



www.mecsjs.com/ar

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية MECSJ

العدد الثامن والعشرون (أب) ٢٠٢٠

ISSN: 2617-9563

دور الوالدين الأردنيين في توجيه أطفالهم نحو مشاهدة اليوتيوب في ضوء منظور التربية الإعلامية

الدكتور صخر الخصاونة

معهد الإعلام الأردني/ عمان

sakherkhasawneh@hotmail.com

ولاء سليمان الرواشدة

وزارة الأوقاف الأردنية، عمان، الأردن

ملخص

هدفت الدراسة إلى بيان مدى معرفة الوالدين الأردنيين بالتربية الإعلامية لتوجيه أطفالهم في التعامل مع اليوتيوب، والكشف عما إذا كانت هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في درجة وصول الوالدين إلى ما يشاهده الطفل وتوجيهه أثناء مشاهدة اليوتيوب، تبعاً لمتغير: (النوع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، ومكان السكن، والعمل)، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على عينة مكونة من ٢٠٠ أسرة أردنية، واستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة في الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أنه هناك درجة مرتفعة من معرفة أفراد العينة من الوالدين الأردنيين في عمان بالتربية الإعلامية، ومهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل، ووجود درجة متوسطة من متابعة الوالدين في توجيه أطفالهم أثناء مشاهدتهم لليوتيوب. وأظهرت النتائج كذلك عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة مهارة أفراد العينة من الوالدين الأردنيين عمان في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي ومنطقة السكن وحالة العمل، ووجود فروق دالة إحصائية في درجة مهارة أفراد العينة في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمستواهم التعليمي، وعدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة معرفة أفراد العينة بسياسات السلامة والأمان في اليوتيوب تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، ومتغير حالة العمل.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية – مواقع التواصل الاجتماعي – اليوتيوب



Abstract

The study aimed to demonstrate the extent of Jordanian parents' knowledge of media Literacy to guide their children in dealing with YouTube, and to find out whether there are statistically significant differences in the degree of parental access to what a child watches and directs while watching YouTube, depending on the variable: (gender, educational level, location Housing and work), and to achieve the goals of the study, the analytical descriptive approach was relied upon, by designing a questionnaire and distributing it to a sample of 200 Jordanian families, and using appropriate statistical methods in answering the study's questions.

The study reached a set of results, the most important of which is that there is a high degree of knowledge of the sample members of the Jordanian parents in Amman on media education, their skills in reaching what the child is watching, and the presence of an average degree of parents' follow-up in guiding their children while watching YouTube. The results also showed that there were no statistically significant differences in the degree of skill of the sample individuals from the Jordanian parents, Amman, in reaching what the child witnessed according to the gender variable, the area of residence, and the work status, and the presence of statistically significant differences in the degree of skill of the sample members in reaching what the child sees according to their educational level , And the absence of statistically significant differences in the degree of sample knowledge of safety and security policies in YouTube, according to the gender variable and the status of work variable.

Key words: Media Literacy - Social media – YouTube



مقدمة

شهد العصر الحالي تطورات وتغيرات كبيرة في المجال التقني، وفي قدمة تلك التطورات ظهور الانترنت وانتشار استخدامه من قبل مختلف الجهات سواء المؤسسات أم منظمات الأعمال أم الأفراد. وفي الأردن انتشر استخدام الإنترنت بشكل سريع نتيجة للانتشار التكنولوجي والمعرفي، ولم يتوقف الاستخدام على البالغين بل تعداه الى الأطفال، حيث وصل عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن (٧،٨٧) مليون مستخدم، وبلغت نسبة انتشاره بين سكان المملكة الأردنية الهاشمية لعام ٢٠١٨ (٧٦،٥%) بحسب الأرقام التي كشفتها هيئة تنظيم قطاع الاتصالات في تقريرها السنوي عن عام ٢٠١٨، (هيئة تنظيم قطاع الاتصالات، ٢٠١٨).

ووفقاً لتقرير نشرته منظمة اليونسيف عام ٢٠١٧ حمل عنوان "حالة الأطفال في عالم رقمي" أظهر أن الأطفال والمراهقين الذين تقل أعمارهم عن (١٨) سنة يقدرون بنحو ثلث مستخدمي الإنترنت في مختلف أنحاء العالم. (اليونسيف، ٢٠١٧).

ومع هذا الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت في أغلب الأماكن والأوقات، ولسهولة التعامل معها من قبل الأطفال أصبح من الصعب على بعض الأسر ضبط ما يتلقاه أطفالهم عبر هذه الشبكة وتوجيههم نحو متابعة المحتوى النافع، وتجنب المحتوى الذي قد يكون ضار.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر واليوتيوب وغيرها أحد أهم منتجات شبكة الإنترنت، وهي خدمة تتيح للمستخدمين فيها إقامة ملفات تعريفية عن أنفسهم بواسطة النصوص والصور والفيديوهات والملفات الصوتية، وتتيح لهم اختيار الأفراد الذين يشتركون معهم في الاتصال، عبر ملفات تربطهم داخل تلك المواقع (أبو صعيك والزبون، ٢٠١٤). ولعل أبرز هذه المواقع موقع اليوتيوب الذي ظهر عام ٢٠٠٥ وأصبح واسع الانتشار، باعتباره منصة هامة لعرض محتويات مختلفة، وقد أظهر موقع اليوتيوب أن عدد زواره الشهري يصل إلى أكثر من (١,٩) مليار مستخدم من أنحاء العالم، يشاهدون كل يوم ما يزيد عن مليار ساعة من الفيديو، يمكنهم تصفحه ب(٨٠) لغة مختلفة متلائمة مع احتياجات (٩٥%) من مستخدمي الإنترنت. (youtube.com/intl/ar/yt/about/press).

ويحتوي اليوتيوب على قنوات مخصصة للأطفال قد تحتوي تلك القنوات على مضامين نافعة وأخرى قد تكون ضارة، فما مدى معرفة أم بمضمون الرسالة الإعلامية المقدمة عبر فيديوهات وقنوات اليوتيوب، وعلى الرغم مما يقدمه لنا اليوتيوب من سياسات الأمان والحماية لأطفالنا ما مدى معرفة الأم بهذه السياسات ومعرفتهم بكيفية استخدامها.



وعلى الرغم مما تقدمه لنا هذه الوسائل التكنولوجية العون الهائل في مجال توفير الأمن والحماية لأطفالنا من مخاطر الانترنت، إلا أن هناك أمراً يفوق الأساليب التكنولوجية في أهميته وهو دور الوالدين وعلاقتهم بأطفالهم.

مشكلة الدراسة

أظهر موقع اليوتيوب أن عدد زواره الشهري يصل إلى أكثر من (١,٩) مليار مستخدم من أنحاء العالم، يشاهدون كل يوم ما يزيد عن مليار ساعة من الفيديو (youtube.com). ووفقاً لإحصاءات موقع اليكسا^(١) فإن موقع "اليوتيوب" الذي يستخدم لبث مقاطع الفيديو المسجلة أو التي تُبث بشكل مباشر يعد ثاني أكبر موقع مشاهدة بعد الفيسبوك على مستوى العالم بحسب آخر تحديث لشهر تشرين الأول ٢٠١٨، وتشير هذه الإحصاءات أيضاً إلى أن عدد مشاهدي موقع اليوتيوب في الأردن يقدر بحوالي (٢٤٣٩٠٢٧) مشاهدةً يومياً، أي ما يشكل نسبة (٢٥,٥٩%) من عدد السكان البالغ (٩,٥٣١,٧١٢) وفق آخر تعداد سكاني تم إجراؤه عام (٢٠١٥) (تقرير دائرة الإحصاءات العامة).

ويشكل الأطفال ممن هم في سن ١٤ فما دون نسبة عالية في المجتمع الأردني حيث يبلغ عددهم (٣٥٤١٠٩٠) وهو ما يشكل ما نسبته (٣٤,٣٥%) من عدد سكان الأردن البالغ عددهم (١٠٣٠٩٠٠٠) وذلك حسب بيانات الإحصاءات العامة المتعلقة بالجنس والفئة العمرية لسكان المملكة في نهاية عام (٢٠١٨).

ومن هنا تظهر مشكلة الدراسة وهي بيان مدى قدرة الوالدين الأردنيين على التعامل مع تلك المضامين الإعلامية الموجودة في اليوتيوب، ومدى معرفتهما بالتربية الإعلامية وإتقانها لمهارتها واستغلال تلك المعرفة من أجل توجيه أطفالهم نحو المحتويات النافعة، وتجنب المحتويات التي قد تكون ضارة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى بيان مدى معرفة الوالدين الأردنيين بالتربية الإعلامية لتوجيه أطفالها في التعامل مع اليوتيوب، وينبثق عن هذا الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:

- ١- التعرف على درجة معرفة الوالدين الأردنيين بالتربية الإعلامية.
- ٢- التعرف إلى درجة مهارة الوالدين الأردنيين في الوصول إلى ما يشاهده الطفل.
- ٣- الكشف عما إذا كانت هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في درجة مهارة الوالدين الأردنيين في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمتغير: (النوع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، ومكان السكن، والعمل).
- ٤- التعرف على درجة متابعة الوالدين الأردنيين في توجيه متابعة الأطفال أثناء مشاهدة اليوتيوب.

١ - هو موقع من مجموعة مواقع شركة أمازون يختص بإحصائيات وترتيب مواقع الإنترنت (arabes1.com)



٥- الكشف عما إذا كانت هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في درجة متابعة الوالدين الأردنيين في توجيه متابعة الأطفال أثناء مشاهدة اليوتيوب تبعاً لمتغير: (النوع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، ومكان السكن، والعمل).

أسئلة الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ١- ما درجة معرفة الوالدين الأردنيين بالتربية الإعلامية؟
- ٢- ما درجة مهارة الوالدين الأردنيين في الوصول إلى ما يشاهده الطفل؟
- ٣- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة مهارة الوالدين الأردنيين في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمتغير: (النوع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، ومكان السكن، والعمل)؟
- ٤- ما درجة متابعة الوالدين الأردنيين في توجيه متابعة الأطفال أثناء مشاهدة اليوتيوب؟
- ٥- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة متابعة الوالدين الأردنيين في توجيه متابعة الأطفال أثناء مشاهدة اليوتيوب تبعاً لمتغير: (النوع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، ومكان السكن، والعمل)؟

أهمية الدراسة :

في ضوء انتشار الوسائط الرقمية المتعددة و تعاضم تأثيرها في المجتمع، تبرز أهمية التعرف على دور الوالدين في اختيار وتوجيه أطفالهم فيما يشاهدونه على اليوتيوب، حيث إن الوصول إلى معرفة موضوعية في هذا المجال يساعد الخبراء والمؤسسات التربوية والإعلامية في وضع الخطط والبرامج التي هدفها المساهمة في اختيار المحتوى النافع ما يوفر ضمانات اجتماعية لتحسين الأجيال الجديدة في مواجهة المحتوى الضار وخلق توازن موضعي بين الترفيه والمعرفة.



الدراسات السابقة:

أولاً- الدراسات العربية

أجرت شبيرة (٢٠١٨) دراسة بعنوان "التربية الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي دراسة لأدوار الأولياء في استخدام الأبناء للفيديو" هدفت إلى الكشف عن مدى وعي الوالدين بمضامين الفيديو، والتعرف على الجوانب الايجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي، والكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في ايجاد مشاكل أسرية، وتسلط الضوء على أهمية دور الوالدين في التربية الإعلامية والاستخدام الجيد لمواقع التواصل الاجتماعي، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج المسحي، ومن خلال توزيع الاستبانة على عينة قصدية بواقع (٣٠) من أولياء الأمور في مدينة المسيلة في الجزائر. أظهرت نتائج الدراسة أن ٥٠% من أولياء الأمور يتركون أبنائهم بمفردهم أثناء استخدام الفيديو، وأن ما نسبته ٧٣% على علم بطبيعة أصدقاء أبنائهم، وأن ما نسبته ٩٠% يعرفون طبيعة المجموعات التي ينتمي إليها أبنائهم عبر الفيديو، وأن ما نسبته ٨٦,٧% من الأولياء أظهروا موافقتهم على تجنب أبنائهم المضامين السلبية في الفيديو.

كما أجرت الرشيدات (٢٠١٧) دراسة بعنوان "تأثير شبكة الإنترنت على المراهقين في الأردن" هدفت إلى معرفة تأثير الإنترنت على المراهقين في الأردن، ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من عينة عشوائية بلغ مقدارها (٦٨٠) مراهقاً في الأردن وزعت عليهم أداة الدراسة المتضمنة استبانة من تصميم الباحثة. أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية المراهقين يستخدمون هواتفهم الخلوية للاتصال بشبكة الإنترنت بنسبة (٦٥%)، وأنهم يستخدمون الإنترنت عندما يكونون مرتاحين نفسياً، وأن أبرز التأثيرات الإيجابية والإشباع المتحققة هي تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

كما أجرى الرشيد (٢٠١٧) دراسة بعنوان: "واقع التربية الإعلامية في المدارس الحكومية بدولة الكويت: دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من المعلمين والمعلمات" هدفت إلى التعرف على واقع التربية الإعلامية ومدى الاعتماد عليها في المدارس الحكومية الكويتية من وجهة نظر المعلمين والمعلمات، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج المسحي، وبالاعتماد على عينة عشوائية قوامها (٩٥٠) من المعلمين والمعلمات بمحافظات دولة الكويت. أظهرت نتائج الدراسة وجود شرح كبير في الارتباط بين المدرسة والمؤسسة الإعلامية، وغياب التربية الإعلامية على مستوى الممارسة الفعلية على أرض الواقع، وأرجعوا السبب إلى صعوبة تطبيقها كمادة دراسية بسبب غياب الكفاءات والكوادر اللازمة لذلك.



وأجرى العسال (٢٠١٦) دراسة بعنوان "معرفة الوالدين بالتربية الإعلامية والرقمية في المجتمع الأردني" هدفت إلى تحديد مدى معرفة الوالدين في المجتمع الأردني بالتربية الإعلامية والرقمية، وقدرتهما على توجيه أبنائهم بخصوص التعامل مع الوسائل الرقمية والإعلامية، ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، وبالاعتماد على عينة عشوائية بلغ عددها (٤٠٠) والد ووالدة في الأردن. أظهرت نتائج الدراسة وجود معرفة متوسط في التربية الإعلامية والتربية الرقمية، ووجود قدرة ضعيفة عند الوالدين على توجيه الأبناء في التعامل مع الوسائل الإعلامية والرقمية، وأن الوالدين في المجتمع الأردني يستهلكان المحتوى الإعلامي ولا ينتجانها، كما أن الحس النقدي لديهما ضعيف.

الدراسات باللغة الإنجليزية

نشرت أفكوم (Ofcom, 2017) هيئة تنظيم البث الإذاعي والتلفزيوني البريطاني دراسة بعنوان "الأطفال والآباء: تقرير حول استخدام وسائل الإعلام والسلوك". ضمن التقرير السنوي) قدمت المنظمة دراسة عن آراء الوالدين حول استخدام أطفالهم لوسائل الإعلام، والطرق التي يسعى لها الوالدان لمراقبة أطفالهم أو الحد من استخدامهم لهذه الوسائل، وتوصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (٣٩%) من الآباء يشعرون بالقلق من الأوقات التي يقضيها أطفالهم على الإنترنت، بينما ما نسبته (٢٩%) من الآباء يشعرون بالقلق من الأوقات التي يقضونها على التلفزيون، و يحتوي التقرير أيضاً دراسة أجريت عبر الإنترنت على (٥٠٠) طفل تتراوح أعمارهم بين (١٢) و(١٥) عاماً والتي بحثت وعي الأطفال واستخدامهم وتصوراتهم لمقدمي المحتوى الإعلامي واهتمامات الأطفال وقدرتهم على اصدار الأحكام بشأن الأخبار، وتوصلت الدراسة إلى أن (٩٠%) من الأطفال يستخدمون YouTube ، حيث (٢٦%) منهم يفضلون فيديوهات الموسيقى، (٢٣%) يفضلون الفيديوهات المضحكة و المقالب، كما بينت الدراسة أن (٤٩%) يستخدمون التابلت للاتصال بالإنترنت، و (٢٦%) يستخدمون الهاتف المحمول.

وأجرى دارامولا (Darmola, 2015) دراسة بعنوان: "الأطفال كمستخدمين للإنترنت ووجهات نظر الآباء والأمهات" هدفت إلى تناول السؤال البحثي الأساسي المتمثل في ماهية ما يفكر فيه الآباء والأمهات بشأن استخدام أطفالهم للإنترنت، وتطرق إلى الاستخدام الحقيقي للإنترنت من قبل الأطفال، حيث يركز غالبية الباحثين بشكل خاص على مخاطر وفرص تتعلق بالاستخدام الفعال والنشط للإنترنت، ولكن تركز عدد قليل من الدراسات التجريبية على دور وتأثير توجيهات أولياء الأمور وإرشاداتهم. أظهرت نتائج الدراسة أن تحديد الدراسات الحديثة لوسائل التدخل الأبوية لتناول التأثير الحقيقي لاستخدام الإنترنت من قبل الأطفال سواء في المنزل أو في المدرسة، وبينت الدراسة اختلاف الوسائل والأساليب للأب والأم، حسب الخلفية التعليمية والعمر،



وأن لمتغيرات طريقة تدخل الآباء والأمهات وسلوكهم عند استخدام الانترنت وخلفتهم التعليمية تأثير كبير على استخدام الأطفال للانترنت في المنزل والمدرسة.

أما نيكين وهان (Nikken & Hann, 2015) فقد أجريا دراسة بعنوان "توجيه الأطفال عند استخدام الإنترنت: المشكلات التي يواجهها الآباء والأمهات عند تدخلهم وتوسطهم والحاجة للدعم الأبوي، هدفت تناول موضوع توجيه أولياء الأمور لأبنائهم عند استخدام الانترنت، ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال استبانته عبر الانترنت تم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها (٧٨٥) من أولياء الأمور الأطفال في هولندا. أظهرت نتائج الدراسة تأثر أولياء الأمور بالآراء السلبية تجاه وسائل الإعلام، ولكن يصبح لديهم آراء ايجابية بخصوص وسائل الإعلام عند وجود الأشقاء الأكبر سناً وعند اشراك الأطفال في ألعاب تعليمية وعند وجود مهارة عالية في التعامل مع وسائل الإتصال، وأظهرت النتائج كذلك عدم شعور أولياء الأمور بالثقة عند انهماك الطفل في القيام بأنشطة عبر استخدام وسائل التواصل الإجتماعي، ولجوء الوالدين إلى المختصين عند شعورهم بعدم امتلاك المقدرة الكافية للتعامل مع وسائل التواصل الإجتماعي، وخاصة مع غياب الأشقاء الأكبر سناً، وكذلك سعي أولياء الأمور للحصول على النصائح والارشادات من العائلة والأصدقاء عند امتلاك الوالدين وجهات نظر سلبية عن تأثيرات وسائل الإتصال.

مفهوم التربية الإعلامية

أصبح الإعلام يركز على قضايا العصر ومشكلاته وكيفية معالجة قضاياها، فقد عرف أبو سمرة (١٩): (٢٠٠٩) الإعلام بأنه: "اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى أو قضية أو فكرة للعلم بها، والإعلام فن وعلم في الوقت نفسه، فهو علم لأنه يستند إلى البحث العلمي، وهو فن لأنه يعبر عن الأفكار في صورة فنية متنوعة". وعرفه عبد الحي (٢٠١١) بأنه: "التعبير الفني المقنن والموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وقيمها وتربيتها وتجاربها وأوضاعها وأهدافها وأخبارها وحل المشكلات المختلفة"، أما ختاتنة وأبو سعد (٢٠١٠: ١٠٥) فعرفا الإعلام بأنه: " نشر للمعلومات والأخبار والأفكار والآراء بين الناس على وجه يعبر عن ميولهم واتجاهاتهم وقيمهم بقصد التأثير".

أما التربية فقد تعددت تعريفاتها، وأحدث التعريفات في معظم الكتب التي تبحث بهذا الموضوع هو ما ذكره الخزاعلة وآخرون (٢٠١١): "التربية عملية التكيف أو التفاعل بين الفرد وبيئته التي يعيش فيها، وعملية التكيف، أو التفاعل هذه تعني التكيف مع البيئة الطبيعية، والبيئة الاجتماعية ومظاهرها، وهي عملية طويلة الأمد، ولا نهاية لها إلا بانتهاء الحياة".

والتربية الإعلامية مفهوم مركب يشمل المعرفة والمهارات والمواقف التي تمكن المواطنين من فهم دور ووظائف وسائل الإعلام، والتقييم النقدي للمعلومات التي توجد في وسائل الإعلام،



واستخراج وتنظيم المعلومات، وتحديد موقع المعلومات وكيفية الوصول إليها، والتواصل الأخلاقي المسؤول عن فهم الإنسان للمعرفة، والقدرة على إنشاء محتوى إعلامي (Grizzle, et al, 2013). وعرفت التربية الإعلامية بأنها: "التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يرد فيه، ويشمل ذلك التحليل النقدي للمواد الإعلامية وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها" (الحمداي، ٢٠١٥)، كما عرفها البدراني (٢٠١٩) بأنها: "التفكير النقدي والمشاركة النقدية وإنتاج الأفكار الجديدة والمعالجات، وهي تشمل ليس فقط تحليل الخبر بإعادة قراءة ونقد التعليم والأفلام التلفزيونية والسينما والصورة وغيرها وان يكون للمواطن حق المشاركة الفعالة في صنع الخبر".

وتعرفها أم الرتم وعواج (٢٠١٩) بأنها: "تنمية مهارات وقدرات النشء على تحليل الرسائل ونقدها وتقويمها بالشكل الذي يمكنه من المشاركة الواعية والهادفة في إنتاج المضامين الإعلامية". ويعرفها نيل (Neill, 2011) بأنها: "القدرة على الوصول إلى جميع وسائل الإعلام القديمة والحديثة، والاستفادة منها على أكمل وجه، واستخدامها بطريقة خلاقة، بالإضافة إلى المقدرة على التفكير النقدي لها، وهي جزء أساسي من استحقاق المواطنين للديمقراطية، ويرى ستربيرغ وويلسون (Strasburger & Wilson, 2004) أن التربية الإعلامية هي: "تمكين الفرد من أن يقرأ ويكتب ويفسر رسائل الإعلام من حوله وينتج معنى، وكيف يتم تنظيمها، وكيف تعدل وتبنى الحقيقة، وكيف تؤثر في حياتنا، وربما تتضمن القدرة على إنتاج الإعلامي".

وسائل التواصل الاجتماعي

أشار الشميلة واللحام وكافي (٢٠١٥) إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي نشأت في أواخر التسعينيات من القرن الماضي، وكان موقع (classmates.com) الذي نشأ عام ١٩٩٥ من الأمثلة عليها، ولكن المواقع التي أنشئت في تلك الفترة أغلقت ولم تتمكن من در الأرباح المادية لمؤسسيها، وبين عامي ١٩٩٩ و ٢٠٠١ نشأت مواقع أخرى ولكنها لم تحقق الانتشار أيضاً، ومع بداية ٢٠٠٥ ظهر موقع ماي سبيس الأمريكي الذي كان من أكثر الشبكات الاجتماعية إنتشاراً في ذلك الوقت، وتوازي موقع الفيسبوك بالانتشار في تلك الفترة ولكن تمكن موقع الفيسبوك في عام ٢٠٠٧ بتطوير الموقع الأمر الذي أدى إلى زيادة عدد مستخدميه. وبين عبد الفتاح (٢٠١٤) أهداف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهي على النحو الآتي:

- استخدامات شخصية محضة، فغالباً ما يستخدم الشخص تلك الشبكات للتواصل مع أصحابه، ونشر الآراء والاهتمامات الخاصة بالشخص.
- استخدامات تجارية للتسويق للبضائع والتواصل مع العملاء.



- استخدامات مهنية شبكية وذلك عن طريق التواصل مع أشخاص آخرين ينتمون لنفس المهنة أو العمل الذي يزواله الشخص.
- استخدامات إعلامية وذلك عن طريق مواقع تهتم بنشرات الأخبار والبرامج الحوارية والثقافية.
- استخدامات ترفيهية ويعتبر من أهم الاستخدامات لوسائل التواصل الاجتماعي

موقع اليوتيوب كأحد وسائل التواصل الاجتماعي

ذكر عبدالهادي (٢٠١٧) أن اليوتيوب هو: عبارة عن موقع متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة الفيديو بشكل مجاني، ويحتوي على فيديوهات يتم إنتاجها من قبل الهواة، ومقاطع تلفزيونية، ومقاطع الأفلام وغيرها، ويسمح للمستخدمين حرية التعبير عن آرائهم ولكنه يضع بعض القيود على عدد من المحتويات كالتي تحتوي على مقاطع إباحية والتي تنتهك الملكية الفكرية للآخرين. ويعتبر اليوتيوب الموقع الأساس لبث الفيديوهات مقارنة مع مواقع بث الفيديو الأخرى، ويتيح اليوتيوب للمتابعين إمكانية التعليق والمشاركة للمقطع. ويرتبط اليوتيوب مع مواقع التواصل الاجتماعي بعلاقة حيوية، فكلما ارتفعت نسبة المشاهدات لمقطع معين كلما كان سبباً لانتشار المقطع عبر الفيسبوك والتويتر. ويحتل موقع اليوتيوب المرتبة الأكثر إيجابية من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة وهي: التويتر، والفيسبوك، وسناب شات، وجاء الانستغرام الأكثر سلبية، وذلك حسب التقرير الذي نشرته الجمعية البريطانية الملكية للصحة عن الآثار السلبية والإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على صحة الشباب والمراهقين.

وأضاف عفيفي (٢٠١٨) أن موقع اليوتيوب تأسس في عام (٢٠٠٥) في ولاية كاليفورنيا الأمريكية من قبل ثلاثة كانوا يعملون في إحدى الشركات، وأن شركة (غوغل) قامت بشراء اليوتيوب عام (٢٠٠٦) والذي أصبح في نفس هذا العام شبكة التواصل الاجتماعي الأولى في العالم.

منهجية الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم البحث في موضوع التربية الإعلامية وماهيتها وطبيعتها وأهدافها، وموقع اليوتيوب كأحد وسائل التواصل الاجتماعي، وتحليل إجابات أفراد العينة من الوالدين على استبانة صممت خصيصاً للتعرف على درجة معرفة الوالدين بالتربية الإعلامية ومستوى مهاراتهم في الوصول إلى ما يشاهده أطفالهم عبر موقع اليوتيوب وتوجيههم.

**مجتمع الدراسة**

تكون مجتمع الدراسة من جميع الأسر في محافظة العاصمة والبالغ عددهم (٩٣٤) ألف أسرة حسب إحصاءات دائرة الإحصاءات العامة لعام (٢٠١٨)، بلغ عدد أفرادها (٤٣٢٧٨٠٠) منهم (٢٣٢٣٥٠٠) من الذكور، و(٢٠٠٤٣٠٠) من الإناث.

عينة الدراسة

تم اختيار عينة عشوائية من الأسر في مناطق عمان الأربعة (شمال عمان –جنوبي عمان- شرق عمان- غرب عمان)، وبواقع (٢٠٠) أسرة، وزعت عليهم أداة الدراسة بهدف التعرف على دور الوالدين في توجيه أطفالهم نحو مشاهدة اليوتيوب في ضوء منظور التربية الإعلامية، وجاءت خصائصهم كما هي موضحة في الجدول (١).

جدول (١): توزيع أفراد العينة حسب خصائصهم الشخصية

النسبة	التكرار	المتغير
٠٠	٠	من ١٨ – ٢٥ سنة
٢٢,٠%	٤٤	من ٢٦ – ٣٠ سنة
١٦,٠%	٣٢	من ٣١ – ٣٥ سنة
٢٣,٠%	٤٦	من ٣٦ – ٤٠ سنة
١٥,٥%	٣١	من ٤١ – ٤٥ سنة
٢٣,٥%	٤٧	من ٤٦ سنة فأكثر
١٠٠%	٢٠٠	المجموع
٥٠%	١٠٠	ذكر
٥٠%	١٠٠	أنثى
١٠٠%	٢٠٠	المجموع
٤,٠%	٨	أقل من الثانوية العامة
١٦,٠%	٣٢	الثانوية العامة
٢٢,٠%	٤٤	دبلوم
٣٦,٥%	٧٣	بكالوريوس
٢١,٥%	٣٤	دراسات عليا
١٠٠%	٢٠٠	المجموع
٥٩,٠%	١١٨	عمان الشرقية
١٠,٠%	٢٠	عمان الغربية
١١,٠%	٢٢	عمان الجنوبية
٢٠,٠%	٤٠	عمان الشمالية
١٠٠%	٢٠٠	المجموع
٩٤,٠%	١٨٨	يعمل



المتغير	التكرار	النسبة
لا يعمل	١٢	٦,٠%
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

كما توضح الجداول التالية إجابة أفراد العينة على أسئلة تتعلق بعدد الأطفال لدى أفراد العينة ووجود إنترنت ونوع الاشتراك، وعدد الأجهزة الذكية المتوفرة، ومدى وجود اشتراك بالقنوات الإعلامية وعدد ساعات التعرض للإنترنت وغيرها.

- عدد الأطفال (١٤ سنة فما دون)

جدول (٢): توزيع أفراد العينة حسب عدد الأطفال (١٤ سنة فما دون)

عدد الأطفال	التكرار	النسبة
طفل واحد	٤٥	٢٣,٦%
طفلان	٧٨	٤٠,٨%
ثلاث أطفال	٤٨	٢٥,١%
أربع أطفال	٢٠	١٠,٥%
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

من خلال الجدول السابق يتضح أن ما نسبته ٢٣,٦% من عينة الدراسة كان لديهم طفل واحد، وما نسبته ٤٠,٨% منهم لديهم طفلان، و ٢٥,١% لديهم ثلاثة أطفال، وما نسبته ١٠,٥% لديهم أربع أطفال.

- وجود إنترنت في المنزل

جدول (٣): توزيع أفراد العينة حسب وجود الإنترنت في المنزل

وجود الإنترنت	التكرار	النسبة
نعم	١٧٦	٨٨,٠%
لا	٢٤	١٢,٠%
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

من خلال الجدول السابق يتضح أن معظم أفراد العينة لديهم إنترنت في المنزل، حيث بلغ عددهم ١٧٦ مشكلين بذلك ما نسبته ٨٨% من العينة، وما نسبته ١٢% لا يمتلكون إنترنت في منزلهم.

- نوع اشتراك الإنترنت

جدول (٤): توزيع أفراد العينة حسب نوع اشتراك الإنترنت في منزلهم

نوع الاشتراك	التكرار	النسبة
اشترك شهري	١١٥	٦٥,٠%
اشترك سنوي	٦١	٣٥%
المجموع	١٧٦	١٠٠%

من خلال الجدول السابق يتضح أن ما نسبته ٦٥% من عينة الدراسة كان اشتراكهم بالإنترنت شهري، وما نسبته ٣٥% اشتراكهم سنوي.



- عدد الأجهزة الذكية المتوفرة في المنزل

جدول (٥): توزيع أفراد العينة حسب عدد الأجهزة الذكية

عدد الأجهزة	التكرار	النسبة
جهاز واحد	٣٥	١٧,٥%
من ٢ - ٥ أجهزة	١٣٠	٦٥,٠%
من ٦ - ١٠ أجهزة	٢٥	١٢,٥%
أكثر من ١٠ أجهزة	١٠	٥,٠%
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

من خلال الجدول السابق يتضح أن معظم أفراد العينة لديهم ما بين ٢ - ٥ أجهزة ذكية في المنزل، حيث

بلغ عددهم ١٣٠ شكلوا ما نسبته ٦٥,٠%.

- هل يوجد إشتراك بقنوات أو شبكات إعلامية على الإنترنت؟

جدول (٦): توزيع أفراد العينة حسب الإشتراك بقنوات أو شبكات إعلامية

الإشتراك بقنوات	التكرار	النسبة
نعم	٥٥	٣١,٠%
لا	١٢١	٦٩,٠%
المجموع	١٧٦	١٠٠%

من خلال الجدول السابق يتضح أن معظم أفراد العينة ليس لديهم إشتراك بقنوات أو شبكات إعلامية، حيث شكلوا

ما نسبته ٦٩% من العينة، في حين أن الذين لديهم إشتراك بقنوات أو شبكات إعلامية شكلوا ما نسبته ٣١%.

- هل راعيت في إشتراكك الإنترنت أو الشبكات الإعلامية خاصية الإنترنت الآمن؟

جدول (٧): توزيع أفراد العينة حسب مراعاة خاصية الإنترنت الآمن

مراعاة خاصية الإنترنت الآمن	التكرار	النسبة
نعم	٢٠	٣٦,٠%
لا	٣٥	٦٤,٠%
المجموع	٥٥	١٠٠%

من خلال الجدول السابق يتضح أن ما نسبته ٦٤% من عينة الدراسة لا يراعون خاصية الإنترنت الآمن عند

إشتراكهم في الإنترنت أو الشبكات الإعلامية، وما نسبته ٣٦% يراعون هذه الخاصية.

- يتابع الطفل قنوات اليوتيوب عبر؟

جدول (٨): توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يتابع بها الطفل اليوتيوب

وسيلة متابعة اليوتيوب	التكرار	النسبة
الهاتف الخليوي	١٩٥	٣٨,٧%
الجهاز اللوحي الثابت	١١٤	٢٢,٦%
كمبيوتر	١٤٠	٢٧,٨%
شاشة التلفاز الذكية	٥٥	١٠,٩%



المجموع	٥٠٤	%١٠٠
---------	-----	------

من خلال الجدول السابق يتضح أن معظم افراد العينة يتابع أطفالهم اليوتيوب عبر الهاتف الخليوي، مشكلين بذلك ما نسبته ٣٨,٧%، يليهم من يستخدمون الكمبيوتر في متابعة اليوتيوب ونسبة ٢٧,٨%، ويليهم مستخدمي الجهاز اللوحي الثابت ونسبة ٢٢,٦%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت شاشة التلفاز الذكية ونسبة ١٠,٩%.

- عدد الساعات التي يقضيها الطفل في متابعة اليوتيوب في اليوم الواحد؟

جدول (٩): توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضيها الطفل في متابعة اليوتيوب في اليوم

عدد الساعات	التكرار	النسبة
أقل من ساعتين	٥٦	%٢٨,٠
من ٢ - ٤ ساعات	١١٤	%٥٧,٠
من ٥ - ٧ ساعات	٢٠	%١٠,٠
أكثر من ٧ ساعات	١٠	%٥,٠
المجموع	٢٠٠	%١٠٠

من خلال الجدول السابق يتضح أن معظم افراد العينة يتعرضون للإنترنت بواقع من ٢ - ٤ ساعات يومياً، حيث بلغ عددهم ١١٤ مشكلين بذلك ما نسبته ٥٧%، يليهم من يقضون أقل من ساعتين يومياً، ونسبة ٢٨%، ويليهم من يقضون من ٥-٧ ساعات يومياً بنسبة ١٠%، ويليهم في المرتبة الأخيرة من يقضون أكثر من ٧ ساعات يومياً بنسبة ٥%.

أداة جمع البيانات

استخدم الباحثان الاستبانة كأداة لجمع المعلومات الأولية وصممت الاستبانة انطلاقاً من أهداف الدراسة وحسب طبيعة المعلومات المراد الحصول عليها وذلك بعد الاطلاع على الأدبيات السابقة والاستبانة المختصة في هذا المجال واستشارة بعض الأساتذة المختصين وتحديد المجالات الرئيسية للاستبانة وتحديد الفقرات التي تندرج تحت كل مجال حيث تكونت الاستبانة من قسمين رئيسيين:

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية للمستجيبين من عينة البحث (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مكان السكن، حالة العمل).

القسم الثاني: وهو عبارة عن بيانات الدراسة الأساسية ويقسم إلى ثلاثة مجالات:

- **المجال الأول:** المعرفة بالتربية الإعلامية، تضمن (١٠) فقرات.
- **المجال الثاني:** مهارة الوالدين في الوصول إلى ما يشاهده الطفل، تضمن (٧) فقرات.
- **المجال الثالث:** دور الوالدين في توجيه أطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب، تضمن (٢٠) فقرة.



وقد تم إعطاء كل فقرة من فقرات أداة الدراسة درجة ليتم معالجتها إحصائياً على النحو التالي:

- كبيرة جداً = ٥
- كبيرة = ٤
- متوسطة = ٣
- قليلة = ٢
- قليلة جداً = ١

وبناء عليه تم اعتماد المقياس التالي للحكم على المتوسطات الحسابية لمستوى التقييم:

أولاً: (أقل من ٢,٣٣) درجة منخفضة.

ثانياً: (من ٢,٣٣ – أقل من ٣,٦٧) درجة متوسطة.

ثالثاً: (من ٣,٦٧ – ٥) درجة مرتفعة.

صدق أداة الدراسة :

تم التحقق من صدق أداة الدراسة من خلال الصدق الظاهري والصدق الداخلي، وكما يلي:

١- الصدق الظاهري (Face Validity)

لأغراض التحقق من الصدق الظاهري، عرضت أداة الدراسة على عدد من المحكمين والخبراء في مجال التربية الإعلامية والصحافة (الملحق رقم ١)، لإبداء رأيهم في فقراتها من حيث صياغتها اللغوية، ومدى انتماء الفقرات لمجالاتها، وصلاحياتها للهدف الذي صممت لأجله، وتم تعديلها حسب توجيهات المحكمين حيث تم تغيير وحذف بعض الفقرات، وإجراء تعديلات على صياغتها اللغوية والعلمية، والخروج بالشكل النهائي لهما (الملحق رقم ٢).

٢- صدق البناء (Validity):

ويقصد بهذا الصدق مدى تعبير فقرات كل من متغيرات الدراسة عن المتغير الذي ينتمي إليه وقد انصب الاهتمام على التأكد من أن كل متغير من متغيرات الدراسة ممثل بشكل دقيق بمجموعة من الفقرات أو العبارات بصورة مناسبة وأن هذه الفقرات تقيس بالفعل هذا المتغير، وتم قياس صدق محتوى الاستبانة من خلال قياس العلاقة بين كل فقرة وبين المحور الذي تنتمي إليه واستبعاد الفقرات التي يكون معامل ارتباطها ضعيفاً بالاعتماد على علاقات الارتباط التي تزيد عن (٩٥%) وتكون دلالتها الإحصائية مهمة عند مستوى $\alpha \geq 0,05$ ، وكما يلي:

جدول (١٠): صدق البناء لمجالات أداة الدراسة

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المجال الأول: المعرفة بالتربية الإعلامية	٠,٨٧	**٠,٠٠٠
المجال الثاني: مهارة الوالدين في الوصول إلى ما يشاهده الطفل	٠,٩٣	**٠,٠٠٠
دور الوالدين في توجيه أطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب	٠,٨٩	**٠,٠٠٠

** دال إحصائياً عند (٠,٠١)



من الجدول السابق يتضح أن معاملات الارتباط لمجالات أداة الدراسة تراوحت ما بين (٠,٨٧) و(٠,٩٣)، وهي دالة إحصائياً عند المستوى (٠,٠١)، وهذا يشير إلى وجود اتساق داخلي قوي. ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم حساب الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا لكل مجال وللمعدل ككل لفقرات الاستبانة، ويبين الجدول (١١) نتائج الثبات:

جدول (١١): ثبات مجالات أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا لكرونباخ (ن=١٧٥)

المجال	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المجال الأول: المعرفة بالتربية الإعلامية	١٠	٠,٨٩١
المجال الثاني: مهارة الوالدين في الوصول إلى ما يشاهده الطفل	٧	٠,٩١٦
دور الوالدين في توجيه أطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب	٢٠	٠,٩٠١
الأبعاد ككل	٣٧	٠,٩٧٢

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معامل كرونباخ ألفا لجميع مجالات أداة الدراسة بلغ (٠,٩٧٢) وهو مؤشر على الثبات، ويعد معامل ثبات أكبر من (٠,٧٠) مقبولاً، كما أن معاملات كرونباخ ألفا لمجالات أداة الدراسة كل على حدة كان مرتفعاً، وهذا ما يشير إلى الثبات.

عرض النتائج

أولاً- النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: (ما درجة معرفة الوالدين الأردنيين بالتربية الإعلامية؟)

للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة من الوالدين الأردنيين حول درجة معرفتهم بالتربية الإعلامية، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (١٢).

جدول (١٢): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة لدرجة معرفتهم بالتربية الإعلامية مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التطبيق
١	٩	أؤمن بأن المعرفة والثقافة بالتعامل مع وسائل الإعلام وفهمها واجب وحق لكل مواطن.	4.28	0.62	مرتفعة
٢	٢	أستطيع فهم ما تقدمه وسائل الإعلام و التمييز بين المفيد والضرار.	4.11	0.89	مرتفعة
٣	٥	يجب تدريس طلبة المدارس والجامعات مواد تتعلق بالإعلام.	4.08	0.79	مرتفعة
٤	١٠	أقوم بإختيار وسيلة الإعلام المناسبة لطفلي	4.04	0.79	مرتفعة
٥	٤	أرى أن لوسائل الإعلام دوراً كبيراً في تسليط الضوء على العديد من القضايا التي تهتم المجتمع.	3.99	0.95	مرتفعة



الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التطبيق
٦	٦	أستطيع تنزيل الفيديوهات الموجودة على اليوتيوب وتخزينها.	3.99	1.08	مرتفعة
٧	٣	لدى المقدرة على استخدام العديد من وسائل التكنولوجيا الحديثة.	3.85	1.03	مرتفعة
٨	٧	أستطيع الدخول إلى سجل البحث ومعرفة وقت وتاريخ مشاهدة مقطع الفيديو .	3.84	1.22	مرتفعة
٩	١	لدي المقدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام الحديثة (الصحافة الرقمية والتطبيقات الذكية مثل اليوتيوب والتويتير).	3.78	1.20	مرتفعة
١٠	٨	أستطيع رفع الفيديوهات على موقع اليوتيوب.	3.35	1.26	متوسطة
مجال المعرفة بالتربية الإعلامية ككل					
			3.93	0.98	مرتفعة

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة لفقرات مجال المعرفة بالتربية الإعلامية تراوحت ما بين (٤,٢٨ - ٣,٣٥)، وجاءت الفقرة رقم (٩) والتي تنص على أنه: (أومن بأن المعرفة والثقافة بالتعامل مع وسائل الإعلام وفهمها واجب وحق لكل مواطن) في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ (٤,٢٨) وبدرجة معرفة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (٨) والتي تنص على أنه: (أستطيع رفع الفيديوهات على موقع اليوتيوب) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٣٥) وبدرجة معرفة متوسطة. كما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أن المتوسط الحسابي لدرجة المعرفة بالتربية الإعلامية ككل بلغ (٣,٩٣)، وبدرجة معرفة مرتفعة، وهذا يشير إلى أن هناك درجة مرتفعة من المعرفة بالتربية الإعلامية لدى الوالدين في الأسر الأردنية في عمان عينة الدراسة.

ثانياً- النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: (ما درجة مهارة الوالدين الأردنيين في الوصول إلى ما يشاهده الطفل؟) للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة من الوالدين الأردنيين حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (١٣).

جدول (١٣): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة لدرجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التطبيق
١	٧	لدي القدرة للدخول إلى الجهاز الخاص بطفلي.	4.26	٠.83	مرتفعة
٢	٢	لدي المهارة الكافية في استخدام الهاتف المحمول (الخلوي)	4.07	٠.72	مرتفعة
٣	٥	لدي القدرة على الوصول إلى المعلومات في المواقع	4.00	٠.84	مرتفعة



الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التطبيق
		الإلكترونية			
٤	١	لدي المهارة الكافية في استخدام جهاز الحاسوب	3.93	0.79	مرتفعة
٥	٤	لدي المهارة الكافية في استخدام الإنترنت.	3.92	٠.83	مرتفعة
٦	٦	لدي المهارة الكافية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	3.92	1.03	مرتفعة
٧	٣	لدي المهارة الكافية في استخدام التلفاز الذكي.	3.81	٠.89	مرتفعة
		مجال المهارة في الوصول إلى ما يشاهده الطفل ككل	٣,٩٩	0.85	مرتفعة

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة ل فقرات مجال المهارة في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تراوحت ما بين (٤,٢٦ - ٣,٨١)، وجاءت الفقرة رقم (٧) والتي تنص على أنه: (لدي القدرة للدخول إلى الجهاز الخاص بطفلي) في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ (٤,٢٦) وبدرجة مهارة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (٧) والتي تنص على أنه: (لدي المهارة الكافية في استخدام التلفاز الذكي) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨١) وبدرجة مهارة متوسطة.

كما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أن المتوسط الحسابي لدرجة المهارة في الوصول إلى ما يشاهده الطفل ككل بلغ (٣,٩٩)، وبدرجة مهارة مرتفعة، وهذا يشير إلى أن هناك درجة مرتفعة من المهارة في الوصول إلى ما يشاهده الطفل لدى الوالدين في الأسر الأردنية في عمان عينة الدراسة.

ثالثاً- النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: (هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة المهارة في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمتغير: (النوع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، ومكان السكن، والعمل)؟)

للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة من الوالدين الأردنيين حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل وفقاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي- المستوى التعليمي- مكان السكن- حالة العمل)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (١٤).

جدول (١٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
النوع الاجتماعي	٤,٠١	٠,٦٦
ذكر	٣,٩٦	٠,٧٢
أنثى	٣,٢٥	٠,١٠
المستوى التعليمي	٣,٧٣	٠,٦٥
أقل من الثانوية العامة	٣,٨٦	٠,٦٩
الثانوية العامة	٤,٠٩	٠,٥٩
دبلوم		
بكالوريوس		



الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير	
٠,٧٧	٤,٢٥	دراسات عليا	منطقة السكن
٠,٧٢	٣,٩٣	عمان الشرقية	
٠,٦٣	٤,٢٥	عمان الغربية	
٠,٦٠	٣,٩٠	عمان الجنوبية	
٠,٦٥	٤,٠٥	عمان الشمالية	
٠,٦٩	٣,٩٩	عامل	حالة العمل
٠,٦٧	٣,٨٩	غير عامل	

من خلال الجدول السابق يتضح وجود فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية التي تشير إلى تقدير أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل، تبعاً لاختلاف النوع الاجتماعي والمستوى التعليمي ومنطقة السكن وحالة العمل.

ولمعرفة فيما إذا كانت الفروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة دالة إحصائياً، تم إجراء اختبار (ت)، (t-test) لمعرفة الفروق في متغيري (النوع الاجتماعي وحالة العمل)، واختبار التباين الثنائي (f-test)، لمعرفة الفروق في متغيري (المستوى التعليمي ومنطقة السكن)، وجاءت النتائج كما يلي:

١- متغير النوع الاجتماعي.

يوضح الجدول (١٥) نتائج اختبار (ت) (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول على ما يشاهده الطفل، تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$)، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (٥%) ومستوى ثقة لا يقل عن (٩٥%).

جدول (١٥): اختبار (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

قيمة (t)	درجات الحرية	فرق المتوسطات	مستوى الدلالة
٠,٥٩٦	١٩٨	٠,٠٥٨	٠,١٥٧

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,١٥٧)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى أن تقديرات الذكور والإناث قد تماثلت تقريباً ولم تتباين حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل.

**٢- متغير المستوى التعليمي.**

يوضح الجدول (١٦) نتائج اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل، تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وذلك عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0,05)$ ، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (٥%) ومستوى ثقة لا يقل عن (٩٥%)

جدول (١٦): اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تعزى لمتغير المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	١١,٠٣	٤	٢,٧٥	٦,٣٣	٠,٠٠٠
داخل المجموعات	٨٤,٨٦	١٩٥	٠,٤٣		
المجموع	٩٥,٩٠	١٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0,05)$ في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمستواهم التعليمي، حيث بلغت مستوى الدلالة $(0,000)$ ، وهي أقل من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى تباين تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل، وقد كانت هذه الفروق تميل لصالح المستوى التعليمي (دراسات عليا)، وهذا يعني أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي لأفراد العينة ارتفعت درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل.

٣- متغير منطقة السكن.

يوضح الجدول (١٧) نتائج اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل، تعزى لمتغير منطقة السكن، وذلك عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0,05)$ ، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (٥%) ومستوى ثقة لا يقل عن (٩٥%)

جدول (١٧): اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تعزى لمتغير منطقة السكن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٢,٠٧	٤	٠,٦٩	١,٤٤	٠,٢٣١
داخل المجموعات	٩٣,٨٢	١٩٥	٠,٤٧		
المجموع	٩٥,٩٠	١٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0,05)$ في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمتغير منطقة السكن، حيث بلغت مستوى الدلالة $(0,231)$ ، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى عدم تباين تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمكان سكنهم.



٤ - متغير حالة العمل.

يوضح الجدول (١٨) نتائج اختبار (ت) (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل، تعزى لمتغير حالة العمل، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$)، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (٥%) ومستوى ثقة لا يقل عن (٩٥%)

جدول (١٨): اختبار (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تعزى لمتغير حالة العمل

قيمة (t)	درجات الحرية	فرق المتوسطات	مستوى الدلالة
٠,٤٨	١٩٨	٠,٠٩٩	٠,٣٤٩

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمتغير حالة العمل، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,٣٤٩)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى أن تقديرات العاملين أو غير العاملين من الوالدين عينة الدراسة قد تماثلت تقريباً ولم تتباين حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل.

رابعاً- النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما درجة متابعة الوالدين الأردنيين في توجيه متابعة الأطفال أثناء مشاهدة اليوتيوب؟

للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة من الوالدين الأردنيين حول درجة متابعة الوالدين في توجيه أطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (١٩).

جدول (١٩): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة لدرجة متابعتهم في توجيه الأطفال أثناء مشاهدة اليوتيوب مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التطبيق
١	٩	أحرص على الإجابة على أسئلة طفلي بما يخص المقاطع التي يتابعها.	3.80	1.08	مرتفعة
٢	٣	أقوم بتوجيه طفلي أثناء استخدام اليوتيوب	3.77	1.03	مرتفعة
٣	١٨	أشجع طفلي على متابعة الفيديوهات التي تزيد من ثقافته الدينية.	3.65	1.17	متوسطة
٤	١٩	أتابع قائمة التشغيل لطفلي على اليوتيوب.	3.65	1.12	متوسطة
٥	١٧	أشجع طفلي على متابعة اليوتيوب للحصول على معرفة جديدة.	3.53	1.12	متوسطة
٦	١٤	أشجع طفلي على الاستفادة من اليوتيوب لتطوير أدائه في المدرسة.	3.49	1.14	متوسطة
٧	٤	أساعد طفلي في عملية البحث عن فيديوهات اليوتيوب.	3.48	1.07	متوسطة
٨	١٦	أشجع طفلي على متابعة اليوتيوب وذلك لتعلم لغة جديدة.	3.29	1.25	متوسطة
٩	١٠	أمنع طفلي من متابعة اليوتيوب كوسيلة عقاب له.	3.24	1.28	متوسطة
١٠	٢	أتحدث مع طفلي باستمرار حول شخصيات اليوتيوب	3.20	1.10	متوسطة



الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التطبيق
١١	١٥	أشجع طفلي على متابعة فيديوهات اليوتيوب للتعرف على ثقافة الشعوب الأخرى.	3.14	1.19	متوسطة
١٢	٧	أقوم بإختيار مقاطع الفيديوهات التي يشاهدها طفلي.	3.09	1.20	متوسطة
١٣	٥	أشجع طفلي على المشاركة في بعض الفيديوهات المفيدة	3.08	1.49	متوسطة
١٤	١	أكون مع طفلي أثناء مشاهدته اليوتيوب	3.04	1.12	متوسطة
١٥	٢٠	أكتفي بحل مشكلات التشغيل والمشكلات التقنية التي يواجهها طفلي.	2.87	1.14	متوسطة
١٦	٨	أعتقد أن طفلي بأيد أمينة عند متابعة اليوتيوب.	2.81	1.09	متوسطة
١٧	١٣	أراقب باستمرار ما يقدمه طفلي على قناة اليوتيوب الخاصة به إن وجدت.	2.79	1.58	متوسطة
١٨	١١	لا أملك الوقت الكافي لمتابعة طفلي أثناء مشاهدته لليوتيوب.	2.76	1.10	متوسطة
١٩	٦	أعلق على بعض الفيديوهات الموجودة على اليوتيوب.	2.39	1.34	متوسطة
٢٠	١٢	أشجع طفلي على أن يملك قناة يوتيوب.	1.83	1.03	منخفضة
		مجال متابعة توجيه الأطفال أثناء مشاهدتهم اليوتيوب ككل	٣,١٤	1.18	متوسطة

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة لفقرات مجال متابعة

توجيه الأطفال أثناء مشاهدتهم اليوتيوب تراوحت ما بين (٣,٨٠ - ١,٨٣)، وجاءت الفقرة رقم (٩) والتي تنص على أنه: (أحرص على الإجابة على أسئلة طفلي بما يخص المقاطع التي يتابعها) في المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٠) وبدرجة متابعة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (١٢) والتي تنص على أنه: (أشجع طفلي على أن يملك قناة يوتيوب) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (١,٨٣) وبدرجة منخفضة.

كما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أن المتوسط الحسابي لدرجة متابعة توجيه الطفل أثناء مشاهدة اليوتيوب ككل بلغ (٣,١٤)، وبدرجة متوسطة، وهذا يشير إلى أن هناك درجة متوسطة من متابعة الوالدين في توجيه أطفالهم أثناء مشاهدتهم لليوتيوب.

خامساً- النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: (هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$) في درجة متابعة الوالدين الأردنيين في توجيه متابعة الأطفال أثناء مشاهدة اليوتيوب تبعاً لمتغير: (النوع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، ومكان السكن، والعمل)؟)

للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة من الوالدين الأردنيين حول درجة متابعتهم لأطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب وفقاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي- المستوى التعليمي- مكان السكن- حالة العمل)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (٢٠).



جدول (٢٠): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
النوع الاجتماعي	ذكر	٣,١٩
	أنثى	٣,١٠
المستوى التعليمي	أقل من الثانوية العامة	٣,٦٦
	الثانوية العامة	٣,٠٢
	دبلوم	٣,٠٣
	بكالوريوس	٣,١٥
	دراسات عليا	٣,٢١
منطقة السكن	عمان الشرقية	٣,١٠
	عمان الغربية	٣,١٣
	عمان الجنوبية	٣,٠٧
	عمان الشمالية	٣,٢٨
حالة العمل	عامل	٣,١٣
	غير عامل	٣,٢٠

من خلال الجدول السابق يتضح وجود فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية التي تشير إلى تقدير أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب، تبعاً لاختلاف النوع الاجتماعي والمستوى التعليمي ومنطقة السكن وحالة العمل.

ولمعرفة فيما إذا كانت الفروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة دالة إحصائياً، تم إجراء اختبار (ت)، (t-test) لمعرفة الفروق في متغيري (النوع الاجتماعي وحالة العمل)، واختبار التباين الثنائي (f-test)، لمعرفة الفروق في متغيري (المستوى التعليمي ومنطقة السكن)، وجاءت النتائج كما يلي:

١- متغير النوع الاجتماعي.

يوضح الجدول (٢١) نتائج اختبار (ت) (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب، تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$)، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (٥%) ومستوى ثقة لا يقل عن (٩٥%).

جدول (٢١): اختبار (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

قيمة (t)	درجات الحرية	فرق المتوسطات	مستوى الدلالة
١,٠٠	١٩٨	٠,٠٠٩٣	٠,٦٨٣

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,٦٨٣)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى أن تقديرات الذكور والإناث قد تماثلت تقريباً ولم تتباين حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدتهم لليوتيوب.

**٢- متغير المستوى التعليمي.**

يوضح الجدول (٢٢) نتائج اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب، تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$)، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (٥%) ومستوى ثقة لا يقل عن (٩٥%)

جدول (٢٢): اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب تعزى لمتغير المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٣,٣٩	٤	٠,٨٤٨	١,٩٩	٠,٠٩٧
داخل المجموعات	٨٢,٥٣	١٩٥	٠,٤٢٥		
المجموع	٨٥,٩٢	١٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,٠٩٧)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى عدم تباين تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب.

٣- متغير منطقة السكن.

يوضح الجدول (٢٣) نتائج اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدتهم لليوتيوب، تعزى لمتغير منطقة السكن، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$)، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (٥%) ومستوى ثقة لا يقل عن (٩٥%)

جدول (٢٣): اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب تعزى لمتغير منطقة السكن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٠,٩٨	٤		٠,٧٥٠	٠,٥٢
داخل المجموعات	٨٤,٩٤	١٩٥			
المجموع	٨٥,٩٣	١٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب تبعاً لمتغير منطقة السكن، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,٥٢)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى عدم تباين تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب تبعاً لمكان سكنهم.

**٤ - متغير حالة العمل.**

يوضح الجدول (٢٤) نتائج اختبار (ت) (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب، تعزى لمتغير حالة العمل، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$)، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (٥%) ومستوى ثقة لا يقل عن (٩٥%)

جدول (٢٤): اختبار (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب تعزى لمتغير حالة العمل

قيمة (t)	درجات الحرية	فرق المتوسطات	مستوى الدلالة
٠,٣٣٤	١٩٧	٠,٠٦٥	٠,٧٨٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0,05$) في تقديرات أفراد العينة حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب تبعاً لمتغير حالة العمل، حيث بلغت مستوى الدلالة (٠,٧٨)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى أن تقديرات العاملين أو غير العاملين من الوالدين عينة الدراسة قد تماثلت تقريباً ولم تتباين حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب.

ملخص النتائج

١- أظهرت النتائج أن هناك درجة مرتفعة من معرفة أفراد العينة من الوالدين الأردنيين في عمان بالتربية الإعلامية، وتفسر هذه النتيجة من القاعدة التي تستند الإيمان بأن المعرفة العامة والثقافة المتعلقة بالتعامل مع وسائل الإعلام بشكل عام ووسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها اليوتيوب، واجبة وحق لكل مواطن. وبأن معظم المتعاملين مع وسائل الإعلام الحديثة قادرون على فهمها والتعامل معها على اعتبار أهميتها الكبيرة في تسليط الضوء على العديد من القضايا التي تهتم المجتمع، والقدرة على التمييز ما بين المفيد والضار منها. وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة العسال (٢٠١٦)، التي بينت نتائجها وجود درجة متوسطة من المعرفة بالتربية الإعلامية والتربية الرقمية عند الوالدين في المجتمع الأردني.

٢- أظهرت النتائج وجود درجة مرتفعة من المهارة في الوصول إلى ما يشاهده الطفل لدى الوالدين في الأسر الأردنية في عمان عينة الدراسة، ويفسر ذلك بقدرة معظم المتعاملين مع الانترنت بشكل عام واليوتيوب على وجه الخصوص بالدخول إلى الجهاز الخاص الذي يستخدمه أطفالهم وامتلاكهم المهارات الكافية في استخدام الهاتف المحمول أو أي جهاز يمكن من خلال استخدام اليوتيوب، بالإضافة إلى القدرة على الوصول إلى المعلومات في المواقع الإلكترونية.



٣- أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة مهارة أفراد العينة من الوالدين الأردنيين عمان في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، أي أن تقديرات الذكور والإناث قد تماثلت تقريباً ولم تتباين.

٤- أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في درجة مهارة أفراد العينة في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمستواهم التعليمي، وكانت هذه الفروق تميل لصالح المستوى التعليمي (دراسات عليا)، وهذا يعني أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي لأفراد العينة ارتفعت درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل.

٥- بينت النتائج كذلك عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة مهارة أفراد العينة في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمتغير منطقة السكن وحالة العمل، وهذا يشير إلى عدم تباين تقديرات أفراد العينة حول درجة مهارتهم في الوصول إلى ما يشاهده الطفل تبعاً لمكان سكنهم أو لحالة العمل لديهم، وقد يكون السبب في ذلك سهولة التعامل مع اليوتيوب فعملية البحث من خلاله لا تتطلب مهارة عالية.

٦- أظهرت النتائج أن هناك درجة متوسطة من متابعة الوالدين في توجيه أطفالهم أثناء مشاهدتهم لليوتيوب، وقد تفسر هذه النتيجة في الدرجة المتوسطة بعدم امتلاك أفراد العينة الوقت الكافي أو المعرفة الكافية بما يقدمه اليوتيوب من خدمات أو خيارات، فعدم امتلاك الوقت الكافي يؤدي إلى أن لا يتواجد الوالدين مع أطفالهم أثناء استخدامهم لليوتيوب، واعتقادهم بأن الطفل بأيدي أمينة، وكذلك عدم مقدرتهم على المراقبة باستمرار لما يقدمه اليوتيوب أو ما يشاهده الطفل عليه.

٧- أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة متابعة أفراد العينة من الوالدين الأردنيين لأطفالهم أثناء مشاهدة اليوتيوب تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، وهذا يشير إلى أن تقديرات الذكور والإناث قد تماثلت تقريباً ولم تتباين حول درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدتهم لليوتيوب. كما بينت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة متابعة الوالدين لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب، وكذلك عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة متابعتهم لأطفالهم وتوجيههم أثناء مشاهدة اليوتيوب تبعاً لمتغير منطقة السكن، وحالة العمل.

ثانياً- التوصيات

بناء على ما تم التوصل إليه من نتائج، توصي الباحثة بما يأتي:

١- العمل على توعية الوالدين بأهمية متابعة ومراقبة وتوجيه أطفالهم عند استخدامهم للتقنيات الحديثة المرتبطة بالإعلام الجديد وفي مقدمتها اليوتيوب، وذلك من خلال عقد الندوات وورش العمل.

٢- ضرورة العمل على تدريس مادة التربية الإعلامية للطلاب في المدارس، واعتمادها كمادة دراسية في المقررات الجامعية.



- ٣- التوعية بأهمية مشاركة الوالدين أبنائهم أثناء المشاهدة، وربط ما يشاهده الأبناء مع حياتهم العملية، ومناقشة البرامج المقدمة من خلال اليوتيوب وبيان السليبي والإيجابي منها.
- ٤- إشاعة ثقافة التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة (الصحافة الرقمية والتطبيقات الذكية مثل اليوتيوب والتويتري) لما لها من أهمية كبيرة في الحصول على المعلومات والبيانات المختلفة.

المراجع

- أبو سمرة، محمد (٢٠٠٩). إستراتيجيات الإعلام التربوي، عمان: الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- أم الرتم، سحر وعواج، سامية. (٢٠١٩). التربية الإعلامية والرقمية ضمن متطلبات التنشئة الاجتماعية. *مجلة العلوم الاجتماعية، الجزائر*، (١٦) ١، ٩٢.
- البدراي، فاضل محمد المرجع. (٢٠١٩). *التربية الإعلامية صناعة فك تشفير الإعلام*، مؤسسة النبأ، دبي، الإمارات العربية المتحدة.
- الحمداني، بشرى (٢٠١٥). *التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية*، عمان: الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع.
- ختاتنة، سامي وأبو سعد، أحمد (٢٠١٠). *علم النفس الإعلامي*، عمان: الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- الخرزاعلة، محمد والشقصي عبدالله و السخني حسين و الشوبكي عساف (٢٠١١) *مبادئ في علم التربية*، عمان: الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق. (٢٠١٦). *نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين* ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الرشيد حمد فالح. (٢٠١٧). *واقع التربية الإعلامية في المدارس الحكومية بدولة الكويت : دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من المعلمين والمعلمات*، *مجلة البحث العلمي في التربية*، جامعة عين شمس، (٧) ١٨.
- الرشيدات، جمانا محمد علي. (٢٠١٧). *تأثير شبكة الإنترنت على المراهقين في الأردن*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- شبيبة، هجيرة. (٢٠١٨). *التربية الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي: دراسة لأدوار الأولياء في استخدام الأبناء للفيديو*، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.
- الشمائل، ماهر عودة واللحام، محمود عزت وكافي، مصطفى يوسف. (٢٠١٥). *تكنولوجيا الإعلام والاتصال*، دار الاعصار العلمي، عمان، الاردن.



عبد الحي، رمزي (٢٠١١). الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، عمان: الأردن، دار الوراق للنشر والتوزيع.

عبدالفتاح، علي. (٢٠١٤). الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

عبدالهادي، زيد (٢٠١٧). إعلام الشباب والبث الوجد، القاهرة: مصر، المكتب العربي للمعارف.

العسال، حسام (٢٠١٦). معرفة الوالدين بالتربية الإعلامية في المجتمع الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الإعلام الأردني، عمان: الأردن.

عفيفي، علاء الدين. (٢٠١٨). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، مدار التعليم الجامعي، الاسكندرية، مصر.

هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردني. (٢٠١٨). التقرير السنوي هيئة تنظيم قطاع الاتصالات، منشور على الانترنت (www.trc.gov.jo)، تاريخ الدخول (٢٠١٩/٦/١).

اليونيسيف. (٢٠١٧). حالة أطفال العالم: الأطفال في عالم رقمي، منشور على الانترنت https://www.unicef.org/publications/files/SOWC_2017_Summary_Ar_Web.p

(df)، تاريخ الدخول (٢٠١٩/٧/٢٥)

Daramola, Dipo. (2015). **Young Children as Internet Users and Parents Perspectives**, unpublished Master thesis, Department of Information, University of Oulu, Kinnula.

Grizzle, A. Moore, P. Dezuanni, M. Asthana, S. Wilson, C. Banda, F. (2013). **Media and Information Literacy Policy & Strategy Guidelines**, UNSCO report.

Neill, O., (2011). **Media Education and the Development of Media Competence**, Dublin Institute of Technology.

Nikken, Peter and Haan, Jos de. (2015). **Guiding young children's internet use at home: Problems that parents experience in their parental mediation and the need for parenting support**, DOI: 10.5817/CP2015-1-3.

Ofcom Research Report. (2017). Children and parents: media use and attitudes report 2017, Retrieved from (<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-parents-2017>).



www.mecsj.com/ar

المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية MECSJ

العدد الثامن والعشرون (أب) ٢٠٢٠

ISSN: 2617-9563

Strasbourg, Victor C & Jone Wilson (2004), **Children, Adolescents & the Media**,
London: Sage Publications.

ثالثاً - مراجع الانترنت:

(<http://www.bbc.co.uk/newsround/47412751>). تاريخ الزيارة ٢٠١٩/٥/١١