

المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة فيها: دراسة من منظور الخصوصية

د. هدير محمود عبد الله*

ملخص:

هدفت الدراسة إلى تحليل أنماط استخدام الأبوين لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر محتوى متعلق بأطفالهم، واختبار تأثير بعض العوامل على قرار الأبوين بالمشاركة الأبوية، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مبحوث من الآباء والأمهات ممن لديهم طفل واحد على الأقل عمره أقل من ١٣ عامًا، وقاموا بمشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي مرة واحدة على الأقل، وتشير النتائج إلى أنه كلما قلّت مخاوف الخصوصية وزاد حجم الفائدة المتوقعة لدى الأبوين فيما يتعلق بما يقومون بنشره عن أطفالهم على شبكات التواصل زادت مشاركتهم للمحتوى المتعلق بأطفالهم، كما تشير النتائج إلى معنوية الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة وفقًا لمجموعة من المتغيرات، وتوصي نتائج الدراسة بأهمية تضافر الجهود للحد من مخاطر المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي، مع تقديم توصيف مقترح لدور كل جهة.

الكلمات المفتاحية: المشاركة الأبوية، شبكات التواصل الاجتماعي، الخصوصية الرقمية، حق الطفل في الخصوصية

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة

Sharenting and Influencing Factors: A study from A Privacy Perspective

Dr. Hadeer Mahmoud Abdallah *

Abstract:

The study aimed to analyze the patterns of parental use of social media in sharenting and to test the effect of some factors on parents' decision to engage in sharenting. The study was applied to a purposive sample of 200 parents who have at least one child under the age of 13 and have shared content related to their children on social media at least once. The results indicate that the less privacy concerns and the higher expected benefit among parents regarding what they share about their children on social media, the more they participate in sharing content related to their children. The results suggest significant differences among participants in the extent of their participation based on various variables. The study recommends the importance of collaborative efforts to mitigate the risks of parental sharing on social media, while maintaining a proposed description of each party's role.

Keywords: Sharenting, Digital Privacy, Social Networks, OSN, children privacy

* Lecturer at radio and television department , faculty of mass communication
cairo university

مقدمة:

في وقتنا الراهن يقوم الآباء والأمهات بتربية أطفالهم في بيئة رقمية -من الدرجة الأولى- يواجهون بها تحديات تربوية فريدة تفوق تلك التي واجهت الأجيال السابقة، وخلال العقود الماضية كانت الدراسات المرتبطة بالأطفال وخصوصيتهم على الإنترنت تركز عادة على مخاوف نشر الأطفال والمراقبين لمعلومات زائدة أو غير مناسبة عن أنفسهم عبر الإنترنت، وكانت توجيهات الخبراء تتمحور بشكل عام حول التأكيد على تقديم التوجيه للآباء لفهم سلوك أطفالهم على الإنترنت، وأفضل السبل لمراقبة استخدام أطفالهم لوسائل التواصل الاجتماعي. وخلال العقد الماضي، تضاعف الاهتمام البحثي بخصوصية الأطفال مع توجه بحثي جديد يُركز على استخدام الأبوين لشبكات التواصل الاجتماعي ومخاطر مشاركتهم المفرطة لمعلومات حول أطفالهم عبر الإنترنت.

فمع انضمام جيل جديد من البالغين إلى صفوف الآباء والأمهات، تزايدت مشاركات فرحة وتحديات الأبوة والأمومة، وتم توثيق حياة الأطفال بشكل علني على شبكات التواصل الاجتماعي؛ حتى أصبح ذلك تقريباً قاعدة اجتماعية. ونتيجة لذلك؛ صار الكثير من الأطفال يمتلكون المئات من الصور والمنشورات والتحديثات حول حياتهم على شبكات التواصل الاجتماعي قبل أن يستطيعوا حتى المشي.

ويطلق على هذا النوع من النشاط "Sharenting" والذي تم تعريفه بواسطة قاموس كولينز (Collins dictionary) على أنه "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل منتظم من قبل الأبوين لنقل معلومات وصور عن أطفالهم". وهذا المصطلح مزيج من كلمتين (sharing + parenting).¹ وتشير دراسة أوروبية حديثة أن الآباء والأمهات يشاركون ما معدله ٣٠٠ صورة، وبيانات حساسة عن أطفالهم عبر الإنترنت كل عام^٢.

وقد تنطوي المشاركة الأبوية لمعلومات وصور ومقاطع فيديو حول الأطفال على شبكات التواصل الاجتماعي على الكثير من الفوائد: كالتواصل مع أفراد العائلة والأصدقاء، وتوثيق الذكريات، ومشاركة الفرح والإنجازات، وعرض مهاراتهم الأبوية، وطلب الدعم من الآخرين، وأحياناً الربح المادي وبراها من الفوائد، إلا أن هذه المشاركة -في نفس الوقت- تثير المخاوف بشأن خصوصية الأطفال.

فالمشاركة المفرطة لمعلومات الأطفال الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأبوين أو الأوصياء يشكل مشكلة قانونية، حيث تظل البيانات المدخلة على الإنترنت محفوظة، ويمكن الوصول إليها لفترة طويلة بعد النشر، ويستمر أثرها من الطفولة حتى الرشد. ومن المؤسف أن الأبوين غالباً ما يتجاهلون كيفية تفسير المعلومات التي

يشاركونها من قبل الآخرين، وخاصة عندما يتعلق الأمر بمشاركة قصص محرجة أو صور غير لائقة، والأكثر من ذلك، أنهم قد يكونوا غير مدركين لما قد ينتج عن نشرهم لمثل تلك المعلومات والصور مستقبلاً.

ويمكن أن تقود مشاركة الأبوين لصور أطفالهم إلى مشكلات أكثر خطورة كجعل أطفالهم عرضة لما يسمى بـ "الاختطاف الرقمي" أو "digital kidnapping" وهي أن الأشخاص الغرباء يقومون بسرقة صور الأطفال وإعادة نشرها على الإنترنت وكأن هؤلاء الأطفال أطفالهم^٢ إضافة إلى الاستغلال الجنسي، والتنمر الإلكتروني، والضيق العاطفي، وغيرها من المخاطر.

وتعد دراسة الأطفال في الوسائط الرقمية بشكل مستمر أمراً مهماً للباحثين، نظراً لأنهم أصبحوا أكثر عرضة للمخاطر، وقد أصبحت ظاهرة مشاركة وكشف المعلومات الشخصية الخاصة "intimate information" عن الأطفال من قبل أبويهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي موضوعاً للبحث من قبل عدد متزايد من العلماء في جميع أنحاء العالم نظراً للنمو المتزايد لها.

وقد أصبح مصطلح المشاركة الأبوية أكثر انتشاراً مع زيادة توافر منصات التواصل الاجتماعي، وقد تختلف وجهات نظر الثقافات المختلفة حول المشاركة، ولكن هناك موضوعات مشتركة تتعلق بتأثير التكنولوجيا على ممارسات الأبوة والأمومة؛ الأمر الذي يحتم على الأبوين الانتباه إلى للمعلومات التي يشاركونها عن أطفالهم وأن ينظروا في الآثار المحتملة لهذه المشاركة.

ويُصحح الآباء والأمهات بالامتناع التام عن مشاركة صور ومقاطع فيديو ومعلومات عن أطفالهم الفُصّر على شبكات التواصل الاجتماعي، ويُفضل الانتظار حتى يبلغ أطفالهم سن ١٣ عاماً -على الأقل- قبل مشاركة أي محتوى متعلق بهم، ويجب أن يتم ذلك بموافقة صريحة منهم^٤.

أولاً- مشكلة الدراسة:

في الوقت الحاضر، اكتسب مصطلح "sharenting" زخماً بين المختصين وغير المختصين على حد سواء. ويشمل مصطلح sharenting السلوكيات والإجراءات التي يقوم بها الأبوان والأوصياء القانونيون للقاصرين على وسائل التواصل الاجتماعي^٥.

ولا شك أن شبكات التواصل الاجتماعي توفر للأبوين في الوقت الحاضر فرصة فريدة لتبادل الخبرات والسعادة فيما يتعلق بالأبوة والأمومة أو البحث عن المساعدة في

قضايا تربية الأطفال، ولكن ترتبط هذه المشاركة بالكثير من المخاطر؛ حيث تكون كل المعلومات أو البيانات التي تتم مشاركتها على الإنترنت متاحة للجمهور ويمكن تتبعها. وبالتالي، فإن العواقب السلبية للرقمنة المفرطة تشمل تعدي حدود الخصوصية، وفقدان السيطرة على من لديه حق الوصول إلى المحتوى الذي تم مشاركته، وقد يتطور الأمر ليصل إلى حد تعرض الأطفال لبعض الانتهاكات والجرائم الرقمية في الواقع الفعلي من جراء هذه المشاركة.

وعلى الرغم من تزايد الاهتمام البحثي في العقد الأخير بهذه الظاهرة إلا أنه لا تزال هناك فجوات كثيرة في الأدبيات وخاصة العربية منها - التي يتعين سدها فيما يتعلق بهذه الممارسة، والتي وجدت طريقها إلى الروتين اليومي عن طريق ملايين الآباء والأمهات في جميع أنحاء العالم.

وبناء على الطرح السابق تتحدد مشكلة الدراسة في: دراسة ظاهرة مشاركة الأبوين لمحتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وفهم أبعادها، واستكشاف العوامل المؤثرة فيها.

ثانياً- أهداف الدراسة:

- تحليل أنماط استخدام الأبوين لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر محتوى متعلق بأطفالهم.
- اختبار تأثير بعض العوامل على قرار الأبوين بالمشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.
- إلقاء الضوء على أهمية تضافر الجهود لحماية خصوصية الأطفال وضمان سلامتهم الرقمية.

ثالثاً- أهمية البحث:

أ- أهمية بحثية:

- تشكل الدراسة إضافة للمكتبة العربية التي تخلو من أي أدبيات تتناول موضوع المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي رغم الاهتمام البحثي العالمي بهذا المجال لارتباطه الوثيق بحق الطفل في الخصوصية.
- تسهم الدراسة في إثراء المعرفة العلمية في مجال التواصل الأسري والتربية الرقمية؛ مما يعزز إمكانية استفادة الدراسات المستقبلية من نتائج هذا البحث؛ لتوجيه أبحاثها وتطوير فهم أعمق لتحديات "sharenting" في سياق العائلة والمجتمع العربي.

- تسهم الدراسة في بناء مقاييس لبعض متغيرات الدراسة التي لا يحتوي التراث العلمي السابق على مقاييس لها، كما تسهم الدراسة في تطوير بعض المقاييس المرتبطة بنظريات الخصوصية بوجه عام حتى تتلائم مع موضوع الدراسة.
- تسهم الدراسة في رسم مسار للعلاقات بين المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي والمتغيرات المرتبطة بها؛ مما يشكل حجر أساس لدراسات مستقبلية - وخاصة عربية- لتقوم باختبار هذه العلاقات وتطويرها.

ب- أهمية مجتمعية:

- تساعد الدراسة في فهم الدوافع والعوامل التي تؤثر على قرار الأبوين بمشاركة بيانات أطفالهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي. ويمكن أن يساعد هذا الفهم في توفير توجيهات عملية للأهل حول كيفية مشاركة محتوى يتعلق بأطفالهم بشكل آمن ومسؤول على وسائل التواصل الاجتماعي.
- تعزيز أهمية حماية خصوصية الأطفال على الإنترنت، مما قد يشجع على تطوير سياسات وتشريعات أكثر فعالية في هذا السياق.
- تلقي توصيات الدراسة الضوء على أهم الجهات التي يمكن أن تساهم في حماية حق الأطفال في الخصوصية وضمان سلامتهم الرقمية، مع تقديم توصيف مقترح قابل للتطوير لدور كل جهة في هذا الصدد.

رابعاً- أدبيات الدراسة:

تعريف المشاركة الأبوية "Sharenting"

المشاركة الأبوية هي استخدام الأبوين لوسائل التواصل الاجتماعي لمناقشة حياة أطفالهم عن طريق نشر مقالات نصية وصور ومقاطع فيديو تحمل معلومات شخصية عن أطفالهم^١. ويجمع مصطلح "Sharenting" بين كلمتي "مشاركة" "sharing" و"تربية الأطفال" "parenting"، وهو يصف العادة المتزايدة للأباء والأمهات في مشاركة الصور ومقاطع الفيديو ومعلومات تحدد هوية أطفالهم على حساباتهم الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي^٢.

اصطلاحاً يمكن تعريف sharenting بأنه الإفراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الآباء بشكل يؤثر على أطفالهم، لا سيما مشاركة المعلومات الشخصية أو مقاطع الفيديو، والتي يتم بثها عادةً دون موافقة أو علم القاصرين^٣.

وقد ساعد تقرير (The C.S. Mott Children's Hospital (2015) على تعميم مصطلحي "sharenting" و"oversharenting" لوصف ظاهرتي مشاركة

معلومات عن الأبناء عبر الإنترنت، ومشاركة الكثير من المعلومات عن الأبناء، على الترتيب.

دوافع المشاركة الأبوية:

بحسب تقرير (The C.S. Mott Children's Hospital (2023) المبني على استطلاع رأي الآباء وأمهات لديهم أطفال تتراوح أعمارهم بين ٠ و٤ سنوات فإنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمناقشة موضوعات الأبوة والأمومة، وللبحث عن نصائح أو معلومات عن الأبوة والأمومة، أو مشاركة تجاربهم؛ للتعرف على تدريب الاستغناء الحفاض، وجعل الأطفال ينامون، والتغذية أو الرضاعة الطبيعية، والانضباط، ومشاكل السلوك، والتطعيم، الرعاية النهارية (ما قبل المدرسة) والتوافق مع الأطفال الآخرين. يقول الآباء: إنهم يناقشون هذه الموضوعات على وسائل التواصل الاجتماعي؛ لأنهم يريدون سماع أفكار مختلفة، انها سهلة الاستخدام، يريدون القيام بالأشياء بطريقة مختلفة عن والديهم، ليس لديهم عائلة أو أصدقاء في مكان قريب، ليس لديهم فرص كافية لسؤال مقدم الرعاية الصحية لأطفالهم، أو يشعرون بالحرج من السؤال شخصياً.

كما يشير التقرير إلى أن الأباوين ينظران إلى وسائل التواصل الاجتماعي على أنها مفيدة جداً في الحصول على أفكار جديدة لتجربتها؛ مما يجعلهما يشعران بأنهما ليسا وحدهما، وتساعدهما في معرفة ما لا يجب فعله، وتحديد ما إذا كانوا سيشتريان منتجات معينة؛ أو متى يأخذان طفلها إلى الطبيب؟ وكذلك في مساعدتهما على تقليل القلق^{١١}.

وفي نفس العام (2023) قام Aydoğdu et al^{١٢} بدراسة دوافع مشاركة الأباوين لمعلومات عن أطفالهم على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع ١٢ أمّاً يشاركن معلومات وصور لأطفالهن. وتشير النتائج إلى أن أسباب الانخراط في المشاركة الأبوية عند المبحوثات كانت جمع الذكريات، التأثيرات العاطفية، البقاء على تواصل، الموافقة أو الإعجاب، تقديم الفائدة للمتابعين، ردود فعل المتابعين أو الأقارب، وتغيير الروتين. كما تشير النتائج إلى وجود عدة عوامل مصاحبة للمشاركة الأبوية وهي: زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، الخوف من الحسد، التأثير الإيجابي، الشعور بأنها امرأة جيدة أو أم جيدة، إيمان مواقع التواصل، التساؤل عن الآخرين، السعادة المؤقتة، وتأثير محاييد. بينما صاحب عدم المشاركة وجود تأثير لعدة عوامل مثل التأثير الطبيعي، والرغبة في المشاركة، والشعور بالعجز.

وتشير دراسة (Bhroin et al. (2022)^{١٣}، والتي أجرت مسحاً عبر الإنترنت لعينة ممثلة للاتحاد الأوروبي -من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ٩-١٧ سنة وآبائهم- إلى أن البقاء على تواصل مع العائلات والأصدقاء هو الدافع الرئيس لمشاركة الأباوين لمعلومات وصور أطفالهم، كما تتيح المشاركة الفرصة للأفراد للتعبير عن هوياتهم وخلق والحفاظ

على العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت. وبالتالي قد يشعر الآباء بتأييد كثير من الإعجابات والتعليقات التي يتلقونها على صور أطفالهم، حتى لو كانت من مستخدمين لديهم علاقات ضعيفة بهم. كما تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين العمر والمشاركة المتكررة؛ حيث قام ٢٤٪ من الآباء الذين تقل أعمارهم عن ٤٠ سنة قاموا بهذه الممارسة مرة واحدة على الأقل في الشهر.

كما رصدت دراسة (Walrave et al (2022)^{١٤} دوافع الآباء للمشاركة الأبوية ومواقف المراهقين تجاهه واستراتيجيات إدارة الخصوصية المفوضة من خلال إجراء ٣٠ مقابلة شبه مقننة مع ١٠ عائلات كل عائلة مكونة من (الأب/الأم/الابن/الابنة). وأشارت النتائج إلى أن الأبوين يشاركون المعلومات عن أبنائهم المراهقين؛ لأنهم فخوريين بأبنائهم أو للتواصل مع الأقارب والأصدقاء.

وتذهب دراسة (Bessant (2018 إلى أن مشاركة تفاصيل الحياة الأبوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة للعديد من الآباء والأمهات تمنحهم فرصة للتواصل مع الأصدقاء والعائلة، وتجنب العزلة والحصول على الدعم العاطفي والعملية والاجتماعي، ومشاركة النصائح الأبوية، والحصول على تأكيد لقراراتهم التربوية، مما يؤدي إلى شعور أكبر بالرضا عن دورهم كوالدين، كما تسمح المشاركة للأهل بنشر إنجازات أطفالهم، ومشاركة تجاربهم كأهل سواء كانت تجارب جيدة أو سيئة أو مُحبطة^{١٥}.

وعلى الرغم من قلة الأدلة التي تشير إلى أن مشاركة معلومات الأطفال عبر وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون ذات فائدة للأطفال إلا أن البعض يذهب إلى أن تلك المشاركة يمكن تساعد الأطفال على تطوير شبكات إيجابية من العائلة والأصدقاء. كما يزعم بعض الآباء أن الحفاظ على أرشيف لحياة الطفل عبر الإنترنت يمكن أن يساعده مستقبلا على فهم ذاته. ويعتقد آخرون أن مشاركة معلومات الأطفال تسمح للآباء ببناء صورة إيجابية لهم على وسائل التواصل الاجتماعي، لمواجهة "السلوكيات السلبية التي قد يشاركون فيها كمرهقين^{١٦}.

أنواع المحتوى الذي يشاركه الأبوان:

وفيما يخص أنواع المحتوى الذي يشاركه الأبوان، فقد حدد (Kopecký et al. (2020)^{١٧} خمسة أشكال هي الأكثر شيوعاً، وهي:

- المشاركة المفرطة للصور ومقاطع الفيديو للأطفال (عادةً بدون موافقتهم).
- إنشاء ملفات تعريف للأطفال على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي (بدون موافقتهم).
- مشاركة ما يسمى بـ "يوميات الإنترنت" التي يتم فيها مراقبة حياة الطفل عن كثب.

- استخدام الطفل لإنشاء محتوى متطرف أو يحض على الكراهية.
- استخدام الطفل كأداة تجارية أو تسويقية.

وتشير نتائج دراسة (Bare (2020)¹⁸ المبينة على تحليل محتوى ٣٠٠ صورة للأطفال نشرت على إنستجرام من قبل الأبوين إلى فحص سلوكيات الأبوين بعد النشر على إنستجرام وكمية المعلومات الخاصة التي يشاركونها مع الغرباء حول أطفالهم، إلى أن ١٥٪ من الصور كانت صوراً محرجة لأطفالهم، وتشتمل الصور المحرجة وفقاً للدراسة على أربعة أنواع (صور عارية، شبه عارية، مضحكة، أو فوضوية). وقد اعتمد بعض الآباء على anti-sharenting عدم ظهور وجه الطفل، وطبقوا ذلك من خلال عدة استراتيجيات؛ أكثرها شيوعاً هي التقاط صورة للطفل من ظهره، يليها نشر الصور الجزئية للطفل تُظهر أجزاءً غير واضحة من الجسم، ثم نشر صور الأطفال الذين تم إخفاء وجوههم، أو إخفاؤها بواسطة أشياء على إنستجرام، بينما قام بعض الآباء والأمهات بنشر صور لأطفالهم من مسافة بعيدة لإخفاء ملامحهم.

وبالمثل قامت دراسة (Brosch (2016)¹⁹ بفحص نوع الصور التي يشاركها الآباء والأمهات لأطفالهم على فيسبوك ودراسة الأسباب المحتملة للقيام بذلك بالتطبيق على عينة من الآباء والأمهات البولنديين. وتشير النتائج إلى أن جميع المشاركين ينشرون بانتظام محتوى رقمي على فيسبوك يتعلق بأطفالهم. وتعد المشاركات التي تحتوي على اسم الطفل وتاريخ ميلاده هي الأكثر شيوعاً بين الآباء في الشهر الأول بعد ولادة الطفل. وفي بعض الحالات، يقوم الآباء بإنشاء ظل رقمي لطفلهم الذي لم يولد بعد من خلال نشر صورة الأشعة فوق الصوتية أو مشاركة صور للأم الحامل.

كما هدفت دراسة (Marasli et al (2016)²⁰ إلى فحص كثافة استخدام الأبوين لوسائل التواصل الاجتماعي واستقصاء المعلومات التي يشاركونها مجموعة من الآباء عبر الإنترنت حول أطفالهم من خلال تحليل المحتوى. قدم الباحثون استبياناً عبر الإنترنت حول استخدام فيسبوك لـ ٢١٩ من الآباء الذين طُلب أيضاً إذن منهم بعرض ملفاتهم الشخصية على فيسبوك. منح ٩٤ من الآباء الإذن وتم تحليل ملفاتهم الشخصية على مدار ثلاثة شهور. وأظهرت النتائج أن المعلومات التي تم مشاركتها عبر الإنترنت من قبل الآباء تتسم بالتنوع والاختلاف حيث يختلف مدى ومحتوى المشاركات. وتتضمن المشاركات تجارب الأطفال الخاصة والشخصية.

وقام (Kumar & Schoenebeck (2015)²¹ بدراسة باستخدام مقابلات شبه مقننة مع ٢٢ أمّاً جديدة، نجد أنهن يشاركن صوراً لطيفة ومضحكة وصوراً للأحداث المهمة وصوراً مع العائلة والأصدقاء، ولكن يمتنعن عن مشاركة صور البكاء والصور العارية. بينما تعاني بعض الأمهات من قلق بشأن التحكم في المعلومات والمشاركة المفرطة والأثر

الرقمي، فإن فوائد تلقي التأييد تفوق مخاوفهن؛ حيث تساعد مشاركة صور الأطفال على فيسبوك الأمهات الجدد في تنفيذ وتلقي التأييد على "كونهن أمهات جيدات".

العوامل المؤثرة على قرار المشاركة الأبوية

ولدراسة العوامل المؤثرة على اتخاذ الأبوين قرار المشاركة، فقد أجرى Hashim^{٢٢} et al. (2023) دراسة استقصائية على ٣٠٣ من الآباء في جميع أنحاء ماليزيا بتطبيق نظرية الفعل العقلاني كمدخل نظري. وتوصلت النتائج إلى أن الاتجاه والثقة يعدان مؤشرين جيدين لسلوك مشاركة الأبوين على وسائل التواصل الاجتماعي بين الآباء الماليزيين. كما خلصت الدراسة إلى أن الآباء في ماليزيا على استعداد للكشف عن الكثير من المعلومات حول أطفالهم عندما يعتقدون أنه لا حرج في مشاركة تلك المعلومات، خاصة عندما يشعرون بالفخر بإنجازات أطفالهم. بالإضافة إلى ذلك، يثق الآباء أيضاً بشدة في أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي قد لا يسيئون استخدام المعلومات التي يشاركونها، ويعتقدون أن القانون سيحمي المعلومات من إساءة المستخدمين.

كما قام Amon et al. (2022)^{٢٣} بدراسة السمات التي تنبأ بسلوك المشاركة الأبوية من خلال جمع معلومات من ٤٩٣ أبا وأما لأطفال صغار في الولايات المتحدة بشأن الديموغرافيا المبلغ عنها ذاتيا ونشاط، ووسائل التواصل الاجتماعي، وأساليب التربية، ومشاركة الأطفال في وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقف والسلوكيات المتعلقة بالمشاركة الأبوية. وتشير النتائج إلى أن معظم الآباء النشطين على وسائل التواصل الاجتماعي يشاركون صور أطفالهم عبر الإنترنت ويشعرون بالراحة عند القيام بذلك دون إذن أطفالهم. كان أقوى مؤشر لتكرار مشاركة الأبوين هو تكرار النشر العام على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى أن المشاركين لا يفرقون بقوة بين أنشطة مشاركة الصور "العادية" ومشاركة الأبوين. كما تشير النتائج إلى وجود عدد من العوامل التي تنبئ بتكرار مشاركة الأبوين وهي: الإفراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وشبكات اجتماعية محببة ذات معايير تشجع مشاركة الأبوين، وأساليب أبوة أكثر تساهلاً وثقة، ومشاركة أطفالهم بشكل كثيف على وسائل التواصل الاجتماعي.

وبالمثل قامت دراسة Ni Bhroin et al. (2022)^{٢٤} بفحص السمات الفردية التي تؤثر على ممارسات المشاركة الأبوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وعلى عكس المتوقع أظهرت النتائج أن الآباء والأمهات الذين يمتلكون مستويات أعلى من المهارات الرقمية، والذين يوجهون نشاط أطفالهم على الإنترنت بحرص، ويشعرون بمزيد من القلق بشأن خصوصية أطفالهم هم الأكثر احتمالاً لمشاركة معلومات وصور أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

وقامت دراسة (Peng 2021)^{٢٥} بفحص لسلوكيات مشاركة الأبوبين من وجهة نظر نموذج حساب الخصوصية. وأظهرت النتائج أن رأس المال الاجتماعي كان مؤشراً إيجابياً لكل من كشف المعلومات للأطفال وكشف معلومات الأبوّة والأمومة، بينما كانت العرضة للتمثيل الذاتي مرتبطة إيجابياً بمشاركة معلومات الأبوّة والأمومة ولكنها مرتبطة سلباً بمشاركة معلومات الأطفال. كما أظهرت الاستمتاع المتصور والقلق بشأن الخصوصية والكفاءة الذاتية في الخصوصية العلاقة فقط مع معلومات الأطفال.

وفي بولندا تشير نتائج دراسة (Brosch 2016)^{٢٦} إلى أن عدد أصدقاء الفيس بوك يؤثر بشكل كبير على مشاركة المعلومات عن الأطفال على فيسبوك، بينما لم يثبت وجود علاقة بين مدة استخدام الفيس بوك وعدد الصور للأطفال المشاركة من قبل الآباء على الفيس بوك.

كما هدفت دراسة (Ammari et al 2015)^{٢٧} إلى استكشاف آثار مشاركة الأبوبين لمعلومات شخصية حول أطفالهم عبر الإنترنت، وكيف يقررون ما يجب الكشف عنه بشأن أطفالهم على مواقع الشبكات الاجتماعية باستخدام ١٠٢ مقابلة مع الآباء والأمهات. وتشير النتائج إلى أن الأمهات يتحملن مسؤولية مشاركة المحتوى حول أطفالهن أكثر من الآباء، وأن الآباء أكثر قيوداً في المشاركة أمام جمهور واسع ومهني، ويشعرون بالقلق من مشاركة محتوى قد يُدرك على أنه مثير للنوع. ويقوم الأمهات والآباء على حد سواء باستخدام إمكانات مواقع الشبكات الاجتماعية لتقييد المشاركة المفرطة.

المشاركة الأبوية، وحق الأطفال في الخصوصية:

تتعارض مسألة حماية حق الأطفال في الخصوصية في العصر الرقمي مع رغبة الأبوبين في مشاركة معلوماتهم على الشبكات الاجتماعية، خاصة وأن الأبوبين هم من يجب عليهم حماية السلامة الرقمية لأطفالهم بشكل فعال^{٢٨}.

ينشر الآباء صور أطفالهم عبر الإنترنت دون فهم أو مراعاة لحقيقة أنهم يصنعون بصمة لأطفالهم عبر الإنترنت ويخاطرون بخصوصيتهم الشخصية إلى جانب التدخل في حق الطفل في التحقيق الرقمي عن نفسه. تقع على عاتق البالغين والآباء مسؤولية التفكير بعناية في المحتوى الذي يمكن أن يكون ضاراً للطفل، والمحتوى الذي قد يجده الطفل لاحقاً غير مناسب. وبالتالي، يواجه الآباء تحدياً كبيراً ويستغرق وقتاً طويلاً حيث يتعين عليهم التفكير في كيفية تحقيق التوازن بين رغبتهم في نشر محتوى عن أطفالهم والعواقب التي قد تنجم عن ذلك من حيث هوية الطفل الرقمية المستقبلية^{٢٩}. وهنا تشتد معضلات الخصوصية التي يواجهها الآباء بسبب معركة التصورات المبنية على علاقات مقابل التصورات الفردية للهوية والأخلاق والخصوصية والمسؤولية. فعلى الرغم من زعم بعض المؤلفين مثل (Sorensen 2016) أن الآباء يجب عليهم حماية خصوصية أطفالهم بشكل كامل، وبالتالي

عدم الكشف عن أي تفاصيل أو معلومات شخصية حتى يتمكن الطفل من اختيار الكشف عنها أو الامتناع عن الكشف عنها بنفسه كشخص بالغ مستقبلاً، يرى آخرون مثل Schoenebeck (2015) أن الآباء اليوم بحاجة إلى تولي دور إدارة خصوصية أطفالهم وهوياتهم عبر الإنترنت، أي تحمل مسؤوليات تحديد ما هو مناسب لمشاركته عن أطفالهم عبر الإنترنت والتأكد من أن عائلتهم وأصدقائهم أيضاً يحترمون ويحافظون على سلامة هذه القواعد. وقد اقترح Thorsten Naab (2018) فكرة مماثلة، حيث يقترح مفهوم "ولاية الآباء على وسائل الإعلام" "parents media trusteeship"، والتي تعد الآباء أمناً لممتلكات أطفالهم المتعلقة بوسائل الإعلام وأنشطتهم التي يقومون بها نيابة عن أطفالهم، ليم اعتبارها استراتيجية تكميلية للتوسط الأبوي^{٣٠}.

وعلى الرغم من أن الكثير من الآباء يستخدمون إعدادات الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي للتحكم فيمن يمكنه رؤية معلوماتهم الشخصية، إلا أن إعدادات الخصوصية لا يفهمها جميع المستخدمين جيداً. علاوة على ذلك، بينما يتمتع الكبار بقدرة على تحديد معاييرهم الخاصة عند مشاركة معلوماتهم الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي، غالباً ما لا يملك الأطفال أي سيطرة على نشر معلوماتهم الشخصية من قبل أبويهم. بدلاً من ذلك، يتمتع الآباء بالحق في اتخاذ القرارات نيابة عن أطفالهم. وهم مسؤولون عن اتخاذها، وبالتالي فإنهم حارسو بوابات معلومات أطفالهم، والتي في حالة المشاركة الزائدة قد تؤدي إلى صراعات داخل الأسرة^{٣١}.

ويمكن مضاعفة الآثار بالنظر إلى أن القاصر المتضرر في الوقت الحاضر ليس فقط الأبناء، ولكن أيضاً أبناء العم أو الأشقاء الأصغر سناً، وعلى الرغم من وجود لوائح بالفعل لضمان سلامة القصر في السياقات الرقمية، فإن حماية كرامتهم وسمعتهم ليست واضحة جداً. لذلك، يجب النظر إلى الحق في الخصوصية ليس فقط كحق ولكن أيضاً كمصلحة فاضلة للطفل، وكذلك "الحق في أن تكون مسموعاً" في هذه العملية، خاصة أنه في كثير من الحالات، لا يتم استشارة الأطفال بشأن مشاركة صورهم أو معلوماتهم عبر الإنترنت^{٣٢}.

وفي هذا السياق قامت الكثير من الدراسات بدراسة اتجاهات الأبناء نحو ما يقوم الأبناء بمشاركته عنهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وتشير النتائج إلى أن الأبناء غالباً ما يشعرون بالحرَج والانزعاج والإحباط بسبب مشاركات والديهم. فعلى سبيل المثال، أجرت Garmendia et al (2022)^{٣٣} دراسة استطلاع على ٢٩٠٠ طالب إسباني (تتراوح أعمارهم بين ٩ و١٧ سنة). وأظهرت النتائج أن حوالي واحد من كل خمسة طلاب يقولون إن أبويهم قاموا بمشاركة معلومات خاصة بهم عبر الإنترنت، وتزداد هذه الممارسة مع التقدم في العمر، وتؤثر بشكل خاص على الفتيات. وطلب حوالي ١٢% من الأطفال من آباءهم حذف المعلومات التي تم مشاركتها، وأظهر نتائج تحليل العلاقة بين المشاركة

الأبوية واستراتيجيات التوجيه الأبوي التمكينية والمقيدة إلى أن الآباء الذين يوجهون تفاعل أطفالهم عبر الإنترنت بشكل متكرر يشاركون معلومات أقل بكثير ممن لا يفعلون ذلك.

وتناولت دراسة Walrave et al (2022)^{٣٤} مواقف المراهقين تجاه سلوك المشاركة من خلال إجراء ٣٠ مقابلة شبه مقننة مع ١٠ عائلات كل عائلة مكونة من (الأب والأم والابن/ الابنة). وتشير النتائج إلى أن موافقة المراهقين على سلوك المشاركة للآباء يعتمد على نوع المحتوى الذي يشاركه الأبوان عبر الإنترنت. يعد المراهقون المشاركة الأبوية إيجابية طالما تم تصويرهم بشكل لائق وتمت مشاركة الأحداث الإيجابية. ويشير كل من المراهقين والآباء عينة الدراسة أنهم يشعرون بالقلق بشأن خصوصية الابن على الإنترنت، وأنهم يتبنون عدة استراتيجيات لاحترام حدود الخصوصية وتجنب الاضطرابات في الخصوصية.

كما تشير نتائج دراسة Sarkadi et al (2020)^{٣٥} حول اتجاهات الأطفال نحو المشاركة الأبوية من خلال استبيان إلكتروني قام بملئه ٦٨ طفلاً تتراوح أعمارهم بين ٤-١٥ سنة إلا أن الأطفال عموماً كن لديهم اتجاه سلبي نحو مشاركة صورهم عبر الإنترنت (المشاركة الأبوية). وكان أسلوب نشر صور الطفل على وسائل التواصل الاجتماعي دون استئذان هو الأقل قبولاً لديهم، بينما كان شكل (إرسال الصور إلى أحد الأقارب) هو الأكثر قبولاً لديهم. كما تشير النتائج إلى أن الأطفال والمراهقين على اختلاف أعمارهم يرغبون في أن يتم سؤالهم قبل أن يقوم والداه بمشاركة قصص أو صور عنهم على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن يتم الاستماع إلى رغباتهم.

وقامت دراسة Ouvrein & Verswijvel (2019)^{٣٦} برصد تصورات المراهقين وتجاربهم فيما يتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعلومات عن الأبناء "المشاركة الأبوية" في ضوء إدارتهم الشخصية باستخدام مجموعات النقاش المركزة مع ٤٦ مراهقاً تتراوح أعمارهم بين ١٢ و ١٤ سنة. أظهرت النتائج أنه على الرغم من أن المراهقين يبدون - عموماً- موافقين على المشاركة الأبوية، وأن معظمهم يثقون في أبويهم؛ إلا أن هذه الممارسة تؤدي في بعض الأحيان إلى بعض الإحباطات لهم نتيجة لوجود بعض التناقضات بين الصورة التي يحاولون بناءها عن أنفسهم عبر الإنترنت ومنشورات أبويهم، والتي قد تؤدي إلى مواقف محرجة. ومن أجل تجنب الصراعات، أشار المراهقون إلى أنه يجب على الآباء احترام بعض الحدود فيما يتعلق بأنواع المنشورات التي يمكن مشاركتها وكم مرة؟ ومع من؟ كما أشاروا إلى ضرورة طلب الأبوين الإذن من أطفالهم قبل مشاركة شيء عنهم.

وفي نفس العام، قام Lipu & Siibak (2019)^{٣٧} بدراسة اتجاهات وتجارب المراهقين المبكرين وآراء الآباء بشأن الكشف عن المعلومات وممارسات مشاركة المعلومات عن الأطفال على فيسبوك، من خلال إجراء مقابلات فردية شبه منظمة مع ١٤

أما من إستونيا وأطفالهن (بين ٩ و١٣ سنة). أشارت النتائج إلى وجود اختلاف كبير في آراء الأمهات والأطفال حول ما إذا كان يجب على الأبوين أن يطلبوا إذنًا قبل مشاركة محتوى يتعلق بالأطفال على وسائل التواصل الاجتماعي. فكان المراهقون الأصغر سناً - غالبًا- ما يشعرون بالإحباط من ممارسات الأمهات في مشاركة المعلومات؛ مما يؤدي إلى اضطراب حدود الخصوصية بين الأبوين والأطفال.

كما أجرى (Verswijvel et al (2019)^{٣٨} دراسة بهدف استكشاف الأسباب التي تدفع الأبوين إلى مشاركة معلومات عن أبنائهم على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الأبناء، واتجاهات الأبناء نحو هذا السلوك من خلال استقصاء على ٨١٧ مراهقًا. وأشارت تحليلات العوامل إلى وجود أربعة دوافع معتقدة لمشاركة الأبوين معلومات عن أطفالهم: دوافع النصيحة الأبوية، ودوافع اجتماعية، ودوافع إدارة الانطباع، ودوافع الأرشفة المعلوماتية. ويعتقد المراهقون أن الآباء والأمهات يشاركون في المقام الأول معلومات عن أطفالهم لأسباب الأرشفة المعلوماتية، ودوافع النصيحة الأبوية أقل شيوعًا من وجهة نظرهم. وأشارت النتائج إلى أن المراهقين يعارضون بشكل كبير السلوك التشاركي للآباء والأمهات، ويرونه في الغالب محررًا وغير ذي جدوى.

وهدفت دراسة (Levy (2017)^{٣٩} لمعرفة آراء المراهقين حول عدد من القضايا المتعلقة باستخدامهم الرقمي، وكيف يعيشون حياتهم عبر الإنترنت، وكيف يتفاعل أبواهم معهم. وتم إجراء استطلاع على عدد ١٠٠٠ من المراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين ١٦ و١٢ عامًا في المملكة المتحدة. وأشار أكثر من ثلث المشاركين (٣٩.٨%) إلى إن أحد الأبوين قد شارك صورة محررة لهم عبر الإنترنت، ولكن معظمهم (٨٨.٩%) لم يطلبوا منهم إزالة الصورة عندما فعلوا ذلك. كما يذهب غالبية المراهقين عينة الدراسة (٧١.٣%) إلى أن والديهم لا يحترمون خصوصيتهم.

ولاستكشاف آراء الأطفال بشأن ما يشاركه الآباء عنه أجرى دراسة Moser et al (2017)^{٤٠} استطلاعًا على ٣٣١ زوجًا من الآباء والأطفال. توصلت النتائج إلى أن الآباء والأطفال يتفقون في تصورهم لمدى تكرار وكمية المعلومات التي يشاركها الآباء عن أطفالهم على وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، هناك خلاف فيما يتعلق بعملية طلب الإذن: يعتقد الأطفال أنه يجب على الآباء أن يطلبوا الإذن أكثر مما يعتقد الآباء، ويعتقد الآباء أنهم يجب عليهم أن يطلبوا الإذن بشكل أكثر تكرارًا مما هم عليه في الواقع، خاصة الآباء الأصغر سنًا. كما أن الأطفال يعتقدون أن والديهم لا ينبغي أن يشاركوا المعلومات التي من شأنها أن تنعكس سلبًا على تقديم الطفل لذاته أو معلومات مفصلة. فالأطفال يقدرّون المحتوى الذي يدعم صورة أو هوية إيجابية، وليست سلبية على الإنترنت. بينما ينفرون من مشاركة الأبوين للمحتوى الذي يعتبرونه محررًا.

وبالمثل طبق (Hiniker et al. (2016)^{٤١} استبياننا على ٢٤٩ زوجا من الآباء والأطفال في ٤٠ ولاية أمريكية لفهم أنواع قواعد التكنولوجيا التي أنشأوها في أسرهم وكيفية تقدير فعالية تلك القواعد. وتوصلت النتائج إلى أن الأطفال يشعرون بالإحباط الشديد من مشاركة الآباء والأمهات لمحتوى يتعلق بهم. وأفاد الأطفال بأنهم يجدون المحتوى الذي يشاركه الأبناء محرراً ويسهم في وجودهم على الإنترنت دون موافقتهم. كما أشار الأطفال إلى أن الأباوين يجب ألا يقوموا بـ "المشاركة المفرطة" عن طريق نشر معلومات عن الأطفال على الإنترنت بدون إذن. كما تظهر النتائج أن الأطفال الأكبر سناً لديهم مخاوف أكثر بشأن هذه المشاركة.

ووفقاً لتقرير "الأباوين والخصوصية واستخدام التكنولوجيا" الصادر في نوفمبر ٢٠١٥ حول نتائج بحث تم إجرائه من قبل Hart Research Associates نيابة عن Family Online Safety Institute (FOSI) باستخدام استطلاع إلكتروني شمل ٥٨٩ أباً وأماً لأطفال تتراوح أعمارهم بين ٦ و ١٧ سنة، فإن ما يقرب من ٢٠٪ من الآباء والأمهات الذين لديهم حساب على شبكات التواصل الاجتماعي يشاركون معلومات عن طفل عبر الإنترنت قد تكون محررة له في المستقبل. وطلب من واحد من كل عشرة آباء بواسطة طفلهم أن يقوم الوالد بحذف بعض المعلومات التي نشرها على الإنترنت عنه^{٤٢}.

وتشير دراسة (Steinberg (2017)^{٤٣} أن الأطفال ليس لديهم فقط اهتمامات بحماية المعلومات السلبية عن أنفسهم على صفحة الأخبار الخاصة بأبويهم، ولكنهم قد لا يوافقون أيضاً على قرار الأباوين بمشاركة أي معلومات شخصية - سواء كانت إيجابية أم سلبية - عنهم في العالم الافتراضي.

مخاطر المشاركة الأبوية:

يفقد الآباء والأمهات ملكية الصور بمجرد تحميلها على وسائل التواصل الاجتماعي، وعموماً يصعب تمكنهم من إزالتها بسبب النقص الكبير في التشريعات، حتى عندما يكبر الأطفال تظل المعلومات التي تم نشرها أثناء طفولتهم موجودة، ويمكن أن يتسبب ذلك في إلحاق ضرر عاطفي بسبب الخجل أو الإحراج من المحتوى الموجود على الإنترنت. فعلى الرغم من النوايا الأولية الطيبة الآباء والأمهات، إلا أن العواقب السلبية للأثار الرقمية يمكن أن تتبع الأفراد لسنوات بعد النشر. كما تعد البيانات المرفقة بالصور ومقاطع الفيديو أيضاً مشكلة كبيرة تتعلق بالمشاركة الأبوية؛ حيث تمكن من الوصول إلى كمية كبيرة من المعلومات الشخصية حول المواضيع، والتي يمكن إساءة استخدامها لاحقاً من قبل مجرمي الإنترنت أو وسطاء البيانات لإنشاء ملفات تعريف اجتماعية أو ملفات رقمية حول المنشورات.

و غالبًا ما ينشر الأيوان معلومات سرية عن أطفالهم، غير مدركين للعواقب المحتملة. وتشير التقارير أن الأبوين يكونا قد نشرا بالفعل ما يقرب من ١٠٠٠ صورة لأطفالهم عند بلوغ أطفالهم سن خمس سنوات. وفي ١٩٪ من الحالات، يكشف الآباء والأمهات الذين ينشرون قصص أطفالهم أيضًا عن أسمائهم وتاريخ ميلادهم، ويشمل ٤٥٪ من منشورات فيسبوك الاسم الأول للطفل. ويمكن أن يُعرض توافر هذه المعلومات إلى جانب بيانات الأمن الاجتماعي التي تم الحصول عليها بشكل غير قانوني على الويب المظلم- الأطفال لمخاطر جسيمة بما في ذلك الاختطاف الرقمي^{٤٤}.

فعندما يتم نشر الصور أو مقاطع الفيديو على الإنترنت يتم فقدان أي سيطرة فعالة عليها، حتى الكاميرات المنزلية وأجهزة مراقبة الأطفال البسيطة التي تُولد بيانات رقمية يمكن الوصول إليها بشكل غير قانوني وقد ينتهي بها الأمر إلى أباد خاطئة؛ لذلك يُنصح باتخاذ الاحتياطات والاستشارة الفنية في حالة استخدام العائلات للتكنولوجيا الذكية في منازلها. وفي مجال استغلال الأطفال جنسيًا عبر الإنترنت، اكتشف المحققون في جرائم الأطفال أن مئات الآلاف من الصور البريئة التي تُصور الأطفال في حياتهم الخاصة تمت مشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي على مر السنين ظهرت مرة أخرى على منصات إباحية، مرتبطة بتعليقات صريحة أو غير لائقة^{٤٥}.

ومن خلال مشاركة هذه البيانات، بالإضافة إلى إنشاء هويتهم الإلكترونية الخاصة، يقوم الآباء- أحيانًا بشكل غير واع- بإنشاء بصمات رقمية وبناء هوية إلكترونية لأطفالهم أيضًا. وتمثل المشاركة الأبوية في هذا السياق تقاطعًا بين حق الطفل في الخصوصية وحق والديه في الخصوصية واحترام الأسرة بموجب صكوك حقوق الإنسان^{٤٦}.

ومن خلال مشاركة منشورات تتضمن اسم الطفل وتاريخ ميلاده أو عنوان منزله؛ يمكن للآباء أن يسهلوا على المحتالين سرقة هوية أطفالهم حتى إذا قام الآباء بتقييد الأشخاص الذين يمكنهم الوصول إلى منشوراتهم وصورهم باستخدام إعدادات الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي.

كما أن نشر صور الأطفال في أي حالة من حالات العري (مثل صور تعليم استخدام المراض ووقت الاستحمام وغيرها) تعد هدفًا شائعًا للاستخدام على المواقع الاستغلالية. كما يمكن أن يُعرض نشر معلومات عن موقع الطفل الحالي أو الموقع الذي يتردد عليه "Check in" الأطفال لخطر ارتكاب جرائم عنيفة واختطافات.

لذا قد تُشكل المشاركة المفرطة للوالدين على شبكات التواصل الاجتماعي للمحتوى المتعلق بأبنائهم تهديدًا كبيراً لحقوق الأطفال القانونية على المدى القصير أو البعيد؛ حيث يعد الأطفال والمراهقون هدفًا ضعيفاً بشكل خاص لجرائم سرقة الهوية والاختطاف الرقمي.

ومن الناحية النفسية يمكن للمشاركة الأبوية على وسائل التواصل الاجتماعي أن تؤدي إلى شقاق في العلاقة بين الطفل وأبويه؛ حيث قد يشعر الأطفال أن اهتمامات والديهم تنصب على تعزيز صورتهم على منصات التواصل أو البحث عن التقدير على حساب حياتهم وخصوصيتهم^{٤٧}.

ويمكن أن تحمل مشاركة معلومات الأطفال عبر وسائل التواصل الاجتماعي مخاطر منخفضة شريطة عدم إمكانية التعرف عليهم من خلالها. وبسبب الفلق المتزايد من مخاطر الإنترنت بدأ الآباء والأمهات في نشر صور أطفالهم من ظهورهم فقط أو بعد طمس ملامح وجوههم في الصورة. ومع ذلك يستمرون في مشاركة معلومات وصور أطفالهم بدون احتياطات كافية، غالبًا بسبب الشعور الكاذب بالأمان الذي تمنحه لهم إعدادات الخصوصية التي تدعيها وسائل التواصل الاجتماعي. لا شك المشاركة هي ممارسة خطيرة تعرض الأطفال للعديد من المخاطر تتضمن انتهاك خصوصيتهم، واستغلالهم جنسيًا، والأذى العاطفي، والوصول غير القانوني لبياناتهم، والتواجد الرقمي، والاختطاف الرقمي^{٤٨}.

وفي عام ٢٠٢٣ اتجه الباحثون إلى تحليل مخاطر المشاركة الأبوية كدراسة (Lavorgna et al (2023)^{٤٩} التي هدفت إلى تقديم تحليل استكشافي للحالات التي أدت فيها مشاركة الأبوبين أو الأوصياء لمعلومات حساسة عن الفُصّر على الإنترنت إلى تضيق الخناق على الفُصّر من خلال تحليل التقارير الإعلامية للتحقق مما إذا كانت المخاطر المبلغ عنها للمشاركة متناسبة مع التقارير عن الجرائم الفعلية أو الأنشطة الضارة الأخرى ضد القاصرين. وأظهرت النتائج أنه على الرغم من إمكانية عدم الإبلاغ الكامل عن الحالات التي أدت مشاركة أولياء الأمور لصور أطفالهم على وسائل التواصل الاجتماعي إلى تعرض الفُصّر للاستغلال، إلا أن هناك ضعفًا نظاميًا في الممارسات الحالية لمشاركة الصور التي يمكن أن تسبب التحرش. وبالتالي، حتى إذا كان هناك نقص في الحالات المبلغ عنها حيث أدت ممارسات مشاركة الصور إلى تعرض الفُصّر مباشرة للاستغلال، يجب ألا يتم تقدير أخطار مشاركة الصور بسهولة أو تجاهلها تمامًا.

كما هدفت دراسة (Doğan Keskin et al (2023)^{٥٠} إلى فحص ظاهرة متلازمة مشاركة المعلومات الشخصية للأطفال عبر وسائل التواصل الاجتماعي من حيث قدرتها على تسبب سوء المعاملة والإهمال للأطفال، واستكشاف العوامل المرتبطة بهذه الظاهرة من خلال تطبيق استبيان على أشخاص يبلغون من العمر ١٨ عامًا فما فوق من تركيا، أشارت النتائج إلى تأكيد ٨٦.٩٪ من المشاركين أن مشاركة صور ومقاطع فيديو للأطفال على منصات وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الأبوبين والأقارب ومقدمي الرعاية يمكن اعتبارها سوء معاملة وإهمال للأطفال، كما تشير النتائج إلى تأثير متغيري النوع الاجتماعي

وتأثير المشاركة على الأطفال على تحديد ما إذا كانت متلازمة مشاركة المعلومات الشخصية للأطفال تصنف كسوء معاملة أم لا.

وقام (Shadid (2023)^{٥١} بتحليل تعليقات المتابعين وتفاعلهم مع محتوى الأطفال، على وجه الخصوص الأطفال الذين يعملون ك (موديلز) على منصة التواصل الاجتماعي (إنستجرام) والذين تكون حساباتهم مفتوحة للعامة ويديرها أولياء أمورهم، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تحليل مجموعة من التعليقات على محتوى الأطفال بلغ عددها ١,١٩١ تعليقاً. وتوصلت الدراسة إلى وجود الكثير من التعليقات المؤذية للجمهور على صور الأطفال ولكن لم يتخذ الأب أي إجراء لتقييد هذه الأنواع من التعليقات والتفاعلات.

وتناول استطلاع رأي (The C.S. Mott Children's Hospital (2023)^{٥٢} في جزء منه مدى إدراك الآباء والأمهات لمخاطر مشاركة محتوى متعلق بأطفالهم. وأشارت النتائج إلى أن معظم الآباء حددوا جانباً واحداً على الأقل من مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي يشعرهم بالقلق مثل رؤية الآباء الآخرين يفعلون أشياء غير صحية أو خطيرة لأطفالهم، صعوبة التمييز بين النصائح الجيدة والسيئة، والعتور على الآخرين معلومات عائلتهم الخاصة أو مشاركة صور لأطفالهم دون إذن أطفالهم. كما يشعر الكثير من الآباء أن الآباء الآخرين يشاركون أكثر من اللازم على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التباهي بأطفالهم، والمشاركة المفرطة، وإعطاء معلومات شخصية يمكن أن تحدد موقع الطفل، وإعطاء معلومات قد تسبب إحراجاً للطفل عندما يكبر، ونشر معلومات مزيفة أو كاذبة، أو مشاركة صور غير مناسبة لجسد الطفل.

حقُّ الطفل في الخصوصية في القانون

القانون المصري لا يتضمن قانوناً خاصاً لحماية الخصوصية الرقمية للأطفال، ولكن هناك عدد من القوانين التي تنص على حماية الخصوصية بشكل عام، بما في ذلك خصوصية الأطفال، ومن أهم هذه القوانين:

- **قانون الطفل رقم ١٢ لسنة ١٩٩٦:** ينص هذا القانون على حماية الطفل من جميع أشكال الإساءة، بما في ذلك الإساءة النفسية والجسدية والجنسية، ويتضمن القانون أيضاً أحكاماً تحمي خصوصية الطفل، مثل: حظر نشر صور أو معلومات عن الطفل دون موافقته^{٥٣}.
- **قانون جرائم الإنترنت رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨:** ينص هذا القانون على تجريم عدد من الأفعال المتعلقة بجرائم الإنترنت، بما في ذلك نشر معلومات شخصية عن شخص دون موافقته^{٥٤}.

- **قانون حماية البيانات الشخصية رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠:** ينص هذا القانون على حماية البيانات الشخصية للمواطنين المصريين، بما في ذلك بيانات الأطفال، ويتضمن القانون أحكاماً تنظم جمع واستخدام ومعالجة البيانات الشخصية، بما في ذلك بيانات الأطفال. بالإضافة إلى هذه القوانين، هناك عدد من المبادئ العامة التي يمكن تطبيقها على حماية الخصوصية الرقمية للأطفال، مثل مبدأ الموافقة، ومبدأ التناسب، ومبدأ الشفافية^{٥٥}.
- مبدأ الموافقة يعني أن الطفل يجب أن يوافق على: جمع، أو استخدام، أو معالجة بياناته الشخصية.
- مبدأ التناسب يعني أن جمع، أو استخدام أو معالجة بيانات الطفل يجب أن يكون ضرورياً ومتناسباً مع الغرض منه.
- مبدأ الشفافية يعني أن الطفل يجب أن يكون على دراية بجمع أو استخدام أو معالجة بياناته الشخصية.

وسائل الحد من مخاطر المشاركة الأبوية:

يجب أن يأخذ الآباء والأمهات في اعتبارهم كيف يمكن استخدام الصور التي يقومون بمشاركتها ضدهم. على سبيل المثال؛ فهناك ارتفاع في ظاهرة الإذلال العام حيث يقوم الآباء بتصوير كيف يعاقبون أبناءهم على أخطائهم أمام الكاميرا. وعلى الرغم من أن هذه الأفعال قد تكون لها نية إيجابية لتعليم درس قيّم، إلا أنها قد تتسبب في ضرر نفسي دائماً للأطفال. فعلى سبيل المثال، انتحرت إيزابيل لأكسامانا، فتاة تبلغ من العمر ١٣ عاماً، بعد أن تم إذلالها علنياً في فيديو من قبل والدها والذي قام بقص شعرها^{٥٦}.

لمنع حدوث مثل هذه الحوادث، يجب بذل المزيد من الجهود لحماية الأطفال ومراعاة المبادئ الأخلاقية عند تعريض الأطفال للإنترنت. وربما يمكن للآباء التعاون مع الصحفيين والباحثين والمؤسسات الصحية والإعلامية لتقديم بيانات عامة موثوقة حول المخاطر المرتبطة بتعرض الأطفال للوسائط الرقمية^{٥٧}.

وقد اهتمت بعض الدراسات بتقديم التوصيات للحد من مخاطر المشاركة الأبوية كدراسة (Shadid (2023)^{٥٨} التي توصي نتائجها بضرورة أن يكون الأبوين على علم بمخاطر مشاركة صور ومقاطع فيديو لأطفالهم عبر الإنترنت، وأن يفهموا المخاطر والعواقب القصيرة والطويلة المدى لذلك، كما يجب أن يراقب الآباء والأمهات التعليقات على الصور والفيديوهات التي قاموا بمشاركتها لتحديد وإزالة التعليقات غير المناسبة والضارة التي قد تصنف تحت لغة الاستدراج عبر الإنترنت. كما توصي دراسة Marasli

(2016) et al^٩ النتائج بضرورة أن يكون الأبوان على درجة كافية من الوعي بالمعلومات التي يشاركونها عبر الإنترنت بشأن أطفالهم. وقدمت دراسة (Lipu & Siibak, 2019)^{١٠} أيضاً توصية بضرورة رفع وعي الأبوين حيث يشعر الأطفال ليس فقط بالحاجة إلى التفاوض بشأن شروط مشاركة المعلومات المقبولة مع أباؤهم، ولكنهم أيضاً يتوقعون من أباؤهم احترام آرائهم في هذا الموضوع.

وتؤكد دراسة (Hladíková, V., & Madleňák, 2023)^{١١} على أهمية التربية الإعلامية للأطفال والآباء على حد سواء، حيث تعد التربية الإعلامية بمثابة العوامل الأساسية لاستخدام أمن للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، "الوعي" بالمشاركة الأبوية.

وقام (Williams-Ceci et al, 2021)^{١٢} بدراسة تجريبية معتمدة عشوائياً على ٢٤٦ من الآباء والأمهات، شاهد خلالها الآباء والأمهات فيديو حول مخاطر (شارننغ) وتم اختيار بعضهم لكتابة ملخص لهذا الفيديو، وخلصت النتائج إلى أن مشاهدة الآباء والأمهات لفيديو حول الأضرار المحتملة لمشاركة صور الأطفال، والتأمل في تلك الآثار من خلال تلخيص الفيديو، قد غير الطريقة التي يفكرون بها في سلوكياتهم في مشاركة صور أطفالهم على وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث أصبحوا أقل استعداداً لنشر محتوى غير مناسب حول أطفالهم على وسائل التواصل الاجتماعي.

وأشارت دراسة (Keith & Steinberg, 2017) إلى ضرورة تشجيع الآباء والعائلات على اتباع الإرشادات التالية:^{١٣}

١. التعرف على سياسات الخصوصية للمواقع التي يتم مشاركة المعلومات عليها.
٢. ضبط إعدادات الإشعارات لإعلامهم عند ظهور اسم طفلهم في محركات البحث (يمكن استخدام Google Alerts أو Talkwalker Alerts).
٣. يجب على الآباء الذين يختارون مشاركة تحديات أطفالهم أن يفكروا في إمكانية مشاركتها بشكل مجهول.
٤. يجب أن يكونوا حذرين قبل مشاركة الموقع الفعلي لطفلهم أو اسمه الكامل.
٥. يجب أن يمنحوا أطفالهم الأكبر سناً "حق الاعتراض" على كشف المعلومات عبر الإنترنت.
٦. عدم نشر صور تظهر طفلهم عارياً أو شبه عارياً.
٧. يجب أن يأخذوا في الاعتبار تأثير (الشارينتنج) على تكوين شخصية ورفاهية طفل في الوقت الحالي ومستقبلاً.

التعقيب على أدبيات الدراسة:

بمراجعة التراث البحثي السابق نلاحظ أن بداية الاهتمام البحثي بظاهرة المشاركة الأبوية sharenting كانت في عام (٢٠١٥) -تقريباً- وتزايد الاهتمام بها بشكل تدريجي منذ ذلك الحين وحتى وقتنا الحالي (٢٠٢٣)، ومع هذا التدرج في الاهتمام تنوعت الموضوعات التي تم التركيز عليها ما بين: دراسة أسباب المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي، والفوائد المتوقعة منها، والعوامل المؤثرة فيها، ودراسة اتجاهات الأبناء نحو هذه المشاركة، وصولاً إلى مدى تعارض هذه المشاركة مع حق الطفل في الخصوصية، والمخاطر المرتبطة بهذه المشاركة.

وقد تعددت **المداخل النظرية** التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة في دراسة المشاركة الأبوية إلا أن القاسم المشترك بين هذه المداخل أن معظمها -تقريباً- يدخل في إطار نظريات الخصوصية كنظرية حساب الخصوصية، ونظرية إدارة خصوصية الاتصال، ونظرية دافع الحماية، ونظرية الفعل العقلاني؛ والتي تدور جميعها حول فكرة أن سلوك المستخدم يكون مبنياً على المفاضلة بين المخاطر المتصورة مقابل الفوائد المتوقعة. ولكن يلاحظ تركيز التراث البحثي على الاهتمام بتأثير متغيري مخاوف الخصوصية والفوائد المتوقعة على المشاركة الأبوية، وإيلاء اهتمام أقل بباقي المتغيرات المرتبطة بنظريات الخصوصية ككفاءة الذات في الخصوصية، وممارسات الحد من المخاطر، والثقة في المستخدمين الآخرين.

ومن حيث الأدوات التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة؛ فقد اعتمدت معظم الدراسات على المقابلات المتعمقة مع الآباء والأمهات وكذلك الأبناء كأداة لفهم ظاهرة ال sharenting والفوائد المتوقعة منها، والمخاوف المرتبطة بها، والعوامل المؤثرة فيها، كما اعتمدت بعض الدراسات على تحليل مضمون المحتوى الذي يشاركه الأبوان عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي للوقوف على سمات هذا المحتوى ومدى احترامه لحق الطفل في الخصوصية، بينما استخدمت بعض الدراسات استمارة الاستبيان لرصد اتجاهات الأطفال والمراهقين نحو ما ينشره أبواهم عنهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

ومن حيث النتائج: تشير نتائج الدراسات السابقة إلى تزايد انتشار ظاهرة المشاركة الأبوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتعدد الفوائد التي يتوقعها الأبوان من جراء هذه المشاركة: التواصل مع الأهل والأصدقاء، وتقديم الذات، ونيل إعجاب الآخرين، الكسب المادي من وراء هذه المشاركة. وتشير النتائج أيضاً إلى أن الثقة في المستخدمين الآخرين، والمهارات الرقمية للوالدين والنقاش مع الأبناء حول المشاركة، واستخدام أساليب الحد من المخاطر كلها عوامل مؤثرة على قرار الأبوين بالمشاركة. كما تشير النتائج إلى اتجاه الأطفال والمراهقين السلبي نحو المشاركة الأبوية؛ حيث غالباً ما ينظرون إلى المحتوى

الذي يشاركه أبواهم عنهم على أنه محرر ومحبط وغير ذي جدوى.

وأخيراً يلاحظ خلو المكتبة العربية من أي دراسات في هذا المجال البحثي رغم أهميته وصلته الوثيقة بحق الأطفال في الخصوصية وحمايتهم من المخاطر الرقمية؛ لذا سنتناول الدراسة الحالية هذا الموضوع كأول دراسة عربية تتطرق إلى هذا المجال، وستقوم الباحثة بتوظيف نظريات الخصوصية مع التركيز على اختبار فروض ومتغيرات نظريات الخصوصية التي لم تركز عليها الدراسات السابقة.

خامساً- الإطار لنظري:

١. نظرية حساب الخصوصية: (PCT) Privacy calculus theory

يؤدي الاستخدام اليومي المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت (OSN) حول العالم إلى المزيد من المشكلات المتعلقة بسلوك خصوصية المستخدم في هذه البيئة الجذابة. وفي حين يمكن للمستخدمين الحصول على الكثير من الفوائد من خلال استخدام خدمات OSN، إلا أن لديهم الكثير من المخاوف بشأن خصوصية معلوماتهم في نفس الوقت، وعلى الرغم من مخاوفهم المتعلقة بالخصوصية لا يزال المستخدمون يستخدمون هذه المنصات وما زالوا يشاركون المزيد من المعلومات الشخصية أو يكشفون عن أنفسهم^{٦٤}.

تعد نظرية حساب الخصوصية واحدة من أبرز الأطر النظرية لبحوث خصوصية المعلومات، والتي تدرس التوازن بين التكلفة والفائدة للكشف عن المعلومات. غالباً ما تنطوي التكاليف على فقدان خصوصية الفرد، والفوائد هي مكاسب محددة بالسياق يتوقعها الأفراد مقابل المعلومات الشخصية التي يقدمونها^{٦٥}.

تم ذكر فكرة حساب الخصوصية لأول مرة من قبل Wolfe & Laufer في وقت مبكر من عام ١٩٧٧ تحت مسمى "حساب السلوك". واقترحوا أن الأفراد يحددون عمليات الكشف الخاصة بهم من خلال تقييم ما إذا كان بإمكانهم إدارة المعلومات التي سيتم مشاركتها بينما يقللون من العواقب السلبية لهذه الكشوف الذاتية. بنى Culnan و Armstrong (1999)، وكذلك Dinev و Hart (2006)، على هذا العمل الأساس وطبقه على استخدام الإنترنت.

تزعّم نظرية حساب الخصوصية أن سلوك المستخدمين في الكشف عن المعلومات الشخصية يعتمد على التوازن بين مخاوف الخصوصية والفوائد المتصورة. وقد تم فحص هذه النظرية على نطاق واسع في مجموعة متنوعة من السياقات عبر الإنترنت، مثل التجارة الإلكترونية، وتطبيقات الهاتف المحمول، وخدمات الشبكات الاجتماعية، والاقتصاد التشاركي^{٦٦}.

وتقوم نظرية PCT على فرض رئيس وهو أن الاستعداد للكشف عن المعلومات يرتبط سلباً بالخطر المتصور، وإيجابياً بالفائدة المتصورة^{٦٧}.

أ- التكلفة/الخطر (مخاوف الخصوصية):

يمكن تعريف مخاوف الخصوصية الخاصة بسياق شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مدى اهتمام الفرد بتدفق معلوماته الشخصية، بما في ذلك نقل وتبادل تلك المعلومات، وقام الكثير من الباحثين بدراسة طرق تقليل مخاوف الناس بشأن الخصوصية في مختلف السياقات عبر الإنترنت من أجل تشجيع الناس على الانخراط في السلوكيات المستهدفة لا سيما في سياق التجارة الإلكترونية والمواقع التجارية، والعوامل التي تم العثور عليها للتخفيف من مخاوف الخصوصية هذه هي الثقة في الإنترنت ومقدمي الخدمات، والحماية، والفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام^{٦٨}.

ويشير (Milne & Culnan 2004) إلى أن مخاوف الخصوصية تقلل من الكشف الذاتي وتجبر المستخدمين على تبني سلوكيات للتكيف مع مخاطر انتهاك الخصوصية عبر الإنترنت^{٦٩}.

ب- الفوائد/المنفعة:

من منظور الفوائد يرى البعض أن المتعة هي محور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، بينما يرى آخرون الرغبة في تقديم الذات كدافع مهم للمشاركة في هذه المواقع. وأخيراً، تسمح مواقع التواصل بالحفاظ على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد بتكلفة منخفضة - وهذه فائدة مهمة أخرى وسبب للانضمام^{٧٠}.

لذا يمكن القول إن المكافآت الاجتماعية المتمثلة في الرفقة والاحترام والتأييد وغيرها يمكن أن تحفز المستخدمين على الكشف عن معلوماتهم الخاصة، وتزداد أهمية هذه المكافآت الاجتماعية مع قيام عدد متزايد من المستخدمين بمشاركة المعلومات وإنشاء روابط مع بعضهم البعض عبر وسائل التواصل الاجتماعي. علاوة على ذلك يتيح استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض بطرق غير مسبقة، مثل: البث المباشر ومشاركة الموقع، مما يؤدي بدوره إلى تضخيم دور المكافآت الاجتماعية، ويمكن لمشغلي تطبيقات التواصل الاجتماعي تقديم خدمات مخصصة باستخدام المعلومات التي تم جمعها من مستخدميه^{٧١}.

ج- كفاءة الذات في الخصوصية:

في عام (2015) طرح Chen & Chen^{٧٢} مفهوم كفاءة الذات في الخصوصية، وهو

إدراك الفرد لقدرته على حماية خصوصيته كعامل آخر في حساب الخصوصية الذي يؤثر على إدارة الخصوصية المختلفة، ووجد أن كفاءة الذات في الخصوصية تحفز الأفراد على الحد من رؤية الملف الشخصي، مثل حذف المنشورات، وطلب من الأصدقاء إزالة المعلومات التي يمكن تحديد هويتهم، وتغيير إعدادات الخصوصية، وعلى الرغم من أن كفاءة الذات تعزز سلوكيات الانسحاب الذاتي فإن كفاءة الذات في الخصوصية تعزز أيضاً الإفصاح الذاتي، كما وجدوا أن مخاوف الخصوصية تدفع المستخدمين إلى الحد من رؤية الملف الشخصي، لكنهم لا يقيدون الإفصاح الذاتي.

كما دمج (Dienlin & Metzger (2016) كفاءة الذات في الخصوصية في نموذج حساب الخصوصية لفهم الخصوصية على وسائل التواصل الاجتماعي. ووجدوا أن مخاوف الخصوصية وكفاءة الذات في الخصوصية تؤدي إلى الانسحاب الذاتي (أي الحد من رؤية الملف الشخصي)، وأن مخاوف الخصوصية مرتبطة سلباً بالإفصاح الذاتي، إلا أن مخاوف الخصوصية قد لا تعمل دائماً على الحد من الإفصاح الذاتي، وأن كفاءة الذات في الخصوصية تحفز الناس على أن يكونوا اجتماعيين (من خلال الإفصاح الذاتي) ومتحفظين (من خلال الحد من رؤية الملف الشخصي).

٢. نظرية إدارة الخصوصية في الاتصال: Communication Privacy Management Theory (CPM Theory)

الفرص التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي للآباء والأمهات لمشاركة محتوى يتعلق بأطفالهم تسلط الضوء على الحاجة إلى إيجاد أرضية مشتركة بين الأبوبين والأطفال فيما يتعلق بحدود الكشف الرقمي للمعلومات الشخصية، أي: مع من يتم مشاركة هذه المعلومات الشخصية، وكيف يتفاوض الأفراد على هذه الحدود؟ وهذا ما تتناوله نظرية إدارة الخصوصية في الاتصال Communication Privacy Management Theory (CPM Theory) التي وضعتها بترونيو (٢٠٠٢)، والتي تم تطويرها بشكل عام لتناول كيفية إدارة الأفراد للمعلومات الخاصة من منظور تواصلية.

وقد أثبتت نظرية إدارة الخصوصية في الاتصال فعاليتها في فهم سياقات الخصوصية المتنوعة - وخاصة في الأسرة- وتقدم النظرية طريقة واضحة لفهم تعقيدات الحفاظ على الاستقلالية والحفاظ على الروابط المهمة مع أفراد الأسرة، وتقوم نظرية إدارة خصوصية الاتصال (CPM) على ثلاثة مبادئ تشكل مدخلا لفهم كيفية إدارة الأشخاص حدود الخصوصية وكشف المعلومات الخاصة وهي: ملكية الخصوصية "Privacy ownership"، التحكم في الخصوصية "Privacy control"، و"اضطراب الخصوصية" "Privacy Turbulence"، وفيما يلي شرح لهذه المبادئ بالتفصيل:

د- ملكية الخصوصية: "Privacy ownership"

يشير المبدأ الأول للنظرية بأن الناس يعتقدون أنهم هم المالكين الوحيدين لمعلوماتهم الخاصة، ويتقون في أن لديهم الحق في حماية معلوماتهم أو منح الوصول إليها؛ وبناءً على ذلك، يمكن تقييد الملكية أو مشاركتها مع الآخرين، وعندما يمنح هؤلاء "المالكون الأصليون" الآخرين حق الوصول إلى المعلومات الخاصة يصبح الآخرون "شركاء مفوضين" ويعد المالك الأصلي أن لديهم مسؤوليات انتمائية تجاه تلك المعلومات، وتحدد ملكية الخصوصية الحدود المحيطة بالمعلومات وتعدّها خاصة، وتساعد حدود الخصوصية على تحديد السياق والحدود الفاصلة للمعلومات المعتبرة خاصة^{٧٥}.

عندما يمنح الفرد حق الوصول إلى معلوماته الشخصية، يصبح الآخرون مالكيين مشاركين (مصرح لهم)، مما يشكل حدود خصوصية متبادلة تحيط بهذه المعلومات الشخصية المشتركة. ومع ذلك، عند مشاركة المعلومات الشخصية يعتقد الأفراد (أي المالكون الأصليون) أنهم يحتفظون بحقوق معلوماتهم الشخصية، وبالتالي يريدون المزيد من التحكم في الوصول إليها. ومن ثم، قد يتعين على المرسلين والمستلمين التفاوض أو المشاركة في بناء "قواعد الخصوصية" فيما يتعلق بالمعلومات التي يحتفظون بها بشكل متبادل^{٧٥}.

هـ- التحكم في الخصوصية: "Privacy control"

المبدأ الرئيس الثاني في إدارة الخصوصية في الاتصال هو التحكم في الخصوصية، ويرمز إلى المحرك الذي ينظم شروط منح أو رفض الوصول إلى المعلومات الخاصة.

ويشير هذا المبدأ إلى أن الناس يعتقدون أنهم يملكون معلوماتهم الخاصة، ويفترضون الحق في التحكم في هذه المعلومات، ولكن في بعض الأحيان يختلف مستوى التحكم^{٧٦}. وفي بعض الحالات تكون هناك حاجة عالية للتحكم في حدود الخصوصية حيث تكون جدران الحدود سميكة جدًا ويكون تدفق المعلومات الصادرة محدودًا جدًا، وتؤدي الحاجة للتحكم العالي إلى إقامة حدود محكمة لحماية المعلومات. هذا النوع من المعلومات يُشار إليه عادةً بأنه معلومات سرية لأن الوصول إليه مقيد لدرجة أن عددًا قليلًا جدًا - إن وجد - يحصلون على الحق في الوصول لها^{٧٧}. ويتم استخدام التحكم المعتدل في حدود الخصوصية عندما تكون المعلومات متاحة لبعض الأفراد دون غيرهم من أفراد الأسرة بالنسبة لاحتياجات التحكم المعتدلة، ويتغير مستوى اختراق حدود الخصوصية. وأخيرًا: هناك حدود خصوصية ذات تحكم منخفض وأكثر انفتاحًا أو إمكانية الوصول المسموح بها، مما يؤدي إلى حدود خصوصية قابلة للاختراق بدرجة كبيرة^{٧٨}.

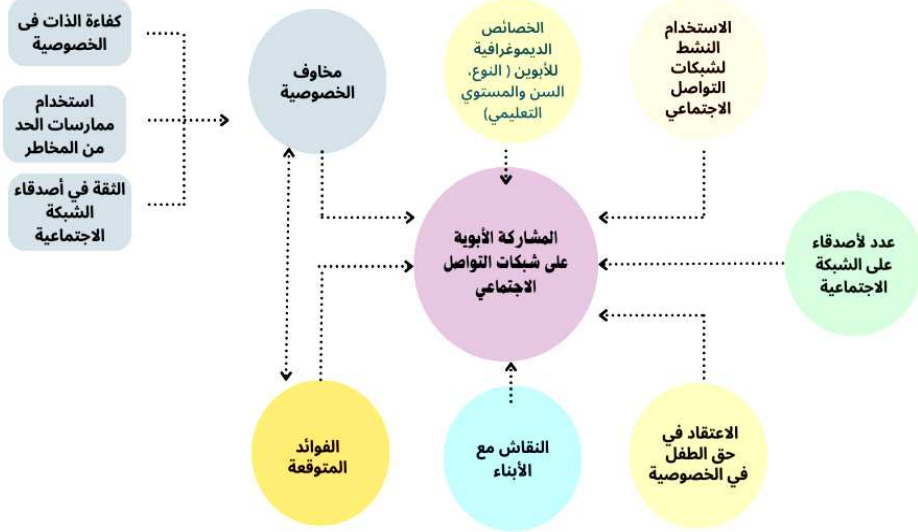
و- اضطراب الخصوصية " Privacy Turbulence "

العنصر الثالث في نظام إدارة الخصوصية هو اضطراب الخصوصية، ويشير إلى أن تنظيم الخصوصية غالباً ما يكون غير قابل للتوقع، ويمكن أن يصاب بالاضطرابات في نظام إدارة الخصوصية وأحياناً بالانهيار الكامل^{٧٩}.

يتنبأ مبدأ اضطراب الخصوصية بأن أصحاب المعلومات الخاصة والشركاء أو الأوصياء عليها يجب أن يتفاوضوا على قواعد الخصوصية لتحقيق تفاعل سلس واحتمالية أكبر لتنظيم المعلومات الخاصة بطريقة تخفف من التدخل أو الكشف غير المرغوب فيه. ومع ذلك، فإن الأفراد لا يعيشون في عالم مثالي. إن التوقعات ببناء قواعد الخصوصية بشكل مشترك أو التفاوض حتى يتم تنفيذها بشكل متبادل لا تحدث دائماً. بالإضافة إلى ذلك هناك حالات يكون فيها لدى أصحاب المعلومات الخاصة أو الأوصياء عليها أسباب لانتهاك القواعد المنسقة المتفق عليها؛ قد يسيئون فهمها أيضاً، وكذلك قد لا يتم تحديد قواعد الخصوصية بوضوح، وبالتالي يتنبأ المبدأ الأخير بأن الأخطاء وسوء الفهم والانتهاكات العمدية والتدخلات والحوادث تحدث وتؤدي إلى اضطراب حدود الخصوصية^{٨٠}.

لذا يمكن القول: الاضطرابات في الخصوصية تحدث عندما يحدث انهيار في كيفية تنظيم إدارة الخصوصية ويؤدي إلى خلل في قواعد الخصوصية والملكية والسيطرة والحدود والعلاقات الخاصة بالخصوصية^{٨١}. ويمكن لأصحاب الصور أن يواجهوا اضطراباً في الحدود عندما يكون مستوى الخصوصية المطلوبة أو التعرض غير متسق مع أولئك الذين يكتسبون الملكية المشتركة، مما يخلق حاجة لـ "الممارسات الحوارية" في كيفية تحديد الخصوصية^{٨٢}.

ويوضح الشكل التالي نموذجاً أعدته الباحثة بالاعتماد على نظريتي حساب الخصوصية ونظرية إدارة الخصوصية في الاتصال، مع إضافة بعض المتغيرات التي أثبتت الدراسات السابقة تأثيرها على مدى المشاركة الأبوية قد يفيد الباحثين المهتمين بإجراء مزيد من البحوث المستقبلية في هذا المجال:



شكل رقم (١): نموذج مقترح للعوامل المؤثرة على المشاركة الأبوية

سادساً- تساؤلات الدراسة وفروضها:

• تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى استخدام الآباء والأمهات النشط لشبكات التواصل الاجتماعي؟
٢. ما مدى مشاركة الآباء والأمهات لمحتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؟
٣. ما شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الآباء والأمهات لمشاركة محتوى متعلق بأطفالهم؟
٤. ما أنواع المعلومات التي يشاركها الآباء والأمهات عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؟
٥. ما الشكل المفضل لدى الآباء والأمهات لمشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؟
٦. ما حجم الفوائد التي يتوقعها الآباء والأمهات من مشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؟
٧. ما مدى وعي الآباء والأمهات بوجود مخاطر(المخاطر المتوقعة) لمشاركة بيانات أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؟

٨. ما مدى شعور الآباء والأمهات بكفاءتهم الذاتية في حماية خصوصيتهم على شبكات التواصل الاجتماعي؟
٩. ما مدى استخدام الآباء والأمهات ممارسات للحد من مخاطر مشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؟
١٠. ما مدى اعتقاد الأبوين في حق الطفل في الخصوصية؟

• فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين مخاوف الخصوصية ومدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.
٢. توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم الفائدة المتوقعة ومدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.
٣. توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين مخاوف الخصوصية وحجم الفائدة المتوقعة لدى الأبوين من المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.
٤. تؤثر متغيرات (كفاءة الذات في الخصوصية، واستخدام ممارسات الحد من المخاطر، والثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية) على حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين.
٥. تؤثر متغيرات (كفاءة الذات في الخصوصية، واستخدام ممارسات الحد من المخاطر، أصدقاء الشبكة الاجتماعية، الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي) على مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.
٦. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغيرات (عدد الأصدقاء، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة، الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية).
٧. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية للأبوين (النوع، السن، والمستوي التعليمي).

سابعاً- التعريفات الإجرائية:

١. المشاركة الأبوية: يقصد به مشاركة الأبوين لمحتوى متعلق بأطفالهم الفصّر على شبكات التواصل الاجتماعي، ويشمل ذلك: الصور، ومقاطع الفيديو، والقصص الشخصية، وتحديثات أخرى حول حياة الطفل.

٢. **مخاوف الخصوصية:** يقصد بها القلق أو الشكوك التي يشعر بها الأبوان بشأن حفظ سرية المحتوى الذي يشاركونه عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي. كالمخاوف المتعلقة بانتهاك الخصوصية، أو استخدام المعلومات بطرق غير مرغوب فيها وما إلى ذلك.
٣. **الفوائد المتوقعة:** يقصد بها المكاسب أو الجوانب الإيجابية التي يمكن أن يحققها الأبوان نتيجة مشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، مثل: التواصل مع الأصدقاء والعائلة، وتبادل الأفكار والخبرات وغيرها من الفوائد.
٤. **كفاءة الذات في الخصوصية:** يقصد بها الشعور الذاتي لدى الفرد بقدرته على إدارة خصوصيته بشكل فعال، وحمايتها من أي انتهاكات قد يتعرض لها.
٥. **ممارسات الحد من المخاطر:** يقصد بها السلوكيات والإجراءات التي يتخذها الأبوان لتقليل المخاطر المحتملة التي قد تنجم عن مشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، مثل ضبط إعدادات الخصوصية وطمس ملامح الصور وغيرها.
٦. **الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي:** يقصد به: نشاط المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي بشكل فعال ومستمر، ويشمل ذلك: نشر المحتوى، والتفاعل المستمر مع منشورات الآخرين، والمشاركة في المجتمعات الرقمية.
٧. **الثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية:** يقصد بها اعتقاد الأبوين في أمانة ونزاهة المستخدمين في أصدقائهم على شبكات التواصل الاجتماعي، أي عدم إمكانية استخدامهم لما يقومون بمشاركته عن أطفالهم دون إذنه أو بشكل غير مرغوب فيه.
٨. **عدد الأصدقاء:** يشير إلى عدد الاتصالات أو الروابط التي يمتلكها الفرد على شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن أن يكون للعدد الكبير أو القليل من الأصدقاء تأثير على خصوصيته ومدى تفاعله على هذه المنصات.
٩. **النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة:** يقصد به الحوار والتفاوض الذي يحدث بين الأبوين وأطفالهم حول موضوع المشاركة على شبكات التواصل الاجتماعي.
١٠. **الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية:** يقصد به الحق الأساس للطفل في الحفاظ على سرية وحماية معلوماته الشخصية من الاستخدام غير المصرح به، وحقه في أخذ موافقته قبل نشر محتوى يخصه على شبكات التواصل الاجتماعي.

ثامناً- الإجراءات المنهجية:

أ- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أسلوب المسح بالعينة، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

ب- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الآباء والأمهات الذين يقومون بمشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، سواء كان هذا المحتوى عبارة عن نصوص مكتوبة أو صور أو مقاطع فيديو أو كل ذلك.

ج- عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مبحوث من الآباء والأمهات ممن لديهم طفل واحد على الأقل عمره أقل من ١٣ عاماً، وقاموا بمشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي مرة واحدة على الأقل، سواء كان هذا المحتوى عبارة عن منشورات مكتوبة، أو صور أو مقاطع فيديو، وتم جمع العينة بأسلوب كرة الثلج.

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة

خصائص العينة		ك	%
النوع	ذكر	٦٤	٣٢%
	أنثى	١٣٦	٦٨%
السن	أقل من ٢٥ عاماً	٤٩	٢٤.٥%
	من ٢٥ إلى ٣٥ عاماً	١١٠	٥٥%
	من ٣٦ إلى ٥٠ عاماً	٢٤	١٢%
	أكثر من ٥٠ عاماً	١٧	٨.٥%
المستوى التعليمي	أقل من متوسط	٣	١.٥%
	مؤهل متوسط وما يعادله (ثانوية أو دبلوم)	٣٤	١٧%
	مؤهل عال	١٢٩	٦٤.٥%
	دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)	٣٤	١٧%

وقد حاولت الباحثة توزيع العينة بنسب متقاربة لتمثيل مختلف الفئات لاختبار الفروق بينهم؛ ولكن كانت الإناث، وأصحاب المؤهلات العليا، والمبحوثون من الفئة العمرية (من

٢٥ إلى ٣٥ عاما) هم أكثر الفئات تعاوناً مع الباحثة في الإجابة عن الاستبيان.

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة المستجيبين من الفئة العمرية (من ٢٥ إلى ٣٥ عاماً) تحديداً في ظل نتائج تقرير Napoleoncat حول مستخدمي فيسبوك في مصر في ديسمبر ٢٠٢٣ والتي تشير إلى أن المستخدمين من الفئة العمرية (من ٢٥ إلى ٣٤ سنة) هم الأكثر استخداماً لفيسبوك في مصر، حيث بلغ عددهم وفقاً للتقرير ١٦ مليوناً و ٦٠٠ ألف مستخدم من إجمالي ٥٣ مليون مستخدم تقريباً^{٨٣}.

د- أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة (استمارة الاستبيان) إلكترونية باستخدام نماذج جوجل google forms، وقد تكونت الاستمارة من مجموعة من المقاييس التي تم اقتباسها من بعض الدراسات السابقة مع إدخال تعديلات في بعضها لتناسب مع موضوع الدراسة، وبناء مقاييس لبعض المتغيرات بالاعتماد على نتائج الدراسات السابقة، وتم عرض الاستمارة على الأساتذة المحكمين^{٨٤} لاختبار الصدق الظاهري للاستمارة.

هـ- مقاييس الدراسة:

- مقياس الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي:

تم الاعتماد على المقياس الذي تم اقتباسه من Jenkins-Guarnieri et al., (2013)^{٨٥} والمكون من عشر عبارات -مع إعادة صياغة بعض العبارات- وهي: "أشعر بأنني منعزل عن أصدقائي عندما لا أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي"، "أتمنى أن أستخدم جميع من أعرفهم شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل"، "أسأب بالإحباط إذا لم أتمكن من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الإطلاق"، "أنزعج عندما لا أتمكن من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأي سبب من الأسباب"، "أفضل التواصل مع الآخرين بشكل أساسي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي"، "تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بدور مهم في علاقاتي الاجتماعية وتواصلني مع الآخرين"، "أستمتع بتصفح حسابي على شبكات التواصل الاجتماعي"، "لا أحب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (عكس)"، "يعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً من روتيني اليومي"، "أنتفاع مع المحتوى الذي يشاركه الآخرون على شبكات التواصل الاجتماعي". وطلب من الباحثين وضع استجابة مبنية على مقياس ليكرت خماسي تتراوح بين ١ (غير موافق بشدة) و ٥ (موافق بشدة). وتراوحت درجات المقياس بين (١٠-٥٠)، وكانت درجات المقياس على النحو التالي:

- منخفض (٢٣-١٠).
- متوسط (٣٦-٢٤).
- مرتفع (٥٠-٣٧).

• مقياس كفاءة الذات في الخصوصية:

تم الاستعانة بمقياس (Chen, 2018)^{٨٦} المكون من أربع عبارات وهي: "أثق في تمكني من التعامل مع الطرق التي تجمع بها وسائل التواصل الاجتماعي معلوماتي الشخصية وتستخدمها"، "أشعر بالثقة مهاراتي لحماية خصوصية ما أنشره على وسائل التواصل الاجتماعي"، "أثق في قدرتي على حظر أي محتوى غير مرغوب فيه على وسائل التواصل الاجتماعي"، "أثق في قدرتي على ضبط إعدادات الخصوصية على وسائل التواصل الاجتماعي"، و"أثق في قدرتي على إدارة ملفاتي الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي". وطلب من المبحوثين وضع استجابة مبنية على مقياس ليكرت خماسي تتراوح بين ١ (غير موافق بشدة) و ٥ (موافق بشدة). وتراوحت درجات المقياس بين (٥-٢٥)، وكانت درجات المقياس على النحو التالي:

- منخفض (١١-٥).
- متوسط (١٨-١٢).
- مرتفع (٢٥-١٩).

• مقياس الفوائد المتوقعة:

اعتمدت الباحثة على نتائج الدراسات الكيفية السابقة لبناء مقياس الفوائد المتوقعة من المشاركة الأبوية لعدم وجود مقياس سابق لها، وتكون المقياس من ١٧ عبارة؛ كل مجموعة منها تعبر عن نوع من الفوائد التي يتوقعها الأبوان على النحو التالي: فوائد النصيحة الأبوية وتقيسها عبارات "الحصول على نصائح أو معلومات عن التربية وكيفية التعامل مع أطفالي"، "تجعلني متأكدة من صحة قراراتي التربوية"، "مساعدتي على تقليل القلق في الأمور التي تتعلق بأبنائي"، "مشاركة النصائح الأبوية وتقديم الفائدة لأصدقائي"، "رفع الحرج عني من السؤال بشكل شخصي عن بعض الأمور التي تتعلق بأبنائي". أما الفوائد الاجتماعية تقيسها عبارات: التواصل مع الأصدقاء والعائلة"، "الحفاظ على علاقاتي الاجتماعية مع الأشخاص الذين لم أعد أتمكن من رؤيتهم"، "تكوين علاقات وصدقات جديدة"، "الحصول على الدعم العاطفي والاجتماعي"، "تجعلني أشعر بأنني لست وحدي". بينما فوائد إدارة الانطباع فتم قياسها بعبارات "بناء صورة إيجابية عني وعن أطفالي على شبكات التواصل الاجتماعي"، "تظهر أنني أب مثالي أو أم مثالية"، "تظهر خفة ظلي للعائلة والأصدقاء"، "تظهر مهارتي في التعامل مع أطفالي"، "تظهر أنني أب مرح أو أم

مرحة"، وأخيرا فوائد الأرشفة المعلوماتية تقيسها عبارات "توثيق مراحل نمو أطفال"، "جمع الذكريات (الأحداث العائلية، أو الرحلات، أو الأنشطة الترفيهية)"، "توثيق بإنجازات أطفال (الأداء الأكاديمي، أو النجاح الرياضي، أو الأنشطة الفنية أو الموسيقية". وطلب من الباحثين وضع استجابة مبنية على مقياس ليكرت خماسي لتحديد مدى فائدة شبكات التواصل الاجتماعي لهم تتراوح بين ١ (غير مفيدة على الإطلاق) و٥ (مفيدة للغاية). وتراوحت درجات المقياس بين (١٧-٨٥)، وكانت درجات المقياس على النحو التالي:

- منخفض (١٧-٣٩).

- متوسط (٤٠-٦٢).

- مرتفع (٦٣-٨٥).

● مقياسُ مخاوفِ الخصوصية:

تم الاستعانة بمقياس (Chen, 2018)^{٨٧} المكون من أربع عبارات مع تعديل العبارات بما يتناسب مع موضوع الدراسة كالتالي: "أشعر بالقلق من إمكانية إساءة استخدام أي محتوى أنشره عن أطفال على شبكات التواصل الاجتماعي"، "أخشى أن يطلع أي شخص على ما أنشره عن أطفال على شبكات التواصل الاجتماعي"، "أشعر بالقلق مما قد يفعله الآخرون بما أنشره عن أطفال على شبكات التواصل الاجتماعي"، و"أشعر بالقلق من إمكانية استخدام الآخرين لما أنشره عن أطفال على شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة لا أتوقعها". وطلب من الباحثين وضع استجابة مبنية على مقياس ليكرت خماسي تتراوح بين صفر (لا أحد) و٥ (جميعهم). وتراوحت درجات المقياس بين (٤-٢٠)، وكانت درجات المقياس على النحو التالي:

- منخفض (٤-٩).

- متوسط (١٠-١٤).

- مرتفع (١٥-٢٠).

● مقياسُ الثقةِ في أصدقاءِ الشبكةِ الاجتماعية:

تم اقتباس ثلاثة أسئلة من دراسة (Briazu, 2021)^{٨٨}، وأضافت الباحثة سؤالين وهما: "كم من أصدقائك تشعر بالثقة في عدم استخدامه المعلومات والصور التي تنشرها عن أطفالك؟"، و"كم منهم تثق في عدم مشاركته صور أطفالك مع آخرين ليس من ضمن أصدقائك؟" لتكوين مقياس مكون من خمسة أسئلة. وطلب من الباحثين وضع استجابة مبنية على مقياس ليكرت خماسي تتراوح بين ١ (غير موافق بشدة) و٥ (موافق بشدة). وتراوحت درجات المقياس بين (٥-٢٥)، وكانت درجات المقياس على النحو التالي:

– منخفض (١١-٥).

– متوسط (١٨-١٢).

– مرتفع (٢٥-١٩).

• مقياس المشاركة الأبوية:

استعانت الباحثة بمقياس من (Romero-Rodríguez et al., 2022) ^{٨٩} المكون من ١٧ عبارة، وقامت الباحثة بتعديل صياغة بعض العبارات لضمان عدم استجابة المبحوثين بشكل مغاير لما يقومون به في الواقع الفعلي؛ فأصبحت عبارات المقياس كالتالي: "أنشر منشورات أو صوراً أو مقاطع فيديو لطفلي/ أطفالتي على ملفي الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي"، "أنشر أكثر من منشور أو صورة أو مقطع فيديو واحد لطفلي/ أطفالتي في يوم واحد"، "أشعر بالحاجة إلى مشاركة منشور أو صور أو مقاطع فيديو لطفلك/ أطفالك على شبكات التواصل الاجتماعي؟"، "أشارك منشورا أو صورة أو مقطع فيديو لطفلي/ أطفالتي للحصول على تعليقات إيجابية من أصدقائي"، "أشارك صوراً أو مقاطع فيديو لطفلي/ أطفالتي بملابس السباحة أو دون الجزء العلوي من ملابسه أو بملابسه الداخلية أو بالحفاض"، "أشارك صوراً أو مقاطع فيديو تظهر غباء أو سوء تصرف طفلي/ أطفالتي على سبيل الضحك"، "أشارك صوراً أو مقاطع فيديو لأطفال آخرين تلقيتها من أشخاص آخرين (مثل صور أطفال أحد أفراد العائلة أو الأصدقاء أو حتى صور مضحكة أو ملصقات أو مقاطع فيديو انتشرت بشكل واسع)"، "يعاتبني بعض الأشخاص المقربين على مشاركة صور أو مقاطع فيديو لطفلي/ أطفالتي"، "أحذف منشور أو صورة أو فيديو لطفلي/ أطفالتي شاركته على مواقع التواصل بعد تلقي تعليقات سلبية من شخص آخر"، "أشعر بأنه لا يجب علي مشاركة صورة أو فيديو لطفلي/ أطفالتي"، "أفكر في قوانين حماية الطفل عند مشاركة صورة أو فيديو الخاص لطفلي/ أطفالتي"، "أفكر في أثر الصور أو مقاطع الفيديو التي أشاركها لطفلي/ أطفالتي على مواقع التواصل على حياته"، "أفكر في مدى رضا طفلي/ أطفالتي عما شاركته عنهم عندما يكبرون"، "أفكر في احتمالية خطورة مشاركة صورة أو فيديو على أمن لطفلي/ أطفالتي على الانترنت وفي الواقع"، "أفكر في أن الصور أو مقاطع الفيديو التي شاركتها لطفلك/ أطفالك يمكن سرقتها"، "أفكر في أن الصور أو مقاطع الفيديو التي شاركتها لطفلك/ أطفالك يمكن سوء استغلالها على مواقع تروج للانجذاب الجنسي للأطفال". وطُلب من المبحوثين وضع استجابة مبنية على مقياس ليكرت خماسي تتراوح بين ١ (أبداً) و٥ (دائماً). وتراوح درجات المقياس بين (١٦-٨٠)، وكانت درجات المقياس على النحو التالي:

– منخفض (١٢-٢٧).

– متوسط (٢٨-٤٤).

– مرتفع (٤٥-٦٠).

• مقياس ممارسات الحد من المخاطر:

اعتمدت الباحثة على نتائج الدراسات الكيفية السابقة لبناء مقياس ممارسات الحد من المخاطر لعدم وجود مقياس سابق لها، وتكون المقياس من ست عبارات تعبر عن الممارسات التي قد يتبعها الأيون للحد من مخاطر المشاركة الأبوية وهي: "أخفي وجه طفلي/ أطفالتي بالتشويش أو بوضع الملصقات"، "أنشر صور وفيديوهات لا تظهر وجوههم (من ظهورهم فقط)"، "أنشر صور ومقاطع فيديو من مسافة بعيدة لهم يكون صعبا من خلالها تحديد ملامحهم"، "استخدم حساب مختلف عن حسابي الشخصي لمشاركة محتوى عن أطفالتي مع أشخاص محددين على شبكات التواصل الاجتماعي"، "أقوم بتحديد الأشخاص الذين يمكنهم رؤية المنشور (أخصص المنشور لأشخاص محددين أو أجب رؤية المنشور عن أشخاص محددين)"، "أستخدم المنشورات النصية فقط بدون صور أو مقاطع فيديو". وطلب من المبحوثين وضع استجابة مبنية على مقياس ليكرت خماسي تتراوح بين ١ (أبدا) و ٥ (دائما). وتراوحت درجات المقياس بين (٦-٣٠)، وكانت درجات المقياس على النحو التالي:

– منخفض (٦-١٣).

– متوسط (١٤-٢٢).

– مرتفع (٢٣-٣٠).

• مقياس النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة:

اعتمدت الباحثة على نتائج الدراسات الكيفية السابقة لبناء مقياس النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة لعدم وجود مقياس سابق لها، وتكون المقياس من ٣ عبارات وهي: "أخذ رأي طفلي/ أطفالتي قبل نشر أي محتوى عنه على شبكات التواصل الاجتماعي"، "يطلب مني طفلي/ أطفالتي حذف شيء قمت بنشره عنه على شبكات التواصل الاجتماعي"، "يطلب مني طفلي/ أطفالتي تعديل شيء قمت بنشره عنه على شبكات التواصل الاجتماعي". وطلب من المبحوثين وضع استجابة مبنية على مقياس ليكرت ثلاثي تتراوح بين ١ (أبدا) و ٣ (دائما). وتراوحت درجات المقياس بين (٣-٩)، وكانت درجات المقياس على النحو التالي:

- منخفض (٣-٤).

- متوسط (٥-٧).

- مرتفع (٨-٩).

• مقياسُ الاعتقادِ في حقِ الطِّفلِ في الخصوصية:

تم قياس الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية من خلال مقياس مكون من سؤالين وهما: السؤال الأول "في رأيك: هل ينبغي على الأبوين أخذ رأي طفلهم/ أطفالهم قبل نشر منشورات، أو صور أو مقاطع فيديو عنهم على مواقع التواصل الاجتماعي؟"، وتم احتساب درجاته كالتالي: (١) (نعم)، لا (صفر)، السؤال الثاني "إذا طلب منك أحد أطفالك حذف شيء قمت بنشره عنه على مواقع التواصل الاجتماعي ماذا سيكون رد فعلك؟" ويُعطى المبحوث (درجة) على الخيار الذي يعبر عن الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية، و(صفر) على باقي الخيارات وهي: "سأحاول الموضوع إلى مادة للضحك"، "سأحاول إقناعه بعدم الحذف أو التعديل"، "لن أهتم للأمر"، "سأستجيب لرغبته"، "سأقول له أنني فعلت وأنا لم أفعل". وترأوت درجات المقياس بين (٠-٢)، وكانت درجات المقياس على النحو التالي:

- منخفض (٠).

- متوسط (١).

- مرتفع (٢).

ثبات المقاييس وصدقها:

جدول رقم (٢)
ثبات المقاييس وصدقها

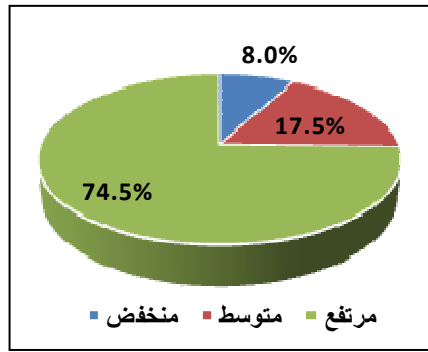
المتغيرات	ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق الذاتي
الاستخدام النشط	٠.٩٧٤	٠.٩٨٧
كفاءة الذات في الخصوصية	٠.٩٥٧	٠.٩٧٨
الثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية	٠.٧٧٣	٠.٨٧٩
الفوائد المتوقعة	٠.٩٨٢	٠.٩٩١
حجم المشاركة المفرطة	٠.٩٥٣	٠.٩٧٦
ممارسات الحد من المخاطر	٠.٩٥٨	٠.٩٧٩
مخاوف الخصوصية	٠.٩٨٧	٠.٩٩٣
النقاش مع الأبناء	٠.٨٧٢	٠.٩٣٤
الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية	٠.٦٥١	٠.٨٠٧

لقياس ثبات مقاييس الدراسة تم حساب قيمة معامل ألف كرونباخ، وكانت غالبية قيم معامل الثبات للمقاييس ككل لا تقل عن ٠.٧، كما هو موضح بالجدول السابق، وهي قيمة ثبات عالية يمكن معها قبول نتائج المقاييس.

تاسعا- نتائج الدراسة:

أ- النتائج العامة للدراسة:

١. مدى استخدام المبحوثين النشط لشبكات التواصل الاجتماعي.



شكل رقم (٢)

الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي

يتضح من الشكل السابق أن غالبية المبحوثين عينة الدراسة (٧٤.٥%) من المستخدمين النشطين لشبكات التواصل الاجتماعي، بينما (١٧.٥%) من متوسطي الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، بينما (٨%) فقط من منخفضي الاستخدام النشط لتلك الشبكات.

والمقصود بالاستخدام النشط هنا؛ ألا يكون المستخدم سلبياً، يكفي بتلقي المعلومات دون المشاركة، ولكن يكون له دور من خلال المشاركة الفعالة والمستمرة في هذه الشبكات بطرق متعددة تشمل نشر محتوى خاص به، والتعليق على منشورات الآخرين، المشاركة في المجتمعات الرقمية، والمشاركة في الحوارات والنقاشات.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج تقرير ٢٠٢٢ لـ Hootsuite والتي تشير إلى أن نسبة (٤٩%) من إجمالي عدد السكان في مصر من المستخدمين النشطين لشبكات التواصل الاجتماعي^١.

ويوضح الجدول التالي استجابات المبحوثين التفصيلية لعبارات مقياس الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٣)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الموقف	العبارات
٨٢.٨%	٤.١٤	١٤	١٥	١٧	٣٧	١١٧	ك	أشعر بأنني منعزل عن أصدقائي عندما لا أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي
		٧%	٧.٥%	٨.٥%	١٨.٥%	٥٨.٥%	%	
٨١.٨%	٤.٠٩	١٣	١١	٣٣	٣١	١١٢	ك	أتمنى أن يستخدم جميع من أعرفهم شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل
		٦.٥%	٥.٥%	١٦.٥%	١٥.٥%	٥٦%	%	
٨١.٨%	٤.٠٩	١٦	١٥	٢٠	٣٣	١١٦	ك	سأصاب بالإحباط إذا لم أتمكن من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الإطلاق
		٨%	٧.٥%	١٠%	١٦.٥%	٥٨%	%	
٨٣.٣%	٤.١٧	١٥	١٢	١٩	٣٣	١٢١	ك	أنزعج عندما لا أتمكن من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأي سبب من الأسباب
		٧.٥%	٦%	٩.٥%	١٦.٥%	٦٠.٥%	%	
٨٣.١%	٤.١٦	١٢	١٧	١٩	٣٢	١٢٠	ك	أفضل التواصل مع الآخرين بشكل أساس من خلال شبكات التواصل الاجتماعي
		٦%	٨.٥%	٩.٥%	١٦%	٦٠%	%	
٨٤.٥%	٤.٢٣	١٤	٨	١٩	٣٧	١٢٢	ك	تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بدور مهم في علاقتي الاجتماعية وتواصلتي مع الآخرين
		٧%	٤%	٩.٥%	١٨.٥%	٦١%	%	
٨٥.٩%	٤.٣٠	١٢	٢	٢٤	٣٩	١٢٣	ك	أستمتع بتصفح حساباتي على شبكات التواصل الاجتماعي.
		٦%	١%	١٢%	١٩.٥%	٦١.٥%	%	
٣٥.٧%	١.٧٩	١٢٢	٣٠	٢٢	٢١	٥	ك	لا أحب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
		٦١%	١٥%	١١%	١٠.٥%	٢.٥%	%	
٨٧.٩%	٤.٤٠	١٢	٤	١٤	٣٣	١٣٧	ك	يعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً من روتيني اليومي
		٦%	٢%	٧%	١٦.٥%	٦٨.٥%	%	
٨٧.٨%	٤.٣٩	٧	٣	٢٤	٣٧	١٢٩	ك	أنتفاعل مع المحتوى الذي يشاركه الآخرون على شبكات التواصل الاجتماعي
		٣.٥%	١.٥%	١٢%	١٨.٥%	٦٤.٥%	%	

يوضح الجدول السابق استجابات المبحوثين لعبارة مقياس الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، وحصلت الثلاث عبارات التالية على أعلى أوزان نسبية: عبارة "يعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً من روتيني اليومي" بوزن نسبي (٨٧.٩%)، ثم عبارة "أنتفاعل مع المحتوى الذي يشاركه الآخرون على شبكات التواصل الاجتماعي"

المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة فيها: دراسة من منظور الخصوصية

بوزن نسبي (٨٧.٨%)، ثم عبارة "أستمتع بتصفح حساباتي على شبكات التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي (٨٥.٩%).

٢. مدى المشاركة الأبوية للمبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٤)

مدى مشاركة محتوى متعلق بالأطفال على شبكات التواصل الاجتماعي

مدى المشاركة	ك	%
كل سنة أو أكثر	٤١	٢٠.٥%
كل عدة أشهر تقريبا	١٥	٧.٥%
مرة واحدة كل شهر تقريبا	١٧	٨.٥%
أسبوعيا	١٤	٧%
بشكل يومي أو شبه يومي	١١٣	٥٦.٥%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق أن أكثر من نصف المبحوثين عينة الدراسة (٥٦.٥%) يقومون بمشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي أو شبه يومي سواء كان هذا المحتوى عبارة عن منشورات نصية أو صور أو مقاطع فيديو.

وتتماشي هذه النتيجة مع نتيجة مقياس الاستخدام للنشاط لشبكات التواصل الاجتماعي والتي أظهرت أن غالبية المبحوثين عينة الدراسة (٧٤.٥%) من المستخدمين النشطين لشبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي من المنطقي أن تكون نسبة كبيرة منهم من مرتفعي المشاركة الأبوية على هذه الشبكات؛ حيث يقتضي الاستخدام النشط التفاعل المستمر ومشاركة المحتوى مع المستخدمين الآخرين.

٣. شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة للمشاركة الأبوية:

جدول رقم (٥)

شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة للمشاركة الأبوية.

المواقع	ك	%
فيس بوك	١٧٥	٨٧.٥%
إنستجرام	١٩	٩.٥%
تويتر	١	٠.٥%
تيك توك	٣	١.٥%
يوتيوب	٢	١%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن غالبية الباحثين عينة الدراسة (٨٧.٥%) يفضلون فيس بوك كمنصة لمشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، يليه إنستجرام بنسبة (٩.٥%)، ثم تيك توك بنسبة (١.٥%)، ثم يوتيوب بنسبة (١%)، وأخيراً تويتر بنسبة (٠.٥%).

وقد يرجع تفضيل الآباء والأمهات لفيس بوك إلى وجود الكثير من الميزات التي تتيح للمستخدمين نشر الصور ومقاطع الفيديو والنصوص بسهولة، ويتيح للمستخدم حرية الاختيار بينها.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تشير إليه نتائج دراسة أوروبية حديثة من أن الآباء والأمهات يشاركون عبر الإنترنت ما يقدر بحوالي ٣٠٠ صورة ومعلومات حساسة تتعلق بأطفالهم سنوياً. ويعد فيس بوك (٥٤%) وانستجرام (١٦%) وتويتر (١٢%) هي أهم ثلاث جهات لهذه الصور والمعلومات^{٩١}.

وتتوافق هذه النتيجة مع الإحصائيات التي تشير إلى أن فيس بوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي شعبية في مصر، وفقاً لتقرير مؤسسة statista للأبحاث التسويقية لعام ٢٠٢٣ فإن مصر تحتل المركز العاشر ضمن قائمة أكثر عشرين دولة في العالم استخداماً لفيسبوك وهي الدولة العربية الوحيدة المدرجة ضمن القائمة ٩٢.

كما يشير تقرير Napoleoncat إلى أن هناك أكثر من ٥٣ مليون مستخدم لفيس بوك في مصر في ديسمبر ٢٠٢٣، أي ما يمثل ٤٧.٤% من إجمالي عدد سكانها ٩٣. ووفقاً لتقرير Hootsuite لعام ٢٠٢٢ فإن فيسبوك يتصدر قائمة أفضل ١٠ وسائل تواصل اجتماعي في مصر.

٤. الأشكال المستخدمة للمشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٦)

أكثر الأشكال المستخدمة للمشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي

الأشكال المستخدمة	ك	%
منشورات نصية مكتوبة	٣٦	١٨%
صور	١٥٩	٧٩.٥%
مقاطع فيديو	٥	٢.٥%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن الصور هي أكثر شكل يستخدمه المبحوثون عينة الدراسة في النشر عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (٧٩.٥%)، يليه المنشورات النصية المكتوبة بنسبة (١٨%)، وجاءت مقاطع الفيديو في المرتبة الأخيرة بنسبة (٢.٥%).

وقد يرجع تفضيل المبحوثين للصور في مشاركة المحتوى المتعلق بأطفالهم إلى أن الصور توفر وسيلة فعالة لنقل الرسائل والمشاعر بسرعة وبشكل مرئي، بينما تكون المنشورات النصية المكتوبة مرتبطة أكثر بالتعبير عن الأفكار بشكل أكثر تفصيلاً.

كما قد يرجع قلة استخدام مقاطع الفيديو من قبل المشاركين إلى التحديات المرتبطة بإنتاج ومشاركة مقاطع الفيديو، مثل الجهد الزمني والتقنيات المطلوبة.

٥. مضمون المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٧)

مضمون المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي (ن=٢٠٠)

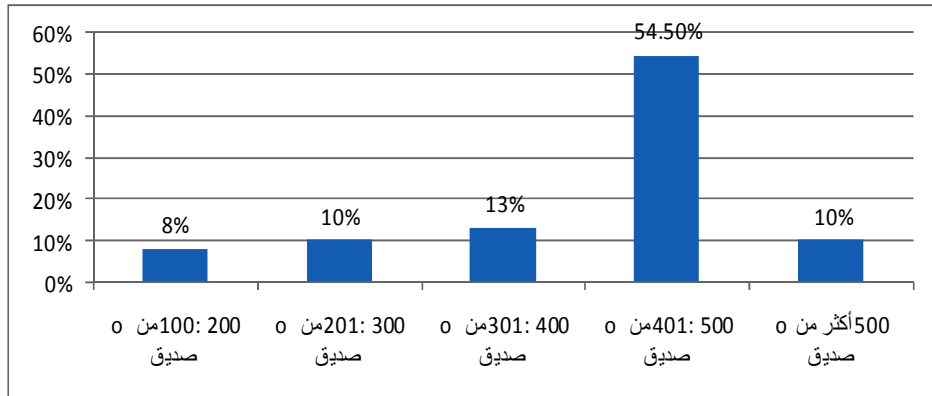
الموضوعات	ك
الأيام الخاصة	١٨٠
المشكلات الصحية	٢٠
الأنشطة الاجتماعية	٢٤
أنشطة اللعب	١١٢
توصيات عامة حول منتجات الأطفال	١١
الأنشطة الرياضية والفنية	١٤٠
القضايا التعليمية	١٣
مشاركة قصص مضحكة أو طريفة عن الأطفال	١٤٩
مراحل نموهم وتطورهم	١٢٩

يتضح من الجدول السابق أن الأيام الخاصة (كأعياد الميلاد، المناسبات المدرسية، الرحلات العائلية) تأتي في مقدمة المضامين التي يشاركها الأبوان عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؛ وقد يرجع ذلك إلى أن الأحداث الخاصة والمميزة تعد فرصاً للأهل لمشاركة لحظات فرح واحتفالات مع أطفالهم التي تعد مصدر فخر وسعادة لهم.

وفي المرتبة الثانية تأتي مشاركة قصص مضحكة أو طريفة عن الأطفال، ثم الأنشطة الرياضية والفنية (عرض الإنجازات الرياضية للأطفال، عرض مواهب الأطفال

الفنية المختلفة، دعم أطفالهم المشاركين في المسابقات، تشجيع الأنشطة البدنية والابداعية)، ثم مراحل نموهم وتطورهم، ثم أنشطة اللعب (مشاركة صور وفيديوهات عن الألعاب التي يفضلها الأطفال، طلب اقتراحات لألعاب جديدة وممتعة، مشاركة فوائد اللعب في نمو الأطفال)، ثم الأنشطة الاجتماعية التي تتم مع الأطفال (زيارة الأقارب والأصدقاء، حضور الفعاليات المجتمعية، مواقف اجتماعية للطفل)، ثم المشكلات الصحية لـ (طلب المشورة، مشاركة التقدم في العلاج، زيادة الوعي بحالة صحية معينة، لطلب الدعوات بالشفاء)، ثم القضايا التعليمية (كمشاركة تحديات التعلم التي يواجهها الأطفال، طلب المشورة من الآخرين حول طرق التدريس، مشاركة النصائح حول التعليم في المنزل)، وأخيرا توصيات عامة حول المنتجات (مشاركة المنتجات المفيدة للأطفال، طلب توصيات من الآخرين حول منتجات معينة، عرض آراء الآخرين عن منتجات مختلفة).

٦. عدد الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي.

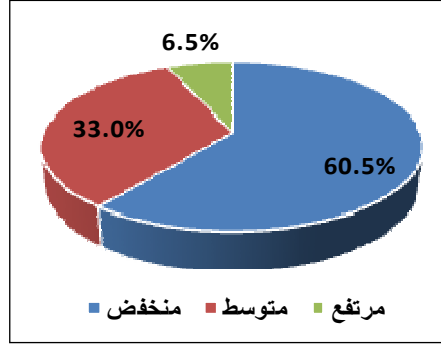


شكل رقم (٢): عدد الأصدقاء

يوضح الشكل السابق أن أكثر من نصف المبحوثين عينة الدراسة (٥٤.٥%) يمتلكون على منصتهم المفضلة لمشاركة محتوى عن أطفالهم (من ٤٠١: ٥٠٠ صديق) بالتقريب، وهو عدد ضخم ينبئ بعدم القدرة على السيطرة على المحتوى الذي يتم مشاركته معهم؛ ومن ثم المخاطر المتوقعة من مشاركة مثل هذا المحتوى.

ولكن قد يكون معرفة عدد الأصدقاء وحده غير كاف للحكم، لذا قامت الباحثة بقياس مدى ثقة المبحوثين في هؤلاء الأصدقاء.

٧. مدى ثقة الباحثين في أصدقائهم على شبكات التواصل الاجتماعي.



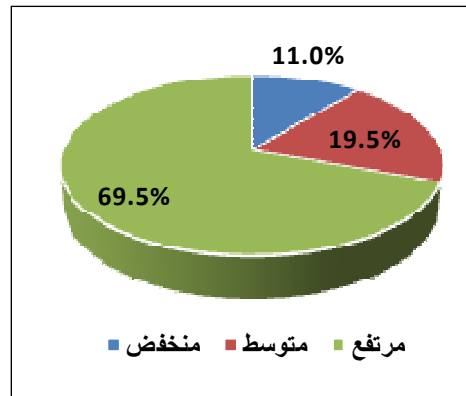
شكل رقم (٤): الثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية

يتضح من الشكل السابق أن نسبة (٦٠.٥%) من الباحثين عينة الدراسة لديهم مستوى منخفض من الثقة في أصدقائهم على الشبكة الاجتماعية، بينما (٣٣%) منهم لديهم مستوى متوسط من الثقة، و(٦.٥%) منهم فقط لديهم مستوى مرتفع من الثقة.

ومن أسئلة مقياس الثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية حاز سؤالي " كم من أصدقائك تثق في عدم مشاركته صور أطفالك مع آخرين ليس من ضمن أصدقائك؟"، و" كم من أصدقائك تشعر بالثقة في عدم استخدامه المعلومات والصور التي تنشرها عن أطفالك؟" على أعلى متوسطات حسابية بأوزان نسبية (٤٧.٩%) و(٤٧.٣%) على الترتيب.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Hashim et al. 2023) التي تشير إلى أن الآباء والأمهات يتقنون بشدة في أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الآخرين قد لا يسيئون استخدام المعلومات التي يشاركونها.

٨. مدى شعور الباحثين بكفاءة الذات في الخصوصية.



شكل رقم (٥): كفاءة الذات في الخصوصية.

يوضح الشكل السابق أن أكثر من نصف المبحوثين عينة الدراسة (٦٩.٥%) لديهم شعور مرتفع بكفاءة الذات في الخصوصية، أي أنهم يشعرون بأنهم قادرين على حماية خصوصيتهم على شبكات التواصل الاجتماعي ولكن في الأغلب ما يكون هذا الشعور زائفاً؛ فعلى الرغم من اعتقاد بعض من مستخدمي الإنترنت بوجه عام ومستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص بأن لديهم التحكم الكامل في معلوماتهم الشخصية وخصوصيتهم عبر هذه المنصات، لكن هذا الشعور غالباً ما يكون خاطئاً. وعلى إثر هذا الشعور يقوم بعض المستخدمين بالكشف عن تفاصيل حياتهم الشخصية علناً دون التفكير في العواقب المحتملة كاستخدام بياناتهم بشكل غير مرغوب فيه أو التعرض للتجسس الرقمي.

ويزداد الأمر خطورة عندما يتعلق الأمر ببيانات آخرين، كما هو الحال في موضوع المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي؛ فنجد أن الأبوين نتيجة إحساسهم الزائف بالقدرة على حماية خصوصيتهم يقومون بمشاركة المعلومات والصور لأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي دون التفكير في عواقب هذه المشاركة على المدى القريب والبعيد على أطفالهم.

ويوضح الجدول التالي الاستجابات التفصيلية للمبحوثين على عبارات مقياس كفاءة الذات للخصوصية.

جدول رقم (٨)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس كفاءة الذات في الخصوصية.

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الموقف					الموقف	العبارات
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
%٧١	٣.٥٥	٦	٣٣	١٧	١٣٣	١١	ك	أثق في تمكني من التعامل مع الطرق التي تجمع بها مواقع التواصل معلوماتي الشخصية وتستخدمها
		%٣	%١٦.٥	%٨.٥	%٦٦.٥	%٥.٥	%	
%٧١.٣	٣.٥٧	٦	٢٣	٣٢	١٣٠	٩	ك	أشعر بالثقة في مهاراتي لحماية خصوصية ما أنشره على مواقع التواصل
		%٣	%١١.٥	%١٦	%٦٥	%٤.٥	%	

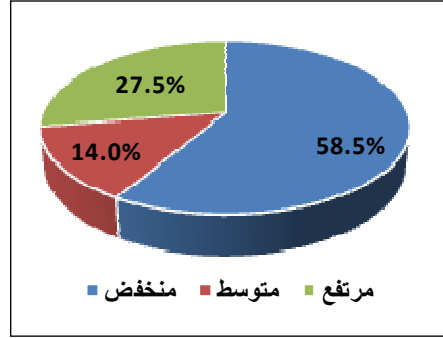
المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة فيها: دراسة من منظور الخصوصية

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الموقف	
							ك	عبارات
%٧٢.٣	٣.٦٢	٦	٢٦	٢٥	١٢٥	١٨	ك	أثق في قدرتي على حظر أي محتوى غير مرغوب فيه على مواقع التواصل
		%٣	%١٣	%١٢.٥	%٦٢.٥	%٩	%	
%٧٣.٦	٣.٦٨	٦	٢٥	١٨	١٢٩	٢٢	ك	أثق في قدرتي على ضبط إعدادات الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي
		%٣	%١٢.٥	%٩	%٦٤.٥	%١١	%	
%٧٤.٤	٣.٧٢	٦	١٩	٢٢	١٣١	٢٢	ك	أثق في قدرتي على إدارة ملفاتي الشخصية على مواقع التواصل
		%٣	%٩.٥	%١١	%٦٥.٥	%١١	%	

يتضح من الجدول السابق أن عبارة "أثق في قدرتي على إدارة ملفاتي الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي" قد حازت على أعلى متوسط حسابي لدى المبحوثين بوزن نسبي (٧٤.٤%)، تلتها عبارة "أثق في قدرتي على ضبط إعدادات الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي (٧٣.٦%)، ثم عبارة "أثق في قدرتي على حظر أي محتوى غير مرغوب فيه على مواقع التواصل" بوزن نسبي (٧٢.٣%)، ثم عبارتي "أشعر بالثقة في مهاراتي لحماية خصوصية ما أنشره على مواقع التواصل" و "أثق في تمكني من التعامل مع الطرق التي تجمع بها مواقع التواصل معلوماتي الشخصية وتستخدمها" بنسبتي (٧١.٣%)، (٧١%) على الترتيب.

ويتضح من استجابات المبحوثين على عبارات مقياس كفاءة الذات في الخصوصية إلى عدم إدراك بعض المبحوثين أنه حتى مع حماية خصوصيتهم ظاهريا من خلال استخدام إعدادات الخصوصية التي توفرها لهم شبكات التواصل الاجتماعي لا أن ذلك لا يضمن تحكمهم وسيطرتهم الكاملة على بياناتهم ولذلك لتعدد الجهات التي يمكنها استخدام تلك البيانات.

٩. حجم مخاوف الخصوصية لدى المبحوثين.



شكل رقم (٦): مخاوف الخصوصية.

يوضح الشكل السابق أن أكثر من نصف المبحوثين عينة الدراسة (٥٨.٥%) لديهم مستوى منخفض من مخاوف الخصوصية، بينما نسبة (٢٧.٥%) لديهم مستوى مرتفع من مخاوف الخصوصية، ونسبة (١٤%) منهم لديهم مستوى متوسط من مخاوف الخصوصية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نتيجة مقياس كفاءة الذات في الخصوصية والتي تشير أن أكثر من نصف المبحوثين عينة الدراسة (٦٩.٥%) لديهم شعور مرتفع بكفاءة الذات في الخصوصية؛ لذا فقد يكون شعور المبحوثين هذا بقدرتهم على حماية خصوصيتهم وخصوصية المحتوى الذي يشاركونه عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي هو السبب الأساس لانخفاض مستوى مخاوف الخصوصية لديهم.

ولكن، وكما سبق الذكر، فإن شعور مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بالكفاءة الذاتية فيما يتعلق بحماية خصوصيتهم قد يكون شعورا زائفا ووليدا لعدم وعيهم الكامل بكيفية استخدام بياناتهم من قبل جهات متعددة، وكذلك لعدم وعيهم بأنواع الانتهاكات والمخاطر التي يمكن أن يتعرضوا لها ويعرضوا لها أطفالهم الفصّر نتيجة مشاركتهم لمعلومات عنهم على شبكات التواصل الاجتماعي. وينبئ ذلك بخطورة أن يشكل هذا الشعور بالكفاءة -المبلغ عنه ذاتيا- مخاوف الفرد نحو خصوصيته.

ويوضح الجدول التالي استجابات المبحوثين التفصيلية على عبارات مقياس مخاوف الخصوصية.

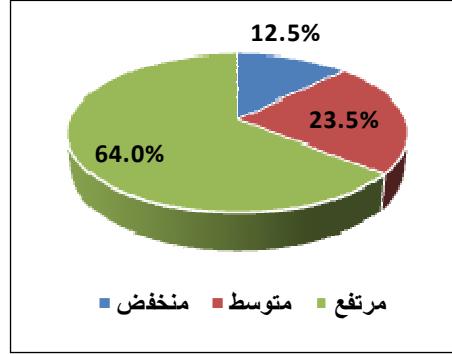
جدول رقم (٩)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس مخاوف الخصوصية.

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الموقف	
							ك	العبارة
%٥٦.٥	٢.٨٣	٦	١١٤	٢٣	٢٣	٣٤	ك	أشعر بالخوف من إمكانية إساءة استخدام أي محتوى أنشره عن أطفالي
		%٣	%٥٧	%١١.٥	%١١.٥	%١٧	%	
%٥٦.٣	٢.٨٢	٦	١١٣	٢٦	٢٢	٣٣	ك	أشعر بالخوف من أن يطلع أي شخص على ما أنشره عن أطفالي
		%٣	%٥٦.٥	%١٣	%١١	%١٦.٥	%	
%٥٥.٩	٢.٨٠	٦	١١٦	٢٣	٢٣	٣٢	ك	أخشى مما قد يفعله الآخرون بما أنشره عن أطفالي
		%٣	%٥٨	%١١.٥	%١١.٥	%١٦	%	
%٥٦.٢	٢.٨١	٧	١١٥	٢١	٢٣	٣٤	ك	أشعر بالخوف من إمكانية استخدام الآخرين لما أنشره عن أطفالي بطريقة لا أتوقعها
		%٣.٥	%٥٧.٥	%١٠.٥	%١١.٥	%١٧	%	

يوضح الجدول السابق أن عبارات مقياس مخاوف الخصوصية حازت على متوسطات حسابية وأوزان نسبية متقاربة؛ حيث حازت عبارة " أشعر بالخوف من إمكانية إساءة استخدام أي محتوى أنشره عن أطفالي" على وزن نسبي (٥٦.٥%)، كما حازت عبارة " أشعر بالخوف من أن يطلع أي شخص على ما أنشره عن أطفالي" على وزن نسبي (٥٦.٣%)، ثم عبارة " أشعر بالخوف من إمكانية استخدام الآخرين لما أنشره عن أطفالي بطريقة لا أتوقعها" بوزن نسبي (٥٦.٢%)، وأخيرا عبارة " أخشى مما قد يفعله الآخرون بما أنشره عن أطفالي" بوزن نسبي (٥٥.٩%).

١٠. الفوائد التي يتوقعها المبحوثون من المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.



شكل رقم (٧): الفوائد المتوقعة.

يتضح من الشكل السابق أن (٦٤%) من المبحوثين عينة الدراسة يتوقعون فوائد مرتفعة نتيجة مشاركتهم لمحتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما يتوقع (٢٣.٥%) منهم فائدة متوسطة، و(١٢.٥%) منهم يتوقعون فائدة منخفضة. وقد تبرر هذه النتيجة ارتفاع نسبة المشاركة الأبوية لدى المبحوثين عينة الدراسة؛ حيث يتوقعون فوائد عالية تعود عليهم من تلك المشاركة. ويوضح الجدول التالي نوع وأمثلة الفوائد التي يتوقعها الأبوان من مشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي بشيء من التفصيل.

جدول رقم (١٠):

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الفوائد المتوقعة من المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير مفيدة على الإطلاق	غير مفيدة	مفيدة إلى حد ما	مفيدة	مفيدة للغاية	مدى الفائدة	
							ك	%
٧١.٦%	٣.٥٨	٧	٢٢	٣٧	١١٦	١٨	ك	الحصول على نصائح أو معلومات عن التربية وكيفية التعامل مع أطفالك
		٣.٥%	١١%	١٨.٥%	٥٨%	٩%	%	
٧٠%	٣.٥٠	٧	٢٨	٣٣	١٢٢	١٠	ك	تجعلني متأكد/ة من صحة قراراتي التربوية
		٣.٥%	١٤%	١٦.٥%	٦١%	٥%	%	
٧٠.٦%	٣.٥٣	٨	٢٧	٣٠	١٢١	١٤	ك	مساعدتي على تقليل القلق في الأمور التي تتعلق بأبنائي
		٤%	١٣.٥%	١٥%	٦٠.٥%	٧%	%	

المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة فيها: دراسة من منظور الخصوصية

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير مفيدة على الإطلاق	غير مفيدة	مفيدة إلى حد ما	مفيدة	مفيدة للغاية	مدى الفائدة	
							ك	عبارات
%٧١.٢	٣.٥٦	٨	٢٤	٣٣	١١٨	١٧	ك	مشاركة النصائح الأبوية وتقديم الفائدة لأصدقائي
		%٤	%١٢	%١٦.٥	%٥٩	%٨.٥	%	
%٧٠.٩	٣.٥٥	٩	٢٦	٢٨	١٢١	١٦	ك	رفع الحرج عني من السؤال بشكل شخصي عن بعض الأمور التي تتعلق بأبنائي
		%٤.٥	%١٣	%١٤	%٦٠.٥	%٨	%	
%٨٦.٦	٤.٣٣	٥	٥	٣٤	٣١	١٢٥	ك	التواصل مع الأصدقاء والعائلة
		%٢.٥	%٢.٥	%١٧	%١٥.٥	%٦٢.٥	%	
%٨٦.٤	٤.٣٢	٥	٨	٣٢	٢٨	١٢٧	ك	الحفاظ على علاقتي الاجتماعية مع الأشخاص الذين لم أجد أتمكن من رؤيتهم
		%٢.٥	%٤	%١٦	%١٤	%٦٣.٥	%	
%٨٠.٤	٤.٠٢	١٨	١٦	٢٨	٢٠	١١٨	ك	تكوين علاقات وصدقات جديدة
		%٩	%٨	%١٤	%١٠	%٥٩	%	
%٨١.٩	٤.١٠	١٥	١٢	٣٠	٢٥	١١٨	ك	تجعلني أشعر بأنني لست وحدي
		%٧.٥	%٦	%١٥	%١٢.٥	%٥٩	%	
%٦٧.٢	٣.٣٦	٢٣	٢٢	٢٦	١١٨	١١	ك	بناء صورة إيجابية عني وعن أطفالي على شبكات التواصل الاجتماعي
		%١١.٥	%١١	%١٣	%٥٩	%٥.٥	%	
%٦٥.٨	٣.٢٩	٢٤	٢٩	٢١	١١٧	٩	ك	تظهر أنني أب/ أم مثالي/ة
		%١٢	%١٤.٥	%١٠.٥	%٥٨.٥	%٤.٥	%	
%٦٧.٥	٣.٣٨	٢٢	٢٢	٢٦	١١٩	١١	ك	تظهر خفة ظلي للعائلة والأصدقاء
		%١١	%١١	%١٣	%٥٩.٥	%٥.٥	%	
%٧٧.١	٣.٨٦	٢١	٢٤	٢٨	١٧	١١٠	ك	تظهر مهارتي في التعامل مع أطفالي
		%١٠.٥	%١٢	%١٤	%٨.٥	%٥٥	%	
%٦٦.٩	٣.٣٥	٢٠	٢٧	٢٧	١١٦	١٠	ك	تظهر أنني أب/ أم مرح/ة
		%١٠	%١٣.٥	%١٣.٥	%٥٨	%٥	%	
%٧٩.٧	٣.٩٩	٢٢	١٣	٢٧	٢٢	١١٦	ك	توثيق مراحل نمو أطفالي
		%١١	%٦.٥	%١٣.٥	%١١	%٥٨	%	
%٨٣.٩	٤.٢٠	١٠	١٤	٢٧	٢٥	١٢٤	ك	جمع الذكريات (الأحداث العائلية، أو الرحلات، أو الأنشطة الترفيهية)
		%٥	%٧	%١٣.٥	%١٢.٥	%٦٢	%	
%٨٣.٢	٤.١٦	٨	٢٠	٢٣	٣٠	١١٩	ك	الفخر بإنجازات أطفالي (الأداء الأكاديمي، أو النجاح الرياضي، أو الأنشطة الفنية أو الموسيقية) وتوثيقها
		%٤	%١٠	%١١.٥	%١٥	%٥٩.٥	%	

يتضح من الجدول السابق أن الفوائد الاجتماعية حازت على أعلى أوزان نسبية ضمن قائمة الفوائد التي يتوقعها الأبوان من مشاركتهم لمحتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث حاز "التواصل مع الأصدقاء والعائلة" على وزن نسبي (٨٦.٦%)، و"الحفاظ على علاقاتي الاجتماعية مع الأشخاص الذين لم أعد أتمكن من رؤيتهم" (٨٦.٤%)، و"تجعلني أشعر بأنني لست وحدي" بوزن نسبي (٨١.٩%).

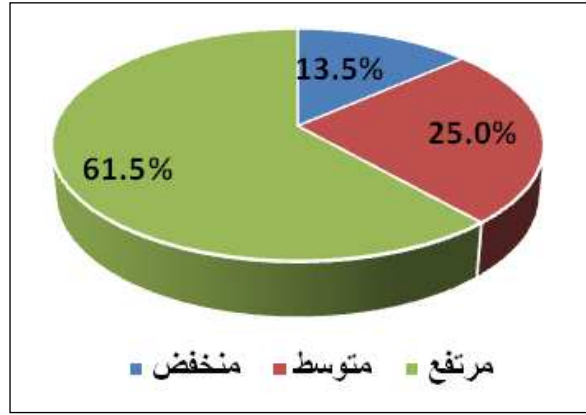
وجاءت فوائد الأرشفة المعلوماتية في المرتبة الثانية مثل "جمع الذكريات (الأحداث العائلية، أو الرحلات، أو الأنشطة الترفيهية)" بوزن نسبي (٨٣.٩%)، و"الفخر بإنجازات أطفالي (الأداء الأكاديمي، أو النجاح الرياضي، أو الأنشطة الفنية أو الموسيقية) وتوثيقها" بوزن نسبي (٨٣.٢%)، و"توثيق مراحل نمو أطفالي" بوزن نسبي (٧٩.٧%).

وحازت فوائد النصيحة الأبوية على أوزان نسبية أقل مثل "الحصول على نصائح أو معلومات عن التربية وكيفية التعامل مع أطفالي" بوزن نسبي (٧١.٦%)، و"مشاركة النصائح الأبوية وتقديم الفائدة لأصدقائي" بوزن نسبي (٧١.٢%)، و"رفع الحرج عني من السؤال بشكل شخصي عن بعض الأمور التي تتعلق بأبنائي" بوزن نسبي (٧٠.٩%).

وأخيرا حازت فوائد إدارة الانطباع على أقل أوزان نسبية مثل "تظهر مهارتي في التعامل مع أطفالي" بوزن نسبي (٧٧.١%)، "تظهر خفة ظلي للعائلة والأصدقاء" بوزن نسبي (٦٧.٥%)، و"بناء صورة إيجابية عني وعن أطفالي على شبكات التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي (٦٧.٢%).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات (Aydogdu 2023; Bhroin et al., 2022; et al, Walrave et al., 2022, Verswijvel et al., 2019 Bessant 2018) التي تشير إلى أن البقاء على تواصل مع العائلات والأصدقاء، والحفاظ على العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت، جمع الذكريات، الفخر بالأبناء، وتجنب العزلة، والحصول على الدعم العاطفي والعملية والاجتماعي هي أهم دوافع المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي. كما تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Verswijvel et al 2019) التي تشير إلى أن الأبوين يشاركون معلومات عن أبنائهم بدافع النصيحة الأبوية، ودوافع اجتماعية، ودوافع إدارة الانطباع، ودوافع الأرشفة المعلوماتية.

١١. حجم المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.



شكل رقم (٨): حجم المشاركة الأبوية.

يتضح من الشكل السابق أن (٦١.٥%) من الآباء والأمهات عينة الدراسة من مرتفعي المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي، و(٢٥%) منهم من متوسطي المشاركة الأبوية، بينما (١٣.٥%) فقط من منخفضي المشاركة.

وتتماشي هذه النتيجة مع نتيجة مقياس الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي والتي أظهرت أن غالبية الباحثين عينة الدراسة (٧٤.٥%) من المستخدمين النشطين لشبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي من المنطقي أن تكون نسبة كبيرة منهم من مرتفعي المشاركة الأبوية على هذه الشبكات؛ حيث يقتضي الاستخدام النشط التفاعل المستمر ومشاركة المحتوى مع المستخدمين الآخرين.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نتائج مقياس مخاوف الخصوصية والفوائد المتوقعة؛ حيث تشير نتائج مقياس مخاوف الخصوصية إلى أن أكثر من نصف الباحثين عينة الدراسة (٥٨.٥%) لديهم مستوى منخفض من مخاوف الخصوصية، وتشير نتائج مقياس الفوائد المتوقعة إلى أن (٦٤%) من الباحثين عينة الدراسة يتوقعون فوائد مرتفعة نتيجة مشاركتهم لمحتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؛ وبالتالي مع انخفاض حجم مخاوف الخصوصية لدى الباحثين وارتفاع حجم الفوائد المتوقعة يكون من المنطقي زيادة مشاركتهم الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

ويوضح الجدول التالي استجابات الباحثين التفصيلية على مقياس المشاركة الأبوية.

جدول رقم (١١)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس حجم المشاركة الأبوية.

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	التكرار					العبارات
		أبدا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما	
%٧٦.٩	٣.٨٥	١٦	٣٣	٢٨	١٢	١١١	ك أنشر منشورات أو صوراً أو مقاطع فيديو لطفلي/ أطفالي على ملفك الشخصي على شبكات التواصل الاجتماعي
		%٨	%١٦.٥	%١٤	%٦	%٥٥.٥	
%٤٩.٧	٢.٤٩	٤٧	٢١	١٢٣	٦	٣	ك أنشر أكثر من منشور أو صورة أو مقطع فيديو واحد لطفلي/ أطفالي في يوم واحد
		%٢٣.٥	%١٠.٥	%٦١.٥	%٣	%١.٥	
%٦٦.٧	٣.٣٤	١٦	٣٦	٢٦	١٠٩	١٣	ك أشعر بالحاجة إلى مشاركة منشور أو صور أو مقاطع فيديو لطفلك/ أطفالك على مواقع التواصل الاجتماعي
		%٨	%١٨	%١٣	%٥٤.٥	%٦.٥	
%٧٧.٣	٣.٨٧	٢٢	١٩	٣٤	١٤	١١١	ك أشارك منشورا أو صورة أو مقطع فيديو لطفلي/ أطفالي للحصول على تعليقات إيجابية من أصدقائي
		%١١	%٩.٥	%١٧	%٧	%٥٥.٥	
%٥٠.٧	٢.٥٤	٥٣	١٢	١١٩	٧	٩	ك أشارك صوراً أو مقاطع فيديو لطفلي/ أطفالي بملابس السباحة أو دون الجزء العلوي من ملابسه أو بملابسه الداخلية أو بالحفاض
		%٢٦.٥	%٦	%٥٩.٥	%٣.٥	%٤.٥	
%٦١.٤	٣.٠٧	٥٢	١٢	١٦	١١٠	١٠	ك أشارك صوراً أو مقاطع فيديو تظهر غباء أو سوء تصرف طفلي/ أطفالي على سبيل الضحك
		%٢٦	%٦	%٨	%٥٥	%٥	
%٥٣.٧	٢.٦٩	٤٢	١٥	١١٨	١٤	١١	ك أشارك صوراً أو مقاطع فيديو لأطفال آخرين تلتقيتها من أشخاص آخرين (مثل صور أطفال أحد أفراد العائلة أو الأصدقاء أو حتى صور مضحكة أو ملصقات أو مقاطع فيديو انتشرت بشكل واسع)
		%٢١	%٧.٥	%٥٩	%٧	%٥.٥	
%٦٣.١	٣.١٦	٤٧	١٣	١٦	١١٠	١٤	ك يعاتبني بعض الأشخاص المقربين على مشاركة صور أو مقاطع فيديو لطفلي/ أطفالي
		%٢٣.٥	%٦.٥	%٨	%٥٥	%٧	
%٤١.٧	٢.٠٩	٥٠	١١٤	١٧	٧	١٢	ك أحذف منشور أو صورة أو فيديو لطفلي/ أطفالي شاركته على مواقع التواصل بعد تلقي تعليقات سلبية من شخص آخر
		%٢٥	%٥٧	%٨.٥	%٣.٥	%٦	
%٤١.١	٢.٠٦	١١٩	١٣	٢٤	٢٦	١٨	ك أشعر بأنه لا يجب على مشاركة صورة أو فيديو لطفلي/ أطفالي
		%٥٩.٥	%٦.٥	%١٢	%١٣	%٩	

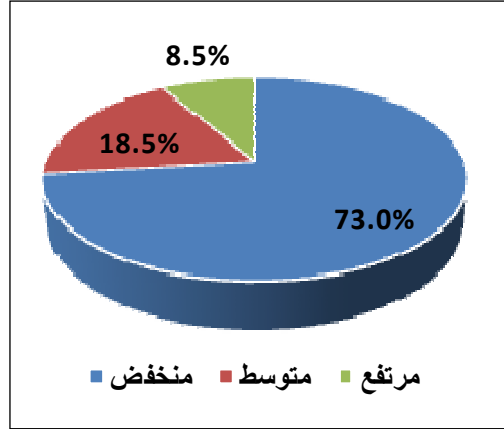
المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة فيها: دراسة من منظور الخصوصية

العبارة	التكرار	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
أفكر في قوانين حماية الطفل عند مشاركة صورة أو فيديو الخاص لطفلي/ أطفال	ك	٥	٩	٢١	١١	١٥٤	١.٥٠	%٣٠
	%	%٢.٥	%٤.٥	%١٠.٥	%٥.٥	%٧٧		
أفكر في أثر الصور أو مقاطع الفيديو التي أشاركها لطفلي/ أطفال على مواقع التواصل على حياته	ك	١٠	١٣	٢٠	١١	١٤٦	١.٦٥	%٣٣
	%	%٥	%٦.٥	%١٠	%٥.٥	%٧٣		
أفكر في مدى رضا طفلي/ أطفال عما شاركته عنهم عندما يكبرون	ك	١٠	١٣	١٩	١٢	١٤٦	١.٦٥	%٣٢.٩
	%	%٥	%٦.٥	%٩.٥	%٦	%٧٣		
أفكر في احتمالية خطورة مشاركة صورة أو فيديو على أمن لطفلي/ أطفال على الانترنت وفي الواقع	ك	١١	١٢	٢٩	١٢	١٣٦	١.٧٥	%٣٥
	%	%٥.٥	%٦	%١٤.٥	%٦	%٦٨		
أفكر في أن الصور أو مقاطع الفيديو التي شاركتها لطفلك/ أطفالك يمكن سرقتها	ك	٨	١٣	٢٨	١٤	١٣٧	١.٧١	%٣٤.١
	%	%٤	%٦.٥	%١٤	%٧	%٦٨.٥		
أفكر في أن الصور أو مقاطع الفيديو التي شاركتها لطفلك/ أطفالك يمكن سوء استغلالها على مواقع تروج للانجذاب الجنسي الأطفال	ك	٨	١١	١٧	١٣	١٥١	١.٥٦	%٣١.٢
	%	%٤	%٥.٥	%٨.٥	%٦.٥	%٧٥.٥		

يتضح من الجدول السابق أن العبارات التالية حازت على أعلى أوزان نسبية على مقياس المشاركة الأبوية هي:

"أشارك منشورا أو صورة أو مقطع فيديو لطفلي/ أطفال للتحصول على تعليقات إيجابية من أصدقائي" بوزن نسبي (٧٧.٣%)، ثم عبارة " أنشر منشورات أو صوراً أو مقاطع فيديو لطفلي/ أطفال على ملفك الشخصي على شبكات التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي (٧٦.٩%)، ثم عبارة " أشعر بالحاجة إلى مشاركة منشور أو صور أو مقاطع فيديو لطفلك/ أطفالك على شبكات التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي (٦٦.٧%)، ثم عبارة " يعاتبني بعض الأشخاص المقربين على مشاركة صور أو مقاطع فيديو لطفلي/ أطفال" بوزن نسبي (٦٣.١%).

١٢. مدى استخدام المبحوثين لممارسات الحد من المخاطر.



شكل رقم (٩): استخدام ممارسات الحد من المخاطر.

يوضح الشكل السابق أن النسبة الأكبر من المبحوثين عينة الدراسة (٧٣%) من منخفضي استخدام ممارسات الحد من المخاطر في المحتوى الذين يقومون بمشاركته عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي؛ وهي الممارسات التي يقوم بها المستخدم للتقليل من المخاطر التي قد تنجم عنه مشاركته لمعلومات وصور كإخفاء وجوه الأطفال أو نشر صور لا توضح ملامحهم وما إلى ذلك، وكانت نسبة (١٨.٥%) من المبحوثين من متوسطي استخدام هذه الممارسات، بينما نسبة (٨.٥%) فقط هم من يقومون باستخدامها بشكل مرتفع.

وبالنظر إلى نتائج مقياس المشاركة الأبوية والتي تشير أن نسبة (٦١.٥%) من المبحوثين عينة الدراسة من مرتفعي المشاركة الأبوية، نجد أن هناك مخاطرة كبيرة من قبل المبحوثين من اقتران مشاركتهم المرتفعة بانخفاض استخدامهم لممارسات الحد من المخاطر؛ الأمر الذي قد يمكن اعتباره دليلاً على عدم الوعي السيبراني لدى المبحوثين، وعدم إدراكهم للمخاطر التي قد تنجم عن مشاركتهم المفرطة لمحتوى متعلق بأطفالهم دون اتباع بعض التدابير وتبني بعض الممارسات للحد من المخاطر.

وقد كانت استجابات المبحوثين على مقياس ممارسات الحد من المخاطر كالتالي:

حازت عبارة "أستخدم المنشورات النصية فقط بدون صور أو مقاطع فيديو" على أعلى متوسط حسابي بوزن نسبي (٤٠.٥%)، تلتها عبارة "أقوم بتحديد الأشخاص الذين يمكنهم رؤية المنشور" بوزن نسبي (٣٤.٦%)، ثم عبارة "أنشر صور ومقاطع فيديو من مسافة بعيدة لهم يكون صعب من خلالها تحديد ملامحهم" بوزن نسبي (٣٣.٨%)، وعبارة

"أنشر صور وفيديوهات لا تظهر وجوههم" بوزن نسبي (٣٣.٦%).

ويمكن تفسير انخفاض استخدام ممارسات الحد من المخاطر لدى المبحوثين عينة الدراسة، في ضوء استجاباتهم على مقياس كفاءة الذات في الخصوصية؛ والتي تشير إلى أن نسبة (٦٩.٥%) من المبحوثين لديهم شعور مرتفع بكفاءة الذات في الخصوصية، وقد يكون هذا الشعور -حتى ولو كان زائفا- هو السبب وراء عدم لجوء المبحوثين إلى استخدام ممارسات الحد من المخاطر لحماية خصوصية أطفالهم، والمحتوى الذين يقومون بمشاركته عنهم من أي انتهاكات ومخاطر.

١٣. أسباب استخدام المبحوثين لممارسات الحد من المخاطر.

جدول رقم (١٢)

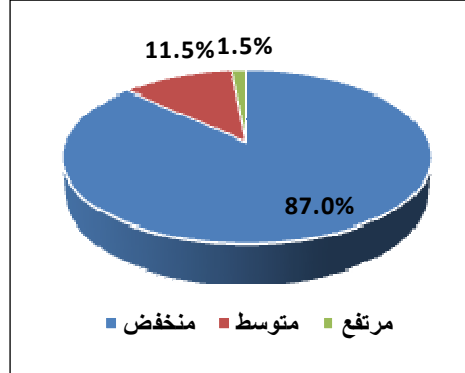
أسباب استخدام ممارسات الحد من المخاطر

الأسباب	ك	%
خوفا من الحسد	١٦٠	٨٠%
لأنني أرى أصدقائي يفعلون ذلك في المنشورات المتعلقة بأبنائهم	١٠	٥%
منعا لإساءة استخدام صورهم بواسطة آخرين	٣٠	١٥%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق أن الخوف من الحسد يأتي في مقدمة الأسباب التي تدفع بعض الآباء والأمهات إلى استخدام ممارسات الحد من المخاطر -كالتشويش على صور أطفالهم أو نشر صور لا توضح الملامح أو الاكتفاء بمنشورات نصية فقط- أو التي يري المبحوثين أن المستخدمين الآخرين يقومون بهذه الممارسات من أجلها وذلك بنسبة (٨٠%)، بينما يستخدم (١٥%) من المبحوثين تلك الممارسات أو يعتقدون أن الآخرين يستخدمونها منعا لإساءة استخدام صورهم بواسطة آخرين، وأخيرا يستخدم (٥%) من المبحوثين تلك الممارسات بدافع تقليد الآخرين أي لأنهم يرون أصدقائهم يفعلون ذلك في المنشورات المتعلقة بأبنائهم.

الأمر الذي يعكس قلة الوعي بمخاطر المشاركة الأبوية على خصوصية الطفل فإلى جانب انخفاض نسبة استخدام ممارسات الحد من المخاطر بين المبحوثين حيث سجل (٧٣%) منهم مستوى منخفضا من استخدامها؛ فإن من يقومون باستخدامها يكون الدافع الأساس لهم بعيد كل البعد عن المخاطر السيبرانية بل يكون الدافع هو الخوف من الحسد. كما أن من لا يقومون باستخدامها يرون أن السبب الرئيس لاستخدامها من قبل الآخرين هو الخوف من الحسد أيضا.

١٤. مدى نقاش المبحوثين مع الأبناء بشأن المشاركة:

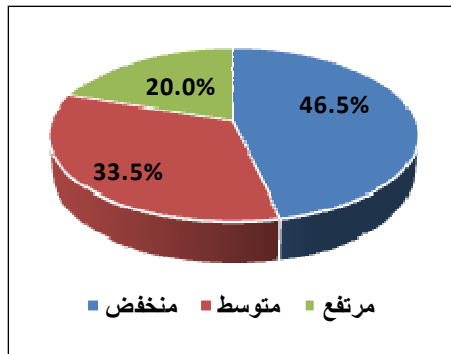


شكل رقم (١٠): النقاش مع الأبناء.

يتضح من الشكل السابق أن (٨٧%) من المبحوثين عينة الدراسة يتناقشون مع أبنائهم حول مشاركة محتوى متعلق بهم على شبكات التواصل الاجتماعي بمستوى منخفض، بينما (١١.٥%) منهم يتناقشون معهم بمستوى متوسط، و(١.٥%) منهم يتناقشون بمستوى مرتفع.

وقد حازت عبارة "أخذ رأي طفلي/ أطفالي قبل نشر أي محتوى عنه على شبكات التواصل الاجتماعي" على أعلى متوسط حسابي من بين عبارات مقياس النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة بوزن نسبي (٤٢.٧%)، تلتها عبارة "يطلب مني طفلي/ أطفالي تعديل شيء قمت بنشره عنه على شبكات التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي (٣٧.٧%)، ثم عبارة "يطلب مني طفلي/ أطفالي حذف شيء قمت بنشره عنه على شبكات التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي (٣٧.٥%).

١٥. مدى اعتقاد المبحوثين في حق الطفل في الخصوصية:



شكل رقم (١١): الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية.

يتضح من الشكل السابق أن (٤٦.٥%) من الآباء والأمهات عينة الدراسة لديهم اعتقاد منخفض في حق الطفل في الخصوصية، بينما (٣٣.٥%) منهم لديهم اعتقاد متوسط في هذا الحق، و(٢٠%) منهم فقط هم من لديهم اعتقاد مرتفع في حق الطفل في الخصوصية؛ حيث يرى (٧٤.٥%) من المبحوثين عينة الدراسة أنه ليس من الضروري أن يأخذ الأبوان رأي أطفالهم قبل نشر منشورات أو صور أو مقاطع فيديو عنهم على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما يرى (٢٥.٥%) فقط من المبحوثين أنه على الأباوين أخذ رأي أطفالهم قبل نشر محتوى متعلق بهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Moser et al., 2017) التي تشير إلى أن الآباء والأمهات يعتقدون أنهم يجب عليهم أن يطلبوا الإذن بشكل أكثر تكراراً مما هم عليه في الواقع.

وعندما سُأل المبحوثون عينة الدراسة عن رد فعلهم إذا طلب أحد أطفالهم حذف شيء متعلق بهم قاموا بنشره على شبكات التواصل الاجتماعي فأجاب (٤٨%) فقط بأنهم سيستجيبون لرغبة طفلهم، بينما تراوحت إجابات المبحوثين الآخرين ما بين: "سأحاول إقناعه بعدم الحذف أو التعديل" بنسبة (٤٠%)، و"سأحاول الموضوع إلى مادة للضحك" بنسبة (٦.٥%)، و"سأقول له أنني فعلت وأنا لم أفعل" بنسبة (٣%)، و"لن اهتم للأمر" بنسبة (٢.٥%).

ب- نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: تُوجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين حجم مخاوف الخصوصية ومدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٣):

معنوية العلاقة الارتباطية بين حجم مخاوف الخصوصية ومدى المشاركة الأبوية.

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
-.٨١٥**	٠.٠٠٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	

توضح بيانات الجدول السابق باستخدام معامل ارتباط بيرسون معنوية العلاقة الارتباطية ما بين حجم مخاوف الخصوصية ومدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (-.٨١٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١)، وهي علاقة عكسية أي كلما زادت مخاوف الخصوصية

لدى الأبوبين فيما يتعلق بما يقومون بنشره عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي - كالمخاوف الخاصة بإساءة استخدام ما ينشرونه عن أطفالهم وما إلى ذلك- قلت مشاركتهم للمحتوى المتعلق بأطفالهم، والعكس بالعكس.

وتتفق هذه النتيجة مع نظريات الخصوصية ونظريات علم النفس التي تذهب إلى أن مخاوف الإنسان محرك رئيس لسلوكياته، وعامل أساس للتنبؤ بها؛ فلا شك في أن المخاوف تشكل دوراً حيوياً في تشكيل تفكير الإنسان واتخاذها للقرارات والسلوك.

بينما تختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Ní Bhroin et al., 2022) التي تشير إلى أن الآباء والأمهات الذين يشعرون بمزيد من القلق بشأن خصوصية أطفالهم هم الأكثر احتمالاً لمشاركة معلومات وصور أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

وبذلك ثبتت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين حجم مخاوف الخصوصية ومدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم الفائدة المتوقعة ومدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٤)

معنوية العلاقة الارتباطية بين حجم الفائدة المتوقعة ومدى المشاركة الأبوية

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
٠.٧٤٧**	٠.٠٠٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	

توضح بيانات الجدول السابق باستخدام معامل ارتباط بيرسون معنوية العلاقة الارتباطية ما بين حجم الفائدة المتوقعة ومدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٧٤٧) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١)، وهي علاقة طردية أي أنه كلما زاد حجم الفائدة المتوقعة من مشاركة محتوى متعلق بالأبناء على شبكات التواصل الاجتماعي لدى الأبوبين، زادت مشاركتهم لمثل هذا المحتوى.

وبذلك ثبتت صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم الفائدة المتوقعة ومدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين وحجم الفائدة المتوقعة من المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٥):

معنوية العلاقة الارتباطية بين حجم مخاوف الخصوصية وحجم الفائدة المتوقعة.

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
٠.٠٠٠	*-٠.٧٦٤**
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	

توضح بيانات الجدول السابق باستخدام معامل ارتباط بيرسون معنوية العلاقة الارتباطية ما بين حجم مخاوف الخصوصية وحجم الفائدة المتوقعة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (-٠.٧٦٤) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١)، وهي علاقة عكسية، أي أنه كلما زاد حجم مخاوف الخصوصية قلَّ حجم الفائدة المتوقعة لمشاركة محتوى متعلق بالأطفال.

الفرض الرابع: تؤثر متغيرات (كفاءة الذات في الخصوصية، استخدام ممارسات الحد من المخاطر، والثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية) على حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين.

جدول رقم (١٦)

تأثير متغيرات (كفاءة الذات في الخصوصية، استخدام ممارسات الحد من المخاطر، والثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية) على حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين

مستوى معنوية (ف)	درجات الحرية	قيمة (ف)	مستوى معنوية (ت)	قيمة (ت)	بيتا غير المعيارية	معامل التحديد (ر ^٢)	معامل الارتباط (ر)	المتغيرات
٠.٠٠٠	٣ ١٩٦	٩١.٠٠	٠.٠٠٠	١٠.٢٦	١٧.٣٤١	٠.٥٨٢	٠.٧٦٣	الثابت
			٠.٠٠٠	٩.٤٣-	٠.٥٣٢-			كفاءة الذات في الخصوصية
			٠.٩٠٥	٠.١١٩	٠.٠١٠			الثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية
			٠.٠٠٠	٩.٢٧٠	٠.٣٣٢			ممارسات الحد من المخاطر

يتضح من البيانات الواردة في هذا الجدول رقم (١٦) النتائج التالية:

- كانت قيمة (ت) لمتغيري كفاءة الذات في الخصوصية وممارسات الحد من المخاطر دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠، ما يعني أنها عوامل لا يمكن إغفالها في تفسير حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين.
 - بلغت قيمة معامل التحديد (ر^٢) ٠.٥٨٢، ما يعني أن لمتغيري كفاءة الذات في الخصوصية وممارسات الحد من المخاطر مسئولان عن حدوث ما نسبته ٥٨% من التغيرات التي تحدث في حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين.
 - بلغت قيمة معامل الارتباط (ر) ٠.٧٦٣، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠، ما يعني معنوية ارتباط متغيري كفاءة الذات في الخصوصية وممارسات الحد من المخاطر بمتغير حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين وهي علاقة طردية قوية.
 - كانت قيمة (ت) لمتغير الثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية غير دالة إحصائيًا ($P>0.05$)، ما يعني إنها غير مؤثرة في حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين.
- وبذلك يكون اختبار الفرض الرابع بمعنوية تأثير متغيرات (كفاءة الذات في الخصوصية، استخدام ممارسات الحد من المخاطر، والثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية) على حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين قد انتهى إلى ثبوت صحته جزئيا.
- الفرض الخامس: تؤثر متغيرات (كفاءة الذات في الخصوصية، استخدام ممارسات الحد من المخاطر، والثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية، الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي) على مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٧)

تأثير متغيرات (كفاءة الذات في الخصوصية، استخدام ممارسات الحد من المخاطر، والثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية، الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي) على مدى المشاركة الأبوية

المتغيرات	معامل الارتباط (ر)	معامل التحديد (ر ^٢)	بيتا غير المعيارية	قيمة (ت)	قيمة (ف)	مستوى معنوية (ت)	مستوى معنوية (ف)	درجات الحرية	مستوى معنوية (ف)
الثابت			٤٠.٠٤٥	٨.١٨٥		٠.٠٠٠			
كفاءة الذات في الخصوصية	٠.٨٤٧	٠.٧١٧	٠.٤٣٠	٢.١٨٧	٩٨.٤٠	٠.٠٣٠		٥	٠.٠٠٠
الثقة في أصدقاء الشبكة			٠.١٥٨	٠.٧٣٦		٠.٤٦٢		١٩٤	

المتغيرات	معامل الارتباط (ر)	معامل التحديد (ر ^٢)	بيتا غير المعيارية	قيمة (ت)	مستوى معنوية (ت)	قيمة (ف)	درجات الحرية	مستوى معنوية (ف)
الاجتماعية								
ممارسات الحد من المخاطر			٠.٤٧٢-	٤.٤١٨-	٠.٠٠٠			
الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية			٧.٨٥٢-	٨.٣٥٨-	٠.٠٠٠			
الاستخدام النشط			٠.٤٢٧	٤.٨٧٩	٠.٠٠٠			

يتضح من البيانات الواردة في هذا الجدول رقم (١٧) النتائج التالية:

- كانت قيمة (ت) لمتغيرات كفاءة الذات في الخصوصية، وممارسات الحد من المخاطر، والاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية، والاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠، ما يعني أنها عوامل مؤثرة على قرار المبحوثين بالمشاركة الأبوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
 - بلغت قيمة معامل التحديد (ر^٢) ٠.٧١٧، ما يعني أن متغيرات كفاءة الذات في الخصوصية، وممارسات الحد من المخاطر، والاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية، والاستخدام النشط لشبكات التواصل مسؤولاً بنسبة ٧١% عن مدى المشاركة الأبوية للمبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
 - بلغت قيمة معامل الارتباط (ر) ٠.٨٤٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠، ما يعني معنوية ارتباط متغيرات كفاءة الذات في الخصوصية، وممارسات الحد من المخاطر والاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية، والاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي بمتغير حجم المشاركة الأبوية وهي علاقة طردية قوية.
- وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات Aydoğdu et al, 2023; Amon et al., (2022) والتي تشير إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين الاستخدام النشط لوسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة الأبوية.
- كما تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Ní Bhroin et al., 2022) التي تشير إلى أن الآباء والأمهات الذين يمتلكون مستويات أعلى من المهارات الرقمية هم الأكثر احتمالاً لمشاركة معلومات وصور أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي.
- كانت قيمة (ت) لمتغير الثقة في المستخدمين الآخرين غير دالة إحصائياً ($P > 0.05$)، ما يعني إنها غير مؤثرة في حجم المشاركة الأبوية.

وبذلك يكون اختبار الفرض الخامس بمعنوية تأثير متغيرات (كفاءة الذات في الخصوصية، استخدام ممارسات الحد من المخاطر، الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية، والاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي) على حجم المشاركة الأبوية قد انتهى إلى ثبوت صحته جزئياً.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغيرات (عدد الأصدقاء، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة، الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية).

جدول رقم (١٨)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية تُعزى إلى متغيرات (عدد الأصدقاء، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة)

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات
٠.٠٠٠	٥ ١٩٤	F= ٩٢.٥٥	٨.١٤٦	٣٥.٨٩	٩	أقل من ١٠٠ صديق
			١٤.٤٥٣	٤٤.٦٩	١٦	من ١٠٠: ٢٠٠ صديق
			١٥.١٥١	٤٦.٧٥	٢٠	من ٢٠١: ٣٠٠ صديق
			١٢.٣٨٠	٤٧.٣٥	٢٦	من ٣٠١: ٤٠٠ صديق
			٣.٩٨٠	٦٧.٥٦	١٠٩	من ٤٠١: ٥٠٠ صديق
			١٢.٣٩٩	٤٣.٥٥	٢٠	أكثر من ٥٠٠ صديق
٠.٠٠٠	٢ ١٩٧	F= ٤٧.٨٧	٧.١٤٨	٣٨.٨١	١٦	منخفض
			١١.٧١٦	٤٤.٩٧	٣٥	متوسط
			١٢.٦٤٠	٦٢.٠٤	١٤٩	مرتفع
٠.٠٠٠	٢ ١٩٧	F= ١٢.٩٦	١٤.٢٣٥	٥٩.١٣	١٧٤	منخفض
			١١.٨٩٢	٤٤.٣٥	٢٣	متوسط
			٣.٢١٥	٤٣.٣٣	٣	مرتفع
٠.٠٠٠	٢ ١٩٧	F= ٤٧.٨٧	٧.١٤٨	٣٨.٨١	١٦	منخفض
			١١.٧١٦	٤٤.٩٧	٣٥	متوسط
			١٢.٦٤٠	٦٢.٠٤	١٤٩	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير عدد الأصدقاء؛

حيث بلغت قيمة (F) ٩٢.٥٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠).

وكانت الفروق لصالح مجموعة (من ٤٠١ : ٥٠٠ صديق) بمتوسط حسابي (٦٧.٥٦)، تلتها مجموعة (من ٣٠١ : ٤٠٠ صديق) بمتوسط حسابي (٤٧.٣٥)، ثم مجموعة (من ٢٠١ : ٣٠٠ صديق) بمتوسط حسابي (٤٦.٧٥)، ثم مجموعة من ١٠٠ : ٢٠٠ صديق بمتوسط حسابي (٤٤.٦٩)، ثم مجموعة أكثر من ٥٠٠ صديق بمتوسط حسابي (٤٣.٥٥)، ثم مجموعة (أقل من ١٠٠ صديق) بمتوسط حسابي (٣٥.٨٩).

ويلاحظ من النتائج السابقة أنه كلما زاد عدد أصدقاء الأبوين على شبكات التواصل الاجتماعي، زادت مشاركتهم لمحتوى متعلق بأطفالهم على هذه الشبكات.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن زيادة عدد الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي إلى يزيد من فرص التفاعل والتواصل مع الآخرين على هذه الشبكات؛ ومن ثم يعزز رغبة الأفراد في مشاركة تجاربهم مع أطفالهم. كما يمكن تفسير ارتباط زيادة عدد الأصدقاء بالمشاركة بأن الفرد مع زيادة عدد أصدقاءه قد يقع تحت تأثير الضغوط الاجتماعية والتأثير الاجتماعي؛ مما يشعره بالضغط الاجتماعي للمشاركة فيما يفعله آخرون، خاصة إذا كانت هناك اتجاهات إيجابية نحو مشاركة محتوى حول الأسرة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Brosch, 2016) التي تشير إلى أن عدد أصدقاء الفيس بوك يؤثر بشكل كبير على مشاركة المعلومات عن الأطفال على فيسبوك.

كما تشير بيانات الجدول إلى معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة F (٤٧.٨٧) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠).

وكانت الفروقة لصالح مجموعة (مرتفعي الاستخدام النشط) بمتوسط حسابي (٦٢.٠٤)، تلتها مجموعة (متوسطي الاستخدام النشط) بمتوسط حسابي (٤٤.٩٧)، وأخيراً مجموعة (منخفضي الاستخدام النشط) بمتوسط حسابي (٣٨.٨١).

وفي ضوء النتائج السابقة يلاحظ أنه كلما ارتفع معدل الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الأبوين زادت مشاركتهم لمحتوى متعلق بأطفالهم على هذه الشبكات.

ويمكن تفسير الرابط بين ارتفاع الاستخدام النشط وزيادة المشاركة الأبوية بأن زيادة معدل الاستخدام النشط لشبكات التواصل يؤدي إلى زيادة الوعي بفعاليات الشبكة وفهم كيفية استخدامها، مما يجعل الأفراد يميلون إلى المشاركة عليها بشكل أكبر. كما يمكن أن تكون ثقافة استخدام ومشاركة المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً من الثقافة

الرقمية التي هي سمة العصر الحالي، حيث يتبنى الأفراد هذا النمط كوسيلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين.

وتشير بيانات الجدول أيضا إلى ثبوت معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير النقاش مع الأبناء؛ حيث بلغت قيمة $F(12.96)$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.000) .

وكانت الفروق لصالح مجموعة (منخفضي النقاش مع الأبناء) بمتوسط حسابي (59.13) ، تلتها مجموعة (متوسطي النقاش مع الأبناء) بمتوسط حسابي (44.35) ، وأخيرا مجموعة (مرتفعي النقاش مع الأبناء) بمتوسط حسابي (43.33) .

لذا يمكن القول إنه كلما انخفض النقاش مع الأبناء حول المشاركة زادت المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي. ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن نقص النقاش التواصل الفعال بين الآباء والأمهات وأبناءهم حول المشاركة غالبا ما يؤدي عدم وعي الوالدين باتجاهات أبناءهم حول ما يشاركونه عنهم على شبكات التواصل الاجتماعي؛ والتي غالبا ما تكون سلبية. فكما تشير الدراسات السابقة (Verswijvel et al, 2019; Steinberg, 2017; Moser et al, 2017; Levy, 2017; Hiniker et al., 2016) أن الأبناء يعارضون بشكل كبير السلوك التشاركي للآباء والأمهات، ويرونه في الغالب محرّجا وغير ذي جدوى، وأنه انتهاكا لخصوصيتهم، وأنه يجب على الآباء والأمهات أن يطلبوا الإذن منهم قبل أن يشاروا شيئا عنهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتشير بيانات الجدول أيضا إلى ثبوت معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية حيث بلغت قيمة $F(47.87)$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.000) .

وكانت الفروق لصالح مجموعة (الاعتقاد المرتفع في حق الطفل في الخصوصية) بمتوسط حسابي (62.04) ، تلتها مجموعة (الاعتقاد المتوسط في حق الطفل في الخصوصية) بمتوسط حسابي (44.97) ، وأخيرا مجموعة (الاعتقاد المنخفض في حق الطفل في الخصوصية) بمتوسط حسابي (38.81) .

وبناء على ما سبق يمكن القول إن ارتفاع اعتقاد الأبوين في حق الطفل في الخصوصية لا يؤثر على مدى مشاركتهم الأبوية المفردة على شبكات التواصل الاجتماعي ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنه قد يكون هناك فهم غير صحيح لدى الأبوين لمفهوم حق الطفل في الخصوصية، وقد يمكن تفسير ذلك بأن الأبوين قد يكون لديهما اعتقاد بأن

المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي هي شكل من أشكال العناية والاهتمام بالطفل، دون أن يدركوا التأثير السلبي المحتمل لتلك المشاركة.

لذا وبالبناء على ما سبق فقد ثبتت صحة الفرض السادس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغيرات (عدد الأصدقاء، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة، الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية).

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغيرات (عدد الأصدقاء، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة)، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD والذي أسفر عن النتائج التي يعرض لها الجدول التالي:

جدول رقم (١٩)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية التي تُعزى إلى متغيرات (عدد الأصدقاء، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة)

المتغيرات	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
أقل من ١٠٠ صديق	من ١٠٠: ٢٠٠ صديق	من ١٠٠: ٢٠٠ صديق	-٨.٧٩٩*	٣.٨٤١	٠.٠٢٣
	من ٢٠١: ٣٠٠ صديق	من ١٠٠: ٢٠٠ صديق	-١٠.٨٦*	٣.٧٠١	٠.٠٠٤
	من ٣٠١: ٤٠٠ صديق	من ١٠٠: ٢٠٠ صديق	-١١.٤٥*	٣.٥٦٦	٠.٠٠٢
	من ٤٠١: ٥٠٠ صديق	من ١٠٠: ٢٠٠ صديق	-٣١.٦٧*	٣.١٩٨	٠.٠٠٠
	أكثر من ٥٠٠ صديق	من ١٠٠: ٢٠٠ صديق	-٧.٦٦١*	٣.٧٠١	٠.٠٤٠
من ١٠٠: ٢٠٠ صديق	من ٢٠١: ٣٠٠ صديق	من ٢٠١: ٣٠٠ صديق	-٢.٠٦٣	٣.٠٩٢	٠.٥٠٦
	من ٣٠١: ٤٠٠ صديق	من ٢٠١: ٣٠٠ صديق	-٢.٦٥٩	٢.٩٢٩	٠.٣٦٥
	من ٤٠١: ٥٠٠ صديق	من ٢٠١: ٣٠٠ صديق	-٢٢.٨٧*	٢.٤٦٨	٠.٠٠٠
	أكثر من ٥٠٠ صديق	من ٢٠١: ٣٠٠ صديق	١.١٣٨	٣.٠٩٢	٠.٧١٣
من ٢٠١: ٣٠٠ صديق	من ٣٠١: ٤٠٠ صديق	من ٣٠١: ٤٠٠ صديق	-٠.٥٩٦	٢.٧٤٢	٠.٨٢٨
	من ٤٠١: ٥٠٠ صديق	من ٢٠١: ٣٠٠ صديق	-٢٠.٨١*	٢.٢٤٣	٠.٠٠٠
	أكثر من ٥٠٠ صديق	من ٢٠١: ٣٠٠ صديق	٣.٢٠٠	٢.٩١٥	٠.٢٧٤
من ٣٠١: ٤٠٠ صديق	من ٤٠١: ٥٠٠ صديق	من ٣٠١: ٤٠٠ صديق	-٢٠.٢١*	٢.٠١٢	٠.٠٠٠
	أكثر من ٥٠٠ صديق	من ٣٠١: ٤٠٠ صديق	٣.٧٩٦	٢.٧٤٢	٠.١٦٨
من ٤٠١: ٥٠٠ صديق	أكثر من ٥٠٠ صديق	أكثر من ٥٠٠ صديق	٢٤.٠١*	٢.٢٤٣	٠.٠٠٠

المتغيرات	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
الاستخدام النشط	منخفض	متوسط	٦.١٥٩-	٣.٦٦٧	٠.٠٩٥
		مرتفع	*٢٣.٢٢-	٣.١٩٦	٠.٠٠٠
	متوسط	مرتفع	*١٧.٠٦-	٢.٢٨٢	٠.٠٠٠
النقاش مع الأبناء	منخفض	متوسط	*١٤.٧٨	٣.٠٨٩	٠.٠٠٠
	مرتفع	مرتفع	١٥.٧٩	٨.١٠٨	٠.٠٥٣
الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية	منخفض	متوسط	١.٠١٤	٨.٥٤٧	٠.٩٠٦
		مرتفع	٦.١٥٩-	٣.٦٦٧	٠.٠٩٥
	متوسط	مرتفع	*٢٣.٢٢-	٣.١٩٦	٠.٠٠٠
		مرتفع	*١٧.٠٦-	٢.٢٨٢	٠.٠٠٠

* دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥

فيما يخص الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لعدد الأصدقاء، توضح بيانات الجدول السابق رقم (١٩) النتائج التالية:

– معنوية الفروق بين مجموعة (أقل من ١٠٠ صديق) والمجموعات الأخرى في متغير مدى المشاركة المفرطة للأبوين لمحتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وقد كانت هذه الفروق لصالح كل المجموعات عند مقارنتها بمجموعة (أقل من ١٠٠ صديق) وذلك بدلالة إحصائية.

– معنوية الفروق بين مجموعة (من ١٠٠ : ٢٠٠ صديق) ومجموعة (من ٤٠١ : ٥٠٠ صديق) وكانت الفروق لصالح المجموعة الأخيرة بدلالة إحصائية.

– معنوية الفروق بين مجموعة (من ٢٠١ : ٣٠٠ صديق) ومجموعة (من ٤٠١ : ٥٠٠ صديق) لصالح المجموعة الأخيرة بدلالة إحصائية.

– معنوية الفروق بين مجموعة (من ٣٠١ : ٤٠٠ صديق) ومجموعة (من ٤٠١ : ٥٠٠ صديق)؛ لصالح المجموعة الأخيرة حيث كانت قيمة الفرق بين المتوسطات دالة إحصائياً.

– معنوية الفروق بين مجموعة (من ٤٠١ : ٥٠٠ صديق) ومجموعة (أكثر من ٥٠٠ صديق)؛ عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

وفيما يخص الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية وفقاً لمتغير الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، توضح بيانات الجدول السابق النتائج التالية:

– معنوية الفروق بين مجموعة (الاستخدام النشط المنخفض) ومجموعة (الاستخدام النشط

المرتفع)؛ لصالح المجموعة الأخيرة حيث كانت قيمة الفرق بين المتوسطات دالة إحصائية.

– معنوية الفروق بين مجموعة (الاستخدام النشط المتوسط) ومجموعة (الاستخدام النشط المرتفع) لصالح المجموعة الأخيرة بدلالة إحصائية.

أما فيما يخص متغير النقاش مع الأبناء حول المشاركة، يتضح من الجدول السابق معنوية الفروق بين مجموعة (النقاش المنخفض) ومجموعة (النقاش المتوسط)، لصالح المجموعة الأولى بدلالة إحصائية.

وفيما يخص الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية وفقا لمتغير الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية يتضح من الجدول السابق:

– معنوية الفروق بين مجموعة (الاعتقاد المنخفض في حق الطفل في الخصوصية) ومجموعة (الاعتقاد المرتفع في حق الطفل في الخصوصية) وكانت الفروق لصالح المجموعة الأخيرة بدلالة إحصائية.

– معنوية الفروق بين مجموعة (الاعتقاد المتوسط في حق الطفل في الخصوصية) ومجموعة (الاعتقاد المرتفع في حق الطفل في الخصوصية) لصالح المجموعة الأخيرة حيث كانت قيمة الفرق بين المتوسطات دالة إحصائية.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية للأبوين (النوع، السن، والمستوي التعليمي).

جدول رقم (٢٠)

معنوية الفروق بين المبحوثين في المشاركة الأبوية بحسب خصائصهم الديموغرافية

(النوع، السن، والمستوي التعليمي)

مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار الإحصائي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	خصائص العينة	
٠.٢٩٣	١٩٨	T= ١.٠٥-	١٣.٢٥٧	٥٥.٥٩	٦٤	ذكر	النوع
			١٥.٣٧٣	٥٧.٩٥	١٣٦	أنثى	
٠.٠٠٠	٣ ١٩٦	F= ٢٧.١١	٧.٥٧٢	٦٦.٢٠	٤٩	أقل من ٢٥ عاما	السن
			١٤.٦٢٠	٥٨.٥٣	١١٠	من ٢٥ إلى ٣٥ عاما	
			١١.٤٢٢	٤١.٧٥	٢٤	من ٣٦ إلى ٥٠ عاما	
			٩.٦٥١	٤٤.٤١	١٧	أكثر من ٥٠ عاما	

مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار الإحصائي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	خصائص العينة
.٠٠٠٠	٣ ١٩٦	F= ٣٦.٦٤	١٥.٠٤٤	٥٧.٦٧	٣	أقل من متوسط
			٦.٧٦٧	٦٦.٠٣	٣٤	مؤهل متوسط وما يعادله
			١٣.٦٨٣	٥٩.٨١	١٢٩	مؤهل عالي
			٧.٢٩٥	٣٨.٤١	٣٤	دراسات عليا

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى مشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير النوع حيث بلغت قيمة (T) -١.٠٥، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٢٩٣).

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Ammari et al., 2015) التي تشير إلى أن الأمهات يتحملن مسؤولية مشاركة المحتوى حول أطفالهن أكثر من الآباء، وأن الآباء أكثر قياداً في المشاركة أمام جمهور واسع ومهني.

بينما تشير بيانات الجدول إلى معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة مدى مشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير السن حيث بلغت قيمة (F) (٢٧.١١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠).

وكانت الفروق لصالح مجموعة (أقل من ٢٥ عاماً) بمتوسط حسابي (٦٦.٢٠)، تلتها مجموعة (من ٢٥ إلى ٣٥ عاماً) بمتوسط حسابي (٥٨.٥٣)، ثم مجموعة (أكثر من ٥٠ عاماً) بمتوسط حسابي (٤٤.٤١)، وأخيراً مجموعة (من ٣٦ إلى ٥٠ عاماً) بمتوسط حسابي (٤١.٧٥).

وبلاحظ من النتائج السابقة أنه كلما زاد عمر الآباء والأمهات قلت مشاركتهم الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Bhroin et al., 2022) التي تشير إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين العمر والمشاركة المتكررة؛ أي أنه كلما قل عمر الأبوين، زادت مشاركتهم.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بالتغيرات التي عادة ما تحدث في عادات استخدام وفهم شبكات التواصل الاجتماعي مع التقدم في العمر؛ حيث يكون الانخراط الأكبر في الحياة الواقعية أكثر من الرغبة في مشاركة الحياة الشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

كما يمكن تفسير انخفاض مدى المشاركة الأبوية في المرحلة العمرية (من ٣٦ إلى ٥٠ عاماً) للأبوين مقارنة بما قبلها وما بعدها بتغير الأولويات الشخصية والاجتماعية

للأفراد في هذه الفئة العمرية؛ حيث يمكن أن يكون لديهم التزامات مهنية أو اجتماعية أخرى تؤثر على نشاطهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

كما تشير بيانات الجدول إلى ثبوت معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير المستوى التعليمي حيث بلغت قيمة F (٣٦.٦٤) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠).

وكانت الفروق لصالح مجموعة (مؤهل متوسط وما يعادله) بمتوسط حسابي (٦٦.٠٣)، تلتها مجموعة (مؤهل عالي) بمتوسط حسابي (٥٩.٨١)، ثم مجموعة (أقل من متوسط) بمتوسط حسابي (٥٧.٦٧)، وأخيراً مجموعة (دراسات عليا) بمتوسط حسابي (٣٨.٤١).

وقد يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الأفراد ذوي المستوى التعليمي الأعلى يمكن أن يكونوا أكثر وعياً بالخصوصية والأمان الرقمي؛ ومن ثم أكثر حذراً في استخدام التكنولوجيا وفي مشاركة بيانات وصور أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

لذا وبالبناء على ما سبق فقد ثبتت صحة الفرض السابع القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية للأبوين جزئياً؛ حيث ثبت معنوية الفروق التي تُعزى إلى متغيري السن والمستوى التعليمي بينما لم تثبت معنوية الفروق التي تُعزى إلى متغير النوع.

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة المفرطة للأبوين لمحتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب السن والمستوى التعليمي، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD والذي أسفر عن النتائج التي يعرض لها الجدول التالي رقم (٢١):

جدول رقم (٢١)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية

بحسب السن والمستوى التعليمي

المتغيرات	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
السن	أقل من ٢٥ عاماً	من ٢٥ إلى ٣٥ عاماً	*٧.٦٧٧	٢.١٤٤	٠.٠٠٠
		من ٣٦ إلى ٥٠ عاماً	*٢٤.٤٥	٣.١١٠	٠.٠٠٠
		أكثر من ٥٠ عاماً	*٢١.٧٩	٣.٥١٤	٠.٠٠٠
	من ٢٥ إلى ٣٥ عاماً	من ٣٦ إلى ٥٠ عاماً	*١٦.٧٧	٢.٨١٢	٠.٠٠٠
		أكثر من ٥٠ عاماً	*١٤.١١	٣.٢٥٣	٠.٠٠٠
		من ٣٦ إلى ٥٠ عاماً	-٢.٦٦٢	٣.٩٥٧	٠.٥٠٢

المتغيرات	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
المستوى التعليمي	أقل من متوسط	مؤهل متوسط وما يعادله	- ٨.٣٦٣	٧.١٥٨	٠.٢٤٤
		مؤهل عال	- ٢.١٤٠	٦.٩٤١	٠.٧٥٨
		دراسات عليا	* ١٩.٢٥	٧.١٥٨	٠.٠٠٨
	مؤهل متوسط وما يعادله	مؤهل عال	* ٦.٢٢٣	٢.٢٩١	٠.٠٠٧
		دراسات عليا	* ٢٧.٦١	٢.٨٨٣	٠.٠٠٠
		دراسات عليا	* ٢١.٣٩	٢.٢٩١	٠.٠٠٠
* دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥					

يتضح من الجدول السابق، أنه فيما يخص الفروق بين المبحوثين في المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير سن الأبوين النتائج التالية:

- معنوية الفروق بين مجموعة (أقل من ٢٥ عاماً) وجميع المجموعات الأخرى في متغير مدى المشاركة المفرطة للأبوين لمحتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وقد كانت هذه الفروق لصالح مجموعة (أقل من ٢٥ عاماً) عند مقارنتها بكل المجموعات وذلك بدلالة إحصائية.
 - معنوية الفروق بين مجموعة (من ٢٥ إلى ٣٥ عاماً) ومجموعتي (من ٣٦ إلى ٥٠ عاماً) و(أكثر من ٥٠ عاماً) لصالح مجموعة (من ٢٥ إلى ٣٥ عاماً) حيث كانت قيمة المتوسطات دالة إحصائياً.
 - عدم معنوية الفروق بين مجموعتي (من ٣٦ إلى ٥٠ عاماً) و(أكثر من ٥٠ سنة) حيث كانت قيمة الفرق بين المتوسطين غير دالة إحصائياً.
- وفيما يخص الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للمستوى التعليمي للأبوين، يتضح من نتائج الجدول ما يلي:
- معنوية الفروق بين مجموعة المؤهل (أقل من المتوسط)، و(دراسات عليا) في متغير مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي بدلالة إحصائية لصالح المجموعة الأولى.
 - معنوية الفروق بين مجموعة (مؤهل متوسط وما يعادله) ومجموعتي (مؤهل عال) و(دراسات عليا) لصالح مجموعة (مؤهل متوسط وما يعادله)؛ حيث كانت قيمة الفروق بين المتوسطات دالة إحصائياً.
 - معنوية الفروق بين مجموعة (مؤهل عال)، و(دراسات عليا) لصالح المجموعة الأولى بدلالة إحصائية.

الخلاصة وأهم النتائج:

تشير النتائج إلى أن غالبية المبحوثين عينة الدراسة (٧٤.٥%) من المستخدمين النشطين لشبكات التواصل الاجتماعي؛ ومن ثم فإن أكثر من نصف المبحوثين عينة الدراسة يقومون بمشاركة محتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي، أو شبه يومي، سواء كان هذا المحتوى عبارة عن منشورات نصية، أو صور، أو مقاطع فيديو.

ويفضل غالبية المبحوثين -عينة الدراسة- فيس بوك كمنصة لمشاركة المحتوى المتعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، يليه إنستجرام، ثم تيك توك. وكانت الصور هي أكثر شكل يستخدمه المبحوثون -عينة الدراسة- في النشر عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، يليه المنشورات النصية المكتوبة، ثم مقاطع الفيديو.

وعن المضامين التي يشاركها المبحوثون عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي تأتي الأيام الخاصة (كأعياد الميلاد، المناسبات المدرسية، الرحلات العائلية) في مقدمة هذه المضامين، تلتها القصص المضحكة أو الطريفة عن الأطفال، ثم الأنشطة الرياضية والفنية، ثم مراحل نموهم وتطورهم.

ويملك (٥٤.٥%) من المبحوثين عينة الدراسة عدد أصدقاء يتراوح بين (٤٠١: ٥٠٠ صديقاً) على منصتهم المفضلة لمشاركة محتوى عن أطفالهم، ولكن نسبة (٦٠.٥%) من المبحوثين لديهم مستوى منخفض من الثقة في أصدقائهم على شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث لا يتفون في عدم مشاركة أصدقائهم لصور أطفالهم مع آخرين ليسوا من ضمن أصدقائهم، أو في استخدامهم المعلومات والصور التي ينشرونها عن أطفالهم.

كما تشير النتائج إلى أن (٦٩.٥%) من المبحوثين لديهم شعور مرتفع بكفاءة الذات في الخصوصية، أي أنهم يشعرون بأنهم قادرون على حماية خصوصيتهم على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال قدرتهم على إدارة ملفاتي الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي، وقدرتهم على ضبط إعدادات الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي، وانعكس هذا الإحساس بالكفاءة الذاتية على حجم مخاوف الخصوصية لدى المبحوثين حيث أشارت النتائج أن أكثر من نصفهم (٥٨.٥%) لديهم مستوى منخفض من مخاوف الخصوصية.

وفي المقابل، (٦٤%) من المبحوثين عينة الدراسة يتوقعون فوائد مرتفعة نتيجة مشاركتهم لمحتوى متعلق بأطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وتنوعت الفوائد المتوقعة ما بين الفوائد الاجتماعية كالتواصل مع الأصدقاء والعائلة والحفاظ على العلاقات الاجتماعية، وفوائد الأرشفة المعلوماتية كجمع الذكريات وتوثيق إنجازات الأطفال ومرحل نموهم، وفوائد النصيحة الأبوية كالحصول على نصائح أو معلومات عن التربية، وكيفية

التعامل مع الأطفال، وفوائد إدارة الانطباع كإظهار المهارة في التعامل مع الأطفال وإظهار خفة ظلي للعائلة والأصدقاء وبناء صورة إيجابية عن الأسرة.

ونتيجة انخفاض مخاوف الخصوصية وارتفاع الفوائد المتوقعة من المشاركة الأبوية لدى المبحوثين ارتفعت مشاركتهم الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث كان (٦١.٥%) من الآباء والأمهات -عينة الدراسة- من مرتفعي المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتشير النتائج أن (٧٣%) من منخفضي استخدام ممارسات الحد من المخاطر في المحتوى الذين يقومون بمشاركته عن أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي كإخفاء وجوه الأطفال، أو نشر صور لا توضح ملامحهم وما إلى ذلك، وأن من يستخدمونها يكون الخوف من الحسد هو الدافع الرئيس وراء استخدامها، بينما يستخدمها (١٥%) فقط بدافع الحماية من أي انتهاكات محتملة للخصوصية.

وفيما يخص الاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية فإن (٤٦.٥%) من الآباء والأمهات عينة الدراسة لديهم اعتقاد منخفض في حق الطفل في الخصوصية؛ أي يرون أنه ليس من الضروري أن يأخذ الأبوان رأي أطفالهم قبل نشر منشورات أو صور أو مقاطع فيديو عنهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتؤيد نتائج الدراسة الفروض الرئيسية لنظريتي: إدارة الخصوصية في الاتصال، ونظرية حساب الخصوصية؛ حيث أثبتت النتائج أنه كلما قلت مخاوف الخصوصية وزاد حجم الفائدة المتوقعة لدى الأبوين فيما يتعلق بما يقومون بنشره عن أطفالهم على شبكات التواصل زادت مشاركتهم للمحتوى المتعلق بأطفالهم. كما تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين حجم مخاوف الخصوصية وحجم الفائدة المتوقعة من مشاركة محتوى متعلق بالأطفال لدى الأبوين.

وثبت تأثير متغيري (كفاءة الذات في الخصوصية، واستخدام ممارسات الحد من المخاطر) على حجم مخاوف الخصوصية لدى الأبوين.

كما ثبت تأثير متغيرات (كفاءة الذات في الخصوصية، وممارسات الحد من المخاطر، والاعتقاد في حق الطفل في الخصوصية، والاستخدام النشط لشبكات التواصل) على قرار المبحوثين بالمشاركة الأبوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي. بينما لم يثبت تأثير متغير الثقة في أصدقاء الشبكة الاجتماعية في حجم المشاركة الأبوية.

وتشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغيرات (عدد الأصدقاء، الاستخدام النشط لشبكات التواصل الاجتماعي، النقاش مع الأبناء بشأن المشاركة، الاعتقاد في حق

الطفل في الخصوصية) لصالح الأكثر في عدد الأصدقاء، والاستخدام النشط والأقل في النقاش مع الأبناء.

كما ثبتت معنوية الفروق بين المبحوثين في مدى المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغيري السن والمستوى التعليمي للأبوين؛ لصالح الأصغر سناً والأقل في المستوى التعليمي. بينما لم تثبت معنوية الفروق التي تُعزى إلى متغير النوع.

توصيات الدراسة:

اكتسب التداول المفرط لصور الأطفال ومعلوماتهم على وسائل التواصل الاجتماعي والمعروف علمياً: بالمشاركة الأبوية "Sharenting" أهمية بالغة في عصرنا الرقمي، وتبرز المخاطر المرتبطة بهذه المشاركة أهمية التكاتف الواسع للجهود في حماية خصوصية الأطفال وضمان سلامتهم الرقمية، ويشكل تكاتف الجهود للحد من مخاطر المشاركة الأبوية مبادرة حيوية للأهل والمجتمع على حد سواء، وتبرز أهمية هذا التكاتف فيما يلي:

- يسهم تكاتف الجهود في نشر الوعي حول أخطار المشاركة الأبوية وتأثيراتها على حياة الأطفال. كما يمكن لحملات التوعية أن تُلقي الضوء على التحديات التي يمكن أن تنشأ من مشاركة كميات كبيرة من المعلومات عن الأطفال عبر الإنترنت، وتعزز الفهم الجماعي لكيفية التعامل بحذر ووعي عندما مشاركة محتوى متعلق بالأطفال.
- يسهم التكاتف في تطوير وتعزيز السياسات والتشريعات التي تحمي حقوق الأطفال على الإنترنت. فبالتعاون مع الهيئات الحكومية يمكن إقرار إطار قانوني فعال لتنظيم المشاركة الأبوية على شبكات التواصل الاجتماعي وحماية خصوصية الأطفال.
- يوفر التكاتف منصة لتبادل أفضل الممارسات والنصائح بين الأهل والمختصين في مجال حماية الطفل. كما يمكن أن يكون هذا التبادل مفيداً في تعزيز الفهم العام حول كيفية مشاركة الأطفال بطريقة تحافظ على خصوصيتهم وتحميهم من المخاطر المحتملة.
- يساعد تكاتف الجهود في تطوير وتعزيز أدوات التحكم والخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة تتيح للأهل إدارة المحتوى المتعلق بأطفالهم بشكل أفضل وأكثر فعالية.
- يكمن جوهر تكاتف الجهود في إنشاء بيئة رقمية آمنة وصحية للأطفال يستفيدون فيها من مزايا التكنولوجيا دون التعرض للمخاطر غير المرغوب فيها، وذلك بالتنسيق بين الأهل والمجتمع والحكومة والمنصات الرقمية بغية تعزيز ثقافة التواصل الآمن والمسؤول على الإنترنت.

وفيما يلي مقترح بأهم الجهات التي يمكن أن يسهم تكاتفها إنشاء بيئة رقمية آمنة وصحية للأطفال تضمن حماية خصوصية الأطفال وسلامتهم الرقمية، واقتراح للدور الذي يمكن أن تقوم به الجهات في هذا الصدد:

١. المؤسسات الأكاديمية والبحثية: إثراء المكتبة – وخاصة العربية- بمزيد من البحوث المتعلقة بخصوصية الأطفال على الإنترنت، واستكشاف تأثيرات التكنولوجيا الناشئة عليها.
٢. الجهات التشريعية: وضع قوانين دقيقة تحدد حقوق الأطفال على الإنترنت، وتحدد التدابير اللازمة لحمايتهم. بما في ذلك تحديد الأنشطة المحظورة التي قد تعرّض الأطفال للمخاطر على الإنترنت وتحديد العقوبات للمخالفين.
٣. الجهات الحكومية:

- وزارة التضامن الاجتماعي، وهيئة الرقابة على المعلومات بالتعاون مع الهيئة الوطنية للإعلام: تثقيف المواطنين وإمدادهم بمعلومات حول التشريعات والتوجيهات المحلية المتعلقة بحماية الأطفال على الإنترنت.
- وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والهيئة الوطنية للإعلام: التعاون في تنظيم حملات توعية للتشجيع والتأكيد على أهمية حماية خصوصية الأطفال على وسائل التواصل الاجتماعي، وتوضيح مخاطر مشاركة معلومات الأطفال خاصة بهم.
- وزارة التربية والتعليم: تضمين مواضيع حماية الخصوصية والتصرف الآمن عبر الإنترنت بوجه عام، وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص في المناهج التعليمية.
- وزارة الصحة والسكان: تقديم خدمات الاستشارة والدعم النفسي للأهل والأطفال لفهم تأثيرات مشاركة الأهل على الصحة النفسية للأطفال، والتعاون مع الهيئة الوطنية للإعلام لتنظيم حملات بهذا الشأن.
- المجلس القومي للطفولة والأمومة: اقتراح سياسات وبرامج لضمان حق الطفل المصري في الخصوصية، وكذا اقتراح التشريعات واللوائح المتعلقة بهذا الحق.
- ٤. الشرطة والنيابة العامة: تفعيل دورهم في تقديم الدعم القانوني للحالات التي تتعرض للاعتداء الرقمي أو الانتهاكات عبر الإنترنت، وتشجيع المواطنين على تقديم شكاوى وطلب الدعم في مثل هذه الحالات.

٥. المنظمات غير الحكومية التي تُعنى بحقوق الأطفال وحمايتهم مثل "المؤسسة المصرية للنهوض بأوضاع الطفولة": تأسيس برنامج للتدريب ورفع الوعي المجتمعي بحق الطفل في الخصوصية تفعيلًا لدورها في العمل على نشر مفاهيم وثقافة حقوق الطفل على المستوى المجتمعي من خلال تبني استراتيجية إعلامية ممنهجة، تعمل مع كافة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة والرقمية.
٦. الآباء والأمهات: السعي إلى تثقيف أنفسهم حول كيفية مواجهة تحديات المشاركة الأبوية، وتحقيق التوازن بين مشاركة اللحظات وحماية خصوصية الأطفال، وإدارة مشاركة معلومات الأطفال بشكل آمن، والسعي لتعلم ممارسات حماية أطفالهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع:

- ¹ Available at: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sharenting>
- ² Ferrara, P., Cammisa, I., Corsello, G., Giardino, I., Vural, M., Pop, T. L. & Pettoello-Mantovani, M. (2023). Online “Sharenting”: The Dangers of Posting Sensitive Information About Children on Social Media. *The Journal of Pediatrics*, 257..
- ³ O’Neill, J. (2015) The Disturbing Facebook Trend of Stolen Kids Photos, Retrieved from <https://www.yahoo.com/parenting/mom-my-son-was-digitally-kidnapped-what-112545291567.html>
- ⁴ Available at: <https://www.qustodio.com/en/blog/sharenting-posting-kids-online-dangerous/>
- ⁵ Hladíková, V., & Madleňák, A. Sharenting on Social Networks as an Ecological Form of Presentation of the Visual Content Exposed to the Influence of Groundswell. (2023). *DANUBE*, 14(2), 89-106.
- ⁶ Choi, G. Y., & Lewallen, J. (2018). “Say Instagram, kids!”: Examining sharenting and children’s digital representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, 29(2), 144-164.
- ⁷ Ferraran et al. (2023). *Op.Cit.*
- ⁸ Choi& Lewallen (2018). *Op.Cit.*
- ⁹ C.S. Mott Children’s Hospital National Poll on Children’s Health. (2015). *Parents on social media: Likes and dislikes of sharenting*. Retrieved from <http://mottnpch.org/reports-surveys/parents-social-media-likes-and-dislikes-sharenting>
- ¹⁰ C.S. Mott Children’s Hospital National Poll on Children’s Health. (2023, November 20). *Sharing on parenting: Getting advice through social media*. Volume 44 , Issue 3 Retrieved from <http://mottnpch.org/reports/sharing-parenting-getting-advice-through-social-media>
- ¹¹ *Ibid*
- ¹² Aydoğdu, F., Güngör, B. Ş., & Öz, T. A. (2023). Does sharing bring happiness? Understanding the sharenting phenomenon. *Children and Youth Services Review*, 154, 107122.
- ¹³ Ní Bhroin, N., Dinh, T., Thiel, K., Lampert, C., Staksrud, E., & Ólafsson, K. (2022). The privacy paradox by proxy: Considering predictors of sharenting. *Media and Communication*, 10(1), 371-383.
- ¹⁴ Walrave, M., Verswijvel, K., Ouvrein, G., Staes, L., Hallam, L., & Hardies, K. (2022). The limits of sharenting: Exploring parents’ and adolescents’

sharenting boundaries through the lens of communication privacy management theory. *In Frontiers in Education*. (Vol. 7, p. 803393). Frontiers Media SA.

- ¹⁵ Bessant, C. (2018). Sharenting: balancing the conflicting rights of parents and children. *Communications Law*, 23(1), 7-24.
- ¹⁶ Bessant, C. (2018). *Op.cit*
- ¹⁷ Kopecký, K., Szotkowski, R., Aznar-Díaz, I., Romero-Rodríguez, J. M. (2020). The Phenomenon of Sharenting and Its Risks in the Online Environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110: 104812.
- ¹⁸ Bare, C. (2020). The Undisclosed Dangers of Parental Sharing on Social Media: A Content Analysis of Sharenting Images on Instagram (Doctoral dissertation, East Tennessee State University).
- ¹⁹ Brosch, A. (2016). When the child is born into the Internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook.
- ²⁰ Marasli, M., Suhendan, E., Yilmazturk, N. H., & Cok, F. (2016). Parents' shares on social networking sites about their children: Sharenting. *The Anthropologist*, 24(2), 399-406.
- ²¹ Kumar, P., & Schoenebeck, S. (2015). The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook. In *Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported cooperative work & social computing* (pp. 1302-1312).
- ²² Hashim, N. H., Azhar, M. E. N., Hasim, M. J. M., & Abdullah, Z. (2023). Is Sharenting Apart From Bullying?: A Perspective Among Parents Towards Their Social Media Activities. In *Handbook of Research on Bullying in Media and Beyond* (pp. 100-115). IGI Global.
- ²³ Amon, M. J., Kartvelishvili, N., Bertenthal, B. I., Hugenberg, K., & Kapadia, A. (2022). Sharenting and children's privacy in the United states: Parenting style, practices, and perspectives on sharing young children's photos on social media. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW1), 1-30
- ²⁴ Ní Bhroin, *Op.Cit*.
- ²⁵ Peng, Z. (2021). It Is a Hard Tradeoff: Examining Sharenting Behaviors from a Privacy Calculus Model Perspective. *DISSERTATION*. Michigan State University.
- ²⁶ Brosch, A. (2016). *Op.Cit*.

- ²⁷ Ammari, T., Kumar, P., Lampe, C., & Schoenebeck, S. (2015). Managing children's online identities: How parents decide what to disclose about their children online. *In Proceedings of the 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems* (pp. 1895-1904).
- ²⁸ Gligorijević, J. (2019). Children's privacy: The role of parental control and consent. *Human Rights Law Review*, 19(2), 201–229. <https://doi.org/10.1093/HRLR/NGZ004>
- ²⁹ Hladíková, V., & Madleňák (2023). *Op.Cit.*
- ³⁰ Siibak, A., & Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11(1), 115-121.
- ³¹ Lipu, M., & Siibak, A. (2019). 'Take it down!': Estonian parents' and pre-teens' opinions and experiences with sharenting. *Media International Australia*, 170(1), 57-67.
- ³² Romero-Rodríguez, J. M., Kopecký, K., García-González, A., & Gómez-García, G. (2022). Sharing images or videos of minors online: Validation of the Sharenting Evaluation Scale (SES). *Children and Youth Services Review*, 136, 106396.
- ³³ Garmendia, M., Martínez, G., & Garitaonandia, C. (2022). Sharenting, parental mediation and privacy among Spanish children. *European Journal of Communication*, 37(2), 145-160.
- ³⁴ Walrave, M., Verswijvel, K., Ouvrein, G., Staes, L., Hallam, L., & Hardies, K. (2022). *Op.Cit.*
- ³⁵ Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fängström, K., & Warner, G. (2020). Children want parents to ask for permission before 'sharenting'. *Journal of paediatrics and child health*, 56(6), 981-983.
- ³⁶ Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319-327.
- ³⁷ Lipu, M., & Siibak, A. (2019). *Op.Cit.* p.59
- ³⁸ Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review*, 104, 104401.
- ³⁹ Levy, E. (2017). *Parenting in the digital age: how are we doing*. Report, London: Parent Zone: ? making the internet work for families

- ⁴⁰ Moser, C., Chen, T., & Schoenebeck, S. Y. (2017, May). Parents? And Children? s preferences about parents sharing about children on social media. *In Proceedings of the 2017 CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 5221-5225).
- ⁴¹ Hiniker, A., Schoenebeck, S. Y., & Kientz, J. A. (2016). Not at the dinner table: Parents' and children's perspectives on family technology rules. *In Proceedings of the 19th ACM conference on computer-supported cooperative work & social computing* (pp. 1376-1389).
- ⁴² Family Online Safety Institute (2015). Parents, Privacy & Technology Use. Retrieved from <https://www.fosi.org/policy-research/parents-privacy-technology-use/>
- ⁴³ Steinberg, S. B. (2017), 'Sharenting: Children's privacy in the age of social', UF Law Scholarship Repository, *Emory Law Journal*, 66:83, pp. 839–84, <https://scholarship.law.ufl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1796&context=faculty> pub.
- ⁴⁴ Ferrara et al. (2023). *Op.cit.*p.2
- ⁴⁵ Ferrara, P., Franceschini, G., Corsello, G., Mestrovic, J., Giardino, I., Vural, M. & Pettoello-Mantovani, M. (2021). The dark side of the web—a risk for children and adolescents challenged by isolation during the novel coronavirus 2019 pandemic. *The Journal of pediatrics*, 228, 324-325.
- ⁴⁶ Siibak, A., & Traks, K. (2019). *Op.Cit.*
- ⁴⁷ Available at: <https://www.forbes.com/sites/traversmark/2023/06/17/2-major-risks-linked-with-sharenting-your-kids-lives-on-social-media/?sh=51b676db62e2>
- ⁴⁸ Ferrara et al. (2023). *Op.cit.*p.2
- ⁴⁹ Lavorgna, A., Ugwudike, P., & Tartari, M. (2023). Online sharenting: Identifying existing vulnerabilities and demystifying media reported crime risks. *Crime, Media, Culture*, Vol. 19(4) 472–490.
- ⁵⁰ Doğan Keskin, A., Kaytez, N., Damar, M., Elibol, F., & Aral, N. (2023). Sharenting syndrome: an appropriate use of social media?. *In Healthcare*. Vol. 11, No. 10, p. 1359. MDPI.
- ⁵¹ Shadid, A. (2023). Parent-Run Instagram Accounts of Child Models: A Content Analysis (*Doctoral dissertation*, Hamad Bin Khalifa University (Qatar).
- ⁵² C.S. Mott Children's Hospital National Poll on Children's Health. (2023, November 20). *Op.Cit.*

^{٥٣} قانون الطفل رقم ١٢ لسنة ١٩٩٦

<https://manshurat.org/node/37> Available at:

^{٥٤} قانون جرائم الإنترنت رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨

<https://manshurat.org/node/31487>

^{٥٥} قانون حماية البيانات الشخصية رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠

<https://manshurat.org/node/66932>

- ⁵⁶ Golgowski, N. (2015). Washington teen jumps to death after being shamed in online video taken by dad. *New York Daily News*. Retrieved from <http://www.nydailynews.com/news/national/teen-kills-public-shaming-allegedly-dad-article-1.2247168>
- ⁵⁷ Guernsey, L. (2014). Garbled in translation: Getting media research to the press and public. *Journal of Children & Media*, 8(1), 87–94.
- ⁵⁸ Shadid, A. (2023). *Op.Cit*
- ⁵⁹ Marasli, M., Suhendan, E., Yilmazturk, N. H., & Cok, F. (2016). *Op.Cit*.
- ⁶⁰ Lipu, M., & Siibak, A. (2019). *Op.Cit*. p.59
- ⁶¹ Hladíková, V., & Madleňák, A. (2023). *Op.Cit*.
- ⁶² Williams-Ceci, S., Grose, G. E., Pinch, A. C., Kizilcec, R. F., & Lewis Jr, N. A. (2021). Combating sharenting: Interventions to alter parents' attitudes toward posting about their children online. *Computers in Human Behavior*, 125, 106939.
- ⁶³ Keith & Steinberg. *OpCit*. P.414.
- ⁶⁴ Rehman, S. U., Manickam, S., & Al-Charchafchi, A. (2023). Privacy calculus model for online social networks: a study of Facebook users in a Malaysian university. *Education and Information Technologies*, 28(6), 7205-7223.
- ⁶⁵ Jozani, M., Ayaburi, E., Ko, M., & Choo, K. K. R. (2020). Privacy concerns and benefits of engagement with social media-enabled apps: A privacy calculus perspective. *Computers in Human Behavior*, 107, 106260.
- ⁶⁶ Tang, Y., & Ning, X. (2023). Understanding user misrepresentation behavior on social apps: The perspective of privacy calculus theory. *Decision Support Systems*, 165, 113881.
- ⁶⁷ Gutierrez, A., O'Leary, S., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Calle, T. (2019). Using privacy calculus theory to explore entrepreneurial directions in mobile location-based advertising: Identifying intrusiveness as the critical risk factor. *Computers in Human Behavior*, 95, 295-306.

- ⁶⁸ Min, J., & Kim, B. (2015). How are people enticed to disclose personal information despite privacy concerns in social network sites? The calculus between benefit and cost. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(4), 839-857.
- ⁶⁹ Milne, G. R., & Culnan, M. J. (2004). Strategies for reducing online privacy risks: Why consumers read (or don't read) online privacy notices. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 15-29.
- ⁷⁰ Krasnova, H., & Veltri, N. F. (2010). Privacy calculus on social networking sites: Explorative evidence from Germany and USA. In *2010 43rd Hawaii international conference on system sciences* (pp. 1-10). IEEE.
- ⁷¹ Wu, K. W., Huang, S. Y., Yen, D. C., & Popova, I. (2012). The effect of online privacy policy on consumer privacy concern and trust. *Computers in human behavior*, 28(3), 889-897.
- ⁷² Chen, H. T., & Chen, W. (2015). Couldn't or wouldn't? The influence of privacy concerns and self-efficacy in privacy management on privacy protection. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(1), 13-19.
- ⁷³ Dienlin, T., & Metzger, M. J. (2016). An extended privacy calculus model for SNSs: Analyzing self-disclosure and self-withdrawal in a representative U.S. sample. *Journal of ComputerMediated Communication*, 21, 368-383.
- ⁷⁴ Petronio, S. (2013). Brief Status Report on Communication Privacy Management Theory, *Journal of Family Communication*, 13:1, 6-14.
- ⁷⁵ Child, J. T., Duck, A. R., Andrews, L. A., Butauski, M., & Petronio, S. (2015). Young adults' management of privacy on Facebook with multiple generations of family members. *Journal of Family Communication*, 15(4), 349-367.
- ⁷⁶ Petronio, S. (2010). Communication privacy management theory: What do we know about family privacy regulation?. *Journal of family theory & review*, 2(3), 175-196.
- ⁷⁷ Caughlin, J., Golish, T. D., Olson, L., Sargent, J., Cook, J., & Petronio, S. (2000). Intra-family secrets in various family configurations: A communication boundary management perspective. *Communication Studies*, 51, 116 – 134.
- ⁷⁸ Petronio, S. (Ed.). (2000a). *Balancing the secrets of private disclosures*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- ⁷⁹ Petronio, S. (2013). *Op.Cit.* p.11.
- ⁸⁰ Petronio, S. (2010). *Op.Cit.* p.182.

- ⁸¹ Petronio, S., & Child, J. T. (2020). Conceptualization and operationalization: Utility of communication privacy management theory. *Current opinion in psychology*, 31, 76-82.
- ⁸² Petronio. (2022). *Op.cit.*
- ⁸³ Available at: <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-egypt/2023/12/>
- ^{٨٤} أسماء السادة المحكمين حسب الترتيب الأبجدي:
أ.د. أشرف جلال، أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
أ.د. حسن عماد مكاي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
أ.د. محمد المرسي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
أ.د. هشام مصباح، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ⁸⁵ Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., & Johnson, B. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. *Psychology of popular media culture*, 2(1), 38.
- ⁸⁶ Chen, H. T. (2018). Revisiting the privacy paradox on social media with an extended privacy calculus model: The effect of privacy concerns, privacy self-efficacy, and social capital on privacy management. *American behavioral scientist*, 62(10), 1392-1412.
- ⁸⁷ Chen, H. T. (2018). *Op.cit.*
- ⁸⁸ Briazu, R. A., Floccia, C., & Hanoch, Y. (2021). Facebook sharenting in mothers of young children: the risks are worth it but only for some. *Technolog, Mind, and Behavior*, 2(4).
- ⁸⁹ Romero-Rodríguez, J. M., Kopecký, K., García-González, A., & Gómez-García, G. (2022). Sharing images or videos of minors online: Validation of the Sharenting Evaluation Scale (SES). *Children and Youth Services Review*, 136, 106396.
- ⁹⁰ Available at: <https://www.hootsuite.com/research/social-trends>
- ⁹¹ Ferrara et al. (2023). *Op.cit.* p.2.
- ⁹² Available at: <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
- ⁹³ Available at: <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-egypt/2023/12/>