

## استخدام الأطفال لواقع قنوات الأطفال التلفزيونية والإشباع المتحقق منها

Maha Muhammad AbdElsataar  
Prof.Faten Abdul Rahman Al-Tanbari  
Professor of Media and Children's Culture, Faculty of Postgraduate Childhood  
Studies, Ain Shams University  
Dr.Nader Muhammad Ali Abdulmutallab  
Lecturer of media and children's culture, Faculty of Postgraduate Childhood  
Studies, Ain Shams University

مها محمد عبدالسّار  
أ.د. فائق عبدالرحمن الطنباري  
أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس  
د. نادر محمد علي عبدالمطلب  
مدرس الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

## المخلص

**الاهداف:** هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الأطفال لمواقع قنوات الأطفال التلفزيونية والإشباع المتحقق منها.

**المنهج:** تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي.

**الادوات:** اعتمدت على أداة استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات.

**العينة:** تم التطبيق على عينة من الأطفال مستخدمى المواقع قوامها ٢٠٠ مفردة من الذكور والإناث تتراوح أعمارهم من (٩ - ١٢) سنوات.

**النتائج:** توصلت أهم نتائج الدراسة إلى الآتي: يقضى الأطفال معدل (من ساعة إلى ٣ ساعات) يومياً في تصفح المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال، وذلك بنسبة مئوية بلغت ٤٩% في الترتيب الأول، وفي الترتيب الثاني جاء الأطفال الذين يقضون معدل (أقل من ساعة) بنسبة ٤٥%، ثم الأطفال الذين يقضون معدل (أكثر من ٣ ساعات) في الترتيب الثالث بنسبة ٦%، جاء دافع (أتابع الشخصيات الكرتونية التي أحبها) في مقدمة الدوافع النفعية للأطفال عينة الدراسة في متابعتهم للمواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال، وذلك بوزن مؤوى ١٧,٧%. بينما جاء دافع (أقدر أمارس الألعاب المختلفة) في مقدمة الدوافع الطوقسية للأطفال عينة الدراسة في متابعتهم للمواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال، وذلك بوزن مؤوى ١٩,٥%، وتقاسم إشباعى (زاد لدى الشعور بالتسلية والترفيه) (أحب اللعب بشخصيتى الكرتونية المفضلة)، وذلك في الترتيب الأول لإشباع الطفل نتيجة استخدامهم لمواقع قنوات الأطفال بمتوسط حسابى بلغ ٢,٨٤ لكل منهما. وفي الترتيب الثاني جاء إشباع (ساعدتني أتخلص من الملل) بمتوسط حسابى ٢,٨١، ثم إشباع (أنسى هموم ومشاكل الدراسة) بمتوسط حسابى ٢,٧٧ في الترتيب الثالث. تلاه إشباع (استمتع بالألوان والعناصر المتحركة داخل الموقع) في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٦٦.

**الكلمات المفتاحية:** مواقع قنوات الأطفال التلفزيونية، الاستخدامات والإشباع.

## Children Uses and Gratifications of TV Channel Sites

**Aims:** The study aimed to identify the motives for children's use of children's television channels sites and the gratifications achieved from them.

**Methodology:** The study belongs to descriptive studies, and used the media survey method.

**Tools:** It relied on a questionnaire tool as a tool for data collection

**Sample:** A sample of 200 children using the websites, male and female, ranging in age from (9-12) years.

**Results:** The most important results of the study came to the following: Kids spend an average (1 to 3) hours per day browsing the websites of children's channels, with a percentage 49% in the first place, and in the second place came the children who spend an average (less than an hour) with a rate of 45%, Then the children who spend an average (more than 3 hours) in the third place with a percentage of 6%, The motive (I follow the cartoon characters that I love) came to the fore in the utilitarian motives of the study sample children in their follow-up to the websites of children's channels, with a weight percentage 17.7%. While the motive (I can play different games) came at the forefront of the ritual motives, with a weight percentage 19.5%, The two satisfactions (increased my sense of entertainment) and (I love playing with my favorite cartoon character) are sharing in the first place for the child's satisfaction as a result of their use of children's channel sites with an average of 2.84 for each. In the second order, satisfaction (helped me get rid of boredom) came with an average of 2.81, then satisfaction (forget the worries and problems of the study) with an average of 2.77 in the third place. It was followed by Saturation (enjoy the colors and the moving elements within the site) in fourth place with an average of 2.66.

**KeyWords:** Children's Tv Channel Sites, Uses And Gratifications.

الحضانات بالاعتماد على كل من أداتي تحليل المضمون والاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى أن اهتمام القنوات عينة الدراسة بتعدد الأهداف المقدمة في القصص التي تقدم للأطفال سعيًا منها إلى تزويد الأطفال بالمعلومات والمعارف والمهارات التي تضاف إلى خبراتهم في إطار الترفيه والتسلية، كما ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائية بين تعرض أطفال مرحلة ما قبل المدرسة لقنوات الحكايات عبر اليوتيوب ودرجة تقليدهم للسلوكيات المتضمنة من خلالها.

٢. دراسة Ihmeideh F. (2019) بعنوان "تقييم المواقع التعليمية للأطفال بناء على المنظور التنموي"<sup>(٦)</sup> تهدف الدراسة إلى عمل تقييم للمواقع التعليمية للأطفال، حيث لاحظ الباحث أنه يتم استخدام هذه المواقع دون تقييمها من حيث درجة ملاءمتها للأطفال، كما تسعى الدراسة لوصف ما يفكر فيه الأطفال حول هذه المواقع وأنواع الأنشطة التي يقومون بها عبر الإنترنت. ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم مقياس تموي لتقييم مدى ملاءمة هذه المواقع للأطفال من الناحية البصرية، كما تم إجراء مقابلات شبيهة منظمة مع ٥٠ طفلًا لتحقيق فهم أفضل لتصوراتهم حول المواقع التعليمية المستخدمة في مدارسهم. وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع الويب التعليمية للأطفال مناسبة إلى حد ما، وكانت المواقع الشبكية هي الأكثر ملاءمة من الناحية الإنمائية في مجال سهولة التنقل والتصميم التقني، في حين أن إمكانية الوصول والتصميم التعليمي هما المجالان الأقل ملاءمة. وعلاوة على ذلك، كانت هناك اختلافات كبيرة في مدى ملاءمة مواقع الأطفال على شبكة الإنترنت بسبب مصادر المواقع الإلكترونية وأنواع المدارس. وأعرب معظم الأطفال المشاركين في الدراسة عن رضاهم عن بعض عناصر المواقع الإلكترونية التي يستخدمونها.

٣. دراسة اسراء قطب عامر فرغلي (٢٠١٩) بعنوان "التفاعلية في مواقع قنوات الأطفال الفضائية على شبكة الإنترنت"<sup>(٧)</sup> تناولت الدراسة التعرف على مدى تحقق التفاعلية في المواقع الخاصة بقنوات الأطفال على شبكة الإنترنت، ومدى استفادة هذه المواقع من الخيارات الحديثة والوسائل الجديدة التي يتحدا الإنترنت؛ من أجل زيادة التفاعلية، وإلى أي مدى تحقق أدوات التفاعل فروعًا في تراء المواقع الإلكترونية كوسيلة إعلامية، ومدى الاندماج المتحقق بين القناة وموقعها الإلكتروني. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها انه لا يوجد حرص واضح لدى المواقع المتخصصة بقنوات الأطفال على إستغلال كمال الإمكانيات المتاحة على شبكة الإنترنت، وعدم إنتهاج تلك المواقع سياسة واضحة نحو التفاعلية.

٤. دراسة هشام سعيد فتحى عمر البرجى (٢٠١٩) بعنوان "أثر الرسوم المتحركة التي تقدمها الفضائيات العربية على قيم الطفل المصرى وسلوكه"<sup>(٨)</sup> تسعى الدراسة إلى رصد القيم التي يعكسها المضمون الذى يقدم على قناة MBC3 وقناة كارتون نتورك بالعربية، وكشف السلوكيات المكتسبة من قبل الأطفال عينة الدراسة جراء مشاهدتهم للقناتين الفضائيتين، وكذلك رصد حجم ونوع العنف المقدم على قناة MBC3 وقناة كارتون نتورك بالعربية، والتعرف على دور الرقابة الأبوية في عملية مشاهدة الأطفال لمحتوى الرسوم المتحركة المقدم على القناتين. صحيفة الاستقصاء بالمقابلة بالتطبيق على الآباء لرصد سلوكيات الأطفال أثناء مشاهدة قناة إم بي سي ٣ الفضائية وكارتون نتورك بالعربية، بالإضافة لمعرفة دور الرقابة الأبوية في مدى تعرض الأطفال للرسوم المتحركة.

٥. دراسة مصطفى أكرم مصطفى بدر (٢٠١٨)، بعنوان "دور برامج قنوات الأطفال التلفزيونية في هدم القيم الأخلاقية: قناة كارتون نتورك نموذجا"<sup>(٩)</sup> تهدف الدراسة إلى قياس مدى عرض برامج كارتون نتورك بالعربية لمضامين تتعارض مع القيم الأخلاقية للطفل، وتحديد البرامج والشخصيات التي تعرض المحتوى الهدام للقيم الأخلاقية على القناة، وكذلك تحديد القيم المشوهة ضمن محتوى برامج القناة. خلصت نتائج الدراسة إلى أن قناة كارتون نتورك بالعربية تعرض محتوى مخل ومشوه بالقيم الأخلاقية للأطفال الذين يشاهدونها، حيث

أصبحنا نعيش اليوم في عصر تكنولوجيا الاتصال والاعلام، إذ تهيمن التكنولوجيا على عالمنا لتصل إلى كافة شرائح المجتمع سواء الكبار أو الأطفال، وتستفيد قنوات الأطفال الفضائية من التكنولوجيا من خلال إنشاء مواقع لها عبر شبكة الانترنت لتجذب جمهورها المستهدف من الأطفال وتجعله أشد ارتباطًا بها، فبعد هذا التطور أصبح الاتصال يسير في اتجاهين دون عقبات، وعملية رجع الصدى أصبحت سريعة ومتاحة. وبالتالي فإنه أصبح من الأهمية دراسة تلك المواقع، للتعرف على المضامين التي يتم تقديمها للطفل من خلالها، وأساليب تقديمها، وللتعرف على دوافع استخدام الأطفال لها وما هي الاشباعات المتحققة بعد عملية استخدام مواقع قنوات الأطفال الإلكترونية؟

### مشكلة الدراسة:

تعتبر المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت أحد أبرز أدوات عصر التكنولوجيا في الوقت الراهن، وذلك لانتشارها الواسع بين المستخدمين سواء الكبار منهم وللأطفال. لذلك لجأت العديد من وسائل الإعلام التقليدية إلى الاستعانة بوسيط إلكتروني للتواصل مع جمهورها وتقديم خدمات لجمهورها تواكب احتياجاتهم المختلفة. وقد لجأت قنوات الأطفال الفضائية للاستعانة بهذه الوسيط للتواصل مع جمهورها من الأطفال، وتقديم مضامينها لهم بأسلوب متنوع.

ولبلورة مشكلة الدراسة قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من الأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة من (٩-١٢) سنة قوامها ٣٠ مفردة، للتعرف على معدل استخدامهم لمواقع قنوات الأطفال الفضائية، وأكثر المواقع استخدامًا بالنسبة لهم، وجاءت النتيجة على النحو التالي: جاءت نسبة استخدام الأطفال للمواقع بنسبة ٨٠%، فيما جاءت نسبة من لا يستخدموها ٢٠% من المبحوثين، وجاء موقع قناة Spacatoon في مقدمة مواقع قنوات الأطفال التي يستخدمها المبحوثون، ثم موقع Cartoon Network في الترتيب الثاني، ثم موقع قناة MBC3 في الترتيب الثالث، وموقع قناة Nickelodeon في الترتيب الرابع. ويمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما دوافع استخدام الأطفال لمواقع قنوات الأطفال التلفزيونية وما الاشباعات المتحققة منها؟

### أهمية الدراسة:

١. أهمية نظرية: اختبار نظرية الاستخدامات والاشباعات بالتطبيق على وسائط الإعلام الإلكترونية وذلك بالتطبيق على مواقع قنوات الأطفال الإلكترونية.
٢. أهمية تطبيقية: الخروج بنتائج تفيد القائمين بالاتصال في مجال إعلام الطفل ومواقع قنوات الأطفال الإلكترونية الموجه للطفل على وجه الخصوص.

### أهداف الدراسة:

١. التعرف على دوافع متابعة الأطفال عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال.
٢. معرفة مزايا المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال من وجهة نظرهم.
٣. تحديد أنواع الاشباعات المتحققة لدى الأطفال عينة الدراسة جراء تصفحهم للمواقع الإلكترونية للقنوات.
٤. رصد أوجه الشبه والاختلاف بين الذكور والاناث في دوافع استخدامهم للمواقع الإلكترونية للقنوات.

### الدراسات السابقة:

١. دراسة إيمان سيد على عبدالمطلب (٢٠٢١)، بعنوان "تعرض أطفال ما قبل المدرسة لقنوات الحكايات عبر اليوتيوب وعلاقته بالمهارات الاجتماعية لديهم: دراسة تطبيقية"<sup>(١)</sup> تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرض أطفال ما قبل المدرسة لقنوات الحكايات عبر اليوتيوب، وتشكيل المهارات الاجتماعية لديهم، وانقسمت الدراسة إلى دراسة تحليلية على عينة قوامها ٥٠ من قنوات الحكايات عبر اليوتيوب، ودراسة ميدانية على عينة قوامها ٢٠٠ من أولياء أمور الأطفال في مرحلة ما قبل المدرسة، ومقابلة متعمقة مع ٢٥ من مشرفي ومديري

المستخدمين لمواقع قنوات الأطفال الإلكترونية، من المرحلة العمرية (٩-١٢) سنة.

#### متغيرات الدراسة:

١٢ المتغير المستقل: دوافع استخدام الأطفال لمواقع قنوات الأطفال التلفزيونية.

١٣ المتغير التابع: الإشباع المتحققة جراء استخدام الأطفال للمواقع الإلكترونية للفتوات التلفزيونية.

١٤ متغيرات وسيطة: النوع (ذكور- إناث) ونوع التعليم (تجريبي- خاص).

#### أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة على أداة استمارة استبيان بالمقابلة وذلك كأداة لجمع البيانات.

#### حدود الدراسة:

١٥ الحدود الموضوعية: تتمثل في استخدام الأطفال لمواقع قنوات الأطفال التلفزيونية والإشباع المتحققة منها.

١٦ الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة في مدرستين بمحافظة القاهرة الكبرى، وهما مدرسة (رواليوسف الخاصة) بمدينة الشروق، ومدرسة (فيوتشر التجريبية).

١٧ الحدود الزمانية: تتمثل في المدة التي قامت الباحثة في تطبيق الدراسة الميدانية خلال الفترة من ١/٤/٢٠٢٢، وحتى ٣٠/٤/٢٠٢٢.

#### نتائج الدراسة:

١٨ عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عينة الدراسة في استخدام المواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال:

جدول (١) عدد الساعات التي المبحوثون عينة الدراسة في استخدام المواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عدد الساعات	٦١	٥٧,٠	٣٧	٣٩,٨	٩٨	٤٩,٠
من ساعة إلى ٣ ساعات	٤١	٣٨,٣	٤٩	٥٢,٧	٩٠	٤٥,٠
أقل من ساعة	٥	٤,٧	٧	٧,٥	١٢	٦,٠
أكثر من ٣ ساعات	١٠٧	١٠٠	٩٣	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة  $\chi^2 = ٥,٩٧١$  درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٧٠  
مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٥

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان الأطفال يقضون معدل (من ساعة إلى ٣ ساعات) يوميا في تصفح المواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال، وذلك بنسبة مئوية بلغت ٤٩% في الترتيب الأول، وفي الترتيب الثاني جاء الأطفال الذين يقضون معدل (أقل من ساعة) بنسبة ٤٥%، ثم الأطفال الذين يقضون معدل (أكثر من ٣ ساعات) في الترتيب الثالث بنسبة ٦%.

١٩ المواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال التي يفضلها المبحوثون عينة الدراسة:

جدول (٢) المواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال التي يفضل المبحوثون عينة الدراسة متابعتها

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
Cn كارتون نت ورك	١٠٢	٩٥,٣	٨٠	٨٦,٠	١٨٢	٩١,٠	٠,٦٥٦	غير دالة
MBC3	٨٠	٧٤,٨	٦٦	٧١,٠	١٤٦	٧٣,٠	٠,٢٦٨	غير دالة
Spacatoon	٤٣	٤٠,٢	٣٦	٣٨,٧	٧٩	٣٩,٥	٠,١٠٤	غير دالة
Desiny	١٤	١٣,١	١٧	١٨,٣	٣١	١٥,٥	٠,٣٦٦	غير دالة
جملة من سئوا	١٠٧	١٠٠	٩٣	١٠٠	٢٠٠	١٠٠		

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان موقع قناة كارتون نت ورك CN جاء في مقدمة المواقع الإلكترونية التي يفضل الأطفال عينة الدراسة تصفحها، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت ٩١%، وفي الترتيب الثاني جاء موقع MBC3 بنسبة ٧٣%، تلاهم موقع Spacatoon في الترتيب الثالث بنسبة ٣٩,٥%، ثم جاء موقع ديزني Desiny في الترتيب الرابع والأخير بنسبة ١٥,٥%.

٢٠ دوافع متابعة المبحوثون عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال:

١. الدوافع النفسية:

بينت نتائج الدراسة أن هناك نسبة كبيرة من المشاهد التي تحتوي على مضامين تخل بقيم الطفل.

٦. دراسة ندا عبدالقادر على عبدالجواد (٢٠١٨) بعنوان "تعرض تلاميذ المرحلة الابتدائية للفتوات الفضائية العربية المتخصصة للطفل وعلاقته بمستوى الثقافة التكنولوجية لديهم"<sup>(٥)</sup> تهدف الدراسة إلى التعرف على أكثر الفتوات الفضائية العربية المتخصصة للأطفال تفضيلا عند تلاميذ المرحلة الابتدائية، والتعرف على أنماط التعرض لتلاميذ المرحلة الابتدائية للفتوات الفضائية العربية المتخصصة للأطفال، وكشف نوعية المحتوى الذي يرغب تلميذ المرحلة الابتدائية في متابعته على قنوات الأطفال الفضائية العربية وكذلك التعرف على أشكال البرامج المقدمة في قنوات الأطفال الفضائية العربية. وجاءت أهم نتائج الدراسة كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثون المقيمين في الريف والحضر في كلا من أبعاد الثقافة التكنولوجية، ومعرفتهم بالمصطلحات والأجهزة المعروضة عليهم، ذلك في اتجاه المبحوثون المقيمين في الحضر وكشفت النتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثون في المدارس الحكومية والمدارس الخاصة في أبعاد الثقافة التكنولوجية ومعرفتهم بالمصطلحات والأجهزة المعروضة عليهم ذلك في اتجاه المبحوثون في المدارس الخاصة، كما أوضحت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثون الذكور والإناث في أبعاد الثقافة التكنولوجية وفي معرفتهم بالمصطلحات والأجهزة التكنولوجية المعروضة عليهم.

٧. دراسة تشين كيزنج هو (2010) Chen, Xiang Huai بعنوان البحث الإبداعي لباقة قناة تلفزيون الأطفال<sup>(٧)</sup> تسعى الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك الأطفال لمحتوى باقات التلفزيون الجديدة. وسعت الدراسة إلى تحليل مضامين قنوات الأطفال في التلفزيون، ولتحقيق ذلك اعتمدت الدراسة على أداة التحليل لأهم عناصر قنوات الأطفال التلفزيونيون كأداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أن هناك علاقة إحصائية طردية دالة بين كثافة التعرض وإدراك الأطفال لمضمون البرامج في قنوات الأطفال التلفزيونية.

#### التعريفات الإجرائية:

٢١ مواقع قنوات الأطفال التلفزيونية: عرفت الدراسة مواقع قنوات الأطفال التلفزيونية بأنها هي تلك المواقع الإلكترونية التابعة للفتوات التلفزيونية الموجهة للطفل، والتي تقدم عبر صفحاتها مجموعة من الموضوعات، وكذلك الخدمات كخريطة البرامج وفيديوهات وصور وألعاب، بالإضافة لخدمات المنتديات والتواصل مع القناة، وتحدد مواقع قنوات الأطفال في الدراسة إلى مواقع كارتون نت ورك - Spacatoon - MBC3 - Desiny.

#### نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي.

#### تساؤلات الدراسة:

١. ما عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في استخدام المواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال؟
٢. ما دوافع المبحوثين في استخدامهم للمواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال؟
٣. ما المواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال التي يفضل المبحوثون تصفحها؟
٤. ما الإشباع المتحققة لدى المبحوثين نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال؟

#### فروض الدراسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للأطفال: (النوع، التعليم)، ودوافع استخدامهم للمواقع الإلكترونية للفتوات الأطفال التلفزيونية: (نفسية، طقسوية).

#### عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الذكور والإناث من

## ٢. الدوافع الطفوسية:

الدوافع	دائما		أحيانا		نادرا		الاستجابة
	ك	%	ك	%	ك	%	
أتابع الشخصيات الكرتونية التي يحبها	١٦١	٨٠,٥	٣٩	١٩,٥	-	-	١٣٢
أشاهد البرامج التي فانتتني على القناة	١٥٧	٧٨,٥	٤٣	٢١,٥	-	-	١١٧
أتابع أخبار القناة	٧١	٦٦,٤	٧١	٦٦,٤	١٤٢	٧١,٠	١١١
يتابع البرامج التي يفضلها	٩٠	٤٥,٠	١٠٨	٥٤,٠	٢	١,٠	١١٠
أعرف معلومات جديدة	٣٤	١٧,٠	١٣٣	٦٦,٥	٣٣	١٦,٥	٩٠
أتعلم مهارات	٢١	١٠,٥	١٣٢	٦٦,٠	٤٧	٢٣,٥	٧٥
بمس بالأمان لما يستخدمها	٢١	١٠,٥	١٣٢	٦٦,٠	٤٧	٢٣,٥	٧٥
مجموع الأوزان	٢٠٠		٢٠٠		٢٨٧٨		

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان دافع (أقدر أمارس الألعاب المختلفة) جاء في مقدمة الدوافع الطفوسية للأطفال عينة الدراسة في متابعتهم للمواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال، وذلك بوزن مؤوى ١٩,٥%، وفي الترتيب الثاني جاء دافع (التسلية والترفيه) بوزن مؤوى ١٩,٤%، ثم (أتخلص من الملل) في الترتيب الثالث بوزن مؤوى ١٧,٣%، وجاء (أشعر بالأمان عندما استخدمها) في الترتيب السادس والأخير بوزن مؤوى ١٣%.

## جدول (٣) الدوافع النفعية للمبحوثون عينة الدراسة في متابعة المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال

الدوافع	دائما		أحيانا		نادرا		الاستجابة
	ك	%	ك	%	ك	%	
أتابع الشخصيات الكرتونية التي يحبها	١٣٢	٦٦,٠	٦٨	٣٤,٠	-	-	١٧,٧
أشاهد البرامج التي فانتتني على القناة	١١٧	٥٨,٥	٧٦	٣٨,٠	٧	٣,٥	١٦,٩
أتابع أخبار القناة	١١١	٥٥,٥	٨٥	٤٢,٥	٤	٢,٠	١٦,٨
يتابع البرامج التي يفضلها	١١٠	٥٥,٠	٨٢	٤١,٠	٨	٤,٠	١٦,٧
أعرف معلومات جديدة	٩٠	٤٥,٠	١٠٨	٥٤,٠	٢	١,٠	١٦,٢
أتعلم مهارات	٧٥	٣٧,٥	١٢٣	٦١,٥	٢	١,٠	١٥,٧
مجموع الأوزان	٢٠٠		٢٠٠		٣٠١٢		

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان دافع (أتابع الشخصيات الكرتونية التي أحبها) جاء في مقدمة الدوافع النفعية للأطفال عينة الدراسة في متابعتهم للمواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال، وذلك بوزن مؤوى ١٧,٧%، وفي الترتيب الثاني جاء دافع (أشاهد البرامج التي فانتتني على القناة) بوزن مؤوى ١٦,٩%، ثم (أتابع أخبار القناة) في الترتيب الثالث بوزن مؤوى ١٦,٨%، وجاء دافع (أتعلم مهارات) في الترتيب السادس والأخير بوزن مؤوى ١٥,٧%.

## ٣. مميزات المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة:

## جدول (٥) مميزات المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة

المميزات	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
الألعاب	١٠٦	٩٩,١	٨٨	٩٤,٦	١٩٤	٩٧,٠	٠,٣١٣	غير دالة
وجود فيديوهات فيها الشخصيات الكرتونية التي يحبها	٤٩	٤٥,٨	٤٥	٤٨,٤	٩٤	٤٧,٠	٠,١٨٣	غير دالة
نقدر نستخدمها بسهولة	٤٧	٤٣,٩	٤٥	٤٨,٤	٩٢	٤٦,٠	٠,٣١٥	غير دالة
أقدر أشترك في المسابقات والتحديات المختلفة	٣٦	٣٣,٦	٥٢	٥٥,٩	٨٨	٤٤,٠	١,٥٧١	٠,٠١
بسبب المعلومات التي أحصل عليها	١٧	١٥,٩	٢٣	٢٤,٧	٤٠	٢٠,٠	٠,٦٢٤	غير دالة
أقدر أتواصل مع الموقع	٥	٤,٧	١١	١١,٨	١٦	٨,٠	٠,٥٠٥	غير دالة
أقدر أكتب تعليق على موضوعات الموقع	-	-	٢	٢,٢	٢	١,٠	٠,١٥٢	غير دالة
جملة من سنلوا	١٠٧		٩٣		٢٠٠			

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان (الألعاب) جاءت في مقدمة مميزات المواقع الإلكترونية للقنوات، وذلك من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة، بنسبة مئوية بلغت ٩٧%، وفي الترتيب الثاني جاءت ميزة (وجود فيديوهات تتضمن

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان (الألعاب) جاءت في مقدمة مميزات المواقع الإلكترونية للقنوات، وذلك من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة، بنسبة مئوية بلغت ٩٧%، وفي الترتيب الثاني جاءت ميزة (وجود فيديوهات تتضمن

## ٣. وجهة نظر المبحوثون عينة الدراسة في الإشباع المتحققة لهم من استخدام المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية:

## ١. إشباع المحتوى:

## جدول (٦) وجهة نظر المبحوثون عينة الدراسة في إشباع المحتوى المتحققة لهم من استخدام المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية

الإشباع	موافق		محايد		معارض		الانحراف المعياري	وجهة النظر
	ك	%	ك	%	ك	%		
زادت معلوماتي عن بعض الموضوعات	٩٧	٤٨,٥	١٠١	٥٠,٥	٢	١,٠	٢,٤٨	٠,٥٢٠
تعلمت ازاى يبقى عندي أفكار جديدة	١٠١	٥٠,٥	٨٩	٤٤,٥	٥	٥,٠	٢,٤٦	٠,٥٩١
تعلمت سلوكيات ومهارات جديدة كالرسم	٨٦	٤٣,٠	١٠٧	٥٣,٥	٧	٣,٦	٢,٤٠	٠,٥٥٧
أشاهد ما فانتتني من برامج في الموقع	٧٢	٣٦,٠	١١٨	٥٩,٠	١٠	٥,٠	٢,٣١	٠,٥٦٢
الإجمالي	٢٠٠		٢٠٠		٢,٢٣		٩,٦٥	

وذلك بمتوسط حسابي ٢,٤٨، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (تعلمت كيف يكون لدى أفكار جديدة) بمتوسط حسابي ٢,٤٦، ثم عبارة (تعلمت سلوكيات ومهارات جديدة كالرسم) في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٤٠.

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان عبارة (زادت معلوماتي عن بعض الموضوعات) جاءت في مقدمة إشباع المحتوى المتحققة لدى الأطفال عينة الدراسة نتيجة استخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال،

## ٢. إشباع اجتماعية:

## جدول (٧) وجهة نظر المبحوثون عينة الدراسة في الإشباع الاجتماعية المتحققة لهم من استخدام المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية

الإشباع	موافق		محايد		معارض		الانحراف المعياري	وجهة النظر
	ك	%	ك	%	ك	%		
عرفت مواعيد عرض البرامج التي أحبها	١٢٩	٦٤,٥	٦٩	٣٤,٥	٢	١,٠	٢,٦٤	٠,٥٠٣
أشترك رابط الموقع مع أصدقائي	١٤	٧,٠	١٣٨	٦٩,٠	٤٨	٢٤,٠	١,٨٣	٠,٥٣٢
أتعلم التواصل مع الآخرين	٩	٤,٥	١١٢	٥٦,٠	٧٩	٣٩,٥	١,٦٥	٠,٥٦٥
أكون صداقات جديدة	١١	٥,٥	٩٢	٤٦,٠	٩٧	٤٨,٥	١,٥٧	٠,٥٩٧

وجهة النظر	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
الإشباعات									
أتعلم الحفاظ على الصدقات									
الإجمالي	٢,٧٨١	٩,٢١	٥٣,٠	١٠,٦	٤٢,٥	٨٥	٤,٥	٩	ن = ٢٠٠

وذلك بمتوسط حسابي ٢,٦٤، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (أشارك رابط الموقع مع أصدقائي) بمتوسط حسابي ١,٨٣، ثم عبارة (أتعلم التواصل مع الآخرين) في الترتيب الثالث بمتوسط ١,٦٥.

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان عبارة (عرفت مواعيد عرض البرامج التي أحبها) جاءت في مقدمة الإشباعات الاجتماعية المتحققة لدى الأطفال عينة الدراسة نتيجة استخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال،

### ٣. إشباعات عملية الاتصال:

جدول (٨) وجهة نظر المبحوثون عينة الدراسة في إشباعات عملية الاتصال المتحققة لهم من استخدام المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية

وجهة النظر	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
الإشباعات									
زودت عندي التسلية والترفية									
ساعدتني أتخلص من الملل									
استمتع بالألوان والعناصر المتحركة داخل الموقع									
الإجمالي	١,٢٣٦	٨,٣١							ن = ٢٠٠

وذلك بمتوسط حسابي ٢,٨٤، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (ساعدتني أتخلص من الملل) بمتوسط حسابي ٢,٨١، ثم عبارة (استمتع بالألوان والعناصر المتحركة داخل الموقع) في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٦٦.

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان عبارة (زاد لدى الشعور بالتسلية والترفيه) جاءت في مقدمة إشباعات عملية الاتصال المتحققة لدى الأطفال عينة الدراسة نتيجة استخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال،

### ٤. إشباعات شبه اجتماعية:

جدول (٩) وجهة نظر المبحوثون عينة الدراسة في الإشباعات شبه الاجتماعية المتحققة لهم من استخدام المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية

وجهة النظر	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
الإشباعات									
يحب اللعب بشخصيتي الكرتونية المفضلة									
أنسى هموم ومشاكل الدراسة									
استخدام الموقع جعلني أستغنى عن التلفزيون والوسائل الأخرى									
تفاعل مع الموقع وميعين البرامج									
الإجمالي	١,٨٦٤	٩,٧٤							ن = ٢٠٠

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى ان عبارة (أحب اللعب بشخصيتي الكرتونية المفضلة) جاءت في مقدمة الإشباعات شبه الاجتماعية المتحققة لدى الأطفال عينة الدراسة نتيجة استخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال، وذلك بمتوسط حسابي ٢,٨٤، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (أنسى هموم ومشاكل الدراسة) بمتوسط حسابي ٢,٧٧، ثم عبارة (استخدام الموقع جعلني أستغنى عن التلفزيون والوسائل الأخرى) في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٣٣.

ومن خلال ما سبق، جاءت أعلى إشباعات الأطفال عينة الدراسة نتيجة استخدام المواقع الإلكترونية لمواقع قنوات الأطفال على النحو التالي:

١. تقاسم إشباعي (زاد لدى الشعور بالتسلية والترفيه) (أحب اللعب بشخصيتي الكرتونية المفضلة)، وذلك في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ ٢,٨٤ لكل منهما.

٢. وفي الترتيب الثاني جاء إشباع (ساعدتني أتخلص من الملل) بمتوسط حسابي ٢,٨١، ثم إشباع (أنسى هموم ومشاكل الدراسة) بمتوسط حسابي ٢,٧٧ في الترتيب الثالث. تلاه إشباع (استمتع بالألوان والعناصر المتحركة داخل الموقع) في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٦٦.

### نتائج التحقق من فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للأطفال: (النوع، التعليم)، ودوافع استخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال التلفزيونية: (نفسية، طقوسية):

أ. الفروق بين الذكور والإناث في دوافع استخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال التلفزيونية:

مستوى المعنوية	المتغير	ذكور (ن=١٠٧)		إناث (ن=٩٣)	
		م	ع	م	ع
١٩٨	دوافع نفسية	٢,٦١	٠,٥٠٩	٢,٥٦	٠,٥٩٨
	دوافع طقوسية	٢,٥٣	٠,٥٧٢	٢,٥٧	٠,٥٥٩
	الدوافع	٢,٦٨	٠,٤٦٨	٢,٦٧	٠,٤٧٠

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دوافع استخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال التلفزيونية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند أي مستوى دلالة.

ب. الفروق بين أطفال المدارس التجريبية وأطفال المدارس الخاصة في دوافع استخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال التلفزيونية:

جدول (١١) الفروق بين أطفال المدارس التجريبية وأطفال المدارس الخاصة في دوافع استخدام مواقع قنوات الأطفال التلفزيونية

مستوى المعنوية	المتغير	مدارس تجريبية (ن=٧٢)		مدارس خاصة (ن=١٢٨)	
		م	ع	م	ع
١٩٨	دوافع نفسية	٢,٥٣	٠,٦٠٤	٢,٦٢	٠,٥١٩
	دوافع طقوسية	٢,٣٩	٢,٦٤	٢,٦٤	٠,٥١٣
	الدوافع	٢,٦١	٠,٤٩١	٢,٧٢	٠,٤٥١

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أطفال المدارس التجريبية وبين أطفال المدارس الخاصة في دوافعهم النفسية لاستخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال التلفزيونية، حيث كانت قيمة (ت) تساوي ١,١٠١ وهي غير دالة عند أي مستوى دلالة بينما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أطفال المدارس التجريبية وبين أطفال المدارس الخاصة في دوافعهم الطقوسية لاستخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال التلفزيونية، حيث كانت قيمة (ت) تساوي ٣,٠٨٩ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١، ومما سبق يتضح

عدم صحة الفرض الأول فى وجود فروق بين (النوع، التعليم) فى دوافع استخدام المواقع الإلكترونية لقنوات الأطفال التلفزيونية، إلا أنه توجد فروق بينهم فى جانب العمر.

#### توصيات الدراسة:

١. إجراء دراسة مقارنة بين مواقع قنوات الأطفال الناطقة بالعربية والناطق بالغة الإنجليزية، لرصد مدى الاتفاق والاختلاف فى طريقة عرض المضامين سواء على مستوى المحتوى أو الشكل التصميمي.
٢. تعظيم الاستفادة من قبل القائمين للاتصال للمواقع الإلكترونية الموجهة للطفل، كونها لديها تأثيرات مختلفة على الأطفال.

#### المراجع:

١. إيمان سيد على عبدالمطلب. "تعرض أطفال ما قبل المدرسة لقنوات الحكايات عبر اليوتيوب وعلاقته بالمهارات الاجتماعية لديهم: دراسة تطبيقية"، مجلة البحوث الإعلامية، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد ٥٦، الجزء ٥، يناير ٢٠٢١).
٢. اسراء قطب عامر فرعلى. "التفاعلية فى مواقع قنوات الاطفال الفضائية على شبكة الانترنت"، رسالة ماجستير، (جامعة أسيوط: كلية الآداب، الاعلام، ٢٠١٩).
٣. مصطفى أكرم مصطفى بدر. "دور برامج قنوات الأطفال التلفزيونية فى هدم القيم الأخلاقية: قناة كارتون نتورك نموذجا"، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، (غزة: المركز القومى للبحوث، ٢٠١٨).
٤. ندا عبدالقادر على عبدالجواد. "تعرض تلاميذ المرحلة الابتدائية للقنوات الفضائية العربية المتخصصة للطفل وعلاقته بمستوى الثقافة التكنولوجية لديهم"، رسالة ماجستير، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٨).
٥. هشام سعيد فتحى عمر البرجي. "أثر الرسوم المتحركة التى تقدمها الفضائيات العربية على قيم الطفل المصرى وسلوكه"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٩).
6. Chen, Xiang Huai. The creativity research of children's television channel package, Hunan Normal University (People's Republic of China), ProQuest Dissertations Publishing, 2010.
7. Ihmeideh F. Evaluation of children's educational websites based on the developmental perspective. *E- Learning and Digital Media*. 2019; 16(1):26-45.