

## دور مشاهدة أولياء الأمور لمقاطع الفيديو من خلال تطبيقات الهواتف الذكية في دعم التربية الوالدية

أحمد مغاري\*

Doi: //10.47015/16.3.3

تاريخ قبوله 2019/10/27

تاريخ تسلم البحث 2019/5/8

### The Role of Parents' Watching of Videos through Smart Phone Applications in the Support of Parenting Education

Ahmed Meghari, Al Aqsa University, Palestine.

**Abstract:** The study aimed to identify the role of parents' watching of videos through smart phone applications in supporting parenting education, directed to early-stage children. The study used the descriptive approach, in which the researcher applied a questionnaire to (300) parents in Gaza Strip. The most important results were: (97.7%) of respondents use smart phones; (99.6%) of parents using smartphones use social networking applications; (98.3%) watch videos that support parenting; (65%) watch from three to more than six videos per week. Mothers are more watching than fathers. The applications used are: Facebook (93%), WhatsApp (47%), YouTube (39%). (77.4%) of parents believe that videos provided through these applications are an important source of information on child education. (97%) of parents benefit from it in educating their children. Watching these videos supports parenting education at a high level in all aspects of parenting, as well as in each aspect individually: Cognitive, emotional and behavioral. There are no statistically significant differences between the rating means of parents according to variables of: Sex, age, and educational qualification. There are statistically significant differences according to the variable of the need for knowledge about child rearing.

**(Keywords:** Parenting, Videos, Social Networking, Smart Phone Applications)

ويُعد دور الوالدين في هذه المرحلة مهماً للغاية؛ فهما وسيط التربية الأهم في هذه المرحلة. وإن توافرت جهات أو أشخاص آخرون يلعبون أدواراً ما، فإن ذلك يتم غالباً، من خلال الوالدين؛ إذ يبدأ طفل المرحلة المبكرة في تعلم التعامل مع الآخرين من خلال وجوده في الأسرة مع والديه، ومن ثم يبدأ في تكوين الصداقات مع الأطفال الآخرين الذين يلعب معهم ويميل إلى الالتصاق بهم بصورة دائمة (Al-Kandari, 2013). كما يعد مستوى وعي الوالدين عاملاً أساسياً في أسلوب معاملة الطفل وتنشئته الاجتماعية؛ إذ كلما زاد وعي الوالدين زاد الاهتمام بعملية تربية الأبناء، من خلال تأكيدهم لأهمية الإشباع النفسي والسعادة والانضباط الذاتي للأبناء. أما الوالدان المفتقران إلى الوعي التربوي، فإنهما يهتمان فقط بالمسيرة الاجتماعية أو الطاعة العمياء لأبنائهما، أو يميلان إلى استخدام القسوة والضبط الزائد لسلوكيات أبنائهما (Al-Zoghbi, 2009).

ملخص: هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور مشاهدة أولياء الأمور لمقاطع الفيديو عبر تطبيقات الهواتف الذكية في دعم التربية الوالدية الموجهة لطفل المرحلة المبكرة. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، من خلال تطبيق استبانة على (300) أب وأم في قطاع غزة. ولعل من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن (97.7%) من أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية، وأن (99.6%) من أولياء الأمور الذين يستخدمون الهواتف الذكية يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي. كما أن (98.3%) من أولياء الأمور يشاهدون مقاطع الفيديو التي تدعم التربية الوالدية. وتبين النتائج أن (65%) من أولياء الأمور يشاهدون من ثلاثة مقاطع إلى أكثر من ستة أسبوعياً، وأن الأمهات أكثر مشاهدة من الآباء. كما أن أكثر التطبيقات المستخدمة، هي: الفيسبوك بنسبة (93%)، فالواتساب بنسبة (47%)، ثم اليوتيوب بنسبة (39%). ويعتقد (77.4%) من أولياء الأمور أن المقاطع المقدمة من خلال تلك التطبيقات تشكل مصدرًا مهمًا للمعلومات حول تربية الطفل. ويرى (97%) من الآباء أنهم يستفيدون من تلك المقاطع في تربية أطفالهم، وأن مشاهدة تلك المقاطع تدعم التربية الوالدية بمستوى عالٍ، في جميع جوانبها: المعرفي والعاطفي والسلوكي وفي كل جانب منها على حدة. وكشفت النتائج عدم وجود فروق بين متوسطات التقديرات تبعاً لمتغيرات: الجنس، العمر، والمؤهل العلمي، فيما ظهرت فروق تبعاً لمتغير الحاجة إلى المعرفة حول تربية الطفل.

(الكلمات المفتاحية: التربية الوالدية، مقاطع الفيديو، تطبيقات التواصل الاجتماعي، الهاتف الذكي)

**مقدمة:** تمثل الطفولة المرحلة الأولى في حياة الإنسان، وفيها يتم بناء شخصيته عن طريق غرس القيم وتوجيه السلوك السليم. ويحتاج الطفل في هذه المرحلة إلى رعاية الآخرين واهتمامهم؛ لعدم قدرته على الاعتماد على نفسه. وتعد الطفولة المرحلة الأساسية التي تؤسس لمناحي شخصيته المختلفة طيلة مراحل عمره (Ldera, 2017). وتتميز هذه المرحلة بمميزات عامة، منها: سرعة النمو - وإن كانت أقل من سرعته في المرحلة السابقة، والاتزان الفسيولوجي، والتحكم في عملية الإخراج، وزيادة الميل إلى الحركة والمشاهدة، ومحاولة التعرف على البيئة المحيطة، والنمو السريع في اكتساب اللغة وتوظيفها، ونمو ما اكتسب من مهارات، واكتساب مهارات جديدة، وبداية التمييز الجنسي، وبزوغ الطلعة الجنسية، والتوحد مع نماذج الوالدين، وتكوين المفاهيم الاجتماعية، وبزوغ الأنا الأعلى، والتفرقة بين الصواب والخطأ والخير والشر، وتكوين الضمير، وبداية نمو الذات، وازدياد وضوح الفروق في الشخصية حتى تصبح واضحة المعالم في نهاية هذه المرحلة (Zahrán, 2005).

\* جامعة الأقصى، فلسطين.

© حقوق الطبع محفوظة لجامعة اليرموك، إربد، الأردن.

ومقاطع الفيديو المقدمة من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي هي رسائل مرئية ومسموعة، تتكون من الصورة والصوت؛ تهدف إلى تقديم رسالة محددة تتضمن فكرة أو مجموعة أفكار، لتحقيق هدف محدد. وقد تكون الصورة ثابتة أو متحركة، ويتم تقديمها من خلال إجراءات فنية وتكنولوجية، تصنعها معدات وأجهزة إنتاج الصورة المتحركة والثابتة ومعالجتها بطرق فنية وإبداعية، تحدد مدى جودتها وقيمتها الفنية والموضوعية، بجانب الصوت الذي يجمع بين الصوت البشري والموسيقى التصويرية والمؤثرات الصوتية. ويتم تقديم العنصرين بطريقة إبداعية من أجل تحقيق الهدف المحدد.

وتلزم عملية إنتاج مقاطع الفيديو إمكانات بشرية، وتكنولوجية، ومكانية، ومالية، وتخطيطية. ويتكون فريق الإنتاج من: المعد و كاتب النص والمصور والمونتير والمخرج والمقدم، وغيرهم. هذا بالإضافة إلى الأجهزة والمعدات الخاصة بالتصوير والمونتاج والإضاءة والصوت، وأماكن الإنتاج والتسجيل والتقديم: ستوديو أو مكان خارجي وغرفة التجهيز والإنتاج النهائي. هذا إلى جانب الإمكانيات المالية التي تتعلق بشراء الأجهزة أو استئجارها، والأماكن إن لزم الأمر، والأجور، وبعض الإمكانيات الفنية والصيانة وغير ذلك. وقبل ذلك، تأتي عملية الإعداد والتخطيط لرسالة مقطع الفيديو، ومراعاة مقومات الجمهور المستهدف وخصائصه، وتحديد الفكرة وطريقة التقديم وشكله ( Ibrahim & Abdul Aziz, 2017). ومن الناحية التربوية؛ لا بد من أن يتصف مقطع الفيديو بإثارة الدافعية للمتلقي، وجذب انتباهه، من خلال الكثير من الصفات والملامح الفنية التي تناسب المتلقي.

لقد أدى التقدم التكنولوجي في ميدان الفيديو والحاسوب إلى العناية المتزايدة باستخدامها كأداة تعليمية ووسيلة للاتصال والتربية؛ مما أدى إلى عناية المربين والباحثين بدراسة الإمكانيات التعليمية وأسس استخدامها لتحقيق الأهداف التعليمية. فنحن نعيش الآن عصر التكنولوجيا العلمية التي لا تقبل العفوية أو الجهالة، الأمر الذي يُحتم علينا استثمار كل ما في الكون من حولنا بعقول متفتحة تغذيها المعرفة (Al-Tamimi et al., 2016).

ويمكن أن تستخدم مقاطع الفيديو وتطبيقات التواصل الاجتماعي في دعم التربية الوالدية، وهذا ما بينته دراسات عدة: ( Bakar, & Bakar, 2019; Yuanita, Jenny, Purwanti ) & Feliza, 2019; Ferraro, oehme, Bruker, Arpan & Opel, 2018; Hawala, Abu Amer & Mobarez, 2017; Dworkin, Connell, & Doti, 2013; Baker et al., 2017).

ولا شك في أن وسائل الإعلام تشكل سبلاً مهمة في تشكيل وعي الجماهير. وتفرض عملية التواصل مع مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاته والاتصال المباشر عبر الإنترنت، ومن خلال الهواتف الذكية، ظاهرة بارزة على المشهد الاتصالي في الوقت الراهن. وتؤكد الإحصائيات أن نسب استخدام الأجهزة في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي في قطاع غزة هي كما يلي: الهواتف الذكية (73%)، الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر (23%)، وأجهزة الكمبيوتر فقط (4%) (Palestinian Social and Digital Communication Report, 2017).

والهاتف الذكي من فئات الهاتف النقال الحديثة، وفيه يستخدم نظام تشغيل متطور من أنظمة متعددة تسمح بالاتصال بالإنترنت، ويستطيع استخدامه من خلاله متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، والاستمتاع بالمقاطع الصوتية والفيديوهات وتحميلها، والتفاعل مع الألعاب، وتصفح البريد الإلكتروني، والاستخدامات المكتبية والمشتريات الإلكترونية، وغيرها من التطبيقات التي يمكن تحميلها (Rasan, 2016). وقد يكون السبب في زيادة استخدام الهواتف الذكية في السنوات الأخيرة مقارنة بأجهزة الحاسب أن الهواتف الذكية تمكن مستخدميها من التواصل المستمر مع المجتمع ومعرفة الأخبار والمعلومات في أثناء التنقل. ويمكن القول إن الهواتف الذكية أصبحت أداة الإنترنت الأولى، وهي تشهد طلباً متزايداً لما توفره من إمكانية اتصال دائم بشبكة الإنترنت، ويعزز انتشارها ما توفره من خدمات وتطبيقات ومحتوى يعالج الاحتياجات التي ظهرت في الآونة الأخيرة. وإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي، توجد تطبيقات للتواصل الاجتماعي من خلال الهواتف المحمولة الذكية التي توفر خدمة الإنترنت، مثل برامج (Whatsapp, Skype, KaKaoTalkkik, pMessenger, BlackBerry) التي لا يقتضي استخدامها الجلوس أمام الحاسوب، بل أصبحت متاحة لجميع شرائح المجتمع في أي مكان أو زمان، طالما يمتلك الشخص هاتفاً ذكياً واشتراكاً في الإنترنت (Al-laabown, 2018).

وتستخدم معظم المواقع والتطبيقات مقاطع الفيديو، التي تعد في وقتنا الراهن شكلاً مهماً وشائعاً ومنتشراً، ويلقى إقبالاً كبيراً من الجمهور المتلقي؛ إذ إنها أقرب رسالة إعلامية للاتصال بالمتلقي، كونها تجمع بين الصورة ذات الأبعاد المختلفة والحركة والألوان والأصوات. ويمكن أن يستقبلها المتلقي بتركيز وإدراك وذاكرة أقوى؛ لأن المتلقي يستخدم حاستين في الاستقبال: السمع والبصر؛ مما يزيد من درجة التأثير. كما أن تدفق المواد المسموعة والمرئية بشكل مضغوط من خلال الإنترنت يمكن المتلقي من تشغيل مقاطع الفيديو فور الوصول إليها دون الحاجة إلى حفظها في الجهاز واستهلاك وقت طويل. وبإمكان المستخدم أن يوقف التشغيل أو يعيده مرة أخرى، أو يسرع، تماماً مثلما بإمكانه أن يفعل والمقطع مخزن في الجهاز نفسه.

وتزداد أهمية مقاطع الفيديو في ضوء نقص تعرض الآباء لبرامج مؤسسية حول تربية الطفل، وأحياناً عدم التعرض لها، نظراً لقلة فرص توافرها، أو عدم الوعي بأهميتها.

وكذلك فإن هناك أسباباً تدفع إلى إقبال الآباء على التعرض لمقاطع الفيديو، منها أن طبيعة إنتاج مقاطع الفيديو تسمح بتقديم الرسالة باختصار في زمن قصير؛ مما قد يؤدي إلى إتاحة فرصة كبيرة لتلقي الرسالة كاملة، والتعرض لمقاطع متنوعة، خاصة في ظل انشغال الآباء بأداء مهامهم المختلفة، إضافة إلى سهولة التعرض لتلك الرسائل التي لا تتطلب مهارات تكنولوجية صعبة، ولا تتطلب جهداً في عملية التعرض، مثل قراءة المطبوعات. كما أن عملية التعرض لتطبيقات الهواتف الذكية ومقاطع الفيديو المقدمة من خلالها لا تتطلب نفقات مالية.

وعند استخدام مقاطع الفيديو لدعم التربية الوالدية لديهم، فإن على الآباء تحديد ما يهتمون به من موضوعات، ومحاولة التأكد من مصداقية مضمون تلك المقاطع من خلال التعامل مع مصادر موثوق بها. وقد بينت دراسة عامر (2010, Amer) أن الآباء يريدون التأكد من مدى مصداقية ما يتعرفون عليه من خلال الإنترنت فيما يخص الدعم الأبوي، إضافة إلى تكرار التعرض لترسيخ ما يقدم في تلك المقاطع والتطبيق العملي المباشر ما أمكن (Des, 2018: 71).

ويلمس الباحث -بوصفه أباً- اهتماماً ملحوظاً من العديد من الآباء والأمهات -من مستويات ثقافية ومادية وعمرية مختلفة- بمشاهدة مقاطع الفيديو التي تتناول دعم التربية الوالدية، وتناقها فيما بينهم.

وعليه، تحاول الدراسة الحالية الكشف عن طبيعة تعرض أولياء الأمور لمقاطع الفيديو التي تتناول التوعية حول تربية الطفل، وذلك من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي الخاصة بالهواتف الذكية.

وقد أجريت عدة دراسات ذات صلة باستفادة أولياء الأمور من الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في مجال التربية الوالدية. فكانت دراسة سركادي، وبرمبرج (Sarkadi & Bremberg, 2005) التي هدفت إلى التعرف على الدعم الذي يحصل عليه الآباء من خلال الإنترنت بشأن تربيتهم لأبنائهم. وقد طبقت الدراسة على (2221) من الآباء والأمهات الذين يستخدمون أكبر موقع للأبوة والأمومة في السويد وتبين أن نحو (95%) من المستجوبين كانوا من الإناث، ومتوسط أعمارهم (30.6) سنة، والمستوى التعليمي لهم عامة متدن. وبينت النتائج أن وجود الأم مع أبنائها دون الزوج، وانخفاض مستوى التعليم كان لهما دور في زيادة الاعتماد على الموقع في التزود بالمعلومات حول تربية الأطفال، كما وضح أن مشورة الآباء أكثر قيمة من مشورة الخبراء.

ويمكن أن تتسع مقاطع الفيديو لتقديم الدعم للتربية الوالدية من خلال إكساب المعلومات، والتدريب على السلوكيات، وتنمية التعليم الوالدي من خلال تعليم المعارف، والتوعية بخصائص الطفولة والرعاية الوالدية في مختلف المجالات، والوعي بالمخاطر التي تواجه الأسرة، وحقوق الطفل، والتخطيط الأسري. وكذلك التدريب الوالدي على أساليب التعامل مع الأبناء، وآليات المعاملة الوالدية وأساليبها والرعاية الوالدية للطفولة. هذا بالإضافة إلى الدعم الوالدي من خلال الدعم النفسي، والعلاقات الأسرية، والرعاية، والخدمات، ودعم الأسر التي فيها أفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة. وتتسع أيضاً مقاطع الفيديو للتدخل الوالدي من خلال الإرشاد النفسي والتربوي، وإدارة الغضب، والتعديل السلوكي للأطفال، وحل النزاعات الأسرية (Doha International, 2018, Family Institute).

وقد بينت عدة دراسات أن الآباء يمكن أن يستفيدوا من تطبيقات التواصل الاجتماعي وما تقدمه من محتويات - ومنها مقاطع الفيديو - في دعم التربية الوالدية (Faraj, 2019; Ferraro, et al., 2018; Baker, et al., 2017; Ahmed, 2009; Dworkin et al., 2013).

ولمقاطع الفيديو دور جوهري في عملية دعم التربية الوالدية؛ إذ يمكن تقديمها من خلال أشكال وقوالب تتناسب مع الموضوعات والأهداف والرسائل المراد تقديمها للمتلقي، سواء كانت حديثاً مباشراً درامياً أو حواراً رسوماً متحركة، أو غير ذلك. ولكل شكل ميزاته ومناسبه لموضوعات معينة، مما يزيد من الجاذبية للمتلقي. وبصورة عامة، فإن الأشكال الإلكترونية عبر الإنترنت، التي تقدم الدعم الاجتماعي للآباء، لديها القدرة على تلبية احتياجات الآباء لمزيد من الدعم الاجتماعي. وبصورة عامة، تعد تطبيقات الهواتف الذكية أسرع وسيلة حديثة لنقل المعلومات والحصول عليها. لذا فإن نشر مقاطع الفيديو بسهولة وسرعة فائقة ساعد على الانتشار والتوزيع على المهتمين، وتعرضت نسبة كبيرة من الآباء للمضامين والرسائل التي تحملها تلك المقاطع. وبذلك أضحت مقاطع الفيديو وسيلة تلائم الموضوعات والقضايا المتجددة والأنية التي تتعلق بتربية الطفل ودور الآباء تجاهها. ونظراً لأن مقطع الفيديو يمكن أن ينتج بأقل الإمكانيات الفنية، تتاح الفرصة لبعض الآباء المتخصصين لتقديم خبراتهم وتجاربهم ووجهات نظرهم بسهولة واختصار. ويمكن أن تتضاعف عمليات التأثير لتلك المقاطع؛ نظراً لإمكانية التعرض لها مرات عدة، وبالتالي تنامي نسبة التركيز والاستيعاب لمضامينها. هذا بالإضافة إلى إمكانية تخزينها ليحتفظ المتلقي بها، لأجل التعرض لها لاحقاً، بهدف القدرة على التركيز والاستيعاب الأفضل (Al-Khathami, 2016). هذا إضافة إلى إمكانية مشاركتها، والتفاعل مع أشخاص عدة، وتبادل وجهات النظر، سواء مع المتخصصين، أو مع الآباء والأمهات من أصحاب الخبرات.

الطفل تحتل المركز الثاني من ضمن خمسة مجالات معيشية تتأثر فيها الزوجة بالإنترنت بشكل إيجابي، فضلاً عن وجود فروق بين استجابات الزوجات حول رعاية الطفل لمتغيرات الدراسة، تبعاً للمستوى التعليمي لصالح المستوى التعليمي المرتفع مقابل المنخفض والمتوسط، وكذلك لصالح المستوى المتوسط مقابل المستوى المنخفض، وتبعاً لعمل الزوجة، لصالح الزوجة العاملة.

وهدف دراسة عامر (Amer, 2010) إلى تقصي دور وسائل الإعلام في تمكين الأسرة العربية من مسؤولياتها الاجتماعية والتربوية والثقافية، وذلك من خلال استعراض الاستراتيجيات العامة لمجلة "البيت" الليبية، واعتمدت الدراسة أسلوب المسح المكتبي. وقد بينت النتائج أن المجلة تزيل الفوارق النوعية بين الأب والأم، وتتجاوز الخطاب التقليدي الذي يتوجه إلى المرأة فقط باعتبارها ربة البيت، ليمتد إلى الاهتمام بمعمليات الرعاية الاجتماعية بكل جوانبها. وقد أوصت الدراسة بتشكيل فريق عربي موحد لوضع استراتيجية عامة للإعلام العربي لتمكين الأسرة من أداء أدوارها والنهوض بمسؤولياتها.

أما دراسة دوركين وآخرين (Dworkin et al., 2013)، فقد هدفت إلى الكشف عن استخدامات الآباء للإنترنت، من خلال تحليل الأبحاث التي أجريت على استخدام الآباء للإنترنت في الحياة اليومية، وقام الباحثون بتحليل نحو (27) دراسة دارت حول استخدام الآباء للإنترنت. وقدمت الدراسة تلخيصاً لمحتوى الدراسات في ثلاثة موضوعات: ما يفعله الآباء من خلال الإنترنت، والدعم الاجتماعي لهم عبر الإنترنت، والفجوة الرقمية. وتوصلت الدراسة إلى نتائج متعددة، من أهمها: أن الآباء يستخدمون الإنترنت من أجل الوصول إلى معلومات حول الأبوة والدعم الاجتماعي، وأنهم كانوا راضين عن المعلومات التي يجدونها، وأن لديهم رغبة كبيرة في تعلم البحث من خلال الإنترنت والتأكد من مصداقية ما يتعرفون عليه. فيما كان لديهم قدر من التردد في الثقة بما يستقونه عبر الإنترنت.

وقدمت جبالي (Jabali, 2014) دراسة هدفت إلى التعرف على مستوى وعي أرباب الأسر الأردنية بحقوق الطفل الأردني. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت على عينة تكونت من (200) أسرة في محافظة عجلون. وقد بينت نتائج الدراسة أن وعي أرباب الأسر جاء ضمن المستوى المتوسط، وكانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي حسب الجنس لصالح الآباء الذكور، فيما لم تكن هناك فروق في مستوى الوعي بحقوق الطفل تبعاً لمتغير الوسيلة الإعلامية (تلفاز، راديو).

كما أجرى بيكر-سايبين وآخرون (Baker-Sabine et al., 2017) دراسة هدفت إلى الكشف عن استخدام الآباء للإنترنت للتزود بالمعلومات التي تدعم الأبوة والأمومة من خلال الإنترنت. وقد طبقت الدراسة على مجموعة من الآباء الأستراليين قوامها (459) فرداً ممن لديهم أطفال في سن ما بين (2-12) سنة. وبينت النتائج أن الإنترنت يوفر فرصة كبيرة لدعم الأبوة والأمومة

وأعد الحلاق (Al-Halaq, 2007) دراسة للتعرف على تأثير البرامج التليفزيونية في عملية التنشئة الاجتماعية. وطبقت الدراسة على عينة من أولياء الأمور. ورأى نحو (74%) من الآباء أن التليفزيون مصدر مساعد لهم في عملية التنشئة الاجتماعية، فيما رأى (11%) أن الكتب كانت مساعدة لهم، ورأى (12%) أن الندوات جهة مساعدة لهم. وأكد نحو (61%) أن التليفزيون يوعي الأهل ويوجههم نحو أصول التربية السليمة، فيما رأى نحو (33%) أن للتليفزيون دوراً مهماً في التعريف بحقوق الطفل والدفاع عنه. ورأى الآباء أن المواضيع التي يتابعونها في البرامج المتعلقة بالتنشئة الاجتماعية تتركز في: الإرشادات الصحية (78%)، والبرامج المتعلقة بالتعليم والتحصيل (65%)، والتغذية والطعام الصحي (54%)، والصحة النفسية والسلوك الاجتماعي (45%). كما أكد (38%) من الآباء أنهم يطبقون النصائح والمعلومات التي يحصلون عليها من التليفزيون في تربية أطفالهم. كما رأى نحو (84%) أنهم يستفيدون من التليفزيون في تربية أبنائهم، وخاصة ما يتعلق بتوفير عناء البحث عن مصادر أخرى، والتزود بمعلومات جديدة عن تربية الطفل، وتصحيح بعض معلوماتهم الخاطئة عن تربية الطفل والتعرف على سلوكيات إيجابية.

وأجرى لارس وكريستيان (Lars & Kristian, 2009) دراسة هدفت إلى الكشف عن كيفية استخدام الآباء للإنترنت من أجل العثور على المعلومات التي تدعمهم فيما يتعلق بتربية الأطفال والصحة والحياة الأسرية، ومعرفة كيف يستخدم المهنيون الإنترنت من أجل دعم الآباء بالمعلومات التي يحتاجونها. وأجرى الباحثان مراجعة للأدبيات من خلال تحليل أربع وتسعين دراسة تم اختيارها من خمسة قواعد بيانات. وكشفت النتائج أن غالبية الآباء يبحثون عن المعلومات والدعم الاجتماعي على شبكة الإنترنت، وأن هناك فوارق تبعاً للنوع والسن والمستوى الاجتماعي. فالأمهات أكثر من الآباء اهتماماً بالمعلومات، وكذلك فإن الأمهات في سن (30-35) سنة أكثر اهتماماً بالمعلومات من الفئات العمرية الأخرى.

كذلك فإن دراسة جاد (Jad, 2009) هدفت إلى التعرف على كيفية تقديم توعية والدية متكاملة من خلال قناة "الأسرة والطفل"، كما هدفت إلى التعرف على دور التليفزيون في معالجة قضايا الأسرة والطفل. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وأجرت تحليل مضمون لأربعة برامج، قدمت من خلال (273) حلقة. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر القضايا شيوعاً في البرامج: القضايا الصحية بنسبة (66.7%)، ثم التعليمية والتربوية بنسبة (10.9%)، تليها الاجتماعية بنسبة (5.6%)، ثم النفسية بنسبة (4.9%)، ثم السياسية بنسبة (4.3%)، ثم الدينية بنسبة (3.9%)، وأخيراً الاقتصادية بنسبة (3.7%).

كما هدفت دراسة أحمد (Ahmed, 2009) إلى معرفة أثر استخدام الزوجة للإنترنت على إدارتها لمجالات الحياة المعيشية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت باستخدام استبانة على عينة قوامها (193) من الزوجات. وبينت الدراسة أن رعاية

الآباء. وتركز الأشرطة على قضايا مختلفة، من أهمها الأثر العاطفي والأثر القانوني للطلاق، والحد من الصراع، والمهارات والاستراتيجيات لتعاون الوالدين من أجل أبنائهما، والتحويلات العائلية، والرعاية الذاتية. الفيديو الأول - ويقدمه أستاذة متخصصون - يركز على فوائد التعاون بين الآباء المطلقين وتقديم المشورة لهم، والتفاعل والتعاون الإيجابي بين الأطفال وأبائهم. ومناقشة أبرز الأبحاث ذات الصلة. أما الفيديو الثاني فيتناول تقديم تجارب أبناء آباء مطلقين عندما كانوا صغاراً. وفي الفيديو الثالث: "الحقيقة حول الطلاق"، يعرض الأزواج آراءهم حول النتائج العاطفية السلبية للطلاق. ويتناول الفيديو الرابع التحدث إلى الأطفال حول الطلاق، وفيه يتناقش الآباء مع أطفالهم حول التأثير العاطفي للطلاق. ويدور الفيديو الخامس حول عملية تحدث الأبناء مع الآباء والتفكير في أمثلة للتفاعل السلبي والإيجابي للوالدين مع الأبناء، وحث الآباء على التفكير في سلوكهم. وبينت النتائج بعد تقييم مواقف الآباء في الاختبارين القبلي والبعدي أن (92.6%) من المشاركين أكدوا أن التعرض للفيديوهات أدى لتغيير إيجابي في السلوكيات الوالدية. كما تحسنت العلاقات بين المشاركين وزوجاتهم وأزواجهن السابقين.

وأجرت فرج (Faraj, 2019) دراسة هدفت إلى الكشف عن اتجاهات المرأة الفلسطينية نحو متابعة الصفحات النسائية على شبكات التواصل الاجتماعي. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي. وطبقت على عينة من جمهور النساء الفلسطينيات قوامها (500) امرأة. وبينت النتائج أن نحو (97%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وأن (72%) يستخدمونها منذ أربع سنوات فأكثر، وحوالي (45%) يستخدمونها يومياً ثلاث ساعات فأكثر، وحوالي (75%) يستخدمون الفيس بوك واليوتيوب. وفضل حوالي (50%) من العينة متابعة موضوعات الأسرة والطفل. كما استحوذ "الإلمام بالمعلومات التي تفيد في تربية الطفل" على حوالي (40%) كدافع لمتابعة الصفحات النسائية. كما بينت النتائج أن الاستفادة من كيفية تربية الأطفال والتعامل معهم كانت بنسبة (61%)، والتعرف على أساليب جديدة في تربية الأطفال والتعامل معهم بنسبة (64%). كما بينت الدراسة وجود فروق في الاستفادة من كيفية تربية الأطفال تبعاً لمتغير العمر، ولمتغير المؤهل العلمي، لصالح الأعلى في المتغيرين.

وأجرت يوانيتا وآخرون (Yuanita, et al., 2019) دراسة هدفت إلى التعرف على مدى تفضيل الأمهات الشابات في إندونيسيا لوسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر للمعلومات عن الوالدية. وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وطبقت على عينة تكونت من (443) من الأمهات اللاتي ولدن خلال الفترة 1980-2000 م. وبينت النتائج أن أهم استخدامات الأمهات للإنترنت كانت: لاكتساب المعلومات (82.2%)، للترفيه (75.7%)، والتواصل الاجتماعي (72.7%). كما أن الأمهات يكتسبن معلوماتهن عن الوالدية من: الإنترنت (93.70%)، والأسرة (56.30%)، والندوات

لمجموعة واسعة من الآباء. وأن (65%) من الآباء يستخدمون المواقع المتخصصة في دعم الآباء والأمهات، فيما كان (45%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لهذا الشأن. كما كان استخدام الآباء الذين لديهم أبناء أصغر سناً لمواقع دعم الأبوّة والأمومة أكثر من استخدام الآباء الذين لديهم أطفال أكبر سناً. كذلك كان الاستخدام أكبر لمواقع التواصل الاجتماعي في دعم الأبوّة والأمومة بالنسبة للآباء الذين لديهم أبناء أصغر، وبالنسبة للآباء الأصغر سناً، والأمهات أيضاً، ومن يقضي ساعات أكثر استخداماً للإنترنت. وكذلك كان اعتماد الآباء ذوي التعرض للمخاطرة العالية على مصادر المعلومات من خلال مواقع الإنترنت أكثر من اعتماد الآباء الأقل عرضة للمخاطر. أما بالنسبة للخلفيات الاجتماعية للآباء، فلم يكن لها أثر جوهري في الفروق بين استجابات الآباء.

وقامت حوالة وآخرون (Hawala et al., 2017) بالبحث في كيفية تطوير برامج التربية الوالدية الرقمية في المجتمع العربي من خلال الاستفادة من خبرات بعض الدول. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاطلاع على الأدب التربوي والدراسات السابقة والبرامج الوالدية الرقمية في خبرة بعض الدول، منها: الولايات المتحدة الأمريكية، والمملكة المتحدة. وبينت الدراسة أن البرامج في الولايات المتحدة الأمريكية اتصفت بالتنوع والواقعية، وقدمت من خلال التعليم التفاعلي، وتعدّ استجابة للتحديات التي تواجه الوالدين في تربية أبنائهم في عصر وسائل الإعلام الرقمية. وفي المملكة المتحدة، اتضح أن البرامج تتحمل مسؤولية كبيرة في توعية الآباء، كما اتصف محتواها بالتنوع والواقعية، والتركيز على أهمية النقاش والحوار مع الطفل، وألزمّت الأسرة بحضور برامج التربية الوالدية كنوع من التدخل المبكر والوقائي؛ لتجنب الأبناء المشكلات قبل وقوعها. واتضح من تجربة الدولتين: أن هناك اهتماماً واضحاً بالوالدية الرقمية الإيجابية من خلال تلبية احتياجات الوالدين في التعامل مع وسائل الإعلام الرقمية وشبكة الإنترنت. كما تبين أن تقديم برامج التربية الوالدية الرقمية يتم من خلال الموقع الإلكتروني للمؤسسة على شبكة الإنترنت، تليها البرامج على الإنترنت، ثم المواد المكتوبة وورش العمل، وبرامج الهواتف الذكية. ويتم التخطيط لتلك البرامج من خلال التعرف على احتياجات الآباء، وموظفي مؤسسات التربية الوالدية والعاملين فيها. تلك البرامج تهتم بالجانب الوقائي بدلاً من العلاج، وتنوعت موارد برامج الوالدية الرقمية، واعتمدت على التعلم الذاتي.

وقام فيرارو وآخرون (Ferraro et al., 2018) بدراسة هدفت إلى توعية الآباء المطلقين حول الطلاق وآثاره على الآباء وأبنائهم. اعتمدت الدراسة المنهج التجريبي من خلال تعريف (218) من الآباء الذين تزوجوا لمرة واحدة فقط، ولدى كل منهم طفل قاصر واحد على الأقل، تم اختيارهم من (37) ولاية أمريكية، منهم (77%) أمهات، لخمسة أشرطة فيديو على الإنترنت تمتد إلى أربع ساعات، وتوضح مواقف حول الوالدية بعد الطلاق لتوعية

وتتوافق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أنها تتناول قضية دعم التربية الوالدية، وخاصة الدراسات التي تناولت هذا الدعم من خلال الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي، لكنها اختلفت عن بقية الدراسات في تركيزها على دور مقاطع الفيديو تحديداً في دعم التربية الوالدية، وتطبيقها على أولياء الأمور في قطاع غزة بفلسطين. كما تميزت الدراسة الحالية بأنها ركزت على عملية دعم التربية الوالدية في ثلاثة محاور أساسية هي: المعرفية، السلوكية، والوجدانية. كما توضح الدراسة الحالية طبيعة تعرض أفراد العينة لمقاطع الفيديو المقدمة من خلال الهواتف الذكية.

### مشكلة الدراسة وأسئلتها

يقضي طفل المرحلة المبكرة أوقاتاً طويلة بين والديه وأعضاء الأسرة؛ لذا فإن دور الوالدين والأسرة في عملية تربية طفل المرحلة المبكرة حاسم ومؤثر في مراحل النمو اللاحقة. ويرتبط ذلك بمدى وعي الوالدين بدورهما في هذه المرحلة. والوعي المرجو يتكون من خلال المعرفة والاطلاع الرشيد. ومصادر المعرفة متنوعة بين الكتاب، والمطبوعات، واللقاءات، ووسائل الإعلام.

وتبرز في وقتنا الراهن ظاهرة اتصالية شائعة تتمثل في استخدام أولياء الأمور للإنترنت، وتتركز بشدة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاته من خلال الهواتف الذكية. لفترات طويلة وبشكل يومي، كما بينت دراسة فرج (Faraj, 2019) ودراسة بيكر وآخرون (Baker et al., 2017).

وتمتاز هذه التطبيقات بتوفير قاعدة عريضة من الجهات الاتصالية، مثل أشخاص، أو جهات اعتبارية، أو مجموعات منسجمة، مما يتيح للمتعرض قدرًا عاليًا من الاختيارية. كما بينت الدراسات أن الوالدين يستفيدان من تلك الوسائل في تربية أبنائهم (Baker et al., 2017; Hawala et al., 2017; Faraj, 2019; Dworkin et al., 2013). ومن خلال احتكاك الباحث - باعتباره أبًا- مع أولياء الأمور، لاحظ اهتمامًا منهم بدعم التربية الوالدية من خلال التعرض لمقاطع فيديو من خلال تطبيقات الهاتف الذكي. وقام باستكشاف حول ذلك من خلال مقابلة خمسين أبًا وأما. وتبين له أن الغالبية تهتم بمتابعة مثل هذه المقاطع من أجل دعم التربية الوالدية أكثر من أي وسيلة أخرى. وتقدم مقاطع الفيديو الداعمة للتربية الوالدية رسالة مختصرة وسريعة وجذابة تعالج عدة قضايا، وتقدم الدعم السريع المفيد للأبوين. لذا وجب دراسة استفادة الوالدين من تلك المقاطع في عملية التربية الوالدية، وخاصة في ظل تراجع دور الأسرة أو تضاوله بفعل مجموعة من الإخفاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في إنتاج التربية المؤسسة على القيم الهادفة الموصولة بموروثنا الثقافي والحضاري.

(51.20%)، والكتب (48.20%)، والحي (15.60%)، وتتوجه (55.40%) من الامهات للإنترنت كمرجع للتأكد من بعض المعلومات حول الوالدية. ونسبة كبيرة من المستخدمين للإنترنت يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في رعاية الطفل: (94.8%) واتس اب، (82.8%) إنستجرام، و(79.2%) الفيسبوك. وكان استخدامهن يتراوح ما بين المتوسط والعالي. كما أن (91.3%) منهن يطبقن ما يحصلن عليه من وسائل التواصل الاجتماعي من معلومات الوالدية في حياتهن اليومية.

كما قام بكر وبكار (Bakar & Bakar, 2019) بدراسة للكشف عن استفادة أولياء أمور الأطفال المصابين بالتوحد من بعضهم البعض من خلال تسجيلهم في مجموعة في تطبيق الواتس أب. وعقدت المناقشات حول رعاية أطفالهم. وطبقت الدراسة على أربعة آباء من أعراق مختلفة حصلوا على دورة تدريبية لتثقيفهم حول التعامل مع أبنائهم المتوحدين. وتم جمع البيانات باستخدام المقابلات الفردية شبه المنظمة. وتبين من الدراسة أن أولياء الأمور حصلوا على خمسة أنواع من الدعم فيما بينهم هي: تحديد أنواع الطعام المناسبة لأطفالهم لزيادة التركيز ومكافحة الاندفاع، وبيان التجارب الإيجابية مع أطفالهم المصابين بالتوحد، والشعور بالسعادة لأن المدربين ساعدوا أطفالهم على أن يكونوا أكثر تركيزًا بدلاً من تناول قصص حزينة حول مرض التوحد، والدعم المعلوماتي لتقديم خدمات مساندة لأطفالهم، والدعم العاطفي باعتبار أن الحزن على أطفالهم لن يجدي ولا يمكن أن يغير شيء، وأن الأجدد العمل لتحقيق مستقبل أفضل لأبنائهم قدر الإمكان.

وأوضحت الدراسات السابقة قدرًا من الاهتمام حول مستوى دعم التربية الوالدية من خلال وسائل الإعلام، وبخاصة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. وما زالت هناك حاجة لتقديم دراسات حول واقع البرامج الوالدية بشكل عام، وما يقدم من خلال وسائل الإعلام حول ذلك، وتقديم رؤى ومقترحات حول تفعيل الأدوار الإعلامية، وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاته، نحو دعم التربية الوالدية.

وقد أفادت بعض دراسات بأن الآباء بحاجة إلى دعم الوالدية لديهم، (Hawala et al., ; Jabali, 2017). وأكدت دراسات أخرى أن الآباء أنفسهم يؤكدون أنهم بحاجة إلى الدعم، ويمثل ذلك دافعاً مهماً لتعرضهم للإنترنت ووسائل الإعلام. (Baker et al., 2019; Faraj, 2019; Dworkin, et al., 2013; Lars & Dworkin, 2009; Kristian, 2007; Halaq, 2007). وأقرت الدراسات بجدوى تعرض الآباء لوسائل الإعلام والإنترنت ومواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في دعم التربية الوالدية، مثل دراسات: (Bakar, 2019) (Bakar, 2019) (Yuanita-Setyastuti, et al., 2019)، (Baker-Sabine & et al., 2017) (Hawala-Suhair et al., 2017)، (Ahmed, 2017) (Dworkin-Jodi, et al., 2013)، (Sarkadi, & Bremberg, 2005).

الأمر حول الاستفادة من وسائل الإعلام في تربية أبنائهم. وقد تفيد نتائج الدراسة في دفع الجهات المعنية إلى تقديم مقاطع فيديو تتعلق بالتوعية الوالدية حول تربية الطفل.

### التعريفات الإجرائية

• **التربية الوالدية:** تشكل مجمل الأفعال والأقوال الوالدية الهادفة الى تأطير الطفل وتوجيهه وتزويده بالمعارف والقيم اللازمة لمواجهة الحياة. وتتعلق بمقدار اكتساب المعارف والسلوكيات والدوافع الوجدانية لدى أولياء الأمور وتنميتها وتعديلها نتيجة تفاعلهم مع جهة ما، بحيث يستفيدون منها في الأقوال والأفعال التي تتعلق بدورهم في تربية أطفالهم. وتقاس في الدراسة الحالية بالدرجة التي يحصل عليها ولي الأمر على أداة الدراسة.

• **الهواتف الذكية:** أجهزة الاتصال التي توفر خدمات التليفون اللاسلكي التقليدية، بالإضافة إلى تلك التي تحتوي تقنيات متطورة تعتمد على خدمة الإنترنت، بحيث تتيح نقل الصوت والصورة والنصوص المكتوبة وبعض الملفات في صيغة رقمية، وتصفح الإنترنت، والبريد الإلكتروني بطريقة مشابهة لعمل الأجهزة الحاسوبية المحمولة (Al-Otaibi, 2014).

• **تطبيقات التواصل الاجتماعي:** التطبيقات المرتبطة بشبكات التواصل على الإنترنت وتطبيقات المراسلة الفورية بأنواعها المختلفة التي تقدم خدمات التراسل الفوري بالنص والصوت والفيديو. وتعمل على استخدام تكنولوجيا الإنترنت لتحويل الاتصالات إلى حوار تفاعلي، ويتم استخدامها من مجموعة كبيرة من الناس لتبادل المعلومات وتطوير العلاقات الاجتماعية والمهنية. يمكن أن يستخدمها أولياء الأمور من خلال هواتفهم الذكية. ويتعرضون من خلالها لمقاطع فيديو تدعم لديهم التربية الوالدية الخاصة بطفل المرحلة المبكرة.

• **أولياء الأمور:** مجموعة الآباء والأمهات الفلسطينيين المقيمين في قطاع غزة، ولدى كل منهم طفل أو أكثر في المرحلة المبكرة.

• **مقاطع الفيديو:** من أشكال الوسائط المتعددة، وتخدم موضوعاً معيناً، وتتكون من مجموعة من الصور واللقطات المتتالية التي تتم معالجتها باستخدام الحاسوب، ويمكن تداولها ونشرها إلكترونياً عند رفعها أو تحميلها كروابط أو على مواقع الفيديو الإلكترونية. وتتناول موضوعات تخص دعم التربية الوالدية، وتقدم من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الخلوية.

### حدود الدراسة

تقتصر الدراسة الحالية على دور تعرض عينة من أولياء الأمور الذين لديهم طفل على الأقل في مرحلة الطفولة المبكرة، والمقيمين في قطاع غزة، لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل

لذا تركزت مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي: ما دور تعرض أولياء الأمور لمقاطع الفيديو في دعم التربية الوالدية لديهم؟ وينبثق عن السؤال الرئيس الأسئلة الآتية:

1. ما أنماط تعرض أولياء الأمور لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال هواتفهم الذكية؟

2. ما أنماط تعرض أولياء الأمور إلى مقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر هواتفهم الذكية؟

3. ما أسباب تعرض أولياء الأمور لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي؟

4. ما تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجالات: المعرفي، والسلوكي، والوجداني؟

5. هل توجد فروق بين تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم، تبعاً لمتغير الجنس؟

6. هل توجد فروق بين تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم، تبعاً لمتغير العمر؟

7. هل توجد فروق بين تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم، تبعاً لمتغير المؤهل العلمي؟

8. هل توجد فروق بين تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم، تبعاً لمتغير المعرفة؟

### أهمية الدراسة

تعد الدراسة الحالية جزءاً من الجهود المبذولة للكشف عن الجهات الداعمة للتربية الوالدية؛ لتقدير أدوارها، ومن ثم القيام بتفعيل استخدامها وترشيده. وتتناول قضية مهمة تتعلق بتربية الطفل، وبخاصة في المرحلة المبكرة التي تلقي بآثارها على المراحل اللاحقة، كما تواكب قضية معاصرة تفرض نفسها بقوة، وهي التعرض المستمر والطويل لمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاته. كما تتعلق الدراسة بقضية مشاركة الوالدين في تربية أطفالهما؛ فهي تكشف عن مدى حرص كل من الأبوين على الاستفادة من أحد المصادر المعاصرة المتاحة في التزود بالمعرفة حول التربية الوالدية.

وتتناول الدراسة الحالية موضوعاً لم ينل نصيبه من البحث؛ فثمة ندرة في الأبحاث التي تتعلق بدراسة مقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاته. ويتوقع أن تفضي الدراسة إلى نتائج مهمة تساهم في توعية أولياء

مستويات عمرية وتعليمية مختلفة. ولأن مجتمع أولياء الأمور يتكون من الآباء والأمهات، توزعت العينة إلى (150) أبًا، و(150) أمًا. ولأن قطاع غزة يتكون من خمس محافظات، فقد تم تقسيم أفراد العينة إلى خمسة أجزاء متساوية، من أجل تحقيق قدر مناسب من الشمولية الجغرافية؛ إذ تم اختيار (60) ولي أمر من كل محافظة، بواقع (30) أبًا، و(30) أمًا.

وبيّن الجدول (1) توزيع أولياء الأمور في ضوء متغيرات الدراسة.

جدول (1): توزيع أولياء الأمور حسب متغيرات الدراسة

المتغير	آباء	أمهات	المجموع ك	المجموع %
أقل من 30	8	36	44	14.7
من 30 إلى أقل من 35	46	59	105	35
من 35 إلى أقل من 40	38	32	70	23.3
من 40 إلى أقل من 45	40	13	53	17.7
45 فأكثر	18	10	28	9.3
أولياء الأمور	150	150	300	100
ثانوية فأقل	19	23	42	14
المؤهل دبلوم متوسط	10	32	42	14
العلمي الدرجة الجامعية الأولى	69	70	139	46.3
دراسات عليا	52	25	77	25.7
أولياء الأمور	150	150	300	100

الفيديو التي تدعم التربية الوالدية من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية: مدى التعرض لمقاطع الفيديو التي تدعم التربية الوالدية، والتطبيقات التي يتم من خلالها التعرض لتلك المقاطع والموضوعات المتضمنة في مقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل، وأساليب تعامل أولياء الأمور مع المضامين المقدمة في تلك المقاطع، وأسباب التعرض لتلك المقاطع. وتضمن الجزء الرابع دعم التربية الوالدية لدى أولياء الأمور من خلال تعرضهم لمقاطع الفيديو عبر هواتفهم الذكية. وقسم دعم التربية الوالدية إلى ثلاثة مجالات هي: المجال المعرفي (11) فقرة، والمجال السلوكي (11) فقرة، والمجال الوجداني (8) فقرات.

#### صدق الأداة

أ. الصدق الظاهري: تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين في مجالي التربية والإعلام برتبة أستاذ، وقدموا ملاحظاتهم، سواء بالتعديل أو الحذف أو الإضافة، حول تجسيد الفقرة لقياس ما وضعت من أجله، ومدى مناسبة الفقرة للمجال

عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي للهواتف الذكية. وتم التطبيق في شهر شباط/فبراير من العام 2019.

#### الطريقة

#### مجتمع الدراسة وعينتها

يشمل مجتمع الدراسة جميع أولياء الأمور- الآباء والأمهات - المقيمين في قطاع غزة. واختيرت عينة قصدية منهم، تمثلت في أولياء الأمور الذين لدى كل منهم طفل أو أكثر، في المرحلة المبكرة (3- 6 سنوات). وبلغ حجم العينة (300) ولي أمر من

#### أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات المطلوبة من أفراد العينة، من خلال مجموعة من الفقرات. وقد اعتمد الباحث في تكوينه للأداة على الإطار المعرفي، ومجموعة من الدراسات السابقة، ( Baker et al., 2017; Jabali, 2017; Dworkin et al., 2013; Sarkadi, & Bremberg, 2005; Al-Halaq, 2009; Jad, 2007). كما حاول الباحث التعرف على وجهات نظر بعض المتخصصين.

تكونت الأداة من أربعة أجزاء: الجزء الأول تضمن البيانات الأساسية ومتغيرات الدراسة: هل لديك طفل (3-6 سنوات)؟ النوع، والعمر، والمؤهل، والحاجة إلى المعرفة حول تربية الطفل. وتضمن الجزء الثاني أنماط التعرض لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية ومدى استخدام أولياء الأمور للهواتف الذكية، ومدى استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي، والمجالات التي يتعرض لها أولياء الأمور من خلال استخدامهم لتلك التطبيقات. أما الجزء الثالث فقد تضمن أنماط التعرض لمقاطع



الذي تنتمي إليه، ومدى كفاية الفقرات لقياس المجال التي تنتمي ب. صدق البناء: تم التأكد من صدق البناء من خلال حساب معامل ارتباط بيرسون بين الدرجة على المجال والدرجة الكلية، وبين المجال والمجالين الآخرين كل على حدة، كما في الجدول (2).

جدول (2): صدق الاتساق الداخلي لكل مجال من مجالات دعم التربية الوالدية

المجال	المعرفي	السلوكي	الوجداني
المعرفي		0.88**	0.81**
السلوكي	0.88**		0.82**
الوجداني	0.81**	0.82**	
جميع المجالات	0.95**	0.96**	0.92**

\*\*دالة عند مستوى 0.01

ج. صدق الاتساق الداخلي: تم التحقق من دلالات صدق الاتساق الداخلي لفقرات كل مجال: من خلال حساب معامل ارتباط بيرسون بين الفقرة الواحدة والدرجة الكلية للمجال الذي تتبعه تلك الفقرة. ويتضح ذلك في الجدول (3).

يتضح من الجدول (2) أن جميع معاملات الارتباط موجبة ومرتفعة، ودالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، سواء بين المجال الواحد والدرجة الكلية لجميع المجالات، وبين المجال الواحد وكل من المجالين الآخرين. وهذا يدل على درجة كبيرة من الصدق البنائي للاستبانة.

جدول (3): معامل ارتباط كل فقرة في المجال مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه الفقرة

م	المجال المعرفي	معامل الارتباط
1	تكسبني معلومات حول طبيعة شخصية الطفل.	0.805**
2	تزيد معرفتي حول دوري في تلبية احتياجات الطفل.	0.757**
3	توضح الفروق الفردية في مظاهر النمو وقدرات الأطفال.	0.713**
4	تبين لي أسباب السلوكيات غير المرغوب فيها التي يفعلها طفلي.	0.732**
5	تعرفني على القضايا والمشكلات التي تواجه الطفل.	0.782**
6	تزيد معرفتي حول العناية بصحة الطفل بشكل عام.	0.768**
7	تعرفني بالقوانين والتشريعات الخاصة بالطفل	0.762**
8	توضح الاتجاهات السليمة في تربية الأطفال.	0.794**
9	تصحح لدي بعض معلوماتي وأفكاري حول تربية الأطفال.	0.763**
10	معرفة المؤسسات التي تقدم الرعاية التربوية للأطفال.	0.679**
11	تبين لي تأثيرات استخدام الطفل لوسائل الإعلام.	0.739**
م	المجال السلوكي	معامل الارتباط
1	تقدم لي توجيهات حول أساليب تربوية مميزة يمكن القيام بها في تربية طفلي.	0.656**
2	تعلمني كيف أكسب القيم التربوية والسلوكيات المطلوبة لطفلي وأمنيتها لديه.	0.725**
3	تقدم لي توجيهات وحلولاً لمعالجة السلوكيات غير المطلوبة التي يفعلها طفلي.	0.712**
4	تزودني بالأساليب وطرق الحكم لتقييم مستوى أداء الطفل ونموه الطبيعي وفقاً لعمره الزمني.	0.575**
5	تعلمني التصرفات السليمة الرشيدة في حالات الفروق الفردية.	0.651**
6	تساعدني في الكشف عن هوايات طفلي.	0.652**
7	تكسبني مهارات لتنمية هوايات أطفالي.	0.667**
8	تساعدني في توجيه أفراد الأسرة والتنسيق معهم حول السبل الرشيدة للتعامل مع الطفل.	0.684**
9	تزودني بمهارات لضبط عملية تعرض الطفل لوسائل الإعلام وتنمية استفادته منها وتجنب سلبياتها وخطورتها.	0.721**

0.706**	تجعلني أكثر قدرة على النقاش والحوار مع الطفل.	10
0.658**	تكسبني مهارات تساعدني على تقديم الترفيه للطفل.	11
معامل الارتباط		
المجال الوجداني		
0.796**	تزيد اهتمامي وحرصني للمعرفة حول تربية طفلي.	1
0.855**	تشعرنني بتزايد المسؤولية نحو متابعة سلوك الطفل وردود أفعاله وتحليلها.	2
0.845**	تشعرنني بالثقة في نفسي تجاه تربية طفلي.	3
0.806**	تشعرنني بالقلق إزاء أي تقصير من جهتي في رعاية الطفل.	4
0.812**	ساعدتني في استشعار مشكلات طفلي وسلوكياته قبل بروزها.	5
0.812**	تزيد رغبتني لتحقيق إنجاز ونجاح في التغلب على المشكلات التي تواجه طفلي.	6
0.843**	تجعلني أشعر بالمتعة والراحة في تربية طفلي.	7
0.789**	تزيد تقديري واحترامي للمتخصصين في تربية الطفل.	8

\*\*دالة عند مستوى 0.01

يتضح من نتائج الجدول (3) أن معاملات الارتباط بين كل فقرة والمجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة عالية وموجبة ودالة عند مستوى الدلالة (0.01)؛ مما يشير إلى أن جميع الفقرات تتصف بدرجة عالية من الصدق. وهكذا يتضح أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الصدق، وتصلح لقياس ما بنيت من أجله.

#### ثبات الأداة

تم التحقق من دلالات ثبات فقرات الأداة بحساب معامل كرونباخ ألفا. وجاءت معاملات الثبات كما في الجدول (4).

جدول (4): معامل ثبات كرونباخ ألفا للاستبانة ومجالاتها

معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المجال
0.934	11	الأول: المعرفي
0.958	11	الثاني: السلوكي
0.945	8	الثالث: الوجداني
0.975	30	جميع المجالات

#### منهج الدراسة

اتبعت الدراسة الحالية المنهج الوصفي.

#### متغيرات الدراسة

• المتغير المستقل: تعرض أولياء الأمور لمقاطع الفيديو الخاصة بالتربية الوالدية التي تقدمها تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال هواتفهم الذكية.

• المتغير التابع: تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال هواتفهم الذكية في دعم التربية الوالدية (معرفياً - سلوكياً - وجدانياً):

• المتغيرات التصنيفية: الجنس: (ذكر - أنثى). العمر: (أقل من 30 سنة- من 30 إلى 35 سنة- من 35 إلى 40 سنة- من 40 إلى 45 سنة- 45 سنة فأكثر). المؤهل الدراسي: (ثانوية عامة وما يعادلها فأقل - دبلوم متوسط - الدرجة الجامعية الأولى - دراسات عليا، الحاجة للمعرفة حول تربية الأطفال: (نعم- إلى حد ما- لا).

تؤكد نتائج الجدول (4) أن معاملات الثبات جميعها تزيد على (0.9) وهي دالة إحصائياً عن مستوى الدلالة (0.01). الأمر الذي يدل على أن الأداة تتمتع بقدر عالٍ من الثبات.

#### التصحيح

طلب إلى أفراد العينة الإجابة عن فقرات الجزء الرابع من الاستبانة، التي اعتمدت تدرج ليكرت الخماسي (بدرجة كبيرة جداً- بدرجة كبيرة- بدرجة متوسطة - بدرجة ضعيفة- بدرجة ضعيفة جداً). وجاءت جميع الفقرات موجبة الاتجاه. وتحصل كل إجابة خلال جمع البيانات على الدرجات: بدرجة كبيرة جداً (5)، وبدرجة كبيرة (4)، وبدرجة متوسطة (3)، وبدرجة ضعيفة (2)، وبدرجة ضعيفة جداً (1).

#### معيار التصنيف

كان معيار الحكم على متوسط الإجابات على الفقرة الواحدة أو المتوسط الإجمالي للمجال الواحد على النحو التالي: أقل من (1.8) ضعيف جداً، من (1.8) إلى أقل من (2.6) ضعيف، من (2.6) إلى أقل من (3.4) متوسط، من (3.4) إلى أقل من (4.2) كبير، (4.2) فأكثر كبير جداً.

## النتائج

## أ- استخدام أولياء الأمور لأجهزة الهاتف الذكي

يوضح الجدول (5) تقديرات أفراد العينة حول مدى استخدامهم لأجهزة الهاتف الذكي.

نتائج السؤال الأول: ما أنماط تعرض أولياء الأمور لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال هواتفهم الذكية؟

جدول (5): استخدام أولياء الأمور لجهاز الهاتف الذكي

العينة		الآباء		الأمهات		الكلية	
الاستخدام	ك	%	ك	%	ك	%	ك
نعم	143	95.3	150	100	293	97.7	
لا	7	4.7	0	0	7	2.3	
الكلية	150	100	150	100	300	100	

ويبين أن (293) بنسبة (97.7%) من الآباء والأمهات يستخدمون الهواتف الذكية، مقابل (7) فقط بنسبة (2.3%) لا يستخدمونها.

ويبين أن (293) بنسبة (97.7%) من الآباء والأمهات يستخدمون الهواتف الذكية، مقابل (7) فقط بنسبة (2.3%) لا يستخدمونها.

جدول (6): استخدام أولياء الأمور لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي

العينة		الآباء		الأمهات		الكلية	
التعرض	ك	%	ك	%	ك	%	ك
كثيراً	116	81.8	93	62	209	71.3	
أحياناً	26	18.2	57	38	83	28.3	
لا	1	0.7	0	0	1	0.4	
الكلية	143	100	150	100	293	100	

تبين النتائج أن (99.6%) من أولياء الأمور يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي؛ منقسمين بين (71.3%) منهم يستخدمونها كثيراً، و(28.3%) يستخدمونها أحياناً. وبلغ عدد من لا يستخدمونها واحداً فقط بنسبة (0.4%). وجاء متوسط الاستخدام (1.71).

تبين النتائج أن (99.6%) من أولياء الأمور يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي؛ منقسمين بين (71.3%) منهم يستخدمونها كثيراً، و(28.3%) يستخدمونها أحياناً. وبلغ عدد من لا يستخدمونها واحداً فقط بنسبة (0.4%). وجاء متوسط الاستخدام (1.71).

بيّن الجدول (7) تقديرات جميع أفراد العينة حول فترة استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال أجهزة الهاتف الذكي.

جدول (7): فترة استخدام أولياء الأمور لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي

العينة		الآباء		الأمهات		الكلية	
السنوات	ك	%	ترتيب	ك	%	ترتيب	ك
أقل من سنة	1	0.7	5	0	0	1	0.3
من سنة إلى أقل من سنتين	2	1.4	4	4	4	8	2.7
من سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات	9	6.34	3	11	7.3	20	6.9
من ثلاث سنوات إلى أقل من أربع سنوات	20	14.1	2	18	12	38	13
أربع سنوات فأكثر	110	77.5	1	115	76.7	225	77.1
الكلية	142	100		150	100	292	100

ج- زمن استخدام أولياء الأمور لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي يومياً

يوضح الجدول (8) تقديرات جميع أفراد العينة حول زمن استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال أجهزة الهاتف الذكي يومياً.

جدول (8): زمن استخدام أولياء الأمور لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي يومياً

العينة		الآباء		الأمهات		الكلية	
ك	%	الترتيب	%	الترتيب	%	الترتيب	%
6	4.2	4	10	4	7.2	4	7.2
38	26.8	3	36	1	31.5	2	31.5
40	28.2	2	29.3	2	28.8	3	28.8
58	40.8	1	24.7	3	32.5	1	32.5
142	100	150	100	292	100	142	100

د- المجالات التي يتعرض لها أولياء الأمور من خلال استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهاتف الذكي

يبين الجدول (9) تقديرات جميع أفراد العينة حول المجالات التي يتعرضون لها من خلال استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي.

جدول (9): المجالات التي يتعرض لها أولياء الأمور من خلال استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهاتف الذكي

العينة		الآباء		الأمهات		الكلية	
ك	%	الترتيب	%	الترتيب	%	الترتيب	%
130	91.5	1	79	4	52.7	1	71.6
55	38.7	5	75	5	50	4	44.5
35	24.6	9	94	2	62.7	5	44.2
57	40.4	4	16	9	10.7	9	25
86	60.6	2	113	1	75.3	2	68.2
50	35.2	7	102	3	68	3	52.1
40	28.2	8	50	6	33.3	7	30.8
58	40.8	3	40	7	26.7	6	33.6
53	37.3	6	27	8	18	8	27.4

أ- مدى تعرض أولياء الأمور لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل من خلال تطبيقات الهاتف الذكي

يوضح الجدول (10) تقديرات جميع أفراد العينة الذين يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي حول مدى تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل.

تبين النتائج أن (77.1%) من أولياء الأمور يستخدمون تلك التطبيقات منذ ما لا يقل عن أربع سنوات. و(13%) يستخدمونها منذ ثلاث سنوات إلى أقل من أربع سنوات، و(6.9%) يستخدمونها منذ سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات، والذين يستخدمونها منذ سنة إلى أقل من سنتين بلغت نسبتهم (2.7%) و(0.3%) يستخدمونها منذ أقل من سنة.

تبين النتائج أن (32.5%) من أفراد العينة يستخدمون التطبيقات ثلاث ساعات فأكثر، و(31.5%) يستخدمونها من ساعة إلى أقل من ساعتين، و(28.8%) يستخدمونها من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات و (7.2%) يقتصر استخدامهم لها على أقل من ساعة يومياً.

جاءت مجالات استخدام العينة لتطبيقات التواصل الاجتماعي كما يأتي: السياسية (71.6%)، والاجتماعية (68.2%)، والتربوية والنفسية (52.1%)، والفنية (44.5%)، والدينية (44.2%)، والتكنولوجيا (33.6%)، والتسويقية (30.8%)، والغرائب (27.4%)، والرياضية (25%).

2- نتائج السؤال الثاني: ما أنماط تعرض أولياء الأمور إلى مقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر هواتفهم الذكية؟

جدول (10): مدى تعرض أولياء الأمور مقاطع الفيديو المتناولة لتربية الطفل من خلال تطبيقات الهاتف الذكي

مدى الاستخدام	العينة		الآباء		الأمهات		الكلية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كثيراً	16	11.3	43	28.7	59	20.2	122	20.2
أحياناً	92	64.8	90	60	182	62.3	374	62.3
نادرًا	29	20.4	17	11.3	46	15.8	83	15.8
لا	5	3.5	0	0	5	1.7	9	1.7
الكلية	142	100	150	100	292	100	301	100

ب- عدد مقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي الخاصة بالهاتف الذكي خلال الأسبوع

يبين الجدول (11) تقديرات جميع أفراد العينة حول عدد مقاطع الفيديو -التي تتناول تربية الطفل- التي يتعرض لها أفراد العينة من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي خلال الأسبوع.

تبين النتائج أن (62.3%) من أولياء الأمور يتعرضون "كثيراً" لتلك المقاطع، و(20.2%) يتعرضون لها "أحياناً" و(15.8%) يتعرضون لها "نادرًا" و(1.7%) لا يتعرضون لها "إطلاقاً". وبلغ متوسط التعرض (2)، ويأتي ضمن المستوى "أحياناً".

جدول (11): عدد مقاطع الفيديو -التي تتناول تربية الطفل- التي يتعرض لها أولياء الأمور عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي خلال الأسبوع

عدد المقاطع	العينة		الآباء		الأمهات		الكلية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
من مقطع إلى مقطعين	70	51.1	30	20	100	34.8	170	51.1
من ثلاثة إلى أربعة مقاطع	32	23.4	74	49.3	106	36.9	138	43.2
من خمسة إلى ستة مقاطع	27	19.7	45	30	72	25.1	99	32.2
سبعة مقاطع فأكثر	8	5.8	26	17.3	34	11.8	42	13.7
الكلية	137	100	150	100	287	100	301	100

ويوضح الجدول (12) تقديرات جميع أفراد العينة حول تطبيقات التواصل الاجتماعي التي يتعرض من خلالها أولياء الأمور لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهواتف الذكية.

كشفت النتائج أن (36.9%) من أولياء الأمور يتعرضون إلى ثلاثة إلى أربعة مقاطع ، ومن مقطع إلى مقطعين (34.8%)، ومن خمسة إلى ستة مقاطع (25.1%)، وستة مقاطع فأكثر (11.8%).

ج- تطبيقات التواصل الاجتماعي التي يتعرض أولياء الأمور من خلالها لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل

جدول (12): تطبيقات التواصل الاجتماعي التي يتعرض أولياء الأمور من خلالها لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل

التطبيقات	العينة		الآباء		الأمهات		الكلية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
فيسبوك (Face book)	133	93.7	145	96.7	278	95.2	301	95.2
واتس أب (Whatsapp)	85	59.9	76	50.7	161	55.1	247	55.1
يوتيوب (You tube)	108	76.1	93	62	201	68.8	299	68.8
تويتتر (Twitter)	23	16.2	14	9.3	37	12.7	51	12.7
إنستغرام (Instagram)	35	24.6	37	24.7	72	24.7	109	24.7
جوجل بلس (Google Plus)	10	7	13	8.7	23	7.9	33	7.9

د- المجالات التي يتعرض لها أولياء الأمور من خلال مقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر تطبيقات الهاتف الذكي  
يبين الجدول (13) تقديرات جميع أفراد العينة حول الموضوعات التي يتعرضون لها من خلال تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل.

وتكشف النتائج نسب تعرض أولياء الأمور إلى التطبيقات الآتية: فيسبوك (95.2%)، ويوتيوب (68.8%)، وواتس اب (55.1%)، وإنستجرام (24.7%)، وتويتر (12.7%)، وجوجل بلس (7.9%).

جدول (13): الموضوعات المتضمنة في مقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل التي يتعرض لها أولياء الأمور عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي

العينة		الآباء		الأمهات		الكلي		الموضوعات
ك	%	الترتيب	%	الترتيب	%	الترتيب	%	
137	100	1	70.7	1	84.7	1	84.7	الصحية
61	44.5	4	50.7	6	47.7	6	47.7	العقلية
119	86.9	2	62.7	5-4	74.7	2	74.7	التغذية
23	16.8	10	30	11	23.7	11	23.7	الجسمية والفسولوجية
81	29.1	7	65.3	2	62.4	3	62.4	التعليمية والتحصيل الدراسي
68	49.6	3	63.3	3	56.8	4	56.8	النفسية
56	40.9	6	47.3	8	44.3	7	44.3	الاجتماعية
29	21.2	8	32	10	26.8	9	26.8	اللغوية
60	43.8	5	62.7	5-4	53.7	5	53.7	الأخلاقية
0	0	11	49.3	7	25.8	10	25.8	الدينية
25	18.3	9	38.7	9	30	8	30	الحركية والحسية

أ- أسباب تعرض أولياء الأمور لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي  
يوضح الجدول (14) تقديرات جميع أفراد العينة لأسباب تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي.

وكانت النسب كما يأتي: الصحية (84.7%)، والتغذية (74.7%)، والتعليمية والتحصيل الدراسي (62.4%)، والنفسية (56.8%)، والأخلاقية (53.7%)، والعقلية (47.7%)، والاجتماعية (44.3%)، والحركية والحسية (30%)، واللغوية (26.8%)، والدينية (25.8%)، والجسمية والفسولوجية (23.7%).

3- نتائج السؤال الثالث: ما أسباب تعرض أولياء الأمور لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي؟

جدول (14): أسباب تعرض أولياء الأمور لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي

العينة		الآباء		الأمهات		الكلي		الأسباب
ك	%	الترتيب	%	الترتيب	%	الترتيب	%	
133	97.1	1	59.3	1	77.4	1	77.4	مصدر مهم لمعرفة معلومات واتجاهات حول تربية الطفل
24	17.5	9	21.3	10	19.5	9	19.5	تقدم معلومات لا يمكن الحصول عليها من مصادر أخرى
47	34.3	3	50.7	2	42.9	2	42.9	تقدم قضايا تربية الطفل بشكل متجدد
41	29.9	4	25.3	7	27.5	6	27.5	تتناول الموضوعات بحرية وصراحة
29	21.2	7	38.7	3	30.3	5	30.3	تتفق الموضوعات المطروحة مع اهتماماتي

الكلي		الأمهات		الآباء		العينة		الأسباب	
الترتيب	%	ك	الترتيب	%	ك	الترتيب	%		
3	42.2	121	4	37.3	71	2	36.5	50	تواكب الظروف الحياتية الراهنة
10	19.2	55	9-8	22	33	10	16.1	22	تتميز بقدر عالٍ من الجاذبية
7	23	66	6	26.7	40	8	19	26	تتميز بقدرة كبيرة على التأثير والإقناع
4	34.5	99	5	29.3	59	5	29.2	40	تقدم الأفكار والحلول في تربية الطفل بشكل ملموس وليس تنظيريًا
8	22.3	64	9-8	22	33	6	22.6	31	تغنييني عن المواد والبرامج المشابهة في وسائل الإعلام الأخرى

وتقدم معلومات لا يمكن الحصول عليها من مصادر أخرى (21.3%).

**4- نتائج السؤال الرابع: ما تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجالات: المعرفي، والسلوكي، والوجداني؟**

أ- استفادة أولياء الأمور من تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي

يوضح الجدول (15) تقديرات جميع أفراد العينة لمدى استفادتهم من مقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف الذكي.

**جدول (15):** استفادة أولياء الأمور من تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الهاتف الذكي

الكلي		الأمهات		الآباء		العينة
ك	%	ك	%	ك	%	
279	97.2	144	96	135	98.5	نعم
8	2.8	6	4	2	1.5	لا
287	100	150	100	137	100	الكلي

وقد أكد (97.2%) ممن يتعرضون لتلك المقاطع أنهم يستفيدون منها، فيما أكد (2.8%) منهم عدم الاستفادة.

ب- تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال المعرفي

يوضح الجدول (16) متوسط التقديرات حول دور تعرض أولياء الأمور لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال المعرفي.

وكانت نسب أسباب التعرض لمقاطع الفيديو كما يأتي: مصدر مهم لمعرفة معلومات واتجاهات حول تربية الطفل (77.4%)، وتقدم قضايا تربية الطفل بشكل متجدد (42.9%)، وتواكب الظروف الحياتية الراهنة (42.2%)، وتقدم الأفكار والحلول في تربية الطفل بشكل ملموس وليس تنظيريًا (34.5%)، وتتفق الموضوعات المطروحة مع اهتماماتي (30.3%)، وتتناول الموضوعات بحرية وصراحة (27.5%)، وتتميز بقدرة كبيرة على التأثير والإقناع (23%)، وتغنييني عن المواد والبرامج المشابهة في وسائل الإعلام الأخرى (22.3%)، وتقدم معلومات لا يمكن الحصول عليها من مصادر أخرى (19.5%)، وتتميز بقدر عالٍ من الجاذبية (19.2%).

كما تتضح من الجدول (14) تقديرات الآباء بمفردهم، كما يأتي: مصدر مهم لمعرفة معلومات واتجاهات حول تربية الطفل (97.1%)، وتواكب الظروف الحياتية الراهنة (36.5%)، وتقدم قضايا تربية الطفل بشكل متجدد (34.3%)، وتتناول الموضوعات بحرية وصراحة (29.9%)، وتقدم الأفكار والحلول في تربية الطفل بشكل ملموس وليس تنظيريًا (29.2%)، وتغنييني عن المواد والبرامج المشابهة في وسائل الإعلام الأخرى (22.6%)، وتتفق الموضوعات المطروحة مع اهتماماتي (21.2%)، وتتميز بقدرة كبيرة على التأثير والإقناع (19%)، وتقدم معلومات لا يمكن الحصول عليها من مصادر أخرى (17.5%)، وتتميز بقدر عالية من الجاذبية (16.1%).

أما تقديرات الأمهات فكانت كما يلي: مصدر مهم لمعرفة معلومات واتجاهات حول تربية الطفل (59.3%)، وتقدم قضايا تربية الطفل بشكل متجدد (50.7%)، وتتفق الموضوعات المطروحة مع اهتماماتي (38.7%)، وتواكب الظروف الحياتية الراهنة (37.3%)، وتقدم الأفكار والحلول في تربية الطفل بشكل ملموس وليس تنظيريًا (29.3%)، وتتميز بقدرة كبيرة على التأثير والإقناع (26.7%)، وتتناول الموضوعات بحرية وصراحة (25.3%)، وتتميز بقدر عالٍ من الجاذبية (22%)، وتغنييني عن المواد والبرامج المشابهة في وسائل الإعلام الأخرى (22%)،

**جدول (16):** المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات أولياء الأمور حول دعم التربية الوالدية في المجال المعرفي من خلال تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل

الترتيب	مستوى التأثير	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مجموع الأوزان	مستويات تقدير الدعم المعرفي					دعم التربية الوالدية في المجال المعرفي	
						ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً		
1	كبير	78	0.795	3.9	1082	0	5	92	114	68	تكسبني معلومات حول طبيعة شخصية الطفل	
2	كبير	76	0.862	3.8	1050	3	7	99	114	56	تزيد معرفتي حول دوري في تلبية احتياجات الطفل	
3	كبير	78	0.869	3.9	1083	1	14	93	120	51	توضح الفروق الفردية في مظاهر النمو وقدرات الأطفال	
4	كبير	76	0.851	3.8	1073	4	12	70	130	63	تبين لي أسباب السلوكيات غير المرغوب فيها التي يفعلها طفلي	
5	كبير	76	0.860	3.8	1074	2	10	83	117	67	تعرفني على القضايا والمشكلات التي تواجه الطفل	
6	كبير	72	1.059	3.6	1071	0	11	96	99	73	تزيد معرفتي حول العناية بصحة الطفل بشكل عام	
7	كبير	68	0.802	3.4	937	17	32	105	84	41	تعرفني بالقوانين والتشريعات الخاصة بالطفل	
8	كبير	78	0.844	3.9	1098	1	6	75	125	72	توضح الاتجاهات السليمة في تربية الأطفال	
9	متوسط	60	1.148	3	840	2	15	65	136	61	تصحح لدي بعض معلوماتي وأفكاري حول تربية الأطفال	
10	متوسط	64	0.844	3.2	903	25	44	89	82	39	معرفة المؤسسات التي تقدم الرعاية التربوية للأطفال	
11	كبير	76	1.148	3.8	1057	4	15	83	111	66	تبين لي تأثيرات استخدام الطفل لوسائل الإعلام	
الدرجة الكلية												
		كبير	74	0.914	3.7	11464	59	171	950	1232	657	

(3.8)، وتزيد معرفتي حول العناية بصحة الطفل بشكل عام (3.6)، وتعرفني بالقوانين والتشريعات الخاصة بالطفل (3.4)، ومعرفة المؤسسات التي تقدم الرعاية التربوية للأطفال (3.2). وتصحح بعض معلوماتي وأفكاري حول تربية الأطفال (3).

ج- تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال السلوكي.

وجاءت متوسطات تقدير أولياء الأمور حول دعم التربية الوالدية في المجال المعرفي كما يأتي: تكسبني معلومات حول طبيعة شخصية الطفل (3.9)، وتوضح الفروق الفردية في مظاهر النمو وقدرات الأطفال (3.9)، وتوضح الاتجاهات السليمة في تربية الأطفال (3.9)، وتزيد معرفتي حول دوري في تلبية احتياجات الطفل (3.8)، وتبين لي أسباب السلوكيات غير المرغوب فيها التي يفعلها طفلي (3.8)، وتعرفني على القضايا والمشكلات التي تواجه الطفل (3.8)، وتبين تأثيرات استخدام الطفل لوسائل الإعلام



يوضح الجدول (17) متوسط تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال السلوكي.

جدول (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات أولياء الأمور لدعم التربية الوالدية في المجال السلوكي من خلال تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل

الترتيب	مستوى التأثير	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مجموع الأوزان	مستويات تقدير الدعم السلوكي					دعم التربية الوالدية في المجال السلوكي	
						ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً		
1	3-2-1 5-4	كبير	76	0.781	3.8	1073	0	11	81	132	56	تقدم لي توجيهات وأساليب تربوية مميزة يمكن القيام بها في تربية طفلي
2	3-2-1 5-4	كبير	76	0.759	3.8	1050	1	10	85	141	42	تعلمني كيف أكسب القيم التربوية والسلوكيات المطلوبة لطفلي وأنميها لديه
3	7-6	كبير	74	0.839	3.7	1034	2	17	88	126	46	تقدم لي توجيهات وحلولاً لمعالجة السلوكيات غير المطلوبة التي يفعلها طفلي تزودني بالأساليب وطرق الحكم لتقييم
4	7-6	كبير	74	0.759	3.7	1034	3	12	87	139	38	مستوى أداء الطفل ونموه الطبيعي وفقاً لعمره الزمني
5	9-8	كبير	72	0.852	3.6	1017	1	24	90	122	42	تعلمني التصرفات السليمة الرشيدة في حالات الفروق الفردية
6	9-8	كبير	72	0.872	3.6	1011	2	23	97	113	44	تساعدني في الكشف عن هوايات طفلي
7	3-2-1 5-4	كبير	76	0.829	3.8	1057	3	11	97	121	47	تكسبني مهارات تنمية هوايات أطفالي
8	10	كبير	70	0.924	3.5	983	4	34	91	112	38	تساعدني في توجيه أفراد الأسرة والتنسيق معهم حول السبل الرشيدة للتعامل مع الطفل تزودني بمهارات لضبط عملية تعرض الطفل
9	9-8	كبير	72	0.941	3.6	1008	5	27	87	112	48	لوسائل الإعلام وتنمية استفادته منها وتجنب سلبياتها وخطورتها
10	3-2-1 5-4	كبير	76	0.884	3.8	1048	4	13	88	116	58	تجعلني أكثر قدرة على النقاش والحوار مع الطفل
11	3-2-1 5-4	كبير	76	0.853	3.8	1052	5	9	80	131	54	تكسبني مهارات تساعدني على تقديم الترفيه للطفل
						11250	30	191	971	1365	513	الدرجة الكلية

تعرض الطفل لوسائل الإعلام وتنمية استفادته منها وتجنب سلبياتها وخطورتها (3.6)، وتساعدني في توجيه أفراد الأسرة والتنسيق معهم حول السبل الرشيدة للتعامل مع الطفل (3.5).

د- تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال الوجداني

يبين الجدول (18) متوسط تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال الوجداني.

وجاءت النتائج في المجال السلوكي كما يأتي: تقدم توجيهات وأساليب تربوية مميزة يمكن القيام بها في تربية طفلي (3.8)، وتعلمني كيف أكسب القيم التربوية والسلوكيات المطلوبة لطفلي وأنميها لديه (3.8)، وتكسبني مهارات تنمية هوايات أطفالي (3.8)، وتجعلني أكثر قدرة على النقاش والحوار مع الطفل (3.8)، وتكسبني مهارات تساعدني على تقديم الترفيه للطفل (3.8)، وتقدم لي توجيهات وحلولاً لمعالجة السلوكيات غير المطلوبة التي يفعلها طفلي (3.7)، وتزودني بالأساليب وطرق الحكم لتقييم مستوى أداء الطفل ونموه الطبيعي وفقاً لعمره الزمني (3.7)، وتعلمني التصرفات السليمة الرشيدة في حالات الفروق الفردية (3.6)، وتساعدني في الكشف عن هوايات طفلي (3.6)، وتزودني بمهارات لضبط عملية

**جدول (18):** المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات أولياء الأمور حول دعم التربية الوالدية في المجال الوجداني من خلال تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل

الترتيب	مستوى التأثير	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مجموع الأوزان	مستويات تقدير الدعم الوجداني					دعم التربية الوالدية في المجال الوجداني	
						ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً		
4-3-2-1	كبير	78	0.855	3.9	1095	4	7	68	127	73	1	تزيد اهتمامي بالمعرفة وحرصي عليها حول تربية طفلي
4-3-2-1	كبير	78	0.851	3.9	1085	4	9	67	133	66	2	تشعري بتزايد المسؤولية نحو متابعة سلوك طفلي وردود أفعاله وتحليلها
6-5	كبير	76	0.886	3.8	1067	4	12	78	120	65	3	تشعري بالثقة في نفسي تجاه تربية طفلي
8-7	كبير	74	0.939	3.7	1044	4	19	87	104	65	4	تشعري بالقلق إزاء أي تقصير من جهتي في رعاية الطفل
8-7	كبير	74	0.966	3.7	1029	5	27	76	113	58	5	ساعدتني في استشعار مشكلات وسلوكيات طفلي قبل بروزها
4-3-2-1	كبير	78	0.842	3.9	1075	1	13	76	123	66	6	تزيد رغبتني لتحقيق إنجاز ونجاح في التغلب على المشكلات التي تواجه طفلي
6-5	كبير	76	0.904	3.8	1059	5	10	88	110	66	7	تجعلني أشعر بالمتعة والراحة في تربية طفلي
4-3-2-1	كبير	78	0.832	3.9	1086	4	5	74	130	66	8	تزيد تقديري واحترامي للمتخصصين في تربية الطفل
	كبير	76	0.888	3.8	8540	31	102	614	960	525		الدرجة الكلية

**5- نتائج السؤال الخامس:** هل توجد فروق بين تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم، تبعاً لمتغير الجنس؟

للإجابة عن هذا السؤال، قام الباحث باستخدام اختبار (ت) للمقارنة بين متوسطات تقديرات الآباء والأمهات في المجالات: المعرفية، والسلوكية، والوجدانية. ويوضح الجدول (19) نتائج تلك المقارنات، وكانت قيم ت للمجالات الثلاثة غير دالة إحصائياً.

وجاءت النتائج للمجال الوجداني كما يأتي: تزيد اهتمامي بالمعرفة وحرصي عليها حول تربية طفلي (3.9)، وتشعري بتزايد المسؤولية نحو متابعة سلوك طفلي وردود أفعاله وتحليلها (3.9)، وتزيد رغبتني لتحقيق إنجاز ونجاح في التغلب على المشكلات التي تواجه طفلي (3.9)، وتزيد تقديري واحترامي للمتخصصين في تربية الطفل (3.9)، وتشعري بالثقة في نفسي تجاه تربية طفلي (3.8)، وتجعلني أشعر بالمتعة والراحة في تربية طفلي (3.8).

**جدول (19):** نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين متوسطات درجات تقديرات أولياء الأمور حول مجالات دعم التربية الوالدية لديهم من خلال تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي تبعاً لمتغير الجنس

عدد الأفراد	المرهقون	الأثار السلبيه	عدد الإفراد	المرهقون	الأثار السلبيه	عدد الإفراد	المرهقون	الأثار السلبيه
129	ذكور	المجال المعرفي	150	إناث	المجال المعرفي	129	ذكور	المجال السلوكي
277	إناث	المجال المعرفي	150	إناث	المجال السلوكي	277	ذكور	المجال الوجداني
129	ذكور	المجال المعرفي	150	إناث	المجال السلوكي	129	ذكور	المجال الوجداني
150	إناث	المجال المعرفي	150	إناث	المجال السلوكي	150	إناث	المجال الوجداني

للإجابة عن هذا السؤال، قام الباحث بإجراء تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA)، ويوضح الجدول (20) ذلك.

6- نتائج السؤال السادس: هل توجد فروق في تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم، تبعاً لمتغير العمر؟

جدول (20): نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات درجات تقديرات أولياء الأمور حول مجالات دعم التربية الوالدية لديهم من خلال تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي تبعاً لمتغير العمر

المجال	مصدر التباين	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
المجال المعرفي	بين المجموعات	4	0.195	0.065	0.143	0.934 غير دال
	داخل المجموعات	274	124.737	0.454		
المجال السلوكي	بين المجموعات	4	0.331	0.110	0.227	0.878 غير دال
	داخل المجموعات	274	133.548	0.486		
المجال الوجداني	بين المجموعات	4	0.434	0.145	0.273	0.845 غير دال
	داخل المجموعات	274	145.878	0.530		

للإجابة عن هذا السؤال، قام الباحث بإجراء تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA)، ويوضح الجدول (21) ذلك.

يتضح من الجدول (20) أن قيم "ف" للمجالات الثلاثة غير دالة إحصائياً.

7- نتائج السؤال السابع: هل توجد فروق في تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم، تبعاً لمتغير المؤهل العلمي؟

جدول (21): نتائج تحليل التباين الأحادي لتقديرات أولياء الأمور حول مجالات دعم التربية الوالدية لديهم من خلال تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

المجال	مصدر التباين	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
المجال المعرفي	بين المجموعات	3	0.195	0.065	0.143	0.934 غير دال
	داخل المجموعات	275	124.737	0.454		
المجال السلوكي	بين المجموعات	3	0.331	0.110	0.227	0.878 غير دال
	داخل المجموعات	275	133.548	0.486		
المجال الوجداني	بين المجموعات	3	0.434	0.145	0.273	0.845 غير دال
	داخل المجموعات	275	145.878	0.530		

للإجابة عن السؤال الثامن، قام الباحث بإجراء تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA)، ويوضح الجدول (23) نتائج التحليل.

يتضح من الجدول (21) أن قيم "ف" للمجالات الثلاثة غير دالة إحصائياً.

8- نتائج السؤال الثامن: هل توجد فروق في تقديرات أولياء الأمور حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم، تبعاً لمتغير المعرفة؟

أ- مدى حاجة أفراد العينة للمعرفة حول تربية الأطفال  
تم توجيه سؤال لجميع أفراد العينة حول حاجتهم للمعرفة حول التربية الوالدية. وكانت الإجابات كما يوضحها الجدول (22).

جدول (22): مدى حاجة أولياء الأمور إلى المعرفة حول التربية الوالدية

الكلية		الأمهات				الآباء				أولياء الأمور	مدى الحاجة للمعرفة	
الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	%	ك	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	%	ك	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح			%
		49.7	149			52.7	79			46.7	70	نعم
		41.3	124			43.3	65			39.3	59	إلى حد ما
		9	27			4	6			14	21	لا
0.650	1.4	100	300	0.709	1.5	100	150	0.576	1.3	100	150	الكلية

يتبين من الجدول (22) أن (49.7%) من أولياء الأمور أجابوا "نعم"، و(41.3%) "إلى حد ما"، و (9%) "لا"، بمتوسط عام مقداره (1.4). وكانت إجابات الآباء بمفردهم: نعم (46.7%)، وإلى حد ما (39.3%)، ولا (14%)، بمتوسط عام بلغ (1.3).

جدول (23): نتائج تحليل التباين الأحادي لتقديرات أفراد العينة حول مجالات دعم التربية الوالدية لديهم من خلال تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي

المحاور	مصدر التباين	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
المجال المعرفي	بين المجموعات	2	15.386	7.693	19.383	0.00
	داخل المجموعات	276	109.545	0.397		
المجال السلوكي	بين المجموعات	2	16.497	8.248	19.394	0.00
	داخل المجموعات	276	117.382	0.425		
المجال الوجداني	بين المجموعات	2	13.713	6.857	14.272	0.00
	داخل المجموعات	276	132.599	0.480		

ولتحديد مواقع الفروق بين فئات متغير مدى الحاجة إلى المعرفة، تم إجراء اختبار شيفيه للمقارنات البعدية، كما يتضح في الجداول 24 و25 و26.

جدول (24): نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في المجال المعرفي

المتغير المقارن	المتغير المقارن به	متوسط الفروق	الدلالة
نعم	إلى حد ما	*0.482	0.000
نعم	لا	0.327	0.146
إلى حد ما	لا	-0.068	0.651

يتضح من الجدول (24) وجود فروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال المعرفي بين فئة "نعم" وفئة "إلى حد ما"، لصالح الأولى.

جدول (25): نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في المجال السلوكي

المتغير المقارن	المتغير المقارن به	متوسط الفروق	الدلالة
نعم	إلى حد ما	0.493	0.000
	لا	0.426	0.049
إلى حد ما	لا	-0.068	0.924

المجال السلوكي بين فئة "نعم" وفتتي "إلى حد ما"، و"لا"، لصالح الأولى.

يتضح من نتائج الجدول (25) وجود فروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في

جدول (26): نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في المجال الوجداني

المتغير المقارن	المتغير المقارن به	متوسط الفروق	الدلالة
نعم	إلى حد ما	0.457	0.000
	لا	0.142	0.737
إلى حد ما	لا	-0.314	0.236

كما تبين ان حوالي (90%) من أفراد العينة يستخدمون تلك التطبيقات منذ ثلاث سنوات ويزيد. وهذا الاستخدام متاح تقريباً في أي وقت وأي مكان يمكن أن يوجد فيه أفراد العينة. وذلك يعني أن أفراد العينة قد تعرضوا لتطبيقات التواصل الاجتماعي وتفاعلوا مع أشخاص وجهات عدة، خاصة وأن هناك الإضافات المستمرة للأصدقاء، والاشتراك المتاح دائماً في صفحات مختلفة ومتنوعة، وتنوع سبل التفاعل التي تتيح قدرًا عاليًا من الاستيعاب والتأثر والتأثير، الأمر الذي يجعل قضية تأثير تلك التطبيقات على جانب كبير من الأهمية، ويستدعي التعرف إلى طبيعة هذا الاستخدام والاستفادة منه في تربية الأطفال.

وتشير النتائج إلى أن أفراد العينة يقضون وقتاً طويلاً في استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي. فحوالي ثلث العينة يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الاستخدام، وثلث آخر منهم يستخدمها بين الساعتين والثلاث ساعات. وتمثل تلك الساعات نسبة عالية جداً من يوم أفراد العينة، مقارنة بالأعمال والأعباء والأنشطة المختلفة التي يمارسونها خلال اليوم الواحد. كما أن كمية الرسائل التي يمكن التعرض إليها من خلال تلك التطبيقات يتوقع أن تكون كبيرة، وهي تتصف في أغلب الأحوال بالتركيز والاختصار والوضوح؛ إذ يمكن تقديمها من خلال جميع إمكانيات وسائل الإعلام من كلمة مقروءة، وصوت، وصورة، وحركة.

وتوضح النتائج أن المجال السياسي هو من أبرز المجالات التي يتعرض لها أولياء الأمور، وينسجم ذلك مع الاهتمام الكبير الذي يبديه المجتمع الفلسطيني بالقضايا السياسية؛ إذ يشكل قطاع غزة منطقة جغرافية لها مشكلاتها السياسية الداخلية. كما يظهر المجالان الاجتماعي والتربوي ضمن المجالات التي تهتم بها نسبة

يتضح من الجدول (26) وجود فروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال الوجداني بين فئة "نعم" وفئة "إلى حد ما"، لصالح الأولى.

#### مناقشة النتائج

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول

تبين من نتائج السؤال الأول أن معظم أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية، وهو أمر يتناسب مع الانتشار الواسع لتلك الهواتف، باعتبارها الوسيط الاتصالي الأبرز بين الأفراد في وقتنا الراهن، وبخاصة في ظل انخفاض أسعار تلك الهواتف مقارنة بسنوات سابقة، بالإضافة إلى انخفاض سعر المكالمات الهاتفية العادية. كما أن اقتناء الهواتف الذكية ليس من أجل إجراء مكالمات هاتفية فقط؛ إذ إن إتاحة استخدام الإنترنت بخدماته كافة عامل مهم يفسر شدة الاهتمام باقتناء تلك الأجهزة، وخاصة في ظل تطور خدمات الإنترنت وانخفاض أسعار استخدامه في السنوات الأخيرة. ويمكن أن يبرر ذلك ضرورة القيام بدراسات تتعلق باستخدام الهواتف الذكية.

وتشير النتائج أيضاً إلى أن نسبة الاستخدام تكاد تكون متماثلة بالنسبة لمستخدمي الهواتف الذكية، وأن هذا الاستخدام يمكن وصفه بأنه استخدام وفير. وهذا الاستخدام يمتد إلى التعرض والتواصل مع أشخاص وجهات ومجموعات مختلفة عبر وسائل تفاعل متعددة، مثل التعرض من خلال القراءة والرؤية للرسائل النصية والمصورة ومقاطع الفيديو، والإعجاب والمشاركة والتعليق، وهذا يوجب التعرف على مدى استفادة أفراد العينة من ذلك الاستخدام، وبخاصة فيما يتعلق بتربية أطفالهم.

كبيرة من أفراد العينة. وينسجم ذلك مع سبل التثقيف لتطوير الدور التربوي والاجتماعي المطلوب من الآباء والأمهات في تربية أبنائهم.

**مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني**

يتبين من نتائج السؤال الثاني أن التعرض يقع ضمن المستوى "أحياناً". ويعني هذا التقدير مستوى مرتفعاً لتعرض أفراد العينة لتلك المقاطع باعتبار أنها ليست برامج إذاعية أو تليفزيونية لها مواعيد دورية ثابتة. كما أن التعرض "أحياناً" لمقاطع تطبيقات الهاتف الذكي يعني تعرضاً أكبر من التعرض أحياناً لبرامج أسرية إذاعية أو تليفزيونية، خاصة أن البرامج الأسرية على القنوات الفلسطينية قليلة جداً ودورتها أسبوعية. وبالتالي، فإن تلك المقاطع تعد رسالة مهمة في إطار تناول جوانب تربية الطفل. وتتفق هذه النتائج نوعاً ما مع دراسة حلاوة وآخرين (Hawala et al., 2017) التي بينت أن برامج التربية الوالدية تقدم من خلال تطبيقات الهواتف الذكية في بعض الدول المتقدمة.

كما تبين نتائج السؤال الثاني أن الفئتين من ثلاثة مقاطع إلى أربعة، ومن خمسة إلى ستة، حصلنا على مجموع (56%) من أفراد العينة. وهي نسبة عالية ومهمة، خاصة أن المقاطع المقدمة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تتمتع بالتركيز والحدائق. كما يمكن تكرار المشاهدة والتركيز على أجزاء معينة من تلك المقاطع، ومتابعة المقاطع في الأوقات المناسبة بالنسبة للمبحوث، وقراءة التعليقات وإبداء الرأي حولها وإمكانية المناقشة، الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى مزيد من الفهم والاستيعاب.

وبحسب النتائج، فإن الفيسبوك يقع في المرتبة الأولى من حيث استخدام معظم أفراد العينة، بنسبة وصلت إلى (95%). ويعد الفيسبوك أشهر مواقع التواصل الاجتماعي؛ فهو أكثر المواقع مساهمة في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات والأديان حول العالم، وذلك لخصائصه التي يسرت التواصل وشجعت الناس على الاشتراك والتواصل عبره (Des, 2018). وتشير الإحصائيات إلى أن التطبيقات الأكثر صوعداً في فلسطين هي: الفيسبوك (87%)، والواتساب (75%)، واليوتيوب (55%) (*Palestinian Social and Digital Communication Report, 2017*). ويستخدم أيضاً ما يزيد على نصف العينة اليوتيوب والواتساب. ويُعد اليوتيوب موقعاً متخصصاً في نشر الفيديو، ويمكن مشاركته من خلال تطبيقات تواصل مختلفة. كما يمكن التعليق على مضمونه من خلال موقع اليوتيوب نفسه، أو من خلال مشاركته عبر التطبيقات الأخرى.

أما الواتساب فهو تطبيق صنع خصيصاً للهواتف الذكية، بحيث يتم الاشتراك فيه عبر رقم الهاتف. وأصبح له استخدام مؤخراً من خلال أجهزة الحاسوب. وكانت تقديرات أفراد العينة لبقية التطبيقات التي تستخدمها في التعرض لمقاطع الفيديو المتناولة لقضايا تربية الطفل منخفضة، مما يؤكد أهمية التطبيقات الثلاثة الأولى المذكورة سابقاً.

تبين النتائج أيضاً أن اهتمام معظم أفراد العينة ينصب على الجوانب الصحية والتغذية الخاصة بالطفل. وقد يعود ذلك إلى نظرة قاصرة من أفراد العينة لتربية طفل المرحلة المبكرة باعتبارها تربية تتعلق بنموه وصحته وبناء جسمه في المقام الأول. والحقيقة أن التربية بمختلف مجالاتها يجب أن تبدأ في تلك المرحلة، وأن عدم إدراك ذلك يشكل قصوراً في دور أفراد العينة تجاه تربية الطفل. ويتبين من النتائج أن الآباء ينظرون إلى الموضوعات الصحية على أنها الأهم في عملية تربية الطفل، يلي ذلك موضوعات التغذية. وجميع الموضوعات الأخرى نالت تقديرًا أقل من ذلك. ويمكن أن يعزى ذلك إلى قصور في إدراك شمولية تربية الطفل، في حين أن أكثر من نصف عينة الأمهات يرين أن هناك موضوعات عدة يتابعنها من خلال مقاطع الفيديو تتعلق بجوانب مهمة في تربية الطفل، ونظرتهم فيها قدر عالٍ من الشمولية، وهو ما يشير إلى نضج ووعي من الأمهات حول تربية أطفالهن. وتتفق النتائج الحالية جزئياً مع نتائج دراسة حلاوة وآخرين (Hawala et al., 2017) التي بينت تنوع محتوى برامج التربية الوالدية الرقمية. وهناك أيضاً توافق مع دراسة جاد (Jad, 2009) التي بينت أن موضوعات الصحة تأتي في الصدارة، تليها الموضوعات التعليمية والتربوية، وجاءت في المركز قبل الأخير الموضوعات الدينية. وهناك قدر من التوافق مع دراسة الحلاق (Al-Halaq, 2007).

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث

تشير النتائج إلى أن نسبة كبيرة جداً من أفراد العينة ترى أن مقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل مصدر مهم للمعرفة حول تربيته، وهذا سبب رئيس بالطبع، ويحمل الأسباب الأخرى التي قدرها أفراد العينة. كما أكدت نسبة تعدت (40%) أن تلك المقاطع تتميز بتناول تربية الطفل بطرق متجددة وموضوعات مواكبة للظروف الراهنة. ويشكل ذلك دافعاً مميّزاً لمتابعة تلك المقاطع. ويتبين من النتائج أن السبب الذي حاز موافقة العينة كلها تقريباً، وبفارق كبير جداً عن الأسباب الأخرى، هو أن مقاطع الفيديو المحددة تعد مصدرًا مهمًا لمعرفة معلومات واتجاهات حول تربية الطفل. وقد يعود ذلك إلى أن تلك المقاطع تحمل رسالة موجزة ومركزة، ولا تتطلب جهداً من المتلقي يتعلق بمهارات القراءة، هذا من ناحية. ومن ناحية أخرى، فقد يعزى ذلك إلى تدني المعرفة حول تربية الطفل والاتجاه نحو مصادر معرفة أخرى. فكان تقدير الأمهات للسبب نفسه بنسبة عالية، ولكن بنسبة أقل من الآباء (حوالي 60%)؛ وقد يعود ذلك إلى المعرفة السابقة حول تربية الطفل، واحتمال التعرض لمصادر معرفة أخرى نتيجة اهتمام الأمهات بتربية الطفل. وتتوافق النتائج مع دراسة يونانينا وآخرين (Yuanita et al., 2019)، ودراسة دوركين وآخرين (Dworkin, et al., 2013)، اللتين بينتا أن الآباء يستخدمون الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي من أجل الدعم الاجتماعي ودعم الوالدية، وكذلك تتوافق مع دراسة لارس وكريستيان (Lars & Kristian, 2009). وهناك قدر من التوافق مع دراسة

المعرفية الرئيسية في عملية تربية الطفل. وبتفحص الفقرات الأخرى، يمكن اعتبارها مناهي فرعية للفقرات الثلاث الأولى.

كما أظهرت النتائج أن الفقرتين الوحيدتين اللتين حصلتا على تقدير "متوسط" هما: "معرفة المؤسسات التي تقدم الرعاية التربوية للأطفال"، و"تصحح لدي بعض معلوماتي وأفكاري حول تربية الأطفال". وبالنسبة لانخفاض التقدير للفقرة الأولى، فإن ذلك يعزى إلى أن مقاطع الفيديو المقصودة تتناول القضايا بصورة مجردة عن الصيغة المحلية، كما أن نسبة كبيرة منها من إنتاج أجنبي غير عربي. وبالنسبة للفقرة الثانية، وإن كانت حصلت على تقدير "متوسط"، فهذا أمر مميز؛ إذ تصل تلك المقاطع إلى درجة تصحيح معلومات وأفكار، فهذا يدل على مدى الإعداد الرشيد لتلك المقاطع، ومجاراتها للجمهور المستهدف وحاجاته في عملية تربية الطفل.

وبحسب النتائج، فإن متوسط التقدير الإجمالي لأفراد العينة لدور تعرضهم لمقاطع الفيديو في دعم التربية الوالدية في مجال السلوك، يقع ضمن المستوى "كبير". وبالنسبة لفقرات هذا المجال، فقد أوضحت النتائج أنها جميعها ضمن مستوى التقدير "كبير"، ويعد الأثر الإيجابي على درجة كبيرة من الأهمية؛ نظراً لأن تربية الطفل تتطلب قدرات مميزة في التعامل مع الطفل نفسه؛ إذ إن التوقف عند المعرفة والثقافة والإطلاع لا يؤتي ثماره إلا من خلال تطبيق سلوكي مميز ورشيد. وبينت النتائج أن جميع التقديرات كانت متقاربة جداً. فكان أكبر تقدير (3.8)، والأقل (3.5). ويدل ذلك على قيمة كبيرة لما تقدمه تلك المقاطع من دعم سلوكي للتربية الوالدية لدى أفراد العينة، وبخاصة الفقرات الخمس الأولى التي حصلت على تقدير (3.8)، والتي ركزت على تعلم أساليب تربوية لتربية الأطفال، وكيفية إكساب الطفل قيماً وسلوكيات مطلوبة، وتنمية القدرة على النقاش والحوار مع الطفل، لأن في ذلك طريقاً ممهداً لتربيته. كما يستفيد أفراد العينة بتعلم مهارات لتقديم الترفيه للطفل، وهذا أمر شديد الأهمية لحاجة الطفل للترفيه، وإمكانية إكسابه المطلوب من خلال الترفيه ذاته. وكان أقل تقدير للفقرة: تساعديني في توجيه أفراد الأسرة والتنسيق معهم حول السبل الرشيدة للتعامل مع الطفل؛ إذ يتضح أن المقاطع تتوجه لأفراد العينة أنفسهم؛ ماذا يفعلون وكيف يفعلون، ولا تركز على كيفية قيام أفراد العينة بتوجيه أفراد الأسرة الآخرين نحو تربية الطفل. كما أن مجمل اهتمام أفراد العينة من الطبيعي أن يركز على كيفية صقل دورهم أنفسهم وماذا يجب أن يقدموا.

وتشير النتائج إلى أن متوسط التقدير الإجمالي لأفراد العينة لدور تعرضهم لمقاطع الفيديو في دعم التربية الوالدية في المجال الوجداني، يقع ضمن المستوى "كبير". وبالنسبة لفقرات هذا المجال، فقد أوضحت النتائج أنها جميعها ضمن مستوى التقدير "كبير"، وكانت التقديرات متقاربة جداً، فكان أكبر تقدير (3.9)، والأقل (3.7). وذلك يشير إلى الدور المميز لتلك المقاطع في شحذ وجدان أفراد العينة وعواطفهم نحو تربية أطفالهم، بأشكال

الحلاق (Al-Halaq, 2007). واختلاف مع نتائج دراسة فرج (Faraj, 2019) فيما يتعلق بأسباب التوجه لمواقع التواصل.

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع

تشير النتائج إلى أن هناك شبه إجماع من أفراد العينة الذين يتعرضون لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، على أنهم يستفيدون من تلك المقاطع في تربية أطفالهم، ما يشير إلى أن تطبيقات التواصل الاجتماعي وما تقدمه من مقاطع فيديو باتت لها آثار مهمة على التربية الوالدية. ويحاول الباحث تحديد ما يمكن أن يستفیده أفراد العينة في هذا الخصوص، من خلال النتائج في الجداول التالية.

وتبين النتائج أن هناك توافقاً كبيراً بين الأمهات والآباء حول الاستفادة من تلك المقاطع. واقتربت نسبة التأكيد على ذلك من شبه إجماع، سواء من جهة الآباء أو الأمهات. وتتوافق النتائج مع دراسة بكر وبكار (Bakar & Bakar, 2019)، ودراسة أحمد (Ahmed, 2009)، التي بينت أن رعاية الطفل تحتل المركز الثاني من بين خمسة مجالات معيشية تتأثر فيها الزوجة بالإنترنت بشكل إيجابي. وتتفق النتائج مع دراسة فرارو وآخرين (Ferraro et al., 2018) التي بينت أن مقاطع الفيديو تدعم التربية الوالدية، وهناك توافق مع دراسة لارس وكريستيان (Lars & Kristian, 2009)، وقدر من التوافق مع دراسة الحلاق (Al-Halaq, 2007). وتختلف النتائج مع دراسة بيكر وآخرين (Baker et al., 2017)، التي بينت أن (45%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لدعم التربية الوالدية. وهناك تباين أيضاً مع نتائج دراسة فرج (Faraj, 2019)، التي بينت أن (61%) يستفيدون من تلك المواقع في مجال تربية الأطفال.

كما تبين من النتائج أن متوسط التقدير الإجمالي لأفراد العينة لدور تعرضهم لمقاطع الفيديو في دعم التربية الوالدية في مجال المعرفة، يقع ضمن المستوى "كبير". وبالنسبة لفقرات هذا المجال، فقد أوضحت النتائج أنها جميعها ضمن مستوى التقدير "كبير"، باستثناء فقرتين فقط جاءتا ضمن المستوى "متوسط". وأبرزت النتائج أن أكثر جوانب دعم التربية الوالدية في المجال معرفي جراء تعرض أفراد العينة لمقاطع الفيديو كانت: تكسبني معلومات حول طبيعة شخصية الطفل، وتوضح الفروق الفردية في مظاهر النمو وقدرات الأطفال، وتوضح الاتجاهات السليمة في تربية الأطفال. وهي جوانب معرفية تتعلق في الأساس بطبيعة شخصية الطفل والفروق الفردية بين الأطفال. وبهذا، فإن أفراد العينة تتجه لتلك المقاطع لاكتساب المعرفة حول عالم الطفل في الأساس، وذلك يشير إلى تراجع المعرفة حول الطفل من خلال مصادر أخرى مثل وسائل الإعلام والمطبوعات وغيرها. وفي مستوى التقدير نفسه، تأتي الفقرة المتعلقة بتوضيح الاتجاهات السليمة في تربية الطفل، وهي فقرة تتعلق بأفكار ومناهج متنوعة لكيفية التعامل مع الطفل. وبالفعل، فإن الفقرات الثلاث السابقة تشكل أهم سبل الاستفادة

تلك المقاطع تقدم موضوعات وأفكاراً نوعية ومهمة، قد لا تكون للفئات العمرية المختلفة خبرة ومعرفة كافية حولها، وهو ما يؤكد أهمية ما تقدمه تلك المقاطع. وتختلف النتائج مع دراسة بيكر وآخرين (Baker et al., 2017)، التي بينت أن الآباء الأصغر سناً أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في دعم التربية الوالدية. وتتباين النتائج مع دراسة لارس وكريستيان (Lars & Kristian, 2009)، التي بينت وجود اختلاف في التقديرات يرجع للعمر لصالح الأمهات في سن 30-35.

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السابع

تشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجالات الثلاثة: المعرفية، والسلوكية، والوجدانية، تبعاً لمتغير المؤهل العلمي. وهناك توافق لدرجة كبيرة بين جميع فئات المستويات الدراسية لأفراد العينة، ما يشير إلى أن تلك المقاطع تقدم موضوعات وقضايا وأفكاراً مميزة حول دعم التربية الوالدية، وأن أسلوب التقديم والعرض مناسب لجميع المستويات الدراسية. كما أن هذا المضمون يمكن أن يكون إلى حد بعيد خارج معرفة جميع فئات المستويات الدراسية وخبراتها، ما يجعل أفراد العينة جميعاً يؤكدون استفادتهم من مضمون مقاطع الفيديو في دعم التربية الوالدية لديهم. وذلك من شأنه تأكيد أهمية التعرض لتلك المقاطع وما تقدمه حول تربية الطفل. وتتفق النتائج مع دراسة بيكر وآخرين (Baker et al., 2017)، بينما تختلف مع دراسة أحمد (Ahmed, 2009) التي بينت وجود فروق بين استجابات أفراد العينة حول رعاية الطفل تبعاً للمستوى التعليمي لصالح المستوى التعليمي العالي مقابل الأقل. وهناك قدر من الاختلاف مع دراسة ساركادي وبريميرغ (Sarkadi & Bremberg, 2005)، التي بينت أن انخفاض مستوى التعليم كان له دور في زيادة الاعتماد على الموقع في التزود بالمعلومات حول تربية الأطفال.

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثامن

يتضح من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في جميع المجالات الثلاثة: المعرفية، والسلوكية، والوجدانية، تبعاً لمتغير مدى الحاجة للمعرفة حول تربية الأطفال. ومن الطبيعي أن تختلف التقديرات حسب متغير شعور أفراد العينة بمدى الحاجة للمعرفة حول تربية أطفالهم. فمن يشعر بالحاجة ويدركها، يمكن أن يكون أكثر حرصاً على تليبيتها وإشباعها، وعندما تتوافر لديه الفرصة أو المصدر للإشباع، يمكن أن يكون أكثر استفادة من هذا المصدر.

متنوعة ومفيدة جداً، ما يزيد من أثرها في عملية الاستفادة من التزود المعرفي والتعلم السلوكي حول تربية الطفل؛ إذ إن التعلم المعرفي والسلوكي ودعمه من خلال دوافع ومحفزات وانفعالات وجدانية وعاطفية إيجابية، إنما يكون له الأثر المنشود في تحقيق الاستفادة القصوى. فكانت الفقرات الأربع الأولى التي حصلت على أكبر تقدير تدور حول زيادة الاهتمام بأهمية المعرفة بتربية الطفل، والشعور بالمسؤولية حيال ذلك، وزيادة الرغبة في التخلص من المشكلات التي تواجه الأطفال، وكانت الفقرة الرابعة التي تتعلق بزيادة تقدير المتخصصين في تربية الطفل، وقد يكون لذلك الأثر الإيجابي الكبير، من خلال التوجه لهم وطلب مد يد العون والتعاون والمساعدة في تربية الطفل، الأمر الذي يحقق قدرًا عاليًا من دعم التربية الوالدية.

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس

يتضح من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجالات الثلاثة: المعرفية، والسلوكية، والوجدانية، تبعاً لمتغير النوع. فهناك توافق بين تقديرات الآباء وتقديرات الأمهات، فكلاهما أكد على الاستفادة مما تقدمه مقاطع الفيديو المحددة سلفاً في مجال دعم التربية الوالدية؛ فعلى الرغم من أن تعرض الآباء كان أقل من تعرض الأمهات لتلك المقاطع، لم تختلف تقديرات الآباء عن تقديرات الأمهات. وقد يرجع ذلك إلى أن الوعي التربوي لدى الآباء أقل منه لدى الأمهات، ورغم تعرضهم الأقل من تعرض الأمهات، فهم يستفيدون بمستوى كبير أيضاً، مقارنةً بمستوى وعيهم في تربية الأطفال. وبصورة عامة، فإن النتائج تؤكد أهمية تلك المقاطع من حيث الشكل والمضمون في مساندة التربية الوالدية، الأمر الذي يحتم ضرورة اتباع إجراءات من شأنها توعية أفراد العينة حول أهمية التعرض لتلك المقاطع والاستفادة منها، ومن ناحية أخرى ضرورة إنتاج مقاطع لها علاقة بالهوية الفلسطينية وبظروف مجتمعنا الفلسطيني وتحدياته وطموحاته، التي لها علاقة بتربية الطفل. وهناك اختلاف مع نتائج دراسة لارس وكريستيان (Lars & Kristian, 2009)، التي بينت وجود اختلاف في التقديرات يرجع للنوع، لصالح الأمهات.

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السادس

يتضح من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجالات الثلاثة: المعرفية، والسلوكية، والوجدانية، تبعاً لمتغير العمر. فهناك توافق بين جميع الفئات العمرية المذكورة، وإن كان من المتوقع أن أفراد العينة في فترة عمرية متقدمة نوعاً ما، تكون لديهم معرفة وخبرة وتلمس لقضايا تربية الطفل أكثر من الفئات العمرية الأقل. ولكن لم تظهر النتائج ذلك، ويعزى ذلك إلى أن



"إلى حد ما" و"لا". وقد يعود ذلك إلى أن أفراد العينة في الفئتين، بعد تعرضهم لمقاطع الفيديو، تولدت لديهم بعض التأثيرات الوجدانية الإيجابية نحو عملية التربية الوالدية.

### التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة الحالية، يوصي الباحث بما يأتي:

- عقد دورات إرشادية لتوعية أولياء الأمور حول الاستفادة من مقاطع الفيديو التي تتناول دعم التربية الوالدية، وبخاصة حول طفل المرحلة المبكرة.
- استحداث برامج إعلامية وطنية محلية توجه الوالدين لصفحات ومواقع متخصصة في تقديم الفيديوهات التي تفيد في تربية الأطفال.
- الاستفادة من التجارب الناجحة في هذا المجال على المستويين العربي والعالمي.
- إجراء دراسات استطلاعية للتعرف على احتياجات الآباء والأمهات في تربية أبنائهم؛ من أجل إنتاج فيديوهات تدعمهم في عملية تربية أبنائهم.

ولتبيان الفروق بين فئات متغير الحاجة للمعرفة، قام الباحث باستخدام اختبار شيفيه. وتبين وجود فروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال المعرفي بين فئة نعم وفئة إلى حد ما، لصالح الأولى. ويعزى ذلك إلى أن الفئة التي أقرت بوضوح أنها في حاجة للمعرفة حول تربية الطفل، كان تقديرها أعلى من الفئة التي أكدت أنها في حاجة للمعرفة إلى حد ما. وهذا أمر منطقي؛ إذ إن أفراد العينة المتعرضين لمقاطع الفيديو ممن لديهم حاجة للمعرفة يكون لديهم حرص كبير على الاستفادة من تلك المقاطع أكثر من الفئة التي تشعر بالحاجة للمعرفة إلى حد ما. كما بينت النتائج أنه لا توجد فروق بين فئتي "نعم" و"لا"، وكذلك بين فئتي "إلى حد ما" و"لا". وقد يرجع ذلك إلى أن الفئة التي أجابت بـ "لا" قد تعرضت لمعلومات ومعارف مهمة حول تربية الطفل من خلال مقاطع الفيديو، واستفادت منها بشكل كبير. وهذا يدل على أهمية المعلومات المقدمة من خلال تلك المقاطع.

وتشير النتائج إلى وجود فروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال السلوكي بين فئة "نعم" وفئتي "إلى حد ما"، و"لا"، لصالح الأولى. ويبدو أن الفئة التي تؤكد أنها في حاجة إلى المعرفة عن تربية الطفل تكون أحرص على اكتساب سلوكيات تتعلق بتربية الطفل؛ إذ إن فهم السلوكيات الواجب القيام بها وتعلمها يحتاج إلى إدراك الحاجة للمعرفة حول تربية الطفل بشكل كبير. فيما بينت النتائج عدم وجود فروق بين فئتي أفراد العينة الذين أجابوا بـ "إلى حد ما"، و"لا"؛ إذ إن دعم التربية الوالدية في مجال السلوك يتطلب قدرًا مناسبًا من التركيز والمتابعة واكتساب المهارات، وهذا الأمر لا يمكن أن يتم بالشكل المطلوب إلا إذا كانت لدى أفراد العينة حاجة واضحة للتعلم والمعرفة حول تربية الطفل.

كما بينت النتائج وجود فروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة حول دور تعرضهم لمقاطع الفيديو التي تتناول تربية الطفل عبر الهاتف الذكي في دعم التربية الوالدية لديهم في المجال الوجداني بين فئة "نعم" وفئة "إلى حد ما"، لصالح الأولى. ويبدو أن الفئة التي أقرت بأنها في حاجة إلى المعرفة حول تربية الطفل من السهل أن تتأثر وجدانيًا بشكل إيجابي فيما يتعلق بمزيد من الاهتمام والرغبة والدوافع الوجدانية جراء تعرضها لمقاطع الفيديو. ويكون هذا التأثير أكبر من تأثير الفئة التي لم تقر بشكل واضح بأنها في حاجة للمعرفة حول تربية الطفل. فيما بينت النتائج أنه لا فروق بين فئتي "نعم" و"لا". ويعزى ذلك إلى أن الفئة التي أقرت بأنها ليست في حاجة للمعرفة حول تربية الطفل قد اعتقدت أنها ليست في حاجة للمعرفة؛ نظرًا للفقر المعرفي حول تربية الطفل. وبعد تعرضها لمقاطع الفيديو، حدث الدعم الوجداني لها فيما يخص دورها في تربية الطفل. وبينت النتائج أنه لا توجد فروق بين فئتي

## References

- Ahmed, I. (2009). The impact of internet use on wife management of life sciences. *Journal of Childhood Studies*, 12(43), 55-71.
- Ahrshawi, G. (2017). Childhood education and child psychology, *Journal of Arab Childhood*, 18(70), 75-79.
- Al-Halaq, P. (2007). The effect of television programs on the socialization process. *Damascus University Journal*, 23 (2), 95-141.
- Al-Kandari, A. (2013). *Family psychology*. Amman: Dar Haneen for Publishing and Distribution.
- Al-Khathami, M. (2016). Applications of smart phones by students of the Faculty of Computer Science and Information, Imam Muhammad bin Saud Islamic University: A descriptive study. *Jordanian Journal of Social Sciences*, 19, 75-92.
- Al-Laabown, G. (2018). The role of family in reducing the effects of the use of means of social communication in family relations. *Journal of Social Affairs*, 35 (137), 37-80.
- Al-Otaibi, M. (2014). Youth uses of smartphones: An ethnographic study in Makkah. *Umm Al-Qura University Journal of Social Sciences*, 7 (1), 11-73.
- Al-Sherbini, G., & Abdel Salam, W. (2014). The educational role of social networking sites in making social change from the perspective of King Khalid University students. *Journal of Education*, 1(157), 11-67.
- Al-Tamimi, N., Felemban, N., Mazroua, M., Omari, G., & Arini, S. (2016). The impact of using an instructional video from YouTube on increasing the educational attainment of secondary school students in Riyadh region. *Journal of Culture and Development*, 17 (110), 1-36.
- Al-Zoghbi, A. (2009). Role of family and kindergartens in early childhood socialization and preparation for school entry. *Education Journal*, 38(99), 180-199.
- Bakar, J., & Bakar, R. (2019). Understanding the support for parents of children with autism through the WATSAPP group. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 4(2), 117-120.
- Baker, S., Sanders, M., & Morawska, A. (2017). Who uses online parenting support? A cross-sectional survey exploring Australian parents' internet use for parenting. *Journal of Child and Family Studies*, 26(3), 916-927.
- Bushikhawi, A., & Mahmudi, M. (2015). Values reflected by foreign content in children's cartoon programs and their impact on the cultural cognitive structure of the child. *Journal of Childhood and Development*, 23(6), 119-166.
- Des, A. (2018). *The role of YouTube in the development of cultural awareness among female university students*. Master Thesis. Al-Jilal Bounaama University, Algeria.
- Doha International Family Institute. (2018). *Parenting programs in the Arab world*. Doha: Hamad Bin Khalifa University.
- Dworkin, J. Connell, J., & Doty, J. (2013). A literature review of parents' online. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 7(2), 387-393.
- Faraj, F. (2019). *Palestinian women's attitudes toward follow-up of women's pages on social networks*. Master Thesis, Islamic University, Gaza, Palestine.
- Farwana, A. (2012). *The effectiveness of electronic video sites in acquiring digital image design skills for female students of the Faculty of Education*. Master Thesis, Islamic University, Gaza, Palestine.
- Ferraro, A., Oehme, K., Bruker, M., Arpan, L., & Opel, A. (2018). The impact of training videos on attitudes about parenting after divorce. *Journal of Divorce & Remarriage*, 59(3), 590-600.
- Hawala, S., Abu Amer, A., & Mobarez, M. (2017). Digital parent education programs in light of the experiences of some countries. *Journal of Education Technology-Studies and Research*, (33), 326-299.
- Ibrahim, M., & Abdul Aziz, B. (2017) *Production of radio and television programs*. Cairo: Modern Book House.
- Jabali, S. (2014). The role of educational media in developing awareness of children's rights in Jordanian society. *Journal of Education* (159)1, 290-304.

- Jad, M. (2009). *Parental awareness in family programs in family and child channel*. Master Thesis, Ain Shams University, Cairo.
- Kathleen S. (2005). Internet social support for parents: The state of science. *Journal of Child and Adolescent Psychiatric Nursing*, 1(14), 26-35. Retrieved from ,<https://doi.org/10.1111/j.1744-6171.2005.00007.x>,2005.
- Lars, P., & Kristian D. (2009). *Parenthood: Information and support on the internet: A literature review of research on parents and professionals online*. BMC Family Practice, Retrieved from: <https://doi.org/10.1186/1471-2296-10-34>.
- Ldera, N. (2017). Satellite TV and value education for children. *Journal of Human and Social Sciences*, (30) , 157-162.
- Palestinian Social and Digital Communication Report*, IBook. (2017). Palestine.
- Rasan, N. (2016). Some psychological and social variables predicting smartphone addiction. *International Journal of Educational and Psychological Sciences*, 2(1), 12-16.
- Sarkadi, A., & Bremberg. S. (2005). Socially unbiased parenting support on the internet: A cross-sectional study of users of a large Swedish parenting website. *Journal of Child Care, Health and Development*, 31(1), 43-52.
- Yuanita, S., Jenny, S., Purwanti, H., & Feliza, Z. (2019). Millennial moms: Social media as the preferred source of information about parenting in Indonesia. *Library Philosophy and Practice* (e-journal), Retrieved from: <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2558>.
- Zahran, H. (2005). *The psychology of growth*. Cairo: The World of Books.
- Zaqout, H. (2016). *The use of Palestinian journalists of applications of social communication through smart phones*. Master Thesis, Islamic University, Gaza, Palestine.