

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

د. أسلوى علي إبراهيم الجيار

مستخلص الدراسة:-

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على علاقة تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل، فضلاً عن التعرف على معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لموقع اليوتيوب وأسباب تعرضهم، ورصد درجة اعتماد الطالبات عينة الدراسة على مقاطع اليوتيوب التعليمية في الحصول على المعلومات حول كيفية إنتاج وسيط ثقافي خاص بالطفل، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص المشكلة البحثية التي سبق تحديدها ودراسة الظروف المحيطة بها، وأعدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، وذلك من خلال مسح عينة عمدية من طالبات كليات الطفولة المبكرة "دراسات عليا" من (25-30) سنة بجامعة القاهرة - بورسعيد) قوامها 150 مفردة، فضلاً عن مسح عينة من مقاطع اليوتيوب التعليمية بلغت (37) مقطع، وقد كشفت النتائج حول آراء الطالبات لتغطية مقاطع اليوتيوب التعليمية لكيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة، في الترتيب الأول جاء كلاً من مقاطع اليوتيوب تزيد من معارفهم وكفاءتهم لإنتاج الوسائط المتنوعة لتثقيف الطفل مما يزيد شعورهم بالتميز في مجال عملي "بمتوسط حسابي قدره (2.81)، يليها "اليوتيوب يواكب أحدث التطورات التكنولوجية في تقديم كل ما هو جديد ومبتكر لإنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة" بمتوسط حسابي (2.72)، ثم " اليوتيوب يقدم تغطية شاملة للطرق المختلفة لإنتاج وسائط تثقيف الطفل كلاً على حدة" بمتوسط حسابي (2.7).

• مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال - جامعة بورسعيد

The Exposure Of The early childhood faculties students For YouTube educational videos And Their Relationship With Their Their Knowledge Level On How To Produce A Produce a Cultural Medium For The Child.

Abstract

The aim of the current study is to identify the relationship between the exposure for the female students of the early childhood faculties and the educational YouTube videos in the level of their knowledge of how to produce a cultural medium for the child. Also, it aimed to identify the rate of exposing the female students of early childhood faculties to the site of YouTube and the reasons of their exposure. This study ties to obtain information about the degree of depending the female students, the sample of the study, on the educational YouTube videos on how to produce a child-specific cultural medium. This study is a descriptive study that aims at determining the characteristics of the problem of the study which was previously identified and studying the circumstances surrounding it. The study adopts the methodology of the media survey With both analytical and field aspects of a purposive sample of the female students for the early childhood faculties “High Studies” (25-30) years at the Universities (Cairo - Port Said) of 150 students, In addition, a sample of 37 Educational YouTube videos were surveyed, The results of the study revealed that About the points of views for the students about covering YouTube educational videos on how to produce the various cultural means for the child, In the first order was the phrase that: “YouTube videos increase my knowledge and competence to produce various means to educate the child, which increases my

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

sense of excellence in the field of practice"with an average of 2.81,". It is followed by "YouTube keeps up with the latest technological developments in providing everything new and innovated to produce various cultural means for the child"with an average (2.72), then "YouTube provides a comprehensive coverage of the different ways of producing cultural means for the childseparately" with an average of 2.7.

الكلمات المفتاحية

The early childhood faculties students - طالبات كليات الطفولة المبكرة:-
YouTube Educational videos مقاطع اليوتيوب التعليمية:-
Their Knowledge Level مستوى معرفتهم:-
Produce A Cultural Medium For The Child وسيط ثقافي للطفل:-

مقدمة الدراسة:

أصبحت شبكة الإنترنت إحدى أبرز مستحدثات التكنولوجيا التي فرضت نفسها عالمياً خلال السنوات القليلة الماضية، فهي وسيلة اتصال على درجة كبيرة من الأهمية؛ لانتشارها بشكل كبير بين فئات الجمهور؛ وذلك لتمييزها بسمات جعلتها تختلف عن غيرها من الوسائل، وتمكنها من تقديم خدمات كثيرة لمستخدميها، سواء باعتبارها وسيلة اتصال أو مصدرًا للحصول على المعلومات في مختلف المجالات؛ وبذلك تعد الشبكة الدولية للمعلومات وسيلة اتصال حققت انقلاباً في مفهوم التواصل الإنساني من حيث تنوع وسائله واتساع نطاقه(1).

وقد ساهم موقع اليوتيوب "you tube" كأحد أنماط الإعلام الجديد الذي لعب دوراً بارزاً في صياغة كثير من الأحداث في حياتنا اليومية؛ ولذلك يعد رافداً إعلامياً جديداً يتمتع بخصائص التكنولوجيا الحديثة لما لها من عناصر الجذب والإبهار والتي يلجأ إليها الفرد للتعبير عن آرائه في شتى القضايا التي يعاصرها، كما يقبل الكثير من طلاب الجامعات عليه ويتحكمون في طبيعة المضمون الذي يشاهدونه وينشرونه ويتبادلونه مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية.

وربما نجاح الموقع دفع بعض الباحثين أن يسمى ملفات الفيديو على الإنترنت بملفات اليوتيوب، كما لو كانت تحمل نفس الأصل والمعنى للمصطلح البحثي " ملف يوتيوبي" وبذلك أوجد مصطلح اليوتيوبية(2).

ومن هنا نجد إن الشعبية المتزايدة لموقع اليوتيوب أدت إلى تكريسه كمنصة لمؤسسات إعلامية كبرى؛ حيث يؤسس الموقع لمفهوم اتصالي جديد أي ترويج المقاطع عن طريق تبادلها وتوزيعها عبر الإنترنت، وتقوم المؤسسات التعليمية بعرض برامج قصيرة في الموقع تتضمن أخبار ومقاطع موسيقية وترفيهية(3).

ولذا كان من الأهمية دراسة العلاقة بين تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل.

أولاً-تحديد المشكلة البحثية:

لاحظت الباحثة زيادة اعتماد طلاب الجامعات على موقع اليوتيوب في الحصول على المعلومات؛ ونظراً لأنه موقع ويب متخصص في مشاركة مقاطع الفيديو، ويسمح لمستخدميه برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، فضلاً عن تنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى وغيرها، مما يجعل منه موقع متميز للتعليم وتنمية ورفع كفاءة مستخدميها في المجالات المختلفة، وأكسابهم الخبرات والمعارف المتنوعة، وقد تفاوتت نتائج الدراسات الإعلامية حول اهتمام

ومتابعة طلاب الجامعات لموقع اليوتيوب؛ وكذلك الأنشطة التي يقومون بها على الموقع، ومن خلال ماتوصلت إليه الباحثة من نتائج الدراسات السابقة والتي أثبتت أن نسبة كبيرة من طلاب الجامعات يتعرضون لموقع اليوتيوب مثل دراسة رضا عبد الواحد أمين (2009) (4) حول استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت"، وقد تبين من خلالها أن غالبية الشباب الجامعي يستخدمون موقع اليوتيوب بنسبة بلغت (87.7%)، في حين لايعرف (70%) من عينة الدراسة موقعًا غيره، بينما أكدت دراسة نعيم سعد زعلول (2010) (5) عن الإعلام الإلكتروني في مصر الواقع والتحديات، والتي أكدت التزايد المستمر في الأقبال على الموقع، حيث احتلت مصر المرتبة الثانية بعد السعودية بالنسبة لباقي الدول العربية، كما احتلت المرتبة الحادية والعشرين على مستوى العالم، من حيث استخدام موقع اليوتيوب، ودراسة حنان أحمد سليم (2011) (6) حول أثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية"، وقد أوضحت الطالبات أن موقع اليوتيوب من أكثر المواقع الجاذب لهن؛ لأنه يصنع إعلامًا واقعيًا يتميز بالفورية في نقل الأحداث والمصادقية فيما يعرضه من موضوعات.

كما قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية موجهة بهدف استكشاف أوضح لملامح الموضوع وتحديد مشكلة الدراسة تحديدًا علميًا دقيقًا؛ حيث طبقت على عينة ممثلة الخصائص قوامها (15) مفردة من حجم العينة الكلي من طالبات كليات الطفولة المبكرة بالجامعات المصرية، وقد أسفرت نتائج الدراسة الاستطلاعية عن النتائج التالية:-

- أوضحت النتائج أن غالبية المبحوثات يتصفحات موقع اليوتيوب بشكل دائم بنسبة بلغت 75%، وأحيانًا بنسبة بلغت 25% من إجمالي عينة الدراسة.
- كشفت النتائج أن مدى تفضيل طالبات كليات الطفولة المبكرة عينة الدراسة للوسائل التي تفضل الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات حول كيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة جاء في الترتيب الأول موقع اليوتيوب بنسبة بلغت (54.3%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني جاء الإنترنت بصفة عامة؛ وذلك بنسبة (32.5%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها مواقع الأطفال الإلكترونية في الترتيب الثالث وذلك بنسبة (13.2%) من إجمالي عينة الدراسة.
- بينما جاء أهم أسباب تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل "تساعدني في تحديد أفضل الوسائط الثقافية التي تجذب الطفل وتقدم له المعلومة والمهارات

بشكل أسرع في الترتيب الأول بنسبة بلغت (56.8%)، يليها في الترتيب الثاني "تقدم لى دروس تعليمية خاصة بالمقررات الدراسية" بنسبة بلغت (43.2%).

- وقد استفادة الباحثة من الدراسة الاستطلاعية في التعرف على الواقع الفعلي لمكان الدراسة، ومدى توافر شروط العينة المراد تطبيق أدوات الدراسة عليها، فضلاً عن تحديد أهم الصعوبات التي تواجه العينة أثناء تنفيذ الدراسة.

ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:-

ما علاقة تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية وذلك على النحو التالي:-

- 1- ما أبرز وسائط تثقيف الطفل التي تتناولها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة؟
- 2- ما أسلوب عرض وتناول وسائط تثقيف الطفل التي تتناولها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة؟
- 3- ما معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لموقع اليوتيوب؟
- 4- ما أسباب تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لموقع اليوتيوب عامة؟ ومقاطع اليوتيوب التعليمية التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل بصفة خاصة؟
- 5- ما الأفعال التي تقوم بها الطالبات قبل وأثناء وبعد التعرض لمقاطع الفيديو على اليوتيوب؟
- 6- ما مدى ثقة الطالبات في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب؟
- 7- ما أبرز الأشكال التفاعلية والمشاركة النشطة التي تشارك بها الطالبات على موقع اليوتيوب" تقييم والتعليق على مقاطع الفيديو- إرفاق- تسجيل حساب "؟
- 8- ما أهم وسائط تثقيف الطفل التي تتابع الطالبات عينة الدراسة كيفية إنتاجها عبر موقع اليوتيوب التعليمي؟
- 9- ما أهم مقترحات الطالبات حول تفعيل دور اليوتيوب التعليمي؛ لإنتاج وسائط تثقيف الطفل؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

فيما يلي بعض النقاط الدالة على أهمية الدراسة الحالية:-

- حدائثة موضوع الدراسة والتي تناولت تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل؛ وذلك في ظل تزايد أعداد مستخدمي موقع اليوتيوب التعليمي كوسيلة للحصول على المعلومات، بين مختلف فئات الجمهور و طلاب الجامعات وبصفة خاصة طالبات كليات الطفولة المبكرة للآتي يتأثرن ويتفاعلن معه.
- تعتبر هذه الدراسة استكمالاً للدراسات السابقة التي ركزت على طلاب الجامعات وموقع اليوتيوب دون التطرق إلى دراسة العلاقة بين تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل في حد علم الباحثة؛ لذلك هناك ضرورة بحثية للتعرف على مدى اعتماد طالبات كليات الطفولة المبكرة على موقع اليوتيوب باعتباره من الوسائط الإعلامية والتعليمية التي تفتقر مجال دراسات الإعلام والطفولة في مجتمعتنا لها، خاصة مع زيادة التطور التكنولوجي الذي لا بد من مواكبته.
- يعد موقع اليوتيوب من وسائل الإعلام الجديدة المرئية التي تتمتع بإقبال وشعبية كبيرة بين جمهور طلاب الجامعات الذين يتعرضون للموقع بشكل كبير مما جعل قاعدة المتعاملين معه عبر شبكة الإنترنت تتسع وتزداد بشكل ملحوظ.
- اهتمام الدراسة بطالبات كليات الطفولة المبكرة باعتبارهم العنصر الأهم في تطوير المجتمع وأكثر تعاملًا مع الأطفال، الأمر الذي يتطلب تأهيلهم بشكل كافٍ خصوصاً في ظل التطورات التكنولوجية الجديد وضرورة الحرص على زيادة معارفهم؛ لتنمية مهاراتهم العملية؛ وذلك من أجل في خلق جيل جديد مبدع ومفكر من الأطفال وتنشئتهم بشكل سليم.

ثالثاً- أهداف الدراسة:

وقد تمثلت أهداف الدراسة فيما يلي:

1. رصد أهم وسائط تثقيف الطفل التي تتناولها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
2. تحديد أسلوب عرض وتناول وسائط تثقيف الطفل التي تتناولها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
3. التعرف على معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة "دراسات عليا المقاطع اليوتيوب التعليمية؛ لمعرفة كيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل.

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

4. تحديد أهم مقاطع الفيديو التي تفضل الطالبات عينة الدراسة مشاهدتها عبر موقع "يوتيوب".
5. رصد درجة اعتماد طالبات عينة الدراسة على مقاطع اليوتيوب التعليمية في الحصول على المعلومات حول كيفية إنتاج وسيط ثقافي خاص بالطفل.
6. تحديد معدل زيادة المستوى المعرفي لطالبات كليات الطفولة المبكرة من خلال تعرضها لمقاطع اليوتيوب التعليمية.
7. تحديد مدى ثقة الطالبات عينة الدراسة في موضوعية الفيديوهات المقدمة عن وسائط تثقيف الطفل عبر موقع "يوتيوب".
8. التعرف على أسباب حرص الطالبات على التعرض إلى مقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاص بالطفل.
9. إلقاء الضوء على أهم وسائط تثقيف الطفل التي تتابعها الطالبات عينة الدراسة عبر موقع اليوتيوب التعليمي.
10. رصد أهم مقترحات الطالبات حول تفعيل أداء دور اليوتيوب التعليمي؛ لإنتاج وسيط ثقافي خاص بالطفل.

رابعاً: مصطلحات الدراسة:

طالبات كليات الطفولة المبكرة:- The Early Childhood Faculties Students تقصد بها الباحثة إجرائياً طالبات دراسات عليا "دبلوم مهني" الذين تتراوح أعمارهم من (25-30) سنة أي مايقابل مرحلة الشباب .

مقاطع اليوتيوب التعليمية:- YouTube Educational videos

تعرفها الباحثة إجرائياً بأنها " جميع مقاطع الفيديوهات التعليمية التي يقدمها موقع اليوتيوب على الإنترنت والتي تتعرض لها طالبات كليات الطفولة المبكرة، وتتناول موضوعات متخصصة في مجال إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة فقط"

مستوى معرفتهم:- Their Knowledge Level

تقصد بها الباحثة إجرائياً " ويقصد به إجرائياً قدر الحصيلة المعرفية المتوفرة لدى طالبات كليات الطفولة المبكرة من معلومات وأفكار والتي تعمل على رفع مستوى إداء الطالبات وتنمية معارفهم ومهارتهم؛ لإنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة من

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

قصص، ومجلات، وكتيبات، ومسرحيات، وبرامج مسموعة ومرئية وغيرها من الوسائط المقدمة لطفل ما قبل المدرسة.

وسيط ثقافي للطفل:- Produce ACultural Medium For The Child

وتعرفها الباحثة إجرائياً كافة وسائط التثقيف الإعلامية "مقروءة -مسموعة- مرئية -الالكترونية"الرقمية، والتي تسهم بشكل كبير في تنمية تفكير الطفل وتطوير مهارته وزيادة الحصيلة اللغوية والثقافية له.

خامساً: الإطار النظري للدراسة:-

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Media Dependency Theory

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ضمن نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، والتي تفترض تنوع تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد بين القوة والضعف(7).

وتعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory، وبعد مدخل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع هذه الوسائل؛ فالأفراد مثل النظم الاجتماعية، يقيمون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام؛ لأن الأفراد توجههم الأهداف وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام(8).

كما إن الأفراد يعتمدون على وسائل الاعلام باعتبارها مصدرًا من مصادر تحقيق أهدافهم؛ فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة؛ لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة ويحتاج إلى التسلية و الترفيه أيضًا كهدف في ذات الوقت(9).

ويتوقف اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على العديد من المتغيرات التي تتعلق بظروف المجتمع وثقافته، ويربط ديفليرو وكيثش إيجابية الجمهور بدرجة اعتماده على وسيلة الاتصال؛ حيث توضح درجة الاعتماد مدى أهمية المعلومات المقدمة من خلال الوسيلة(10). وقد صنف بلاك وبرينت هذه النظرية من النظريات المتكاملة للأسباب التالية:-

- 1- تتضمن عناصر علم الاجتماع، ومفاهيم من علم النفس.
- 2- فسرت العلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، مما يؤدي إلى تكامل هذه الأنظمة مع بعضها البعض.

3- جمعت العناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع من جهة، ومن جهة أخرى نظرية التأثير التقليدي، على الرغم من أن اهتمام هذه النظرية لا يتركز على معرفة التأثير بحد ذاته، بل يمتد لتفسير تراوح التأثير بين القوة والضعف من جهة، والمباشر وغير المباشر من جهة أخرى.

4- قدمت نظرية فلسفية تجمع بين الاهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون.(11)

ولذلك نجد أن الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد تقوم على قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي، والعاطفي، والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، فضلاً عن ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتدّاً؛ لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهو يفسر معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.(12)

أنواع الاعتماد التي يكونه الفرد مع وسائل الإعلام :

- **اعتماد مباشر:** وهو اعتماد الفرد على وسيلة ما (إنترنت- راديو - تليفزيون- صحف ومجلات).
- **اعتماد وسيط:** حيث وجد علمياً عدم قدرة أي وسيلة أن تصنع الاعتماد بنفسها بل تحتاج لوسيلة أخرى أو حديث الأصدقاء.
- **اعتماد النظم المشتركة:** والذي يجتمع من خلاله أفراد المجتمع في تجمعات تهتم كل منها بشيء ما كالمهتمين بالترفيه يجتمعون في فئة، والمهتمين بالمعلومات يجتمعون أيضاً في فئة واحدة(13).

ويقوم مدخل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

1- الأهداف: أن هناك أهدافاً للأفراد يرغبون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أم اجتماعية.

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية :-

(أ) الفهم:

- **معرفة الذات:** فهم ومعرفة ما يدور بالبيئة المحيطة ومعرفة الذات مثل التعلم والحصول على الخبرات.

• **الفهم الاجتماعي:** مثل معرفة أشياء من العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

وتعني بذلك أن وسائل الإعلام تساعد الأفراد على فهم أنفسهم وبيئاتهم الاجتماعية وزيادة ثقافة الفرد.

(ب) التوجيه: حيث أن وسائل الإعلام بتوجيه الجمهور في إطار أخلاقيات المجتمع والضوابط الاجتماعية السائدة:-

• **توجيه العمل:** مثل أن تقرر ماذا تشتري وكيف تلبس.

• **توجيه تفاعل تبادلي:** مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة.

ويتضح من خلال ذلك أنه يبني على الفهم توجيه السلوك لعمل ما، والتفاعل مع الآخرين، ويبني الاعتماد على وسائل الإعلام من أجل الحصول على توجيهات لسلوكيات معينة لأنفسهم.

(ج) التسلية: حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم التسلية وموضوعات الترفيه التي تساهم في تحقيق الاسترخاء والتخلص من الملل والهروب من ضغوط الحياة اليومية⁽¹⁴⁾.

• **التسلية المنعزلة:**

• مثل الاسترخاء عندما تكون بمفردك.

• **التسلية الاجتماعية:** مثل الاستماع إلى الموسيقى أو الذهاب إلى السينما مع الأسرة أو الأصدقاء.

وبذلك يتوجه الفرد إلى وسائل الإعلام للتسلية والتهرب من التوتر وللتعبير عن نفسه وعن ذاته، التي تقوم بدورها بمهمة مليء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه⁽¹⁵⁾.

2- المصادر اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استيفاء المعلومات ونشرها، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات وهي: جمع المعلومات التي نحتاج إلى معرفتها، وتنسيق المعلومات وتنقيحها؛ لكي تخرج بالصورة المناسبة ونشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدد⁽¹⁶⁾، وتتم هذه المرحلة برؤية المادة أو المعلومة في الوسيلة التي نلجأ إليها مثل الاطلاع صفحات الإنترنت في المواقع المختلفة⁽¹⁷⁾.

هذا وقد يرجع أسباب اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في حاجتهم إلى الحصول على المعلومات وفهم ما يدور في البيئة المحيطة بهم، مما يؤدي إلى خلق حاجة من التوجيه لديهم في كيفية التعامل مع المواقف الطارئة (18)، بينما يهدف مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام إلى الكشف عن الأسباب التي تجعل وسائل الإعلام أحياناً قوية ومباشرة، وربما تكون لها تأثيرات غير مباشرة وحقيقية إلى حد ما في أحيان أخرى (19).

ويحذر مؤسس النظرية "ملفين ديفلير" ساندر ابول روكيتش" من المبالغة في الاعتماد على وسائل الإعلام على الرغم من قيامها بتحقيق العديد من الأهداف التي يسعى إليها الجمهور مثل الفهم والتوجيه، إلا إنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف، وبنهاية الأمر يقوم الأفراد بالاتصال بشبكات داخلية من الأصدقاء، ونظمتربوية وسياسية وغيرها؛ وذلك لمساعدتهم على بلوغ أهدافهم (20)

الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام؛ لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية، ومن هنا تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، كما نجد أن كلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام (21).

كما يقوم النموذج على عدة فرعية أخرى هي: (22)

- 1- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، وكلما زادت عوامل التغيير ودرجة عدم الاستقرار في المجتمع، وكلما زاد حاجة الجمهور للمعلومات نجد أنهم أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام.
 - 2- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات، أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية سيقبل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
 - 3- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام كنتيجة لوجود اختلاف في المصالح والأهداف الشخصية والحاجات الفردية، وبالتالي تزداد أهمية وسائل الإعلام لدى الجمهور والنظام الاجتماعي كلما تزايدت قدرتها على إشباع احتياجاتهم (23).
- وتتمتع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالكثير من المزايا حيث تقدم مدى أوسع من التأثيرات المحتملة، وتتحاشى التأثيرات المحدود لوسائل الإعلام على الجمهور أو المجتمع، والتي تعتمد تأثيراتها على مجموعة من المتغيرات التي تسبب حدوث ظاهرة ما، وقد يخفي التأثير باختفاء هذه المتغيرات (24).

الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام :

يرصد "ملفين ديفليزوساندرابولروكيثش Deflure and Rockeach مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات رئيسية هي(25).

أولاً : الآثار المعرفية Cognitive effects

ويقصد بها زيادة الوعي والمعرفة، فوسائل الإعلام كمصدر مهم من مصادر التنشئة تستطيع أن تؤثر على التوجهات المعرفية للأفراد، وتضع أولوياتهم وتشكل اهتمامات الرأي العام، وتشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد التالي:-

- 1- **كشف الغموض:** وترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعلام ونجد أن الغموض Ambiguity عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص المعلومات، أو معلومات بها صراع أو تناقض؛ وبذلك يمكن أن يحدث؛ لأن الناس يفتقدون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث أو إلى تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام(26).
- 2- **تكوين الاتجاه:** من الآثار المعرفية للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام أنهم يستخدمون تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه(27).
- 3- **ترتيب أولويات الجمهور:** تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة المشكلات الملحة والقضايا البارزة وذلك من بين القضايا المطروحة في المجتمع من جراء تسليط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى.
- 4- **اتساع المعتقدات وتنظيمها:** تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور؛ لأنهم يتعلمون أشياء عديدة من وسائل الإعلام، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسة.
- 5- **القيم:** هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجه والحفاظ عليها مثل: الأمانة - الحرية - المساواة وغيرها، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية هذه القيم والتأكيد عليها مما يوضح أهمية القيم المتفق عليها اجتماعياً.

ثانياً : الآثار الوجدانية Affective Effects

حدد ديفليزوروكيثش هذه الآثار الوجدانية في التالي(28):-

- 1- **الفتور العاطفي:** يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبلد أو اللامبالاة وعدم الرغبة في تقديم المساعدة للآخرين حيث تقع أحداث عنيفة في الواقع الفعلي.

- 2- **الخوف والقلق:** عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف، والرعب، والكوارث، والاعتداءات فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع الفعلي (29).
- 3- **الدعم المعنوي والاعتراب:** من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد الشعور بالاعتراب.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:

تتخصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما:

- **التنشيط:** يعني قيام الفرد ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية، وقد يتمثل هذا التنشيط في اتخاذ مواقف مؤدية لمطالبة الفرد لحقوقه والتنشيط في هذه الحالة يكون مفيداً اجتماعياً؛ ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضاراً اجتماعياً مثل التورط في أعمال ضد المجتمع، ومحاكاة العنف والجرائم.
- **الخمول:** يعني عدم النشاط وتجنب القيام بفعل معين وهذا النوع من الآثار السلوكية قد يتمثل في العزوف عن المشاركة السياسية وعدم الأدلاء بالتصويت الانتخابي وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع (30).

ومن خلال ذلك يتضح أن عملية الاعتماد على وسائل الإعلام تتأثر بعدة عوامل تتحدد فيما يلي (31): -

- طبيعة المجتمع ومدى توافر مصادر المعلومات فيه.
- طبيعة الجمهور وأهدافه من الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة.
- طبيعة وسائل الإعلام ومدى تنوعها، وقدرتها على تقديم المعلومات إلى الجمهور.
- طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، ومدى إشباعها لحاجات الفرد أو المجتمع.
- طبيعة الوقت أو الظروف التي يمر بها الفرد أو المجتمع.

وتتأثر أسباب اعتماد الفرد على وسائل الإعلام بخبرته السابقة مع هذه الوسيلة، حيث يكون الفرد علاقة الاعتماد على الوسيلة التي يشعر أنها توفر له المعلومات التي يريدها(32)

كما تتأثر أيضاً باستخدام الفرد لوسائل الإعلام، وهذا الاستخدام يقسم إلى:-

- استخدام عام للوسيلة General Media Use: يتم فيه التعرض لكافة المضامين التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.

- الاستخدام المركز للوسيلة Focused Media Use تشير إلى تعرض الفرد لمضمون محدد في الوسيلة(33).

ووفقاً لنظرية الاعتماد تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرة هذه الوسائل على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه والتي يمكن أن تتسع وتترايد كلما زاد المجتمع تعقيداً(34).

دوافع اختيار نظرية الاعتماد في الإطار النظري للدراسة:

تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة، وهو الإطار النظري الذي تقوم على أساسه هذه الدراسة للأسباب التالية:

- 1- تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش بداخله، وعلى أن قدرة وسائل الإعلام (مقاطع اليوتيوب التعليمية) على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات حول (كيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل) بشكل مميز ومكثف، وهو الهدف الرئيسي للدراسة والمتمثل في (التعرف على علاقة تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بزيادة مستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل).
- 2- تساعد نظرية الاعتماد على اختبار مدى اعتماد طالبات كليات الطفولة المبكرة على مقاطع اليوتيوب التعليمية في إنتاج وسيط ثقافي للطفل كوسيلة من وسائل ومصادر المعرفة والتنقيف.
- 3- تعمل نظرية الاعتماد على توضيح الآثار المعرفية والوجدانية لدى طالبات كليات الطفولة المبكرة من حيث مدى إلمامهم بالمعارف والمعلومات حول كيفية إنتاج وسائط تنقيف الطفل المتنوعة، ومدى وجود اختلافات بينهم وبين الذين لا يتعرضون لمقاطع اليوتيوب التعليمية، وما التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

4- أيضاً طبيعة الفئة العمرية والتي تحاط بالكثير من المؤثرات، فطالبات كليات الطفولة المبكرة يستقون معلوماتهم من مصادر كثيرة مثل المكتبات

والمقررات الدراسية للمتخصصين وزملائهم، فضلاً عن وسائل الإعلام المختلفة، مما يجعل مدخل الاعتماد مناسب لهذه الفئة.

5- تساعد نظرية الاعتماد في هذه الدراسة على التعرف على متى؟ ولماذا؟ وإلى أي مدى تعتمد طالبات كليات الطفولة المبكرة على مقاطع اليوتيوب التعليمية؛ للحصول على المعلومات حول كيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

ثانياً :موقع اليوتيوب كأحد أنماط الإعلام الجديد"تعريفه – نشأته-واقعه وتأثيره- أهم قنواته التعليمية":-

يعد موقع "اليوتيوب" من أكثر مواقع بث الفيديوها والملفات المصورة شعبية في العالم⁽³⁵⁾، ويعتبر موقع اليوتيوب من المواقع ذات الأهمية على شبكة الإنترنت، فهو من أكثر المواقع التي تعمل على جذب إهتمام المشاهد فقد تصل نسبة المتابعة لأكثر من 70% حيث يقوم المشاهد بتحميل وإضافة مقاطع للفيديو، بجانب امتلاك البعض مواقع خاصة بهم⁽³⁶⁾.

كما يحتل موقع اليوتيوب المركز الثالث وفقاً لما جاء به موقع أليسا Alexa، من كونه أكثر المواقع التي يتم تصفحها من قبل رواد الإنترنت، وهو ما يعطي مؤشراً على أن موقع اليوتيوب يتصدر شعبية بين مواقع الإنترنت، مما يزيد من احتمالية تأثيره على مستخدميه بشكل قوي وفعال⁽³⁷⁾.

وهو أحد أهم المواقع على شبكة الانترنت وعنوانه www.youtube.com ويقوم بإرفاق أية ملفات لمقاطع الفيديو والأفلام دون تكلفة مالية عن طريق التسجيل في الموقع يمكن لأي شخص إدراج الملفات؛ ليراها العديد من الأشخاص حول العالم، بجانب تمكن الجمهور من إدارة حوار جماعي حول مقاطع الفيديو المعروضة من خلال التعليقات المصاحبة بجانب تقييم الفيديوها للتعبير عن مدى أهميته⁽³⁸⁾.

فهو بذلك يعد ظاهرة إجتماعية ذات أهمية كبرى، نظراً لاحتوائه على الكثير من مقاطع الفيديو التي غالباً ما يتم إنتاجها من قبل الأفراد حيث يضعون حوالي 65 ألف مقطع فيديو في الموقع كل يوم⁽³⁹⁾.

تأسس موقع يوتيوب في الرابع عشر من فبراير 2005م، بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال Pay Pal المتخصصة في التجارة الإلكترونية هم شد هيرلي chad Hurley، ستيف شين Steve chen، وجاود كريم Jawed Karim، وقد نشأت فكرة الموقع في مدينة سان مانيو san mateo وهو يقدم للناس طريقة لعرض الفيديوها، وقد نشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب في مدينة

سان برونو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية عندما كان الأصدقاء الثلاث في حفل مع أحد الأصدقاء والتقطوا مقاطع فيديو، وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل؛ لأنه لم يستطع قبول ملفات الكبيرة الحجم، ومن هنا جاءت فكرة موقع؛ لإرفاق مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت(40).

بينما في أكتوبر 2006م، أعلنت شركة جوجل google، الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، ونقلت قاعدة عملياتها إلى سان برونو san Bruno في كاليفورنيا(41).

ولقد أحدث اليوتيوب نقلة نوعية في ثراء المواد الإعلامية المرتبة على الإنترنت، وبات له ثقله ووزنه بل أصبح منافسًا قويًا للكثير، فقد اختارته مجلة "تايم" الأمريكية Time Magazine كأهم "اختراع" لعام 2006م ليفوز بلقب (شخصية العالم)، وأحد أهم أوجه الويب 2.0 والإعلام الجديد لدوره في إعطاء الفرصة؛ لزوارة مجانًا لإنتاج وعرض مواد فيلمية على الموقع الإلكتروني، وقد احتل غلاف هذا العدد الذي صدر في نهاية شهر ديسمبر 2006م صورة جهاز كمبيوتر مع ورقة قصدير عاكسة على شاشة الكمبيوتر تجعل الناظر إليها يرى انعكاس صورته عليها، وأرقت المجلة تلك الصورة بعنوان فرعي يقول (نعم أنت.. أنت من تتحكم في عصر المعلومات فمرحبًا بك في عالمنا)(42)

وفي أواخر عام (2006) ويعد هذا النجاح المتميز والكبير، قام عملاق الويب جوجل (google) بالإعلان عن شراء موقع اليوتيوب، بقيمة (1,65) مليار دولار أمريكي، فيما يعد ثاني أكبر صفقة شراء تعقدها جوجل (google) قيتحول إلى شركة بإدارة مؤسسية وملكية ل (google)، وبعدها بخمس سنوات فقط وصل عدد من يستقبلون موقع اليوتيوب إلى ملياري زائر يوميًا، ليتخطى ضعف مشاهدي القنوات الأمريكية التلفزيونية الثلاث الأكثر شعبية(43).

وقد أعلن موقع اليوتيوب في مارس 2013م، أن عدد مستخدميه بلغ مليار شخص شهريًا؛ ولكن تقريرًا نشرته البي بي سي BBC ذكرت فيه أن عدد مستخدمي موقع اليوتيوب تجاوز الملياري شخص يوميًا حول العالم(44)

ويتميز موقع Youtube بكونه شبكة اجتماعية تتيح المجال لجميع المستخدمين للتعبير عن آرائهم بحرية كبيرة، وبالرغم من ذلك ففي أحيان كثيرة قد يمارس الموقع بعض التحكيمات الرقابية على مقاطع الفيديو في نطاق محدود ولأسباب موضوعية، مثل حذف مقاطع الفيديو الإباحية Pornographic Material ومنع مقاطع الفيديو التي تنتهك الملكية الفكرية، وإنهاء اشتراكات المستخدمين أصحاب تلك المقاطع في أحيان أخرى(44).

ويعتبر بذلك أحد أهم أوجه الويب والإعلام الجديد؛ نظرًا لدوره الكبير في إعطاء الفرصة لزواره مجانًا؛ لإنتاج وعرض معلومات فيلمية على الموقع.

الخصائص المميزة لموقع اليوتيوب:

بجانب استضافته لملفات الفيديو، فقد أمثلك أيضًا الكثير من المميزات والخواص ومنها(46):-

- 1- يعتبر الأكثر شعبية والأكثر استخداما في العالم.
- 2- أدى دخول القنوات الفضائية إلى موقع اليوتيوب إضافة كبيرة يمكن الاستفادة منها في زيادة تأثير اليوتيوب في الرأي العام بدون رقابة.
- 3- يتمتع بقدرته على تصنيف ملفات الفيديو إلى خاصة وعامة وتحديد صلاحيات مشاهدتها.
- 4- قدرته على المشاركة والتفاعل العالمي بين الأفراد، وإلغاء حاجز اللغة.
- 5- ميزة استخدام الصوت والصورة هي الأكثر تأثيرًا من النص، بجانب قدرته على إضافة ملفات الفيديو إلى المدونات، والشبكات الاجتماعية، والمواقع المختلفة لمشاهدتها ومشاركتها.
- 6- خاصية الالتقاط السريع، والتي تمكن المشاهد من تسجيل الملفات ومشاركتها إلى سيرفرات الموقع مباشرة ودون المرور إلى جهاز شخصي.

أهمية موقع اليوتيوب في التنقيف والتعليم:

عرضت Evers 2009 مجموعة من النقاط التي توضح مدى أهمية استخدام اليوتيوب ومقاطع الفيديو في التعليم والتنقيف وهي كالتالي(47):-

- تتيح التعلم والتنقيف الهادف وهو تعلم نشط، وتشاركي تعاوني، موجه ومثير للدافعية ومرتبطة بالحياة.
- تتيح تعلم المحتوى واكتساب الثقافة بشكل أفضل وصورة أعمق عن طريق المشاهدة.
- تتيح التدريب على فهم الصور بشكل سريع مما يساعد على محو الأمية البصرية.
- يخاطب حاستي السمع والبصر مما يعمل على زيادة سرعة اكتساب الثقافة والتعلم ويجعله أبقى أثرًا.
- يفيد المربين في عرض تجاربهم خبراتهم وأعمالهم؛ ليستفيد منها المتصفحون والاستفادة من تعليقات متصفح الموقع.

قنوات اليوتيوب التعليمية:

لا يجب أن نغفل هنا دور وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العملية التعليمية؛ حيث تلعب دورًا هامًا في المجتمع المعاصر، وتحديث نمط الحياة بصفة عامة إلى جانب سد حاجة سوق العمل من خريجي الجامعة ذوي المهارات الفنية؛ فضلاً عن الارتقاء بعملية التعليم والتعلم من خلال تحسين النظام التعليمي على مستوى التدريس والبحث والجوانب الفنية (قناة English fe DotCom - قناة Jennifer ESL - قناة OUPEL .TGLOBAL

كما أعلن اليوتيوب عن إطلاق قناة خاصة للطلاب يمكن للمعلمين والمدرسين من اختيار مجموعة كبيرة من المقاطع التعليمية وتشغيلها دون أن تظهر المقاطع الأخرى في اليوتيوب والتي تظهر في قائمة المواقع المرتبطة بالفيديو، وقد حرص موقع اليوتيوب أن تكون القناة مخصصة للمدرسين لدرجة جعل القناة لا تعمل إلا لمن يقوم بالتسجيل فيها والموافقة على الشروط، فهذه القناة ستفيد الكثير من المعلمين والآباء في تشغيل مقاطع فيديو تعليمية(48).

(ب) وسائط تثقيف الطفل " المقروءة - المسموعة و المرئية - الإلكترونية" :-

تعتبر وسائل الاتصال من الميكانيزمات الأساسية لكل تكييف وتفاعل ثقافي للطفل، خاصة أنه يعيش حياته الآن من خلال اتصالات مستمرة من أجل إشباع حاجاته ورغباته التي تقوم على التواصل والمشاركة مع الآخرين؛ لاكتساب الخبرات والأفكار والمعارف، فتتنوع وسائل اتصال الطفل فمنها المباشر كالأسرة، والأصدقاء، وقصور الثقافة، والمدرسة، ومنها ما هو غير مباشر من خلال وسائل الإعلام سواء كانت المطبوعة "ككتب الطفل، والصحف والمجلات، أو مسموعة كالراديو والتسجيلات، أو مرئية كالتلفزيون وأفلام الأطفال والفيديو وغيرها.

وتتداخل العلاقة بين الإعلام والثقافة، وتتشابك إلى الحد الذي جعل الباحثين ينظرون إلى الإعلام والثقافة باعتبارهما وجهان لعملة واحدة، ويمكن اعتبار وسائل الإعلام بمثابة الناقل الأساسي والأداة لصياغة الثقافة، وقد تبدو العلاقة بين الإعلام والثقافة في كون الإعلام له دور مؤثر، ويقدم للمشاهد معلومات جديدة ويصله بكل جديد في مجالات الحياة اليومية(49).

فهناك تكامل بين أجهزة الثقافة ووسائل الإعلام؛ حيث يقدم الإعلام كل الوسائل المتاحة لتوصيل المعلومات والمعرفة والثقافة، وبذلك نجد أن الثقافة والإعلام لهما هدف واحد هو مخاطبة الناس والاتصال بهم كطريقة رئيسة؛ لتحقيق هدف توصيل

المعلومة، فلا ثقافة دون تعبير عن محتواها، ولا إعلام جيد دون ثقافة تؤازره، فأجهزة الإعلام هي المسؤولة عن تداخل الثقافات وتلاقحها(50).

ولاشك أن هناك مشكلة كبيرة تواجه العلاقة بين أجهزة الثقافة ووسائل الإعلام ستكون أكثر تأثيراً على ثقافة الطفل وتنميتها بعد ذلك، في ظل ضعف الإنتاج الثقافي والإعلامي العربي للطفل، ورغم ماسبق؛ ومن منظور التكامل بين الثقافة والإعلام؛ فإن وسائل الإعلام ووسائل الثقافة تعتبر أدوات التواصل الجماهيرية بين الطفل والعالم الخارجي، وقد تطورت بصورة مذهلة في السنوات الأخيرة، لدرجة أن الطفل يستسقى مادته المعرفية وثقافته الشخصية من مصدرها من وسائل الاعلام المختلفة؛ لذلك اعتبرت وسائل الإعلام المؤثر الأول والأقوى على الطفل(51).

ولقد أصبحت المادة الإعلامية الموجهة للأطفال من أخطر الصناعات الإعلامية في العصر الحالي، وتأتي في مقدمة قنوات الاتصال التي تمد الطفل بالأفكار والمعلومات والأخبار، وتحقق له التسلية والمتعة(52)، كما كشفت الدراسات العلمية أن لكل وسيلة اتصال مقدرة خاصة على الإقناع تختلف باختلاف طبيعة هذه الوسيلة وطبيعة الجمهور المتلقي. إلا أنه كلما ازداد الطابع الشخصي للوسيلة الإعلامية ازدادت قدرتها على التأثير(53)، وسوف نتناوله الباحثة بشيء من التفصيل:-

أولاً: الوسائل المقروءة:

تعد الوسائل المطبوعة من أقدم وسائل الاتصال الجماهيرية، وتعتمد على الكلمة، والرمز، والرسم، وتتميز هذه الوسائل بأنها تمكّن الطفل القارئ من التعرض لمضمونها وقتما يشاء، وتسمح له بحرية أكبر في التخييل والتحليل والتفسير ومن أبرزها:-

(أ) كتاب الطفل:

يعتبر كتاب الطفل مصدرًا رئيسًا لتنمية قدرات ومواهب الطفل وتنشئته، ويعتبر الغذاء العلمي والوجداني والثقافي يتفاعل معه متقمصًا شخصياته، ويقلد أبطال الكتاب، وتتنوع كتب الأطفال ما بين الكتب القصصية التي تحتوي على قصة طويلة أو مجموعة قصص قصيرة، وقد تكون كئيبة علمية أو دينية أو موسوعات أو كتب تاريخية، ويغلب على هذه الكتب بأكملها الخيال والكتب البوليسية والاجتماعية(54)، ومن مواصفات الكتاب أنه يخاطب الذهن؛ فالطفل وهو يطالع الكتاب يحاور نفسه، يأخذ ويعطي، ويتفاعل مع الكتاب، ومن هنا يأتي اهتمام الدول المتقدمة بكتاب الطفل؛ لكي يسهم في صياغة شخصيته، وإعطائها الاحتياجات الأساسية اللازمة للمعرفة، والنمو، والتعامل السليم مع القضايا التي تناسبه وتكتنف حياته(55).

(ب) حكايات وقصص الأطفال:

الحكايات من أحب الأشياء إلى قلب الطفل، وتظل عالقة في ذاكرته إلى أن يصبح رجلاً، بل إنها تشكل شخصيته في المستقبل؛ وذلك لما لها من أثرًا على عقليته، وذلك بما تحمله من مضامين، ومن المعروف أن الهدف من قصص الأطفال هو تنمية خيالهم، وإثراء معلوماتهم، وحثهم على التحلي بالقيم الفاضلة، وتستطيع الأم أن تعلم أبناءها القيم والأخلاق الدينية والخلق السليم بأسلوب قصصي يتناسب مع مستوى إدراك الطفل من خلال القصة، عن طريق سرد المواقف المناسبة، ولا سيما سرد قصص الأنبياء والتي تتمثل فيها نماذج للتربية بجميع أنواعها(56).

(ج) صحف ومجلات الأطفال:

تشكل صحف ومجلات الاطفال وسيطاً فاعلاً في تثقيف الطفل وامتاحه وتسليته، وهي تمتاز على الكتاب المطبوع بتعدد الكتاب والرسامين فيها مما يعني التنوع في الشكل والمضمون، فهي وسيط يطل على الطفل في مواعيد منظمة حسب دورية الصدور، وتتيح للاطفال فرصة التفاعل مع أبوابها ومضامينها، وتتيح لهم الفرصة للتواصل بين الطفل ومنتجي ثقافته، فيستطيع أيضاً ممارسة هوايته وتطوير موهبته من خلال نشر محاولاته الإبداعية في الكتابة والرسم وغيرها(57)، ويتوقف نجاح المادة الصحفية الموجهة للأطفال على مدى توافر القدرة على إعدادها، والقدرة على تحويلها إلى موضوعات نابضة بالحياة والجاذبية، ثم التحول بها إلى لوحة فنية ذات جمال ومعنى تناسب استعدادات الأطفال، وتيسر لهم القراءة؛ ولكي تحقق هذه المادة فاعليتها فإنها يجب أن تستمد موضوعاتها من بيئة الطفل وواقعه وقيمه وميوله، وتعبر عن مطالبه، وتتوافق مع نمط الثقافة السائدة في مجتمعه، دون ما تعارض أو تناقض(58).

ثانياً: الوسائل المسموعة والمرئية:-

(أ) التليفزيون:

يتصدر التليفزيون وسائل الإعلام فيما يمتلكه من إمكانيات فنية؛ حيث ينفرد بخصائص غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى فأصبح هو الرائد، والقدوة، والمعلم، ويأتي التليفزيون في مقدمة وسائل الإعلام التي تعمل على تثقيف الطفل، كما يسهم في البناء الفكري والوجداني من خلال عرض القلب القصصي والدراما المشوقة، وعالم الخيال العلمي الذي يهتم بالمحسوسات الكونية بجانب زيادة الحصيلة اللغوية للطفل، وتنمية بعض العادات، والقيم، والاتجاهات لديه، بالإضافة للمعارف والعلوم المكتسبة(59).

والتلفزيون ببرامجه وأفلامه يزود الطفل بخبرات واقعية، كما أن برامج الخيال تشبع كثيرًا من رغباته، أي أن التلفزيون ليس وسيلة تزود الطفل بالمعلومات والأفكار والقيم فحسب، بل هو إلى جانب ذلك يسهم في تشكيل لون من ألوان السلوك(60).

ومما يساعد التلفزيون على القيام بهذه الأدوار تميزه بمجموعة من الخصائص هي:

- يسهل على الطفل قضاء وقت الفراغ دون عناء.
- يعطي مساحة من الحرية في اختيار القنوات والبرامج.
- فاعلية الخبرة المرئية لخلوها من الضغوط المعطلة للنمو والتعلم؛ فالطفل يسعى بذاته وبكامل إرادته للمشاهدة.
- فهم الطفل لمضمون مايقدم دون الحاجة؛ لتعلم القراءة والكتابة بالنسبة للأطفال ما قبل المدرسة، ينقل المدرسة إلى البيت(61).

(ب) سينما الأطفال:

تعتبر السينما إحدى الوسائل التي يكتشف بها الطفل عالمه الخاص الذي يعيشه والتي تعتمد على الحركة، والإيقاع، والموسيقى، وعنصر التشويق؛ فهي بذلك من أهم وسائط ثقافة الطفل وتعليمه، وهي وسيلة للتنفيس عن الكبت الذي قد يشعر به الطفل نتيجة الضغوط الواقعة من عملية التنشئة الاجتماعية، وبذلك يمكن تدعيم خبرات الطفل الثقافية والاجتماعية، كما تقوم السينما بدور إيجابي في بناء شخصية الطفل من خلال إنتاج أفلام سينمائية تتضمن مشاهد من عالم الحيوان، والطيور، والالتزام بالسلوكيات الصحيحة مع الآخرين(62).

(ج) مسرح الطفل:

مسرح الطفل هو أداة لتنمية إبداعات الطفل ومهاراته الفنية التي تشكل شخصيته في المستقبل فهي أداة تربوية، وعملية، وتثقيفية، وتهديبية، متكاملة البنیان، ويعتبر أداة فعالة في تشكيل ثقافة الطفل حين يتلقى القيم والأفكار بلغة محببة وبأسلوب سهل(63)، وهذا لا يعني التقليل من قدرات الطفل العقلية على الاستيعاب، وإنما ذلك يعني استخدام "تعبير جميل مضمونة العقل والوجدان يمزجه الخيال الذي يحق لنا فيه استخدام العبارة التي تصور المعاني وتوحي بالفكرة وتثير الخيال؛ فينعش العاطفة ويحرك الإرادة، وينطبق على مسرح الطفل كل ماينطبق على مسرح الكبار من عناصر أدبية وفنية، فهو يحتاج إلى

كاتب موهوب مبدع ومنتق دارس لعناصر المسرحية ومقوماتها، ولخصائص الأطفال ومراحل نموهم كما يحتاج إلى مخرج خلاق ومتميز (64) ..

(د) الإذاعة:

وهي الوسيلة الاعلامية التي تخاطب حاسة السمع معتمدة بذلك على عنصر الصوت وحده، كما أنها تحتل مكانة مرموقة على الرغم من التحدي الذي تواجهه من التلفزيون والفيديو، إلا أن برامجها أداة فعالة وسحرية في توجيه الأطفال، وأرجع البعض أسباب عزوف الطفل عن الإذاعة لا يعود إلى خلل فيها كأداة اتصال، بل يرجع إلى عدم استثمار قدراتها بشكل وبصورة سليمة في مخاطبة الطفل (65)، وإخراج البرنامج الإذاعي للطفل أصعب بكثير من إخراج البرنامج التلفزيوني؛ وذلك لأن على المخرج الإذاعي أن يعوض عن حاسة البصر، ويخلق الصور في ذهن الطفل ويمده بالعوامل المساعدة على تخيلها ورسمها في الوقت الذي تتوفر للمخرج التلفزيوني امكانيات أخرى أكبر (66).

ويمكن للبرامج الإذاعية الموجهة أن تسهم إسهامًا بليغًا في البناء الفكري والوجداني للطفل العربي؛ وذلك من خلال (67) :-

- استخدام القلب القصصي حيث توضح الأفكار والمعلومات على شكل حكاية درامية مشوقة تشجع الأطفال على متابعتها بشغف ورغبة.
- استخدام عالم الخيال العلمي الذي يهتم بالمحسوسات الكونية، عن طريق تدريب ملكات الطفل على كيفية التعامل مع عصر الفضاء، والكواكب، والآلات الحديثة، والإلكترونيات، وبذلك تتفتح مداركة بصورة صحيحة ويتفاعل مع مجتمعه، ويشب على استخدام وسائل العصر بأيسر الطرق وأفضلها.
- استخدام القصة والحوار في عرض سير الأنبياء، والرسل، والمصلحين، نظرًا لما تحتويه من قيم واتجاهات إيجابية يمكن تنميتها لديهم.
- استخدام القصص التي تحض الأطفال على الشجاعة، والمخاطرة، والاستكشاف، والبحث، والتنقيب، والسلوكيات الاجتماعية المرغوبة.
- زيادة الحصيلة اللغوية للطفل، وتنمية بعض العادات، والقيم، والاتجاهات لديه.

ثالثًا: الوسائل الإلكترونية:

الكمبيوتر والانترنت:

يتيح استخدام الكمبيوتر والانترنت العديد من الخدمات الترفيهية والتثقيفية للطفل من خلال الوصول إلى مواقع المعلومات المتنوعة، وتحميل ما يفيد منها من برامج أطفال تعليمية وثقافية بالكمبيوتر الشخصي أو الهواتف النقالة (68)، ويساعد الكمبيوتر

في تطوير قدرات الطفل الذهنية والعقلية ويساعد في العملية التعليمية بشكل كبير. كما يمكن إضافته للمؤثرات الإعلامية بحكم احتوائه على مواد ذات بعد ثقافي وتربوي، وأصبحت شبكة الإنترنت وسيلة الاتصال العالمية المفتوحة التي تربط العديد من الشبكات الفرعية برباط محكم ووثيق، وهو عبارة عن غرفة العمليات الرئيسية للربط بين كل كمبيوتر وآخر في جميع دول العالم؛ لتحقيق التراسل الإلكتروني وخدمة التخاطب الجماعي، واسترجاع الملفات، وخدمة الشبكة العنقودية، ومن ثم فإن شبكة الإنترنت هي بمثابة موسوعة علمية تقدم خدماتها لكافة المستفيدين في جميع المجالات(69).

سادساً- مراجعة الدراسات السابقة:-

استهدفت عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما أسهم بشكل إيجابي في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وقد تم الرجوع إلى الدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع الدراسة والتي أجريت خلال العقد الأول من هذا القرن، وبعد المسح للدراسات العربية والأجنبية في حد علم الباحثة لم تجد دراسات مماثلة في صميم موضوع الدراسة.

المحور الأول: وتمثل في الدراسات التي تناولت موقع اليوتيوب وعلاقته بطلاب الجامعات، فضلاً عن دوره الفعال في التعليم:-

-دراسة لانج Lange (2007)⁽⁷⁰⁾ حول موقع ملفات الفيديو -اليوتيوب على الإنترنت، والتي استهدفت التعرف على استخدامات الأطفال والشباب لموقع اليوتيوب، حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها 45 مستخدماً، وتوصلت النتائج إلى أن أهم أسباب الأقبال على اليوتيوب تنوع المحتوى بالإضافة إلى نشر المواهب والفنون، كما تبين أن التعليقات المثمرة حول مقاطع الفيديو تدفعهم إلى التجاوب مع المستخدمين الآخرين.

-وقد اتفقت معها دراسة أوستروسكي Ostrowski(2008)⁽⁷¹⁾والتي اعتمدت على منهج المسح بالعينة لمقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة على اليوتيوب، وبينت الدراسة أن مقاطع الموسيقى والكوميديا من أشهر مقاطع التي يتم مشاهدتها على موقع Youtube.

- بينما أضافت دراسة هارلي Harley&Fitzpatrick(2008)⁽⁷²⁾ التي تناولت دور موقع اليوتيوب في خلق التفاعل الاجتماعي والحوار بين المستخدمين من كبار وصغار السن، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي التحليل الكيفي والكمي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إن مجال تعليقات المستخدم Geriatric1927 مع

الأخرين في موقع يوتيوب يركز حول تطوير مهاراته التكنولوجية في إرسال مقاطع الفيديو، مما ساعد المستخدم في انتقاء الصوت والصورة بشكل جيد.

- في حين آخر جاءت دراسة والتر ميلسا **Walter Melissa (2008)** (73) والتي هدفت إلى التعرف على تأثير موقعي اليوتيوب والفيس بوك في الطلاب، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان والتي أثبتت أن هناك المزيد من إبداع المحتوى على اليوتيوب وتشجيع الطلاب؛ لكي يصبحوا مبدعين إعلاميين عن طريق تقديم ثقافة مشتركة متفاعلة يتعلموا منها.

- كما تناولت دراسة روبرت **Robert Gehi (2009)** (74) بعنوان: "تحليل مضمون ملفات الفيديو على اليوتيوب"، بهدف التعرف على أهمية موقع اليوتيوب بالنسبة لوسائل الإعلام في حفظ ما تنشره على الموقع من خلال قنواتهم المخصصة لهم، وتوصلت النتائج إلى أن اليوتيوب يتمتع بخاصية سهولة التعامل مع المادة الموجودة عليه من خلال البحث بالكلمات الدالة ، وظهر موقع اليوتيوب كرائد في عرض المعلومات وحفظها مساوياً في ذلك موقعي فيكر وموقع ويكيبيديا، كما ساهم الموقع في عمل مكتبة للمضمون الرقمي؛ لحفظه مع الملايين من الملفات التيتم تجميعها من المستخدمين للموقع.

- أيضاً أضافت دراسة أسماء مسعد عبد المجيد **(2011)** (75) بعنوان: "اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية"، وهدفت التعرف على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية من خلال موقع اليوتيوب باستخدام منهج المسح بالعينة وتحليل مضمون بعض ملفات الفيديو، كذلك استخدمت استمارة استبيان على عينة قوامها 400 مفردة والذين تتراوح أعمارهم من 20 إلى أقل من 40 سنة، وقد أثبتت الدراسة أن موقع اليوتيوب حصل على موقع الريادة في تفضيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو، وأكثر المضامين تفضيلاً للجمهور هي الدروس الدينية.

-في حين تناولت دراسة عمرو محمد أسعد **(2011)** (76) والتي تناولت العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية. دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك"، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على معدل ودوافع استخدام الشباب المصري لموقعي اليوتيوب والفيس بوك، ودراسة تأثير المتغيرات الوسيطة في العلاقة بين معدل ودوافع الاستخدام وقيمهم المجتمعية، واتبعت الدراسة منهج المسح بالعينة بشقية التحليلي والميداني، وتم تحليل عينة من الموقعيين، كما تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعات المصرية، وتوصلت الدراسة إلى من أهم دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع اليوتيوب هو التعلم والمعرفة.

-بينما تناولت دراسة حنان أحمد سليم (2011)⁽⁷⁷⁾ حول أثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية"، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 34 طالبة من طالبات الماجستير بجامعة الملك سعود، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع اليوتيوب من أكثر المواقع الجاذب لهن؛ لأنه يصنع إعلامًا واقعيًا يتميز بالفورية في نقل الأحداث والمصادقية فيما يعرضه من موضوعات.

-وجاءت دراسة صابر محمد أحمد أبو بكر (2012)⁽⁷⁸⁾ حول "استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه"، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على معدلات تعرض المراهقين لمفات الفيديو على موقع اليوتيوب وأهم دوافع استخدامهم له، ومعرفة أكثر الإشباع المتحققة لهم من التعرض، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بشقة الميداني، وذلك من خلال مسح عينة من المراهقين من 15-18 سنة، حيث طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من طلاب المرحلة الثانوية قوامها 400 مفردة بمحافظة القاهرة وأثبتت نتائج الدراسة أن دوافع استخدام المبحوثين جاء في مقدمتها التسلية والترفيه بنسبة بلغت 30% يليه معرفة الأخبار والأحداث السياسية بنسبة 22.5% معهد دراسات طفولة.

- واتفقت معها دراسة آلاء مخلوف (2013)⁽⁷⁹⁾ بعنوان: "استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لليوتيوب والإشباع المتحققة منه"، هدفت الدراسة التعرف إلى استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لليوتيوب والإشباع المتحققة منه، وتدرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، والاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة والتي تمثلت (300) مفردة من الطلبة في جامعة اليرموك في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع، وكانت من أبرز نتائج الدراسة أن الدوافع المتمثلة في التسلية وتشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، والحصول على مقاطع ولقطات فيديو نادرة، شكلت ما يمكن أن يسمى بالدوافع الملحة لدى المبحوثين لاستخدام اليوتيوب.

- وأضافت دراسة Gulnar B وآخرون (2013)⁽⁸⁰⁾ بعنوان: "دوافع استخدام الفيسبوك واليوتيوب والمواقع المشابهة، على شبكة الإنترنت، والتي هدفت الدراسة التعرف إلى الدوافع استخدام الشباب التركي لمواقع مشاركة الفيديو والصور على شبكة الإنترنت، وما نسبة استخدام الطلبة لمواقع مشاركة الفيديو والصور على شبكة الإنترنت، واستخدمت الدراسة منهج المسح أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، والاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة عشوائية تمثلت (728) مفردة من الطلبة في جامعة (Selcuk) التركية، وتوصلت إلى أن (68%) من أفراد العينة

يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو والصور على شبكة الأنترنت، مقابل (32%) من أفراد العينة لم يستخدمونها، وأشارت الدراسة إلى أن أكثر مواقع مشاركة الفيديو الصور على شبكة الأنترنت استخداما من قبل أفراد العينة هو الفيسبوك بالمرتبة الأولى بنسبة (50.7%)، وتلاها في المرتبة الثانية اليوتيوب بنسبة (44.9%)..

- وتناولت دراسة أندريا ويلسون-Andrea Wilson (2015)⁽⁸¹⁾ بعنوان: "اليوتيوب في الفصول الدراسية"، هدفت هذه الدراسة البحثية النوعية إلى دراسة كيفية دمج المعلمين YouTube كأداة تعليمية في الفصل، وهو الموضوع ذو الأهمية الكبرى لمجتمع التعليم؛ حيث التكنولوجيا تتغير باستمرار والبقاء على صلة الفصل الدراسي بالقرن الحادي والعشرين، يحتاج المعلمون إلى الوصول إلى مستويات كافية من المعرفة التكنولوجية مع الدمج بثقة لأشكال مختلفة من التكنولوجيا في ممارساتهم التعليمية، واستندت الدراسة البحثية على تحليل الأدبيات الموجودة مسبقاً والبيانات النوعية التيتم جمعها من خلال مقابلات مع ثلاثة مشاركين، وأشارت بعض النتائج إلى النقص لدى اختصاصي التوعية حول مجموعة المميزات والفوائد التي يقدمها YouTube، كما أوضحت النتائج تأثير اضطرابات الأنترنت وسياسات مجلس المدرسة من أجل مشاهدة الفيديو فيقاعة الدراسة.

- وجاءت دراسة جوبلهان أولاسينا-GbolahanOlasina (2017)⁽⁸²⁾ عن تقييم القيم التعليمية لمقاطع فيديو اليوتيوب للكتابة الأكاديمية، هدفت الدراسة إلى تقييم تأثير مقاطع فيديو YouTube على الكتابة الأكاديمية ومهاراتها ومن ثم علي أداء الكتابة للطلاب، وقد تم استخدام وجهات النظر النظرية من البنوية وما يرتبط بهامن نماذج التعلم للوصول إلى الغرض من البحث، وكانت عينة الدراسة من طلاب شهادة الثانوية العامة المنتظرين القبول في المؤسسات العليا، والبالغ عددهم 40 طالب وذلك بهدف مساعدة الطلاب المحرومين من كتابتهم الأكاديمية فيسكوتسفيل، مقاطعة كوازولو ناتال، جنوب أفريقيا، واعتمدت الدراسة على المنهج النوعي باستخدام مجموعة المناقشة والمقابلات والاختبارات من أجل تحديد الأنماط والأساليب الأساسية لتناسب أدلة الكتابة الأكاديمية وأشرطة الفيديو؛ لتحسين تجارب المستخدم من وسائل الإعلام للكتابة الأكاديمية، وأشارت النتائج الأساسية إلى الخصائص الإيجابية لتجارب المستخدم حيث تشمل الابتكار، والمفاجأة، والمرح، والتحفيز في حين يتم تصنيف بعض الإجابات غير المرضية على أنها عدم الرضا، والإحباط، و خيبة الأمل، والغضب، كما أثبتت نتائج البحث القدرة على تحسين تجارب المستخدم على النظام الأساسي من قبلتسليط الضوء على الكيفية والزمان التي تحدث فيه التجارب الإيجابية والسلبية للمستخدمين وتعيينالاختلافات في أداء الكتابة الأكاديمية بين المجموعتين وأفضل الممارسات، كما أكدت النتائج الآثار

الإيجابية للدراسة على علم التدريس وتركيب مقاطع فيديو YouTube وتعليمات الكتابة الأكاديمية.

- بينما دراسة رنا مصطفى حنفي محمود(2018)⁽⁸³⁾ بعنوان: " استخدامات الشباب الجامعي القنوات اليوتيوب في مصر واتجاهاته نحوها"، تستهدف الدراسة بحث ظاهرة استخدام وإنشاء الشباب الجامعي المصري القنوات إعلامية على موقع اليوتيوب، ودراسة اتجاهات الشباب نحو هذه القنوات وما تقدمه من مضامين سياسية ومجتمعية مختلفة، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح على جمهور الشباب الجامعي المصري بأربع جامعات مصرية، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي المستخدم القنوات اليوتيوب في مصر، وقوامها 550 مبحوثاً، موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الإلكتروني هو أحد أشكال الإعلام الجديد الذي يستخدم المواقع الإلكترونية الإجتماعية التواصلية التي تعتمد على الأجهزة التكنولوجية المتطورة المتصلة بالإنترنت لتقديم رسائل إعلامية قد تكون سياسية، أو اجتماعية، أو علمية، أو فنية، وغيرها؛ لتحقيق هدف وتأثير معين، ويتبادل في هذا الشكل من الإعلام كلا من المرسل والمتلقي الأدوار فيما بينهما ويتشارك في صنع الرسائل الإعلامية.

المحور الثاني: ويشمل الدراسات التي تناولت وسائط تثقيف الطفل ودورها الفعال في تنشئته:-

-جاءت دراسة اكرام احمد فؤاد الالهواني (2008)⁽⁸⁴⁾ بعنوان: "علاقة الطفل المصري في مرحلة التعليم الأساسي بوسائط الثقافة المحلية والعالمية"، وتد هذا الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بثقافة الطفل المصري للتعرف على محتوياتها ومكوناتها واتجاهاتها الحديثة، وتعتمد على منهج المسح بالعينة، وطبقت على الأطفال المصريين من القاهرة على عينة قوامها 200 مفردة من تلاميذ التعليم الأساسي، بالإضافة إلى قائمة الخبراء المختصين بثقافة الأطفال بهدف التعرف على آرائهم في النموذج التي أعدته الباحثة بخصوص ثقافة الطفل في التعليم الأساسي، وتبين من خلال النتائج أن هناك حاجة ماسة إلى بناء نموذج معاصر؛ لتثقيف الطفل المصري في الحضر يساهم في بيان الخطوط الأساسية التي يمكن أن تقوم عليها الاستراتيجية الوطنية للنهوض بثقافة الطفل المصري وتحديد الأدوار الرئيسية لأهم مؤسسات التثقيف المساهمة في تحقيقها، لا بد أن تتكامل أدوار الأطراف الرئيسية المشاركة في تنشئة الطفل وتثقيفه ، وذلك من أجل تحقيق مصالح الطفل الفضلى، و تحقيق نجاح استراتيجية مصرية عربية محافظة على ثقافتنا ومنافسة في مجال الإنتاج الثقافي للطفل، وبذلك تتكامل كل مؤسسات المجتمع في تربية الطفل ووسائط الثقافة المباشرة وغير المباشرة وأساليب

ووسائل التثقيف المسموعة والمرئية والمقروءة والتفاعلية، والمؤسسات الحكومية والأهلية، ومصادر التعلم العربية والأجنبية، والتكامل بين صناعة الإيهار التكنولوجي في الرسالة الإعلامية والمضامين التربوية في الرسالة التربوية الهادفة التي تتماشى مع ثقافة المجتمع واحتياجات الطفل ومراحل العمرية.

-ومن جانب آخر تناولت دراسة زينب سالم أحمد عبد الرحمن(2011)⁽⁸⁵⁾والتي هدفت إلى التعرف على الانعكاسات التربوية المتوقعة من استخدام الطفل المصري للوسائط الإلكترونية، التي تظهر في الجوانب الثقافية للطفل، وقد حددت الدراسة هذه الجوانب في خمسة محاور أساسية هي (الانعكاسات الدينية والأخلاقية، الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والقانونية وأخيرًا الانعكاسات الصحية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لجمع المعلومات من الدراسات وتحليل استجابات أفراد العينة لعبارات الاستبانة، كما تم تطبيق الأداة على 353 طفل من طلاب المدارس الابتدائية في محافظات مصر تتراوح أعمارهم بين (9-12) سنة من الصفوف (الرابع- الخامس - السادس)، وقد توصلت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها: تبين أن الوسائط الإلكترونية تلعب دورًا كبيرًا في تشكيل ثقافة الطفل، وقد احتلت مكانة هامة بين الوسائط الثقافية، أن لم تكن الأوليين وسائط تثقيف الطفل، فتحت الوسائط الإلكترونية مجالًا واسعًا للطفل لتنمية ثقافته الدينية من خلال المواقع الدينية، أما بالنسبة للجانب الاجتماعي فإن الوسائط الإلكترونية وفرت للطفل فرصة غير مسبوقة للتواصل والتعارف على أصدقاء من مختلف الثقافات، كما أنها فتحت مجال جديد للحوار الأسرى بين الطفل والوالدين لو أحسن الوالدين استغلالها بمشاركة الطفل في اللعب والتصفح، بالنسبة للجانب التعليمي تعد الوسائط الإلكترونية وسيلة تعليمية توفر النتائج العقلية للإنسانية وتضعه بين يد الطفل، فقد توفر على شبكة المعلومات الكتب و القواميس و المعاجم اللغوية ويستطيع المتعلم البحث عن المعلومة بأسرع وقت و أقل جهد.

-وأضافت دراسة هنريك وريبيكا كولاش- Henrik Wu Rebecka Koolash(2011)⁽⁸⁶⁾ بعنوان: "ثقافة الأطفال المغتربين بالسويد من قصص حياتهم، الانتماء والهوية"، والتي هدفت إلى التعرف على ثقافة الأطفال المغتربين في بلد غير موطن الأب والأم، أو كما تطلق عليهم الدراسة (أطفال الثقافة الثالثة)، واعتمدت الدراسة على أسلوب المقابلة لسماع قصص حياة هؤلاء الأطفال وقياس قيم الانتماء والهوية لديهم، ومن أسلوب تحليل المحتوى أظهرت النتائج أن القصص تضمنت 15,3 قيمة، تشتمل على مجموعة القيم الدينية، والاجتماعية، والاقتصادية، والقومية، والوطنية، وقد جاءت القيم الاجتماعية في المرتبة الأولى بين مجموعات القيم الأخرى بنسبة مقدارها (30%)، يتبعها القيم الاقتصادية بنسبة مئوية مقدارها (27%)، ثم القيم الوطنية، والقومية بنسبة مئوية مقدارها (22%).

-دراسة شانون أرمونتاجوميري Shannon R. Montgomery (2018) (87) بعنوان "الحصون والنوع وثقافة الطفل: فحص نقدي لوسائل الإعلام واللعب"، وقد هدفت الدراسة إلى فحص كيفية قبول أو تحويل الأطفال لهذه المعايير الخاصة بالنوع والتي تنتقل في رموز وسائل الإعلام الشعبية محصنة، في حين أن البناء الاجتماعي للثقافة ينبثق من خلال اللعب، وقد تم تسجيل الصوت لاثنتين إلى أربعة من الأشقاء تتراوح أعمارهم بين ثلاثة وتسعة أعوام في عائلتين مختلفتين، حيث تم استخدام أداة تحليل الخطاب لفهم دور وسائل الإعلام والقواعد الجنسانية أثناء اللعب، وقد أوضحت النتائج كيفية دمج الأطفال في وسائل الإعلام لأنواع التمييز بين الجنسين في اللعب، ولعب الحركة والمغامرة مع الصور بين الذكور ولعب الدمية للإناث ورواية القصص، مما يوفر نظرة ثاقبة في كيفية يتم بناء معايير النوع الاجتماعي والتحدي في العلاقة بين ثقافة الطفل ووسائل الإعلام الشعبية.

وفيما يلي بعض الملاحظات التي تبرز مدى اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:-

-1

حظت الباحثة قلة الدراسات الإعلامية العربية المهيمة باليوتيوب التعليمي، فنجد أن معظم الدراسات السابقة تناولت دراسة موقع اليوتيوب وعلاقته بطلاب الجامعات مثل دراسة "الأء مخلوف 2013، حنان أحمد سليم 2011، وبذلك تعد هذه الدراسة من الدراسات المكملية للدراسات التي تناولت موقع اليوتيوب إلا أن هذه الدراسة تعتبر من الدراسات القليلة التي ناقشت موضوع تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل.

2- وجدت الباحثة أن معظم الدراسات التي تناولت موقع اليوتيوب ركزت على متغيرات أخرى غير متغير المستوى المعرفي لطالبات كليات الطفولة المبكرة لإنتاج وسيط ثقافي للطفل، وهذا ما يعطي هذه الدراسة أهمية خاصة حيث أن الباحثة ستتناول الموضوع من زاوية جديدة، وهي محاولة للتعرف على تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل، وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات في تحديد مشكلة الدراسة، فعلى الرغم من أهمية مقاطع اليوتيوب التعليمية ومكانتها المتميزة لدى الجمهور المتابع له، إلا أن مجال الدراسة لا يزال يحتاج للمزيد من الدراسات التي تناولت اليوتيوب التعليمي بالدراسة والتحليل.

3- لاحظت الباحثة التنوع والتباين في أحجام العينات محل الدراسات السابقة، وذلك بما يتفق مع طبيعة ومنهج كل دراسة على حدة حيث، وجد أن بعض

الدراسات استخدمت عينة من طلاب الجامعات مثل دراسة لانج (2007)، دراسة هارلي وفيتنزيباترك (2008)، دراسة والتر ميلسا (2008)، دراسة أسماء مسعد عبد المجيد (2011)، دراسة صابر محمد أحمد أبو بكر (2012)، وهذه الدراسات قد وجهتني لاستخدام عينة عمدية قوامها 150 مفردة من طالبات كليات الطفولة المبكرة "دراسات عليا" بجامعة (القاهرة- بورسعيد).

4- لاحظت الباحثة أن معظم الدراسات اعتمد على منهج المسح بشقية التحليلي والميداني مثل عمرو محمد أسعد (2011)، أسماء مسعد عبد المجيد (2011)، وبعضها اعتمد على تحليل المضمون فقط مثل دراسة روبرت (2009)، والبعض الآخر استخدم منهج المسح الميداني مثل دراسة لانج (2007)، دراسة والتر ميلسا (2008)، وقد وجهتني هذه الدراسات إلى استخدام منهج المسح بالعينة؛ لأنه يتناسب مع طبيعة هذه الدراسة لصعوبة إجراء مسح شامل للمجتمع بأكمله.

5- جاءت نتائج الدراسات العربية والأجنبية؛ لتؤكد أهمية موقع اليوتيوب الذي أثار اهتمام الباحثين كأحدى وسائل الإعلام الجديد المرئية، لما له من إقبال وشعبية بين طلاب الجامعات بالرغم من حداثة أعمارهم إلا أنهم يتعرضون بشكل كبير للموقع اليوتيوب، وذلك باختلاف موضوع الدراسة دراسة والتر ميلسا (2008)، ودراسة رضا عبد الواحد أمين (2009)، دراسة صابر محمد أحمد أبو بكر (2012).

أوجه الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بالدراسة وإطارها النظري:

- 1- تعميق مشكلة البحث وإضافة أبعاد جديدة مما يساعد على وضوح المشكلة أمام الباحثة من كافة جوانبها.
- 2- استفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد النظرية المستخدمة، و التعرف على المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة.
- 3- كما تمكنت الباحثة من التعرف على حجم وطرق سحب العينة، وكيفية تحديد متغيرات الدراسة، وصياغة الفروض، وكذلك كيفية صياغة أسئلة استمارة الاستبيان.
- 4- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة، وتحديد الأساليب الإحصائية الملائمة للبحث.

5- كما ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحثة فيما يتعلق بتحديد الشروط اللازمة؛ لاختيار العينة الدراسة الميدانية.

6- أفادت نتائج الدراسة السابقة في التعليق على النتائج التي توصلت إليها الباحثة في الدراستين التحليلية والميدانية لهذا البحث، وتفسيرها في ضوء ما توصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج.

سابعًا: فروض الدراسة:

الفرض الأول:

• توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات في المستوى المعرفي لديهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل، وفقًا لمعدل تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية.

الفرض الثاني:

• توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات عينة الدراسة وفقًا؛ لأسباب تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية والتي تتناول معلومات حول كيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل.

الفرض الثالث:

• توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى اهتمام الطالبات بالموضوعات حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل ومستوى معرفتهم بها.

الفرض الرابع:

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة وفقًا للمتغيرات الديموجرافية (السن، - الجامعة - المستوى الاقتصادي الاجتماعي) تتمثل في:

أ- توجد فروق دالة إحصائية بين استخدام طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية (الأكثر سنًا - الأصغر سنًا) ومستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل وفقًا للسن (لصالح الأكبر سنًا).

ب- توجد فروق دالة إحصائية بين استخدام طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية جامعتي (القاهرة- بورسعيد) ومستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل وفقًا للجامعة (لصالح جامعة القاهرة).

ج- توجد فروق دالة إحصائية بين استخدام طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية ذات المستوى الاجتماعي (المرتفع- المتوسط- المنخفض)، ومستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل (لصالح المستوى الاجتماعي المرتفع) وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي.

الفرض الخامس:

- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية ودرجة نقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها.

ثامناً: حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** تتمثل الحدود الموضوعية في تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة (25-30) سنة (كجمهور) لمقاطع اليوتيوب التعليمية (كوسيلة) وعلاقتها بالمستوى المعرفي بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل.

- **الحدود الزمنية:** تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من طالبات كليات الطفولة المبكرة " دراسات عليا" بالجامعات المصرية 25-30 سنة، أي مرحلة الشباب موزع بالتساوي على جامعتي القاهرة -بورسعيد خلال شهر مارس عام 2018م، وأيضاً تم إجراء الدراسة التحليلية على عينة من مقاطع اليوتيوب التعليمية خلال الفترة من أول ديسمبر 2017م وحتى آخر شهر فبراير 2018م، مع العلم بأنه قامت الباحثة بمراعاة أن يتم تطبيق استبيان آراء طالبات الجامعات بعد انتهاء العينة الزمنية للعينة التحليلية مباشرة، حيث يزيد ضيق المساحة الزمنية بقدر الإمكان من توقع الآتي:-

- ضمان احتفاظ الرسالة الإعلامية محل الدراسة وموضع التطبيق بذاكرة المبحوثات.

- تجنب تأثير معلومات المبحوثات بمعلومات أخرى من مصادر التأثير المتعددة سواء من خلال الاتصال الشخصي أو الاتصال الجماهيري كأسرة، جماعة الرفاق، زملاء الدراسة دور العبادة، الأندية، وسائل الإعلام الأخرى، البرامج التلفزيونية، هذا فيما عدا المبحوثات ذوي الخبرة السابقة ذوي المستوى العالي من الثقافة.

- **الحدود المكانية أو الجغرافية:** تم إجراء الدراسة الميدانية في كليات التربية للطفولة المبكرة بمحافظة القاهرة وبورسعيد بواقع كلية لكل جامعة (القاهرة -بورسعيد).

• **الحدود البشرية:** تم إجراء الدراسة على عينة قوامها 150 مفردة من طالبات كليات الطفولة المبكرة " دراسات عليا" بالجامعات المصرية اللآتي تتراوح أعمارهن من 25-30 سنة.

تاسعًا: متغيرات الدراسة:

ويمكن توضيح متغيرات الدراسة كالتالي:-

1. **المتغير المستقل:** يتمثل في تعرض طالبات الطفولة المبكرة (25-30) سنة لمقاطع الفيديو التعليمية من خلال موقع اليوتيوب.

2. **المتغيرات الوسيطة:** تتمثل في العوامل الديموجرافية :-

- معدل التعرض .
- أسباب التعرض.
- نوع المضمون المشاهد.
- المشاهدة النشطة .
- السن.
- المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للمبحوثات.
- المستوى التعليمي للمبحوثات.

3. **المتغير التابع:** يتمثل في متغير المستوى المعرفي لطالبات كليات الطفولة المبكرة عينة الدراسة بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل والذي يظهر نتيجة التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية عبر موقع اليوتيوب.

عاشراً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ-نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية "**Descriptive Study**" التي تستهدف تقرير خصائص المشكلة البحثية التي سبق تحديدها ودراسة الظروف المحيطة بها مع تسجيل دلالاتها وخصائصها وتصنيفاتها وكشف ارتباطاتها بمتغيرات أخرى، حيث تسعى للكشف عن تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل، والكشف عن جوانبها بمايساهم به اليوتيوب كوسيلة تعليمية وتثقيفية لرفع مستوى معارفهن وكفاءة ومهارة الطالبات، كما تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني وذلك من خلال مسح مضمون عينة عمدية من

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

مقاطع اليوتيوب التعليمية، وذلك بهدف التعرف على مجالات وسائط تثقيف الطفل التي تركز عليها خلال فترة التحليل، بالإضافة إلى جمع البيانات الخاصة بجمهور الطالبات كليات الطفولة المبكرة "دراسات عليا" من (25-30) سنة عينة الدراسة، مما يساعد على الإجابة على تساؤلات البحث وأهدافه.

ب-مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في طالبات الدبلوم المهني "دراسات عليا" بجامعة القاهرة – بورسعيد)، وقد تم اختيار عينة عمدية **Purposive sample** من مستخدمي موقع اليوتيوب قوامها 150 مفردة من طالبات كليات الطفولة المبكرة "دبلوم مهني – دراسات عليا" (25-30) سنة في جامعة القاهرة- بورسعيد) موزعة بالتساوي 75 مفردة لكل جامعة، وقد رأت الباحثة أن تكون ممثلة للطالبات الأكبر سناً والأصغر سناً على حد سواء وذلك لقياس الفروق بينهم.

كما هو موضحاً في الجدول التالي:-

جدول (1)

توصيف عينة الدراسة الميدانية.

| الجامعة | القاهرة | بورسعيد |
|----------|------------------------------|-------------------|
| الكلية | إناث | إناث |
| الكليات | كلية التربية للطفولة المبكرة | كلية رياض الأطفال |
| الإجمالي | 75 مفردة | 75 مفردة |

وقد روعي في اختيار العينة الشروط التالية:-

- تمثيل الجمهور من حيث المستوى الاقتصادي والاجتماعي (مرتفع – متوسط – منخفض).
- أن يتراوح العمر الزمني لأفراد عينة الدراسة ما بين 25-30 سنة، حيث أن طالبات الدراسات العليا في مرحلة الشباب يقعون في المتصل العمري ما بين 25-30 سنة.

مميزات اختيار عينة الدراسة:

- يرجع اختيار طالبات كليات الطفولة المبكرة إلى طبيعة موضوع الدراسة، باعتبارهم فئة تمثل شريحة هامة وقطاعاً فاعلاً في المجتمع بالإضافة إلى أن الطالبات في هذه الفترة لديه حب الاستطلاع والإقبال على كل ما هو

جديد بما يخدم مجال دراستهن وعملهن، وأنهم أكثر استخدامًا للإنترنت وموقع اليوتيوب التعليمي خاصًا.

• لاحظت الباحثة في مجال عملها باهتمام الطالبات بتزويد خبراتهم ومهارتهم المعرفية واليدوية وإقبالهم على متابعة موقع اليوتيوب بصورة كبيرة، حيث تستطيع الطالبات في هذه المرحلة العمرية مناقشة وتحليل ما يدور حولها من مشكلات واقتراح الحلول المناسبة لها لاتساع مداركها، كما تستطيع أن تكون أفكارًا ومعلومات عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة، واكتساب الخبرات التي تؤهلن لما ستكون عليه في المستقبل من خلال قراءتها لما يعرضه موقع اليوتيوب.

• قدرة المبحوثات في هذه المرحلة على تقديم بيانات مفيدة تخدم موضوع الدراسة من خلال الإجابة على أسئلة الاستبيان.

-كما تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في مقاطع اليوتيوب التعليمية التي تتناول وسائط تثقيف الطفل بمجالاتها المتنوعة، حيث طبقت الدراسة على عينة عمدية من مقاطع اليوتيوب التعليمية خلال الفترة من أول ديسمبر 2017م وحتى آخر شهر فبراير 2018م، وقد بلغت عدد مقاطع اليوتيوب التعليمية التي خضعت للدراسة والتحليل (37) مقطع بإجمالي زمن قدره 327 ق - 12 ث.

(ج) أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على صحيفة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء وتضمنت الجوانب المختلفة التي تسعى الدراسة للتعرف عليها وفقًا لمدى ارتباطها بأهداف وفروض الدراسة، ومدى كفايتها ودقتها للإجابة على التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عليها:-

• استمارة تحليل المضمون: إعداد الباحثة

تم الاعتماد على تحليل المضمون لوصف المحتوى الظاهر والصريح لمقاطع اليوتيوب التعليمية؛ لمعرفة وسائط تثقيف الطفل التي تتناولها، وذلك للإجابة على تساؤلات الدراسة وطبقًا للتصنيفات الموضوعية التي تم تحديدها في الدراسة.

وللصدق التحليلي Validity: قام الباحثة بتحديد فئات التحليل تحديدًا دقيقًا، فضلًا عن مراعاة الدقة في إجراءات التحليل وصولًا إلى مستوى مرتفع من الصدق، وللتأكد من صدق استمارة تحليل المضمون تم عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين في الإعلام(88)، وذلك للتأكد من دقة ووضوح وحدات وفئات التحليل،

وإمكانية تحقيقها لأهداف الدراسة، وقد بلغت النسبة العامة للاتفاق بين المحكمين 89% وهي نسبة مرتفعة.

وفي ضوء آراء المحكمين أجرت الباحثة بعض التعديلات على الاستمارة حتى أصبحت في الشكل النهائي.

وثبات التحليلي Reliability: قام الباحثة باختيار عينة من مقاطع اليوتيوب التعليمية محل الدراسة خلال فترة الدراسة وقامت بتحليل تلك المقاطع، ثم أعاد الباحثة تحليل تلك العينة مرة أخرى بعد مرور ثلاثة أسابيع من إجراء التحليل الأول، فأعطت نفس النتائج تقريباً، ثم استعانت الباحثة بباحثة أخرى في دراسات الإعلام لحساب ثبات التحليل من خلال تحليل 5% من العينة موضع التحليل بنفس الوحدات والفئات مرة أخرى وذلك بعد توضيحها لها، وتعريفها بالهدف من الدراسة، حيث شرحت الباحثة لها الاستثمارات والفئات الخاصة بها، وتم تزويدها بنسخ من استمارات التحليل والتعريفات الإجرائية للفئات. وتم حساب معادلة هولستي بين الباحثة ومثيلتها كما يلي:

وتم حساب معادلة هولستي بين الباحثة ومثيله كما يلي:

2(ت)

$$\frac{\text{معامل الثبات}}{2ن+1ن} =$$

حيث ت = عدد حالات الاتفاق.

ن1= عدد الحالات التي رمزها المرمز الأول.

ن2= عدد الحالات التي رمزها المرمز الثاني.

وطبقاً لهذه المعادلة جاءت قيم الثبات كما يلي:

ثبات الباحث مع نفسه = 0.96

ثبات أ مع ب = 0.91

ثبات أ مع ج = 0.95

ثبات ب مع ج = 0.97

وبحساب قيمة الوسيط بين القيم الثلاثة (0.97+0.95+0.91).

يكون معامل الثبات الكلي 0.94 وهي نسبة تدل على ثبات الوحدات والفئات المستخدمة في تحليل المضمون، كما تعني صلاحية استمارة تحليل المضمون للتطبيق.

• استمارة الاستقصاء لعينة من طالبات الجامعة: إعداد الباحثة.

وقد تم تطبيق الاستبيان من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثات، وهو ما يعطي الفرصة للتأكد من فهم المبحوثات للأسئلة الواردة من ناحية، ومواجهة ما قد يطرأ من صعوبات أثناء التطبيق من ناحية أخرى، وللتأكد من صدق وثبات محتوى الاستمارة **Content Validity**، قامت الباحثة بعرضها على الخبراء والسادة المحكمين من أجل دراستها علمياً ومنهجياً، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة سواء بالحذف أو الإضافة والتعديل وذلك بهدف التعرف على مدى ملائمة الأسئلة لطبيعة المبحوثات ومستواهن الثقافي، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات، وقد أسفر التحكيم المنهجي والعلمي عن حذف سؤال، وعلق بعض الاسئلة المفتوحة ودمج بعض الأسئلة المكررة، بالإضافة إلى ذلك قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلي **pre-Test** على عدد محدود من العينة الأصلية قوامها (10%) من حجم العينة الأصلي، من أجل التأكد من سلامة صحيفة الاستبيان منهجياً وما تتضمنه من أسئلة ومدى وضوح وفهم المبحوثات للأسئلة للحصول على إجابات صحيحة وغير متحيزة من أفراد العينة، وكذلك لتحديد الفترة الزمنية التي تطلبها الإجابة على تساؤلات الاستبيان، وللتأكد من ثبات البيانات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار **Retest** عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة التفتين وقوامها (10%)، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً من التطبيق الأول للاستمارة، واعتمدت الباحثة في حساب ثبات نتائج الاستبيان على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثات في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة معامل الثبات الكلي 91%، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثات، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق ودقته.

هـ) أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة:-

قامت الباحثة بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة من خلال الكمبيوتر، وذلك باستخدام برنامج **SPSS**، والمعروف اختصاراً بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية **Statistical Package for social science**، وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

3- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

4-الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل تباين علي وجود فرق بينها.

5- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

6- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة.

7- اختبار جداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.

الحادي عشر:نتائج الدراسة:

(أ) نتائج الدراسة التحليلية:-

يتناول هذا الجزء نتائج الدراسة التحليلية على عينة عمدية من مقاطع اليوتيوب التعليمية التي تناولت وسائط تثقيف الطفل بمجالاتها المتنوعة والتي بلغ عددهم(37) مقطعاً، خلال الفترة التي بدأت من أول ديسمبر 2017م وحتى آخر شهر فبراير 2018م، وذلك علي النحو التالي:-

أولاً : التحليل وفقاً لوحد المقاطع:-

1- توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقاً للمدة الزمنية للمقاطع اليوتيوب عينة الدراسة .

جدول (2)

تكرارات ونسب المدة الزمنية لمقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| المدة الزمنية لمقاطع اليوتيوب التعليمية | ك | % |
|---|----|------|
| 10 فأكثر | 16 | 43.2 |
| 5-10 دقائق | 12 | 32.4 |
| أقل من 5 دقائق | 9 | 24.3 |
| الإجمالي | 37 | 100 |

• تدل بيانات الجدول السابق على النتائج التالية:-

- جاءت المدة الزمنية للمقاطع اليوتيوب عينة الدراسة في الترتيب الأول " 10 فأكثر" بنسبة بلغت (43.2%) بواقع تكرار (16)، وذلك من إجمالي المدة الزمنية لمقاطع اليوتيوب التعليمية، تلاه "5-10 دقائق" بنسبة بلغت (32.4%) بواقع تكرار (12)، ثم جاءت في الترتيب الثالث للمدة الزمنية لمقاطع اليوتيوب التعليمية أقل من 5 دقائق" بنسبة بلغت (24.3%) بواقع تكرار (9) وذلك من إجمالي المدة الزمنية لمقاطع اليوتيوب التعليمية.
- 2- توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقا لمستوى لغة الحوار المستخدم في مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة.

جدول (3)

تكرارات ونسب مستوى لغة الحوار المستخدم في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| مستوى لغة الحوار | ك | % |
|----------------------|----|------|
| لهجة عامية | 17 | 45.9 |
| فصحى مبسطة | 11 | 29.7 |
| اللغة العربية الفصحى | 6 | 16.2 |
| لغة أجنبية | 3 | 8.1 |
| الإجمالي | 37 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- احتلت اللهجة العامية الترتيب الأول لمستوى لغة الحوار المستخدم في مقاطع اليوتيوب التعليمية التي قدمت خلال فترة الدراسة بنسبة بلغت (45.9%) بواقع تكرارات (17) من إجمالي مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة، حيث اعتمدت عليها أغلب المقاطع من خلال لغة الحوار بين شخصياتها، وهو ما يؤكد أن اللغة العامية هي اللهجة السائدة لدى الغالبية العظمى من قطاعات المجتمع، وقد يرجع استخدام مقاطع اليوتيوب للغة العامية إلى سهولة فهم واستيعاب هذا المستوى اللغوي من جانب الجمهور، فهي اللغة التي يتحدث بها أغلبية الشعب المصري، وبالتالي فهي من أنسب المستويات اللغوية استخدامًا.

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

- يليها في الترتيب الثاني فصحي المبسطة لمستوى لغة الحوار المستخدم في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (29.7%) بواقع تكرارات (11) من إجمالي مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
 - بينما جاءت اللغة العربية الفصحى في الترتيب الثالث لمستوى لغة الحوار بنسبة بلغت (16.2%) بواقع تكرارات (6) من إجمالي مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
 - وفي الترتيب الرابع جاءت لغة أجنبية لمستوى لغة الحوار المستخدم في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (8.1%) بواقع تكرارات (3) من إجمالي مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة، وتمثلت في اللغة الإنجليزية مع وجود ترجمة.
- 3- توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقاً للقالب الفني الذي قدم به مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة.

جدول (4)

تكرارات ونسب القالب الفني الذي قدم به مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| القالب الفني الذي قدم به مقاطع اليوتيوب التعليمية | ك | % | |
|---|--------|------|------|
| ندوة | 10 | 27.0 | |
| برنامج | 9 | 34.3 | |
| فيلم | توعوي | 7 | 18.9 |
| | وثائقي | 6 | 16.2 |
| تقارير | 5 | 13.5 | |
| الإجمالي | 37 | 100 | |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:-

- تنوعت القوالب الفنية التي قدمت به مقاطع اليوتيوب التعليمية، حيث جاءت ندوة في الترتيب الأول بنسبة بلغت (27%)، يليها في الترتيب الثاني برنامج بنسبة بلغت (34.3%)، ثم جاء في الترتيب الثالث فيلم توعوي بنسبة بلغت (18.9%)، تلاه في الترتيب الرابع فيلم وثائقي بنسبة بلغت (16.2%)، وأخيراً جاءت تقارير بنسبة بلغت (13.5%).
- 4- توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقاً للمصدر المقاطع عينة الدراسة.

جدول (5)

تكرارات ونسب مصدر مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| مصدر مقاطع اليوتيوب" نقلًا عن" | ك | % |
|--------------------------------|----|------|
| قام بنشرة المستخدم العادي | 13 | 35.1 |
| قنوات تليفزيونية | 9 | 24.3 |
| مواقع إنترنت | 9 | 24.3 |
| غير محدد المصدر | 6 | 16.2 |
| الإجمالي | 37 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاءت مصادر مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقًا " قام بنشره المستخدم العادي بنسبة بلغت (35.1%) بواقع تكرار (13) من إجمالي المصادر المنقول عنها الأخرى، يليها في الترتيب الثاني كلاً من "قنوات تليفزيونية"- "مواقع إنترنت" بنسبة بلغت (24.3%) بواقع تكرار (9) لكل منهما، في حين جاء في الترتيب الرابع لمصادر مقاطع اليوتيوب التعليمية" غير محدد المصدر بنسبة بلغت(16.2%) بواقع تكرار(6)، ذلك من إجمالي مصادر مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
- 5- توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقًا للأهداف التي تسعى مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة إلى تحقيقها.

جدول (6)

تكرارات ونسب الأهداف التي تسعى مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة إلى تحقيقها.

| الأهداف التي تسعى مقاطع اليوتيوب التعليمية إلى تحقيقها | ك | % |
|---|----|------|
| يقدم تغطية شاملة للطرق المختلفة لإنتاج وسائط تثقيف الطفل كلاً على حدة. | 14 | 37.8 |
| تقدم تجارب جديدة وخبرات متنوعة التي تتيح فهم أعمق للمعلومة في إنتاج الوسائط المناسبة للطفل. | 10 | 27.0 |
| تقديم مضمون هادف وإمكانية تطبيقه في الواقع. | 6 | 16.2 |
| تقدم العديد من الآراء لمتخصصين في هذا المجال. | 4 | 10.8 |
| تثقيف متابعيها | 2 | 5.4 |
| الدعوة إلى دوات تدريبية | 1 | 2.7 |
| الإجمالي | 37 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- تنوعت أهداف مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة التي تسعى إلى تحقيقها، حيث اتضح أن معظم مقاطع اليوتيوب التعليمية التي خضعت للدراسة والتحليل كانت **على النحو التالي:-**
- احتل الترتيب الأول من حيث الأهداف التي تسعى مقاطع اليوتيوب التعليمية إلى تحقيقها (يقدم تغطية شاملة للطرق المختلفة لإنتاج وسائط تثقيف الطفل كلاً على حدة) بنسبة بلغت (37.8%) بواقع تكرار (14) من إجمالي الأهداف الأخرى، يليها في الترتيب الثاني (تقدم تجارب جديدة وخبرات متنوعة التي تتيح فهم أعمق للمعلومة في إنتاج الوسائط المناسبة للطفل) بنسبة بلغت (27.0%) بواقع تكرارات (10)، بينما جاء في الترتيب الثالث (تقديم مضمون هادف وإمكانية تطبيقه في الواقع) بنسبة بلغت (16.2%) بواقع تكرارات (6)، وذلك من إجمالي الأهداف التي تسعى مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة إلى تحقيقها، وفي الترتيب الرابع جاءت (تقدم العديد من الآراء لمتخصصين في هذا المجال) بنسبة بلغت (10.8%) بواقع تكرارات (4)، بينما في الترتيب الخامس كان الهدف (تثقيف متابعيها) بنسبة بلغت (5.4%) بواقع تكرارات (2)، وأخيراً في الترتيب السادس جاءت (الدعوة إلى دوات تدريبية) من حيث الأهداف التي تسعى مقاطع اليوتيوب التعليمية إلى تحقيقها بنسبة بلغت (2.7%) بواقع تكرار (1) من إجمالي الأهداف الأخرى.

ونتيجة لذلك

نجد أن القائمين بالاتصال في مقاطع اليوتيوب حاولوا أن بقدر المستطاع تحقيق أهدافهم التي يسعوا لتحقيقها من خلال هذه المقاطع التعليمية، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية جدول رقم (38)، حيث أضح أن نسبة (34.2%) يرون أن للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة دور في رفع مستوى معارفهم وكفاءتهم في مجال دراستهم وعملهم "لأنها تقدم العديد من الآراء والخبرات لمتخصصين في هذا المجال ،بينما وجد أن نسبة (32.8%) يرون أنها تزودهم بمعلومات وخبرات متنوعة في إنتاج الوسائط المناسبة للطفل من مجالات وقصص ومسرحيات وإمكانية تطبيقها في الواقع"، بينما جاءت نسبة (24%) يرون أن "أنها تتناول معلومات متعددة لكل وسيط بدء من مرحلة الفكرة وحتى الإنتاج"، وذلك من إجمالي المبحوثات أفراد عينة الدراسة.

6- توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقاً للتفاعل المصاحب لمقاطع اليوتيوب عينة الدراسة.

جدول (7)

تكرارات ونسب التفاعل المصاحب لمقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| التفاعل المصاحب للمقاطع اليوتيوب التعليمية | ك | % | |
|--|--------------------|-----|------|
| عدد الإعجاب | أكثر من 100 معجب | 25 | 67.6 |
| | أقل من 100 معجب | 12 | 32.4 |
| عدد المشاهدات | أكثر من 100 مشاهدة | 30 | 81.1 |
| | أقل من 100 مشاهدة | 7 | 18.9 |
| عدد تعليقات المستخدمين | أقل من 100 تعليق | 21 | 56.8 |
| | أكثر من 100 تعليق | 16 | 43.2 |
| عدد مشاركات المستخدمين للمقاطع | أكثر من 100 مشاركة | 26 | 70.3 |
| | أقل من 100 مشاركة | 11 | 29.7 |
| نوع التعليقات على المقاطع | آراء ووجهات نظر | 14 | 37.8 |
| | استفسار وطلب | 11 | 29.7 |
| | تشجيع | 8 | 21.6 |
| | استيلاء | 4 | 10.8 |
| الإجمالي | 37 | 100 | |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء أبرز أوجه النشاط وتفاعل المستخدمين مع مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة على النحو التالي:-
- جاء عدد الإعجاب "أكثر من 100 معجب" في الترتيب الأول بنسبة بلغت (67.6%) بواقع تكرارات (25)، ثم جاء عدد الإعجاب "أقل من 100 معجب" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (32.4%) بواقع تكرارات (12)، وذلك من إجمالي عدد الإعجاب على مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
- جاء عدد المشاهدات "أكثر من 100 مشاهدة" في الترتيب الأول بنسبة بلغت (81.1%) بواقع تكرارات (30)، ثم جاء عدد المشاهدات "أقل من 100 مشاهدة" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (18.9%) بواقع تكرارات (7)، وذلك من إجمالي عدد المشاهدات على مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
- كما أتضح عدد تعليقات المستخدمين "أقل من 100 تعليق" في الترتيب الأول بنسبة بلغت (56.8%) بواقع تكرارات (21)، ثم جاءت عدد تعليقات المستخدمين "أكثر من 100 تعليق" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (43.2%) بواقع تكرارات (16)، وذلك من إجمالي عدد تعليقات المستخدمين على مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

- تبين أن عدد مشاركات المستخدمين للمقاطع جاء أكثر من 100 مشاركة في الترتيب الأول بنسبة بلغت (70.3%) بواقع تكرارات (26)، ثم جاءت عدد مشاركات المستخدمين لمقاطع اليوتيوب التعليمية "أقل من 100 مشاركة" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (29.7%) بواقع تكرارات (11)، وذلك من إجمالي عدد مشاركات المستخدمين لمقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
 - وجد أن نوع التعليقات على المقاطع جاءت آراء ووجهات نظر " في الترتيب الأول بنسبة بلغت (37.8) بواقع تكرارات (14)، ثم جاء نوع التعليقات استفسار وطلب في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (29.7) بواقع تكرارات (11)، بينما جاء تشجيع في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (21.6%) بواقع تكرارات (8)، وأخيراً جاء نوع تعليقات المستخدمين " استياء" بنسبة بلغت (10.8%) بواقع تكرارات (4)، وذلك من إجمالي نوع تعليقات المستخدمين على مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
 - ويتضح من خلال هذه النتيجة أوجه النشاط وتفاعل المستخدمين مع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة كونه موقع ويب متخصص يتمتع بعناصر الجذب والإبهار في مشاركة مقاطع الفيديو، ويسمح لمستخدميه برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، وإن تنوع محتوى الموقع جعل منه موقع متميز للتعليم وتنمية ورفع كفاءة مستخدميه، وأكسابهم الخبرات والمعارف المتنوعة في ظل التطورات التكنولوجية الجديد.
 - وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسة الميدانية جدول رقم (31) حول ما تقوم به الطالبات من الأفعال قبل - أثناء - بعد مشاهدة اليوتيوب، حيث جاءت بدرجة موافقة كبيرة، فقد جاء المتوسط العام لفقرات مساوياً (2.52) والانحراف المعياري (0.67) والاتجاه العام للفقرات (كبيرة) وهذا يدل على موافقة المبحوثات عينة الدراسة بدرجة كبيرة على الأفعال الآتي يقمن بفعالها قبل وبعد وأثناء المشاهدة، فهي تعتبر بالنسبة لهن من الأمور العادية التي يجب تنفيذها مع المشاهدة.
 - واتفقت هذه النتيجة مع دراسة روبرت Robert Gehi (2009) والتي توصلت إلى أن اليوتيوب يتمتع بخاصية سهولة التعامل مع المادة الموجودة عليه من خلال البحث بالكلمات الدالة، وظهر موقع اليوتيوب كرائد في عرض المعلومات وحفظها مساوياً في ذلك موقعي فيكر.
- ثانياً: فئات المضمون المرتبطة بوسائط تثقيف الطفل التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة:-
- 7- توزيع وسائط تثقيف الطفل التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة:-

جدول (8)

تكرارات ونسب وسائط تثقيف الطفل التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| مجالات وسائط تثقيف الطفل المطروحة في مقاطع اليوتيوب التعليمية | ك | % |
|---|------------|------------|
| الوسائط المقروءة | 109 | 49.3 |
| الوسائط المسموعة والمرئية | 107 | 48.4 |
| الوسائط الإلكترونية | 5 | 2.3 |
| الإجمالي | 221 | 100 |

• تشير بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت وسائط تثقيف الطفل المقروءة في مقدمة الوسائط التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (49.3%) بواقع تكرار (109) ، وذلك من إجمالي تكرارات وسائط تثقيف الطفل الأخرى، بينما جاءت الوسائط المسموعة والمرئية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (48.4%) وبواقع تكرار (107)، ثم جاء في الترتيب الثالث الوسائط الإلكترونية بنسبة بلغت (2.3%) بواقع تكرار (5) وذلك من إجمالي تكرارات وسائط تثقيف الطفل الأخرى التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

■ ويتضح مدى الاهتمام والتركيز لمضامين وسائط تثقيف الطفل المقدمة عبر موقع اليوتيوب، وتقديم التطبيق العملي للوسيط المنتج من خلال عروض عملية، حتى تكتمل المعلومة لمستخدميه بالممارسة العملية، وبذلك توضح وترسخ التجارب، حيث تعتبر الوسائط المقروءة من أحب وأهم الوسائط التي يمكن تقديمها للأطفال، ومن ثم فهي قادرة على الإسهام بفاعلية في تثقيفه وتعليمه، وتوجيهه، وتأتي في مقدمة قنوات الاتصال التي تمد الطفل بالأفكار والمعلومات، وتحقق له التسلية والمتعة.

(7-أ) توزيع وسائط تثقيف الطفل المقروءة التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة:-

جدول (9)

تكرارات ونسب وسائط تثقيف الطفل المقروءة التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| مجالات الوسائط المقروءة للطفل المطروحة في مقاطع اليوتيوب التعليمية. | ك | % |
|---|------------|------------|
| تصميم قصص للأطفال. | 43 | 39.4 |
| تصميم كتيبات وكتب الأطفال المتنوعة | 39 | 35.8 |
| تصميم مجلة أو صحيفة للطفل. | 27 | 24.8 |
| الإجمالي | 109 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

- تصدرت تصميم قصص للأطفال مقدمة وسائط تثقيف الطفل المقروءة التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (39.4%) بواقع تكرار (43)، وذلك من إجمالي تكرارات وسائط تثقيف الطفل المقروءة الأخرى، بينما جاءت تصميم كتيبات وكتب الأطفال المتنوعة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (35.8%) وبواقع تكرار (39)، مم جاء في الترتيب الثالث تصميم مجلة أو صحيفة للطفل بنسبة بلغت (24.8%) بواقع تكرار (27)، وذلك من إجمالي تكرارات وسائط تثقيف الطفل المقروءة الأخرى التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
 - وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية جدول رقم (30) حيث أكد المبحوثات عينة الدراسة أن مقاطع الفيديو التعليمية المفضلة لدي المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة عند متابعة إنتاج وسائط تثقيف الطفل في جاءت الترتيب الأول هي "مقاطع عن تصميم قصص للأطفال" بنسبة (23.3%).
- (7-ب) توزيع وسائط تثقيف الطفل المسموعة والمرئية التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة:-

جدول (10)

تكرارات ونسب وسائط تثقيف الطفل المسموعة والمرئية التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| مجالات الوسائط المسموعة والمرئية للطفل المطروحة في مقاطع اليوتيوب التعليمية | ك | % |
|---|-----|------|
| كتابة حدوتة إذاعية للطفل | 25 | 23.4 |
| كتابة نصوص بعض مسرحيات وأغاني الأطفال | 23 | 21.5 |
| ورش عمل حول كيفية إنتاج عرائس مسرحيات الأطفال المتنوعة | 23 | 21.5 |
| تنظيم مهرجانات وحفلات مسرح الأطفال | 17 | 15.9 |
| ندوات وورش عمل حول كيفية إنتاج برنامج إذاعي أو تلفزيوني للطفل | 11 | 10.3 |
| كيفية إنتاج فيلم كرتوني قصير للطفل | 8 | 7.5 |
| الإجمالي | 107 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- احتلت كتابة حدوتة إذاعية للطفل مقدمة وسائط تثقيف الطفل المسموعة والمرئية التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (23.4%) بواقع تكرار (25)، وذلك من إجمالي تكرارات وسائط تثقيف الطفل المسموعة والمرئية الأخرى، بينما جاءت كلاً من "كتابة نصوص بعض مسرحيات وأغاني الأطفال- ورش عمل حول كيفية إنتاج عرائس مسرحيات الأطفال المتنوعة" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (21.5%) وبواقع تكرار (23)، ثم جاء في الترتيب الرابع تنظيم مهرجانات وحفلات مسرح

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

الأطفال بنسبة بلغت (15.9%) بواقع تكرار (17)، في حين جاءت في الترتيب الخامس ندوات وورش عمل حول كيفية إنتاج برنامج إذاعي أو تليفزيوني للطفل بنسبة بلغت (10.3%) بواقع تكرار (11)، وأخيراً جاء في الترتيب السادس كيفية إنتاج فيلم كرتوني قصير للطفل بنسبة بلغت (7.5%) بواقع تكرار (8)، وذلك من إجمالي تكرارات وسائط تثقيف الطفل المسموعة والمرئية الأخرى التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

(7-ج) توزيع وسائط تثقيف الطفل الالكترونية التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة:-

جدول (11)

تكرارات ونسب وسائط تثقيف الطفل الالكترونية التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| مجالات الوسائط الالكترونية للطفل المطروحة في مقاطع اليوتيوب التعليمية | | ك | % |
|---|---------------------------------------|---|-----|
| الوسائط الالكترونية | كيفية تصميم موقع الكتروني خاص بالطفل. | 3 | 60 |
| | كيفية تصميم برمجيات ألعاب الأطفال . | 2 | 40 |
| الإجمالي | | 5 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- تصدرت تصميم موقع إلكتروني خاص بالطفل مقدمة وسائط تثقيف الطفل الالكترونية التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (60%) بواقع تكرار (3)، وذلك من إجمالي تكرارات وسائط تثقيف الطفل الالكترونية الأخرى، بينما جاءت تصميم برمجيات ألعاب الأطفال في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (40%) وبواقع تكرار (2)، وذلك من إجمالي تكرارات وسائط تثقيف الطفل الإلكتروني الأخرى التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

8- مستوى التعمق في والتناول للوسائط تثقيف الطفل المطروحة في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة:-

(8-أ) توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية طبقاً لأسلوب تناول مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة لوسائط تثقيف الطفل:-

جدول (12)

تكرارات ونسب أسلوب تناول مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة لوسائط تثقيف الطفل.

| أسلوب عرض الوسائط | ك | % |
|-------------------|-----|------|
| صريح | 213 | 96.4 |
| ضمني | 8 | 3.6 |
| الإجمالي | 221 | 100 |

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- استخدمت مقاطع اليوتيوب التعليمية "الأسلوب الصريح والمباشر في تناول وعرض وسائط تثقيف الطفل في الترتيب الأول بنسبة بلغت (96.4%) بواقع تكرار (213)، ونلاحظ أن هذه المقاطع استخدمت العبارات والألفاظ الصريح في تناول الموضوع، بينما استخدم البعض الآخر منها الأسلوب الضمني بنسبة بلغت (3.6%) بواقع تكرار (8).
 - وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة محمد سعودي عبد المحسن (2018) (89)، والتي كشفت عدم موضوعية قناتي المصري اليوم وأخبار اليوم- حيث اتسمت أسلوب المعالجة للقضايا في تلك القنوات بالتحيز.
- (8-ب) توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية طبقاً لمدى مطابقة مضمون وسائط تثقيف الطفل بالعرض المرئي في مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة:-

جدول (13)

تكرارات ونسب مدى مطابقة مضمون وسائط تثقيف الطفل بالعرض المرئي في مقاطع اليوتيوب.

| مطابقة المضمون بالعرض المرئي | ك | % |
|------------------------------|-----|------|
| مطابق | 198 | 89.6 |
| إلى حد ما | 20 | 9.0 |
| العرض غير مقترن بالصورة | 3 | 1.4 |
| الإجمالي | 221 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء مطابقة المضمون بالعرض المرئي مطابق في الترتيب الأول بنسبة بلغت (89.6%) بواقع تكرار (198)، ثم جاء مطابق إلى حد ما بنسبة بلغت (9.0%) بواقع تكرار (20)، وأخيراً جاء العرض غير مقترن بالصورة بنسبة بلغت (1.4%) بواقع تكرار (3).
- (8-ج) توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية طبقاً لموضوعية عرض وسائط تثقيف الطفل في مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة:-

جدول (14)

تكرارات ونسب موضوعية عرض وسائط تثقيف الطفل في مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة.

| الموضوعية في عرض وسائط تثقيف | ك | % |
|------------------------------|-----|------|
| يعرض جانب واحد للموضوع | 106 | 47.9 |
| يعرض عدة جوانب للموضوع | 65 | 29.4 |
| يسرد حقائق فقط | 37 | 16.7 |
| غير محدد | 13 | 5.9 |
| الإجمالي | 221 | 100 |

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء يعرض جانب واحد للموضوع في الترتيب الأول بنسبة بلغت(47.9%) بواقع تكرار(106)، ثم جاء في الترتيب الثاني يعرض عدة جوانب للموضوع بنسبة بلغت(29.4%) بواقع تكرار(65)، بينما جاء يسرد حقائق في الترتيب الثالث بنسبة بلغت(16.7%) بواقع تكرار(37)، وأخيراً جاءت الموضوعية في عرض وسائط تثقيف الطفل غير محدد في الترتيب الرابع بنسبة بلغت(5.9%) بواقع تكرار(13).

- فر بما يتضح من خلال ذلك أن المعنيين على إنتاج هذه المقاطع قد أدركوا الحاجة إلى تعزيز إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة من أجل إنتاج وسائط تتناسب مع فكر أطفالنا وتنشئتهم بشكل سليم، وذلك في إطار تطوير تناول وسائط تثقيف الطفل بشكل جدي ومتعمق بعيداً عن السطحية.

ثالثاً- المساحة الزمنية:

(9-أ)المساحة الزمنية التي شغلتها وسائط تثقيف الطفل الواردة بمقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

جدول (15)

تكرارات ونسب المساحة الزمنية التي شغلتها وسائط تثقيف الطفل .

| المساحة الزمنية التي شغلتها مجالات وسائط تثقيف الطفل المطروحة في مقاطع اليوتيوب التعليمية | ق | % |
|---|-----|------|
| تصميم قصص للأطفال | 64 | 20.3 |
| تصميم كتيبات وكتب الأطفال المتنوعة | 49 | 15.5 |
| كيفية تصميم مجلة أو صحيفة للطفل | 37 | 11.7 |
| كتابة حدوتة إذاعية للطفل | 32 | 10.1 |
| كتابة نصوص بعض مسرحيات وأغاني الأطفال. | 29 | 9.2 |
| ورش عمل حول كيفية إنتاج عرائس مسرحيات الأطفال المتنوعة. | 27 | 8.5 |
| تنظيم مهرجانات وحفلات مسرح الأطفال | 22 | 6.9 |
| ندوات وورش عمل حول كيفية إنتاج برنامج إذاعي أو تلفزيوني للطفل | 19 | 6.0 |
| كيفية إنتاج فيلم كرتوني قصير للطفل | 13 | 4.1 |
| كيفية تصميم موقع الكتروني خاص بالطفل | 10 | 3.2 |
| كيفية تصميم برمجيات ألعاب الأطفال | 7 | 2.2 |
| الإجمالي | 316 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- بلغ إجمالي الوقت الذي شغلته وسائط تثقيف الطفل التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة (316) دقيقة بنسبة بلغت (100%)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها وسائط تثقيف الطفل الواردة بمقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
- كما وصلت المساحة الزمنية التي شغلها اللقطات التي تناولت الوسائط المقروءة إلى (47.5%) بإجمالي وقت (150) دقيقة، بينما وصلت المساحة الزمنية للقطات التي تناولت الوسائط المسموعة والمرئية إلى (44.9%) بإجمالي وقت (142) دقيقة، ثم جاءت المساحة الزمنية للقطات التي تناولت الوسائط الإلكترونية إلى (5.4%) بإجمالي وقت (17) دقيقة.
- أحتل تصميم قصص للأطفال المركز الأول من حيث المساحة الزمنية للقطات التي تناولت وسائط تثقيف الطفل بمقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة، حيث بلغ إجمالي الوقت التي أستوحذت عليه (64) دقيقة بنسبة بلغت (20.3%)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للوسائط بمقاطع اليوتيوب الأخرى، بينما جاءت تصميم كتيبات وكتب الأطفال المتنوعة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (15.5%) وبإجمالي وقت (49) دقيقة، ثم جاء في الترتيب الثالث تصميم مجلة أوصحيفة للطفل بنسبة بلغت (11.7%) بإجمالي زمن قدره (37) دقيقة، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية للوسائط التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.
- بينما جاء في الترتيب الرابع كتابة حدوتة إذاعية للطفل للوسائط تثقيف الطفل المسموعة والمرئية التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة حيث بلغ إجمالي الوقت التي أستوحذت عليه (32) دقيقة بنسبة بلغت (10.1%)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للوسائط بمقاطع اليوتيوب الأخرى، بينما جاءت "كتابة نصوص بعض مسرحيات وأغاني الأطفال في الترتيب الخامس بنسبة بلغت (9.2%) وبواقع زمن قدره (29)، ثم جاء في الترتيب السادس " ورش عمل حول كيفية إنتاج عرائس مسرحيات الأطفال المتنوعة " نسبة بلغت (8.5%) وبإجمالي وقت (27) دقيقة، في حين جاء في الترتيب السابع "تنظيم مهرجانات وحفلات مسرح الأطفال بنسبة بلغت (6.9%) بواقع زمن قدره (22)، بينما جاءت في الترتيب الثامن ندوات وورش عمل حول كيفية إنتاج برنامج إذاعي أو تليفزيوني للطفل بنسبة بلغت (6.0%) بواقع زمن قدره (19)، وفي الترتيب التاسع كيفية إنتاج فيلم كارتوني قصير للطفل" بنسبة بلغت (4.1%) بواقع زمن قدره (13)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية للوسائط التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

- في حين جاء في الترتيب العاشر تصميم موقع الكتروني خاص بالطفل من حيث المساحة الزمنية للقطات التي تناولت وسائط تثقيف الطفل بمقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة، حيث بلغ إجمالي الوقت التي استحوذت عليه (10) دقيقة بنسبة بلغت (3.2%)، وأخير في الترتيب الحادي عشر تصميم برمجيات ألعاب الأطفال بنسبة بلغت (2.2%) بواقع زمن قدره (7)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية للوسائط التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

رابعًا- الفئات المرتبطة بالشخصية :-

(10-أ) توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقًا لنوع الشخصية في مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة.

جدول (16)

تكرارات ونسب نوع الشخصية في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة

| نوع الشخصية | ك | % |
|-------------|----|------|
| ذكور | 29 | 69.1 |
| إناث | 13 | 30.9 |
| الإجمالي | 42 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- أن الذكور يمثلون نسبة (69.1%) بواقع تكرار (29) حيث جاءوا في مقدمة الشخصيات في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة التي تناولت وسائط تثقيف الطفل.

- يليها الإناث في المرتبة الثانية للشخصيات في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة من حيث نوع بنسبة (30.9%) بتكرار (13).

(10-ب) توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقًا للمرحلة العمرية للشخصية في مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة.

جدول (17)

تكرارات ونسب المرحلة العمرية للشخصية في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة

| المرحلة العمرية | ك | % |
|-----------------|----|------|
| شباب | 23 | 54.8 |
| في منتصف العمر | 19 | 45.2 |
| الإجمالي | 42 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

- جاءت غالبية من يقدمون وسائل تثقيف الطفل في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة في المرحلة العمرية من الشباب للشخصيات بنسبة (54.8%) بتكرار (23).

- يليه المرحلة العمرية في منتصف العمر في الترتيب الثاني للمراحل العمرية للشخصيات في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة (54.2%) بتكرار (19).

(10-ج) توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقاً لجنسية الشخصيات في مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة.

جدول (18)

تكرارات ونسب جنسية الشخصيات في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة

| جنسية الشخصيات | ك | % |
|----------------|----|------|
| غير محددة | 22 | 52.4 |
| عربية | 17 | 40.5 |
| أجنبية | 3 | 7.1 |
| الإجمالي | 42 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- جاءت جنسيات الشخصيات في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة غير محددة" بنسبة (52.4%) بتكرار (22)، يليه جنسيات عربية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (40.5%) بتكرار (17)، بينما جاءت شخصيات أجنبية في الترتيب الثالث من حيث جنسيات الشخصيات في مقاطع اليوتيوب التعليمية بنسبة بلغت (7.1%) بتكرار (3).

(10-د) توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقاً للشخصيات البارزة في مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة.

جدول (19)

تكرارات ونسب الشخصيات البارزة في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| الشخصيات البارزة بمقاطع اليوتيوب للوسائط | ك | % |
|--|----|------|
| عامّة | 19 | 45.2 |
| أكاديمية | 10 | 23.8 |
| خبراء ومتخصصين | 9 | 21.4 |
| إعلامية | 4 | 9.5 |
| الإجمالي | 24 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- جاءت غالبية من يقدمون وسائط تثقيف الطفل في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة من الشخصيات العامة بنسبة (45.2%) بتكرار (19).
- يليه في الترتيب الثاني "شخصيات أكاديمية" للشخصيات البارزة في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة (23.8%) بتكرار (10).
- في حين جاء في الترتيب الثالث "للشخصيات البارزة في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة" خبراء ومتخصصين بنسبة بلغت (21.4%) بتكرار (9).
- بينما جاء في الترتيب الرابع شخصيات إعلامية "للشخصيات في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة (9.5%) بتكرار (4).

11- توزيع مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة للوسائط المتعددة في مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة.

جدول (20)

تكرارات ونسب الوسائط المتعددة في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة.

| الوسائط المتعددة للمقاطع اليوتيوب التعليمية | ك | % |
|---|----|------|
| متحركة | 32 | 86.5 |
| ثابتة | 5 | 13.5 |
| كلام منطوق | 35 | 94.6 |
| مؤثرات صوتية | 15 | 40.5 |
| موسيقى | 8 | 21.6 |
| أغاني | 5 | 13.5 |
| عناوين مكتوبة | 23 | 62.2 |
| عرض معلومات على الشاشة | 14 | 37.8 |
| الإجمالي | 37 | 100 |

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- تنوعت الوسائط المتعددة لمقاطع اليوتيوب التعليمية، حيث جاء في الترتيب الأول للصور ورسومات "متحركة بنسبة بلغت (86.5%)، ثم جاءت صور ثابتة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (13.5%).
- جاء في الترتيب الأول لمقاطع الصوت "كلام منطوق بنسبة بلغت (94.6%)، يليها مؤثرات صوتية بنسبة (40.5%)، ثم موسيقى بنسبة بلغت (21.6%)، وأخيراً أغاني بنسبة (13.5%).

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

- جاء في الترتيب الأول للمؤثرات المرئية عناوين مكتوبة بنسب بلغت (62.2%)، يليها عرض معلومات على الشاشة بنسبة بلغت (37.8%).
(ب) نتائج الدراسة الميدانية:-

يتناول هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية على عينة عمدية بلغت 150 مفردة من طالبات كليات الطفولة المبكرة "دراسات عليا" في المرحلة العمرية (25-30) سنة، بجامعة (القاهرة – بورسعيد) ، وذلك على النحو التالي :-

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:-

(1) مدى حرص المبحوثات عينة الدراسة على تصفح اليوتيوب You tube
جدول رقم (21)

يوضح قيمة كا² لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية والاقتصادية في
درجة الحرص على تصفح اليوتيوب You tube

| المستوى | | مرتفع | | متوسط | | منخفض | | الاجمالي | |
|--------------------|--|-------|----|-------|----|-------|----|----------|-----|
| الحرص على المتابعة | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك |
| نعم | | 83.3 | 75 | 68.9 | 31 | 60 | 9 | 76.7 | 115 |
| أحياناً | | 16.7 | 15 | 31.1 | 14 | 40.0 | 6 | 23.3 | 35 |
| المجموع | | 100 | 90 | 100 | 45 | 100 | 15 | 100 | 150 |

قيمة كا² = 3.783 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.207 مستوى
الدلالة = غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق مايلي:-

- جاء حرص أفراد العينة على تصفح موقع اليوتيوب You tube في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (76.7%)، يليها نسبة اللاتي يتصفحات موقع اليوتيوب You tube بشكل غير منظم "أحياناً في المرتبة الثانية بنسبة 23.3% .
- وبحساب قيمة كا² بلغت (3.783) عند درجة حرية = (2) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة إحصائياً = 0.207 ، وهو ما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في مدى حرصهن على تصفح موقع اليوتيوب You tube .
- وهو ما يؤكد أهمية موقع اليوتيوب الذي يعد من وسائل الإعلام الجديدة المرئية التي تتمتع بإقبال وشعبية كبيرة بين جمهور طالبات الجامعات مما جعل قاعدة المتعاملين معه عبر شبكة الإنترنت تتسع وتزداد بشكل ملحوظ، ويرجع مدر حرص الطالبات عينة الدراسة على تصفح اليوتيوب You tube بشكل كبير، لما له من أهمية لهم في مجال دراستهن بالإضافة إلى انتشار التكنولوجيا الحديثة بين طالبات الجامعة وتوفر الإنترنت في كل مكان مما يتيح سهولة تصفح الموقع.

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

وتتفق هذه الدراسة في مجملها مع نتائج الدراسات السابقة :-

- دراسة روبرت (Robert Gehi) (2009)، التي ظهر موقع اليوتيوب كرائد في عرض المعلومات وحفظها مساوياً في ذلك موقعي فيكر وموقع ويكبيديا.
 - دراسة رضا عبد الواحد أمين (2009)، وتبين أن الشباب الجامعي يستخدمون موقع اليوتيوب بنسبة (87.7%).
 - دراسة آلاء مخلوف (2013)، والتي أكدت أن نسبة (88%) من أفراد عينة الدراسة من طلبة جامعة اليرموك يستخدمون موقع مشاركة الفيديو "اليوتيوب".
 - دراسة Gulnar B وآخرون (2013)، وتوصلت إلى أن (68%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو والصور على شبكة الأنترنت، مقابل (32%) من أفراد العينة لم يستخدمونها.
- (2) أسباب حرص المبحوثات عينة الدراسة على تصفح اليوتيوب.

جدول رقم (22)

يوضح ترتيب أسباب حرص المبحوثات على تصفح اليوتيوب وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي

| الترتيب | الإجمالي | | منخفض | | متوسط | | مرتفع | | المستوى أسباب الحرص على تصفح اليوتيوب. |
|---------|----------|-----|-------|----|-------|----|-------|----|--|
| | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 66.7 | 100 | 46.7 | 7 | 73.3 | 33 | 66.7 | 60 | لأنها تقدم العديد من المعلومات حول الموضوعات المختلفة. |
| 6 | 2.0 | 3 | 6.7 | 1 | 2.2 | 1 | 1.1 | 1 | لأنها تتيح الفرصة للمستخدمين بنشر آرائهم و استفساراتهم |
| 3 | 4.0 | 6 | 13.3 | 2 | 4.4 | 2 | 2.2 | 2 | لعدم وجود مصادر أخرى للتعليم |
| 2 | 20.0 | 30 | 20.0 | 3 | 11.1 | 5 | 24.4 | 22 | لأنها تقدم المعلومة بطريقة أفضل |
| 4 | 3.3 | 5 | 6.7 | 1 | 4.4 | 2 | 2.2 | 2 | أتحكم في وقت مشاهدة مقاطع الفيديو |
| 7 | 1.3 | 2 | 0.0 | 0 | 2.2 | 1 | 1.1 | 1 | لأنني تعودت على تصفحها |
| 5 | 2.7 | 4 | 6.7 | 1 | 2.2 | 1 | 2.2 | 2 | وسيلة مسلية تملأ أوقات فراغي |
| | | 150 | | 15 | | 45 | | 90 | جملة من سنلوا |

تدل بيانات الجدول السابق على مجموعة من النتائج :-

حيث أوضحت النتائج أن من أهم أسباب حرص المبحوثات أفراد عينة الدراسة على تصفح موقع اليوتيوب؛ "لأنها تقدم العديد من المعلومات حول الموضوعات المختلفة

بنسبة بلغت (66.7%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني؛ "لأنها تقدم المعلومة بطريقة أفضل" حرص أفراد العينة على تصفح موقع اليوتيوب You tube بنسبة (20.0%)، تليها في الترتيب الثالث " لعدم وجود مصادر أخرى للتعليم بنسبة بلغت (4.0%)، بينما جاء في الترتيب الرابع لأسباب حرص أفراد العينة على تصفح موقع اليوتيوب You tube بنسبة بلغت (3.3%) أتحمك في وقت مشاهدة مقاطع الفيديو، وفي حين جاء السبب الخامس لأسباب حرص أفراد العينة على تصفح موقع اليوتيوب You tube وسيلة مسلية تملأ أوقات فراغى بنسبة بلغت (2.7%)، من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاء في الترتيب السادس "؛ لأنها تتيح الفرصة للمستخدمين بنشر آرائهم و استفساراتهم بنسبة (2.0%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً جاء السبب السابع لأسباب حرص أفراد العينة على تصفح موقع اليوتيوب You tube لأنى تعودت علي تصفحها بنسبة بلغت (1.3%) وذلك من إجمالي عينة الدراسة.

- وهو ما يؤكد زيادة اعتماد طالبات الجامعة على موقع اليوتيوب في الحصول على المعلومات ويتحكمون في طبيعة المضمون الذي يشاهدونه وينشرونه ويتبادلونه مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية، وبذلك ساهم موقع اليوتوب كأحد أنماط الإعلام الجديد في صياغة كثير من الأحداث في حياتنا اليومية، والتي يلجأ إليها الفرد للتعبير عن آرائه في شتى القضايا التي يعاصرها.
- وانفقت هذه النتيجة مع دراسة حنان أحمد سليم (2011)، والتي أكدت أن موقع اليوتيوب من أكثر الوسائل الإعلامية التي أمدت الطالبات بالمعلومات حول أحداث الثورة المصرية.
- دراسة أسماء مسعد عبد المجيد (2011)، وقد أثبتت الدراسة أن موقع اليوتيوب حصل على موقع الريادة في تفضيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو. (3) عدد مرات استخدام اليوتيوب من جانب أفراد العينة خلال الأسبوع.

جدول رقم (23)

قيمة كاي² لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية وعدد مرات استخدام اليوتيوب خلال الاسبوع.

| الإجمالي | | منخفض | | متوسط | | مرتفع | | المستوى عدد مرات الاستخدام |
|----------|-----|-------|----|-------|----|-------|----|-------------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 23.3 | 35 | 40 | 6 | 26.7 | 12 | 18.9 | 17 | مرة واحدة يومياً |
| 30 | 45 | 26.7 | 4 | 20 | 9 | 35.6 | 32 | أكثر من مرة في اليوم الواحد |
| 20 | 30 | 13.3 | 2 | 17.8 | 8 | 22.2 | 20 | حسب الظروف |
| 26.7 | 40 | 20 | 3 | 35.6 | 16 | 23.3 | 21 | عدد مرات في الأسبوع |
| 100 | 150 | 100 | 15 | 100 | 45 | 100 | 90 | المجموع |

قيمة كاي² = 8.94 درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.370 مستوى الدلالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على مايلي:- أن عدد مرات استخدام موقع اليوتيوب من جانب المبحوثات أفراد عينة الدراسة طبقاً لما أحرزته من تكرارات جاءت كما يلي:-

- أن عدد(45) من المبحوثات أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع اليوتيوب "أكثر من مرة في اليوم الواحد" بنسبة بلغت (30%) من إجمالي عينة الدراسة ، في حين أننسبة (26.7%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع اليوتيوب "عدد مرات في الأسبوع" من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاء ممن يستخدمون موقع اليوتيوب مرة واحدة يومياً في الأسبوع بنسبة بلغت (23.3%)، بينما جاءت "حسب الظروف" من حيث عدد مرات استخدام موقع اليوتيوب من جانب المبحوثات أفراد عينة الدراسة بنسبة بلغت(20%)، ذلك من إجمالي عينة الدراسة.
 - وبحساب قيمة كا² بلغت (8.94) عند درجة حرية= (3) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =0.370 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في عدد مرات استخدامهم لموقع اليوتيوب You tube في الأسبوع .
 - وقد يرجع ذلك لسرعة انتشار الإنترنت وسهولة استخدامه وقلة تكلفته المادية وتوفره مجاناً وكثرة احتياج الطالبات إليه في دراستهن مما يجعلهن يتأثرن ويتفاعلن معه بشكل مستمر.
- (4)الوقت المنقضى في استخدام موقع اليوتيوب في المرة الواحدة من جانب أفراد عينة الدراسة.

جدول رقم (24)

قيمة كا² لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية والوقت المنقضى في المرة الواحدة في استخدام اليوتيوب.

| الإجمالي | | منخفض | | متوسط | | مرتفع | | المستوى |
|----------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-----------------------------------|
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | استخدام اليوتيوب في المرة الواحدة |
| 70 | 46.7 | 7 | 46.7 | 17 | 37.8 | 46 | 51.1 | أقل من ساعة |
| 45 | 30 | 5 | 33.3 | 15 | 33.3 | 25 | 27.8 | من ساعة إلى أقل من ساعتين |
| 25 | 16.7 | 2 | 13.3 | 10 | 22.2 | 13 | 14.4 | من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات |
| 10 | 6.7 | 1 | 6.7 | 3 | 6.7 | 6 | 6.7 | أكثر من ثلاث ساعات |
| 150 | | 15 | | 45 | | 90 | | المجموع |

قيمة كا² = 9.08 درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.242 و مستوى الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق:-

- أن عدد (70) من المبحوثات أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع اليوتيوب في المرة الواحدة "أقل من ساعة" بنسبة بلغت (46.7 %) من إجمالي عينة الدراسة ، بينما جاءت نسبة (30%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع اليوتيوب في المرة الواحدة من ساعة إلى أقل من ساعتين" من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاء ممن يستخدمون موقع اليوتيوب في المرة الواحدة من "ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات" بنسبة بلغت (16.7%) وأخيراً جاءت " أكثر من ثلاث ساعات" من حيث عدد مرات استخدام موقع اليوتيوب في المرة الواحدة من جانب المبحوثات أفراد عينة الدراسة بنسبة بلغت (6.7%)، وذلك من إجمالي عينة الدراسة.
 - وبحساب قيمة كا² بلغت (9.08) عند درجة حرية = (3) عند مستوى دلالة = 0.242 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في عدد ساعات استخدام موقع اليوتيوب You tube في المرة الواحدة .
 - واتفقت هذه النتيجة مع دراسة رضا عبد الواحد أمين (2009)، والتي أثبتت أن الشباب يستخدموا الإنترنت أقل من ساعة في اليوم بنسبة بلغت (39.3%)، بينما أفادت (22.2%) يتعرضون له لفترة زمنية تتراوح من ساعة إلى ساعتين يومياً.
- (5) الوقت المفضل لمشاهدة مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب لدى أفراد عينة الدراسة.

جدول رقم (25)

قيمة كا² لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية والوقت المفضل لمتابعة اليوتيوب.

| الإجمالي | | منخفض | | متوسط | | مرتفع | | المستوى الوقت المفضل |
|----------|----|-------|------|-------|------|-------|------|-------------------------|
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | |
| 40 | 60 | 8 | 53.3 | 15 | 33.3 | 37 | 41.1 | الفترة الصباحية |
| 3.3 | 5 | 1 | 6.7 | 1 | 2.2 | 3 | 3.3 | فترة الظهيرة |
| 46.7 | 70 | 4 | 26.7 | 23 | 51.1 | 43 | 47.8 | الفترة المسائية |
| 10 | 15 | 2 | 13.3 | 6 | 13.3 | 7 | 7.8 | فترة السهرة |
| 150 | | 15 | | 45 | | 90 | | المجموع |

قيمة كا² = 11.06 درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.167 و مستوى الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق مايلي:-

- جاء الوقت المفضل لمتابعة موقع اليوتيوب من جانب المبحوثات أفراد الدّراسة في الترتيب الأول "الفترة المسائية" بنسبة بلغت (46.7%) من إجمالي عينة الدّراسة، بينما جاء في الترتيب الثاني للأوقات المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة؛ لمتابعة موقع اليوتيوب الفترة الصباحية بنسبة بلغت (40%)، تليها في الترتيب الثالث لأوقات المتابعة المفضلة فترة السهرة بنسبة (10%)، ثم جاءت فترة الظهيرة في الترتيب الرابع من حيث الوقت المفضل لمتابعة موقع اليوتيوب من جانب المبحوثات أفراد الدّراسة بنسبة بلغت (3.3%)، وذلك من إجمالي عينة الدراسة.
 - وبحساب قيمة χ^2 بلغت (11.06) عند درجة حرية = (3) وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.167 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في وقت المشاهدة المفضل لموقع اليوتيوب You tube.
- (6) مقاطع الفيديو المفضلة لدى المبحوثات عينة الدراسة عبر موقع اليوتيوب.

جدول رقم (26)

قيمة χ^2 لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية ومقاطع الفيديو المفضلة عبر اليوتيوب

| الترتيب | الإجمالي | | منخفض | | متوسط | | مرتفع | | المستوى |
|---------|----------|----|-------|---|-------|----|-------|----|--|
| | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 4 | 14 | 21 | 13.3 | 2 | 17.8 | 8 | 12.2 | 11 | مقاطع خاصة بالأخبار والأحداث سياسية |
| 1 | 34 | 51 | 46.7 | 7 | 35.6 | 16 | 31.1 | 28 | مقاطع تعليمية |
| 3 | 18.7 | 28 | 26.7 | 4 | 20 | 9 | 16.7 | 15 | مقاطع فنية مأخوذة من أفلام ومسلسلات وأغاني |
| 5 | 6 | 9 | 6.7 | 1 | 4.4 | 2 | 6.7 | 6 | مقاطع دينية |
| 2 | 21.3 | 32 | 6.7 | 1 | 15.6 | 7 | 26.7 | 24 | مقاطع علمية وتكنولوجية |
| 6 | 3.3 | 5 | 0 | 0 | 4.4 | 2 | 3.3 | 3 | مقاطع كوميدية |
| 7 | 2.7 | 4 | 0 | 0 | 2.2 | 1 | 3.3 | 3 | مقاطع رياضية |
| | 150 | | 15 | | 45 | | 90 | | جملة من سنلوا |

قيمة χ^2 = 4.87 درجة الحرية = 6 مستوى المعنوية = 0.078 مستوى الدلالة = غير دالة

- تدل بيانات الجدول السابق على أن مقاطع الفيديو التي تفضل المبحوثات متابعتها عبر موقع اليوتيوب طبقاً لما أحرزته من تكرارات جاءت كما يلي :-
- حيث جاءت أهم مقاطع الفيديو التي تفضل المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة متابعتها عبر موقع اليوتيوب هي مقاطع تعليمية في الترتيب الأول بنسبة (34%) يليها في الترتيب الثاني مقاطع علمية وتكنولوجية بنسبة (21.3%)، ثم جاءت مقاطع فنية مأخوذة من أفلام ومسلسلات وأغاني بنسبة (18.7%) في الترتيب الثالث، بينما

- جاءت في الترتيب الرابع "مقاطع خاصة بالأخبار والأحداث سياسية بنسبة (14%)، تلتها في الترتيب الخامس "مقاطع دينية " بنسبة بلغت(6.0%)، وجاءت مقاطع كوميدية بنسبة (3.3%) في الترتيب السادس، في حين جاء في الترتيب السابع "مقاطع رياضية" بنسبة بلغت (2.7%) لأهم مقاطع الفيديو التي تفضل المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة متابعتها عبر موقع اليوتيوب وذلك من إجمالي عينة الدراسة.
- وبحساب قيمة كا² بلغت (4.87) عند درجة حرية= (6) وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة =0.078 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في مقاطع الفيديو المفضل متابعتها عبر موقع اليوتيوب.
 - وهو ما يؤكد تفضيل طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع التعليمية على موقع اليوتيوب للحصول على المعلومات حول الموضوعات التي يحتاجونها، فضلاً عن تنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى وغيرها، مما يجعل منه موقع متميز للتعليم وتنمية ورفع كفاءة مستخدميه في المجالات المختلفة .
- واختلفت هذه النتيجة مع نتائج الدراسات التالية:-**
- **واختلفت هذه النتيجة مع دراسة أوسترووسكى (Ostrowski) (2008)**، وبينت الدراسة أن مقاطع الموسيقى والكوميديا من أشهر مقاطع التي يتم مشاهدتها على موقع Youtube.
 - **دراسة أسماء مسعد عبد المجيد (2011)**، وقد أثبتت الدراسة أن أكثر المضامين تفضيلاً للجمهور هي الدروس الدينية.
 - **دراسة صابر محمد أبو بكر (2012)** جاءت الموضوعات الفنية في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثين مشاهدتها على موقع اليوتيوب بوزن مئوي (23.2%)، ثم الموضوعات الرياضية بوزن مئوي (21.2%).
- (7) أكثر المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات عينة الدراسة في الحصول على معلومات حول كيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل.**

جدول رقم (27)

قيمة كا² لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية وأكثر المصادر التي يعتمد عليها المبحوثات

| المستوى | | مرتفع | | متوسط | | منخفض | | الإجمالي | |
|---------------------------------|--|-------|------|-------|------|-------|------|----------|------|
| أهم المصادر | | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| الإنترنت بصفة عامة | | 18 | 20 | 7 | 15.6 | 5 | 33.3 | 30 | 20 |
| مواقع الأطفال الالكترونية | | 7 | 7.8 | 2 | 4.4 | 1 | 6.7 | 10 | 6.7 |
| موقع اليوتيوب | | 49 | 54.4 | 29 | 64.4 | 5 | 33.3 | 83 | 55.3 |
| القنوات الفضائية المتخصصة للطفل | | 12 | 13.3 | 5 | 11.1 | 3 | 20 | 20 | 13.3 |
| زملاء الدراسة | | 4 | 4.4 | 2 | 4.4 | 1 | 6.7 | 7 | 4.7 |
| المجموع | | 90 | | 45 | | 15 | | 150 | |

قيمة كا² = 4.52 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.187 مستوى الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق:-

- إن أكثر المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة في الحصول على معلومات حول كيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل هي موقع اليوتيوب في الترتيب الأول بنسبة (55.3%) يليها الإنترنت بصفة عامة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (20%) ، ثم جاءت القنوات الفضائية المتخصصة للطفل بنسبة (13.3%) في الترتيب الثالث لأهم المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات عينة الدراسة في الحصول على معلومات حول كيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل، بينما جاءت مواقع الأطفال الإلكترونية في الترتيب الرابع بنسبة بلغت (6.7%)، وأخيراً حصلت زملاء الدراسة على الترتيب الخامس لأهم المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات عينة الدراسة في الحصول على معلومات حول كيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل بنسبة بلغت (4.7%)، وذلك من إجمالي عينة الدراسة.
- وبحساب قيمة كا² بلغت (4.52) عند درجة حرية = (4) وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.187 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في أكثر المصادر التي يعتمد عليها الطالبات عينة الدراسة في الحصول على معلومات حول كيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل.

(8) مدى الحرص على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل.

جدول رقم (28)

قيمة كا² لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية ومدى حرص أفراد العينة على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب.

| الإجمالي | | منخفض | | متوسط | | مرتفع | | المستوى مدى الحرص |
|----------|-----|-------|---|-------|----|-------|----|----------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 55.3 | 83 | 40 | 6 | 40 | 18 | 65.6 | 59 | نعم |
| 44.7 | 67 | 60 | 9 | 60 | 27 | 34.4 | 31 | أحياناً |
| 100 | 150 | 15 | | 45 | | 90 | | المجموع |

قيمة كا² = 7.08 درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0.190 مستوى
الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق:-

- حيث وجد أن (83) من المبحوثات أفراد عينة الدراسة تحرصن بشكل منتظم على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل بنسبة بلغت (55.3%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاء عدد (67) بنسبة بلغت (44.7%) من عينة الدراسة تحرصن

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

أحياناً على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل.

- وبحساب قيمة كا2 بلغت (7.08) عند درجة حرية = (1) وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.190 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في حرص أفراد العينة على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل .

(9) أسباب حرص الطالبات على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل.

جدول رقم (29)

يوضح ترتيب أسباب حرص أفراد العينة على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفلو المتوسط المرجح لها.

| رقم العبارة | العبارة | الأسباب | المتوسط المرجح | الانحراف المعياري | الرتبة الدرجة |
|-------------|---|---------|----------------|-------------------|---------------|
| 1 | أتحكم في الوقت الذي أشاهد فيه مقاطع الفيديو | | 2.66 | 0.489 | 1 موافق |
| 2 | تتيح لي الفرصة في التعليق والمشاركة | | 2.66 | 0.489 | 2 موافق |
| 3 | تتيح لي متابعة التطورات التكنولوجية من خلال الموقع | | 2.66 | 0.489 | 3 موافق |
| 4 | وسيلة مهمة تطلعني على أهم المستجدات في مجال تكنولوجيا الأطفال وتعطني خبرات جديدة. | | 2.66 | 0.489 | 4 موافق |
| 5 | يقدم فيديوهات تعليمية تزيد من تنمية مهارتي وأشعر بانتي مميزة عن الآخرين. | | 2.59 | 0.506 | 5 موافق |
| 6 | تجعلني أستفيد من خبرات الآخرين في كيفية تصميم وإنتاج وسيط ثقافي خاص بالطفل. | | 2.59 | 0.521 | 6 موافق |
| 7 | تساعدني في تحديد أفضل الوسائط الثقافية التي تجذب الطفل وتقدمه المعلومة بشكل أسرع. | | 2.59 | 0.506 | 7 موافق |
| 8 | الموقع وسيلة سريعة وسهلة الاستخدام. | | 2.59 | 0.521 | 8 موافق |
| 9 | أجد فيه موضوعات أناقشها مع الآخرين. | | 2.59 | 0.506 | 9 موافق |
| 10 | تقدم لي دروس تعليمية خاصة بالمقررات الدراسية. | | 2.55 | 0.499 | 10 موافق |
| 11 | أنتقف بالمعلومات التي تقدم من خلاله. | | 2.49 | 0.552 | 11 موافق |
| 12 | للتعاش مع أهم المعوقات التي تواجه الإنتاج الإعلامي المقدم للطفل. | | 2.48 | 0.552 | 12 موافق |
| 13 | أشاهد فيه برامج الأطفال التي لم أتمكن من مشاهدتها بالتلفزيون. | | 2.43 | 0.56 | 13 موافق |

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

| رقم العبارة | العبارة | الأسباب | المتوسط المرجح | الانحراف المعياري | الرتبة الدرجة |
|-------------|---|---------|----------------|-------------------|---------------|
| 1 | أتحكم في الوقت الذي أشاهد فيه مقاطع الفيديو | | 2.66 | 0.489 | 1 موافق |
| 2 | تتيح لي الفرصة في التعليق والمشاركة | | 2.66 | 0.489 | 2 موافق |
| 3 | تتيح لي متابعة التطورات التكنولوجية من خلال الموقع | | 2.66 | 0.489 | 3 موافق |
| 4 | وسيلة مهمة تطلعي على أهم المستجدات في مجال تكنولوجيا الأطفال وتعطني خبرات جديدة. | | 2.66 | 0.489 | 4 موافق |
| 5 | يقدم فيديوهات تعليمية تزيد من تنمية مهارتي وأشعربانني مميزة عن الآخرين. | | 2.59 | 0.506 | 5 موافق |
| 6 | تجعلني أستفيد من خبرات الآخرين في كيفية تصميم وإنتاج وسيط ثقافي خاص بالطفل. | | 2.59 | 0.521 | 6 موافق |
| 7 | تساعدني في تحديد أفضل الوسائط الثقافية التي تجذب الطفل وتقدمه المعلومة بشكل أسرع. | | 2.59 | 0.506 | 7 موافق |
| 8 | الموقع وسيلة سريعة وسهلة الاستخدام. | | 2.59 | 0.521 | 8 موافق |
| 9 | أجد فيه موضوعات أناقشها مع الآخرين. | | 2.59 | 0.506 | 9 موافق |
| 10 | تقدم لي دروس تعليمية خاصة بالمقررات الدراسية. | | 2.55 | 0.499 | 10 موافق |
| 11 | أنتقف بالمعلومات التي تقدم من خلاله. | | 2.49 | 0.552 | 11 موافق |
| 12 | للتعاش مع أهم المعوقات التي تواجه الإنتاج الإعلامي المقدم للطفل. | | 2.48 | 0.552 | 12 موافق |
| 13 | أشاهد فيه برامج الأطفال التي لم أتمكن من مشاهدتها بالتلفزيون. | | 2.43 | 0.56 | 13 موافق |
| | المتوسط العام | | 2.58 | 0.51 | موافق |

تشير البيانات التفصيلية للجدول السابق ما يلي:-

أن أهم العبارات التي جاءت آراء أفراد العينة نحوها (موافق بدرجة كبيرة) حول أسباب حرص الطالبات على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل:-

■ فقد جاء المتوسط العام لقررات مساوياً (2.58) والانحراف المعياري (0.51) والاتجاه العام للقررات (موافق) وهذا يدل على موافقة المبحوثات عينة الدراسة على أسباب حرص الطالبات على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل، فقد جاءت الإجابات لجميع عبارات هذا المحور بدرجات موافقة (أووافق) وجاء الانحراف المعياري لجميع فقرات المحور ذات قيمة منخفضة تدل على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول تلك العبارات.

■ ويمكن أن نستخلص أن أسباب حرص المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط

- ثقافي خاصة بالطفل جاءت على الترتيب هي: جاء في الترتيب الأول العبارات من (1-4) "أتحكم في الوقت الذي أشاهد فيه مقاطع الفيديو"- تتيح لي الفرصة في التعليق والمشاركة-تتيح لي متابعة التطورات التكنولوجية من خلال الموقع - وسيلة مهمة تطلعي على أهم المستجدات في مجال تكنولوجيا الأطفال وتعطني خبرات جديدة" بمتوسط مرجح قدره 2.66 لكل منهم.
- بينما حصلت العبارات من (5-9) على متوسط مرجح قدره 2.59 لكل منهم ،وهم كالتالي " يقدم فيديوهات تعليمية تزيد من تنمية مهارتي وأشعر بأنني مميزه عن الآخرين.- تجعلني أستفيد من خبرات الآخرين في كيفية تصميم وإنتاج وسيط ثقافي خاص بالطفل- تساعدني في تحديد أفضل الوسائط الثقافية التي تجذب الطفل وتقدم له المعلومة بشكل أسرع- لموقع وسيلة سريعة وسهلة الاستخدام- أجد فيه موضوعات أناقشها مع الآخرين".
 - بينما حصلت العبارة 10 تقدم لي دروس تعليمية خاصة بالمقررات الدراسية على متوسط مرجح قدره 2.55، تلها العبارة 11 أثق في المعلومات التي تقدم من خلاله بمتوسط مرجح 2.49، ثم العبارة 12 للتعايش مع أهم المعوقات التي تواجه الإنتاج الإعلامي المقدم للطفل بمتوسط مرجح 2.48، بينما العبارة 13 أشاهد فيه برامج الأطفال التي لم أتمكن من مشاهدتها بالتلفزيون بمتوسط مرجح 2.43.
 - أكدت الدراسة زيادة اعتماد طالبات كليات الطفولة المبكرة على موقع اليوتيوب في الحصول على المعلومات؛ لأنه موقع ويب متخصص في مشاركة مقاطع الفيديو، ويسمح لمستخدميه برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني؛ فضلاً عن تنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى وغيرها، مما يجعل منه موقع متميز للتعليم وتنمية ورفع كفاءة مستخدميه في المجالات المختلفة، وأكسابهن الخبرات والمعارف المتنوعة، وقد تفاوتت نتائج الدراسات الإعلامية حول اهتمام ومتابعة طلاب الجامعات لموقع اليوتيوب وكذلك الأنشطة التي يقومون بها على الموقع .
 - **وانتفتت هذه النتيجة مع دراسة حنان أحمد سليم (2011)، والتي أكدت أن موقع اليوتيوب من أكثر المواقع جاذبة للطالبات؛ لأنه يصنع إعلامًا واقعيًا يتميز بالفورية في نقل الأحداث والمصادقية فيما يعرض من موضوعات.**

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

(10) أنواع مقاطع الفيديو التعليمية المفضلة للمبحوثات عينة الدراسة عند متابعتهم إنتاج وسائط تثقيف الطفل.

جدول رقم (30)

قيمة كا² لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية وأنواع مقاطع الفيديو التعليمية المفضلة

| المستوى | | مرتفع | | متوسط | | منخفض | | الإجمالي | |
|--|--|-------|------|-------|------|-------|------|----------|------|
| أنواع مقاطع الفيديو | | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| مقاطع عن تصميم قصص للأطفال | | 17 | 11.3 | 13 | 28.9 | 5 | 33.3 | 35 | 23.3 |
| مقاطع لكتابة نصوص بعض مسرحيات وأغاني الأطفال | | 14 | 9.3 | 10 | 22.2 | 6 | 40 | 30 | 20 |
| مقاطع تعليمية حول كيفية إنتاج فيلم كارتوني قصير للطفل | | 2 | 1.3 | 1 | 2.2 | 0 | 0 | 3 | 2 |
| مقاطع عن ندوات وورش عمل حول كيفية إنتاج برنامج إذاعي أو تليفزيوني للطفل. | | 15 | 10 | 8 | 17.8 | 0 | 0 | 23 | 15.3 |
| مقاطع عن ورش عمل حول كيفية إنتاج عرائس مسرحيات الأطفال المتنوعة. | | 18 | 12 | 3 | 6.7 | 0 | 0 | 21 | 14 |
| مقاطع عن كيفية تصميم مجلة أو صحيفة للطفل. | | 10 | 6.7 | 3 | 6.7 | 2 | 13.3 | 15 | 10 |
| مقاطع عن تصميم كتيبات وكتب الأطفال المتنوعة. | | 8 | 5.3 | 3 | 6.7 | 1 | 6.7 | 12 | 8 |
| مقاطع خاصة بمهرجانات وحفلات مسرح الأطفال. | | 4 | 2.7 | 2 | 4.4 | 0 | 0 | 6 | 4 |
| مقاطع خاصة مواهب وإبداعات فنية خاصة بالطفل. | | 2 | 1.3 | 2 | 4.4 | 1 | 6.7 | 5 | 3.3 |
| المجموع | | 90 | | 45 | | 15 | | 150 | |

قيمة كا² = 12.76 درجة الحرية = 8 مستوى المعنوية = 0.570 مستوى الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:-

- جاءت مقاطع الفيديو التعليمية المفضلة للمبحوثات من الطالبات عينة الدراسة عند متابعة إنتاج وسائط تثقيف الطفل في الترتيب الأول هي "مقاطع عن تصميم قصص للأطفال" بنسبة (23.3%) يليها في الترتيب الثاني "مقاطع لكتابة نصوص بعض مسرحيات وأغاني الأطفال" بنسبة بلغت (20%)، ثم جاءت "مقاطع عن ندوات وورش عمل حول كيفية إنتاج برنامج إذاعي أو تليفزيوني للطفل" في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (15.3%)، بينما جاءت في الترتيب الرابع "مقاطع عن ورش عمل حول كيفية إنتاج عرائس مسرحيات الأطفال المتنوعة" بنسبة (14%)، تليها في الترتيب الخامس "مقاطع عن كيفية تصميم مجلة أو صحيفة للطفل" بنسبة (10%)، ثم جاء

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسائط ثقافية للطفل .

في الترتيب السادس بنسبة بلغت (8%) "مقاطع عن تصميم كتيبات وكتب الأطفال المتنوعة"، وفي الترتيب السابع جاءت "مقاطع خاصة بمهرجانات وحفلات مسرح الأطفال" بنسبة (4%)، تليها في الترتيب الثامن " مقاطع خاصة مواهب وإبداعات فنية خاصة بالطفل" بنسبة بلغت (3.3%) ، وأخيراً جاءت في الترتيب التاسع لمقاطع الفيديو التعليمية المفضلة لدي المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة عند متابعة إنتاج وسائط تثقيف الطفل جاءت "مقاطع تعليمية حول كيفية إنتاج فيلم كارتوني قصير للطفل" بنسبة بلغت (2%)، وذلك من إجمالي عينة الدراسة.

■ وبحساب قيمة كا2 بلغت (12.76) عند درجة حرية = (8) وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.570 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في أنواع مقاطع الفيديو التعليمية المفضلة عند متابعتهم لإنتاج وسائط تثقيف الطفل.

(10) الأفعال التي تقوم به المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة" قبل - أثناء - بعد مشاهدة إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة بمقاطع اليوتيوب التعليمية.

جدول رقم (31)

يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والرتبة لكل فقرة من فقرات مقياس الأفعال التي تقوم به المبحوثات قبل - أثناء - بعد مشاهدة إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة بمقاطع اليوتيوب التعليمية.

| رقم العبارة | الأفعال العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | الاتجاه |
|-------------|--|-----------------|-------------------|--------|---------|
| 1 | أحدد مقطع الفيديو الذي أريد مشاهدته. | 3.0 | 0.0 | 1 | كبيرة |
| 2 | يتوقف مقاطع الفيديو بشكل متكرر وأحاول إعادته مرة أخرى. | 2.73 | 0.575 | 2 | كبيرة |
| 3 | أبحث دائماً عن أحدث المقاطع الجديدة التي لها علاقة بإنتاج وسائط ثقافة الطفل. | 2.67 | 0.539 | 3 | كبيرة |
| 4 | أتابع كافة تفاصيل الموضوعات الخاصة بكيفية إنتاج وسائط ثقافة الطفل المتنوعة. | 2.63 | 0.607 | 4 | كبيرة |
| 5 | أحرص على تخصيص وقت معين للاستخدام الموقع. | 2.5 | 0.721 | 5 | كبيرة |
| 6 | أثناء مشاهدة هذه الفيديوهات أكون في قمة تركيزي. | 2.5 | 0.721 | 6 | كبيرة |
| 7 | أقوم بتقييم (like-unlike) لما أشاهده من مقاطع الخاصة بإنتاج وسائط تثقيف الطفل. | 2.5 | 0.721 | 7 | كبيرة |

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

| | | | | | |
|--------|----|-------|------|--|----|
| كبيرة | 8 | 0.721 | 2.5 | أهتم بكتابة تعليق والرد على التعليقات. | 8 |
| كبيرة | 9 | 0.721 | 2.5 | أقوم بمشاركة بعض الموضوعات على مواقع أخرى ومع الأصدقاء. | 9 |
| كبيرة | 10 | 0.721 | 2.5 | أهتم بتحميل الفيديوهات الخاصة بإنتاج وسائط تثقيف الطفل. | 10 |
| كبيرة | 11 | 0.721 | 2.5 | أشعر بالحزن إذا لم أتمكن من مشاهدة هذه الفيديوهات حتى النهاية. | 11 |
| كبيرة | 12 | 0.748 | 2.48 | أتحدث مع الآخرين فيما شاهدته. | 12 |
| كبيرة | 13 | 0.72 | 2.47 | أحرص على تكرار مشاهدة هذه الفيديوهات عدة مرات أخرى. | 13 |
| كبيرة | 14 | 0.718 | 2.43 | تجذب انتباه بالمقاطع المرتبطة بالمقطع الأصلي. | 14 |
| كبيرة | 15 | 0.876 | 2.41 | أتابع الموضوعات الخاصة بكيفية إنتاج وسائط ثقافة الطفل فقط. | 15 |
| كبيرة | 16 | 0.773 | 2.37 | أتضايق إذا قاطعني أحد أثناء مشاهدة فيديوهات اليوتيوب. | 16 |
| متوسطة | 17 | 0.847 | 2.23 | أهتم بقراءة تعليقات الجمهور. | 17 |
| كبيرة | | 0.67 | 2.52 | المتوسط العام | |

تشير بيانات التفصيلية للجدول السابق مايلي:-

- يمكن أن تستخلص أن الطالبات تقوم بعمل بعض الأفعال قبل - أثناء - بعد مشاهدة اليوتيوب ، حيث جاءت بدرجة موافقة كبيرة، فقد جاء المتوسط العام لفقرات مساوياً (2.52) والانحراف المعياري (0.67) والاتجاه العام للفقرات (كبيرة) وهذا يدل على موافقة المبحوثات عينة الدراسة بدرجة كبيرة على الأفعال الآتي يقمن بفعلها قبل وبعد وأثناء المشاهدة، فهي تعتبر بالنسبة لهن من الأمور العادية التي يجب تنفيذها مع المشاهدة فقد جاءت الإجابات لجميع فقرات هذا المحور بدرجات موافقة (كبيرة)، وجاء الانحراف المعياري لجميع عبارات المحور ذات قيمة منخفضة تدل على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول تلك العبارات.
- وجاء في الترتيب الأول "أحدد مقطع الفيديو الذي أريد مشاهدته" بمتوسط حسابي قدره (3.0)، يليها في الترتيب الثاني عبارة "يتوقف مقاطع الفيديو بشكل متكرر وأحاول إعادته مرة أخرى" بمتوسط حسابي (2.73) ثم في الترتيب الثالث عبارة "أبحث دائماً عن أحدث المقاطع الجديدة التي لها علاقة بإنتاج وسائط ثقافة الطفل" بمتوسط حسابي (2.67) ، بينما في الترتيب الرابع عبارة أتابع كافة تفاصيل الموضوعات الخاصة بكيفية إنتاج وسائط ثقافة الطفل المتنوعة بمتوسط حسابي (2.63)، في الترتيب الخامس وبمتوسط حسابي (2.5)

- لكلا من عبارات "أحرص على تخصيص وقت معين للاستخدام الموقع- أثناء مشاهدة هذه الفيديوهات أكون في قمة تركيزي- أقوم بتقييم (like-unlike) لما أشاهده من مقاطع الخاصة بإنتاج وسائط تثقيف الطفل -أهتم بكتابة تعليق والرد على التعليقات- أقوم بمشاركة بعض الموضوعات على مواقع أخرى ومع الأصدقاء- أهتم بتحميل الفيديوهات الخاصة بإنتاج وسائط تثقيف الطفل -أشعر بالحزن إذا لم أتمكن من مشاهدة هذه الفيديوهات حتى النهاية.
- وفي الترتيب الثاني عشر جاءت عبارة "أحدثت مع الآخرين فيما شاهدته" بمتوسط حسابي (2.48)، وفي الترتيب الثالث عشر أحرص على تكرار مشاهدة هذه الفيديوهات عدة مرات أخرى بمتوسط حسابي (2.47)، يليها في الترتيب الرابع عشر تجذب انتباهي المقاطع المرتبطة بالمقطع الأصلي بمتوسط حسابي (2.43)، ثم في الترتيب الخامس عشر "أتابع الموضوعات الخاصة بكيفية إنتاج وسائط ثقافة الطفل فقط" بمتوسط (2.41) ، وفي الترتيب السادس عشر "أتصابق إذا فاطمني أحد أثناء مشاهدة فيديوهات اليوتيوب" بمتوسط حسابي (2.37)، وأخيراً "أهتم بقراءة تعليقات الجمهور" بمتوسط حسابي (2.23).
 - ويتضح مدى الاهتمام والتركيز والمتابعة النشطة للطالبات للمضامين المقدمة عبر موقع اليوتيوب، فمن مميزات موقع اليوتيوب أنه تستطيع الطالبات التحكم في عدد مرات ما يمكن مشاهدته في الموقع، وبالتالي يساهم في ترسيخ المعلومات للمتعلم، لكن هنا يجب الانتباه جيداً إلى ضرورة التطبيق العملي للوسيط المنتج؛ حتى تكتمل المعلومة بالممارسة العملية، ففي كثير من الأحيان حتى المتابعة المتكررة لموضوع معين يرتبط بواقع عملي لا يكفي ولا يكتمل إلا بالتطبيق العملي له، فضلاً عن تميز الموقع بتجاوب المتصفحين السريع بأرائهم على مقاطع الفيديو والتجارب المعروضة.
- (12)الاتجاه نحو التعرف علي تغطية مقاطع اليوتيوب التعليمية لكيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.**

جدول رقم (32)

يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والرتبة لكل عبارة من عبارات مقياس الاتجاه

| رقم العبارة | العبارة | الاتجاه | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | الاتجاه |
|-------------|--|---------|-----------------|-------------------|--------|---------|
| 1 | مقاطع اليوتيوب تزيد من معارفك وكفاءتي لإنتاج الوسائط المتنوعة لتثقيف الطفل، مما يزيد شعوري بالتميز في مجال عملي. | | 2.81 | 0.429 | 1 | موافق |
| 2 | اليوتيوب يواكب أحدث التطورات التكنولوجية في تقديم كل ماهو جديد ومبتكر لإنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة. | | 2.72 | 0.52 | 2 | موافق |

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

| | | | | | |
|---------------|---|------|-------|-------|-------|
| 3 | اليوتيوب يقدم تغطية شاملة للطرق المختلفة لإنتاج وسائط تثقيف الطفل كلاً على حدة. | 2.7 | 0.642 | 3 | موافق |
| 4 | ساهم اليوتيوب في اطلاعي على أهم المستجدات في مجال تكنولوجيا الأطفال، والاستفادة من خبرات الآخرين في مجال إنتاج الوسائط. | 2.63 | 0.549 | 4 | موافق |
| 5 | هناك توازن في عرض اليوتيوب لكافة الوسائط المتنوعة وطرق تصميمها وإعدادها بشكل جذاب. | 2.6 | 0.613 | 5 | موافق |
| 6 | أعرض لوسائل إعلام الأخرى للتأكد من صحة المعلومات التي يعرضها اليوتيوب حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل. | 2.57 | 0.67 | 6 | موافق |
| 7 | يجعني أستغنى عن التلفزيون والوسائل الإعلام الأخرى لما يقدمه من مواد متنوعة في كافة مجالات الخاصة بدراستي وعملي. | 2.5 | 0.673 | 7 | موافق |
| المتوسط العام | | 2.65 | 0.59 | موافق | |

يتضح من بيانات من الجدول السابق:-

■ يمكن أن تستخلص موافقة المبحوثات عينة الدراسة من الطالبات حول تغطية مقاطع اليوتيوب التعليمية لإنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة، فقد جاء المتوسط العام للعبارات مساوياً (2.65) والانحراف المعياري (0.59) والاتجاه العام للعبارات (موافق) وهذا يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة كبيرة على تغطية مقاطع اليوتيوب التعليمية لإنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة فقد جاءت الإجابات لجميع عبارات هذا المحور بدرجات موافقة (موافق)، وجاء الانحراف المعياري لجميع العبارات المحور ذات قيمة منخفضة تدل على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول تلك العبارات وجاء في الترتيب الأول العبارات مقاطع اليوتيوب تزيد من معارفي وكفاءتي لإنتاج الوسائط المتنوعة؛ لتثقيف الطفل مما يزيد شعوري بالتميز في مجال عملي" بمتوسط حسابي قدره (2.81)، يليها "اليوتيوب يواكب أحدث التطورات التكنولوجية في تقديم كل ما هو جديد ومبتكر لإنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة" بمتوسط حسابي (2.72)، ثم " اليوتيوب يقدم تغطية شاملة للطرق المختلفة لإنتاج وسائط تثقيف الطفل كلاً على حدة" بمتوسط حسابي (2.7)، يليها "ساهم اليوتيوب في اطلاعي على أهم المستجدات في مجال تكنولوجيا الأطفال، الاستفادة من خبرات الآخرين في مجال إنتاج الوسائط" بمتوسط حسابي (2.63)، و هناك توازن في عرض اليوتيوب لكافة الوسائط المتنوعة وطرق تصميمها وإعدادها بشكل جذاب بمتوسط حسابي (2.6)، ثم "أعرض لوسائل إعلام الأخرى للتأكد من صحة المعلومات التي يعرضها اليوتيوب حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل" بمتوسط حسابي (2.57)، وفي الترتيب الأخير عبارة "يجعني أستغنى عن التلفزيون

- والوسائل الإعلام الأخرى لما يقدمه من مواد متنوعة في كافة مجالات الخاصة بدراساتي وعملي "بمتوسط حسابي (2.5).
- **واتفقت هذه النتيجة مع دراسة روبرت (2009) Robert Gehi**، التي توصلت إلى إن اليوتيوب يتمتع بخاصية سهولة التعامل مع المادة الموجودة عليه من خلال البحث بالكلمات الدالة كما ساهم الموقع في عمل مكتبة للمضمون الرقمي؛ لحفظه مع الملايين من الملفات التي تم تجميعها من المستخدمين للموقع.
 - ويتضح من خلال هذه النتيجة تقدير الطالبات للدور المنوط به موقع اليوتيوب باعتباره من الوسائط الإعلامية والتعليمية التي لها دور في زيادة اعتماد طالبات الجامعة عليهما في الحصول على المعلومات؛ فضلاً عن كونه موقع ويب متخصص يتمتع بعناصر الجذب والإبهاري مشاركة مقاطع الفيديو، ويسمح لمستخدميه برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، حيث نجد الكثير من الطالبات تستسقي مادتها ومعلوماتها حول الوسيط اللاتي تردن إنتاجه من خلال مقاطع اليوتيوب المتنوعة، والتي تقدم للمتصفحات عرضاً توضيحياً عملياً، بحيث تراها الطالبات عملياً أمامها، وبذلك توضح وترسخ التجارب، ومن هنا أصبح موقع اليوتيوب محفزاً بما يكفي للطالبات للعمل بجد من أجل الحصول على تعليم جيد من خلال الموقع.
- (13) درجة موافقة المبحوثات عينة الدراسة على ما يبثه مقاطع اليوتيوب التعليمية من معلومات عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة من خلال تعرضهم لموقع اليوتيوب.

جدول رقم (33)

يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والرتبة لكل عبارة من عبارات مقياس الموافقة على ما يبثه مقاطع اليوتيوب التعليمية عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

| رقم العبارة | الدرجة العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | الاتجاه |
|-------------|--|-----------------|-------------------|--------|---------|
| 1 | ينجذب الطفل عادة لبرامج الأطفال التلفزيونية فيستمتع بما يشاهد من حركة ولون ونغم؛ حتى قبل أن يدرك ماتعبر عنه تلك الحركة أو ماتحمله تلك الأغنية من مفاهيم. | 2.98 | 0.14 | 1 | موافق |
| 2 | تعتمد برامج الأطفال الإذاعية على استخدام القالب القصصي؛ حيث توضح الأفكار والمعلومات على شكل حكاية درامية مشوقة تشجع الأطفال على متابعتها بشغف. | 2.97 | 0.18 | 2 | موافق |
| 3 | تعتمد برامج الأطفال الإذاعية على الكلمة والتي يجب أن تكون سهلة قريبة من قاموس الطفل وكلماته. | 2.97 | 0.162 | 3 | موافق |
| 4 | من أهم مواصفات خشبة المسرح أن تكون في مستوى رؤية الأطفال (غير مرتفعة)، ذات ديكور بسيط، ملائم لما يعرض عليها. | 2.94 | 0.238 | 4 | موافق |

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

| | | | |
|-------|-------|------|--|
| 5 | 0.25 | 2.93 | من أساسيات صناعة دمية الماريونيت يحدد حجمها الذي ستظهر به فعلاً في العرض، وترسم بهذا الحجم من الأمام ومن الخلف ومن الجنب على ورق شفاف. |
| 6 | 0.25 | 2.93 | تعتمد المسرحية المقدمة للطفل على الحركة أكثر منها على الكلام، و تجري في عالم الحيوان والطيور. |
| 7 | 0.341 | 2.87 | يعرض اليوتيوب أنواع عرائس مسرح الطفل المختلفة وكيفية تصميمها. |
| 8 | 0.424 | 2.77 | يتوقف نجاح المادة الصحفية الموجهة للأطفال على القدرة على تحويلها إلى لوحة فنية ذات جمال ومعنى تناسب استعدادات الأطفال، وتيسر لهم القراءة، وتنمي قابليتهم على التذوق الفني. |
| 9 | 0.424 | 2.77 | يتم اختيار المادة الصحفية وإخراجها وفقاً للمعايير الفنية والسيكولوجية والفسولوجية التي تناسب الطفل. |
| 10 | 0.528 | 2.7 | يراعي في حبكة القصة الخاصة بالطفل تسلسل الأحداث، وأن يدور الحوار بين شخصياتها في أسلوب منطقي ووظيفي. |
| 11 | 0.549 | 2.63 | يتناول اليوتيوب أهمية المادة الإعلامية الموجهة للأطفال والتي تعد أخطر الصناعات الإعلامية في العصر الحالي. |
| 12 | 0.647 | 2.59 | من المبادئ الأساسية لكتابة النص المسرحي المقدم للطفل تقسيم المسرحية إلى التمهيدي، العرض، والعقدة، والخاتمة. |
| 13 | 0.67 | 2.57 | يوفر اليوتيوب برامج لتصميم نموذج لمجلة أو صحيفة للطفل ذات جاذبية عالية. |
| موافق | 0.37 | 2.82 | المتوسط العام |

تشير البيانات التفصيلية للجدول السابق:-

■ يمكن ان تستخلص موافقة المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة حول العبارات التي تتناول معلومات عما يبثه مقاطع اليوتيوب التعليمية عن إنتاج وسائل تثقيف الطفل المتنوعة، فقد جاء المتوسط العام للعبارات مساوياً (2.82) والانحراف المعياري (0.37) والاتجاه العام للعبارات (موافق) وهذا يدل علي موافقة الطالبات عينة الدراسة بدرجة كبيرة علي العبارات التي تتناول معلومات عما يبثه مقاطع اليوتيوب التعليمية عن إنتاج وسائل تثقيف الطفل المتنوعة فقد جاءت الإجابات لجميع العبارات هذا المحور بدرجات موافقة (موافق)، وجاء الانحراف المعياري لجميع العبارات المحور ذات قيمة منخفضة تدل علي تجانس اراء أفراد عينة البحث حول تلك العبارات، وجاء في الترتيب الأول "ينجذب الطفل عادة لبرامج الأطفال التلفزيونية فيستمتع بما يشاهد من حركة ولون ونغم، حتى قبل أن يدرك ماتعب عنه تلك الحركة أو ماتحملة تلك الأغنية من مفاهيم" بمتوسط حسابي قدره (2.98) يليها في الترتيب الثاني "تعتمد برامج الأطفال الإذاعية على استخدام القالب القصصي حيث توضح الأفكار والمعلومات علي شكل حكاية درامية مشوقة تشجع الأطفال علي متابعتها بشغف-تعتمد برامج الأطفال الإذاعية على الكلمة والتي يجب أن تكون سهله

قريبه من قاموس الطفل وكلماته" وذلك بمتوسط حسابي (2.97) لكلا منهما، بينما في الترتيب الرابع " من أهم مواصفات خشبة المسرح أن تكون في مستوى رؤية الأطفال (غير مرتفعة)، ذات ديكور بسيط، ملائم لما يعرض عليها" بمتوسط حسابي (2.94)، وفي الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (2.93) لكلا منهما جاء من أساسيات صناعة دمية الماريونيت يحدد حجمها الذي ستظهر به فعلاً في العرض، وترسم بهذا الحجم من الأمام ومن الخلف ومن الجنب على ورق شفاف- تعتمد المسرحية المقدمة للطفل على الحركة أكثر منها على الكلام، وتجري في عالم الحيوان والطيور"، في الترتيب السابع جاء يعرض اليوتيوب أنواع عرائس مسرح الطفل المختلفة وكيفية تصميمها" بمتوسط حسابي (2.87)، ثم كلا من يتوقف نجاح المادة الصحفية الموجهة للأطفال على القدرة على تحويلها إلى لوحة فنية ذات جمال ومعنى تناسب استعدادات الأطفال، وتيسر لهم القراءة، وتنمي قابليتهم على التذوق الفني"- يتم اختيار المادة الصحفية وإخراجها وفقاً للمعايير الفنية والسيكولوجية والفسولوجية التي تناسب الطفل" في الترتيب الثامن بمتوسط حسابي (2.77) لكل منهما، يليها في الترتيب العاشر إراعي في حبكة القصة الخاصة بالطفل تسلسل الأحداث، وأن يدور الحوار بين شخصياتها في أسلوب منطقي ووظيفي" بمتوسط حسابي (2.7)، ثم في الترتيب الحادي عشر يتناول اليوتيوب أهمية المادة الإعلامية الموجهة للأطفال والتي تعد أخطر الصناعات الإعلامية في العصر الحالي" بمتوسط حسابي (2.63)، في الترتيب الثاني عشر جاءت "من المبادئ الأساسية لكتابة النص المسرحي المقدم للطفل تقسيم المسرحية إلى التمهيد، العرض، والعقدة، والخاتمة"، بمتوسط حسابي (2.59)، يوفر اليوتيوب برامج لتصميم نموذج لمجلة أو صحيفة للطفل ذات جاذبية عالية بمتوسط حسابي (2.57)

- وترى الباحثة أن تنوع محتوى الموقع جعل منه موقع متميز للتعليم وتنمية ورفع كفاءة مستخدميه من الطالبات في المجالات المختلفة وأكسابهم الخبرات والمعارف المتنوعة؛ لتنمية مهاراتهم العملية خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الجديد؛ لأنهم أكثر تعاملًا مع الأطفال، وذلك من أجل في خلق جيل جديد مبدع ومفكر من الأطفال وتنشئتهم بشكل سليم.
- واتفقت دراسة هارلي وفيتنزابترك Harley&Fitzpatrick (2008) التي توصلت الدراسة إلى أن مجال تعليقات المستخدم Geriatric1927 مع الآخرين في موقع يوتيوب يركز حول تطوير مهاراته التكنولوجية في إرسال مقاطع الفيديو، مما ساعد المستخدم في انتقاء الصوت والصورة بشكل جيد.

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

(14) درجة ثقة المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

جدول رقم (34)

قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية ودرجة الثقة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

| المستوى | مرتفع | | متوسط | | منخفض | | الاجمالي |
|-------------|-------|------|-------|------|-------|------|----------|
| | ك | % | ك | % | ك | % | |
| درجات الثقة | | | | | | | |
| نعم | 53 | 58.9 | 37 | 82.2 | 10 | 66.7 | 100 |
| إلى حد ما | 34 | 37.8 | 7 | 15.6 | 4 | 26.7 | 45 |
| لا | 3 | 3.3 | 1 | 2.2 | 1 | 6.7 | 5 |
| المجموع | 90 | 100 | 45 | 100 | 15 | 100 | 150 |

قيمة كا2 = 8.64 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.004 مستوى الدلالة = دالة إحصائية

يتضح من نتائج الجدول السابق مايلي:-

- وجد أن (100) من المبحوثات أفراد عينة الدراسة بنسبة (66.7%) يتقنون بدرجة كبيرة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة في حين أن (45) من المبحوثات بنسبة بلغت (30%) يتقنون أحياناً في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة، بينما وجد أن (5) من المبحوثات عينة الدراسة بنسبة (3.3%) لا تتقن في تلك المضامين.
- وبحساب قيمة كا2 بلغت (8.64) عند درجة حرية= (2) عند مستوى دلالة=0.004 ويعني ذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في ثقة أفراد العينة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

(15) أسباب ثقة المبحوثات أفراد عينة الدراسة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

جدول رقم (35)

قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية وأسباب الثقة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

| المستوى | مرتفع | | متوسط | | منخفض | | الاجمالي |
|--|-------|------|-------|------|-------|------|----------|
| | ك | % | ك | % | ك | % | |
| أسباب الثقة | | | | | | | |
| لأنها تقدم معلومات موثقة بأراء الخبراء. | 25 | 28.7 | 17 | 38.6 | 3 | 21.4 | 45 |
| لأنها تعتمد على مصادر مشهورة وموثوق بها. | 6 | 6.9 | 3 | 6.8 | 1 | 7.1 | 10 |
| لأنها تقدم خبرات لأشخاص رائدة في هذا المجال. | 36 | 41.4 | 12 | 27.3 | 2 | 14.3 | 50 |

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

| | | | | | | | | |
|------|-----|------|----|------|----|------|----|--|
| 27.6 | 40 | 57.1 | 8 | 27.3 | 12 | 23.0 | 20 | إمكانية وسهولة تنفيذ وتطبيق ما تقدمه على أرض الواقع. |
| 100 | 145 | 100 | 14 | 100 | 44 | 100 | 87 | المجموع |

قيمة كا² = 9.18 درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.342 مستوى الدلالة
= غير دالة إحصائياً

تشير بيانات الجدول السابق مايلي:-

■ حيث جاء من أهم أسباب ثقة المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة في الترتيب الأول؛ "لأنها تقدم خبرات لأشخاص رائدة في هذا المجال" بنسبة بلغت (34.5%)، يليها في الترتيب الثاني لأسباب ثقة المبحوثات في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة "لأنها تقدم معلومات موثقة بأراء الخبراء" بنسبة بلغت (30%)، ثم جاء في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (27.6%) "الإمكانية وسهولة تنفيذ وتطبيق ما تقدمه على أرض الواقع"، بينما كان السبب في الترتيب الرابع؛ لأنها تعتمد على مصادر مشهورة وموثوق بها بنسبة بلغت (6.9%).

■ وبحساب قيمة كا² بلغت (9.18) عند درجة حرية = (3) وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.342 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في أسباب ثقة المبحوثات أفراد عينة الدراسة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

■ ربما ثقة الطالبات في موقع اليوتيوب يرجع إلى مدى الفائدة العائدة عليهن من متابعة الفيديوهات عبر الموقع، ومحاولة الاشتراك في قنوات ذات موضوعية في الطرح ومصداقية في النقل، و التحقق من محتوى الفيديو والمعلومات التي يقدمها من آراء وخبرات الرواد بهذا المجال أو بالعودة إلى مراجع أخرى أو فيديوهات يوتيوبية تصادق على هذه المعلومات.

(16) أسباب عدم ثقة المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

جدول رقم (36)

قيمة كا² لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية واسباب عدم الثقة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

| المستوي | | مرتفع | | متوسط | | منخفض | | الاجمالي | |
|--|----|-------|----|-------|---|-------|---|----------|----|
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| 1 | 50 | 1 | 50 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 40 |
| أسباب عدم الثقة | | | | | | | | | |
| أفضل معرفة المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية. | | | | | | | | | |

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

| | | | | | | | | |
|-----|---|-----|---|-----|---|-----|---|--|
| 40 | 2 | 0 | 0 | 50 | 1 | 50 | 1 | أفضل حضور ورش عمل والاستفادة من خبرات الآخرين. |
| 20 | 1 | 100 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | لا أفضل متابعة هذه الموضوعات عبر اليوتيوب. |
| 100 | 5 | 100 | 1 | 100 | 2 | 100 | 2 | المجموع |

قيمة كا² = 7.06 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.230 مستوى الدلالة = غير دالة إحصائيًا

يتضح من بيانات الجدول السابق مايلي:-

- أن جاء من أهم أسباب عدم ثقة المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة في الترتيب الأول بنسبة بلغت (40%) كلا من " لأنهم يفضلون معرفة المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية" - "حضور ورش عمل والاستفادة من خبرات الآخرين"، بينما جاء في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (20%) "لا أفضل متابعة هذه الموضوعات عبر اليوتيوب"، وذلك من إجمالي عينة الدراسة.
 - وبحساب قيمة كا² بلغت (7.06) عند درجة حرية = (2) وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.230 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقًا للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في أسباب عدم ثقة أفراد العينة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.
 - وربما ترى الباحثة أن القلة من الطالبات لا تثق في المضامين المقدمة عبر موقع اليوتيوب؛ وذلك لأن نشر الفيديوهات عبر الموقع سهل جدًا، وبالتالي قد تختلط المعلومات الصحيحة بغير الصحيحة، فإن أردت التعلم من اليوتيوب يجب على الاشتراك في قنوات ذات مصداقية وموضوعية.
- (17) آراء المبحوثات أفراد عينة الدراسة في مدى فاعلية معلومات اليوتيوب في تنمية مستوى معارفهن ومهارتهن في مجال دراستهن وعملهن بشكل واضح.

جدول رقم (37)

قيمة كا² لدلالة الفروق بين الجامعات ورأي المبحوثات في مدى فاعلية معلومات اليوتيوب في تنمية مستوى معارفهن ومهارتهن.

| الاجمالي | | بورسعيد | | القاهرة | | الجامعة |
|----------|-----|---------|----|---------|----|--------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | مدي الفاعلية |
| 97.3 | 146 | 98.6 | 69 | 96.2 | 77 | نعم |
| 2.7 | 4 | 1.5 | 1 | 3.8 | 3 | لا |
| 100 | 150 | 100 | 70 | 100 | 80 | المجموع |

قيمة كا² = 7.11 درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0.000 مستوى الدلالة = دالة إحصائيًا

يتضح من الجدول السابق:-

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

■ وجد أن (146) من المبحوثات عينة الدراسة بنسبة بلغت (97.3%) يرون أن لمعلومات اليوتيوب دورًا فعالاً في تنمية مستوى معارفهن ومهارتهن في مجال دراستهن وعملهن بشكل واضح، في حين هناك اختلاف في وجهات النظر المبحوثات، حيث وجد أن (4) من الطالبات عينة الدراسة بنسبة بلغت (2.7%) لا يرون ذلك .

■ وبحساب قيمة كا² بلغت (7.11) عند درجة حرية = (1) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.000، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقًا للجامعة في مدارء المبحوثات عينة الدراسة في فاعلية معلومات اليوتيوب في تنمية مستوى معارفهن ومهارتهن في مجال دراستهن وعملهن بشكل واضح، وكان هذا الفرق لصالح طالبات جامعة بورسعيد.

■ مما يدل على إيمان طالبات الجامعات عينة الدراسة بقدرتها وأهمية موقع اليوتيوب في التعريف بكيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة، بل وأنه كان له دور فعال في تنمية مستوى معارفهن ومهارتهن في مجال دراستهن وعملهن بشكل واضح.

(18) رؤية المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة، ودورها في رفع مستوى معارفهن وكفاءتهن في مجال دراستهن وعملهن .

جدول رقم (38)

قيمة كا² لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية ورؤية أفراد العينة للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب.

| المستوي | | مرتفع | | متوسط | | منخفض | | الاجمالي | |
|--|--|-------|------|-------|------|-------|------|----------|------|
| رؤية المبحوثات عن اليوتيوب | | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| لأنها تقدم العديد من الآراء والخبرات لمتخصصين في هذا المجال. | | 34 | 37.8 | 14 | 34.1 | 2 | 13.3 | 50 | 34.2 |
| لأنها زودتني بمعلومات وخبرات متنوعة في إنتاج الوسائط المناسبة للطفل من مجلات وقصص ومسرحيات وإمكانية تطبيقها في الواقع. | | 32 | 35.6 | 10 | 24.4 | 6 | 40.0 | 48 | 32.8 |
| لأنها تتيح الفرصة للمستخدمين بنشر آرائهم واستفساراتهم. | | 6 | 6.7 | 4 | 9.8 | 3 | 20.0 | 13 | 9 |
| لأنها تتناول معلومات متعددة لكل وسيط بدء من مرحلة الفكرة وحتى الإنتاج. | | 18 | 20.0 | 13 | 31.7 | 4 | 26.7 | 35 | 24 |
| المجموع | | 90 | 100 | 41 | 100 | 15 | 100 | 146 | 100 |

قيمة كا² = 8.32 درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.213 مستوى الدلالة = غير دالة إحصائيًا

تشير البيانات التفصيلية للجدول السابق:-

جاءت رؤي المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة ،ودورها في رفع مستوى معارفهن وكفاءتهن في مجال دراستهن وعملهن .

■ يتضح أن نسبة (34.2%) يرون أن للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة دور في رفع مستوى معارفهن وكفاءتهن في مجال دراستهن وعملهن "لأنها تقدم العديد من الآراء والخبرات لمتخصصين في هذا المجال،بينما وجد أن نسبة (32.8%) يرون أنها تزودهم بمعلومات وخبرات متنوعة في إنتاج الوسائط المناسبة للطفل من مجلات وقصص ومسرحيات وإمكانية تطبيقها في الواقع"، بينما جاءت نسبة (24%) يرون أن " تتناول معلومات متعددة لكل وسيط بدء من مرحلة الفكرة وحتى الإنتاج"، وذلك من إجمالي المبحوثات أفراد عينة الدراسة.

■ وبحساب قيمة K^2 بلغت (8.32) عند درجة حرية= (3) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة=0.213 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات أفراد عينة الدراسة، وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في مدى رؤية أفراد العينة أن المعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة دور في رفع مستوى معارفهن وكفاءتهن في مجال دراستهن وعملهن.

■ وتؤكد هذه النتيجة أهمية اليوتيوب لها له من دور رئيسي في عملية التعليم وإكتساب الخبرات، حيث نجد العديد من الطالبات بكلية الطفولة المبكرة يعتمدن على موقع بشكل رئيسي في التعلم والحصول على المعلومات التي يحتاجونها حول الوسيط الذي يردون إنتاجه وبأي وقت، بل ويقومن بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمي مع بعضهن بأقصر وقت ممكن؛لكي تتحقق أكبر قدر من الاستفادة خاصة في المشاريع الجماعية التي تتطلب جهد كبير كإنتاج مسرحيات للأطفال وأبرامج تليفزيونية أو إذاعية.

■ ومن جانب آخر تؤكد هذه النتيجة على ضرورة توظيف اليوتيوب في التعليم بطريقة صحيحة واستخدام اليوتيوب كأداة مساعدة يمكن دمجها في القاعات الدراسية وورش عمل للمساعدة في توضيح بعض المواضيع التي يصعب استيعابها من طرف الطالبات، فمن أفضل ميزات اليوتيوب هي وظيفة البحث، فإذا كنت تواجه الطالبات صعوبة في العثور على مقطع الفيديو المناسب لموضوع البحث، يمكنهن البحث عن قناة مخصصة لهذا المجال،وفي نفس

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

الإطار يتيح اليوتيوب ميزة الفيديوهات ذات الصلة، و التي تمكن المستخدم من استكشاف مجموعة مختارة من مقاطع الفيديو ذات الصلة بموضوع الفيديو. (19) أسباب عدم رؤية أفراد العينة لفاعلية معلومات اليوتيوب في تنمية مستوى معارفهن ومهارتهن في مجال دراستهن و عملهن بشكل واضح.

جدول رقم (39)

قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المستويات الاقتصادية وأسباب عدم رؤية أفراد العينة لفاعلية معلومات اليوتيوب في تنمية مهارتهن في مجال دراستهن و عملهن بشكل واضح

| المستوي | | مرتفع | | متوسط | | منخفض | | الاجمالي | |
|---------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|----------|-----|
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| 1 | 50 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 25 |
| 1 | 50 | 1 | 100 | 1 | 100 | 1 | 100 | 3 | 75 |
| 2 | 100 | 1 | 100 | 1 | 100 | 1 | 100 | 4 | 100 |

قيمة كا2 = 3.89 درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0.630 مستوى الدلالة
= غير دالة إحصائياً

يتضح من الجدول السابق:-

■ وجد أن (3) من المبحوثات عينة الدراسة بنسبة (75%) لا يرون أن للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة دور في رفع مستوى معارفهن وكفاءتهن في مجال دراستهن و عملهن؛ "لأنها لا تقدم معلومات جديدة بالنسبة لهن"، بينما وجد طالبة واحدة من المبحوثات عينة الدراسة بنسبة بلغت (25%) لا ترى أن للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة دور في رفع مستوى معارفها وكفاءتها في مجال دراستها و عملها "وذلك لسبب "أنها مملة في تقديم معلومات حول الوسائط المتنوعة"، وذلك من إجمالي المبحوثات عينة الدراسة.

■ وبحساب قيمة كا2 بلغت (3.89) عند درجة حرية = (1) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.630، ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي في أسباب عدم رؤية المبحوثات فيأن لمعلومات اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة دور في رفع مستوى معارفهن في مجال دراستهن و عملهن بشكل واضح.

■ وربما يعتقد القلة من الطالبات أن ما يقدمه موقع اليوتيوب ليس بالجديد عليهم، بل أنهم

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

يكتسبن الكثير من المعلومات والمهارات العملية من المحاضرات وورش العمل وزملاء الدراسة، فضلاً عن مجال عملهن الذي يتيح لهن التفاعل واكتساب الخبرات المختلفة.
(20) آراء الطالبات حول كيفية تطوير أداء وتفعيل دور موقع اليوتيوب التعليمي.

جدول رقم (40)

يوضح الأهمية النسبية والترتيب لآراء الطالبات (عينة الدراسة) حول كيفية تطوير أداء وتفعيل دور موقع اليوتيوب التعليمي

| الترتيب | الأهمية النسبية | % | المجموع | الاستجابات | | | | الآراء |
|---------|-----------------|-----|---------|------------|----|------|-----|--|
| | | | | لا | | نعم | | |
| | | | | % | ك | % | ك | |
| 1 | 89 | 100 | 150 | 22 | 33 | 78 | 117 | تقديم فيديوهات تعليمية عن تصميم الوسائل المختلفة بشكل يزيد من تنمية مهارتي العملية. |
| 2 | 87.6 | 100 | 150 | 24.7 | 37 | 75.3 | 113 | ضرورة إنشاء قنوات يوتيوب خاصة بوسائط تثقيف الطفل وكيفية إنتاجها. |
| 3 | 87.3 | 100 | 150 | 25.3 | 38 | 74.7 | 112 | إدماج اليوتيوب التعليمي داخل كليات الطفولة المبكرة، وتقديم محاضرات من خلاله على أيدي خبراء ومتخصصين. |
| 4 | 86.7 | 100 | 150 | 26.7 | 40 | 73.3 | 110 | تمكن استخدام اليوتيوب في التعليم كأداة رئيسية أو بديلة في الفصول الدراسية للمساعدة في توضيح بعض المواضيع التي يصعب استيعابها من طرف المتعلمين. |
| 5 | 86 | 100 | 150 | 28 | 42 | 72 | 108 | حسن استخدام اليوتيوب بطريقة آمنة ومشاركة القنوات التعليمية أو المقاطع التي تجدها مفيدة على موقع اليوتيوب. |

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:-

- جاء من أهم مقترحات الطالبات عينة الدراسة حول تفعيل دور اليوتيوب "تقديم فيديوهات تعليمية عن تصميم الوسائل المختلفة بشكل يزيد من تنمية مهارتي العملية في الترتيب الأول ضمن آراء الطالبات حول كيفية تطوير أداء وتفعيل دور موقع اليوتيوب التعليمي بأهمية نسبية مقدارها (89%)، يليها في الترتيب الثاني ضرورة إنشاء قنوات يوتيوب خاصة بوسائط تثقيف الطفل وكيفية إنتاجها في المركز الثاني بأهمية نسبية مقدارها (87.6%) إدماج اليوتيوب التعليمي داخل كليات الطفولة المبكرة، تقديم محاضرات من خلاله على أيدي خبراء ومتخصصين" في الترتيب الثالث بأهمية نسبية مقدارها (87.3%)، يليها في الترتيب الرابع يمكن استخدام اليوتيوب في التعليم كأداة

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

رئيسية أو بديلة في الفصول الدراسية للمساعدة في توضيح بعض المواضيع التي يصعب استيعابها من طرف المتعلمين بأهمية نسبية مقدارها (86.7%)، ثمحسن استخدام اليوتيوب بطريقة آمنة ومشاركة القنوات التعليمية أو المقاطع التي تجدها مفيدة على موقع اليوتيوب"في الترتيب الخامس بأهمية نسبية مقدارها (86%) .

▪ وتتفق هذه النتيجة مع دراسة والتر ميلساWalter Melissa(2008)، والتي أثبتت أن هناك المزيد من إبداع المحتوى على اليوتيوب، وتشجيعالطلاب؛لكي يصبحوا مبدعين إعلاميين عن طريق تقديم ثقافة مشتركة متفاعلة يتعلموا منها.

ثانياً:نتائج اختبارات صحة الفروض :-

يحتوي هذا الجزء على نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة،ونستعرض فيما يلي:-

الفرض الأول:"توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات في المستوى المعرفي لديهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل، وفقاً لمعدل تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية".

ولدراسة هذه الفروق تم قياس متوسطات درجات المستوى المعرفي لدي طالبات كليات الطفولة المبكرة بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل، وفقاً لمعدل تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية، باستخدام التباين أحادي الاتجاه للتأكد من معنوية الفروق بين المتوسطات الحسابية للمبحوثات في مجموعات التعرض لمقاطع اليوتيوب التعليمية. وللتحقق من ذلك تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (one –way Anova) وكانت النتائج كما يلي :-

جدول رقم (41)

الفروق بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات في المستوى المعرفي لديهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل، وفقاً لمعدل تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية.

| الدلالة | قيمة ف | متوسط | درجة الحرية | مجموع الدرجات | البيان | الفروق تبعاً إلى |
|---------------|--------|-------|-------------|---------------|-------------|------------------|
| 0.002 دالة | 1.811 | 0.231 | 1 | 0.231 | بين مجموعات | المستوى المعرفي |
| | | 0.128 | 148 | 12.513 | داخل | |
| | | | 149 | 12.744 | مجموع | |

• تشير نتائج الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات في المستوى المعرفي لديهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل، وفقاً لمعدل تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية حيث جاءت قيمة (ف)=1.811وهي دالة عند مستوى الدلالة = (0.002)، وهي قيمة منخفضة أقل من (0.05) مما يدل

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وقد تحقق بذلك صحة الفرض الأول للدراسة.
الفرض الثاني: "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات عينة الدراسة وفقاً لأسباب تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية والتي تتناول معلومات حول كيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل".
 دراسة هذه الفروق تم قياس أسباب تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية والتي تتناول معلومات حول كيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل". باختلاف الجامعات عينة الدراسة باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه – one way Anova، للتأكد من معنوية الفروق بين المتوسطات الحسابية للمبحوثين في مجموعات أسباب تفضيل المشاهدة المختلفة، كانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (42)

الفروق بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات عينة الدراسة وفقاً لأسباب تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية والتي تتناول معلومات حول كيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل.

| الفروق تبعاً إلى | البيان | مجموع الدرجات | درجة الحرية | متوسط | قيمة ف | الدلالة |
|------------------|-------------|---------------|-------------|-------|--------|-------------------|
| التعرض | بين مجموعات | 0.310 | 1 | 0.310 | 1.936 | 0.167 غير دالة |
| | داخل | 15.701 | 148 | 0.160 | | |
| | مجموع | 16.011 | 149 | | | |

• تشير نتائج الجدول السابق:-

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات عينة الدراسة وفقاً؛ لأسباب تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية والتي تتناول معلومات حول كيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل حيث جاء قيمة (ف) = 1.936 غيردالة عند مستوى الدلالة = (0.167) ، وهي قيمة مرتفعة أكبر من (0.05) مما يدل علي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وبذلك تحقق عدم صحة الفرض الثاني للدراسة.

الفرض الثالث: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى اهتمام الطالبات بالموضوعات حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل ومستوي معرفتهم بها".

للتحقق من ذلك تم حساب معامل الارتباط (person correlation)؛ لإيجاد معامل الارتباط بين مستوى اهتمام الطالبات بالموضوعات حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل ومستوي معرفتهم بها.

جدول رقم (43)

الارتباط بين مستوى اهتمام الطالبات بالموضوعات حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل ومستوي معرفتهم بها.

| مستوى معرفتهم | | | المتغير |
|---------------|-------|---------------------|--|
| مستوى الدلالة | العدد | معامل ارتباط بيرسون | |
| 0.00 دالة | 150 | **0.724 | مستوى اهتمام الطالبات بالموضوعات حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل |

تشير النتائج

• بالجدول السابق:-

إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى اهتمام الطالبات بالموضوعات حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل ومستوي معرفتهم بها؛ حيث جاء مستوى الدلالة مساوياً (0.000) أقل من (0.05)، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وجاء معامل الارتباط مساوياً (0.724) وهي قيمة أكبر من (0.5) مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين مستوى اهتمام الطالبات بالموضوعات حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل ومستوي معرفتهم بها، وبذلك تحقق صحة الفرض الثالث للدراسة.

الفرض الرابع: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (السن -الجامعة - المستوى الاقتصادي الاجتماعي)" ، وللتحقق من ذلك تم استخدام اختبارات (T.Test) وكانت النتائج كما يلي:-

(أ) الفروق بين أفراد العينة لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للسن (الأكثر سناً - الأصغر سناً) على مقياس المستوى المعرفي:-

جدول (44)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات أفراد العينة لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للسن (الأكثر سناً - الأصغر سناً).

| مستوى الدلالة | درجة الحرية | قيمة ت | الأصغر (ن=65) | | الأكثر (ن=85) | | السن |
|---------------|-------------|--------|---------------|------|---------------|------|-----------------|
| | | | ع | م | ع | م | |
| 0.009 دالة | 148 | 2.661 | 0.178 | 2.77 | 0.151 | 2.84 | المستوى المعرفي |

• يتضح من الجدول السابق :

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

أظهر استخدام اختبار "ت" (T.Test) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة على مقياس المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للسن (الأكبر سناً - الأصغر سناً), حيث كانت قيمة (ت) = 2.661، وهيدالة عند مستوى 0.01 لصالح الطالبات عينة الدراسة الأكبر سناً، وبذلك تحقق صحة الفرض الفرعي الأول من الفرض الرابع للدراسة.

(ب) الفروق بين أفراد العينة لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للجامعة (القاهرة - بورسعيد) على مقياس المستوى المعرفي:

جدول (45)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات أفراد العينة لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للجامعة (القاهرة - بورسعيد)

| مستوى الدلالة | درجة الحرية | قيمة ت | بورسعيد (ن=75) | | القاهرة (ن=75) | | الجامعة المتغير |
|-------------------|-------------|--------|----------------|------|----------------|------|-----------------|
| | | | ع | م | ع | م | |
| 0.533 غير دالة | 148 | 0.625 | 0.160 | 2.82 | 0.175 | 2.80 | المستوى المعرفي |

• يتضح من الجدول السابق :

أظهر استخدام اختبار "ت" (T.Test) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة على مقياس المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة للجامعة (القاهرة - بورسعيد), حيث بلغت قيمة (ت) = 0.625 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.05 ، وبذلك يتضح عدم تحقق صحة الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرابع للدراسة.

(ج) - الفروق بين أفراد العينة لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي على مقياس المستوى المعرفي:

جدول رقم (46)

الفروق في المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

| مستوى الدلالة | قيمة ف | متوسط | درجة الحرية | مجموع الدرجات | البيان | الفروق تبعاً إلى |
|---------------|--------|-------|-------------|---------------|-------------|------------------|
| 0.000 دالة | 2.699 | 0.429 | 1 | 0.429 | بين مجموعات | المستوى المعرفي |
| | | 0.159 | 148 | 15.582 | داخل | |
| | | | 149 | 16.011 | مجموع | |

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

• من الجدول السابق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة وفقا للمستوى الاجتماعي والاقتصادي؛ حيث جاء قيمة ف = 2.699 دالة عند مستوى الدلالة = (0.00) وهي قيمة أقل من (0.05) مما يدل علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية وكان هذا الفارق لصالح المستوى الاجتماعي والاقتصادي بمتوسط قدره (5.97) مقابل المستوى الاقتصادي المنخفض بمتوسط (4.03)، وبذلك تحقق صحة الفرض الفرعي الثالث من الفرض الرابع للدراسة.

الفرض الخامس: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية ودرجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها".

جدول رقم (47)

الارتباط بين معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية ودرجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها.

| درجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها | | | المتغير |
|--|-------|---------------------|--|
| مستوى الدلالة | العدد | معامل ارتباط بيرسون | |
| 0.00 دالة | 150 | **0.850 | معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية |

تشير النتائج

بالجدول السابق: إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية ودرجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها، حيث جاء مستوى الدلالة مساوياً (0.000) أقل من (0.05) مما يدل علي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وجاء معامل الارتباط مساوياً (0.850) وهي قيمة أكبر من (0.5) مما يدل علي وجود علاقة طردية قوية بين معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية، ودرجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها، ويتضح بذلك تحقق صحة الفرض الخامس.

خلاصة نتائج الدراسة ومناقشتها:-

ويتمثل ذلك في عرض أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يتعلق بالإجابة عن تساؤلاتها وتحقيق أهدافها، والتي في ضوءها يمكن طرح عدد من

المقترحات والتوصيات للأجهزة والمؤسسات المعنية بإعداد وتأهيل الكوادر من طالبات كليات الطفولة المبكرة وذلك على النحو التالي:-

(أ) نتائج الدراسة التحليلية:-

- 1- جاءت المدة الزمنية للمقاطع اليوتيوب عينة الدراسة في الترتيب الأول " 10 فأكثر" بنسبة بلغت (43.2%)، تلاه "5-10 دقائق" بنسبة بلغت (32.4%)، ثم جاءت في الترتيب الثالث للمدة الزمنية لمقاطع اليوتيوب التعليمية أقل من 5 دقائق" بنسبة بلغت(24.3%)، وذلك من إجمالي المدة الزمنية لمقاطع اليوتيوب التعليمية.
- 2- احتلت اللهجة العامية الترتيب الأول لمستوى لغة الحوار المستخدم في مقاطع اليوتيوب التعليمية التي قدمت خلال فترة الدراسة بنسبة بلغت (45.9%)، يليها في الترتيب الثاني فصحي المبسطة بنسبة بلغت (29.7%) .
- 3- تنوعت القوالب الفنية التي قدمت به مقاطع اليوتيوب التعليمية، حيث جاءت ندوة في الترتيب الأول بنسبة بلغت(27%)، يليها في الترتيب الثاني برنامج بنسبة بلغت(34.3%)، ثم جاء في الترتيب الثالث فيلم توعوي بنسبة بلغت(18.9%) .
- 4- جاءت مصادر مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة طبقاً" قام بنشره المستخدم العادي بنسبة بلغت (35.1%)، يليها في الترتيب الثاني كلاً من "قنوات تليفزيونية"- "مواقع إنترنت" بنسبة بلغت (24.3%) .
- 5- تنوعت أهداف مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة التي تسعى إلى تحقيقها، حيث احتل الترتيب الأول (يقدم تغطية شاملة للطرق المختلفة لإنتاج وسائط تثقيف الطفل كلاً على حدة) بنسبة بلغت (37.8%) يليها في الترتيب الثاني (تقدم تجارب جديدة وخبرات متنوعة التي تتيح فهم أعمق للمعلومة في إنتاج الوسائط المناسبة للطفل) بنسبة بلغت(27.0%) .
- 6- جاء أبرز أوجه النشاط وتفاعل المستخدمين مع مقاطع اليوتيوب عينة الدراسة عدد الإعجاب "أكثر من 100 معجب" في الترتيب الأول بنسبة بلغت(67.6%)، و عدد المشاهدات "أكثر من 100 مشاهدة" في الترتيب الأول بنسبة بلغت(81.1%)، كما اتضح عدد تعليقات المستخدمين "أقل من 100 تعليق" في الترتيب الأول بنسبة بلغت(56.8%) وعدد مشاركات المستخدمين للمقاطع جاء أكثر من 100 مشاركة في الترتيب الأول بنسبة

- بلغت (70.3%)، ونوع التعليقات على المقاطع جاءت آراء ووجهات نظر" في الترتيب الأول بنسبة بلغت (37.8%)
- 7- جاءت وسائط تثقيف الطفل المقروءة في مقدمة الوسائط التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (49.3%)، والوسائط المسموعة والمرئية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (48.4%)، ثم جاء في الترتيب الثالث الوسائط الالكترونية بنسبة بلغت (2.3%) .
- 8- تصدرت تصميم قصص للأطفال مقدمة وسائط تثقيف الطفل المقروءة التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (39.4%)، يليها تصميم كتيبات وكتب الأطفال المتنوعة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (35.8%) .
- 9- احتلت كتابة حدوتة إذاعية للطفل مقدمة وسائط تثقيف الطفل المسموعة والمرئية التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (23.4%)، بينما جاءت كلاً من "كتابة نصوص بعض مسرحيات وأغاني الأطفال- ورش عمل حول كيفية إنتاج عرائس مسرحيات الأطفال المتنوعة" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (21.5%) .
- 10- تصدرت تصميم موقع الكتروني خاص بالطفل مقدمة وسائط تثقيف الطفل الالكترونية التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة بنسبة بلغت (60%)، بينما جاءت تصميم برمجيات العاب الأطفال في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (40%) .
- 11- استخدمت مقاطع اليوتيوب التعليمية "الأسلوب الصريح والمباشر في تناول وعرض وسائط تثقيف الطفل في الترتيب الأول بنسبة بلغت (96.4%) .
- 12- جاء مطابقة المضمون بالعرض المرئي "مطابق" في الترتيب الأول بنسبة بلغت (89.6%)، ثم جاء مطابق إلى حد ما بنسبة بلغت (9.0%) .
- 13- جاء يعرض جانب واحد للموضوع في الترتيب الأول بنسبة بلغت (47.9%)، ثم جاء في الترتيب الثاني يعرض عدة جوانب للموضوع بنسبة بلغت (29.4%) .
- 14- بلغ إجمالي الوقت الذي شغلته وسائط تثقيف الطفل التي تناولتها مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة (316) دقيقة بنسبة بلغت (100%)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلته وسائط تثقيف الطفل الواردة بمقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة، احتل تصميم قصص للأطفال المركز الأول من حيث المساحة الزمنية للقطات التي تناولت وسائط تثقيف الطفل بمقاطع

- اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة ،حيث بلغ إجمالي الوقت التي أستوحذت عليه (64) دقيقة بنسبة بلغت(20.3%)،
- 15- أن الذكور يمثلون نسبة (69.1%) بواقع تكرار (29) حيث جاءوا في مقدمة الشخصيات في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة التي تناولت وسائط تثقيف الطفل.
- 16- جاءت غالبية من يقدمون وسائط تثقيف الطفل في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة في المرحلة العمرية من الشباب للشخصيات بنسبة (54.8%) .
- 17- جاءت جنسيات الشخصيات في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة غير محددة" بنسبة (52.4%) .
- 18- جاءت غالبية من يقدمون وسائط تثقيف الطفل في مقاطع اليوتيوب التعليمية عينة الدراسة من الشخصيات العامة بنسبة (45.2%) .
- 19- تنوعت الوسائط المتعددة لمقاطع اليوتيوب التعليمية، حيث جاء في الترتيب الأول للصور ورسومات "متحركة بنسبة بلغت(86.5%)، ثم جاء في الترتيب الأول لمقاطع الصوت "كلام منطوق بنسبة بلغت(94.6%)، يليها في الترتيب الأول للمؤثرات المرئية عناوين مكتوبة بنسب بلغت(62.2%).

(ب) خلاصة نتائج الدراسة الميدانية:

- 20- جاء حرص أفراد العينة على تصفح موقع اليوتيوب You tube في المرتبة الأولى بنسبة بلغت(76.7%) ، يليها نسبة اللاتي يتصفحات موقع اليوتيوب You tube بشكل غير منتظم "أحياناً في المرتبة الثانية بنسبة 23.3% .
- 21- أوضحت النتائج أن من أهم أسباب حرص أفراد العينة على تصفح موقع اليوتيوب "لأنها تقدم العديد من المعلومات حول الموضوعات المختلفة بنسبة بلغت (66.7%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني "لأنها تقدم المعلومة بطريقة أفضل" بنسبة (20.0%)، تليها في الترتيب الثالث "لعدم وجود مصادر أخرى للتعليم بنسبة بلغت (4.0%).
- 22- وجد أنّ عدد(45) من المبحوثاتأفراد عينة الدراسة يستخدمن موقع اليوتيوب "أكثر من مرة في اليوم الواحد" بنسبة بلغت (30%) ، في حين أننسبة (26.7%) يستخدمن موقع اليوتيوب "عدد مرات في الأسبوع" من إجمالي عينة الدراسة.
- 23- أتضح أنّ عدد(70) من المبحوثات أفراد عينة الدراسة يستخدمن موقع اليوتيوب في المرة الواحدة "أقل من ساعة" بنسبة بلغت (46.7%)، بينما

جاءت نسبة (30%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع اليوتيوب في المرة الواحدة من ساعة إلى أقل من ساعتين من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاء ممن يستخدمون موقع اليوتيوب في المرة الواحدة من "ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات" بنسبة بلغت (16.7%).

24- جاء الوقت المفضل لمتابعة موقع اليوتيوب من جانب المبحوثات أفراد الدراسة في الترتيب الأول "الفترة المسائية" بنسبة بلغت (46.7%) يليها في الترتيب الثاني الفترة الصباحية بنسبة بلغت (40%) تليها في الترتيب الثالث فترة السهرة بنسبة (10%).

25- حيث جاءت أهم مقاطع الفيديو التي تفضل المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة متابعتها عبر موقع اليوتيوب هي مقاطع تعليمية في الترتيب الأول بنسبة (34%) يليها في الترتيب الثاني مقاطع علمية وتكنولوجية بنسبة (21.3%)، ثم جاءت مقاطع فنية مأخوذة من أفلام ومسلسلات وأغاني بنسبة (18.7%) في الترتيب الثالث .

26- جاءت أكثر المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة في الحصول على معلومات حول كيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل هي موقع اليوتيوب في الترتيب الأول بنسبة (55.3%) يليها الإنترنت بصفة عامة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (20%) ، ثم جاءت القنوات الفضائية المتخصصة للطفل في الترتيب الثالث بنسبة (13.3%).

27- وجد أن (83) من المبحوثات تحرصن بشكل منتظم على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل بنسبة بلغت (55.3%)، بينما جاء عدد (67) بنسبة بلغت (44.7%) من عينة الدراسة تحرصن أحياناً على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل.

28- جاءت أهم أسباب حرص المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة على التعرض لمقاطع الفيديو التعليمية باليوتيوب التي تتعرض لكيفية إنتاج وسيط ثقافي خاصة بالطفل جاءت على الترتيب هي: جاء في الترتيب الأول العبارات من (1-4) "أتحكم في الوقت الذي أشاهد فيه مقاطع الفيديو" - تتيح لي الفرصة في التعليق والمشاركة - تتيح لي متابعة التطورات التكنولوجية من خلال الموقع - وسيلة مهمة تطلعني على أهم المستجدات في مجال تكنولوجيا الأطفال وتعطني خبرات جديدة" بمتوسط مرجح قدره 2.66 لكل منهم.

29- أشارت إلى أن مقاطع الفيديو التعليمية المفضلة لدى المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة عند متابعة إنتاج وسائط تثقيف الطفل في الترتيب الأول هي

"مقاطع عن تصميم قصص للأطفال" بنسبة (23.3%) يليها في الترتيب الثاني "مقاطع لكتابة نصوص بعض مسرحيات وأغاني الأطفال" بنسبة بلغت (20%)، ثم جاءت "مقاطع عن ندوات وورش عمل حول كيفية إنتاج برنامج إذاعي أو تليفزيوني للطفل" في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (15.3%).

30- وجدأن الطالبات تقوم بعمل بعض الأفعال قبل - أثناء - بعد مشاهدة اليوتيوب في الترتيب الأول "أحدد مقطع الفيديو الذي أريد مشاهدته" بمتوسط حسابي قدره (3.0)، يليها في الترتيب الثاني "يتوقف مقاطع الفيديو بشكل متكرر وأحاول إعادته مرة أخرى" بمتوسط حسابي (2.73) ثم في الترتيب الثالث "أبحث دائماً عن أحدث المقاطع الجديدة التي لها علاقة بإنتاج وسائط ثقافة الطفل" بمتوسط حسابي (2.67).

31- حول آراء الطالبات لتغطية مقاطع اليوتيوب التعليمية لكيفية إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة، في الترتيب الأول جاء كلا من مقاطع اليوتيوب تزيد من معارفي وكفاءتي لإنتاج الوسائط المتنوعة لتثقيف الطفل مما يزيد شعوري بالتميز في مجال عملي" بمتوسط حسابي قدره (2.81)، يليها "اليوتيوب يواكب أحدث التطورات التكنولوجية في تقديم كل ما هو جديد ومبتكر لإنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة" بمتوسط حسابي (2.72)، ثم "اليوتيوب يقدم تغطية شاملة للطرق المختلفة لإنتاج وسائط تثقيف الطفل كلاً على حدة" بمتوسط حسابي (2.7).

32- جاءت درجة موافقة المبحوثات عينة الدراسة على ما يبثه مقاطع اليوتيوب التعليمية من معلومات عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة من خلال تعرضهم لموقع اليوتيوب المتوسط العام للعبارات مساوياً (2.82) والانحراف المعياري (0.37) والاتجاه العام للعبارات (موافق) وهذا يدل على موافقة الطالبات عينة الدراسة بدرجة كبيرة على العبارات التي تتناول معلومات عما يبثه مقاطع اليوتيوب التعليمية عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة، وجاء في الترتيب الأول "ينجذب الطفل عادة لبرامج الأطفال التليفزيونية فيستمتع بما يشاهد من حركة ولون ونغم، حتى قبل أن يدرك ماتعبه عنه تلك الحركة، أو ماتحملة تلك الأغنية من مفاهيم" بمتوسط حسابي قدره (2.98) يليها في الترتيب الثاني "تعتمد برامج الأطفال الإذاعية على استخدام القالب القصصي حيث توضح الأفكار والمعلومات على شكل حكاية درامية مشوقة تشجع الأطفال على متابعتها بشغف-تعتمد برامج الأطفال الإذاعية على الكلمة والتي يجب أن تكون سهله قريبه من قاموس الطفل وكلماته" وذلك بمتوسط حسابي (2.97).

33- وجد أن (100) من المبحوثات أفراد عينة الدراسة بنسبة (66.7%) يتقنون بدرجة كبيرة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة ،في حين نسبة بلغت(30%) يتقنون أحياناً في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة، بينما وجد أن (5) من المبحوثات عينة الدراسة بنسبة (3.3%) لا تتقن في تلك المضامين.

34- جاء من أهم أسباب ثقة المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة في الترتيب الأول "لأنها تقدم خبرات لأشخاص رائدة في هذا المجال" بنسبة بلغت(34.5%)، يليها في الترتيب الثاني لأسباب ثقة المبحوثات في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة "لأنها تقدم معلومات موثقة بأراء الخبراء" بنسبة بلغت(30%)، ثم جاء في الترتيب الثالث بنسبة بلغت(27.6%) "الإمكانية وسهولة تنفيذ وتطبيق ما تقدمه على أرض الواقع".

35- من أهم أسباب عدم ثقة المبحوثات من الطالبات عينة الدراسة في مضامين ملفات الفيديو التي تعرض على موقع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة في الترتيب الأول بنسبة بلغت (40%) كلا من " لأنهم يفضلون معرفة المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية" - "حضور ورش عمل والاستفادة من خبرات الآخرين" ،بينما جاء في الترتيب الثالث بنسبة (20%) "لا أفضل متابعة هذه الموضوعات عبر اليوتيوب"، وذلك من إجمالي عينة الدراسة.

36- وجد أن (146) من المبحوثات عينة الدراسة بنسبة بلغت (97.3%) يرون أن لمعلومات اليوتيوب دوراً فعالاً في تنمية مستوى معارفهن ومهارتهن في مجال دراستهن وعملهن بشكل واضح ، في حين هناك أختلاف في وجهات النظر المبحوثات؛ حيث وجد أن(4) من الطالبات عينة الدراسة بنسبة بلغت (2.7%) لا يرون ذلك.

37- أتضح أن نسبة (34.2%) يرون أن للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة دور في رفع مستوى معارفهن وكفاءتهن في مجال دراستهن وعملهن "لأنها تقدم العديد من الآراء والخبرات لمتخصصين في هذا المجال بينما وجد أن نسبة (32.8%) يرون أنها تزودهم بمعلومات وخبرات متنوعة في إنتاج الوسائط المناسبة للطفل من مجالات وقصص ومسرحيات وإمكانية تطبيقها في الواقع"، بينما جاءت نسبة (24%)

يرون أن "أنها تتناول معلومات متعددة لكل وسيط بدء من مرحلة الفكرة وحتى الإنتاج"، وذلك من إجمالي المبحوثات أفراد عينة الدراسة.

38- وجد أن (3) من المبحوثات عينة الدراسة بنسبة (75%) لا يرون أن للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة دور في رفع مستوى معارفهن وكفاءتهن في مجال دراستهن وعملهن "لأنها لا تقدم معلومات جديدة بالنسبة لهن" بينما وجد طالبة واحدة من المبحوثات عينة الدراسة بنسبة بلغت (25 %) لا ترى أن للمعلومات المقدمة عبر مقاطع اليوتيوب عن إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة دور في رفع مستوى معارفها وكفاءتها في مجال دراستها وعملها "وذلك لسبب أنها ممثلة في تقديم معلومات حول الوسائط المتنوعة"، وذلك من إجمالي المبحوثات عينة الدراسة.

39- جاء من أهم مقترحات الطالبات عينة الدراسة حول تفعيل دور اليوتيوب "تقديم فيديوهات تعليمية عن تصميم الوسائل المختلفة بشكل يزيد من تنمية مهارتي العملية في الترتيب الأول بأهمية نسبية مقدارها (89%) يليها في الترتيب الثاني ضرورة إنشاء قنوات يوتيوب خاصة بوسائط تثقيف الطفل وكيفية إنتاجها في المركز الثاني بأهمية نسبية مقدارها (87.6%)، إدماج اليوتيوب التعليمي داخل كليات الطفولة المبكرة، وتقديم محاضرات من خلاله على أيدي خبراء ومتخصصين" في الترتيب الثالث بأهمية نسبية مقدارها (87.3%) .

(ج) نتائج إختبار صحة فروض الدراسة:-

40- ثبت صحة الفرض الأول للدراسة "توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات في المستوى المعرفي لديهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل، وفقًا لمعدل تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية".

41- ثبت عدم صحة الفرض الثاني للدراسة "توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات مجموعات الطالبات عينة الدراسة وفقًا لأسباب تعرضهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية والتي تتناول معلومات حول كيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل".

42- ثبت صحة الفرض الثالث للدراسة توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستوى اهتمام الطالبات بالموضوعات حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل ومستوي معرفتهم بها".

43- ثبت صحة الفرض الرابع للدراسة جزئياً "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (السن -الجامعة - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

أ- تحقق صحة الفرض الفرعي الأول من الفرض الرابع للدراسة"وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة على مقياس المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للسن (الأكبر سناً – الأصغر سناً), وذلك لصالح الطالبات عينة الدراسة الأكبر سناً.

ب- لم يتحقق صحة الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرابع للدراسة" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة على مقياس المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة للجامعة (القاهرة – بورسعيد).

ج- تحقق صحة الفرض الفرعي الثالث من الفرض الرابع للدراسة"وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى المعرفي لدى كليات الطفولة المبكرة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لصالح المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

44- تحقق صحة الفرض الخامس للدراسة" وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية ودرجة ثقتهن في الموضوعات التي يتم نشرها.

• توصيات الدراسة المقترحة:-

بناء على ما خلصت إليه نتائج الدراسة وما اقترحته طالبات كليات الطفولة المبكرة عينة الدراسة، توصي هذه الدراسة بما يلي :-

• إتاحة استخدام اليوتيوب في التعليم كأداة رئيسية أو بديلة، بل كأداة مساعدة يمكن دمجها في القاعات الدراسية للمساعدة في توضيح بعض المواضيع التي يصعب استيعابها من طرف الطالبات.

• زيادة حجم المضامين المعروضة وتنويعها والعمل على توفير قنوات تعليمية خاصة من أجل تدريب الطالبات وتأهيلهم في مجال الإنتاج الثقافي للطفل المسموعة والمرئية والمقروءة والرقمي، وغيرها من مصادر التعلم في ضوء الرسالة التربوية الهادفة التي تتماشى مع ثقافة المجتمع واحتياجات الطفل ومراحل العمرية.

• إفادة المؤسسات المعنية بضرورة إنتاج فيديوهات تعليمية تتناول موضوعات حول إنتاج وسائط تثقيف الطفل المتنوعة.

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة لمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

- ضرورة أن تسعى وسائل الإعلام الجديدة في تطوير محتواها في محاولة لمواكبة التطور من أجل تقديم محتوى تعليمي هادف ومميز لطلاب الجامعات يفيدهم في المقررات الدراسية.
- تعزيز إيجابيات موقع اليوتيوب والتقليل من السلبيات ومحاولة تقنينها وتلافي المخاطر الناجمة عنه.
- إدخال بعض قنوات اليوتيوب التعليمية كوسيلة فعالة للتعليم ضمن الخطط الدراسية بالجامعات ، وذلك للاستفادة من خدماتها ودورها البارز في العملية التعليمية والحياتية للطلاب.
- أن المجال لا يزال يحتاج للعديد من الدراسات التي يمكن أن تثري الرصيد العلمي في مجال الإعلام الجديد بالعالم العربي وبصفة خاصة حول موقع اليوتيوب التعليمي.

حدود البحث وما يثيره من دراسات مستقبلية مقترحة:

- 1- دور الإعلام الجديد في تنمية الكفاءة المهنية لدى طالبات كليات الطفولة المبكرة.
- 2- برنامج إعلامي مقترح لتأهيل طالبات كليات الطفولة المبكرة لإنتاج وسائط تثقيف الطفل.
- 3- الوسائط الثقافية لطفل ما قبل المدرسة كما تعكسها مقاطع الفيديو عبر موقع اليوتيوب.

مراجع الدراسة:

- (1) ممدوح السيد عبد الهادي، حنان كامل خضر. "استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية"، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد الحادي عشر، خريف 2015، ص ص 5-6
- (2) Jean Burgess, et. Al. "Youtube: Online Video and Participatory Culture", Polity Press, (Cambridge: No. 172, 2009) P: 65.
- (3) عباس صادق. الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، (عمان: دار الشروق، 2008)، ص 35
- (4) رضا عبد الواحد أمين. "استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت، في أعمال مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، (جامعة البحرين، 7-9 إبريل 2009)، ص ص 511-536.
- (5) نعيم سعد زغول. "الإعلام الإلكتروني في مصر الواقع والتحديات" تقرير غير منشور، (القاهرة: مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، السنة الرابعة، العدد 38، فبراير 2010)، ص 5.
- (6) حنان أحمد سليم. "حول أثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد 38، 2011).
- (7) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص 287.
- (8) Robert E. Park , "world news", 2^{ed} (USA, Harvard university, 2002) p: 161.
- (9) Gleen Lasher & Michael L.M.C. Keam , using television news for political information, IN: Journalism And Mass Media Quarterly, (vol. 74, No. 1, spring 2007) pp. 70-84.
- (10) هبه أمين أحمد شاهين. استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2001)، ص 223.
- (11) علي عبد الفتاح كنعان. " نظريات الإعلام "، ط1 (عمان: دار اليازوري العلمية للطباعة والنشر، 2014)، ص ص 165-167.
- (12) منال هلال المزاهرة. " نظريات الاتصال "، ط1 (عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012)، ص 208.
- (13) Denis Mequa. L. "Mass Communication Theory An Introduction". 2nd eds, London: Sage Publication, 1988, p305.
- (14) محمد منير حجاب. " نظريات الاتصال "، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010) ص 303.

- (15) ملفين ديفلير" ساندر ابول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام، ترجمة : جمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993)، ص418.
- (16) هبه يحي عطية ، "المعالجة الإخبارية لأحداث العالم الثالث في قناة TV 5 الفرنسية الدولية- دراسة مسحية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 2001).
- (17) حسن عماد مكاوي . "نظريات الإعلام"، (القاهرة" الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009) ص315.
- (18) عبير محمد حمدي، "دور الإنترنت، والراديو، والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات" ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 2001).
- (19) Tao Sun, Tsan – Kuo Chang, Gouging Yu Social structure, media system and audiences in China: testing the uses and gratification model university of Minnesota-Twin cities school of journalism and mass communication ,chines people's university, public opinion Research Institute, **Mass Communication And Society** (vol.4, Issue 2 May 2001) pp.199-217.
- (20) ملفين ديفلير" ساندر ابول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سابق، ص420.
- (21) Baran , Stanly , Davis and Dennis: "**Mass Communication Theory , Ferment and Future**" , California : Wadsworth Publishing Company, 1995) pp. 226- 227.
- (22) Melvin Defleur and Sandra Ball-Rokeach : " Theories of Mass Media Effects" **Communication Research**, (vol. 13, 1976) pp. 4-16.
- http://WWW.asskeenh.com/Gallery/text/View_Books.aspx?View-Tree&NodeID-2&paageNo-1&BookID-28&pageID-2.29/3/2018.9:28pm.
- (23) أمل جابر صالح . دور الصحف والتلفزيون في امداد الجمهور المصرى بالمعلومات عن الأحداث الخارجية في إطار نظرية فجوة المعرفة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، 1996)، ص ص26-27.
- (24) صفا محمود عثمان، دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2002)، ص39.
- (25) حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق ، ص326.
- (26) محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3 (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص238.
- (27) محمود حسن إسماعيل . مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع ، 2003)، ص280.
- (28) Malvin L, Deflevr, Sandra J. Ball, Rokeach: "**Theories Of Mass Communication**, OP, cit, pp.248-249.

(29) نشوى محمد عقل، تقديم نشرات الأخبار في قنوات النيل المتخصصة: دراسة مسحية للمحتوى والقائمين بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ،2002،

(30) Denis Mquail&SuenWindhal: **Communication Models**, 2ed, (London & New York, Long Man, 2005), Pp; 114-115.

(31) William E. Loges, Perceptions Of Threat And Media System Dependency Relations, In: **Communication Research**, Vol. 21, No. 1, February 1994, Pp: 5-13.

(32) Garry A. Hollander, Television News Exposure And Foreign Affairs Knowledge, In: **Gazette**. Vol. 59, No. 2, 1997, pp. 151-161.

(33) Glenn Lasher And Michael L. Mc Kean. Using TV News for Political Information During Of Year Electronic, In: **Journalism and Mass Media Quarterly**, Vol. 74, No. 1, Spring 1997, pp. 69-83.

(34) Denis Mquail&SuenWindhal: **Communication Models**, Ibid, pp. 119-121.

(35) Connie M. "unite Social media, crisis communication, and emergent, Leveraging web 2.0 tecbuologies (United kingdom Taylor & Francis group 2012) p: 206.

(36) محمد السيد عليوة. دور بعض الوسائط الاتصالية بالإنترنت في تنمية الوعي السياسى لدى شباب الجامعة، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2012)، ص 136.

(37) حسنين شفيق. نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد، جديد نظريات الإعلام في البيئة الرقمية، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2014)، ص 137.

(38) رضا عبدالواحد أمين. الإعلام الجديد (المنهل، 2015)، ص ص 130 - 133.

(39) أحمد الشورى أبو زيد. الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية: دراسة حالة الحملة الانتخابية الرئاسية للرئيس الأمريكي، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم الساسية، 2008)، ص 28.

(40) أنظر الى:-

- حسين شفيق. الإعلام الجديد، الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1 (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011)، ص 213.

- عبد الرزاق الدليمي. الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية ط1، (الأردن، دار وائل للطباعة والنشر، 2011)، ص 194

- محمد السيد عليوة. دور بعض الوسائط الاتصالية بالإنترنت في تنمية الوعي السياسى لدى شباب الجامعة، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2012)، ص 136.

(41) John Allen Hendricks. Robert E. Deccan Communicator –in- chief how Barak Obama used new media to win the white house (United kingdom Lexington books, adivisionof row man & Littlefield 2010 P: 84.

- (42) حسنين شفيق. الإعلام الجديد، الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية مرجع سابق، صص 214-215.
- (43) تقرير حول حالة الحريات الإعلامية في الأردن: صادرة عن مركز حماية وحرية الصحفيين في الأردن 2011، صص 22.
- (44) رضا أمين. الإعلام الجديد، مرجع سابق، صص 126.
- (45) David J. Brennan Youtube and the Broadcasters. In: Legal studistudies research paper University of Melbourn 6 April 2007. Retneved from <http://ssrn.com/abstract/978701> 3/12/2018 3:65pm.
- (46) عمر الحياي. "المدونات واليوتيوب والاعلام الشبكي الجديد فضاء الحرية وديمقراطية التعبير". WWW.Nabanews.net/2009/15230.html, In: 3/20/2018, Pm:9:30 .
- (47) إسماعيل عبد الخالق غسان. ثقافة الطفل العربي، الواقع والأفاق، (المنهل ، 2011)، صص 167.
- (48) [HTTP://WWW.YOUTUBE.COM/SCHOOLLS](http://WWW.YOUTUBE.COM/SCHOOLLS).
- (49) عبد الفتاح عبد النبي. تكنولوجيا الاتصال بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1990)، صص 134.
- (50) إسماعيل عبدالفتاح، رانية حسن أبو العينين. معايير قياس جودة كتب الأطفال، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2011)، صص 176 .
- (51) محمود حسن إسماعيل. الإعلام وثقافة الأطفال، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2011)، صص 123-124.
- (52) محي الدين عبد الحلیم. الرؤية الإسلامية لإعلام الطفل المسلم، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1999)، صص 117.
- (53) محمود حسن إسماعيل. الإعلام وثقافة الأطفال، مرجع سابق، صص 126.
- (54) إسماعيل عبدالفتاح، رانية حسن أبو العينين. معايير قياس جودة كتب الأطفال، مرجع سابق، صص 176.
- (55) محمود حسن إسماعيل. الإعلام وثقافة الأطفال، مرجع سابق، صص 127.
- (56) المرجع نفسه. صص 129-130.
- (57) حكمت أحمد سمير. مسرح الطفل، (الأردن: الجنادرية للنشر والتوزيع، 2016)، صص 4.
- (58) محمود حسن إسماعيل. الإعلام وثقافة الأطفال، مرجع سابق، صص 131.
- (59) إبراهيم جابر السيد. الإعلام والطفل، (القاهرة: دار التعليم الجامعي، 2015)، صص 212.
- (60) محمود حسن أحمد زبادي وآخرون. أثر وسائل الإعلام على الطفل، (الأردن: الأهلية للنشر والتوزيع، 1989)، صص 59.
- (61) هند يوسف الخوري. الثقافة في تكوين شخصية الطفل (الأردن: دار المؤلف للطباعة والنشر والتوزيع، 2014)، صص 126.
- (62) محمود حسن إسماعيل. الإعلام وثقافة الأطفال، مرجع سابق، صص 142-143.
- (63) محمد زياد حمدان. الأسرة والأبناء مع الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات، (القاهرة: دار التربية الحديثة، 2015)، صص 14.

- (64) حنان عبد الحميد العناني. الدراما والمسرح، (القاهرة: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، 1997)، ص26.
- (65) فهيم مصطفى. الطفل والخدمات الثقافية: رؤية عصرية لتثقيف الطفل العربي، (الأردن: مكتبة الدار العربية، 2008)، ص98
- (66) مجموعة مؤلفين. "أدب الاطفال بحوث ودراسات" (المملكة العربية السعودية:العيكان للنشر والتوزيع ،2018)، ص233.
- (67) محمود حسن إسماعيل. الإعلام وثقافة الأطفال، مرجع سابق، ص145.
- (68) فهيم مصطفى. الطفل والخدمات الثقافية: رؤية عصرية لتثقيف الطفل العربي، مرجع سابق، ص 116.
- (69) محمود حسن إسماعيل. الإعلام وثقافة الأطفال، مرجع سابق، ص161.
- (70) Patricia G,Lang."publicy Private And Privately Public:Social Networking On You Tube", IN: Journal Of Computer- Meditated Communication, Vol.13, No.October, 2007, P.23
- (71) Jeffrey R, Ostrowski."Characterization Of Social Video" Unpublished M.A., (Detroit:Michigan, Wayne State University, 2008). (72) Dave Harley, Geraldine Fitzpatrick."You Tube And Intergenerational Communication, The Case Of Geriatric 1927", IN: Universal Access In The Information Society (Special Issue Hcl And Older People, 2008).
- (73) Walter, Melissa. "How The New Media Affects College Students", Ph.D., (United Of States South, Alabama: University Alabama, 2008).
- (74) Robert Gehi, "You Tube As Archive: Who Will Curate This Digital WnderKammer?," IN: Sage Publications International Journal of Cultural Studies, Vol.12, No.3, 2009.
- (75) أسماء مسعد عبد المجيد. "اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية"، رسالة ماجستير ، غير منشورة، (جامعة حلون: كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2011).
- (76) دراسة عمرو محمد أسعد. العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية. دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك"، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، 2011).
- (77) حنان أحمد سليم. " حول أثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مرجع سابق.
- (78) صابر محمد أحمد أبو بكر. "استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2012).
- (79) الأء مخلوف، استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لليوتيوب والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، (عمان، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، 2013).

- (80)Gulnar B&. Others , "motivations of face book, you tube and similar Users Retrieved from :IN: <http://googl7tNDYV> Viewed December 8th, 2013.
- (81)Andrea Wilson. "YouTube in the Classroom", **M.A.**, Teaching and LearningOntario Institute for Studies in Education,(Department of Curriculum, University of Toronto, April 2015).
- (82)GbolahanOlasina. "An evaluation of educational values of YouTubevideos for academic writing", **IN: The African Journal of Information Systems**, Vol. 9, Issue 4, Article 2, September 2017.

(83) رنا مصطفى حنفي محمود." استخدامات الشباب الجامعي القنوات اليوتيوب في مصر واتجاهاته نحوها" رسالة دكتوراه ، غير منشورة،(جامعة القاهرة:كلية الإعلام، 2018).

(84) إكرام أحمد فؤاد الأهواني."علاقة الطفل المصري في مرحلة التعليم الأساسي بوسائط الثقافة المحلية والعالمية"،رسالة ماجستير ، غير منشورة،(جامعة عين شمس :معهد الدراسات العليا للطفولة الإعلام وثقافة الطفل، 2008).

(85)زينب سالم أحمد عبد الرحمن.الانعكاسات التربوية المتوقعة من استخدام الطفل المصري للوسائط الالكترونية،رسالة ماجستير، غير منشورة(جامعة سوهاج :كلية التربية، 2011).

(86)Henrik Wu RebeckaKoolash."Life stories of Swedish Third Culture Kids :Belonging and Identity", **Ph.D.**, (Malmö: 2011).

(87)Shannon R. Montgomery. "Castles, Gender, And Child Culture: A Critical Examination Of Media And Play",**Ph.D.**,(faculty of The University of North Carolina,Department of Curriculum & InstructionCharlotte, 2018).

(88)أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيباً أبجدياً:
د/أحمد محمد رفاعى . مدرس الصحافة بمعهد الأسكندرية العالى للإعلام.
أ.د/ ثريا أحمد البدوى. أستاذ العلاقات العامة والإعلان – جامعة الملك سعود.
أ.م. د/ ثريا سانوسى.أستاذ مساعد بكلية الاتصال – جامعة الشارقة.
أ.د/ حازم أنور محمد البنا. أستاذ الإذاعة والتلفزيون – قسم الإعلام التربوى – جامعة المنصورة.
أ.د/خالد شاکر جاويش. وكيل كلية الاتصال – جامعة الشارقة.
أ.د/ فاتن عبد الرحمن الطنبارى. أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال – كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
أ.د/محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال – كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.

تعرض طالبات كليات الطفولة المبكرة للمقاطع اليوتيوب التعليمية وعلاقتها بمستوى معرفتهم بكيفية إنتاج وسيط ثقافي للطفل .

(89) محمد سعودى عبد المحسن. "الأطر الأخبائية للقضايا السياسية الداخلية بقنوات اليوتيوب الخاصة بالصحف المصرية ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب نحو هذه القضايا" رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).