

برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة

إعداد:

أ.م.د/ سحر فتحي عبد المحسن عبد الحميد^١

المستخلص:

هدف البحث الحالي إلى إعداد برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة، وقد استخدم البحث المنهج شبه التجريبي ذو المجموعتين الضابطة والتجريبية، وتمثلت عينة البحث في مدرسة صلاح الدين البشهي بإدارة شرق التعليمية بمحافظة الفيوم، وتكونت من (٦٠) طفلاً وطفلة امتدت أعمارهم ما بين (٥-٦) سنوات تمثلت في (٣٠) المجموعة التجريبية و (٣٠) المجموعة الضابطة، واستخدم البحث قائمة مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة (إعداد الباحثة)، وبرنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة (إعداد الباحثة)، أشارت النتائج إلى فاعلية البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب في تنمية مهارات النقد الإعلامية (تحليل الرسالة الإعلامية - تقييم الرسالة الإعلامية - مشاركة الرسالة الإعلامية) لدى طفل الروضة، وأوصى البحث بضرورة إعداد الأطفال للتعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة ورفع مستوى وعي المعلمات والوالدين بأهمية الحوار والمناقشة مع الأطفال حول ما يشاهدونه.

الكلمات المفتاحية:

مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب - مهارات النقد الإعلامية - طفل الروضة.

^١ أستاذ مناهج الطفل المساعد و قائم بعمل رئيس قسم العلوم التربوية - كلية التربية للطفولة المبكرة - جامعة الفيوم

Program Based on Video Clips on YouTube In Developing of some Media Criticism Skills for kindergarten Child

Abstract:

The current research aims to prepare a program based on Video clips on YouTube In developing some Media Criticism Skills for the kindergarten child. The semi-experimental approach has been used in the two groups (experimental and control). The sample was consisted of kindergarten children (Salah Al-Din Al-Bashihi School, Sharq Educational Administration, Fayoum Governorate) between the ages of (5-6) years, their number was (60), the experimental group (30), the control group (30). The research used the kindergarten child's Media Criticism Skills List (prepared by the researcher), the kindergarten child's Media Criticism Skills Scale (prepared by the researcher) and program based on Video clips on YouTube In developing some Media Criticism Skills for the kindergarten child (prepared by the researcher). The results indicated the effectiveness of the program Which based on Video clips on YouTube in developing some Media Criticism Skills (media message analysis, media message evaluation, media message sharing) for the kindergarten child. The research recommended the need to Preparing children to deal with different media and raise the awareness of female teachers and parents of the importance of dialogue and discussion with children about what They are watching.

Keywords:

Video clips on You Tube - Media Criticism Skills - the kindergarten child. .

مقدمة:

أصبح من الملاحظ للجميع أن استخدام الإنترنت والدخول على صفحات اليوتيوب من قبل الكثير من أطفال الروضة حقيقة واقعة في العصر الحالي والذي تحولت فيه المعلومات من صورة مكتوبة على الورق إلى صورة محفوظة على الشبكة الدولية للمعلومات، وبات تأثر الأطفال به واضحاً سواء بشكل إيجابياً أو سلبياً والذي يظهر في سلوكياتهم نتيجة لما تتميز به هذه الفيديوهات من جذب وتشويق وتلبية لاحتياجاتهم من المتعة والترفيه والتسلية.

فقد أكدت نتائج دراسة "عبدالشافى" (٢٠٢١) أن لفيديوهات الأطفال المنشورة على اليوتيوب تأثيراً ملحوظاً وواضحاً على متابعتها من الأطفال.

حيث أظهرت نتائج دراسة "عليما وأخرون" et al، E، Oliemat (٢٠١٨) أن الأطفال بمرحلة الطفولة المبكرة لديهم معرفة بتطبيقات التعلم فهي بمثابة أدوات تسلية بالنسبة لهم أكثر من كونها أدوات تعليمية، ويستبدل الأطفال أنشطة اللعب التقليدي باللعب بأجهزة التابلت ومشاهدة اليوتيوب، فهم يمتلكون مهارات استخدامها ولكنهم بحاجة إلى المساعدة والتوجيه.

لذا قدمت دراسة "عبدالواحد" (٢٠٢٠) مجموعة من المقترحات أهمها تقديم تصور مقترح لتطوير مهارات طفل الروضة في العصر الرقمي.

حيث يستغرق الأطفال في مشاهدة تلك الفيديوهات والتي قد لا تعكس ثقافة المجتمع المصري وقيمه ويصبح الطفل متلقياً سلبياً للمحتوى غير اللائق للرسائل التي تبثها فهو لا يستطيع تقييم تلك الفيديوهات بشكل موضوعي، فيزيد احتمال التأثير السلبي الكبير عليه والذي قد يشمل مخاطر متعددة.

فقد توصلت نتائج دراسة "عبدالشافى" (٢٠٢١) إلى شيوع استخدام الألفاظ غير اللائقة سواء في مضمون بعض الفيديوهات أو في التعليقات المصاحبة لها، وأنها تتضمن الكثير من السلوكيات المنافية لقيم وعادات وتقاليد المجتمع المصري، أما التجاوزات المتعلقة بمخالفة القيم الدينية والأخلاقية فمتعددة وتتصاعد خطورتها حيث تصل في بعض الأحيان إلى ارتكاب مخالفات قانونية أو جنائية، حيث يسعى ناشرو فيديوهات الأطفال على اليوتيوب لكسب أكبر عدد من المشاهدات والاشتراكات والإعجاب كهدف رئيسي، يليه أهداف المرح والتسلية والترفيه، والأهداف التسويقية والإعلانية، وجميعها أهداف يتراجع أمامها بشكل ملحوظ اهتمام ناشري تلك الفيديوهات بمراعاة مبادئ المسؤولية الاجتماعية ومعايير وأخلاقيات النشر.

فالأطفال والبالغون يحتاجون -أكثر من أي وقت مضى- إلى تعلم كيفية اكتساب وتحليل ودمج المعرفة التي يصلون إليها من مصادر متعددة، من أجل التمكن من إجراء تقييم نقدي للمعلومات التي يمكنهم الوصول إليها على الفور من أي مكان في جميع أنحاء العالم. (et al، Wright، 2015،

(64

حيث أصبح من غير الممكن قيام الأسرة بمفردها بدورها في توجيه سلوك الطفل في عصر الثورة المعلوماتية والزخم الإعلامي ، وهذا ما أسفرت عنه نتائج دراسة "عبدالواحد" (٢٠٢٠) من عدم

تحقق دور الأسرة في حماية الطفل من مخاطر المحتوى الرقمي المعروض عبر الإنترنت ، لذا من الضروري إكسابه الحصانة الذاتية والتي تمكنه من التعامل الواعي مع الرسائل الإعلامية بتثقيفه وتهذيبه وإكسابه موقفاً مبنياً على تقييم ناقد لها من وجهة نظر علمية وواقعية (الخيون، ٢٠١٨، ١١). ويؤكد "ريت وآخرون" et al. Wright ، (٢٠١٥، ٧٠) على ضرورة توظيف المنتجات الإعلامية لكي يصبح الطلاب مفكرين نقديين ومستهلكين للمعرفة ، وقد توصلت نتائج دراسة "الخياط" (٢٠٢٠) إلى أن مشاهدة الطفل لليوتيوب له إيجابيات وسلبيات في آن واحد ، لذا رأت الباحثة الاستفادة من إعداد وتطبيق برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة.

مشكلة البحث:

بدأ الإحساس بالمشكلة من خلال ملاحظة الباحثة للاستخدام المفرط من قبل أطفال الروضة لمواقع الإنترنت وخاصة فيديوهات اليوتيوب بما تحمله من مضامين إيجابية وسلبية واحتياجهم لمهارات النقد الإعلامية.

وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة والتي استهدفت معرفة آراء عينة من الأمهات بلغ عددها (٣٥) أمماً ، والتي توصلت إلى أن نسبة (٩٠%) منهن أكن على الاستخدام المفرط من قبل الطفل لمشاهدة فيديوهات اليوتيوب والتي يتأثر سلوكه معها بالسلبية والعنف أكثر من تأثره بالسلوك الإيجابي، حيث يميل إلى تقليد ما يشاهده من سلوكيات إيجابية كانت أم سلبية، وحاجته إلى المهارات التي تمكنه من التمييز بين المحتوى الإعلامي السليم والآخر السلبي.

ويؤكد هذا ما توصلت إليه نتائج دراسة "حسين" (د.ت، ١٤٤ - ١٤٦) إلى ارتفاع نسبة مشاهدة أطفال مرحلة ما قبل المدرسة لمقاطع الفيديو المقدمة عبر اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات، وعدم مناسبتها، وتقليد الطفل لكل ما يشاهده، والتأثير السلبي لهذه المشاهد على سلوكه، وأنها لا تراعي العادات والقيم الإسلامية واحتوائها على مشاهد عنف وكرامية وسلوكيات سلبية وتأثرهم بها. وقد قدمت دراسة "عبدالواحد" (٢٠٢٠) مجموعة من التوصيات المقترحة لتحقيق الأمن الرقمي لطفل الروضة في ضوء تحديات الثورة الرقمية أهمها مساعدة الأطفال على إدارة استخدام الإنترنت والتعامل مع البيانات الرقمية بشكل آمن.

ودراسة "يين وتشو" Yin & Zhou (٢٠١٥، ٣٠) والتي أكدت نتائجها على حاجة الأطفال للتعامل مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل نقدي وضرورة بذل كل أنواع الجهود لبناء جمهور استباقي نشط لحماية الطفولة.

حيث تتطلب التربية الإعلامية استفساراً نشطاً وتفكيراً نقدياً حول الرسائل التي نلقاها وننشئها. (Scheibe، C.، Rogow، F.، 2012، 3) فامتلاك الإنسان لمهارات الوعي الناقد لما تتضمنه هذه الرسائل هو السبيل الوحيد للمحافظة على إنسانيته وحرية وحمايته من التأثيرات السلبية. (حسن، ٢٠١٥، ١٠٨)

وقد أكدت دراسة "ريت وآخرون" et al، Wright ، (٢٠١٥) على الحاجة إلى تعزيز بيانات التعليم والتعلم باستخدام المنتجات الإعلامية كوسيلة فعالة لتعزيز الموقف النقدي وتسهيل عملية التدوين والتفكير وتبادل المعرفة لتشكيل طلاباً مستقلين ومتمكنين ، من هنا ظهرت أهمية تدريب الأطفال على الرقابة الذاتية بالتحكم بالحد الأدنى من مهارات النقد الإعلامية من خلال برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب الأكثر مشاهدة من قبل الأطفال ، وهذا ما دعا الباحثة إلى إجراء البحث الحالي.

أسئلة البحث:

سعى البحث الحالي إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

١. ما مهارات النقد الإعلامية المراد تنميتها لدى طفل الروضة ؟
٢. ما صورة برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة ؟
٣. ما فعالية البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب في تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة ؟

أهداف البحث:

سعى البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. تحديد مهارات النقد الإعلامية المراد تنميتها لدى طفل الروضة.
٢. إعداد برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة.
٣. قياس فعالية البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب في تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة.

أهمية البحث:

الأهمية النظرية:

يكتسب البحث الحالي أهميته من خلال الآتي:

- اهتم البحث الحالي بمرحلة رياض الأطفال حيث تدريب الطفل على الرقابة الذاتية والتحكم بالحد الأدنى من مهارات النقد الإعلامية.
- اهتم البحث الحالي بتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة في ضوء تحديات الثورة الرقمية والتي تمكنه من التعامل الواعي مع الرسائل الإعلامية.
- ساعد البحث الحالي في تسليط الضوء على موضوع هام وهو توظيف فيديوهات الأطفال المنشورة على اليوتيوب لما لها من تأثير ملحوظ وواضح على متابعتها من الأطفال.

الأهمية التطبيقية:

- قدم البحث الحالي مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة يمكن أن يفيد الباحثين والمهتمين بتربية وتعليم الطفل.
- تقديم عددًا من الأنشطة بتوظيف مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة قد يستفيد منها مخطو المناهج والمعلمات وأولياء الأمور.
- قدم البحث الحالي رؤية جديدة لكيفية توظيف مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب ليتمكن الطفل من التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل نقدي.

حدود البحث:

الحدود الزمنية: تم تطبيق أدوات البحث الميدانية في الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي ٢٠٢١/٢٠٢٢ م.

الحدود المكانية والبشرية: اقتصر البحث الحالي على عدد (٦٠) طفلاً وطفلة من المستوى الثاني الذين امتدت أعمارهم ما بين (٥-٦) سنوات بروضة مدرسة صلاح الدين البشهي التابعة لإدارة شرق التعليمية بمحافظة الفيوم، تمثلت في (٣٠) المجموعة التجريبية و (٣٠) المجموعة الضابطة.

الحدود الموضوعية: قد اقتصر البحث الحالي على:

- اختيار مجموعة من مقاطع الفيديو الموجودة على منصة اليوتيوب الأكثر مشاهدة لطفل الروضة وعددها "٩" فيديوهات.
- بعض مهارات النقد الإعلامية (تحليل الرسالة الإعلامية - تقييم الرسالة الإعلامية - مشاركة الرسالة الإعلامية) بناءً على استطلاع رأي المحكمين.

مصطلحات البحث:

- **مهارات النقد الإعلامية Media Criticism Skills** : ذلك النمط من التفكير الذي يستخدمه الجمهور المستخدم للإعلام السليم والآخر السلبي باستخدام جملة مهارات وهي "الوصول للرسائل الإعلامية- تحليل الرسائل الإعلامية، نقد الرسائل الإعلامية، إنتاج الرسائل الإعلامية، مشاركة الرسائل الإعلامية". (الشيخ وآخرون، ٢٠١٩، ١٢٢)
- وتعرف الباحثة **مهارات النقد الإعلامية إجرائياً في البحث الحالي بأنها:** "مجموعة من القدرات التي تجعل الطفل متلقياً إيجابياً للرسالة الإعلامية بتحليل محتواها ومعرفة تفاصيلها وتقييم الجوانب الإيجابية والسلبية في مضمونها والتفاعل معها بطرق مختلفة".
- **مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب Video clips on YouTube**: يعرف "كورنياواتي" Kurniawati مقطع الفيديو بأنه " عبارة عن صورة متحركة بالألوان أو بالأبيض والأسود ناتجة عن حركة حية أو العرض التقديمي، قد يكون الكائن أو الحدث في حركة عادية ويتم تحريره من خلال الإضاءة المختصرة أو العالية، ويمكن أن يكون صامت أو ذات صوت ". (Kurniawati، 2016، 283)

وتعرف الباحثة مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب إجرائياً في البحث الحالي بأنها : " مجموعة من التتابعات السمعية والبصرية تقدم المعرفة لأطفال الروضة ، ويمكن التحكم فيها بتشغيلها وإيقافها أو إعادتها عدة مرات بطريقة جذابة ، مع متابعة المعلمة لما يقوم به الأطفال من ملاحظات وأسئلة يطرحونها حول هذه الفيديوهات بهدف تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لديهم ".
الإطار النظري والدراسات السابقة:

المحور الأول: مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب Video clips on YouTube : مقدمة:

نعيش الآن عصر المعلومات والتكنولوجيا حيث الانفجار المعرفي والتدفق المعلوماتي عبر العديد من الوسائل المتاحة لجميع الأعمار وفي جميع الأوقات بما تحمله من مضامين مختلفة ذات أهداف متعددة.

حيث أدى التقدم التكنولوجي إلى ظهور أساليب وطرق جديدة للتعليم غير المباشر تعتمد على توظيف مستحدثات تكنولوجية لتحقيق التعلم المطلوب منها، باستخدام الحاسوب ومستحدثاته والأقمار الصناعية والقنوات الفضائية بغرض إتاحة التعلم على مدار اليوم والليلة لمن يريده وفي المكان الذي يناسبه، بواسطة أساليب وطرق متنوعة تدعمها تكنولوجيا الوسائط المتعددة (الديسي، ٢٠١٩، ٥٢) واليوتيوب أحد هذه المستحدثات التكنولوجية حيث يستضيف مستودعاً ضخماً لمحتوى الفيديو، يمكن المستخدمين من تحميل مقاطع الفيديو أو إنشاء قوائم تشغيل لتنظيم المحتوى بطريقة تناسب اهتماماتهم، ويعتبر محتوى الفيديو هو اتجاه كبير في التعليم الإلكتروني الأكثر تفاعلية ومتعة، ويسمح اليوتيوب للمتعلمين بإضافة مقاطع فيديو يمكن للمتعلمين الوصول إليها عندما يحتاجون إليها، وهناك الملايين من مقاطع الفيديو الحالية على يوتيوب والتي يمكن استخدامها لإنشاء قوائم تشغيل لموضوع ذي صلة، ويمكن تضمين مقاطع الفيديو التي يتم تحميلها على اليوتيوب بسهولة. (الأتربي، ٢٠١٩، ١٠٥)

فمقاطع الفيديو أداة تعليمية قوية ومحفزة للطلبة ويعتمد ذلك على كيفية توظيفها، حيث لا يعتبر استخدامها غاية في حد ذاتها بل وسيلة لتحقيق الأهداف التعليمية. (التميمي، ٢٠١٦، ١٤) وبالرغم من إمكانات الفيديو الكبيرة في التعليم كغيره من الوسائل التعليمية الأخرى فإنه لا يؤدي دوره بذاته بمجرد مشاهدة الطلبة له، بل تعتمد الفائدة التعليمية له على الطريقة التي يتم توظيفها بها ضمن العملية التعليمية والتي تعمل على إثراء العملية التعليمية وتحسينها، مع تواجد ومتابعة المعلم لما يقوم به الطلبة من أسئلة وملاحظات يقومون بتدوينها عند متابعتهم للفيديوهات. (الشرمان، ٢٠١٥، ٢١٠-٢١١)

حيث أن استخدام أي مصدر معلومات في وضع غير خاضع للإشراف والرقابة له آثاراً سلبية شديدة على المستخدمين خاصة في حالة الأطفال في سن ما قبل المدرسة. (et al، N،Yaqoob، 2018، 48)

فقد أصبحت كل وسيلة تكنولوجية في العصر الحالي سلاح ذو حدين، فإذا لم يتم توظيفها بالشكل المطلوب أصبح ضررها أكثر من نفعها، لذا تم توظيف مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة في البحث الحالي.

مفهوم الفيديو:

تعرف "التميمي" (٢٠١٦، ١٠) الفيديو التعليمي بأنه "مقطع مرئي متحرك يحتوي مادة علمية مشروحة بالصوت والصورة تشاهده الطلبة عبر شاشة الحاسب بحيث تستطيع التحكم في تشغيله أو إيقافه أو إعادته عدة مرات".

كما يمكن تعريف الفيديو التعليمي بأنه "طريقة لعرض المحتوى العلمي باستخدام الوسائط المتعددة (صوت- صورة) ويمكن التحكم في تشغيله وإيقافه بطريقة جذابة تمكن الأطفال من فهمها بأسهل طريقة ممكنة". (الحياني، ٢٠١٩، ٩٧)

أما "العلياني" (٢٠١٩، ٧٤) فيعرف الفيديو الرقمي بأنه "مجموعة من التتابعات السمعية والبصرية يتم إنتاجها وعرضها باستخدام جهاز الكمبيوتر لتحقيق أهداف المنهج المدرسي". وقد تم استخلاص تعريف مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب إجرائياً في البحث الحالي من التعريفات السابقة بأنها "مجموعة من التتابعات السمعية والبصرية تقدم المعرفة لأطفال الروضة، ويمكن التحكم فيها بتشغيلها وإيقافها أو إعادتها عدة مرات بطريقة جذابة، مع متابعة المعلمة لما يقوم به الأطفال من ملاحظات وأسئلة يطرحونها حول هذه الفيديوهات بهدف تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لديهم".

فاعلية الفيديو في العملية التعليمية:

يعد الفيديو أحد المستحدثات التكنولوجية الحديثة التي انتشرت في الآونة الأخيرة والتي يمكن استثمارها بدرجة فعالة مع أطفال الروضة، فالمتعلم في العصر الحالي ينبغي أن تقدم له المادة التعليمية ليتعلم منها ذاتياً، ويمكن مصاحبة الفيديو بمجموعة من التوجيهات والأنشطة القبلية والبعديّة ليتحقق أقصى استفادة منها، فهو من أفضل الوسائل التعليمية السمعية والبصرية.

حيث تشير العديد من الدراسات إلى فعالية مقاطع الفيديو في التعليم، فهي أكثر الوسائط تمثيلاً للواقع بما تقدمه من مادة مصورة ملونة مصحوبة بالصوت. (العجومي، ٢٠١٩، ٩) وقد توصلت نتائج دراسة "يعقوب وآخرون" et al، N،Yaqoob (٢٠١٨، ٤٨) إلى أن التعلم الخاضع للإشراف والمراقبة من خلال مقاطع فيديو اليوتيوب مفيد وفعال لاكتساب المعرفة الأساسية في الطفولة المبكرة.

حيث أن التحفيز باستخدام مقاطع فيديو اليوتيوب القائمة على الصوت والصورة يمكن استخدامه كوسيلة لتحسين النمو المعرفي في مرحلة الطفولة المبكرة. (Asmiarti، D، Winangun، & G، 2018، 6)

فقد أشارت نتائج دراسة "إيك وكينج" Eick & King (٢٠١٢) إلى أن مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب قد ساهمت في فهم الطلاب للعمليات والمبادئ العلمية.

حيث تسمح أنشطة التعلم المدعومة بالفيديوهات التعليمية بالتعلم النشط. (Beheshti, M., et al, 2018, 62)

كما توصلت نتائج دراسة "سنادانا" W., Cendana (٢٠٢٠) إلى فاعلية استخدام الفيديو في جذب انتباه الطلاب، فعلى المعلمين توفير وسائل تعليمية تناسب احتياجات الطلاب.

حيث يتسم الفيديو بمجموعة من المميزات يذكرها "عبد الفتاح" (٢٠١٨، ٨٨) في النقاط التالية:

١. يسهم في إيجاد المشاركة الفعالة بين المتعلم والبرنامج.
 ٢. يسهم في توفير بل وتمديد زمن التعلم.
 ٣. يراعي خصائص المتعلم وحاجاته المختلفة.
- ويعرض الطيبي وآخرون (٢٠١٨، ٩٦-٩٨) الوظائف التي يمكن للفيديو أن يسهم بها في تطوير عملية التعليم والتعلم لتشمل ما يلي:
- ١- يساعد على أن تكون عمليتي التعليم والتعلم فنية مهنية منظمة من خلال التخطيط لسير الدرس، حيث يعمل المعلم على تخطيط العملية التعليمية ثم يحدد أهدافه وأنشطته وأساليب تقويمه.
 - ٢- تحقيق رفع درجة وضوح المعلومات المقدمة للمتعلمين، حيث أنها تعد وسائل شبه محسوسة تعمل على زيادة استيعاب المعلومات وتعميق هذا الاستيعاب من قبل المتعلمين.
 - ٣- تشويق المتعلمين وإثارة دافعيتهم مما يساعد على نشوء الإتجاهات الإيجابية نحو المادة العلمية، الأمر الذي يعمل على الابتكار والإبداع.
 - ٤- تحقيق مبدأ التعليم الفعال الذي يقدم للمتعلمين مثيرات متنوعة ثم ترك المجال لتسجيل استجابة المتعلم وتقديم التغذية الراجعة.
 - ٥- تعمل على تحقيق مبدأ ربط الجانب النظري بالجانب العملي، وهو وظيفة أساسية من الوظائف الجوهرية لاستخدام الفيديو في العملية التربوية كوسيلة عرض وملاحظة عمليات تطبيقية.
 - ٦- تقديم معلومات جديدة للمتعلمين، كما أنها تساهم إلى حد كبير في ترسيخ المعلومات والمهارات والاتجاهات المكتسبة من قبل المتعلمين، الأمر الذي يساعد على التطبيق الميداني لهذه المجالات مسبقاً.

وتوصلت نتائج دراسة "هارتاتي ونوفريكا" G. V., & Novrika, S., Hartati (٢٠١٨)، (٣٣) إلى أن استخدام وسائل الفيديو التعليمية يجعل الأطفال قادرين على التواصل البصري مع مصادر المعلومات، والاهتمام بأشياء معينة في وقت واحد، واتباع التعليمات المقدمة، وربط المعلومات التي تم الحصول عليها بالخبرة، وإعادة سرد المعلومات الواردة، وتفسير المعلومات الواردة من خلال الأنشطة، وتقديم التعليقات على المعلومات الواردة، والرد على المعلومات الأكثر تكراراً.

وقد استهدف البحث الحالي الاعتماد على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة لفعاليتها كوسيلة جذابة لانتباه الطفل لفترة طويلة ومتابعتها ومعرفة مضمون الرسالة الإعلامية التي تحملها وتحديد الإيجابيات والسلبيات التي تحتوي عليها، ومن ثم

التفاعل معها بطرق مختلفة بطرح الأسئلة حولها وتفسير المعلومات الواردة بها وتقديم التعليقات عليها... الخ.

مراحل توظيف مقاطع الفيديو التعليمية:

هناك عدة خطوات لتوظيف مقاطع الفيديو التعليمية، فيمكن تقديم مقاطع الفيديو قبل أو بعد محتوى الدرس حسب الرؤية وتزويد المتعلمين بمثيرات قوية واضحة، مع ضرورة إشغالهم بمجموعة من الأنشطة بعد مشاهدة المقاطع وتقومهم بشكل مباشر أو غير مباشر. (الرفاعي، ٢٠١٣، ١٤٢)

ويحدد الطيبي وآخرون (٢٠١٨، ٩٨-٩٩) مراحل التعليم بواسطة الفيديو لتشمل:

١- مرحلة التحضير والتقديم: يقوم المعلم بمجموعة من الترتيبات مثل: مشاهدة الفيديو بصورة مسبقة، ثم تهيئة مكان العرض بشكل مناسب، وكذلك تهيئة المتعلمين لمشاهدة الفيديو الذي سوف يعرض عليهم كعرض النقاط الجوهرية في الموضوع ولفت نظر المتعلمين إليها، وكذلك إخبارهم بما يتوقع منهم من أنشطة في أثناء العرض وبعده، حيث يساعدهم هذا على التركيز ويحثهم على الانتباه.

٢- مرحلة العرض: يعرض المعلم الفيديو على المتعلمين مراعيًا وضوح كل من الصورة والصوت، ويتابع المتعلمون مرحلة العرض ويسجلون ملاحظاتهم واستفساراتهم التي يمكن إثارتها بعد العرض مباشرة.

٣- مرحلة التطبيق والمتابعة: يتم مناقشة المتعلمين للمواقف التعليمية التي عرضها الفيديو، ثم مشاركة المعلم والمتعلمين بالإجابة على الاستفسارات التي يثيرها بعض الطلاب.

٤- مرحلة ما بعد العرض: تتضمن كتابة التقارير والمزيد من البحث والتعمق ويتم في هذه الحالة توزيع استبانات التقييم الذاتي، ووضع اختبار يتضمن أسئلة موضوعية، تقدم بعدها أسئلة الاختبار لتكون تغذية راجعة ذاتية من قبل المتعلم نفسه حول مشاهداته وسرعة استيعابه وتفاعله مع موضوع العرض.

أما "الخطيب" (٢٠١٣، ١٣٠) فيستعرض الأنشطة التي يجب على المعلمة القيام بها عند استخدام الفيديو التعليمي في الأنشطة التالية:

١. أنشطة ما قبل العرض: وتشمل تمهيداً لموضوع العرض باستعراض أهم النقاط الأساسية التي سيتعرض لها الفيديو التعليمي، بالإضافة إلى شرح وتوضيح المصطلحات الصعبة والجديدة التي سوف يستخدمها الفيديو التعليمي، وتهيئة مكان العرض بشكل مريح ومناسب للأطفال.
٢. أنشطة مصاحبة للعرض: ملاحظة المعلمة للأطفال ولفت انتباههم للنقاط الهامة، وإيقاف الفيديو لمناقشتهم حول نقاط معينة.
٣. أنشطة بعد العرض مباشرة: مراجعة المعلمة مع الأطفال النقاط الأساسية التي تعرض لها الفيديو التعليمي، ومناقشتهم وتوجيه الأسئلة لهم والإجابة على أسئلتهم.
٤. أنشطة بعد مرور بضعة أيام على عرض الفيديو: قيام الأطفال ببعض الأنشطة المرتبطة بمحتوى الفيديو لتحقيق الأهداف المطلوبة تحت إشراف المعلمة.

وتقدم دراسة "سندانا" W.، Cendana، (٢٠٢٠، ٤٩٩) بعض الإعتبارات أثناء توظيف مقاطع الفيديو التعليمية منها: عدم تشغيل الفيديو بشكل كامل في البداية، إيقاف الفيديو عند شرح المعلم، مراعاة التسلسل في عرض المعلومات، القيام بتشغيل الفيديو كاملاً في النهاية، فلفيديو مجموعة من الفوائد الهامة كوسيط تعليمي تتمثل في إمكانية إيقافه أو إيقافه مؤقتاً أو حتى إرجاعه في أي وقت بناءً على احتياجات المتعلمين أثناء عملية التعلم.

وقد تم الاستفادة من مراحل توظيف مقاطع الفيديو وخطواتها سألها الذكر بالطريقة التي تناسب تحقيق هدف البحث الحالي وهو تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة ومراعاة خصائصه واحتياجاته.

المحور الثاني: مهارات النقد الإعلامية Media Criticism Skills :

تمتلك وسائل الإعلام عدة وسائل جماهيرية أهمها: التلفزيون والإذاعة والإنترنت والصحافة الورقية والإلكترونية والمعارض والمتاحف والمسرح والسينما والمكتبات وغيرها، وقد كان التطور في وسائل الإعلام مذهباً جعل العالم يقترب ويتداخل عبر شبكة من الاتصالات والأطباق الضوئية، وتتخطى حواجز الزمان والمكان، وأصبح الإعلام أحد محددات السلوك أو أحد العوامل المؤثرة فيه بقوة، وأصبحت وسائل الإعلام الأخرى ذات تأثير لا يقاوم على سلوك الأطفال. (الخيون، ٢٠١٨، ١٥)

ولقد توصلت نتائج دراسة "الجعد والأسمري" (٢٠١٨) (إلى ضرورة إعداد الطلاب للتعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة).

ففي العصر الحالي يزداد اعتماد جميع الفئات العمرية على الإعلام الجديد للحصول على المعلومات ولتلبية حاجات التواصل، وعليه لا نستطيع أن نمنع أو نحجب وسائل الإعلام، لكننا نستطيع أن نربي التفكير الناقد لدى النشء والشباب، فهؤلاء سيصبحون في يوم من الأيام معلمين ومربين ومسؤولين، وهنا نحتاج تربية التفكير الناقد؛ بحيث يتعلموا كيفية الانتقاء والاختيار. (حسن، ٢٠١٥، ١٤٦)

وقد أدى انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها من طرف الأطفال إلى تصاعد الأصوات المنادية بحتمية تثقيف الطفل وتسليحه بالوعي المعلوماتي ومهارات الاتصال الرقمي، وتربيته تربية إعلامية من أجل إعداده للمستقبل. (مسعودة، ٢٠١٦، ٤٣٩)

فمن غير الممكن في عصر التفجر المعلوماتي والزخم الإعلامي أن تحدد المدرسة للطلاب ما هو مقبول وما هو غير مقبول فيما يتلقونه من رسائل إعلامية متواصلة، فصار السبيل الوحيد المقدر عليه هو إيجاد وعي إعلامي وتزويد الطلاب بمهارات التفكير الناقد التي تمكنهم من تفحص تلك الرسائل الإعلامية وإكسابهم طرق تحليل المحتوى أو المضمون المعلوماتي الموجود فيها، بحيث يستطيع الطالب أن يكون متلقياً إيجابياً للرسائل الإعلامية يحللها ويقومها وأن يشارك في صياغتها بشكل تفاعلي. (الخيون، ٢٠١٨، ٢٥)

ويشير التفكير النقدي كمهارة إلى القدرة على تقييم قيمة المعلومات المطلوبة والتوصل إلى استنتاج حول ما يجب تصديقه أو فعله حيال ذلك. (Lamb، S، et al، 2017، 19) ويؤكد حسن (٢٠١٥، ١٠٢) على أهمية إكساب الطفل منذ الصغر ملكات التفكير الناقد، والقدرة على التفرقة بين الواقع والخيال لما يتلقوه من مضامين إعلامية. فالدور الفعال للطفل أو مفهوم "الجمهور النشط" يعتمد على تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم بالتعليق أو النقد أو الإضافة ويصل حتى إنتاج الرسالة الإعلامية بالكامل. (عبد النعيم، ٢٠٢٠، ٤٢٢٦)

أما دراسة " إيرستي وإردم " C، Erdem، B، Eristi ، (٢٠١٧) فقد توصلت إلى أربع مهارات للتربية الإعلامية "الوصول والتحليل والتقييم والتواصل". وخلصت دراسة " أندرسون وهيلمان " I، Helmane، R، Andersone ، (٢٠١٩) إلى أن مهارة الوصول للمعلومات في المصادر المختلفة ومهارة تحليل المعلومات الموجودة يتم تطويرها بشكل هادف في نتائج التعلم المتوقعة، أما تطوير مهارات تقييم مصداقية المعلومات التي تم الوصول إليها يحتاج إلى مزيد من الاهتمام. ويؤكد حسن (٢٠١٥، ١١٢) على أهمية البرامج المتكاملة للتربية الإعلامية من مرحلة ما قبل المدرسة وحتى مستوى المرحلة الجامعية، والتي تشتمل على تحليل ونقد المضامين الإعلامية، وكيفية الاستخدام الواعي للوسائل الإعلامية، والتعبير الإبداعي المسؤول من خلالها. وقد اقتصر البحث الحالي على بعض مهارات النقد الإعلامية بناءً على استطلاع رأي السادة المحكمين لتنميتها لدى طفل الروضة وهي :

١. تحليل الرسالة الإعلامية: وتعني معرفة الطفل بموضوع الرسالة الإعلامية أو الفكرة الرئيسية لها وهدفها والمستهدفين منها وما تشمله من خيال وواقع ، حقيقة ورأي.
٢. تقييم الرسالة الإعلامية: وتعني تحديد الطفل للإيجابيات ودعمها والسلبيات والتغلب عليها في مضمون الرسالة الإعلامية.
٣. مشاركة الرسالة الإعلامية: وتعني تفاعل الطفل مع الرسالة الإعلامية بطرق مختلفة (اقتراح عنوان، طرح أسئلة، إظهار الإعجاب أو الاستياء، نقله إلى الآخرين ... إلخ).

فروض البحث:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة الضابطة والتجريبية في القياس البعدي على "مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة" لصالح المجموعة التجريبية.
٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على "مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة" لصالح القياس البعدي.

خطوات وإجراءات البحث الميدانية:

تتمثل في الإجراءات المنهجية المتبعة في البحث وتشمل: المنهج والأدوات المستخدمة والتجربة الميدانية وكذلك الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات.

منهج البحث:

اتباع البحث الحالي المنهج شبه التجريبي ذو المجموعتين الضابطة والتجريبية، والذي اعتمد على القياس القبلي والبعدي لأدوات البحث على أطفال المجموعتين الضابطة والتجريبية بهدف التعرف على فعالية برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب (كمتغير مستقل) ومدى مساهمته في تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة (كمتغير تابع).

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث الحالي في جميع مؤسسات رياض الأطفال بمحافظة الفيوم، وتمثلت عينة البحث في مدرسة صلاح الدين البشيهي بإدارة شرق التعليمية بمحافظة الفيوم، وتكونت من (٦٠) طفلاً وطفلة من الذين تتراوح أعمارهم ما بين (٥-٦) سنوات تمثلت في (٣٠) المجموعة التجريبية و (٣٠) المجموعة الضابطة.

التحقق من تكافؤ المجموعتين التجريبية والضابطة قبلياً:

قامت الباحثة بإيجاد التكافؤ بين أطفال المجموعتين التجريبية والضابطة قبلياً من حيث (العمر الزمني- أبعاد المقياس) كما يتضح مما يلي:

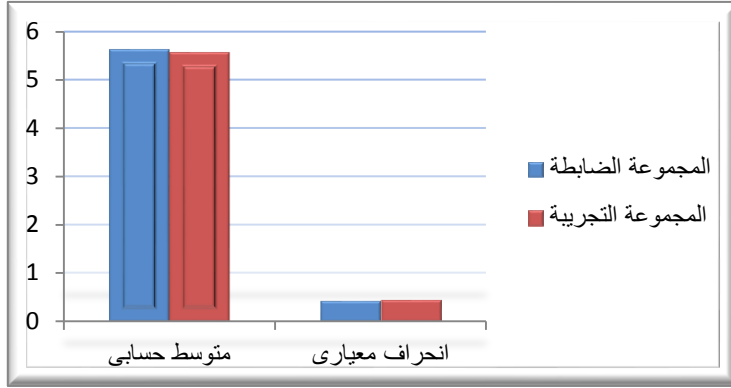
❖ التكافؤ بين المجموعتين التجريبية والضابطة من حيث العمر الزمني:

قامت الباحثة بحساب أعمار جميع الأطفال في المجموعتين التجريبية والضابطة منذ تواريخ ميلادهم وحتى تاريخ بداية تطبيق البرنامج، ويعرض جدول رقم (١) التالي النتائج التي توصلت إليها الباحثة بالنسبة لمتغير العمر الزمني:

جدول (١): يوضح نتائج اختبار "ت" للتكافؤ بين أطفال المجموعتين الضابطة والتجريبية من حيث العمر الزمني

المجموعة	العدد "ن"	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية "df"	قيمة "ت"	مستوى الدلالة	الدلالة
الضابطة	٣٠	٥.٦٣	٠.٤٣٤	٧٠	٠.٥١٩	٠.٦٠٨	غير دالة عن درجة ٠.٠١
التجريبية	٣٠	٥.٥٧	٠.٤٥٠				

يتضح من الجدول السابق رقم (١) أن قيمة "ت" بلغت (٠.٥١٩) وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من مستوى الدلالة (٠.٠١)، وباستقراء ذلك يتضح وجود التكافؤ بين أطفال المجموعتين التجريبية والضابطة من حيث العمر الزمني كما يوضحه الشكل البياني التالي:



شكل (١): مدى التكافؤ بين أطفال المجموعتين الضابطة والتجريبية من حيث العمر الزمني

❖ التكافؤ بين المجموعتين التجريبية والضابطة في القياس القبلي على أبعاد المقياس:
وللتحقق من تكافؤ المجموعتين التجريبية والضابطة قبلياً قامت الباحثة بتطبيق مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة قبلياً على مجموعتي البحث، تم استخدام اختبار "ت" للعينات البارامترية الغير مرتبطة من خلال البرنامج الإحصائي SPSS ، وجاءت النتائج كما يتضح من جدول رقم (٢) التالي:

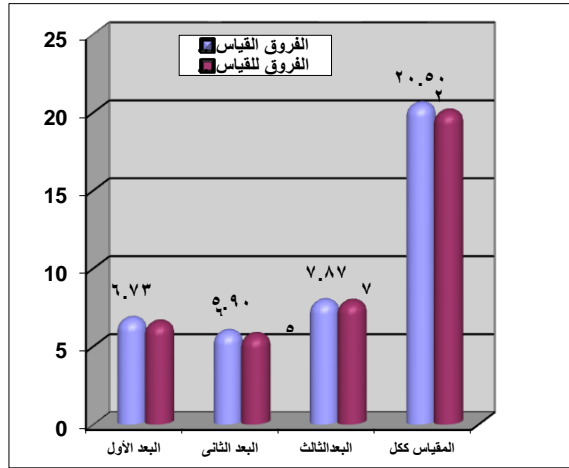
جدول (٢): الفرق بين متوسطي درجات أطفال المجموعتين التجريبية والضابطة في التطبيق

القبلي لمقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة (ن=٣٠)

مستوى الدلالة	قيمة T المحسوبة	الانحراف المعياري للفرق (م ج ح ف)	متوسط الفرق (م ف)	المجموعة الضابطة (قياس قبلي)		المجموعة التجريبية (قياس قبلي)		أبعاد المقياس
				الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
غير دالة	٠.٨٨٢	١.٦٣	٠.٢٣	٠.٩٧٤	٦.٥٠	١.٢٦	٦.٧٣	تحليل الرسالة الإعلامية
غير دالة	٠.٢٩٤	١.٨٦	٠.٢٠	١.٢٩	٥.٧٠	١.٨٨	٥.٩٠	تقييم الرسالة الإعلامية
غير دالة	٠.٠٩	٢.٠١	٠.٠٤	١.٣٩	٧.٨٣	١.١٤	٧.٨٧	مشاركة الرسالة الإعلامية
غير دالة	٠.٦٨٠	٣.٧٦	٠.٤٧	١.٩٤	٢٠.٠٣	٢.٨٦	٢٠.٥٠	المقياس ككل

يتضح من جدول رقم (٢) السابق عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أطفال المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في القياس القبلي على مقياس مهارات النقد

الإعلامية لطفل الروضة بمتوسط فروق قدره (٠.٤٧) وانحراف معياري قدره (٣.٧٦) مما يشير إلى تكافؤ أطفال المجموعتين التجريبيية والضابطة قبلياً ، كما يوضحه الشكل البياني التالي:



شكل (٢): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومتوسط الفروق بين المجموعة التجريبية والضابطة في القياس القبلي باستخدام (ت) عند مستوى معنوية (٠.٠١)

أدوات البحث:

١. قائمة مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة. (إعداد الباحثة)
٢. البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة. (إعداد الباحثة)
٣. مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة. (إعداد الباحثة)

وفيما يلي وصف تفصيلي لأدوات البحث:

١. قائمة مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة : ملحق رقم (١)

► الهدف من القائمة:

تحديد مهارات النقد الإعلامية التي يمكن تنميتها لدى طفل الروضة باعتبارها السبيل الوحيد لحماية الطفل من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام.

► خطوات إعداد القائمة:

تم تصميم القائمة وفقاً للخطوات التالية:

- الإطلاع على بعض المراجع العربية والأجنبية والدراسات والبحوث التي اهتمت بمجال البحث منها: حسن (٢٠١٥)، مسعودة (٢٠١٦)، عبد الله وآخرون (٢٠١٧)، الخيون (٢٠١٨)، "لجعد والأسمري (٢٠١٨)، عبد النعيم (٢٠٢٠)، "بين وتشو" A. O، & Zhou، G. Q، Yin (٢٠١٥)، "لامب وآخرون" S، Lamb، et al، (٢٠١٧)، "إريستي وإردم" B، Eristi (٢٠١٩)، "أندرسون وهيلمان" C، Erdem، (٢٠١٧)، "أندرسون وهيلمان" I، Helmane، R، Anderson (٢٠١٩).

- إعداد قائمة بمهارات النقد الإعلامية التي يمكن تنميتها لدى طفل الروضة اشتملت في صورتها الأولية على (٢٧) مهارة.
- تم عرض القائمة بصورتها المبدئية على عدد (١٠) من السادة المحكمين في مجال مناهج وطرق تدريس رياض الأطفال وذلك لتحديد أهم مهارات النقد الإعلامية التي يمكن تنميتها لدى طفل الروضة وإضافة أو حذف ما يروونه مناسباً للقائمة.
- تدرجت مستويات القياس تحت ثلاث مستويات: (هامئة جداً- متوسطة الأهمية- قليلة الأهمية).
- وقد تم حساب نسبة الإتفاق بين المحكمين وتضمنت القائمة مهارات النقد الإعلامية التي تزيد نسبة الإتفاق عليها عن (٩٠%).
- تضمنت القائمة في صورتها النهائية مهارات (تحليل الرسالة الإعلامية - تقييم الرسالة الإعلامية - مشاركة الرسالة الإعلامية) والتي يمكن تنميتها لدى طفل الروضة. (ملحق ١)
- وبذلك قد تم الإجابة على سؤال البحث الأول الذي نص على : ما مهارات النقد الإعلامية المراد تنميتها لدى طفل الروضة ؟ وبالتالي تحقق الهدف الأول من أهداف البحث وهو : تحديد مهارات النقد الإعلامية المراد تنميتها لدى طفل الروضة.

٢. البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة : ملحق رقم (٢)

قامت الباحثة بإعداد برنامج يشتمل على عددًا من الأنشطة القائمة على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب والتي تناسب طفل الروضة من (٥-٦) سنوات بهدف تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لديه، وفيما يلي وصفاً مفصلاً للبرنامج:

▶ الأهداف العامة للبرنامج:

تمثلت الأهداف العامة للبرنامج في تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة وهي:

١. مهارة تحديد موضوع الرسالة الإعلامية وهدفها والمستهدفين منها.
٢. مهارة تمييز طبيعة الرسالة الإعلامية (خيال أم واقع، حقيقة أم رأي).
٣. مهارة تحديد الإيجابيات في مضمون الرسالة الإعلامية ودعمها.
٤. مهارة تحديد السلبيات في مضمون الرسالة الإعلامية والتغلب عليها.
٥. مهارة التفاعل مع الرسالة الإعلامية بطرق مختلفة.
٦. مهارة نقل مضمون الرسالة الإعلامية إلى الآخرين.

▶ الأهداف السلوكية للبرنامج:

اشتمل البرنامج على مجموعة من الأهداف المعرفية والحس حركية والوجدانية تصدرت كل نشاط والتي من المتوقع تحقيقها في نهاية البرنامج والمتعلقة بتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة.

► الفلسفة التربوية للبرنامج:

انبثقت الفلسفة التربوية للبرنامج الحالي من نظرية التواصل (جاكسون): والتي تؤكد على العملية التواصلية وتحقيق مجموعة من الوظائف من خلال العناصر الستة التالية: المرسل ووظيفته تعبيرية، والمرسل إليه ووظيفته إفهاميه، والرسالة ووظيفتها شعرية، والقناة ووظيفتها انتباهية، والسياق ووظيفته مرجعية، والقانون ووظيفته ما وراء اللغة، والرسالة عبارة عن مجموعة من المعلومات المترسخة بحسب قواعد وقوانين متفق عليهما يرسلها المرسل إلى المرسل إليه، ويكمن الفرق بين رسالة وأخرى في مدى إظهار قوة حضور كل وظيفة من الوظائف الست (العنبي، ٢٠١٥، ٨٤-٨٩)، وهذا ما استهدفه برنامج البحث الحالي من تنمية مهارات النقد الإعلامية لدى الأطفال من خلال مناقشتهم قبل وأثناء وبعد عرض مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب والتي تحمل مضامين تربوية مختلفة، مع تعزيز المفاهيم الإيجابية وتصحيح المفاهيم الخاطئة وتوضيح المفاهيم والمعاني الجديدة لما يشاهدونه باستخدام مهاراتي طرح الأسئلة والحوار والمناقشة لجعل الطفل متلقياً إيجابياً للرسائل الإعلامية.

► أسس بناء البرنامج:

تم بناء برنامج البحث الحالي استناداً إلى مجموعة من الأسس منها:

١. الإعتدال على مجموعة من مقاطع الفيديو الموجودة على منصة اليوتيوب عبر القنوات التالية: (ديانا وروما- شفا- محمود الجمل) والأكثر مشاهدة من أطفال الروضة.
٢. مناسبة أنشطة البرنامج لخصائص نمو أطفال الروضة وميولهم وقدراتهم واحتياجاتهم.
٣. مراعاة التسلسل المنطقي في الأنشطة، بحيث تكون متتابعة وكل نشاط يهيئ للذي يليه ويستهدف تنمية مهارة من مهارات النقد الإعلامية خاص بكل مقطع فيديو.
٤. تدرج الأنشطة من السهل إلى الصعب.
٥. أن تكون أنشطة البرنامج مشوقة للأطفال ومثيرة لإهتمامهم.
٦. تشجيع الأطفال على ممارسة الأنشطة الفردية والجماعية.
٧. إحتواء البرنامج على أنشطة تنمي إبداع الأطفال وتفكيرهم الناقد.
٨. عرض مقاطع الفيديو عبر الشاشة الإلكترونية داخل الروضة والتي تناسب عدد الأطفال.
٩. التنوع في الوسائل التعليمية المستخدمة.
١٠. استخدام اختبارات مصورة مناسبة ومتنوعة.

► محتوى البرنامج:

تضمن البرنامج مجموعة من الأنشطة بلغ عددها (٢٧) نشاطاً توزعت في ثلاث وحدات رئيسية استهدفت تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة، كما يوضح جدول (٣) التالي:

جدول (٣): محتوى البرنامج

وحدات البرنامج	مهارات النقد الإعلامية	مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب	عدد الأنشطة
الوحدة الأولى: قناة ديانا وروما		١. ديانا وروما تفسح المجال للجدّة ٢. ديانا والمربية الطيبة ٣. ديانا ترتدي حذاء ماما	٣ ٣ ٣
الوحدة الثانية: قناة شفا	١. تحليل الرسالة الإعلامية ٢. تقييم الرسالة الإعلامية ٣. مشاركة الرسالة الإعلامية	١. تحدي الأكل البنفسجي ٢. شفا وسوسو بيز عجوا البيبي ٣. مقلب في أختي الكبيرة	٣ ٣ ٣
الوحدة الثالثة: قناة محمود الجمل		١. لجنة الامتحان ٢. انتي غلط ٣. مسدسات الميه	٣ ٣ ٣
الإجمالي		٩	٢٧

► استراتيجيات تعليم وتعلم أنشطة البرنامج:

تم استخدام مجموعة متنوعة من الإستراتيجيات منها: (العصف الذهني، الحوار والمناقشة، التعليم الإلكتروني، الأغاني، التمثيل، لعب الأدوار ...).

► الأدوات والوسائل المستخدمة في البرنامج:

تم الإستعانة ببعض الوسائل والأجهزة المتمثلة في : الشاشة الإلكترونية، مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب، بطاقات مصورة، أوراق رسم وألوان، مسرح عرائس وعرائس قفازيه، بالإضافة إلى بعض الاختبارات المصورة (أوراق العمل).

► وسائل تقويم البرنامج:

تنوعت وسائل التقويم المستخدمة للحكم على مدى نجاح البرنامج لتشمل:

- التقويم القبلي: تم من خلال تطبيق مقياس مهارات النقد الإعلامية للتعرف على خلفية الطفل المعرفية والوقوف على مدى توافر هذه المهارات لديه.
- التقويم التكويني: وهو تقويم مصاحب من بداية البرنامج وحتى نهايته وتم من خلال:
 - ملاحظة سلوك الأطفال أثناء ممارسة الأنشطة بهدف التعرف على مدى تجاوبهم للخبرات المقدمة لهم والتعرف على جوانب القوة والضعف لديهم ومحاولة علاجها.
 - تطبيقات تربوية للأطفال أثناء وبعد الأنشطة تُطلب منهم في صورة ممارسات ومهام يقومون بأدائها بصورة فردية وجماعية.
- التقويم البعدي: تم من خلال إعادة تطبيق مقياس مهارات النقد الإعلامية بهدف معرفة مدى التقدم الذي أحرزه الأطفال بعد تطبيق البرنامج ومقارنته بالتطبيق القبلي.

► عرض البرنامج على السادة المحكمين:

تم عرض البرنامج على مجموعة من السادة المحكمين من ذوي الخبرة والتخصص في مجال التربية ورياض الأطفال، وذلك لإبداء الرأي حول:

- مدى ارتباط أهداف البرنامج السلوكية بالهدف العام.
- مدى ملائمة المحتوى لتحقيق أهداف البرنامج وخصائص الأطفال.
- أي ملاحظات أخرى.

وقد أبدى السادة المحكمون بعض الملاحظات منها:

- تعديل صياغة بعض الأهداف السلوكية لأنشطة البرنامج.
 - استبدال أساليب التهيئة لبعض الأنشطة.
 - تعديل أساليب التقويم لبعض الأنشطة المستخدمة في البرنامج.
- وفي ضوء آراء السادة المحكمين ومقترحاتهم تم إجراء جميع التعديلات على أنشطة البرنامج حتى تناسب عينة البحث وخصائص نموه، وبذلك أصبح البرنامج في صورته النهائية مكوناً من (٢٧) نشاطاً صالحاً للتطبيق على عينة البحث المستهدفة.

► الدراسة الاستطلاعية للبرنامج:

قامت الباحثة بإجراء الدراسة الاستطلاعية للبرنامج على عينة من الأطفال قوامها (١٠) أطفال من نفس مجتمع البحث ومن غير العينة الأصلية وذلك بغرض التحقق من الجوانب التالية:

- معرفة مدى ملائمة البرنامج للأطفال.
 - معرفة مدى توافر الشاشة الإلكترونية لعرض مقاطع الفيديو.
 - معرفة مدى ملائمة الزمن المحدد لتنفيذ الأنشطة.
 - تحديد الصعوبات التي قد تواجه الباحثة.
- وفي ضوء نتائج الدراسة الاستطلاعية توصلت الباحثة لما يلي:
- تحديد الروضة لتوافر مواصفات العينة وتعاون المعلمات وترحيب إدارة الروضة بتطبيق أنشطة البرنامج.
 - توافر التجهيزات المطلوبة لتحقيق الأهداف المحددة من أنشطة البرنامج.
 - تحديد الفترة الزمنية لتطبيق البرنامج.

► الخطة الزمنية لتنفيذ البرنامج:

تم تطبيق البرنامج خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي ٢٠٢١/٢٠٢٢ لمدة خمسة أسابيع متصلة بواقع يومين إسبوعياً تقريباً في الفترة من (٦/٣/٢٠٢٢ م إلى ٧/٤/٢٠٢٢ م) على مدار (٩) لقاءات، ولمدة ساعتان ونصف يومياً تقريباً بمعدل ثلاثة أنشطة في اليوم الواحد.

وفيما يلي عرض لأحد أنشطة البرنامج: النشاط الأول: (مين بيحب يشوف ديانا)



الأهداف الإجرائية:

١. يحدد الموضوع الرئيسي للفيديو.
٢. يختار الفئة المستهدفة من الفيديو.
٣. يصف طبيعة الفيديو (خيال أم واقع).

الزمن: ساعة المكان: القاعة / معمل الوسائط

المواد والأدوات: مقطع فيديو (ديانا والمربية الطيبة)، بطاقة مصورة لمشهد منزل غير مرتب.
استراتيجيات التعليم والتعلم: الحوار والمناقشة ، العصف الذهني ، التعلم الإلكتروني.

خطوات النشاط:

- تنظيم جلوس الأطفال على شكل مربع ناقص ضلع.
- عرض بطاقة مصورة لمشهد منزل غير مرتب، واستنتاج الأطفال الأسباب المحتملة لما يشاهدونه.
- عرض مقطع فيديو غير اليوتيوب " ديانا والمربية الطيبة " على الأطفال وملخصه : (الطفلة ديانا تساعد والدها في تجهيز حقيبة السفر ، يذكر الأب ديانا بالقواعد التي يجب أن تلتزم بها مع المربية أثناء سفره ، تبدأ ديانا بمجموعة من السلوكيات الخاطئة ترفضها المربية ثم بعد ذلك تشاركها مثل : " تقطيع ورقة القواعد ، رفض الطعام الصحي وإحضار أكياس من الشيبسي والمقرمشات وتناولها ، مشاهدة البرامج المخيفة ، القفز على الأريكة ، اللعب بالوسائد ، تفريغ جميع محتويات غرفة النوم على الأرض ، تفريغ كل الألعاب على الأرض " ، محاولة ديانا والمربية إرجاع جميع الأغراض في أماكنها بشكل غير منظم عند سماع صوت جرس الباب وعودة الأب من الخارج والتظاهر أن الأمور طبيعية).
- سؤال الأطفال : الفيديو ده بيتكلم عن إيه ؟ وإيه الهدف منه ؟ ومين يا ترى بيحب يشوفه ؟
- استقبال استجابات الأطفال والتوضيح لهم أن لكل فيديو موضوع يتناوله وهدف يريد توصيله لفئة معينة من الناس.
- سؤال الأطفال عن أحداث الفيديو هل تحدث في الواقع أم أنها خيال ؟
- استقبال استجابات الأطفال والتوضيح لهم ضرورة التمييز بين الواقع والخيال في محتوى الفيديو.

التقويم:

سؤال الأطفال : إيه الرسالة اللي عايز يوصلها لينا الفيديو ؟

► وفيما يلي بعض الصور التي توضح مشاركة الأطفال عينة البحث في البرنامج:



وبذلك قد تم الإجابة على سؤال البحث الثاني الذي نص على: ما صورة برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة ؟ وبالتالي تحقق الهدف الثاني من أهداف البحث وهو : إعداد برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة.

٣. مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة: ملحق رقم (٣)

► الهدف من المقياس:

الكشف عن مستوى توافر مهارات النقد الإعلامية (تحليل الرسالة الإعلامية - تقييم الرسالة الإعلامية - مشاركة الرسالة الإعلامية) لدى طفل الروضة.

► خطوات بناء المقياس:

تم إعداد المقياس طبقاً للخطوات التالية:

- الاطلاع على بعض المراجع العربية في القياس النفسي والتربوي للتعرف على كيفية بناء الاختبارات والمقاييس وإعدادها.

- الاطلاع على بعض المراجع والدراسات المرتبطة للإستفادة منها في طريقة تصميم المقياس ومنها: دراسة حسن (٢٠١٥)، مسعودة (٢٠١٦)، عبد الله وآخرون (٢٠١٧)، الخيون (٢٠١٨)، الجعد والأسمري (٢٠١٨)، الشيخ وآخرون (٢٠١٩)، عبد النعيم (٢٠٢٠)، "ريت

- وأخرون" A. O.، & Zhou، G. Q.، Yin" (٢٠١٥)، "يين وتشو" et al، Wright ، (٢٠١٥)، "الامب وأخرون" B.، Eristi، et al، S.، Lamb، (٢٠١٧)، "إيرستي وإردم" ، (٢٠١٧)، C.، Erdem ، "أندرسون وهيلمان" I.، Helmane، R.، Anderson، (٢٠١٩).
- تكون المقياس في صورته الأولى من مجموعة أسئلة مصاحبة لمقطع فيديو عبر اليوتيوب بعنوان "ديانا تنظف المنزل لتحصل على الألعاب" بلغ عددها (٢٠) سؤال تدرج تحت ثلاث مهارات (تحليل الرسالة الإعلامية – تقييم الرسالة الإعلامية - مشاركة الرسالة الإعلامية).
- تم عرض المقياس في صورته المبدئية على مجموعة من الخبراء المتخصصين في رياض الأطفال وعلم النفس ومجال المناهج وطرق التدريس بهدف إبداء الرأي فيه من حيث ما يلي:
- التأكد من تحقيق المقياس للهدف المراد قياسه.
 - حذف أو إضافة أو تعديل أي سؤال لا يناسب الهدف أو سن الأطفال.
 - تعديل أو استبدال أي معيار من معايير تحليل إجابات الأطفال.
- وقد طرح السادة المحكمون بعض الملاحظات على المقياس منها:
- حذف بعض الأسئلة التي لا تناسب الهدف المراد قياسه أو المكررة في مضمونها مثل:
أيه الفيديوهات اللي بتحب تشوفها على اليوتيوب ؟ ، إيه الفكرة الرئيسية للفيديو ؟ في البعد الأول: تحليل الرسالة الإعلامية ، إزاي تعرف أن الفيديو ده كويس ؟، إزاي تعرف أن الفيديو ده مش كويس ؟ في البعد الثاني: تقييم الرسالة الإعلامية، ممكن تلخص لي تفاصيل الفيديو ؟ في البعد الثالث: مشاركة الرسالة الإعلامية.
 - تعديل الصياغة اللغوية لبعض الأسئلة لتناسب طفل الروضة مثل: " إيه الموضوع اللي بيتكلم عنه الفيديو ؟" بدلاً من "إيه الموضوع اللي يتناوله الفيديو ؟ " ، "إيه الواقع والخيال في الفيديو ده ؟" بدلاً من " الفيديو ده بيتكلم عن خيال أم واقع ؟".

► المقياس في صورته النهائية :

وقد قامت الباحثة بإجراء كل التعديلات كاملة وتضمن المقياس في صورته النهائية (١٥) سؤالاً موزعة على مهارات النقد الإعلامية الثلاث (تحليل الرسالة الإعلامية – تقييم الرسالة الإعلامية - مشاركة الرسالة الإعلامية)، وجدول (٤) التالي يوضح الشكل النهائي للمقياس:

جدول (٤): الشكل النهائي لمقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة والنسب المئوية لآراء

السادة المحكمين

م	مهارات النقد الإعلامية	رقم السؤال	عدد الأسئلة	النسبة المئوية
١.	تحليل الرسالة الإعلامية	٥-١	٥	٨٦%
٢.	تقييم الرسالة الإعلامية	٩-٦	٤	٩٥%
٣.	مشاركة الرسالة الإعلامية	١٥-١٠	٦	٩١%

يتضح من جدول (٤) السابق أن نسب اتفاق السادة المحكمين على أبعاد المقياس تراوحت بين (٨٦% - ٩٥%).

► تعليمات المقياس:

١. التقرب من الطفل وتكوين علاقة إيجابية معه قبل تطبيق المقياس.
٢. تقديم أسئلة المقياس باللهجة العامية المألوفة وبصورة تتلاءم مع خصائص نمو الطفل.
٣. يطبق المقياس بطريقة فردية، ويتم تسجيل إجابات كل طفل في الاستمارة المخصصة له والتي تحتوي على: (مهارات النقد الإعلامية، أسئلة المقياس، إجابات الطفل، الدرجة التي يحصل عليها الطفل في كل سؤال، الدرجة الكلية لكل مهارة).

► تقدير درجات المقياس:

يتم تصحيح إجابات الطفل وفقاً لثلاثة معايير تحليل لكل سؤال تمثل ثلاثة مستويات للإجابة كما يلي:

١. إذا توافر في إجابة الطفل المستوى الأول: يحصل على ثلاث درجات.
٢. إذا توافر في إجابة الطفل المستوى الثاني: يحصل على درجتان.
٣. إذا توافر في إجابة الطفل المستوى الثالث: يحصل على درجة واحدة، وهكذا تتراوح الدرجة الكلية للمقياس (من ١٥-٤٥) درجة.

التجربة الاستطلاعية للمقياس:

تم تطبيق المقياس على عينة استطلاعية بلغ عددها (٧٥) طفلاً وطفلة من أطفال الروضة من مجتمع البحث ومن غير العينة الأصلية وذلك بغرض التحقق من مدى مناسبة المقياس للأطفال من حيث فهم الأسئلة وقد وجدت الباحثة أن الاختبار مناسباً للأطفال الروضة، وحساب المعاملات العلمية للمقياس.

► زمن تطبيق المقياس:

غير محدد بزمن، حيث يُعطى لكل طفل الوقت الكافي للإجابة على المقياس تبعاً لقدرة كل طفل.

► المعاملات العلمية للمقياس:

قامت الباحثة بإجراء معاملات الصدق والثبات لأسئلة المقياس وذلك على عينة قوامها (٧٥) طفلاً من غير عينة البحث الأصلية.

أ- صدق المقياس:

١. صدق المحكمين:

تم عرض المقياس في صورته المبدئية على مجموعة من السادة المحكمين المتخصصين في المجالات التربوية والنفسية؛ لتحديد صدق المحتوى للمقياس طبقاً للتعريف الإجرائي وأبعاده، وتم إجراء التعديلات المقترحة من المحكمين، وتراوحت نسبة الاتفاق بينهم على صلاحية المفردات لمقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة بين (٨٦%-٩٥%) مما يشير إلى صدق مفردات المقياس.

٢. الصدق العاملي: Factor Analysis validity

قامت الباحثة للتحقق من صدق مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة بإجراء التحليل العاملي الإستكشافي للمقياس بتحليل المكونات الأساسية بطريقة "هوتلنج"، وهذه الطريقة لها مميزات متعددة ومنها أنها تؤدي إلى تشبعات دقيقة، كما أن المصفوفة الارتباطية تؤدي إلى اختزال أقل عدد من العوامل، وتم اختيار عينة قوامها (٧٥) طفلاً وطفلة وعدد فقرات المقياس "١٥" فقرة، وأسفرت نتائج التحليل العاملي عن وجود ثلاث عوامل للجذر الكامن: (العامل الأول: تحليل الرسالة الإعلامية، والعامل الثاني: تقييم الرسالة الإعلامية، والعامل الثالث: مشاركة الرسالة الإعلامية)، يتراوح قيمة الجذر الكامن بين (١.٣٤ - ٤.٤٥) وهي دالة إحصائياً، حيث قيمة كل منها أكبر من الواحد الصحيح على معامل كايزر (Kaiser)، ثم قامت الباحثة بتدوير المحاور بطريقة "فاريموكس" (varimax)، وتوضح الجداول رقم (٥-٦-٧) التشبعات الخاصة بهذه العوامل بعد التدوير.

وجاءت قيمة معامل كايزر (Kaiser-Meyer-Olkin Measure) بنسبة (٠.٧٢٨) وهذه القيمة أكبر من قيمة (٠.٦٠) وذلك يدل على صلاحية المقياس للتطبيق.

جدول (٥): التشبع الخاص بالعامل الأول "تحليل الرسالة الإعلامية"

رقم العبارة	العبارة	التشبعات
١	إيه الموضوع اللي بيتكلم عنه الفيديو ؟	٠.٧٢٨
٢	إيه الهدف من الفيديو ؟	٠.٦٩٨
٣	يا ترى مين اللي بيحب يشوف الفيديو ده ؟	٠.٦٧٤
٤	إيه الواقع والخيال في الفيديو ده ؟	٠.٥٤٥
٥	إيه الحقيقة والرأي في الفيديو ده ؟	٠.٧٠٤
	نسبة التباين	٢١.٨٥%
	الجذر الكامن	٢١.٨٥

يتضح من جدول (٥) السابق أن جميع التشبعات دالة إحصائياً حيث أن قيمة كل منها أكبر من ٠.٣٠ على محك جيلفورد.

جدول (٦): التشبع الخاص بالعامل الثاني "تقييم الرسالة الإعلامية"

رقم العبارة	العبارة	التشبعات
٦	إيه اللي عجبك في الفيديو ؟	٠.٥٦٢
٧	إيه اللي مش عجبك في الفيديو ؟	٠.٦٨٩
٨	لو كنت مكان "ديانا" كنت هتعمل إيه ؟	٠.٧٤٦
٩	لو كنت مكان "روما" كنت هتعمل إيه ؟	٠.٧٩٢
	نسبة التباين	١٨.٠١%
	الجذر الكامن	٣٩.٨٦

يتضح من جدول (٦) أن جميع التشبعات دالة إحصائياً حيث أن قيمة كل منها أكبر من ٠.٣٠ على محك جيلفورد.

جدول (٧): التشيع الخاص بالعامل الثالث "مشاركة الرسالة الإعلامية"

رقم العبارة	العبارة	التشبعات
١٠	ممكن تقولي عنوان للفيديو ؟	٠.٣٢١
١١	إيه السؤال اللي ممكن تسأله عن الفيديو ؟	٠.٥٥٧
١٢	إيه أكثر حاجة شفتها في الفيديو وعجبتك ؟	٠.٦٨٤
١٣	إيه أكثر حاجة سمعتها في الفيديو وعجبتك ؟	٠.٧٤١
١٤	ممكن تقولي إيه اللي تعلمته من الفيديو ؟	٠.٦٨٤
١٥	هتحكى الفيديو ده لصاحبك إزاي ؟	٠.٦٥٦
نسبة التباين		١٢.٦٧%
الجذر الكامن		٥٢.٥٤

يتضح من جدول (٧) السابق أن جميع التشبعات دالة إحصائياً حيث أن قيمة كل منها أكبر من ٠.٣٠ على محك جيلفورد.

ب- ثبات المقياس:

١. طريقة ألفا - كرونباخ:

قامت الباحثة بإيجاد معاملات الثبات بطريقة الفا كرونباخ على عينة قوامها (٧٥) طفلاً وطفلة من أطفال الروضة، كما يتضح من جدول (٨) التالي :

جدول (٨): معاملات ثبات مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة بطريقة الفا كرونباخ

(ن=٧٥)

أبعاد المقياس	معامل الثبات بطريقة ألفا-كرونباخ
تحليل الرسالة الإعلامية	٠.٦٨٩
تقييم الرسالة الإعلامية	٠.٧٢٠
مشاركة الرسالة الإعلامية	٠.٦٩٨
المقياس ككل	٠.٨١٨

يتضح من جدول (٨) السابق أن معاملات ثبات أبعاد المقياس يمكن الاعتماد عليها والثقة فيها فقد تراوحت بين ٠.٦٨٩ إلى ٠.٧٢٠ وهي قيم مرتفعة وجيدة.

٢. طريقة إعادة التطبيق:

وقد تم حساب معامل الثبات بطريقة إعادة التطبيق بيرسون الخطى بين التطبيق الأول والثاني على عينة مكونة من (٧٥) طفلاً ، كما يتضح في جدول (٩) التالي:

جدول (٩): معامل الثبات بطريقة إعادة التطبيق بيرسون الخطى على مقياس مهارات النقد

الإعلامية لطفل الروضة (ن=٧٥)

المقياس	معامل الثبات إعادة التطبيق بيرسون الخطى
المقياس ككل	٠.٧٣٦

يتضح من جدول (٩) السابق ارتفاع قيمة معامل الثبات مما يدل على ثبات المقياس.

إجراءات البحث الميدانية:

اتبعت الباحثة عدداً من الإجراءات تشمل ما يلي:

- ▶ الاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث.
- ▶ إعداد قائمة مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة.
- ▶ إعداد برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة.
- ▶ القيام بالدراسة الاستطلاعية للبرنامج.
- ▶ بناء مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة.
- ▶ التحقق من صدق وثبات المقياس بالأساليب الإحصائية المناسبة.
- ▶ إجراء الدراسة الميدانية خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي ٢٠٢٢/٢٠٢١ م اعتباراً من ٢٠٢٢/٢/٢٧ م إلى ٢٠٢٢/٤/١٤ م وفق الخطوات التالية:
 - القياس القبلي: ٢٠٢٢/٢/٢٧ م إلى ٢٠٢٢/٣/٣ م
 - تطبيق البرنامج: ٢٠٢٢/٣/٦ م إلى ٢٠٢٢/٤/٧ م
 - القياس البعدي: ٢٠٢٢/٤/١٠ م إلى ٢٠٢٢/٤/١٤ م
- ▶ حساب النتائج بالأساليب الإحصائية المناسبة.
- ▶ تفسير النتائج ومناقشتها.
- ▶ تقديم التوصيات والمقترحات.

نتائج البحث: تفسيرها ومناقشتها:

وللإجابة على السؤال الثالث للبحث والذي نص على: ما فعالية البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب في تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة؟ تم اختيار عينة البحث والتي تمثلت في المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة، وتم تطبيق مقياس مهارات النقد الإعلامية قبلياً على عينة البحث، ثم تم تنفيذ البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب على المجموعة التجريبية، ثم إعادة تطبيق مقياس مهارات النقد الإعلامية على عينة البحث بعدياً والتحقق من صحة فروض البحث كما يلي:

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة الضابطة والتجريبية في القياس البعدي على "مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة" لصالح المجموعة التجريبية. وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار "T-Test" للعينات غير المرتبطة، ويوضح جدول (١٠) التالي نتائج ذلك:

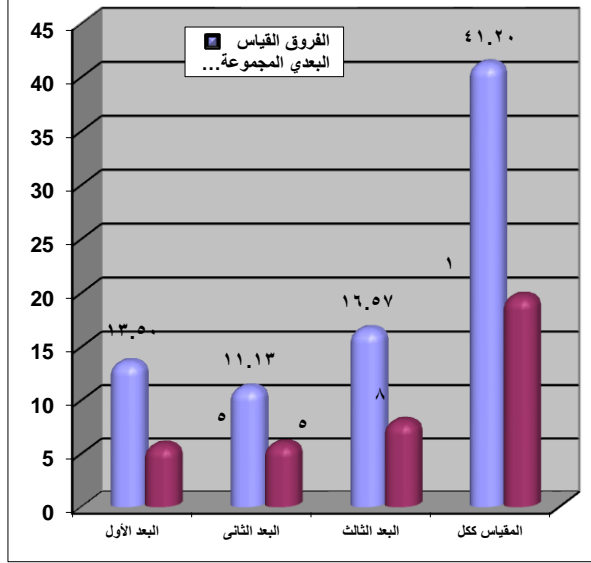
جدول (١٠): نتائج اختبار "T-Test" لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أطفال المجموعة الضابطة والتجريبية في القياس البعدي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة

أبعاد المقياس	المجموعة التجريبية		المجموعة الضابطة		متوسط الفرق (م ف)	الانحراف المعياري للفرق (مج ح ف)	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة	اتجاه الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري					
البعد الأول تحليل الرسالة الإعلامية	١٣.٥٠	١.٤٣	٥.٧٧	١.٦١	٧.٧٣	١.٩٣	٢١.٩٦	دالة عن مستوى معنوية ٠.٠١	المجموعة التجريبية
البعد الثاني تقييم الرسالة الإعلامية	١١.١٣	١.٠٧	٥.٩٠	١.٨٨	٥.٢٣	٢.١٠	١٣.٦٨	دالة عن مستوى معنوية ٠.٠١	المجموعة التجريبية
البعد الثالث مشاركة الرسالة الإعلامية	١٦.٥٧	١.٤١	٨	١.٠٢	٨.٥٧	١.٨٩	٢٤.٨٥	دالة عن مستوى معنوية ٠.٠١	المجموعة التجريبية
المقياس ككل	٤١.٢٠	٢.٤٨	١٩.٦٧	٣.٧٠	٢١.٥٣	٤.٦٧	٢٥.٢٧	في اتجاه المجموعة التجريبية	

**** يوجد فرق معنوي عند (٠.٠١)**

ت الجدولية = (٢.٤٦) عند مستوى معنوية (٠.٠١)

يتضح من جدول (١٠) السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة الضابطة والتجريبية في القياس البعدي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة لصالح المجموعة التجريبية ، وبذلك يتحقق صحة الفرض الأول للبحث. ويوضح شكل (٣) التالي الفروق بين متوسطات درجات أطفال المجموعة الضابطة والتجريبية في القياس البعدي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة عند مستوى معنوية (٠.٠١):



شكل (٣): الفروق بين متوسطات درجات أطفال المجموعة الضابطة والتجريبية في القياس البعدي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة

تفسير ومناقشة نتائج الفرض الأول:

أسفرت نتائج الفرض الأول عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح المجموعة التجريبية مقارنة بالمجموعة الضابطة على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة (تحليل الرسالة الإعلامية - تقييم الرسالة الإعلامية- مشاركة الرسالة الإعلامية) والدرجة الكلية ، وهذا يشير إلى وجود أثر موجب ودال لتأثير البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب في تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة (عينة البحث).

وتُرجع الباحثة تفوق أطفال المجموعة التجريبية مقارنة بأطفال المجموعة الضابطة إلى أنشطة البرنامج التي استهدفت تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية، فهي من المهارات التي يحتاجها طفل الروضة للتعامل مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل نقدي، وإكسابه الحصانة الذاتية والتي تمكنه من التعامل الواعي مع الرسائل الإعلامية في هذا المجتمع الذي تهيمن عليه وسائل الإعلام.

وتتفق هذه النتيجة مع الأطر النظرية ونتائج الدراسات السابقة منها: نتائج دراسة "بين وتشو" Yin & Zhou (٢٠١٥) والتي أكدت على حاجة الأطفال للتعامل مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل نقدي وضرورة بذل كل أنواع الجهود لبناء جمهور استباقي نشط لحماية الطفولة، فالأطفال الصغار يكون وعيهم الذاتي أضعف لذا فهم بحاجة إلى حماية أكثر لاختيار المعلومات التي يمكن أن يحصلوا عليها بدلاً من التحكم بهم وعزلهم من أجل مساعدتهم تدريجياً على بناء قدرة حماية ذاتية تكون داخلية أكثر (Yin، G. Q.، Zhou، A. O.، 2015، 29)، فامتلاكهم لمهارات الوعي الناقد لما تتضمنه هذه الرسائل هو السبيل الوحيد للمحافظة عليهم وحمايتهم من التأثيرات السلبية (حسن، ٢٠١٥، ١٠٨)، فلذا من الضروري إكسابهم الحصانة الذاتية والتي تمكنهم من التعامل الواعي مع

الرسائل الإعلامية بتثقيفهم وتهذيبهم وإكسابهم موقفاً مبنياً على تقييم ناقد لها من وجهة نظر علمية وواقعية (الخيون، ٢٠١٨، ١١).

كما تتفق هذه النتيجة مع توصيات دراسة "الجعد والأسمري" (٢٠١٨، ٢١٦) بإدراج مهارات التربية الإعلامية بما تشمله من مهارات النقد الإعلامية في مراحل التعليم المختلفة، وما قدمته دراسة "عبدالواحد" (٢٠٢٠) من مقترحات أهمها تقديم تصور مقترح لتطوير مهارات طفل الروضة في العصر الرقمي.

كما تُرجع الباحثة هذه النتيجة إلى طبيعة البرنامج الذي اعتمد على **مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب** فهي أكثر الوسائط تمثيلاً للواقع بما تقدمه من مادة مصورة ملونة مصحوبة بالصوت، حيث أن التحفيز باستخدام مقاطع فيديو اليوتيوب يمكن استخدامه بشكل مفيد وفعال لاكتساب المعرفة الأساسية في الطفولة المبكرة.

وتتفق هذه النتيجة مع الأطر النظرية ونتائج الدراسات السابقة منها: دراسة "ريت وآخرون" et al. Wright ، (٢٠١٥) والتي تؤكد على الحاجة إلى تعزيز بيئات التعليم والتعلم باستخدام المنتجات الإعلامية كوسيلة فعالة لتعزيز الموقف النقدي وتسهيل عملية التدوين والتفكير وتبادل المعرفة لتشكيل طلاباً مستقلين ومتمكنين، ونتائج دراسة "عليجات وآخرون" et al. E.، Oliemat (٢٠١٨) التي أشارت إلى أن الأطفال يستبدلون أنشطة اللعب التقليدي باللعب بأجهزة التابلت ومشاهدة اليوتيوب، فهم يمتلكون مهارات استخدامها ولكنهم بحاجة إلى المساعدة والتوجيه، حيث تشير العديد من الدراسات إلى فعالية مقاطع الفيديو في التعليم، فهي أكثر الوسائط تمثيلاً للواقع بما تقدمه من مادة مصورة ملونة مصحوبة بالصوت (العجرمي، ٢٠١٩، ٩)، فمقاطع الفيديو أداة تعليمية قوية ومحفزة للطلبة ويعتمد ذلك على كيفية توظيفها، حيث لا يعتبر استخدامها غاية في حد ذاتها بل وسيلة لتحقيق الأهداف التعليمية (التميمي، ٢٠١٦، ١٤).

الفرض الثاني:

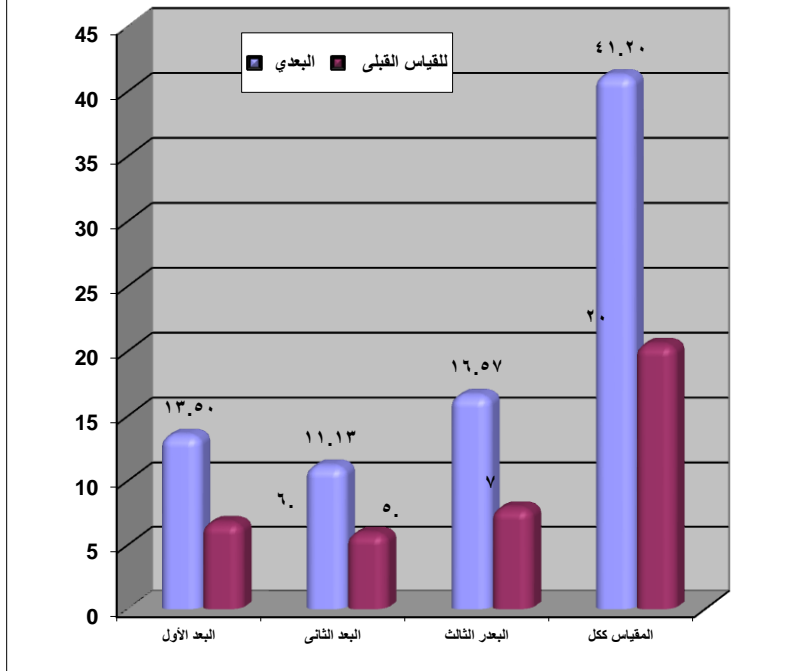
توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على "مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة" لصالح القياس البعدي. وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار "T-Test" للعينات المرتبطة، ويوضح جدول (١١) التالي نتائج ذلك:

جدول (١١): نتائج اختبار "T-Test" لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة (ن=٣٠)

أبعاد المقياس	القياس البعدي		القياس القبلي		متوسط الفرق (م ف)	الانحراف المعياري للفرق (م ج ح ف)	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة	اتجاه الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري					
البعد الأول تحليل الرسالة الإعلامية	١٣.٥٠	١.٤٣	٦.٧٣	١.٢٦	٦.٧٧	١.٥٥	٢٣.٩٦	دالة عن مستوى معنوية ٠.٠١	القياس البعدي
البعد الثاني تقييم الرسالة الإعلامية	١١.١٣	١.٠٧	٥.٩٠	١.٨٨	٥.٢٣	٢.١٠	١٣.٦٨	دالة عن مستوى معنوية ٠.٠١	القياس البعدي
البعد الثالث مشاركة الرسالة الإعلامية	١٦.٥٧	١.٤١	٧.٨٧	١.١٤	٨.٧٠	١.٧٨	٢٦.٧١	دالة عن مستوى معنوية ٠.٠١	القياس البعدي
المقياس ككل	٤١.٢٠	٢.٤٨	٢٠.٥٠	٢.٨٦	٢٠.٧٠	٣.٤٩	٣٢.٤٤	في اتجاه القياس البعدي	
** يوجد فرق معنوي عند (٠.٠١)									

ت الجدولية = (٢.٤٦) عند مستوى معنوية (٠.٠١)

يتضح من جدول (١١) السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٠١) بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة لصالح القياس البعدي ، حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (٣٢.٤٤) في حين أن نظيرتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠١) ولدرجة حرية (٢٩) بلغت (٢.٤٦) وهذا يعني أن قيمة ت المحسوبة < من ت الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠١) ، وبذلك يتحقق صحة الفرض الثاني للبحث. ويوضح شكل (٤) التالي الفروق بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة:



شكل (٤): الفروق بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة

ولحساب نسبة التحسن بين متوسطيات درجات أطفال المجموعة التجريبية في كل بعد من أبعاد المقياس، تم حساب النسبة المئوية لكل طفل في القياس القبلي والقياس البعدي وحساب الفرق بينهما كما يتضح من جدول (١٢) التالي:

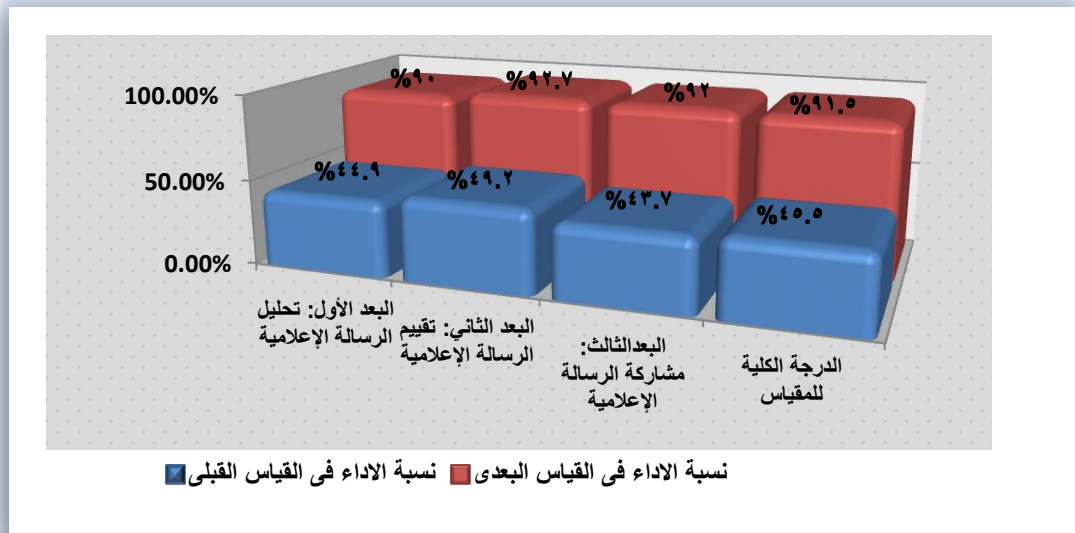
جدول (١٢): نسبة التحسن بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة

م	الأبعاد	متوسط قياس قبلي م ق	نسبة الأداء في القياس القبلي %	متوسط قياس بعدي م ب	نسبة الاداء في القياس البعدي %	نسبة التحسن %	الترتيب
١	البعدي الأول: تحليل الرسالة الإعلامية	٦.٧٣	٤٤.٩%	١٣.٥٠	٩٠%	٤٥.١%	٢
٢	البعدي الثاني: تقييم الرسالة الإعلامية	٥.٩٠	٤٩.٢%	١١.١٣	٩٢.٧%	٤٣.٥%	٣
٣	البعدي الثالث: مشاركة الرسالة الإعلامية	٧.٨٧	٤٣.٧%	١٦.٥٧	٩٢%	٤٨.٣%	١
	الدرجة الكلية للمقياس	٢٠.٥٠	٤٥.٥%	٤١.٢٠	٩١.٥%	٤٦%	

يتضح من جدول (١٢) السابق أن أعلى نسبة تحسن في أبعاد المقياس للبعدي الثالث (مشاركة الرسالة الإعلامية) بنسبة تحسن (٤٨.٣%) بين القياس القبلي والبعدي، ثم في الترتيب الثاني للبعدي

الأول (تحليل الرسالة الإعلامية) بنسبة تحسن (٤٥.١%) بين القياس القبلي والبعدى، ثم الترتيب الثالث للبعد الثاني (تقييم الرسالة الإعلامية) بنسبة تحسن (٤٣.٥%) بين القياس القبلي والبعدى، وجاءت نسبة التحسن الكلية للمقياس (٤٦%).

ويوضح شكل (٥) التالي نسبة التحسن بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدى على أبعاد مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة:



شكل (٥): نسبة التحسن بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدى على أبعاد مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة

تفسير ومناقشة نتائج الفرض الثاني:

أسفرت نتائج الفرض الثاني عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدى على أبعاد مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة (تحليل الرسالة الإعلامية - تقييم الرسالة الإعلامية - مشاركة الرسالة الإعلامية) والمقياس ككل لصالح القياس البعدى.

وتُرجع الباحثة تفوق أطفال المجموعة التجريبية في القياس البعدى مقارنة بالقياس القبلي على مقياس مهارات النقد الإعلامية لطفل الروضة لصالح القياس البعدى إلى مجموعة من **العوامل** أهمها:

✓ **أنشطة وحدات البرنامج الثالث** : (قناة ديانا وروما، قناة شفاء، قناة محمود الجمل) والتي ساهمت في تنمية مهارات النقد الإعلامية لدى الأطفال من خلال مناقشتهم قبل وأثناء وبعد عرض مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب عليهم مع تعزيز المفاهيم الإيجابية وتصحيح المفاهيم الخاطئة ، وتوضيح المفاهيم والمعاني الجديدة لما يشاهدونه ، وإجراء المقارنات بين السلوكيات المقبولة والمرفوضة

باستخدام مهاراتي طرح الأسئلة والحوار والمناقشة لجعل الطفل متلقياً إيجابياً بأخذ المواقف والاتجاهات تجاهها بطرق مختلفة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة "عبد الله وآخرون" (٢٠١٧) من وجود أثر كبير للبرنامج المستخدم في إكساب المعلمات والأطفال بعض المهارات لمواجهة التأثيرات السلبية للإعلام المرئي على الطفل.

✓ **معايير اختيار مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب التي تم توظيفها في البرنامج** : فقد شملت ما يلي:

١. الأكثر مشاهدة وجذباً لأطفال الروضة وفقاً لآراء عينة من الأطفال بلغت (١٠٠) طفلاً وطفلة.

٢. ملائمتها لخصائص الأطفال في مرحلة الروضة.

٣. أن تحقق من خلال محتواها شكلاً ومضموناً تنمية مهارات النقد الإعلامية المستهدفة في البحث الحالي.

٤. توافقها مع واقع ما يشاهده الأطفال من مضامين إيجابية وسلبية.

٥. التعدد والتنوع.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "عبد الشافي" (٢٠٢١) التي أكدت نتائجها على أن لفيديوهات الأطفال المنشورة على اليوتيوب تأثيراً ملحوظاً وواضحاً على متابعتها من الأطفال، ومع ما توصلت إليه نتائج دراسة "الخياط" (٢٠٢٠) من أن مشاهدة الطفل لليوتيوب له إيجابيات وسلبيات في آن واحد، فالتعلم الخاضع للإشراف والمراقبة من خلال مقاطع فيديو اليوتيوب مفيد وفعال لاكتساب المعرفة الأساسية في مرحلة الطفولة المبكرة (Yaqoob، N.، et al، 2018، ، 48) .

✓ **طريقة توظيف مقاطع الفيديو** : فقد تم الاسترشاد بمراحل وخطوات توظيف مقاطع الفيديو

والتي تم استعراضها في الإطار النظري بالطريقة التي تناسب تحقيق هدف البحث الحالي وهو تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة ومراعاة خصائصه واحتياجاته.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة "سنداننا" W.، Cendana، (٢٠٢٠)، (الرفاعي، ٢٠١٣، ١٤٢)، (الطيبي وآخرون ٢٠١٨، ٩٨-٩٩)، (الخطيب، ٢٠١٣، ١٣٠).

✓ **استراتيجيات التعليم والتعلم المستخدمة في البرنامج**: حيث تم استخدام مجموعة متنوعة من

الإستراتيجيات منها: (العصف الذهني، الحوار والمناقشة، التعليم الإلكتروني (مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب)، الأغاني، التمثيل، لعب الأدوار ...)، وأهمها:

١. استراتيجية التعليم الإلكتروني (مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب): حيث يعد الفيديو التعليمي من أهم

أوجه التعلم الإلكتروني، فيقدم المعرفة للطلبة في صورة متكاملة من وسائل عرض المعلومات المقروءة والمسموعة والمرئية (الديسي، ٢٠١٩، ٥٢)، وتسمح أنشطة التعلم المدعومة

بالفيديوهات التعليمية بالتعلم النشط (Beheshti، M.، et al، 2018، ، 62) ، فيعتبر الفيديو

تفسير للجدران، فالمتعلم يرى أشياء متحركة داخل فضاء ثابت، فينطلق من ضيق الحجرة والنافذة المسيجة بالحديد والتي لا تذكر إلا بسجن مقيت إلى عالم رحيب متعدد الألوان وغامر بالحركة (يحياوي، ٢٠١٩، ١١٥).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة "سندانا" W،Cendana، (٢٠٢٠) التي توصلت إلى فاعلية استخدام الفيديو في جذب انتباه الطلاب، ودراسة "هارتاتي ونوفريكا" S، Hartati، & G. V،Novrika، (٢٠١٨، ٣٠) التي أكدت على أن مقاطع الفيديو التعليمية لديها القدرة على توفير التحفيز البصري واللفظي الذي يساعد الأطفال على تذكر وربط المعلومات التي تم الحصول عليها.

٢. استراتيجية الحوار والمناقشة: للموضوعات والقضايا المطروحة في مقاطع الفيديو، مع مساعدة الأطفال على إبداء وجهات نظرهم بشأنها وتطوير حسهم النقدي والتحليلي (عبد النعيم، ٢٠٢٠، ٤٢٣٢).

وتتفق هذه النتيجة مع ما أوصت به دراسة "عبدالشافي" (٢٠٢١، ١٨١) بضرورة مناقشة الأطفال دائماً لما يشاهدونه من فيديوهات عبر اليوتيوب لتوضيح ما هو سلبي وما هو إيجابي، فلا بد من توجيه الأطفال لطرح الأسئلة والتفكير عند مواجهة المعلومات الإعلامية أثناء عملية البحث النقدي في المعلومات الإعلامية. (A. O، & Zhou، G. Q،Yin، 2015، 29) كما تتفق هذه النتيجة مع ما أوصت به دراسة "حسين" (د. ت، ١٤٩) من ضرورة مناقشة الأطفال محتوى مقاطع الفيديو المقدمة عبر اليوتيوب وتوضيح ما قد تحتويه من أمور قد لا تتماشى مع العقيدة الإسلامية وعادات وتقاليد المجتمع حتى يتمكن الطفل بعد ذلك بمفرده من تحديد المحتوى المناسب والغير مناسب للمشاهدة، ومع توصيات دراسة "عبد الله وآخرون" (٢٠١٧، ٢٢٢) بتشجيع الحوار والمناقشة بين المعلمة والأطفال حول ما يشاهدونه، وذلك لأن الحوار لا يترك الطفل متلقي سلبي لما يشاهده، كما أنه ينمي الابتكار والإبداع والإدراك لدى الطفل، فضلاً عن أنه وسيلة مهمة في إكساب الطفل الكثير من السلوكيات.

وُرجع الباحثة **نسب التحسن في مهارات البرنامج**: تحليل الرسالة الإعلامية والتي حصلت على الترتيب الثاني، ثم مهارة تقييم الرسالة الإعلامية والتي حصلت على الترتيب الثالث، ومهارة مشاركة الرسالة الإعلامية والتي حصلت على الترتيب الأول إلى طبيعة كل مهارة وأنشطة البرنامج التي استهدفت تنميتها.

مهارة تحليل الرسالة الإعلامية: استهدفت تنمية قدرة الطفل على معرفة موضوع الرسالة الإعلامية أو الفكرة الرئيسية لها وهدفها والمستهدفين منها وما تشمله من خيال وواقع، حقيقة ورأي والتي تم تنميتها بتوظيف بعض مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب.

وتتفق هذه النتيجة مع الأطر النظرية والدراسات السابقة التي أكدت على أهمية إكساب الطفل منذ الصغر مهارات التفكير الناقد التي تمكنه من تفحص الرسائل الإعلامية وإكسابه طرق تحليل المحتوى أو المضمون المعلوماتي الموجود فيها، والقدرة على التفارقة بين الواقع والخيال لما يتلقوه من مضامين إعلامية (حسن، ٢٠١٥، ١٠٢)، (الخيون، ٢٠١٨، ٢٥)، وما خلصت إليه دراسة "أندرسون وهيلمان" I، Helmane، R،Andersone، (٢٠١٩) من أن مهارة تحليل المعلومات يتم تطويرها بشكل هادف في نتائج التعلم المتوقعة.

مهارة تقييم الرسالة الإعلامية: استهدفت تنمية قدرة الطفل على تحديد الإيجابيات ودعمها والسلبيات والتغلب عليها في مضمون الرسالة الإعلامية والتي تم تنميتها بتوظيف بعض مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب.

وتتفق هذه النتيجة مع الأطر النظرية والدراسات السابقة التي أكدت على أهمية البرامج المتكاملة للتربية الإعلامية من مرحلة ما قبل المدرسة وحتى المرحلة الجامعية، والتي تشتمل على تحليل ونقد المضامين الإعلامية، وكيفية الاستخدام الواعي للوسائل الإعلامية (حسن، ٢٠١٥، ١١٢)، والدور الفعال للطفل أو مفهوم "الجمهور النشط" يعتمد على تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم بالتعليق أو النقد أو الإضافة (عبد النعيم، ٢٠٢٠، ٤٢٢٦)، والقدرة على تقييم قيمة المعلومات المطلوبة والتوصل إلى استنتاج حول ما يجب تصديقه أو فعله حيال ذلك (Lamb، S.، et al، 2017، 19)، وما خلصت إليه دراسة " أندرسون وهيلمان " Anderson، R.، Helmane، I.، (٢٠١٩) من أن تطوير مهارة تقييم مصداقية المعلومات التي تم الوصول إليها يحتاج إلى مزيد من الاهتمام.

مهارة مشاركة الرسالة الإعلامية: استهدفت تنمية قدرة الطفل على التفاعل مع الرسالة الإعلامية بطرق مختلفة (اقتراح عنوان، طرح أسئلة، إظهار الإعجاب أو الاستياء، نقله إلى الآخرين ... إلخ) والتي تم تنميتها بتوظيف بعض مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب.

وتتفق هذه النتيجة مع الأطر النظرية والدراسات السابقة التي أكدت على أن الوعي الإعلامي لا يقتصر على جانب التلقي والنقد فقط بل يجب أن يتعدى ذلك إلى المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي (الخيون، ٢٠١٨، ٢٥)، وما توصلت إليه نتائج دراسة "هارتاتي ونوفريكا" Hartati، S.، Novrika، G. V.، (٢٠١٨، ٣٣) من أن استخدام وسائط الفيديو التعليمية يجعل الأطفال قادرين على التواصل البصري مع مصادر المعلومات، والاهتمام بأشياء معينة في وقت واحد، واتباع التعليمات المقدمة، وربط المعلومات التي تم الحصول عليها بالخبرة، وإعادة سرد المعلومات الواردة، وتفسير المعلومات الواردة من خلال الأنشطة، وتقديم التعليقات على المعلومات الواردة، والرد على المعلومات الأكثر تكراراً.

وبذلك قد تم الإجابة على سؤال البحث الثالث الذي نص على: ما فعالية البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب في تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة ؟ وبالتالي قد تحقق الهدف الثالث للبحث وهو : قياس فعالية البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب في تنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة.

توصيات البحث:

١. ضرورة إعداد الأطفال للتعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة.
٢. تعزيز بيئات التعليم والتعلم باستخدام المنتجات الإعلامية.
٣. إدراج مهارات النقد الإعلامية في مرحلة الطفولة المبكرة.
٤. إعداد دليل للمعلمة يتناول أنشطة البرنامج القائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية لدى طفل الروضة.

٥. تدريب المعلمات على توظيف مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب في جميع مجالات منهج رياض الأطفال.

٦. رفع وعي المعلمة بتشجيع الحوار والمناقشة مع الأطفال حول ما يشاهدونه.

٧. رفع وعي الوالدين بأهمية مناقشة الأطفال محتوى مقاطع الفيديو المقدمة عبر اليوتيوب.

بحوث ودراسات مقترحة:

١. برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتحسين النمو المعرفي في مرحلة الطفولة المبكرة.

٢. برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتحسين مهارات الانتباه لدى طفل الروضة.

٣. برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية الذاكرة البصرية لدى طفل الروضة.

٤. برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتطوير المعرفة الأساسية في الطفولة المبكرة.

٥. برنامج قائم على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب لتنمية الإتجاهات الإيجابية نحو المادة العلمية لدى الأطفال.

٦. برنامج قائم على الأنشطة المصاحبة للأفلام التعليمية لتنمية مهارة تقييم الرسالة الإعلامية لدى الطفل.

٧. برنامج فنون أدائية لتنمية مهارة مشاركة الرسالة الإعلامية لدى طفل الروضة.

مراجع البحث:

المراجع العربية:

- الأتربي، شريف (٢٠١٩). **التعليم بالتخيل: استراتيجيات التعليم الإلكتروني وأدوات التعلم**. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- بن ميلود، شمس الهدى والعلوي، خالد (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على القيم الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة دراسة تحليلية لمحتوى اليوتيوب المقدم للأطفال. جامعة الأخوة منتوري قسنطينة. الجزائر. **مجلة العلوم الإنسانية**. مج ٣١. ع (٢). جوان. ص (٢٣-٣٧).
- التميمي، ندى عبدالله وفلمبان، نجلاء حسن الدين والعريني، سارة إبراهيم والمزروع، مي عبدالله والعمرى، غادة سعيد عبدالله (٢٠١٦). أثر استخدام فيديو تعليمي من موقع يوتيوب في زيادة التحصيل الدراسي لطالبات المرحلة الثانوية بمنطقة الرياض. جمعية الثقافة من أجل التنمية. **مجلة الثقافة والتنمية**. س (١٧). ع (١١٠). ص (١-٣٦).
- الجعد، نوال بنت حمد بن محمد والأسمرى، فاطمة عبد الرحمن (٢٠١٨). واقع إسهام معلمات المرحلة المتوسطة في التربية الإعلامية للطالبات. **مجلة جامعة الملك عبدالعزيز - الآداب والعلوم الإنسانية**. جامعة الملك عبدالعزيز. مج (٢٦). ع (١). ص (١٩٥-٢٢٥).
- حسن، أحمد جمال (٢٠١٥). **التربية الإعلامية**. المنيا: دار المعرفة.
- حسين، عزة جلال عبدالله (د.ت). تأثير فيديوهات الأطفال المقدمة عبر اليوتيوب على سلوك أطفال مرحلة ما قبل المدرسة في إطار نظرية التعلم الاجتماعي. **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**. العدد الأول. ص (١٠١-١٥٢).
- الخطيب، لطفي (٢٠١٣). **تكنولوجيا التعليم والتعلم الذاتي**. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- الخطيب، ليلي سعود (٢٠٢٠). استخدام اليوتيوب وعلاقته بتغيير القيم الاجتماعية لدى أطفال الكويت من وجهة نظر أولياء الأمور: دراسة ميدانية. جامعة الكويت - مجلس النشر العلمي: **المجلة التربوية**. مج ٣٤. ع (١٣٤). مارس. ص (١٣-٦٢).
- الخيون، حارث محمد طارق (٢٠١٨). الإعلام التربوي ودوره في تشكيل وعي الطفل. **المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل**. ع (٢). أبريل. ص (١-٢٠).
- الديسي، ربي محمود (٢٠١٩). **برنامج تعليمي لتحسين مهارات القراءة لذوي صعوبات التعلم**. الأردن. عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
- الرفاعي، أحمد محمد رجائي (٢٠١٣). إثراء المناقشات الرياضية - باستخدام مقاطع تعليمية من موقع "اليوتيوب" - حول مقرر الرياضيات على التحصيل وحب الاستطلاع لدى طلاب الجامعة. **مجلة تربويات الرياضيات**. مج (١٦). الجزء الثاني.

الشرمان، عاطف أبو حميد (٢٠١٥). **التعلم المدمج والتعلم المعكوس**. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الشيخ، نادية مصطفى أحمد وإبراهيم، سامية موسى وحامد، إيناس محمود (٢٠١٩). استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقاته بتنمية بعض مهارات النقد الإعلامية. **مجلة دراسات الطفولة**. جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة. مج (٢٢). ع (٨٣). يونيو. ص (١١٩-١٢٤).

الطيبي، محمد عيسى والعزة، فراس وطويق، عبد الإله (٢٠١٨). **إنتاج الوسائل التعليمية**. الأردن. عملن: عالم الثقافة للنشر والتوزيع.

عبد الفتاح، حسين (٢٠١٨). **مقدمة في تكنولوجيا التعليم**. أمازون.

عبد النعيم، يمنى محمد عاطف (٢٠٢٠). استشراف مستقبل الإعلام المرئي الموجه للطفل عبر القنوات الفضائية المصرية في ضوء كتيب المعايير الإعلامية "كود المحتوى الإعلامي الموجه للطفل". جامعة الأزهر. كلية الإعلام. **مجلة البحوث الإعلامية**. يونيو. ع (٥٤). ج (٦). ص (٤١٩٦-٤٢٥٠).

عبدالشافى، مؤمن جبر (٢٠٢١). التجاوزات في فيديوهات الأطفال على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات الخبراء المصريين نحو أخلاقيات نشرها. الجمعية المصرية للعلاقات العامة: **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**. ع (٣٣). يوليو. ص (١٢٧-١٨٥).

عبدالله، شهناز محمد محمد وعباس، نهى مرتضى رياض وبخيت، ماجدة هاشم (٢٠١٧). أثر برنامج مقترح لإكساب معلمات رياض الأطفال بعض مهارات مواجهة التأثيرات السلبية للإعلام المرئي على الطفل. **مجلة دراسات في الطفولة والتربية**. جامعة أسيوط: كلية التربية للطفولة المبكرة. م (٣). ع (٣). سبتمبر. ص (١٧٦-٢٢٨).

عبدالواحد، إيمان عبدالحكيم رفاعي (٢٠٢٠). دور الأسرة في تحقيق الأمن الرقمي لطفل الروضة في ضوء تحديات الثورة الرقمية. **مجلة دراسات في الطفولة والتربية**. جامعة أسيوط. ع (١٤) يوليو. ص (٦٤-١١٨).

العنبي، فرات (٢٠١٥). **مشكلات التواصل اللغوي**. مركز الكتاب الأكاديمي. books.google.com.eg

العجرمي، سامح جميل (٢٠١٩). فاعلية مقاطع الفيديو التعليمية عبر اليوتيوب في تنمية مهارات إنتاج القصص الرقمية لدى طالبات كلية التربية بجامعة الأقصى واتجاهاتهن نحو استخدام اليوتيوب.

<https://www.researchgate.net/publication/332212978>

العلياني، عبدل علي عبدل (٢٠١٩). فاعلية اختلاف نمط الملاحظات المصاحبة للفيديو الرقمي في تنمية التحصيل الدراسي لدى طلاب المرحلة المتوسطة بمقرر الحاسب الآلي.

المؤسسة العربية للبحث العلمي والتنمية البشرية. المجلة الدولية للعلوم التربوية
والنفسية. ع (٢٢). ص (٦٨-٩٠).

الليثاني، نايف عوض مرزوق (٢٠١٩). أثر اختلاف معدل عرض مقاطع الفيديو التعليمي
(اعتيادي - بطيء) عبر الفصول المقلوبة في تنمية التحصيل المعرفي لدى طلاب
المرحلة المتوسطة في مادة الحاسب الآلي. المؤسسة العربية للبحث العلمي والتنمية
البشرية. المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية. ع (٢٢). ص (٩١-١١٧).

مسعودة، بايوسف (٢٠١٦). الطفل والإنترنت المنزلي: مجالات الاستخدام والإشباع المتحققة.
الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. ع
(٢٧). ديسمبر. ص (٤٣٧-٤٤٨).

يحياوي، إبراهيم عمر (٢٠١٩). تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العملية التعليمية في
الجزائر. الجزائر: دار اليازوري العلمية.

المراجع الأجنبية:

- Andersone, R., Helmane, I., (2019): Towards Media Literacy in the Education Curriculum: Experience of Latvia, **Conference Paper, RURAL ENVIRONMENT. EDUCATION. PERSONALITY.**, V.,(12), ISSN 2661-5207, Jelgava, 10-11 May.
- Asmiarti, D., & Winangun,G., (2018): The Role of YouTube Media as a Means to Optimize Early Childhood Cognitive Development, **MATEC Web of Conferences** 205, 00002 (2018), ICIEVE 2018, <https://doi.org/10.1051/mateconf/201820500002>.
- Beheshti, M., Taspolat, A., Kaya, S.O. & Sapanca, F. H. (2018). Characteristics of instructional videos. **World Journal on Educational Technology: Current Issues**. 10 (1), P., (061-069), <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1170366.pdf>.
- Cendana, W., (2020): The Use of Video in Improving Students' Attention in Learning Process of Kindergarten Students, **International Journal of Elementary Education**, V., (4), N., (4), Tahun 2020, p., (496-502).
- Eick, C. & King, D. T., (2012): Non-science Majors, Perceptions on the Use of YouTube Video to Support Learning in an Integrated Science Lecture. **Journal of College Science Teaching**, V., (42), N., (1), P., (26-30).
- Eristi, B., Erdem, C., (2017): Development of a Media Literacy Skills Scale, **CONTEMPORARY EDUCATIONAL TECHNOLOGY**, V., (8), N., (3), P., (249-267).
- Hartati, S., & Novrika, G. V, (2018): Using Educational Video to Promoting Listening Skill Children of 5-6 Years Old, **Early Childhood Education Journal of Indonesian**, V., (1), N., (1), P., (27-35).
- Kurniawati, D., (2016): The Use of Video to Enhance the Teaching and Learning Process of Listening English for University Students.

- English Education: **Journal Tadris Bahasa Inggris**. V., (9), N., (2), P., (276-289).
- Lamb, S., Doecke, E., Maire, Q., (2017): **Key Skills for the 21st Century**, FUTURE FRONTIERS ANALYTICAL, CENTRE FOR INTERNATIONAL RESEARCH ON EDUCATION, State of New South Wales.
- Oliemat, E., Ihmeideh, F., Alkhawaldeh, M., (2018): The use of touch-screen tablets in early childhood: Children's knowledge, skills, and attitudes towards tablet technology, **Children and Youth Services Review**, 88, (2018), P., (591–597).
- Scheibe, C., & Rogow, F., (2012): **The Teacher's Guide to Media Literacy: Critical Thinking in a Multimedia World**, Thousand Oaks: Corwin Press, SAGE Books - What Is Media Literacy Education?
- Wright, E., Borg, J., Lauri, M. A., (2015): Media Education as a tool to promote critical thinking among students, **Journal of Educational Media**, January, N., (2), P., (61-72).
- Yaqoob, N., Bibi, T., Mansoor, M. O., (2018): Early childhood learning videos on youtube: A thematic analysis of viewer's perceptions. **Journal of Early Childhood Care and Education**, N.,(2), P., (35–50).
- Yin, G. Q., & Zhou, A. O. (2015): New Media Literacy Education for Children in the Context of Participatory Culture: Deficiency and Construction. **Cross-Cultural Communication**, V., (11), N., (2), P., (26-30). Available from: <http://www.cscanada.net/index.php/ccc/article/view/6284> DOI: <http://dx.doi.org/10.3968/6284>