

[١]

فاعلية الإنفوجرافيك في تنمية الوعي الإستهلاكي لطفل
ما قبل المدرسة

د. مروة ابراهيم خليل بطيشة

وزارة التربية والتعليم

دكتوراه علوم تربوية (رياض الأطفال)

جامعة دمنهور

أ.د. ماجدة محمود صالح

أستاذ مناهج الطفل

كلية التربية للطفولة المبكرة

جامعة الاسكندرية

فاعلية الإنفوجرافيك في تنمية الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة

أ.د. ماجدة محمود صالح*، د. مروة ابراهيم خليل بطيشة**

ملخص:

يهدف البحث الحالي إلى التحقق من فاعلية توظيف الإنفوجرافيك في تنمية الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة، وقد تم الاعتماد على التصميم التجريبي ذو المجموعة الواحدة، لعينة من (٤٠) أربعين طفل وطفلة من ٥-٦ سنوات من الملتحقين بمرحلة رياض الأطفال في جمهورية مصر العربية بمحافظة الأسكندرية؛ وتألفت أداة البحث من بطاقة ملاحظة لتقييم سلوكيات الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة عبارة عن (٦٠) مفردة موزعة على سبع محاور فرعية وهي: استهلاك النقود، استهلاك الوقت والجهد، استهلاك التكنولوجيا، استهلاك الغذاء، استهلاك أغراض الغير، استهلاك الأغراض الشخصية، استهلاك الملابس، وقد أسفرت نتائج البحث عن وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى $\geq (0.05)$ بين متوسطات درجات عينة البحث في التطبيق القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي.

الكلمات المفتاحية: الإنفوجرافيك- الوعي الإستهلاكي- طفل ما قبل المدرسة.

* أستاذ مناهج الطفل- كلية التربية للطفولة المبكرة- جامعة الاسكندرية.

** وزارة التربية والتعليم- دكتوراه علوم تربوية (رياض الأطفال)- جامعة دمنهور.

Abstract:

This research aims at verifying the effectiveness of applying the infographic in the development of consumer awareness of the pre-school child. The Pre and post group experimental design was used, and the sample consisted of (40) forty children aged 5-6 years enrolled in the stage of kindergartens in the Arab Republic of Egypt in ALX governorate. The research tool consisted of a note card to evaluate the behaviors of the consumer awareness of the pre-school child. It contains (60) items divided into seven sub-axes: consumption of money, consumption of time and effort, consumption of technology, food consumption, consumption of others' objects, consumption of personal objects, and clothing consumption. Therresults of the study showed a statistically significant difference at the level of (0.05) between the mean scores of the research sample in the pre and post application in favor of the post application. The study recommends the importance of focusing on developing the correct behaviors of the child at an early stage benefitting from the observation cards and applying them in different kindergartens to evaluate the child's consumption behaviors. Attention must also be paid for designing the infographic for the child and using it to meet their various needs.

key words: Infographic- consumer awareness- pre-school.

مقدمة:

أصبح الاهتمام بالطفولة المبكرة في القرن الحادي والعشرين من أولويات الأهداف التربوية والتعليمية على المستوى الدولي والعربي حيث ينأسس عليها جميع المفاهيم والمعارف والخبرات والميول والاتجاهات.

ويعد الإهتمام بالطفولة من أهم المعايير، التي يقاس بها تقدم أي مجتمع في العصر الرقمي، الذي يتميز بسرعة تدفق المعلومات وتتطور التقنيات والمستحدثات،، ويجب على برامج إعداد معلمة الطفولة، تزويدها بالكفايات اللازمة للتفاعل مع ثورة التقنيات والمعلومات التي يشهدها العصر الحالي، لتوظيف التطبيقات التقنية المختلفة في تعليم وتعلم أطفال مرحلة ما قبل المدرسة.

ولأن الطفولة من أهم المراحل النمائية/الارتقائية في حياة الإنسان حيث تساهم في التشكيل الاجتماعي والأستهلاكي له لذلك فهي تستهدف بقوة مجالاً مؤثراً لتنمية الثقافة الاستهلاكية للطفل على نحو مقصود، ومتعمد منذ نعومه أظفاره (Cook, 2004, 2008)؛ لذلك؛ أوضح (Dotson & Hyatt, 2000) أنه ليس مستغرباً على الإطلاق أن يتم إضفاء الصبغة التجارية البحتة بشكل متزايد على عالم الأطفال الذين أصبح ينظر إليهم باعتبارهم يمثلون الأساس لبناء الثقافة الاستهلاكية المعاصرة بكل ما تتضمنه من معارف، وقيم، ورسائل اتصالية، وممارسات تطبيقية مختلفة.

ويشير (Gunter & Furnham, 1998) إلى أن البدايات الأولى لاهتمام صناع السياسات، والمسوقين، والتربويين بقضايا الارتقاء بالتنشئة الاستهلاكية لدى الأطفال تعود إلى حقبة منتصف عقد السبعينيات من القرن العشرين- وبخاصة من منظور مدخل التعلم الاجتماعي، كأحدى وظائف العوامل البيئية المؤثرة في تفاعلات الطفل مع الوسائط المختلفة للتنشئة الاستهلاكية (مثل: الوالدين، وجماعات الأقران، ووسائل الإعلام) في مجموعة متنوعة من المواقف، والسياقات الاجتماعية المختلفة.

وتوصل كل من (Grant & Stephen, 2005)، (Gronhaug & Venkatesh, 2007) لعدد من العوامل الأخرى المؤثرة في الارتقاء بعمليات التنشئة

الاستهلاكية لدى الأطفال، تتضح فيما يلي: الطبقة الاجتماعية، والقيم السائدة، والموارد الاقتصادية، والمستوى التعليمي، بالإضافة للمعاني الرمزية التي يضيفها الطفل على المنتجات، والخدمات الاستهلاكية المختلفة.

ومن أحد أهم الاتجاهات هو الإتجاه نحو ما يسمى بالصورة الذهنية، فلا خلاف على أهمية الصورة في عمليتي التعليم والتعلم ودورها البارز في تسهيل وتيسير الوصول للمعلومة وبقاء أثر تعلمها لوقت أطول لما تخاطبه من حواس مختلفة للطفل وتحفز المثير لديه للاستجابة المناسبة. ومن هذا المنطلق ظهرت الصور التعليمية والرسوم والفيديو التعليمي وغيرها، فلا تخلو مدونة أو صحيفة أو وسائل التواصل الاجتماعي من العديد من البيانات المصورة والتي يطلق عليها مصطلح الانفوجرافيك (Infographics) وهو ذلك النوع من الرسوم الذي يُنظر اليه كفرع أساسي وقائم بذاته يعمل على دمج مستحدثات التقنية اضافة الى الحس الإبداعي والفني في تقديم معلومة بشكل موجز ومشوق ومترايط وهو بذلك يُعد من العلوم الأساسية التي تدمج بين التطور التقني والمعرفي والتربوي وتحقق كل ما تنادي به نظريات التعلم الحديثة (Yıldırım, 2016).

وقد ظهر فن الانفوجرافيك بتصميماته المتنوعة في محاولة لإضفاء شكل مرئي جديد لتجميع وعرض المعلومات والبيانات ونقلها في صورة جذابة إلى القارئ، حيث ان تصميمات الانفوجرافيك مهمة جداً كونها تعمل علي تغيير طريقة الأفراد في التفكير تجاه البيانات والمعلومات الأكثر تعقيداً، وعليه يمكن القول بأن علم الانفوجرافيك (Infographics) هو فنّ تحويل المعلومات والبيانات والمفاهيم المعقدة إلى رسوم وصور يمكن استيعابها وفهمها بوضوح وتشويق، وهو أسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وواضحة للقارئ BanuInanc, (2014,40).

وتعمل تقنية الانفوجرافيك بما تتميز به من تصميمات جذابه على تغيير أسلوب تفكير الأطفال في المعلومات والبيانات المعقدة، حيث تضيف شكلاً جديداً لجمع وعرض المعلومات أو نقل البيانات بشكل جذاب ومثير إلي الأطفال، كمال تساعد تلك التقنية المعلمين في تقديم المحتوى التعليمي بأسلوب شيق وجديد يعمل على تنمية مهارات التفكير لدي المتعلمين، لذا لا بد من البحث عن طرق جديدة

لتطبيق هذه التقنية في خدمة العملية التعليمية ودمجها في المحتوى التعليمي (Yildirim, 2016).

ولا يعد الانفوجرافيك فقط مجرد أرقام ورسوم بيانية أو تصاميم، إنما هو مواد ودراسات بحثية معقدة تم تبسيطها وتحليلها وإخراجها برسم بياني مبسط لتسهيل على القارئ النظر لجوهر الموضوع والتمعن فيه، وعليه فالإنفوجرافيك يعد طريقة خلاقة وفن مبتكر لفهم المحتوى، إذ يضم نص يشمل إحصاءات وأرقام حول موضوع معين يتم تنفيذه وإخراجه بإبداع لتبسيط وتوضيح الرسالة للمتلقي وإيصال البيانات المستهدفة بشكل مبسط، كما تسهم تصميمات الإنفوجرافيك بشكل فعال في زيادة وإثراء المحتوى التعليمي على شبكة الإنترنت Sidneyeve & Jaigris, (2014,3).

ويمكن الاستفادة من مميزات الأنفوجرافيك كأداة لتقديم المعلومات بما يعمل على تيسير عرض البيانات المعقدة في صورة تمثيل بصري مفهوم بشكل إجمالي (Crnokrak,2013) ويمكن أن يؤدي استخدام العناصر البصرية في عمليتي التعليم والتعلم إلى تحقيق نتائج إيجابية استناداً إلى القواعد والاستراتيجيات البصرية التي يستخدمها المعلمون لتعظيم تأثيرها بفاعلية (Stokes,2002) ويمكن أن تقدم الأنفوجرافيك العديد من المميزات للمتعلمين أثناء عملية التعلم مثل: تحسين جودة فهم المعلومات، والأفكار والمفاهيم المقدمة، وتحسين مهارات التفكير الناقد، وتطوير وتنظيم الأفكار. ويتفق استخدام الأنفوجرافيك لتقديم المعلومات للمتعلمين مع نظرية التعلم البصري نظراً لأن الاتصال البصري يعمل كنظام دعم رئيسي لقدرات المعالجة المعرفية على حل المشكلات المعقدة جنباً إلى جنب مع تشكيل السلوك وإثارة دافعية المتعلمين إلى التميز (Williams,2013).

ووفقاً ل كروم (Krum, 2013)، وتوث (Toth, 2013)؛ فإن الإنفوجرافيك يقدم المعلومات للأطفال في قالب بصري يتميز بتدفق معلوماتي معين اعتماداً على استخدام مجموعة متنوعة للغاية من طرق، وإستراتيجيات العرض، مثل: الصور الثابتة، والفيديوهات، والرسوم البيانية، والقوائم، والنصوص المكتوبة بما يمكنه بالتالي من تحقيق أكبر استفادة ممكنة من توظيف كافة أنماط، وقوالب تصميم الوسائط المتعددة.

وبالنظر للدراسات التي تناولت الانفوجرافيك، نجدها طبقت على مراحل متقدمة أكثر من المراحل التعليمية الدنيا وأيضاً لتنمية اهداف متنوعة وهدفت للتحقق من فاعلية الأنفوجرافيك على تسهيل ودعم تعلم الطلاب كما في دراسة نوح وزملاؤه (Noh, et al.,2015)، ودراسة (Rueda, 2015)، لتيسير عمليه التعلم من خلال بناء المحتوى البصري السمعي استنادا إلي تصميم الجرافيك واستخدام إستراتيجية بغرض تعليم الطلاب كيفية تصميم رسائل بصرية فعالة، كما أن هناك دراسات أهتمت بإمكانيات تحسين موارد التعلم الرقمية من خلال التصميم البصريلأنفوجرافيك كما في دراسة روتنين (Ruottinen,2014)، Kibar & Akkoyunlu, (2015).

ووفقاً ل (Lankow et al., 2012)؛ عادةً ما يُنظر إلى جذب الانتباه Appeal، والفهم Comprehension، والاحتفاظ بالمعلومات Retention باعتبارها تمثل الأهداف الرئيسية الثلاث لاستخدام الإنفوجراف مع ملاحظة أن درجة قوتها النسبية تتباين في ضوء تباين أغراض الإنفوجراف (الدراسية/العلمية، والتسويقية، والتحريرية) المختلفة وهو ما يساهم في حل مشكلة البحث الحالي. وقد ظهر الإنفوجرافيك بنمطيه الثابت، والمتحرك بما يتميز به من دور مهم وفعال في تبسيط المعلومات والسهولة في قراءة الكميات الهائلة من البيانات المعلوماتية، والتي لم تقطع الدراسات السابقة أو غيرها بغالبية تأثير أي منهما على نواتج التعلم المختلفة (عمرودرويش وأماني الدخني، ٢٠١٥).

عند النظر للدراسات السابقة التي تناولت الانفوجرافيك نجدها طبقت على مراحل متقدمة أكثر من المراحل التعليمية الدنيا وأيضاً لتنمية اهداف متنوعة وهدفت للتحقق من فاعلية الأنفوجرافيك على تسهيل ودعم تعلم الطلاب كما في دراسة نوح وزملاؤه (Noh, et al.,2015)، ودراسة رويدا (Rueda, 2015)، وعلى تنمية التفكير البصري والاتجاه للتعلم كما في دراسة عمرو درويش وأماني الدخني (٢٠١٥)، وتيسير عمليه التعلم من خلال بناء المحتوى البصري السمعي استنادا إلي تصميم الجرافيك كما في دراسة رويدا (Rueda, 2015)، كما تستخدم إستراتيجية تعلم بغرض تعليم طلاب كيفية تصميم رسائل بصرية فعالة. دراسة كيبار وأكوينلو

(Kibar & Akkoyunlu, 2015)، كما أن هناك دراسات أهتمت بإمكانيات تحسين موارد التعلم الرقمية من خلال التصميم البصري للأنفوجرافيك كما في دراسة روتنين (Ruottinen, 2014).

ربما لا توجد دراسة مباشرة على حد علم الباحثان في توظيف الأنفوجرافيك ولكن تعددت الدراسات السابقة ذات العلاقة بالرسوم ومخططات المعلوماتية وتناولت توظيف التقنيات المختلفة بما تحتوي على وسائط متعددة بصرية في تنمية التربية الإستهلاكية لطفل الروضة فقد أكدت دراسة (حنان ابراهيم، ٢٠١٢) قدرة الصورة الفوتوغرافية التعليمية كأحد الوسائط المتعددة في إكساب طفل ما قبل المدرسة المعلومات والمهارات وبناء المفاهيم لديه. إدراك أهمية الصورة الفوتوغرافية التعليمية المعدة باعتبارها علمية مدروسة والمستخدمة كأحد المثيرات الحسية في إكساب طفل ما قبل المدرسة المعلومات والمهارات والمفاهيم المناسبة بما يساعده على اللحاق بالركب الهائل من التطور التكنولوجي والعلمي المعاصر، ضرورة توظيف برامج الوسائط المتعددة بشكل خاص في التعليم وخاصة المراحل الأولى منه، كما أظهرت نتائج دراسة نبيلة خطاب (٢٠٠٣) أن أعلى نسبة من ربات أسر عينة البحث لديهم وعى كافي بترشيد الاستهلاك في مجالات السلوك الاستهلاكي المختلفة (غذاء- ملابس- مفروشات- مسكن- أدوية- مياه- كهرباء- معلومات- اتصال)، وكانت أعلى نسبة في مجال الغذاء وهي ٦٥.٧% من عينة الدراسة لديهم وعى كافي بمجالات السلوك الاستهلاكي. وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ بين متوسطات السلوك الاجتماعي لربات الأسر في داخل المنزل نتيجة اختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة. كانت ربات الأسر ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع جدا هي الأكثر وعيا بالسلوك الاجتماعي داخل الأسرة مقارنة بباقي المستويات الأخرى، وتناولت دراسة منار الشامي (٢٠٠٦) تحديد قائمة بمفاهيم الاقتصاد المنزلي الملائم تنميتها لدى طفل ما قبل المدرسة واتصف برنامج الوسائط المتعددة المقترح بالفاعلية في تنمية المعلومات والمهارات والاتجاهات المرتبطة بكل من مفهوم (الغذاء _ ترشيد الماء) لدى طفل ما قبل المدرسة (من ٥- ٦ سنوات)، كما هدفت دراسة حنان عبد الحلیم نصار (٢٠٠٦)

إلى تنمية قدرة طفل الخامسة علي قراءة الصورة والوصول إلي مستويات أعلى من مستوى العد في قراءة الصور، وقد كان من أهم نتائج البحث أن جميع الأطفال عينة البحث يستخدمون العد أو التسمية في قراءة الصورة، أما مستوى الوصف قل اهتمام الأطفال بوصف تفاصيل الصورة، توصلت نتائج دراسة (Fernandes, 2008) أن الأطفال الذين يستهلكون المشروبات الغازية بشكل كبير في المدرسة يرجح أن يكون استهلاكهم لها عال بصفة عامة. في المقابل، فإن الحد من توافر هذه المشروبات في المدرسة يقلص استهلاكها بنسبة ٤%. ومن ثم فإن عدم توافرها في المدرسة لا يؤثر بشكل كبير على الاستهلاك الكلي لها، مما يطرح أسباب أخرى تتدخل في الوعي الاستهلاكي للطلاب من قبيل البيئة الغذائية في المنزل والمدرسة.

وقد أشارت نتائج دراسة (Moss, Smith, Null, Long Roth & Tragoudas, 2013) إلى وجود فروق دالة فيما يتصل بمعرفة الأطفال بالألياف، والمعرفة بالفيتامينات والأملاح المعدنية، والسلوك الاستهلاكي للخضروات في المدرسة، والقيام بالرحلات الميدانية للحقول ومشاهدة المزارع.

بينما توصلت نتائج دراسة أسماء سالم (٢٠١٥) إلى فعالية برمجية ألعاب الكمبيوتر التعليمية المقترحة في تنمية بعض المفاهيم الاقتصادية (النقود، والادخار، والبيع والشراء، وترشيد استهلاك الماء، وترشيد استهلاك الكهرباء) لدى الأطفال مجموعة البحث، وكذلك أثبتت فعاليتها في تنمية بعض الميول الاقتصادية نحو: النقود، والادخار، والبيع والشراء، وترشيد استهلاك الماء، وترشيد استهلاك الكهرباء

تمثل الرسوم المتحركة عملية تجارية تتضمن قيم استهلاكية يمكن ضبطها، مثل دراسة (Pettigrew & Roberts, 2006)، وقد أوضح أريف وتنفير في دراستهم (Arif & Tanvir, 2012) التي حاولوا من خلالها معرفة العلاقة بين صور الرسوم المتحركة الملصقة على منتجات معينة وبين الرغبة الجامحة لدى الأطفال من أجل شرائها، حيث أن تلك الصور هي في الغالب عبارة عن شخصيات رسوم متحركة مفضلة لدى الطفل، وهذا ما حاول ضبطه، وبالفعل كانت العلاقة قوية، واتضح وأن الرسوم المتحركة تجعل الطفل يتجه باندفاع نحو كل منتج تظهر عليه صورة رسومه المفضلة، كما أكد سكندوفو (Secondulfo, 2014)، دراسته والتي كانت تحت عنوان التنشئة الاجتماعية للمستهلكين الصغار على دور

الذي يلعبه نوع معين من الرسوم المتحركة في قيادة الطفل إلى التسوق، كما تهدف دراسة ابصير سفيان (٢٠١٥) إلى الكشف عن العلاقة بين مشاهدة الرسوم المتحركة واكتساب قيم الاستهلاك لدى الأطفال، من خلال محاولة تحليل محتوى للسلسلة الشهيرة سبونج بوب، ولمعرفة فيما إذا كان الأطفال كلما شاهدوا أكثر كلما كانت قيم الاستهلاك لديهم أكثر تأكيدا، وتوضح هذه الدراسة أن الرسوم المتحركة في عمقها، هي أكثر تعقيدا مما كنا نعتقد.

توصلت نتائج دراسة (Smith & Cunningham-Sabo, 2014) أن ٤٥% فقط من الطلاب اختاروا استهلاك الخضروات؛ وأهدروا ما يزيد عن ثلث الحبوب، والفاكهة، والخضروات. كما أن أقل من نصف الطلاب هم من استوفوا المعايير الوطنية للوجبات الغذائية والفيتامينات؛ وهو ما يؤكد على الحاجة لتربية استهلاكية نظامية تعمل على زيادة الوعي الاستهلاكي لهؤلاء الطلاب.

كما هدفت دراسة سحر نسيم (٢٠١٥) إلى قياس فعالية البرنامج المقترح في تحسين سلوكيات ترشيد استهلاك المياه لدى طفل الروضة، وتوصلت الدراسة إلى توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أطفال المجموعتين التجريبية والضابطة في الأداء البعدي لمقياس سلوكيات ترشيد استهلاك المياه طفل الروضة لصالح أطفال المجموعة التجريبية.

وأسفرت نتائج دراسة شيماء فريد (٢٠١٥) إلى التعرف على دور التفاعل المستقل مع شبكات التواصل الاجتماعي والذكاء الاستهلاكي للطفل، عن أن معرفة الأطفال لأسعار السلع المألوفة والأكثر رواجاً عن طريق البحث على الإنترنت جاءت في المقدمة، كُبعد من أبعاد الذكاء الاستهلاكي بالنسبة لعينة الأطفال. كما لاحظ اتفاق أطفال العينة على حصولهم على مصروف جيب أسبوعي والاحتفاظ بالمبالغ التي يحصلون عليها خلال العام لشراء منتجات غالية السعر، ومن خلال توصيف آراء العينة من الأطفال بالنسبة لمعرفة أسعار السلع المألوفة والأكثر رواجاً فقد جاء ترتيب الدراجة في الترتيب الأول يليها التليفزيون المحمول سامسونج ثم البلاي ستيشن. وأوصت الدراسة بضرورة بناء الشركات العالمية الكبرى الولاء للعلامة التجارية لدى الطفل منذ الصغر، وذلك عن طريق تبني سياسة تسويقية

واضحة تحترم عقول الأطفال، وأن تبلغ الرسالة الإعلانية المزيد من المصادقية التي تحترم درجة الذكاء التي وصل إليها الأطفال في ظل العصر الحديث بما فيه من تكنولوجيا حديثة. أيضاً العمل على معرفة وفهم دوافع المستهلك الصغير بشكل مستمر وعلمي، فالأطفال أصبحوا بشكل متنامي يمثلون شريحة كبيرة من السوق الحالي والمستقبلي.

أكدت نتائج دراسة (De Craemer, De Decker, De Bourdeaudhuij, Verloigne, Duvinage, Koletzko & Iotova, 2014) إلى الحاجة لرفع مستويات الوعي لدى المعلمين والآباء فيما يتعلق بمسئوليتهم تجاه السلوكيات الصحية لأطفال ما قبل المدرسة. ويجب من تزويد معلمات الروضة بمواد تعليمية جاهزة تشجعهم على تغيير الأنشطة البدنية والسلوكيات الاستهلاكية للمشروبات لدى الأطفال، كما أكدت نتائج دراسة هويدا محمد (٢٠١٧) على دور الإعلان التليفزيوني كأحد مداخل التنشئة الاجتماعية في أشكال السلوك الاستهلاكي للطفل، وتحديد إلى أي مدى تؤثر أشكال سلوك للطفل في تعلمه السلوك الاستهلاكي، وتمثلت أبرز نتائج دراسة هبه ابراهيم (٢٠١٨) أكدت على فاعلية البرنامج القائم على استراتيجية خرائط المفاهيم في اكتساب طفل الروضة بعض المفاهيم الاقتصادية التي ساهمت في تعليمه سلوكيات اقتصادية تجعله يعي أزمات اليوم التي نعيشها ما بين غلاء الأسعار وانخفاض الدخل ويسعى لبناء تصور يحل مشكلاته الاقتصادية الأسرية انطلاقاً للمشاركة في حل الأزمة الاقتصادية غدا وهم يطمحون بمكانة أفضل في مجتمع مستقبلي مليئ بالخير والرخاء. إن شاء الله. وقد أوصت الدراسة بضرورة استخدام استراتيجية خرائط المفاهيم أو الصور الذهنية كنشاط أساسي بالروضة يساهم في إكساب الطفل مختلف المعارف والمعلومات والمفاهيم التي تعمل على تشكيل سلوكياته بصورة فكرية منظمة. لذلك نأمل أن تساهم نتائج الدراسة الحالية في تطوير المنهج المتبع لتعليم طفل الروضة، والحرص على استخدام استراتيجيات التعلم الحديثة وتغطيتها في دراسات بحثية مستقبلية تغطي جوانب أخرى لم تشملها الدراسة الحالية.

ومن خلال العرض السابق نجد أن غالبية الدراسات استخدمت بطاقات مصورة أو خرائط مفاهيم أو إعلانات في التليفزيون أو وسائط متعددة وجميعها تحمل

بعض خصائص الأنفوجرافيك بشكل غير مباشر حيث أن جميعها تعتمد على الوسيط البصري في توصيل المعلومات للطفل

كما برزت مشكلة البحث الحالي من خلال متابعة الروضات والتدريب الميداني للطالبات فتبين: عدم وجود محتوى واضح للمفاهيم التربوية الاستهلاكية للأطفال ضمن مناهج طفل الروضة؛ مما أدى لغياب الاهتمام بالتربية الاستهلاكية في أنشطة التعلم حيث تركز المعلمات أثناء اليوم الدراسي والأنشطة اليومية على عدد قليل من سلوكيات الوعي الاستهلاكي وثيقة الصلة بسلوكيات الاستهلاكية داخل حجرة النشاط أو الفناء، بالإضافة إلى أن المعلمات لا تقدمها بطريقة فعالة وإنما بشكل اجتهادي معتمدة في ذلك على تلقين الأطفال السلوكيات وإعطاؤهم أوامر دون شرح وتفسير وعدم الإهتمام بتصميم أنشطة تعليمية وإعداد وسائل تعليمية لتنمية سلوكيات الوعي الإستهلاكي لدى الأطفال بطريقة جذابة وفعالة، والإكتفاء باستخدام بعض البطاقات المصورة لبعض السلوكيات الاستهلاكية الصحيحة والخاطئة.

ووجود العديد من السلوكيات الاستهلاكية السلبية الواضحة خاصة المرتبطة بالغذاء وتناول الاقطار وكيفية حفظه ونوعية المشروبات التي يتناولها الأطفال وكيفية التعامل مع النقود بالإضافة لمشكلات حفاظ الأطفال على أدواتهم وممتلكاتهم الشخصية وغيرها من السلوكيات

وقد تم تطبيق اختبار مصور لبعض مفاهيم الوعي الاستهلاكي على عينة استطلاعية (غير عينة البحث) وتبين أن الأطفال لا يمتلكون إلا قدر ضئيل من المفاهيم الاستهلاكية.

وفي ضوء نتيجة مسح الدراسات السابقة التي تناولت التربية الاستهلاكية لوحظ قلة الأبحاث في المجال العربي، وتركيز معظم الدراسات إما على تنمية المفاهيم الاستهلاكية أو الاتجاه نحو القيم الاستهلاكية فقط وقليل منها التي تناولت سلوكيات الوعي الاستهلاكي، لذلك يصبح لإجراء هذا البحث أهمية في مرحلة الطفولة المبكرة من خلال التركيز على سلوكيات الوعي الإستهلاكي، كما وجد أن غالبية الدراسات استخدمت معالجات مختلفة تشترك في تصميم الرسالة التعليمية من

خلال التمثيل البصري للمعلومات المتعلقة بمفاهيم التربية الاستهلاكية، ومن هنا جاءت فكرة البحث توظيف الأنفوجرافيك وفق ما يتمتع به من خصائص بصرية جيدة والقدرة على تنظيم المعلومات وتوضيح العلاقات بينها بطريقة ذات معنى.

ومع ندرة الأهتمام بتنمية سلوكيات الوعي الاستهلاكي، للأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة من خلال البرامج المتخصصة في ذلك، وعدم تركيز معلمات المرحلة على الأنفوجرافيك كأداة فعالة لتنمية السلوكيات والمعلومات، فبناء عليه فقد تم توظيف الإنفوجرافيك في تصميم أنشطة التعلم للطفل عبر مجموعة متنوعة للغاية من المواد البصرية القادرة على تنمية الحس الفني والإبداعي في تقديم المعلومة بشكل يساهم على تحقيق هدف هذا البحث

تتضح أهمية الموضوع الحالى وتميزه بالجدة والتفرد من حيث تطبيق الأنفوجرافيك في المرحلة العمرية (٤-٦) سنوات كما تتأكد الأهمية فى تناوله للمفاهيم التربوية الاستهلاكية بالإضافة لسلوكيات الوعي الاستهلاكي لطفل الروضة

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث فى ضعف مفاهيم وسلوكيات الوعي الإستهلاكي لدى طفل ما قبل المدرسة، مما يتطلب إيجاد حلول وبدائل يمكن أن تساعد فى اكسابه سلوكيات الوعي الإستهلاكي من خلال توظيف الإنفوجرافيك فى تصميم الأنشطة التعليمية له. وبذلك يمكن معالجة ما سبق من قصور فى الإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

• ما فاعلية الإنفوجرافيك فى تنمية الوعي الإستهلاكي وفق المداخل التربوية المختلفة لتناول آليات الارتقاء بالتنشئة الإستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة؟.

وينبثق من هذا السؤال ما يلى من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما سلوكيات الوعي الإستهلاكي المتطلب اكسابها لطفل ما قبل المدرسة بما يتوافق مع ظروف البيئة المصرية؟
- ما البرنامج المقترح القائم على الإنفوجرافيك فى تنمية الوعي الإستهلاكي وفق المداخل التربوية المختلفة لتناول آليات الارتقاء بالتنشئة الإستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة؟

- ما فاعلية البرنامج المقترح القائم على الإنفوجرافيك في تنمية مفاهيم الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة؟
- ما فاعلية البرنامج المقترح القائم على الإنفوجرافيك في تنمية سلوكيات الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة؟

هدف البحث:

يهدف البحث الحالي الى إكساب الطفل المصري بمرحلة ما قبل المدرسة المفاهيم والسلوكيات المتطلبة للإستهلاك والمرتبطة بالوعي الإستهلاكي اللازم تنميته لديه.

أهمية البحث:

- ترجع أهمية البحث الحالي إلى:
- تحديد قائمة بسلوكيات الوعي الاستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة.
- قد يفيد البرنامج المقترح على في توجيه أنظار متخذي القرار بضرورة تضمين التربية الاستهلاكية لمناهج رياض الأطفال.
- يمكن أن يفيد البحث الحالي في أداء معلمات رياض الأطفال لمهام تعليمية جديدة مما تتواكب مع الاتجاهات القومية والعالمية لإعداد معلمات رياض الأطفال في القرن الحادي والعشرين، لتوظيف الإنفوجرافيك في تصميم الأنشطة التعليمية.

حدود البحث:

يلتزم البحث بالحدود التالية:

- **الحدود البشرية:** تكونت العينة الاستطلاعية للبحث من (٢٠) طفل وطفلة من أطفال روضة مدرسة أنس بن مالك بمحافظة الأسكندرية، أما العينة الأساسية فتكونت من (٤٠) طفل وطفلة من أطفال روضة مدرسة أنس بن مالك بمحافظة الأسكندرية.
- **الحدود الموضوعية:** تنمية سلوكيات الوعي الاستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة.
- **الحدود المكانية:** روضة مدرسة أنس بن مالك بمحافظة الأسكندرية.

منهج البحث:

وينتج هذا البحث، المنهج الوصفي والتحليلي (لبناء أدواته)، كما يستخدم المنهج شبه التجريبي ذو المجموعة الواحدة في القياسين القبلي - البعدي للتحقق من فاعلية الإنفوجرافيك في تنمية مفاهيم وسلوكيات الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة.

أدوات البحث:

وتتمثل فيما يلي:

- بطاقة ملاحظة لسلوكيات الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة.
- اختبار تحصيلي مصور لمفاهيم الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة.
- مواد المعالجة التجريبية: تضمنت ما يلي: برنامج تنمية السلوكيات الإستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة.

الاطار النظري وما يتضمنه من دراسات سابقة

الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة

يُعرف المستهلكين، على أنهم الأفراد الذين يواظبون باستمرار على شراء السلع، والخدمات المتاحة أمامهم في السوق بهدف إشباع احتياجاتهم المختلفة. وعلى هذا الأساس؛ يشير مصطلح Consumer Education إلى تزويد المستهلكين بأنشطة تربوية، وتعليمية متنوعة بهدف تمكينهم من تحديد طبيعة، ومكان، وزمان، وآليات وحجم ما يشترونه، ويستخدمونه من سلع، وخدمات متاحة أمامهم في السوق (Thoresen et al., 2010).

ومن هذا المنطلق؛ يرى (Ukpore, 2006) التربية الإستهلاكية كعملية تربوية متكاملة الأركان ل تزويد أفراد المجتمع بالمعارف، والمهارات التي يحتاجونها هم ليصبحوا مواطنين متتورين إستهلاكياً Consumer Literate Citizens. وبمعنى آخر: فإنها تمثل عملية اكتساب المعارف، والمهارات اللازمة لإدارة الموارد الإستهلاكية المتاحة بالتوازي مع اتخاذ الإجراءات، والتدابير المناسبة للتأثير الفعال على إتخاذ القرارات المختلفة للمستهلكين.

وأشارت (Benn, 2002) بوضوح إلى أن التربية الاستهلاكية تعتمد - مثلها في ذلك مثل أي عملية تربوية، وتعليمية أخرى مناظرة- على مثلث التفاعل بين الأطفال، والمعلمين، والمحتوى الدراسي المقرر من كلا منظوري الحاضر، والمستقبل؛ كما أكد (Ukpore, 2006) أكد على أن برامج، ومقررات التربية الاستهلاكية المطبقة على المستوى المدرسي يجب أن تهدف دائماً إلى المساهمة إيجاباً في تمكين الأطفال من التحول ليصبحوا مواطنين مستنيرين يتميزون بالقدرة على اتخاذ القرارات المنطقية الصائبة فضلاً عن كونهم كذلك أعضاء منتجين في القوة العاملة للمجتمع.

ويضيف كل من (Yıldırım, 2016)، و (McCartney, 2013) بأن التربية الاستهلاكية عادةً ما ترتبط على نحو وثيق بالقضايا، والمهام اليومية، والتطبيقية للأفراد العاديين في المجتمع (مثل: صنع واتخاذ القرار فضلاً عن شراء، واستهلاك السلع، والخدمات المختلفة). وبالتالي؛ فإنها تتميز إلى حد بعيد بالطابع المنطومي الذي يمزج على نحو متكامل بين مجموعة متنوعة للغاية من المعارف العقلية، والاتجاهات الوجدانية، والمهارات العملية التطبيقية الواجب توافرها لإعداد المستهلكين الفاعلين من منظور مستدام مدى الحياة، فهو يؤكد على أهمية القرارات الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية، والسياسية التي يتخذها المتعلمون - سواء اليوم، أو غداً، أو في المستقبل في هذا الشأن.

ويرى (McGregor, 2005)؛ أنه عادةً ما تركز برامج، ومقررات التربية الاستهلاكية على تحقيق هدفين رئيسيين متكاملين يرتبطان على نحو وثيق بالمستهلك، وهما:

- تزويد المستهلك بالنصح والإرشاد، والمعلومات اللازمة لتعريفه بحقوقه، ومسئوليته المختلفة على نحو يمكنه بالتالي من الوصول إلى خيارات مناسبة، وعقلانية منطقية تتميز بالكفاءة وتمكنه من تحقيق مصالحه الذاتية، والاستفادة من حماية الحكومات، وعدم التعرض للاستغلال أو الضرر من قبل المؤسسات الربحية لعالم المال والأعمال.
- دعم قدرة مواطني المجتمع على التحول ليصبحوا مستهلكين ماهرين، ومتنورين، ومسؤولين اجتماعياً بما يساهم بالتالي في شعورهم بالتمكن، والقدرة على تحقيق

مصالح الآخرين بجانب مصالحهم الذاتية؛ وبالتالي تمكنهم من المساهمة بإيجابية في تحقيق الصالح العام للمجتمع ككل.

توظيف الانفوجرافيك في التعليم:

هناك العديد من المسميات لهذا التقنية منها (انفوجرافيكس / Infographics) أو (التصاميم المعلوماتية / Information Design) وأيضاً يطلق عليها (البيانات التصورية التفاعلية / Data Visualization)، وقد تتباين الكثير عن المعلومات المدرجة في التصميمات الإنفوجرافيكية وذلك لشدة تعقيد البيانات المحللة في التصميم الإنفوجرافيك، فالمقصود هنا هو تداخل المعلومات لإيضاح صورة معينة، فعندما نستخدم مصطلح (البيانات التصورية / Data Visualization) فهو يعبر عن مصطلح عام يستخدم لوصف البيانات المعروضة بطريقة مرئية تحتوي على مواد تفاعلية، بينما إذا ما توفرت مادة بصرية مرئية تبين معلومات مهمة فهو يسمى بشكل عام (إنفوجرافيكس / Infographics). (Kos & Sims, 2014,3,4)

ويعتبر الانفوجرافيك من التقنيات الحديثة التي تتخذ المدخل البصري منطلقاً للتواصل المعلوماتي والتنمية العلمية هي تقنية الانفوجرافيك، فهي من الفنون التي تساعد القائمين علي العملية التعليمية في تقديم المحتوى التعليمي بأسلوب جديد وشيق يحمل الكثير من المثيرات البصرية التي تجذب انتباه الأطفال، ومن هذا المنطلق يرى الباحث أن استخدام التخيل والتصور البصري من خلال مجموعة من النماذج البصرية والأشكال التوضيحية، والرسوم البيانية من خلال توظيف تقنية الإنفوجرافيك، قد يساعد في تدريب وتنمية المهارات المرتبطة بحسن الأستهلاك لدي أطفال الروضة.

وحدد لامب وجونسون (Lamb & Johnson, 2014) الهدف العام لاستخدام الإنفوجراف عبر تحديد خمسة أغراض خاصة متنوعة للاستخدامات المختلفة للإنفوجراف هي تحديداً ما يلي:

- تنظيم الأفكار بطريقة منطقية دقيقة.
- توضيح العلاقات المعقدة بطريقة بصرية.

- المقارنة بين المعلومات المتاحة على نحو فعال.
- جعل البيانات هادفةً، وذات معنى باستخدام التشبيهات، والأمثلة العملية، والصور العقلية المناسبة لتحويل هذه البيانات إلى معلومات.
- السرد القصصي بهدف نقل، وتوصيل الأفكار المطلوبة باستخدام الصور البصرية، والكلمات معاً بطريقة مشوقة، وجاذبة للانتباه بدلاً من الاكتفاء باستخدام الكلمات فقط.

وقد تم بتوظيف الإنفوجرافيك في تصميم أنشطة التعلم للطفل نظراً لأهميته وامكانياته التربوية المناسبة في عرض البيانات، والمعلومات البصرية لتمكين الأطفال من تلقي المعلومات المطلوبة عبر استخدام مجموعة متنوعة للغاية من المواد البصرية والتي تتمتع ببنية منظمة، ومرتبطة منطقياً، قادرة على تنمية الحس الفني والإبداعي في تقديم معلومة بشكل موجز ومشوق، حيث تدمج بين التطور التقني والتربوي والمعرفي، وتحقق كل ما تنادي به نظريات التعلم الحديثة.

ووفقاً ل كروم (Krum, 2013)، وتوث (Toth, 2013)؛ يتميز الإنفوجرافيك بأن بالإمكان تقديم المعلومات للأطفال في قالب بصري يتميز بتدفق معلوماتي معين اعتماداً على استخدام مجموعة متنوعة للغاية من طرق، وإستراتيجيات العرض، مثل: الصور الثابتة، والفيديوهات، والرسوم البيانية، والقوائم Lists، والنصوص المكتوبة بما يمكنه بالتالي من تحقيق أكبر استفادة ممكنة من توظيف كافة أنماط، وقوالب تصميم الوسائط المتعددة.

وقد زدنا لامب وجونسون (Lamb & Johnson, 2014) بتصنيف هام مقترح لأبرز المكونات البصرية Visual Components التي من الشائع تربوياً استخدامها بواسطة المصممين التعليميين في تصميم الإنفوجرافيك شملت- بشكل خاص- ما يلي: الجرافيك، الرسوم، والأشكال التوضيحية، والتمثيلات البصرية، الصور الفوتوغرافية، الخرائط، الجداول، والرسوم البيانية، والرموز، المنظمات التخطيطية (مثل: خرائط المفاهيم، وأشكال توضيح علاقات السبب- النتيجة، وأشكال فن، الخ).

وفي سياق متصل، زدنا كروم (Krum, 2013) بتصنيف سداسي هام مقترح لأنواع الإنفوجرافيك الشائعة الاستخدام في التعليم، هي:

- الإنفوجرافيك الثابت Static Infographics: ويعد أكثرها بساطة، وشيوعاً في الاستخدام العملي حيث أن بالإمكان تصميمه على هيئة صورة، أو ملف PDF مع ملاحظة أنه تتوفر له العديد من الصيغ، والقوالب المطبوعة.
- الإنفوجرافيك القابل للتكبير، والتصغير Zooming Infographics: ويتميز إضافة إلى بنيته الاستاتيكية بتوافر أداة تفاعلية مرنة تسمح بإمكانية تكبير، أو تصغير الصورة مع ملاحظة أنه عادةً ما يُنشر بشكل عام إلكترونياً على مواقع الويب المختلفة المتاحة على شبكة الإنترنت.
- الإنفوجرافيك التشعبي Clickable Infographics: ويتميز بالإضافة إلى خصائص الإنفوجرافيك الثابت السابقة الذكر أعلاه بوجود بعض الأجزاء، أو الأقسام التي تحتوي على روابط تشعبية نشطة مصممة باستخدام لغة ترميز النصوص الفائقة (HTML) التي تربط بين عناصر معينة للإنفوجراف مع ملاحظة أن الإنفوجرافيك المصمم باستخدام هذا القالب عادةً ما يُنشر إلكترونياً على مواقع الويب المتاحة على شبكة الإنترنت.
- إنفوجراف الرسوم المتحركة Animated Infographics: ويتميز بالاستفادة من استخدام مجموعة متنوعة من الرسوم المتحركة التي يمكن للقراء مشاهدتها مع ملاحظة أن هذه الرسوم المتحركة لا تعد بالأساس مجرد ملفات فيديو؛ بل إنفوجرافات يتم نشرها وتداولها عبر بيئات الويب، أو إعدادها بواسطة الصور والرسوم المتحركة، أو دعمها إلكترونياً باستخدام (HTML).
- إنفوجراف الفيديو Video Infographics: ويتم تصميمه باستخدام صيغ، وقوالب تصميم الفيديو على هيئة عروض تقديمية بالإمكان نشرها، وتداولها باستخدام البيئات المختلفة لنشر، وتداول ملفات الفيديو - بما في ذلك: المواقع الإلكترونية لشبكة الإنترنت.
- الإنفوجرافيك التفاعلي Interactive Infographics: ويحتوي على أدوات تحكم تسمح للقراء بإمكانية إحداث التغيرات المطلوبة في البيانات، والتمثيلات البصرية المعروضة عليهم مع السماح لهم - أيضاً - بتخصيص قدر أكبر من الوقت للتفاعل مع المعلومات، والمواد البصرية التي يقدمها لهم الإنفوجرافيك التفاعلي على نحو دينامي نشط.

نظريات التي يتأسس عليها الإنفوجرافيك:

تعد النظرية البنائية أحد الدعائم الأساسية لهذا التوجه نحو تجزئة المحتوى لوحدات صغيرة، حيث يشير جيروم برونر إلى أن التعلم يحدث عند تقديم جزء مبسط من المحتوى التعليمي للمتعلمين، ثم يقوم المتعلم بتنظيمه أو اكتشاف العلاقات بين المعلومات، وفي ضوء هذه النظرية نجد أن مبادئها تعطي أفضلية لكل من نمطي الإنفوجرافيك الثابت، والمتحرك.

كما يحظى نمطا الإنفوجرافيك الثابت، والمتحرك بدعم النظريات والمداخل السلوكية التي تشير مبادئها إلى ضرورة تقسيم المحتوى إلى سلسلة متتابعة من الموضوعات أو التتابعات أو الوحدات التعليمية، ثم تقسيم كل تتابع أو وحدة إلى خطوات تعليمية صغيرة داخلها (محمد خميس، ٢٠١٣، ١٩٨)، وهو ما يتمثل في عرض العناوين الرئيسية، والفرعية، والنصوص الشارحة للمعلومات، وكذلك الصور والرسومات والأسهم الثابتة أو المتحركة على السواء في نمطي الإنفوجرافيك الثابت، والمتحرك.

كذلك تتبنى نظرية الجشطالت كنموذج للتعلم بالاستبصار فكرة أن التعلم يتكون بالإدراك البصري للمحتوى التعليمي المقدم في صورة موحدة كاملة ولا يتبنى فكرة تجزئة التعلم، وبذلك تمثل هذه النظرية لنمط الإنفوجرافيك المتحرك مقابل الثابت ذو المعلومات المنفصلة (العجيلي سكرز، وناجي خليل، ٢٠١٠) على أساس أن الإنفوجرافيك المتحرك يعرض صورة كاملة لمحتوى التعلم أو المعلومات المعالجة إنفوجرافيكياً التي يربطها سياق موضوعي واحد.

وفيما يتعلق بالتصميم التعليمي للإنفوجراف المستخدم في التعليم؛ زدنا لامب وجونسون (Lamb & Johnson, 2014) بقائمة مقترحة شملت مجموعة متنوعة من البرمجيات، والبيئات الإلكترونية التي بالإمكان الاستعانة بها- سواء بشكل كامل، أو جزئي- في تصميم الإنفوجرافيك المستخدم في التعليم شملت تحديداً ما يلي:

- البرمجيات العامة لإنتاج مواد الحاسوب، مثل: برنامجي الورد Word، والباور بوينت.

• برمجيات تصميم الإنفوجرافيك باستخدام أجهزة الحاسوب، مثل: برنامج لايف .Life

• برمجيات التصميم المهني للمواد البصرية، مثل: برامج إستراتور Illustrator، والفوتوشوب Photoshop، وفابريوروكس Fireworks.

• البيئات الإلكترونية لتصميم الإنفوجرافيك، مثل: كلا موقعي إيزل. لي Easel.ly، وفيجوالي Visually.

كما يعرف الإنفوجرافيك على أنه عبارة عن تمثيلات بصرية للبيانات والمعلومات وما يرافقها من نصوص، ومصمم لتقديم المعلومات المعقدة بشكل أكثر وضوحاً من النص بمفرده، وتستخدم فيه الأرقام والكلمات والرموز والألوان والصور، بهدف توصيل الرسالة للمستفيدين. (Niebaum et al. 2015,2).

وبناء مجتمع استهلاكي قادر على الارتقاء بمستويات جودة الحياة لكافة مواطنيه دون استثناء، يبدأ بتزويد الأطفال بالمفاهيم النظرية، والإجراءات التطبيقية فضلاً عن تنمية الاتجاهات الإيجابية الداعمة لتكوين مجتمع يتميز بالقدرة على تحمل المسؤولية، وتطبيق مبادئ العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص بين الجميع دون استثناء. ومن هنا؛ ليس مستغرباً على الإطلاق تركيز التربية الاستهلاكية على تزويد الأطفال بالأدوات المناسبة لتمكينهم من التحول ليصبحوا مستهلكين واعين، وناقدين، ومسؤولين، وداعمين على كافة المستويات المحلية، والإقليمية، والوطنية، والدولية المختلفة بما ينعكس بدوره إيجاباً في بناء الشخصية الإنسانية المتكاملة لهم - عقلاً، وجسداً، وروحاً- بما يعدهم بالتالي للاضطلاع بالأدوار الجديدة المناطة بهم كمستهلكين بمجتمع القرن الحادي والعشرين (Martin & Trimboli, 2001)، كما أن التربية الاستهلاكية أصبحت أداة تمد الأفراد بالمعارف، والاتجاهات، والمهارات اللازمة لتمكينهم من التحول ليصبحوا مستهلكين مستقلين، وناقدين، وواعين (Thoresen, 2002).

ونجاح البرنامج القائم على تقنية الإنفوجرافيك في تنمية مهارات التربية الاستهلاكية لدى طفل الروضة يرجع الى ما يحتويه البرنامج من أنشطة عملية يدوية من خلال تمثيل الإنفوجرافيك في صورة نماذج ورقية يستطيع الطفل بمفرده ومع أفراد مجموعته جنباً إلى جنب مع أنشطة الإنفوجرافيك المرئية قد ساهمت في ترسيخ

وتبسيط مفهوم الاستدلال الشكلي بمهاراته المختلفة لدى أطفال مجموعة الدراسة، وتماشى تلك النتيجة مع فلسفة المدخل البنائي حيث يبني الطفل معرفته من خلال قيامه بالعديد من الأنشطة العملية من خلال تطبيقات ونمذجة الإنفوجرافيك المرئي بشكل يسمح للطفل بالتعامل اليدوي مع مهارات الاستدلال الشكلي والتحكم فيها والحكم عليها، مما ساعد في تحقيق تعلم ذا معنى وقائماً علي الفهم.

وبذلك تتشكل المفاهيم التي يحتويها الإنفوجرافيك لدى الطفل بشكل منظم ومتسلسل مما يرسخ المعرفة في ذهنه، ويساهم علي تعلمها بصورة منظمة ومتكاملة علي شكل نسق مفاهيمي مما ساعد علي تنمية وترسيخ تلك المفاهيم في ذهن الطفل بصورة إيجابية.

وبالنظر الى مهام الأنفوجرافيك ودوره فنجده يتناسب في تنمية مفاهيم التربية الاستهلاكية باعتبارها تمثل العمود الفقري لالتور الاستهلاكي الذي يمد الأطفال بالقدرات اللازمة لقراءة، وفهم، وصنع واتخاذ القرارات الاستهلاكية الصائبة إضافة إلى تحليل ما يتوافر لديهم من معلومات استهلاكية متنوعة من منظور ناقد يساهم على المدى الطويل مستقبلاً في تحقيق هدف بناء المجتمع المتطور استهلاكياً (Benn, 2004).

من العرض السابق للتربويات والأدبيات السلفة الذكر يمكن اختبار صحة فرضي البحث:

فروض البحث:

- توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى $\geq (0.05)$ بين متوسطي درجات عين البحث في التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي لاختبار مفاهيم الوعي الأستهلاكي لعينة البحث.
- توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى $\geq (0.05)$ بين متوسطي درجات عين البحث في التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي لبطاقة ملاحظة لسلوكيات الوعي الأستهلاكي لعينة البحث.

إجراءات البحث:

أولاً: بناء الإختبار المعرفى لمفاهيم الوعي الاستهلاكي:

١/ بناء قائمة بمفاهيم الوعي الاستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة: وتضمنت القائمة في صورتها النهائية المفاهيم الآتية: (النقود، الادخار، الانفاق الرشيد، الاستهلاك الرشيد، السوق، اختيار السلعة، بيانات مرفقة بالسلع، التدوير، ادارة الوقت، ادارة الجهد، الوعي الغذائي، الوعي التكنولوجي، الوعي الملبسي، الممتلكات الشخصية، ممتلكات الغير، المسؤولية الشخصية، المسؤولية الاجتماعية.

٢/ تحديد الهدف من إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي: ويهدف الى قياس معرفة الأطفال بمفاهيم الوعي الاستهلاكي لطفل الروضة

٣/ تحديد نوع مفردات إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي: من خلال الإطلاع على الدراسات المتعددة والتي استخدمت الأنواع المختلفة للإختبارات، والمقاييس التعليمية للطفل، وجد أن الإختبارات الموضوعية هي الأنسب؛ وذلك لكونها، أكثره دقة وفاعلية لقياس مفاهيم الوعي الاستهلاكي؛ مع مراعاة أن تكون مصورة، وتتطلب الإجابة على الأسئلة الموضوعية أن يقوم الطفل بإختيار الإجابة الصحيحة من بين عدة بدائل أو يضع إشارة عليها، أو يكمل جملة، أو عبارة ناقصة، وينبغي أن تكون الأسئلة واضحة وقد تم استخدام: أسئلة الإختيار من متعدد.

٤/ صياغة وإعداد مفردات إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي في صورته الأولية: تضمن بناء إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي في صورته النهائية بحيث اشتمل على (٣٠) سؤال. (كل سؤال يتضمن ثلاث صور حيث إحداها فقط يمثل الإجابة الصحيحة، وقد روعي عند صياغة مفردات الاختبار أن تكون: شاملة للأهداف التربوية المراد قياسها، وسليمة لغوياً ومناسبة لمستوي الأطفال، وبعيدة عن الغموض ومألوفة بالنسبة للأطفال.

٥/ تعليمات الاختبار: تم صياغة تعليمات الاختبار في الورقة الأولى منه، وتم توضيح الهدف من الاختبار وكيفية الإجابة عن مفرداته، وكيفية تسجيل إجابات الطفل، ومفتاح تصحيحه.

٦/ التحقق من صدق الإختبار: يعد الإختبار صادقاً إذا كان يقيس ما أعد لقياسه (صالح العساف، ٢٠٠٣)، وللتحقق من صدق الإختبار وتم اتباع الطرق التالية:

أ/ صدق المحكمين Face Validity: تم عرض الصورة الأولية من إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي على مجموعة من المحكمين المختصين، وذلك للإستفادة من خبراتهم وإبداء ملاحظاتهم حول النقاط التالية: مدي وضوح تعليمات الإختبار، ومدى انتماء الصور والرسوم المعبرة للمفاهيم المراد قياسها، ومدى ملائمة صياغة الأسئلة مع المفاهيم المراد قياسها للأطفال، حتي يتسني قياس مدى تحققها، وعرض أي إضافات أو توجيهات آخري يمكن أن تفيد البحث في تحقيق أهدافه.

وتم اجراء التعديلات وفق ما أبداه السادة المحكمون من ملاحظات، وبذلك تم الحصول على الصورة النهائية من إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي.

ب/ صدق الإتساق الداخلي Internal Consistency: تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي لإختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي؛ بتطبيقه على عينة استطلاعية تكونت من (٢٠) طفلة من غير المشاركين في العينة الأساسية للدراسة. ثم تم إستخدام معامل ارتباط بيرسون في حساب مدى الإرتباط بين درجة كل مفهوم والدرجة الكلية للإختبار، وذلك بإستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وقد تراوحت النتائج ما بين (٠.٨١٢ - ٠.٨٨٤)، وهى قيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠١)، مما يدل على اتساق إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي، وبالتالي تمتعه بدرجة مناسبة من الصدق الداخلى.

٧/ التحقق من ثبات الإختبار: وللتحقق من ثبات إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي اتبعت الطرق التالية:

أ/ الثبات بإستخدام معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach's: حيث تم حساب معامل ثبات ألفا كرونباخ (α) للبيانات التى تم جمعها من العينة الإستطلاعية، وذلك للتعرف على مدى ثبات الإختبار ودرجته الكلية، وتوصلت النتائج إلى أن قيم معاملات الثبات لإختبار بطريقة ألفا- كرونباخ تراوحت ما بين (٠.٧٦٤ - ٠.٨٥٦)، وهى قيم مناسبة لمعامل الثبات، كما بلغت قيمة معامل الثبات العام للإختبار (٠.٨٨٥)، وهى قيمة مرتفعة لمعامل الثبات، مما يؤكد على أن

إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي يتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات يصلح معها كأداة لجمع البيانات فى البحث الحالي.

ب/ الثبات بطريقة التجزئة النصفية Split-Half: تم تجزئة الإختبار إلى نصفين؛ الفقرات الفردية فى مقابل الفقرات الزوجية، ثم القيام باستخدام معامل ارتباط بيرسون فى حساب الإرتباط بين نصفى الإختبار، وتم تصحيح الطول بإستخدام معادلة سبيرمان وبراون حيث بلغت قيمة معامل الثبات ٠.٩١٥، وهى قيمة مرتفعة تؤكد على أن إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي يتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

٨/ تحديد معامل السهولة والصعوبة والتمييز لإختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي: معاملات الصعوبة لفقرات إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي تراوحت ما بين (٠.٤٤ - ٠.٧٢)، وعليه تم قبول جميع فقرات الإختبار حيث كانت فى المستوى المعقول من حيث درجة الصعوبة، بينما معاملات التمييز لفقرات إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي تراوحت بين (٠.٣٦ - ٠.٦٨)، وعليه فقد تم قبول جميع فقرات الإختبار، حيث كانت فى المستوى المعقول من حيث درجة التمييز حسبما يقرره المختصون فى مجال القياس والتقييم. (انظر ملحق ١)

٩/ نظام تقدير الدرجات: اتبع فى نظام تقدير الدرجات فى إختبار مفاهيم الوعي الاستهلاكي بحيث تُعطى درجة واحدة فقط فى حالة الإجابة الصحيحة للمفردة (صفر) فى حالة الإجابة الخطأ، حيث كانت الدرجة الكلية للإختبار (٣٠).

١٠/ تحدد زمن الأختبار بحساب متوسط زمن الإجابة عن مفرداته من المعادلة التالية: زمن الإجابة على مفردات الأختبار = (الزمن الذى استغرقه اسرع طفل + الزمن الذى استغرقه ابطأ طفل) / ٢

ويتطبيق الأختبار على عينة البحث الأستطلاعية وجد أن متوسط زمن الأختبار هو (١٥) دقيقة

١١/ الصورة النهائية للأختبار: بعد تقنين الأختبار وإجراء ما يلزم من تعديلات وحساب زمنه، أصبح الأختبار فى صورته النهائية جاهزا للتطبيق على عينته الأساسية. (انظر ملحق ٢).

ثانياً: بناء بطاقة ملاحظة سلوكيات الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة:

مجلة التطوير والتنمية - المصنوع الحادج والأيمور - الجزء الرابع - السنة الثانية عشرة - يناير ٢٠٠٢

١/ تهدف بطاقة ملاحظة سلوكيات الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة إلى قياس أداء الأطفال في سلوكيات الوعي الاستهلاكي، واشتملت بطاقة الملاحظة على سبع مهارات أساسية بإجمالي ٦٠ مفردة تحت جميع المهارات.

٢/ تم إعداد الصورة الأولية لبطاقات الملاحظة، من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة والأدبيات التي تتناول التربية الاستهلاكية والاقتصادية لطفل الروضة (تم ذكرها في الأطر النظرية لهذا البحث سابقاً)، وتضمنت المهارات السبع الرئيسية حيث تندرج تحتها مجمل مهارات فرعية (٦٠ مهارة)، صيغت في صورة عبارات إجرائية، وروعي في صياغتها: أن تقيس كل عبارة سلوك واحد فقط، وأن تتسم الصياغة بالبساطة، والوضوح، والدقة، وأن تصف كل عبارة المهارة المطلوبة بشكل مختصر ودقيق.

٣/ يتم تسجيل أداء المعلمة لسلوكيات الوعي الاستهلاكي في بطاقة الملاحظة بوضع علامة (✓) أمام مستوى أداء السلوك (أدى درجة واحدة)، (لم يؤدي صفر)، حيث الدرجة الكلية لبطاقة الملاحظة (٦٠ درجة).

٤/ التحقق من صدق وثبات بطاقة الملاحظة:

أ/ صدق البطاقة: صدق الأداة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أُعدت

لقياسه وتم بالتأكد من صدق بطاقة الملاحظة، من خلال:

- صدق المحكمين: حيث عرضت الصورة الأولية من البطاقة على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة والاختصاص في مجال الطفولة المبكرة وتكنولوجيا التعليم، وذلك للتحقق من صدق محتوى مفردات البطاقة، ومدى وضوح صياغتها، ومدى تمثيل كل منها للمحور الذي تمثله، ومدى صلاحيتها ومناسبتها لأهداف البحث، ولقد أشار المحكمون بإعادة الصياغة اللغوية لبعض المهارات، وحذف وإضافة البعض الآخر، ولقد تم التعديل بناءً على ملاحظاتهم، وانفقت آراء المحكمين على شمولية، ودقة، ووضوح المهارات الرئيسية والفرعية ببطاقة الملاحظة.

- صدق الاتساق الداخلى: لكى يتم التحقق من الصدق الداخلى لبطاقة الملاحظة، قامتنا بملاحظة (٢٠) من الأطفال كعينة استطلاعية ومن ثم تم حساب مصفوفة معاملات الارتباط بين درجة كل مفردة والدرجة الكلية للمحور الذى تنتمى إليه، ثم بين درجة كل محور والدرجة الكلية للبطاقة، وجاءت النتائج كما يوضح الجدولان الآتيان:

جدول (٢)

نتائج صدق مفردات بطاقة الملاحظة (ن = ٢٠)

سلوكيات استهلاك	رقم المفردة	قيمة معامل الارتباط	رقم المفردة	قيمة معامل الارتباط	رقم المفردة	قيمة معامل الارتباط
النقود	١	** ٠.٦٢٣	٢	** ٠.٥٥٧	٣	** ٠.٦٧٨
	٤	** ٠.٧٥١	٥	** ٠.٦٦٥	٦	** ٠.٥٧٨
	٧	** ٠.٦٤٥	٨	** ٠.٦٧٧	٩	** ٠.٥٩٦
	١٠	** ٠.٦٢٥	١١	* ٠.٥٣٨	١٢	* ٠.٥١٦
أغراضه الشخصية	١	** ٠.٨٧٥	٢	** ٠.٦٥٢	٣	** ٠.٧٩٦
	٤	* ٠.٥١٢	٥	** ٠.٦٥٩	٦	** ٠.٦٨٥
	٧	** ٠.٦٢٣	-	-	-	-
ممتلكات الغير	١	** ٠.٧٤١	٢	** ٠.٦٢٥	٣	** ٠.٦٧٧
	٤	* ٠.٤٩٨	٥	** ٠.٥٥٩	٦	* ٠.٥٣٨
	٧	* ٠.٤٨٩	٨	** ٠.٥٦٤	٩	** ٠.٦٥٢
(الوقت والجهد)	١	** ٠.٦٥٨	٢	* ٠.٤٩٦	٣	** ٠.٧٠٦
	٤	** ٠.٧٥٤	٥	** ٠.٦٢٧	٦	** ٠.٨٦٢
التكنولوجيا	١	** ٠.٧٠٢	٢	** ٠.٦٢٣	٣	** ٠.٨٢٢
	٤	** ٠.٨١٢	٥	** ٠.٧٥٢	٦	** ٠.٥٣٣
	٧	* ٠.٤٨٨	٨	** ٠.٦٩٨	٩	** ٠.٧١٥
	١٠	** ٠.٥٩٦	-	-	-	-
الغذاء	١	* ٠.٥٢٢	٢	** ٠.٦٢١	٣	** ٠.٦٢٧
	٤	** ٠.٦٢١	٥	** ٠.٥٩٨	٦	** ٠.٦٢٧
	٧	* ٠.٤٩٠	٨	* ٠.٥٢٦	٩	** ٠.٦٢٣
الملايس	١	** ٠.٦٢٧	٢	** ٠.٧٤٥	٣	** ٠.٧٥٢
	٤	** ٠.٦٢٣	٥	** ٠.٧٦٥	٦	** ٠.٧٥٢
	٧	** ٠.٧٥٦	-	-	-	-

** دالة عند مستوى (٠.٠١) * دالة عند مستوى (٠.٠٥).

تظهر نتائج الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين درجة كل مفردة والدرجة الكلية للمحور الذى تنتمى إليه جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، و(٠.٠٥)، مما يؤكد على أن جميع مؤشرات بطاقة الملاحظة تتمتع بدرجة مناسبة من صدق الاتساق الداخلى.

جدول (٣)

نتائج صدق الاتساق الداخلى لمحاوِر بطاقة الملاحظة

(ن = ٢٠)

م	المحور	قيمة معامل الارتباط
١	سلوكيات استهلاك النقود	٠.٦٩٨
٢	سلوكيات استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية	٠.٧٥٢
٣	سلوكيات استهلاك ممتلكات الغير	٠.٦٨٧
٤	سلوكيات استهلاك (الوقت والجهد)	٠.٧١٥
٥	سلوكيات استهلاك التكنولوجيا	٠.٨٠٧
٦	سلوكيات استهلاك الغذاء	٠.٦٩٢
٧	سلوكيات استهلاك الملابس	٠.٧٢٣

يتبين من الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية لبطاقة الملاحظة جاءت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠١)، مما يؤكد على أن جميع محاور بطاقة الملاحظة تتمتع بدرجة مناسبة من صدق الاتساق الداخلى.

٥/ التحقق من ثبات بطاقة الملاحظة: ويعنى الثبات إلى أى درجة يعطى الاختبار مواقف قراءات متقاربة عند كل مرة يستخدم فيها على نفس المجموعة (صالح العساف، ٢٠٠٣، ٢٣٦)، وتم التحقق من ثبات بطاقة الملاحظة من خلال:

الثبات بطريقة ألفا كرونباخ Cronbach's alpha:

تم استخدام معامل الفا- كرونباخ لحساب معاملات الثبات للمحاوِر وللدرجة الكلية لبطاقة الملاحظة، وذلك بناء على نتائج التطبيق على العينة الاستطلاعية، وجاءت النتائج كما يوضح الجدول التالى:

جدول (٤)

نتائج ثبات بطاقة الملاحظة بطريقة ألفا- كرونباخ (ن = ٢٠)

م	المحور	عدد المفردات	معامل الثبات
١	سلوكيات استهلاك النقود	١٢	٠.٨٦٥
٢	سلوكيات استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية	٧	٠.٧٩٢
٣	سلوكيات استهلاك ممتلكات الغير	٩	٠.٧٨٧
٤	سلوكيات استهلاك (الوقت والجهد)	٦	٠.٧٥٩
٥	سلوكيات استهلاك التكنولوجيا	١٠	٠.٨٨٢
٦	سلوكيات استهلاك الغذاء	٩	٠.٧٩٦
٧	سلوكيات استهلاك الملابس	٧	٠.٨١٩
	معامل الثبات العام	٦٠	٠.٨٤٤

يتضح من الجدول السابق أن معاملات الثبات لمجالات بطاقة الملاحظة تراوحت ما بين (٠.٧٥٩ - ٠.٨٨٢)، كما بلغ معامل الثبات العام لبطاقة الملاحظة (٠.٨٤٤)، مما يؤكد أن بطاقة الملاحظة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

الثبات بطريقة إعادة الاختبار:

م بإعادة إجراء بطاقة الملاحظة على العينة الاستطلاعية بقارق زمني أسبوعين، ومن ثم قامت بحساب معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني لبطاقة الملاحظة. وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٨٥٢) وهي قيمة موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠١) مما يؤكد على أن بطاقة الملاحظة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات. وبحساب صدق وثبات البطاقة وإجراء ماتم من تعديلات وفقاً لآراء السادة المحكمين تكون البطاقة في صورتها النهائية صالحة للتطبيق على عينة البحث. (انظر ملحق ٣)

ثالثاً: بناء البرنامج التعليمي القائم على توظيف الإنفوجرافيك في

تصميم أنشطة الوعي الاستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة:

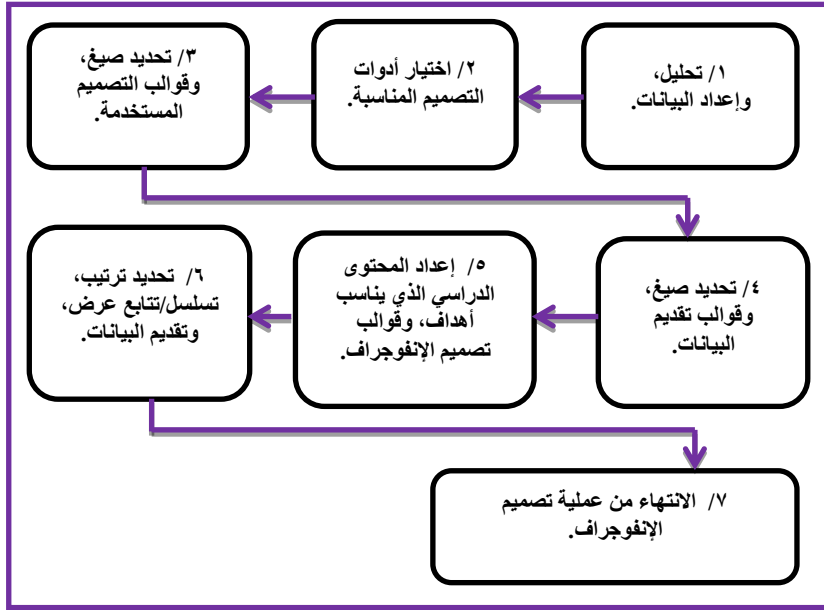
١/ تم بناء البرنامج التعليمي القائم على توظيف الإنفوجرافيك لتنمية سلوكيات الوعي الاستهلاكي بحيث يتأسس على المداخل التربوية المختلفة سابقة الذكر ويركز

على مشاركة أولياء الامور في أنشطة البرنامج وانشاء مركز للتسوق والشراء داخل الروضة واستخدام الانفوجرافيك المتنوع ما بين الثابت والمتحرك.

٢/ صياغة الأهداف العامة والإجرائية للبرنامج التعليمي المقترح بحيث يكون قائما على سلوكيات الوعي الاستهلاكي بعد تحكيمها في صورتها النهائية.

٣/ بناء الأنشطة التعليمية التي سيتضمنها البرنامج التعليمي القائم على توظيف الإنفوجرافيك، وتم تصميم (٣٥) نشاط يغطي (٦٠) سلوكا من سلوكيات الوعي الاستهلاكي.

٤/ تصميم الأنفوجرافيك الداعم للأنشطة التعليمية: وقد اعتمد البحث على نموذج (Szołtysik, 2017) الإجرائي وذلك في خطوات عملية تصميم الإنفوجرافيك ويتألف إجمالاً من سبعة خطوات رئيسية متتابعة منطقياً، موضحة بالشكل التالي:



شكل (١)

خطوات عملية تصميم الإنفوجرافيك من منظور تصميم التعليم
وفقاً ل (Szołtysik, 2017, 172)

٥/ تم عرض البرنامج بما يتضمنه من أنشطة تعليمية على المحكمين، ثم عمل التعديلات اللازمة والاستعداد للتطبيق الميداني.

التجربة الميدانية:

- تم تطبيق التجربة الميدانية على عينة البحث كمايلي:
- تم اختيار روضة مدرسة أنس بن مالك الابتدائية نظراً لأنها روضة يتوفر بها الإمكانيات اللازمة لتطبيق تجربة الدراسة مثل أجهزة الكمبيوتر، سبورة تفاعلية، جهاز العرض- مكبر صوت - انترنت- طباعة. (لعرض الصور والفيديوهات التفاعلية وطباعة أوراق العمل للأنشطة المصورة للأنفوجرافيك).
- تم تدريب المعلمة المسئولة عن حجرة النشاط على البرنامج المقترح قبل بدء التطبيق لتشارك تحت اشراف الباحثات على تطبيق البرنامج
- تم عمل لقاء مع أولياء الأمور لتعريفهم بالبرنامج المقترح وأنشطته المصاحبة، وأدوارهم فيه، بالإضافة لإشراك الإدارة المدرسية.
- تم تطبيق اختبار سلوكيات الوعي الاستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة قبلياً.
- تم الاستفادة من جميع الأركان المختلفة ولكن ركز التطبيق على الأركان التالية: ركن التسوق: الذي يتناول تصميم أنشطة البيع والشراء، وتوفر فرصاً لتنمية المهارات الاجتماعية والتفاوض وتنمية المعرفة المجتمعية، ركن الطبخ: لتناول ما يخص الطعام الصحي، وركن الحاسب الآلي: لعرض الأنفوجرافيك التي تم تصميمها، وركن اتعايش الأسرى وركن الدراما: لتناول استهلاك الملابس كما وظف في تصميم أنشطة لعب الأدوار
- تم تطبيق البرنامج التعليمي المقترح في أبريل ٢٠١٩، وقد استغرقت فترة تطبيق تجربة البحث ثلاث أسابيع.
- تم تطبيق الأنشطة بواقع ثلاثة أيام في الأسبوع لمدة ثلاث أسابيع
- تم البدء بسلوكيات استهلاك النقود عن طريق طباعة عدد كبير من النقود بفئاتها المختلفة وتلوينها ضمن الأنشطة الفنية لأستخدامها في معظم الأنشطة البرنامج.
- في نهاية كل أسبوع تم تقديم فاعلية كبيرة يشارك فيها أولياء الأمور مع أبنائهم، كما موضح بالجدول التالي:

جدول (٥)

فاعليات التي شارك فيها أولياء الأمور ضمن البرنامج

الأسبوع	عبارة
الأول	تقوم المعلمة بالتجهيز وذلك بمشاركة أولياء الأمور في تنظيم القاعات وتزين حديقة الروضة من خلال مشاركة مجتمعية يتعلم فيها الطفل الحفاظ على ممتلكات الغير ويشارك في ترتيب الأركان والقاعة بالتعاون مع بعض أولياء الأمور في رسم وتزين حديقة وفناء الروضة.
الثاني أسرتي منتجة	تتناول أحد الأنشطة مفهوم الأسرة المنتجة وتطلب المعلمة من أولياء الأمور قيام بتصميم أشياء بسيطة من خياطة أو نظير أو زخارف وتحف ويقوم الطفل بمشاركة الأسرة في كتابة سعر السلع التي انتجتها وعرضها في فاعلية أسرتي منتجة
الثالث صنع في مصر	تقوم كل أسرة مع طفلها بتصميم شعار صنع في مصر وتقوم باختيار أحد منتجات مصرية وعمل ملصق للترويج له ثم تقوم المعلمة بتنظيم فاعلية تحت شعراء صنع في حضرها أولياء الأمور وبعض المسؤولين

مجلة العلوم والتربية - المصمم الدكتور والباحث - الجزء الرابع - السنة الثانية عشرة - يناير ٢٠٢٠

- تم تطبيق بطاقة ملاحظة سلوكيات الوعي الاستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة بعدياً، وتجميع النتائج استعداداً لمعالجتها إحصائياً.
- بعد الانتهاء من ممارسة أنشطة البرنامج المدرجة تحت ابعاده من قبل عينة البحث، تم تطبيق الأختبار بعدياً عليهم.
- تم تطبيق بطاقة ملاحظة سلوكيات الوعي الاستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة بعدياً، وتجميع النتائج استعداداً لمعالجتها إحصائياً.

نتائج البحث:

الإجابة عن السؤال الأول:

وينص على: ما سلوكيات الوعي الاستهلاكي المتطلب تنميتها لدى طفل ما قبل المدرسة؟

للإجابة على هذا السؤال تم بناء قائمة لسلوكيات الوعي الاستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة، وتكونت القائمة في صورتها النهائية من (٦٠) مفردة أو سلوك موزعة على سبعة محاور هي: (استهلاك النقود- استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية- استهلاك ممتلكات الغير- استهلاك (الوقت والجهد)- استهلاك التكنولوجيا-

استهلاك الغذاء- استهلاك الملابس). وذلك بالإستعانة بأدبيات وتربويات هذا البحث مثل، نبيلة خطاب (٢٠٠٣)، ايمان الزغبى (٢٠٠٧)، (De La Ville & Tartas, 2010)، (Yildirim, 2016), (krum, 2013) وغيرهم.

الإجابة عن السؤال الثاني:

وينص على: ما البرنامج المقترح القائم على الإنفوجرافيك في تنمية الوعي الإستهلاكي وفق المداخل التربوية المختلفة لتناول آليات الارتقاء بالتنشئة الاستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة؟

وللإجابة على هذا السؤال الثاني تم بناء البرنامج المقترح القائم على الإنفوجرافيك لتنمية الوعي الإستهلاكي وفق المداخل التربوية المختلفة لتناول آليات الارتقاء بالتنشئة الاستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة وتضمن في صورته النهائية (٣٥) نشاط، لتنمية (٦٠) سلوك استهلاكي (سلوكيات استهلاك النقود- استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية- استهلاك ممتلكات الغير- استهلاك الوقت والجهد)- استهلاك التكنولوجيا- استهلاك الغذاء- استهلاك الملابس).

الإجابة عن السؤال الثالث:

وينص على: ما فاعلية البرنامج المقترح القائم على الإنفوجرافيك في تنمية مفاهيم الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة؟

وللإجابة عن هذا السؤال الثالث، تمت صياغة الفرضين التاليين للبحث:

- أ/ الفرض الأول وينص على لا توجد فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ≥ 0.05 بين متوسطي درجات عينة البحث في التطبيق القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي للاختبار التحصيلي المصور لمفاهيم الوعي الاستهلاكي. ويتفق ذلك مع كل (Kibar & Akkoyunlu, 2015) و (Ruottinen, 2014) و (De La Ville & Tartas, 2010)...الخ.
- ب/ الفرض الثاني وينص على لا توجد فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ≥ 0.05 بين متوسطي درجات عينة البحث في التطبيق القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي لبطاقة ملاحظة سلوكيات الوعي الاستهلاكي. ويتفق ذلك مع كل

De La Ville) و (Ruottinen,2014) و (Kibar (& Akkoyunlu, 2015
& Tartas, 2010)...الخ.

مناقشة فروض البحث:

نص الفرض الأول على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى $\geq (0.05)$ بين متوسطى درجات عين البحث فى التطبيقين القبلى والبعدى لصالح التطبيق البعدى لاختبار مفاهيم الوعى الاستهلاكى لعينة البحث ولإختبار صحة هذا الفرض، تم حساب المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية وقيمة اختبار ت للعينات المرتبطة (Paired Samples T.Test)، للتعرف على دلالة الفروق بين متوسطى درجات الأطفال المجموعة التجريبية فى التطبيق القبلى والبعدى لأختبار سلوكيات الوعى الاستهلاكى، وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (٦)

المتوسط الحسابى والإنحراف المعيارى لدرجات أطفال مجموعة البحث للتطبيقين القبلى والبعدى فى متغيرات البحث المرتبطة بأبعاد سلوكيات الوعى الاستهلاكى

أبعاد سلوكيات الوعى الاستهلاكى	التطبيق المتوسط	القبلى الأنحراف المعيارى	التطبيق المتوسط	البعدى الأنحراف المعيارى
استهلاك النقود	٦٣٤٥.	٣٧٦٥.	٨٨٧٥.	٤٥٣٢.
استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية	٥٨٧٩.	٤٥١٥.	٧٩٣٤.	٤٤٢١.
استهلاك ممتلكات الغير	٥٥٧٢.	٤٦٧٤.	٧٩٥٢.	٥٦٤٨.
استهلاك (الوقت والجهد)	٥٦٨٧.	٤٨٩٠.	٧٦٣٦.	٥٠١١.
استهلاك التكنولوجيا	٦٠٥٦.	٤٠٤٣.	٨٣٠٧.	٥٤٤٣.
استهلاك الغذاء	٦٠٠٢.	٣٨٧٦.	٨١٥٤.	٤٧٦١.
استهلاك الملابس	٦٠٠٥.	٣٤٥٧.	٨٤٣٢.	٤٧٥٨.

ن = ٤٠

(مجموع درجات أى من التطبيقين هى ٣٠ درجة وعدلت الى درجة واجدة) لتوضح النسبة المؤية للنجاح) وللوقوف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم حساب الفروق بين المتوسطين فى الدرجات (القبلىة-البعدىة) وأيضاً الخطأ المعيارى لحساب الدلالة الإحصائية ت لدلالة الفرق بين المتوسطات كما فى الجدول التالى:

جدول (٧)

قيمة ت ودلالاتها بين فروق المتوسطات لدرجات مجموعة البحث في التطبيقين القبلي والبعدي
لمتغيرات البحث المرتبطة بأبعاد سلوكيات الوعي الاستهلاكي

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الخطأ المعياري	الفرق بين المتوسطين	البيانات أبعاد
دال عند ٠.٠٥	٢.٧٩٩٨	١١١٢.	٢١٥٧.	استهلاك النقود
دال عند ٠.٥	١.٨٧٤٣	١٢٣٩.	٢٠٥٣.	استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية
دال عند ٠.٢٥	٢.٢٧٣٣	١٢٦٣٢.	٢٧٢١.	استهلاك ممتلكات الغير
دال عند ٠.٢٥	٢.٨٥٣٨	١٠٧٤.	٢٣٠١.	استهلاك (الوقت والجهد)
دال عند ٠.٢٥	٢.٢٧٢٥	٢٢٦٣.	٢٧١١.	استهلاك التكنولوجيا
دال عند ٠.٠٥	٢.٨١٢١	٠.٨٩٩.	٢٥٧٦.	استهلاك الغذاء
دال عند ٠.٠٥	٢.٨٧٦٢	١١٩٢.	٢٦٢٢.	استهلاك الملابس

(ن) = ٤٠

- قيمة ت الجدولية عند مستوى ٠.٥ = ١.٦٨
- قيمة ت الجدولية عند مستوى ٠.٢٥ = ٢.٢
- قيمة ت الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = ٢.٧٠

ينضح من جدول (٥) السابق ما يأتي:

وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥، ٠.٢٥، ٠.٠٥ لأبعاد سلوكيات الوعي الاستهلاكي، وذلك لصالح التطبيق البعدي للأطفال مجموعة البحث، من نتائج جدول (٤)، (٥) يكون البحث قد تحقق من صحة الفرض الأول له.

نص الفرض الثاني على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى $\geq (0.05)$ بين متوسطى درجات عين البحث فى التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي لبطاقة ملاحظة الوعي الاستهلاكي لعينة البحث

ولإختبار صحته، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة اختبار ت للعينات المرتبطة (Paired Samples T.Test)، للتعرف على دلالة الفروق بين متوسطى درجات الأطفال المجموعة التجريبية فى التطبيق القبلي والبعدي لبطاقة ملاحظة سلوكيات الوعي الاستهلاكي، وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (٨)

نتائج التطبيق للدلالة الحصائية لمحاوَر الإنفوجرافيك في تنمية الوعي الإستهلاكي وفق المداخل التربوية المختلفة لتناول آليات الارتقاء بالتنشئة الإستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة

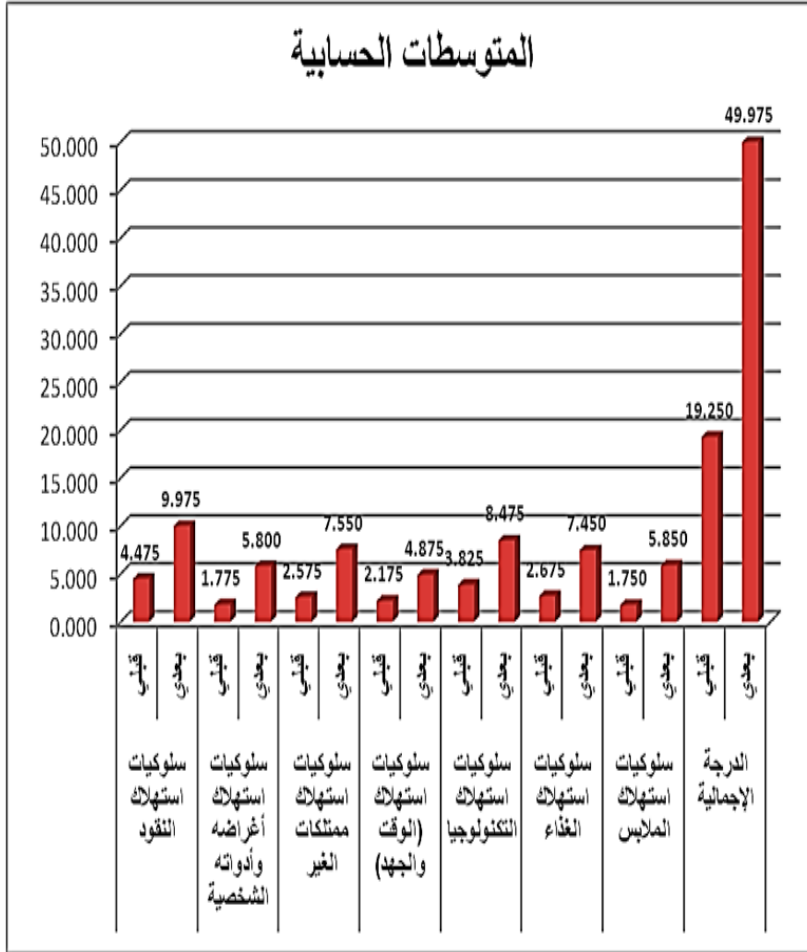
سلوكيات	التطبيق	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	الأنحراف المعياري	قيمة ت
إستهلاك النقود	القبلي	٢.٤٧٥	٤.٤٧٥	١.٢٤	٢٩.٤٥
	البعدي	٣.٩٧٥	٩.٩٧٥	٣.٣٤	
إستهلاك أغراضه وأدواته الشخصية	القبلي	٣.٧٧٥	١.٧٧٥	١.٣٣	٣٢.٠٢
	البعدي	٦.٨٠٠	٥.٨٠٠	٢.٣٨	
إستهلاك ممتلكات الغير	القبلي	٢.٥٧٥	٢.٥٧٥	١.٢٢	٣٥.١٦
	البعدي	٦.٥٥٠	٧.٥٥٠	٣.٣٤	
إستهلاك (الوقت والجهد)	القبلي	٢.١٧٥	٢.١٧٥	١.٠٤	٣٢.٦٧
	البعدي	٤.٨٧٥	٤.٨٧٥	٢.٣٤	
إستهلاك التكنولوجيا	القبلي	٣.٨٢٥	٣.٨٢٥	٢.٧٩	٣١.٧٧
	البعدي	٥.٤٠٠	٨.٤٧٥	٥.٣٣	
إستهلاك الغذاء	القبلي	٢.٦٧٥	٢.٦٧٥	١.٩٨	٣٠.٢٠
	البعدي	٥.٤٥٠	٧.٤٥٠	٤.٣٩	
إستهلاك الملابس	القبلي	٣.٧٥٠	١.٧٥٠	٣.٥٤	٣٢.٠٩
	البعدي	٩.٨٥٠	٥.٨٥٠	٢.٩٣	
الدرجة الإجمالية	القبلي	١٩.٠٥٠	١٩.٠٥٠	٢.٧٦	٣٨.٣٣
	البعدي	٤٩.٩٧٥	٤٩.٩٧٥	٦.٩٤	

يتضح من الجدول السابق أن جميع قيم ت المحسوبة المحسوبة، دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥)، بين متوسطي درجات معلمات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والبعدي لبطاقة ملاحظة ملاحظة سلوكيات الوعي الإستهلاكي، وذلك لصالح التطبيق البعدي.

والشكل (٢) التالي يوضح الفرق في المتوسطات الحسابية بين التطبيق القبلي والبعدي لبطاقة الملاحظة.

شكل (٢)

الفرق في المتوسطات الحسابية بين التطبيق القبلي والبعدي لبطاقة الملاحظة



و للتأكد من فاعلية الإنفوجرافيك في تنمية الوعي الإستهلاكي وفق المداخل التربوية المختلفة لتناول آليات الارتقاء بالتنشئة الاستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة؛ تم استخدام معادلة بلاك لحساب نسبة الكسب المعدل (Blake Gain Ratio)، كما تم حساب الأثر التربوي للبرنامج، كما هو موضح بالجدول التالي (Walpole. R. (1998):

جدول (٩)

نتائج التطبيق لحاب نسبة الكسب المعدل والاثـر التربوي لمحاوـر الإنفوجرافيك في تنمية الوعي الإستهلاكي وفق المداخل التربوية المختلفة لتناول آليات الارتقاء بالتنشئة الإستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة

الرتبة	الأثر التربوي η^2	نسبة الكسب	المتوسط الحسابي	التطبيق	سلوكيات
١	٠.٩٠٥	١.١٨٩	٢.٤٧٥	القبلي	استهلاك النقود
			٣.٩٧٥	البعدي	
٦	٠.٨٩٤	١.٣٤٥	٣.٧٧٥	القبلي	استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية
			٦.٨٠٠	البعدي	
٥	٠.٨٨٤	١.٣٢٧	٢.٥٧٥	القبلي	استهلاك ممتلكات الغير
			٦.٥٥٠	البعدي	
٢	٠.٧٩٧	١.١٥٦	٢.١٧٥	القبلي	استهلاك (الوقت والجهد)
			٤.٨٧٥	البعدي	
٣	٠.٨٨٣	١.٢١٨	٣.٨٢٥	القبلي	استهلاك التكنولوجيا
			٥.٤٠٠	البعدي	
٤	٠.٨٧١	١.٢٨٥	٢.٦٧٥	القبلي	استهلاك الغذاء
			٥.٤٥٠	البعدي	
٧	٠.٩٠٦	١.٣٦٧	٣.٧٥٠	القبلي	استهلاك الملابس
			٩.٨٥٠	البعدي	
	٠.٩٨١	١.٢٧١	١٩.٠٥٠	القبلي	الدرجة الإجمالية
			٤٩.٩٧٥	البعدي	

أولاً: يتبين من الجدول السابق أن نسب الكسب المعدل جميعها، ذات قيم دالة حيث تعدت الواحد الصحيح، مما يؤكد على فاعلية الإنفوجرافيك في تنمية الوعي الإستهلاكي وفق المداخل التربوية المختلفة لتناول آليات الارتقاء بالتنشئة الإستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة، لكل من: سلوكيات استهلاك النقود- استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية- استهلاك ممتلكات الغير- استهلاك الوقت والجهد- استهلاك التكنولوجيا- استهلاك الغذاء.

ثانياً: وللتعرف على حجم الأثر لاستخدام الإنفوجرافيك في تنمية الوعي الإستهلاكي وفق المداخل التربوية المختلفة لتناول آليات الارتقاء بالتنشئة

الاستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة، تم حساب مربع إيتا η^2 ، وجاءت النتائج كما في جدول (٥) السابق إرتفاع قيم مربع إيتا η^2 ، مما يؤكد على أن استخدام الإنفوجرافيك كان ذو أثر كبير في تنمية الوعي الإستهلاكي لطفل ما قبل المدرسة وفق المداخل التربوية موضوع البحث وهى: سلوكيات استهلاك النقود- استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية- استهلاك ممتلكات الغير- استهلاك الوقت والجهد- استهلاك التكنولوجيا- استهلاك الغذاء- استهلاك الملابس- الدرجة الإجمالية.

ثالثاً: جاءت المتوسطات الحسابية لمؤشرات ممارسة الأطفال لسلوكيات الوعي الإستهلاكي بدرجة مرتفعة على الترتيب لسلوكيات: استهلاك الملابس، ثم استهلاك أغراضه وأدواته الشخصية، ثم استهلاك ممتلكات الغير.

ويرجع ماسبق من نتائج إلى أن غالبية أولياء الامور ذوي مستوى ثقافي وتعليمي مرتفع لذلك يهتمون بالسلوكيات الخاصة بالذوق في اختيار الملابس والحفاظ عليها مما جعل استهلاك الملابس يأتي في أعلى درجة ممارسة وهذا يتفق مع نتائج دراسة كل من (De La Ville & Tartas, 2010)، (krum,2013) (Yıldırım, (2016)، بينما استهلاك الممتلكات الشخصية جاءت في المرتبة التي تليها نظراً لحب الطفل الفطرى للاحتفاظ بأغراضه وعدم مشاركة أحد معه استخدامها، ثم جاءت في الرتبة الثالثة، الممارسة المرتبطة باستهلاك ممتلكات الغير وكانت مرتفعة، ويرجع ذلك لحرص المعلمة على إشراك الأطفال في تنظيم الاركان والقاعة بعد كل نشاط ومشاركتهم في تنظيفها وتنظيمها، مما دعم شعورهم بالمسؤولية تجاه حسن ترتيبها وحرصهم على الحفاظ عليها.

كما جاءت المتوسطات الحسابية لمؤشرات ممارسة الأطفال لسلوكيات الوعي الإستهلاكي بدرجة متوسطة على الترتيب لسلوكيات (استهلاك الغذاء- استهلاك التكنولوجيا)، ويرجع ذلك إلى أن أنشطة البرنامج وفرت لهم مماريات جيدة ليميزوا بين الغذاء الصحي وغير الصحي واضراره كما تم توظيف الإنفوجرافيك بشكل فعال ساعدهم على اكتساب سلوكيات استهلاك الغذاء بدرجة جيدة ولكن بالطبع فالاطفال ينجذبون تلقائياً للوان وروائح الأطعمة فكانت هناك صعوبة بالنسبة لهم فى التمييز بين جميع الاغذية الغير صحية ولذلك لعدم قدرتهم عل ضبط النفس في هذا العمر تجاه إستهلاك التكنولوجيا وذلك على الرغم من انهم تلقو معينات فى هذا الأتجاه

ولكن طبيعة خصائص طفل المرحلة تحتاج لإستمرارية التدريب. بينما جاءت المتوسطات الحسابية لمؤشرات ممارسة الأطفال لسلوكيات الوعي الاستهلاكي بدرجة منخفضة على الترتيب لسلوكيات (الوقت والجهد- استهلاك النقود)، ويرجع ذلك إلى عدم قدرة الطفل على تحديد حجم المهمة المطلوبة وتحديد زمن محدد لإنجازها وعدم قدرته على تحديد حجم المهمة التي تناسب قدراته العقلية وكذلك في استهلاك النقود وقدرته على الادخار والحفاظ على جزء من النقود.

وترجع النتائج السابقة لأسباب التالية:

- الاختيار الجيد لبيئة التعلم والروضة المجهزة والعروض التفاعلية (الداتا شو والسبورة تفاعلية بالإضافة لتوفر وسائل متنوعة في الأركان التعليمية).
- الحرص على الاستفادة من المداخل التعليمية المختلفة والإستفادة من ميزات كل مدخل في التنشئة الاستهلاكية السليمة للطفل.
- الحرص على مشاركة أولياء الأمور في تنفيذ بعض الأنشطة التعليمية وفاعليات البرنامج المقترح، بالإضافة لتعاونهم ووعيهم بأهمية البرنامج، مما ساعد على اكساب الاطفال العديد من السلوكيات من خلال المتابعة التكاملية بين ممارسات البرنامج في الروضة وبالمنزل للسلوكيات التي تم تناولها داخل البرنامج بشكل منتظم.
- إشراك الإدارة المدرسية وإدارة الروضة في الأنشطة المتضمنة للبرنامج ساعد تعاون كبير الأثرعلى تحقيق الاهداف المرجوه.
- تصميم الانفوجرافيك المتضمنة لأنشطة البرنامج المقترح من خلال نموذج (Szołtysik, 2017) الإجرائي الذي تضمن الكثير من التفاعلات الحسية للأطفال مما كان له نتائج إيجابية مرتفعة.
- تصميم اوراق عمل ومواقف لتقييم جميع أداءات الطفل ساعد الطفل على اكتساب السلوكيات الإستهلاكية الصحيحة.
- انجذاب الأطفال للأنفوجرافيك خاصة المتحرك والتفاعلي والاختيار الجيد للألوان والتصميمات المتنوعة التي قدمت ضمن البرنامج اشعر الطفل بالمتعة وقلل من العبء المعرفي مع كمية السلوكيات والمفاهيم المتضمنة للبرنامج.

وتتفق نتائج البحث الحالي مع عدة دراسات مثل: دراسة (نبيلة خطاب، ٢٠٠٣)، (منار الشامي، ٢٠٠٦)، (حنان عبد الحليم نصار، ٢٠٠٦)، (ايمان الزغبى، ٢٠٠٧)، (مروة عبد الحليم، ٢٠١٢)، (أسماء سالم، ٢٠١٥)، (De la Ville, V.I. 2005)، (Lankow, Ritchie & Crooks, 2012)، (Davis & Quinn, 2013)، (Ruottinen, 2014)، (Davidson, R. 2014)، (هبة ابراهيم، ٢٠١٨) استخدمهم الوسائل البصرية لتنمية القيم ومهارات الاستهلاكية والاقتصادية بينما لا توجد دراسة على حد علم الباحثات استخدمت الأنفوجرافيك في تدريس التربية الاستهلاكية لطفل ما قبل المدرسة، بالإضافة إلى أن الدراسات السابقة التي استخدمت وسائل بصرية تناول مهارات الاستهلاك المتنوعة ولكنها أغفلت سلوكيات ومهارات ادارة الوقت والجهد وهو ما أهتم به البحث الحالي.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها فإنها يوصي بما يلي:
- إضافة وحدة تعليمية توجه لطفل الروضة لتوعية طفل الروضة بالمفاهيم والسلوكيات الاستهلاكية لدى طفل الروضة.
- إعداد برمجيات والعباب تعليمية يوظف بها الأنفوجرافيك بجميع أنواعه للأطفال لتعريفهم بالمفاهيم والسلوكيات الاستهلاكية لهم لرفع الوعي وتركيز الانتباه حولها.
- عقد دورات تدريبية للمعلمات رياض الأطفال لتعريفهم بكيفية تصميم الانفوجرافيك عن طريق العروض التقديمية وبرنامج معالج الكلمات بالإضافة لاستخدامهم البرامج المجانية لتصميم الانفوجرافيك.

البحوث المقترحة:

- فعالية الانفوجرافيك في تنمية وعي طفل الروضة بالتور المالي.
- فعالية الانفوجرافيك في تنمية ترشيد استهلاك الماء والكهرباء لدى أطفال الروضة المعاقين ذهنياً القابلين للتعلم.
- برنامج مقترح لتنمية مهارات استهلاك ادارة الوقت والجهد لطفل ما قبل المدرسة.

المراجع:

- مجلة العلوم والتربية - المجلد الحادي والأربعون - الجزء الرابع - السنة الثانية عشرة - يناير ٢٠٠٢
- أسماء علي محمد سالم (٢٠١٥). فعالية برمجية ألعاب كمبيوتر تعليمية في تنمية بعض المفاهيم والميول الاقتصادية لدى أطفال الروضة. رسالة دكتوراه- جامعة المنيا. كلية رياض الأطفال. قسم العلوم التربوية.
- إيمان عبد الغنى حسن الزغبى (٢٠٠٧). علاقة القيم الاقتصادية للأسرة المصرية بالسلوك الاستهلاكي لطفل الروضة واثر ذلك على ادراكه لبعض المفاهيم الاقتصادية. رسالة دكتوراه، جامعة الاسكندرية. كلية رياض الاطفال. قسم العلوم التربوية،
- حنان محمد حسن إبراهيم (٢٠١٢). دور الصورة الفوتوغرافية في العملية التعليمية لدى طفل ما قبل المدرسة، المؤتمر العلمي الدولي الأول- رؤية إستشرافية لمستقبل التعليم في مصر والعالم العربي في ضوء التغيرات المجتمعية المعاصرة. جامعة المنصورة- كلية التربية ومركز الدراسات المعرفية بالقاهرة. ٤١٥-٤٤٠.
- حنان محمد عبد الحليم نصار (٢٠٠٦). تأثير برنامج للتدريب علي قراءة الصور في زيادة درجة الانتباه لدى طفل الروضة، المؤتمر الإقليمي الثالث الطفل العربي وملاحح المستقبل كلية البنات، جامعة عين شمس.
- سحر توفيق نسيم (٢٠١٥). فعالية برنامج مقترح لتنمية سلوكيات ترشيد استهلاك المياه لدى طفل الروضة. مجلة كلية رياض الأطفال جامعة بورسعيد. (٧). ١١-٥٧
- شيماء فخري فريد. (٢٠١٥). دور التفاعل المستقل مع شبكات التواصل الإجتماعي والذكاء الإستهلاكي للطفل. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة جامعة عين شمس- كلية التجارة. (٣). ١٢٧-١٥٦
- صالح بن حمد العساف (٢٠٠٣). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط٣، مكتبة العبيكان للطباعة والنشر، الرياض.
- العجيلي سرر، ناجى خليل (٢٠١٠). نظريات التعليم، بنغازي، منشورات جامعة قار يونس.
- عمرو درويش؛ أماني الدخني (٢٠١٥). نمطا تقديم الإنفوجرافيك (الثابت/ المتحرك) عبرالويب وأثرهما فى تنمية مهارات التفكير البصرى لدى أطفال التوحد واتجاهاتهم نحوه تكنولوجيا التعليم-مصر، ٢٥ (٢)، ٣٦٥-٣٦٤
- لبصير سفيان (٢٠١٥). سلاسل الرسوم المتحركة وعلاقتها بقيم الإستهلاك لدى الطفل الجزائري. مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع. (٣٢). ١٩٦-٢٠٨

- محمد عطية خميس (٢٠٠٧). الكمبيوتر التعليمي وتكنولوجيا الوسائط المتعددة. ط١. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع، ٩٧.
- مروة محمد امين مصطفى عبدالحليم (٢٠١٢). فاعلية برنامج ارشادي لاكتساب الاطفال واسرهم بعض المفاهيم الاقتصادية في مرحلة الطفولة المبكرة، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس - كلية البنات.
- منار مرسي الدسوقي الشامي (٢٠٠٦). برنامج مقترح بالوسائط المتعددة لتنمية بعض مفاهيم الاقتصاد المنزلي لدى طفل ما قبل المدرسة. رسالة دكتوراه. كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية. والتربية
- نبيلة عبدالستار السيد على خطاب (٢٠٠٣). تكنولوجيا المعلومات وأثرها على السلوك الاستهلاكي والاجتماعي للأسرة المصرية. رسالة دكتوراه - جامعة المنوفية. كلية الاقتصاد المنزلي، شبين الكوم.
- هبة حسن حسن ابراهيم (٢٠١٨). فعالية برنامج قائم على استراتيجيات خرائط المفاهيم في اكتساب طفل الروضة بعض المفاهيم الاقتصادية. مجلة دراسات في الطفولة والتربية جامعة أسيوط - كلية التربية للطفولة المبكرة. (٧). ٢٠٢-٢٦٢.
- هويدا عزت أحمد محمد (٢٠١٧). دور الإعلان التليفزيوني كأحد مداخل التنشئة الاجتماعية في تعلم الطفل السلوك الاستهلاكي. المجلة العربية للإدارة. ٣٧(٤). ٦١-٨٣.
- Benn, J. (2002). Consumer education: Educational considerations and perspectives. *International Journal of Consumer Studies*, 26 (3), 169-177.
- Benn, J. (2004). Consumer education between 'consumer ship' and citizenship: experiences from studies of young people. *International Journal of Consumer Studies*, 28 (2), 108-116.
- Cook, D.T. (2004). *The Commodification of Childhood: The Children's Clothing Industry and the Rise of the Child Consumer*. London, UK: Duke University Press.
- Cook, D.T. (2008). The missing child in consumption theory. *Journal of Consumer Culture*, 8 (2), 219-243.
- Cram, F., & Ng, S. (1999). Consumer socialization. *Applied Psychology: An International Review*, 48 (3), 297-312.
- Crnokrak, P. (2013). *IDN infographics issues. Brief: Collections*

,IDN, Volume 15 number 4,infographics issue, variable at: <https://filteredthrough.wordpress.com/2008/11/13/briefcollection/sidnvolume-15-number-4infographics-issue/>

- Davidson, R. (2014). Using infographics in the science classroom. *The Science Teacher*, 81 (3), 34-39.
- Davis, M., & Quinn, D. (2013). Visualizing text: The new literacy of infographics. *Reading Today*, 31 (3), 16-18.
- De Craemer, M., De Decker, E., De Bourdeaudhuij, I., Verloigne, M., Duvinage, K., Koletzko, B.,... & Iotova, V. (2014). Applying the Intervention Mapping protocol to develop a kindergarten- based, family involved intervention to increase European preschool children's physical activity levels: the ToyBox study. *obesity reviews*, 15, 14-26.
- De la Ville, V.I. (2005). The invention of the child consumer: What is at stake for marketing practice and research? In B. Tufte, J. Rasmussen & L.B. Christensen (Eds.), *Frontrunners or Copycats?* (pp. 135-158). Copenhagen, Denmark: Copenhagen Business School Press.
- Dotson, M.J., & Hyatt, E.M. (2000). A comparison of parents' and children's knowledge of brands and advertising slogans in the United States: Implications for consumer socialization. *Journal of Marketing Communications*, 6 (4), 219-230.
- Fernandes, M. M. (2008). The effect of soft drink availability in elementary schools on consumption. *Journal of the American Dietetic Association*, 108(9), 1445-1452.
- Fox, J. C. (2015). The Impact of the Updated National School Lunch Program Meal Standards on Fruit and Vegetable Consumption Among Elementary School Students in

Cache County Utah. UTAH STATE UNIVERSITY Logan, Utah.

- Grant, I.J., & Stephen, G.R. (2005). Communicating culture: An examination of the buying behavior of 'teenage' girls and the key societal communicating factor influencing the buying process of fashion clothing. *Journal of Marketing, Measurement and Analysis for Market-ing*, 14 (2), 45-63.
- Graziose, M. M. (2017). A Conceptual Evaluation Framework for Measuring Fruit and Vegetable Consumption at School Lunch among Elementary Students Participating in the National School Lunch Program. Columbia University.
- Gronhaug, K., & Venkatesh, A. (2007). Products and services in the perspective of consumer socialization. *European Journal of Marketing*, 20 (10), 15-36.
- Gunter, B., & Furnham, A. (1998). *Children as Consumers: A Psycho-logical Analysis of the Young People's Market*. London, UK & New York, NY: Routledge.
- John, R.D. (1999). Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research*, 26 (3), 183-213.
- John, R.D. (2002). Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. In F. Hansen, J. Rasmussen, A. Martensen & B. Tufte (Eds.), *Children: Consumption, Advertising and Media* (pp. 25-89). Copenhagen, Denmark: Copenhagen Business School Press.
- Kibar, P. N., & Akkoyunlu, B. (2015). Searching for Visual Literacy: Secondary School Students are Creating Infographics. In *Information Literacy: Moving Toward Sustainability* (241-251). Springer International Publishing.

- Kos, B. A., Sims, E. (2014). Infographics: The New 5-Paragraph Essay. In 2014 Rocky Mountain Celebration of Women in Computing. Laramie, WY, USA. Retrieved from: https://scholar.colorado.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=atlas_gradpapers
- Krum, R. (2013). Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design. Indianapolis, (Kindle Locations 107-108). IN: John, Wiley & Sons.
- Kuhlmann, E.M. (1983). Consumer socialization of children and adolescents: A review of current approaches. Journal of Consumer Policy, 6 (4), 77-93.
- Lamb, A., & Johnson, L. (2014). Infographics, Part 1: Invitations to inquiry. Teacher Librarian, 41 (4), 54-58.
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). Infographics: The Power of Visual Storytelling. Hoboken, NJ: John, Wiley & Sons.
- Martens, L. (2005). Learning to consume: Consuming to learn. British Journal of Sociology of Education, 26 (3), 343-357.
- Martin, N.A., & Trimboli, J. (2001). CE at World Congress of CL. Retrieved from: www.norden.org/nicemail/issues/sixtefrworld.htm
- McCartney, A. (2013). How to turn infographics into effective teaching tools? Retrieved from: <http://blog.visual.ly/how-to-turn-infographics-into-effective-teaching-tools/>.
- McGregor, S.L.-T. (2005). Sustainable consumer empowerment through critical consumer education: A typology of consumer education approaches. International Journal of Consumer Studies, 29 (5), 437-447.
- Moss, A., Smith, S., Null, D., Long Roth, S., & Tragoudas, U. (2013). Farm to school and nutrition education: Positively affecting elementary

- school-aged children's nutrition knowledge and consumption behavior. *Childhood Obesity*, 9(1), 51-56.
- Noh, M. A. M., Shamsudin, W. N. K., Nudin, A. L. A., Jing, H. F., Daud, S. M., Abdullah, N. N. N., & Harun, M. F. (2015). The Use of Infographics as a Tool for Facilitating Learning. In *International Colloquium of Art and Design Education Research (i-CADER 2014)* (pp. 559-567). Springer Singapore.
 - Nordic Council of Ministers (NCM). (2009). *Teaching Consumer Competences: A Strategy for Consumer Education*. Copenhagen, Denmark: The Author.
 - Nuhoğlu-Kibar, P., & Akkoyunlu, B. (2017). Fostering and assessing infographic design for learning: The development of infographic design criteria. *Journal of Visual Literacy*, 36 (1), 20-40.
 - Oestergaard, P., & Jantzen, C. (2000). Shifting perspectives in consumer research: From buyer behavior to consumption studies. In S.C. Beckmann & R. Elliot (Eds.), *Interpretive Consumer Research: Paradigms, Methodologies and Applications* (pp. 58-65). Copenhagen, Denmark: Copenhagen Business School Press.
 - Pettigrew, S. & Roberts, M. (2006). Mothers' attitude towards toys as fast food premiums. *Young Consumers*, 7(4): 60-68.
 - Piaget, J. (1937). *The Construction of Reality by the Child*. Neuchâtel, Switzerland: Delachaux et Niestlé.
 - Robertson, T.S., & Feldman, S. (1976). Children as consumers: The need for multi-theoretical perspectives. *Advances in Consumer Research*, 3 (1), 508-512.
 - Rueda, R. A. S. (2015). Use of Infographics in virtual environments for personal learning process on Boolean algebra. *Vivat Academia*, 18 (130), 37-47

- Ruottinen, A. R. (2014). Visual Design in the Creation of Educational Infographics: Case Study of Designing Infographics for E-learning. Bachelor's thesis. Retrieved from <http://theseus32-kk.lib.helsinki.fi/handle/10024/72962>
- Secondulfo, D. (2014). Born to buy. The socialization of young consumers. *Italian Journal of Sociology of Education*, 6(3), 26-40. Retrieved from http://www.ijse.eu/wpcontent/uploads/2014/10/2014_3_3.pdf
- Sidneyeve, M. & Jaigris, H. (2014). Teaching with Infographics: Practicing New Digital Competencies and Visual Literacies, Retrieved from: <http://www.beds.ac.uk/jpd/volume-4-issue2/teaching-with-infographics>
- Smiciklas, M. (2012). The power of infographics. Using Pictures to communicate and connect with your audiences. Estados Unidos, EU: Pearson
- Smith, S. L., & Cunningham-Sabo, L. (2014). Food choice, plate waste and nutrient intake of elementary- and middle-school students participating in the US National School Lunch Program. *Public health nutrition*, 17(6), 1255-1263.
- Stokes, S. (2002). Visual literacy in teaching and learning: A literature perspective. *Electronic Journal for the Integration of Technology in Education*, 1, 10-19.
- Sudakov, I., Belsky, T., Usenyuk, S., & Polyakova, V. (2014). Mathematics and Climate Infographics: A Mechanism for Interdisciplinary Collaboration in the Classroom.
- Szoltysik, M. (2017). Processes of creating infographics for data visualization. In J. Goluchowski, M. Pankowska, H. Linger, C. Barry, M. Lang & C. Schneider (Eds.), *Complexity in Information Systems Development: Proceedings of the 25th International Conference on Information Systems Development* (pp. 167-184). New York, NY: Springer.

- Tanvir, A., & Arif, M. (2012). Impact of cartoon endorsement on children impulse buying of food: a parent's perspective. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(2), 653-658
- Thoresen, V.W. (2002). *Resource Handbook for Consumer Education*. Oslo, Norway: Consumer Council of Norway & Ministry of Children and Family Affairs.
- Thoresen, V.W., Chittenden, D., Innamorati, A., Pierre, F., Strecker, M., & Combes, B. (2010). *Education for Sustainable Consumption*. Retrieved from: <http://perl.nxc.no/content/download/19917/201760/file/ESC%20brief%20for%20general%20use%2016%20April%202010.docx>
- Toth, C. (2013). Revisiting a genre: Teaching infographics in business and professional communication courses. *Business Communication Quarterly*, 76 (4), 446-457.
- Ukpore, B.A. (2006). *Fundamentals of Consumer Education* (3rd ed.). Ibadan, Nigeria: Spectrum Books, Ltd.
- Walpole. R. (1998). *Introduction to Statistics* (2nd ed). Macmillan Publishing Co, Inc. New York, 148-149.
- Ward, S.L. (1974). Consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, 1 (2), 1-14.
- Williams, R. (2013). Arts work in education. Retrieved February, 2013. Available at: http://www.aweoregon.org/research_theory.html
- Yildirim, S. (2016). Infographics for Educational Purposes: Their Structure, Properties and Reader Approaches. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*; volume 15 issue 3, 98-110.