يمكن أن يساهم في حمايتهم.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل تعتقد أن تحفيز الحوار بين الأطفال وأولياء الأمور حول مواقع التواصل يمكن أن يساهم في حمايتهم؟	موافق	28	18.7 %
	موافق بشدة	110	73.3%
	أرفض	6	4%
	أرفض بشدة	6	4%
	المجموع	150	100%

تُظهر نتائج الجدول (١٢) أن ٩١.٣% من الأهل يعتقدون أن تحفيز الحوار بين الأطفال وأولياء الأمور حول مواقع التواصل يمكن أن يساهم في حمايتهم، حيث يوافق ١٨.٧% منهم بشكل عام ويوافق ٧٣.٣% بشدة على هذا الرأي. بالمقابل، يرفض ٤% من الأهل هذا الفكرة بشكل عام،

ويُعارض ٤% بشدة. يُبرز هذا التوزيع تباين الآراء حول أهمية التواصل بين الأهل والأطفال بشأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدعو إلى تعزيز الحوار والتواصل في المجتمع لضمان حماية الأطفال من التأثيرات السلبية لهذه المنصات.

يبين الجدول (١٣) رأي أفراد العينة بأن الأطفال يشعرون بالقلق حيال التعرض للمحتوى الهابط على مواقع التواصل.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل تعتقد أن الأطفال يشعرون بالقلق حيال التعرض للمحتوى الهابط على مواقع التواصل؟	موافق	32	21.3 %
	موافق بشدة	76	50.6 %
	أرفض	22	14.7 %
	أرفض بشدة	20	13.4 %
	المجموع	150	100%

من نتائج الجدول (١٣) نجد بأنه يعتقد معظم الأهل (٧١.٩%) أن الأطفال يشعرون بالقلق حيال التعرض للمحتوى الهابط على مواقع التواصل، حيث يوافق ٢١.٣% منهم بشكل عام ويوافق ٥٠.٦% بشدة على هذا الرأي. على الجانب الآخر، يرفض ١٤.٧% من الأهل هذا الفكرة بشكل عام، ويُعارض ١٣.٤% بشدة. تُظهر هذه النتائج أن هناك قلقاً واضحاً لدى الأهل حيال تأثيرات المحتوى الهابط على نفسية الأطفال، مما يستدعي مزيداً من الاهتمام والرصد والتوعية حول هذه المسألة.

يبين الجدول (١٤) رأي أفراد العينة بأن المجتمع بحاجة إلى مزيد من التشريعات لحماية الأطفال من المحتوى الهابط على مواقع التواصل.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل ترى أن المجتمع يحتاج إلى مزيد من التشريعات لحماية الأطفال من المحتوى الهابط على مواقع التواصل؟	موافق	66	44%
	موافق بشدة	78	52%
	أرفض	5	3.3 %
	أرفض بشدة	1	0.7 %
	المجموع	150	100%

يتضح من الجدول (١٤) أنه يعتقد معظم المشاركين في الدراسة (٩٦%) أن المجتمع بحاجة إلى مزيد من التشريعات لحماية الأطفال من المحتوى الهابط على مواقع التواصل. يوافق ٤٤% من المشاركين بشكل عام على هذا الرأي، في حين يوافق ٥٢% بشدة. من جانب آخر، يرفض نسبة صغيرة جداً من

المشاركين (٣٠٣%) هذه الفكرة بشكل عام، ويعارض ٠.٧% بشدة. تشير هذه النتائج إلى وجود تأييد شديد لتشديد التشريعات لضمان حماية الأطفال من المحتوى الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يبرز أهمية اتخاذ إجراءات قانونية للحفاظ على سلامة ورفاهية الأطفال في البيئة الرقمية. يبين الجدول (١٥) فيما إذا أنه للبرامج التربوية دور كبير في توجيه الأطفال في فهم مخاطر المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي أفراد العينة.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
إلى أي مدى تعتقد أن البرامج التربوية لها دور في توجيه الأطفال في فهم مخاطر المحتوى الهابط؟	دور كبير	111	74%
	دور متوسط	33	22%
	دور ضعيف	6	4%
	ليس لها دور	-	0%
	المجموع	150	100%

تشير نتائج الجدول (١٥) إلى أن غالبية المشاركين (٧٤%) يرون أن البرامج التربوية لها دور كبير في توجيه الأطفال في فهم مخاطر المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي. يرى ٢٢% من المشاركين أن هذه البرامج لها دور متوسط، بينما يعتقد ٤% أن لها دور ضعيف. لم يعتبر أي من المشاركين أن هذه البرامج ليس لها دور. تبرز هذه النتائج أهمية تطوير وتنفيذ برامج تربوية فعالة تساهم في توجيه الأطفال وتعزيز فهمهم لمخاطر المحتوى الهابط على الإنترنت، مما يساهم في حمايتهم وتعزيز سلامتهم الرقمية. يبين الجدول (١٦) رأي أفراد العينة بخصوص الجهود المقدمة من المجتمع فيما إذا هي مناسبة لتوفير بيئة آمنة للأطفال على مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل الجهود المقدمة من المجتمع مناسبة لتوفير بيئة آمنة للأطفال على مواقع التواصل الاجتماعي؟	مناسبة	78	52%
	غير مناسبة	54	36%
	لا يوجد جهود مقدمة	14	9.3%
	لا أعلم	4	2.7%
	المجموع	150	100%

تشير نتائج الجدول (١٦) إلى أن معظم المشاركين (٥٢%) يرون أن الجهود المقدمة من المجتمع مناسبة لتوفير بيئة آمنة للأطفال على مواقع التواصل الاجتماعي. بينما يعتقد ٣٦% من المشاركين



أن هذه الجهود غير مناسبة. ويعتقد ٩.٣% من المشاركين أنه لا يوجد جهود مقدمة على الإطلاق لتوفير بيئة آمنة. في حين يعتبر ٢.٧% من المشاركين أنهم غير متأكدين. تبرز هذه النتائج حاجة المجتمع إلى زيادة الجهود وتحسين الإجراءات لتوفير بيئة آمنة للأطفال على منصات التواصل الاجتماعي، والتي تتطلب التعاون بين الحكومة والمجتمع والمنظمات ذات الصلة لتحقيق هذا الهدف. يبين الجدول (١٧) آراء المشاركين بشأن كيفية تقييم سياسات الحماية على مواقع التواصل الاجتماعي لحماية الأطفال من المحتوى الهابط.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
كيف تقيم سياسات الحماية على مواقع التواصل لحماية الأطفال من المحتوى الهابط؟	جيد جدا	26	17.3 %
	جيد	38	25.4 %
	متوسط	80	53.3%
	ضعيف	6	4%
	المجموع	150	100%

تظهر نتائج الجدول (١٧) أن آراء المشاركين تتفاوت بشأن كيفية تقييم سياسات الحماية على مواقع التواصل الاجتماعي لحماية الأطفال من المحتوى الهابط. حيث يعتبر ١٧.٣% من المشاركين أن تلك السياسات جيدة جداً، و ٢٥.٤% يرونها جيدة، في حين يعتبر ٥٣.٣% أنها متوسطة، ويعتبر ٤% أنها ضعيفة. تشير هذه النتائج إلى أن هناك حاجة إلى تعزيز سياسات الحماية على مواقع التواصل الاجتماعي لضمان سلامة الأطفال وحمايتهم من المحتوى الضار. يبين الجدول (١٨) معدل الوقت الوسيط الذي يقضيه أطفال أفراد العينة في متابعة وسائل التواصل الاجتماعي.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
معدل الوقت الوسيط الذي يقضيه طفلك في متابعة وسائل التواصل الاجتماعي	أقل من ساعة يوميا	54	36%
	من ١ ساعة إلى ٣ ساعات	76	50.6%
	أكثر من ٣ ساعات	15	10%
	لا أعلم	5	3.4%
	المجموع	150	100%

تظهر نتائج الجدول (١٨) أن معظم الأطفال يقضون معدلاً معتدلاً من الوقت في متابعة وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يقضي ٣٦% منهم أقل من ساعة يومياً، بينما يقضي ٥٠.٦% منهم من

ساعة إلى ٣ ساعات يوميًا. بينما يقضي ١٠% منهم أكثر من ٣ ساعات يوميًا، في حين يعتبر ٣.٤% من المشاركين أنهم لا يعلمون عدد هذه الساعات. هذه النتائج تشير إلى أن هناك حاجة لمراقبة وقت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للأطفال وضبط النسق بما يتناسب مع احتياجاتهم اليومية وصحتهم النفسية.

يبين الجدول (١٩) رأي أفراد العينة عن دور المدارس في توعية الأطفال حول التصدي للمحتوى الهابط على الإنترنت.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل ترى أن المدارس في منطقتك تلعب دورًا في توعية الأطفال حول التصدي للمحتوى الهابط على الإنترنت؟	نعم	134	89.3%
	لا	6	4%
	لا أعلم	--	0%
	تقوم بدور صغير في ذلك	10	6.7%
	المجموع	150	100%

تشير نتائج الجدول (١٩) إلى أن الغالبية العظمى من المشاركين يرون أن المدارس في منطقتهم تلعب دورًا في توعية الأطفال حول التصدي للمحتوى الهابط على الإنترنت، حيث يؤكد ٨٩.٣% من المشاركين على أهمية هذا الدور. وبلغت نسبة الذين لا يرون دورًا للمدارس في هذا المجال ٤%، ويرى ٦.٧% منهم أن المدارس تقوم بدور صغير في هذا الصدد، مما يشير إلى وجود فرص لتعزيز جهود المدارس في هذا المجال.

يبين الجدول (٢٠) موقف العينة المبحوثة من العبارات التالية:

ت	العبارة	موافق		محايد		غير موافق	
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
1	يجب أن يتعلم الأطفال كيفية التعامل مع المحتوى الهابط على الإنترنت بشكل أفضل.	80	53.3%	30	20%	40	26.7%
2	ينبغي أن يكون لدى الأطفال حق الوصول إلى الإنترنت بدون رقابة أو تدخل من الكبار.	20	13.3%	25	16.7%	105	70%
3	يجب أن تكون هناك تشريعات صارمة لحماية الأطفال من المحتوى الهابط على الإنترنت.	110	73.3%	20	13.3%	20	13.3%
4	يجب أن تتحمل المؤسسات التكنولوجية المسؤولية عن منصاتها وضمان أن المحتوى المعروض مناسب للأطفال.	40	26.7%	35	23.3%	75	50%
5	ينبغي على الأطفال مشاركة أوليائهم في تجاربهم وتجاربهم على الإنترنت.	120	80%	10	6.7%	20	13.3%
6	يجب أن تكون هناك حملات توعية مستمرة حول مخاطر المحتوى	50	33.3%	70	46.7%	30	20%

						الهابط على الإنترنت.	
7	يجب على الأطفال تطوير مهارات التحليل والتقييم لتمييز المحتوى الهابط عن المحتوى الصحيح.	100	66.7%	20	13.3%	30	20%
8	ينبغي على المدارس تضمين دروس حول الاستخدام الآمن للإنترنت في المناهج الدراسية.	80	53.3%	50	33.3%	20	13.3%

يبين جدول رقم (٢٠) موقف العينة المبحوثة من العبارات المذكورة .

الفقرة الأولى، يظهر أن ٥٣.٣% من المشاركين يوافقون على ضرورة تعليم الأطفال كيفية التعامل مع المحتوى الهابط على الإنترنت بشكل أفضل، بينما يبدي ٢٠% انطباعاً محايداً تجاه هذه الفكرة، ويعارض ٢٦.٧% من المشاركين هذا الاقتراح. أما الفقرة الثانية، يتضح أن ٧٠% من المشاركين يعارضون فكرة منح الأطفال حق الوصول إلى الإنترنت بدون رقابة أو تدخل من الكبار، بينما يظهر ١٣.٣% موافقين عليها، ويبدي ١٦.٧% محايدون تجاهها. وفي الفقرة الثالثة، يظهر أن ٧٣.٣% من المشاركين يؤيدون ضرورة وجود تشريعات صارمة لحماية الأطفال من المحتوى الهابط على الإنترنت، بينما يبدي ١٣.٣% محايدين و ١٣.٣% غير موافقين على هذه الفكرة. وفي الفقرة الرابعة، يشير الجدول إلى أن ٥٠% من المشاركين يعارضون فكرة تحمل المؤسسات التكنولوجية المسؤولية عن منصاتهما، بينما يظهر ٢٦.٧% موافقين عليها، و ٢٣.٣% محايدين تجاه هذه القضية. أما الفقرة الخامسة، فيظهر أن ٨٠% من المشاركين يؤيدون فكرة مشاركة الأطفال لأولائهم في تجاربهم على الإنترنت، بينما يظهر ٦.٧% انطباعاً محايداً و ١٣.٣% يعارضون هذه الفكرة. وفي الفقرة السادسة، يبدي ٣٣.٣% من المشاركين موافقتهم على ضرورة وجود حملات توعية مستمرة حول مخاطر المحتوى الهابط على الإنترنت، بينما يظهر ٤٦.٧% محايدين و ٢٠% غير موافقين على هذه الفكرة. وبالنسبة للفقرة السابعة، يبدي ٦٦.٧% من المشاركين موافقتهم على ضرورة تطوير مهارات التحليل والتقييم لدى الأطفال لتمييز المحتوى الهابط، بينما يظهر ١٣.٣% انطباعاً محايداً و ٢٠% غير موافقين على هذه الفكرة. أما في الفقرة الثامنة، فتشير النتائج إلى أن ٥٣.٣% من المشاركين يوافقون على ضرورة تضمين دروس حول الاستخدام الآمن للإنترنت في المناهج الدراسية، بينما يظهر ٣٣.٣% محايدين و ١٣.٣% يعارضون هذه الفكرة.

## المبحث الرابع \_ النتائج \_ التوصيات \_ المصادر والمراجع

### أولاً: النتائج

- ١- أسفرت نتائج البحث أن فئة الذكور فاقت فئة الإناث بنسبة ٦٠% وهي النسبة الأعلى.
- ٢- جاءت نسبة الذين يقطنون في المدينة بالمرتبة الأولى وبنسبة بلغت ٧٣% وهي النسبة الأعلى.
- ٣- احتلت الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (١٨-٢٢) المرتبة الأولى وبنسبة بلغت ٢٩.٣٣ %
- ٤- تصدرت فئة من حاصلتي على شهادة البكالوريوس المرتبة الأولى ونسبة ٥٢% وهي النسبة الأعلى
- ٥- اشار أفراد عينة البحث أن أطفالهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي هي النسبة الأعلى ٤٠%.
- ٦- أسفرت نتائج البحث أن الأهل يشاركون أطفالهم في اختيار المحتوى بصورة دائمة بنسبة ٦٤%.
- ٧- أن الأهل يعتقدون بأن الإعلانات تستهدف أطفالهم بشكل كبير بنسبة ٦٤.٣ %.
- ٨- يعتقد الأهل أن أطفالهم يتعرضون لمحتوى هابط على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٠%.
- ٩- أشارت نتائج البحث أن الأهل يحاورون أطفالهم بشكل دائم حول المحتوى الهابط بنسبة ٦٨%.
- ١٠- يعتقد الأهل أن المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل سلبي على نفسية أطفالهم بنسبة ٨٢.٧ % وهي النسبة الأعلى.
- ١١- يرى أفراد عينة البحث أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يقدم فوائد اجتماعية للأطفال بنسبة ٦٠%.
- ١٢- أن تحفيز الحوار بين الأطفال وأولياء الأمور حول مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يساهم في حمايتهم بنسبة ١٨.٧%.
- ١٣- يعتقد الأهل بأن أطفالهم يشعرون بالقلق في حال التعرض للمحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٧١.٩%.

- ١٤- يعتقد أفراد عينة البحث أن بأن المجتمع بحاجة إلى الكثير من التشريعات لحماية أطفالهم من المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٩٦%.
- ١٥- يرى المبحوثين أن البرامج التربوية لها دور كبير في توجيه الأطفال في فهم مخاطر المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٧٤%.
- ١٦- يعتقد الأهل أن الجهود المقدمة من المجتمع مناسبة وملائمة لتوفير بيئة آمنة للأطفال على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٢%.
- ١٧- جاءت نتائج البحث بأن تقييم سياسات الحماية على مواقع التواصل الاجتماعي متوسطة وبنسبة ٥٣.٣%.
- ١٨- يشير أفراد عينة البحث بأن أطفالهم يقضون من الوقت على مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة ٥٠.٦%.
- ١٩- يرى المبحوثين أن المدارس في مناطقهم تلعب دوراً كبيراً في توعية الأطفال حول التصدي للمحتوى الهابط بنسبة ٨٩.٣%.
- ٢٠- جاءت فئة موافق بنسب عالية على العبارات الآتية. يجب أن يتعلم الأطفال كيفية التعامل مع المحتوى الهابط ،يجب أن تكون هناك تشريعات صارمة لحماية الأطفال من المحتوى الهابط ،ينبغي على الأطفال مشاركة أولياء أمورهم في تجاربهم وعلى تجاربهم على الإنترنت ،يجب على الأطفال تطوير مهارات التحليل والتقييم لتمييز المحتوى الهابط عن المحتوى الصحيح ،ينبغي على المدارس تضمين دروس حول الاستخدام الآمن للإنترنت في المناهج الدراسية حيث جاءت هذه العبارات بأعلى النسب وبشكل متفاوت (٥٣-٧٣.٣-٨٠-٦٦-٥٣) بينما جاءت عبارة يجب أن تكون هناك حملات توعية مستمرة حول مخاطر المحتوى الهابط حيث كانت فئة محايد هي النسبة الأعلى (٤٦.٥٧%).

ثانياً: التوصيات

يمكن تلخيص التوصيات بما يلي:

- ١- يجب على الحكومة العراقية وضع تشريعات صارمة لحماية الأطفال من المحتوى الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي .



٢- ضرورة تفعيل دور المدارس لتلعب دوراً إيجابياً في توعية الأطفال حول التصدي للمحتوى الهابط على الإنترنت .

٣- التأكيد على دعم الجهود المقدمة من المجتمع لتوفير بيئة آمنة للأطفال على مواقع التواصل الاجتماعي.

٤- ضرورة تحفيز الحوار بين الأطفال وأولياء امورهم حول مواقع التواصل والآثار السلبية لها.

٥- زيادة الوعي لدى الاهل لمشاركة الأطفال في اختيار المحتوى الذي يشاهدونه على مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: قائمة المصادر والمراجع

- 1.Issam Hassan Al-Dulaimi and Ali Abdul Rahim Saleh, Scientific Research, Its Foundations and Methods, Amman: Dar Al-Radwan for Publishing and Distribution, 2014.
- 2.Rahim Younis Crow Al-Azzawi, Introduction to Scientific Research Methodology, Amman: Dar Dejlal for Publishing and Distribution, 2007.
3. Ahmed Morsli, Scientific Research in Media and Communication Sciences, Algeria: Office of University Publications, 2003.
- 4.Ismail Ibrahim, Media Research Methods, Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2017.
- 5.Raed Youssef Al-Haj, Organizational Human Behavior, Amman: Dar Ghaida for Publishing , 2009.
- 6.Abdul Razzaq Muhammad Al-Dulaimi, Communication Theories in the Twenty-First Century, Amman: Dar Al-Yazouri for Publishing and Distribution, 2016.
- 7.Abdul Nabi Abdullah Al-Tayeb, Philosophy and Theories of Media, Amman: Al-Dar Al-Alamiah, 2014.

- 8.Reda Abdel-Wajed Amin, Scientific Theories in the Field of Media, Egypt: Sur Al-Uzbekia Forum, 2007.
- 9.Saad Salman Al-Mashhadani and Firas Hamoud Al-Obaidi, Social Media Sites, Characteristics of the Media Environment, Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution, 2020.
- 10.Obaida Sabti, New Media and Society, Egypt: Arab Center for ,Publishing, 2018.
- 11.Gupta and Ravi, Social Media and its Impact on Society, Tr,Assem Sayed Abdel Fattah, Cairo: Arab Publishing Group, 2017.
- 12.Wissam Fadel Radi and Muhannad Hamid Al-Tamimi, New Media, Communicative Transformations and Contemporary Visions, United Arab Emirates – Lebanese Republic: University Book House, 2017.
- 13.Ali Khalil Shakra, New Media and Social Networks, Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2014.
14. Abdul Rahman bin Ibrahim Al-Shaer, Social Media Sites and Human Behavior, Amman: Dar Safaa for Publishing and Distribution, 2015.
- 15.Yassin Alwan Latif, scientific symposium on the dangers of substandard content, Tikrit University / March 2023.
- 16.Hossam Al-Taae, Downward Digital Content Motives and Objectives, an article published on the digital communication platform. <mailto:https://dcc-iq.com/?p=43764>
- 17.Hassan Imad Makkawi and Laila Hassan Al-Sayyid, Communication and its Contemporary Theories, Cairo: Egyptian Lebanese House, 1998.

18. Alain Dono, The System of Insignificance, by Mashaal Abdel Aziz AlHajri, Beirut: Dar Soual for Publishing and Distribution, 2020.
29. Amina Nabih, Digital Communication and New Media, Facebook as a Model, Amman: Dar Ghaida for Publishing and Distribution, 2018.
20. Osama Al-Wasidi, Coupling Coefficient, July, 2019, available at the link
21. Riyadh Abdel Fattah, Training in Plastic Arts, Cairo: Dar Al-Nahda AlArabi, 1978.
22. Lulwa Al-Basisi, The influence of social media celebrities on children's behavior, unpublished master's thesis, College of Arts and Human Sciences, King Abdulaziz University, 2020.
23. Amjad Muhammad Hassan Al-Mufti, The dangers of children's excessive use of websites from the parents' point of view: YouTube and Tik Tok as an example, research published in the Journal of the Islamic University for Humanitarian Research, Volume 30, Issue 3, Palestine, Gaza Strip, 2022.

<mailto:https://doi.org/10.33976/IUGJHR.30.3/2022/1>