

[الإشباعات المتحققة من استخدام أطفال الروضة موقع اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات في محافظة الزرقاء بالأردن]

إعداد الباحثتان:

[ميرفت حسين محمد العمري]

[الأستاذ الدكتور هناء حسين الفلّلي]

[ماجستير رياض الأطفال / كلية العلوم التربوية ، جامعة الاسراء]

[مجال الدراسة: تربية الطفل]

ملخص:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام أطفال الروضة لموقع اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات، تكونت عينة الدراسة من (173) أمّاً من أمهات الأطفال المتواجدين في الرياض الحكومية والخاصة في محافظة الزرقاء. تتراوح أعمارهم بين (5-6) سنوات، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي من نوع الدراسات المسحية، وللإجابة على أسئلة الدراسة أعدت الباحثة استبانة وتم التحقق من صدقها وثباتها، أظهرت نتائج الدراسة أن موقع اليوتيوب يحقق إشباعات (معرفية ، ترفيهيه ، اجتماعية ، نفسية ، دينية ، صحية). كما أظهرت نتائج أكثر الدراسات عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث في المجالات المتعلقة بالإشباعات المعرفية والاجتماعية والدينية والصحية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث في مجال الإشباعات الترفيهية لصالح أمهات الأطفال الذكور، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجال الإشباعات النفسية ولصالح أمهات الأطفال الإناث. واستنتجت الدراسة بأن موقع اليوتيوب يحقق إشباعات معرفية وترفيهيه واجتماعية ونفسية ودينية وصحية لأطفال الروضة.

الكلمات المفتاحية: الإشباعات المتحققة، موقع اليوتيوب ، أمهات ، أطفال الروضة

Summary:

The current study aimed to identify the gratifications achieved from kindergarten children's use of YouTube from the mothers' point of view. The study sample consisted of (173) mothers of children in government and private kindergartens in Zarqa Governorate. Their ages ranged between (5-6) years, the study followed the descriptive approach of the type of survey studies, and to answer the questions of the study, the researcher prepared a questionnaire, and its validity and reliability were verified. The results of the study showed that YouTube achieves (cognitive, recreational, social, psychological, religious, health) gratifications. The results of the study also showed that there were no statistically significant differences between the answers of mothers of male children and the answers of mothers of female children in the areas related to cognitive, social, religious and health gratification, and the presence of statistically significant differences between the answers of mothers of male children and the answers of mothers of female children in the field of recreational gratification in favor of mothers of male children And there are statistically significant differences in the field of psychological gratification and in favor of mothers of female children

Keywords: Achieved gratifications, YouTube, Mothers, Kindergarten children.

المقدمة:

يُعد الاهتمام بالأطفال في مرحلة "الطفولة المبكرة" من أهم المعايير التي يقاس بها تقدم الأمم وتحضرها فهو مطلب رئيسي تقتضيه القدرة على مواجهة التخلف والتحديات العلمية والصحية التي تواجه كل أمة تريد لنفسها البقاء والاستقلالية. فقد أشار كافي وغيلاني (2018) أن الطفولة ليست استثناءً، فمنذ اللحظة الأولى التي تتفتح فيها عيون مئات الملايين من الأطفال على هذا العالم وهم يغرقون في تدفق مستمر من الاتصالات الرقمية من خلال الطريقة التي تدار وتقدم بها الرعاية التي يتلقونها إلى الصور التي يتم تبادلها على الإنترنت.

كما أن غزو التقنيات الحديثة لحياة أطفالنا جعلهم يعيشون تحت وطأة العالم الرقمي، وبدأ علماء النفس في الآونة الأخيرة يطلقون عليه بعالم (الطفولة الرقمية)، وهو مصطلح يصف الأطفال الذين ينمون في العالم الرقمي، أو الذين يستعملون ويعيشون وسط العالم التكنولوجي والافتراضي مثل عالم الإنترنت والألعاب الإلكترونية وعصر القنوات الفضائية (صالح، 2018).

ففي عصر تكنولوجي متغير، وسريع التقدم، وانتشار وسائل الاتصال الاجتماعي والمواقع التعليمية والترفيهية، وفي ظل التنافس الكبير بين شركات الإنترنت ومصممي البرامج والمواقع، تم ظهور ما يسمى بمنصة اليوتيوب YouTube التي استقطبت عدداً كبيراً من كافة فئات المجتمع ومنهم أطفال الروضة منذ بدايتها لغاية يومنا هذا، والسبب قدرتها الهائلة على إشباع حاجات مستخدميها بكافة مراحلهم العمرية، ولقد وصل بنا الحال مع استخدام الحاسوب والتكنولوجيا المنبثقة عنها إلى نقطة اللا عودة، فقد بتنا نتقدم وبشكل سريع ومستمر إلى المزيد من التطور في استخدام هذه التكنولوجيا ولم يعد بإمكاننا العودة إلى الخلف، وهذا ما يجعل اللعب أثقل على كافة التربويين والآباء وحتى الأطفال أنفسهم (زينب، 2017).

ولقد اتخذت مواقع التواصل الاجتماعي أهمية بالغة في حياة الطفل الذي أصبح يعتبرها مصدراً من المصادر الأساسية لتلبية حاجاته الحياتية مثل حاجته للتسلية التي اتجه من أجل إشباعها إلى مشاهدة البرامج المختلفة عبر موقع يوتيوب، وقد برز على هامش ظهور شبكة الإنترنت مجموعة من الظواهر المختلفة على عدة مستويات من أهمها انتشار مواقع التواصل الاجتماعي التي طال استخدامها جميع الفئات العمرية ومنهم الأطفال الذين جذب انتباههم هذه المواقع وقد كان من أهم هذه المواقع موقع اليوتيوب لما يتمتع به من خصائص ومميزات سمعية وبصرية إضافة إلى سهولة الوصول والاستخدام فأصبح يستخدم لأغراض تمتد من حبه للتسلية، كما يتمتع موقع اليوتيوب بخصائص ومميزات وبدائل وحرية النظر والانتقاء وهذه كلها عوامل ساعدت في إغراء الطفل الذي يستخدم هذا الموقع لأغراض تمتد من خلال حسه للتسلية والترفيه الجابري (2011).

وفي ضوء ما تقدم نرى اليوتيوب يحتوي على إشباعات ونواتج إيجابية متحققة من استخدام الأطفال لموقع اليوتيوب، وهذا ما ينعنا أمام مشكلة، تستحق الدراسة والتقصي.

مشكلة الدراسة

أدى انتشار استخدام الأطفال في السنوات الأخيرة لموقع اليوتيوب الى بروز تأثيراته بوضوح في حياتهم حيث صار من بين أهم مصادر التسلية والترفيه للجيل الجديد، وأصبح يفضل في بعض الأحيان على ممارسة الأنشطة التي اعتادوا ممارستها كاللعب مع الاصدقاء والحوار مع الاسرة.

وقد اشار حسين (2018) بأن للتكنولوجيا ومن ضمنها اليوتيوب تعد من أفضل الطرق للتعلم لما تتمتع به من خصائص تساهم بجذب انتباه الطفل لمدة أطول من غيرها، وذلك من خلال الألوان والرسوم والنصوص الممزوجة بالصوت والحركة لتجعله أداة ممتعة وشيقة للطفل ولتزيد من دافعيته نحو التعلم. كما أشار ويكي (2021) بأن ايجابيات اليوتيوب للأطفال كثيرة ولكن إن تم معرفة استخدام هذا الموقع الفني بالمعلومات المناسبة للأطفال والمساهمة بتطوير تعليمهم، لأنه يعد من المواقع المسلية للأطفال وهذا يبدو واضحاً من خلال تعلم الأطفال عند استخدامهم للهواتف المحمولة لمشاهدة تطبيق يوتيوب من بين جميع التطبيقات الأخرى والتي تؤثر في سلوكياتهم بشكل ايجابي.

وقد أجريت العديد من الدراسات التي تناولت الاستخدامات والمهارات والقيم الاجتماعية وتعلم اللغات المتحققة من استخدام أطفال الروضة موقع اليوتيوب. فقد تناولت دراسة عبد المطلب (2021) التعرف على العلاقة بين تعرض طفل ما قبل المدرسة لقنوات الحكايات عبر اليوتيوب وتشكيل المهارات الاجتماعية من وجهة نظر أولياء الأمور في مدينة القاهرة. كما تناولت دراسة الخياط (2020) التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية من مشاهدة الطفل لبرنامج اليوتيوب وتأثيرها على تغير القيم الاجتماعية من وجهة نظر أولياء الأمور في الكويت. كما هدفت دراسة الفرعان والشقر (2020) التعرف على أنماط وتجارب استخدام أطفال الروضة للألعاب الإلكترونية ودوافع استخدامهم والإشباع المتربة على هذه الاستخدامات في دولة الكويت. كما هدفت دراسة العطيات (2018) التعرف على أثر استخدام اليوتيوب في تعلم مهارات النطق الصحيح للغة الانجليزية لدى أطفال الروضة. وهدفت دراسة كافي وغيلاني (2018) التعرف على استخدام أطفال ما قبل التمدرس لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة من وجهة نظر أطفال الروضة في مدينة الجزائر، كما أجرى كوري (Korei, 2016) دراسة هدفت للتعرف على استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في استراليا.

وفي ضوء ما سبق يتضح ان كل الدراسات اهتمت بالتعرف على الاستخدامات والمهارات والقيم الاجتماعية وتعلم اللغة من موقع اليوتيوب، ولم تجد الباحثة إلا القليل من الدراسات التي أشارت الى بعض الإشباع المتحققة من استخدام الأطفال لموقع اليوتيوب.

وقد أثار اهتمام الباحثان بدراسة الإشباع المتحققة من استخدام أطفال الروضة موقع اليوتيوب شكوى الأمهات من كثرة استخدام موقع اليوتيوب من قبل أطفال الروضة، كما أن ندرة الدراسات التي تناولت الإشباع المتحققة من استخدام أطفال الروضة لموقع اليوتيوب في الاردن _ على حد علم الباحثان - واستناداً الى الكتاب الصادر من قاعدة البيانات في الجامعة الاردنية الذي برر دراسة هذه المشكلة. لذا تتحدد مشكلة الدراسة في انتشار واستخدام أطفال الروضة لموقع اليوتيوب والتي يمكن أن تنتج عنها إشباع جديد ومختلفة عن استخدام وسائل الإعلام الأخرى، ومن أجل ذلك توجب معرفة ما هي الإشباع المتحققة من هذه البرامج المتنوعة عبر اليوتيوب وما هي طبيعة هذه الإشباع.

ومن هنا نتحدد مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيسي الآتي:

ما طبيعة الإشباعات المتحققة من استخدام أطفال الروضة مواقع اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات؟
وينبثق من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

اسئلة الدراسة

- ما أهم الإشباعات المتحققة من مشاهدة الأطفال لبرامج اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات، بحسب مجالاتها (المعرفية، الترفيهية، الاجتماعية، النفسية، الدينية، الصحية) ووفقا لجنس الطفل؟
- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في متوسط درجات الإشباعات المتحققة من مشاهدة الأطفال لبرامج اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات بحسب مجالاتها تعزى لمتغير جنس الطفل؟

هدف الدراسة

التعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام أطفال الروضة موقع اليوتيوب من وجهة نظر الامهات

اهمية الدراسة

اولاً: الاهمية النظرية

- تسهم الدراسة في تسليط الضوء على الإشباعات المتحققة من استخدام أطفال الروضة لموقع اليوتيوب
- تسهم الدراسة في إثراء المكتبة الاردنية بأدب نظري حول موقع اليوتيوب واستخداماته وإشبعاته
- حداثة هذه الدراسة على المستوى المحلي على حد علم الباحثان وكما أشار الكتاب الصادر من قاعدة البيانات بالجامعة الاردنية
- تفتح الدراسة المجال لدراسات تتناول إيجابيات وسلبيات استخدام الاطفال موقع اليوتيوب

ثانياً: الاهمية التطبيقية

- تفيد أولياء الأمور وخاصة الأمهات في التعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام أطفال الروضة لموقع اليوتيوب لتوظيفها في تنمية جوانب نموهم.
- تفيد معلمات الروضة في التعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام أطفال الروضة لموقع اليوتيوب لتوظيفها في عملية التعلم.
- تفيد إدارات الرياض في التعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام أطفال الروضة لموقع اليوتيوب وطبيعة الموضوعات التي تتضمنها البرامج المعروضة في اليوتيوب للاستفادة منها في مجال تعليم اطفال الروضة.

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: اقتصر موضوع الدراسة على التعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام أطفال الروضة موقع اليوتيوب من وجهة نظر الامهات.

الحدود البشرية: تم تطبيق الدراسة على عينة من أمهات اطفال الروضة الذين يستخدمون اطفالهن موقع اليوتيوب.

الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة على أمهات أطفال الروضة الملتحقين في الرياض الحكومية والخاصة في قسبة الزرقاء الاولى في محافظة الزرقاء.

الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة في الفصل الثاني من العام الدراسي (2021/2022)

مصطلحات الدراسة

الإشباعات

عرف كافي وغيلاني (2018، ص 18) الإشباعات "بأنها كلمة مأخوذة من الشيع والتشيع، والتي تدل على الامتلاء في الأكل وغيره، والتشيع من يرى أنه شعبان. وتعني أيضا: الترفيه وبلوغ حد الكمال."

وتعرف الباحثتان اجرائياً الإشباعات بأنها نتائج استخدام الأطفال لموقع اليوتيوب والتي تلبي حاجاتهم ورغباتهم في جميع نواحي حياتهم المعرفية والاجتماعية والترفيهية والنفسية والدينية وتقاس إجرائياً بالدرجة التي تحصل عليها الأمهات على استبيان الإشباعات المتحققة

اليوتيوب YouTube

يعرف موقع YouTube (2019): " أنه شبكة اجتماعية لتبادل الفيديوهات المسموعة والمرئية حول العالم، تم إنشاؤها من قبل تشاد هيرلي ، وآخرون ، في فبراير من عام (2005) ".

وتعرف الباحثتان اجرائياً اليوتيوب بأنها أحد المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي مادة تتكون من مقاطع تصوير فيديو بحيث تكون متاحة لملايين الأشخاص حول العالم دون أي تكلفة مادية

أطفال الروضة

تعرف وزارة التربية والتعليم الاردنية (2018) أطفال الرياض على أنهم " الأطفال الذين تتراوح اعمارهم ما بين (4-6) سنوات والملتحقين برياض الأطفال الحكومية والخاصة.

الإطار النظري

الإشباع

يعد مصطلح الإشباع (Gratifications) من المصطلحات التي اهتم بها علماء النفس والباحثين، فهي تساهم في معرفة الدوافع التي تجعل الافراد كباراً كانوا أم اطفالاً ينجذبون الى مصدر ما دون غيره ليغذي حاجة وغاية ورغبة داخلهم. وما زال هذا المصطلح يستخدم حتى يومنا لتركيزه على عدد التكرارات السلوكية لنشاط محدد (كتكرار المشاهدات لنفس المحتوى وبنفس الافراد).

ولقد بدأ اول ظهور لهذا المصطلح في القرن السابع عشر وتحديداً عام (1974) عندما ألف صاحباً هذه النظرية كل من كاتز وبلومر (Katz & Blumler, 1979) كتاباً بعنوان استخدام وسائل الاتصال الجماهيري حيث اشتملت الفكرة الأساسية لمضمون هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال للجماهير المتلقي بكافة الاعمار والاجناس (مراد، 2014).

نظرية الاستخدامات والاشباع

تعد نظرية الاستخدامات والاشباع الوسيلة الوحيدة، والأكثر فاعلية في معرفة أثر وسائل الاتصال على الجمهور، فمن خلال هذه النظرية يمكن دراسة التفاعل بين المحتوى والمتلقي، فهي تركز على نشاط وفاعلية الجمهور active audience الذي يمكنه ان يختار الوقت والمكان المناسبين لرغبته، وامكانياته، واهتماماته، ودوافعه. فعند التعرض لهذه القنوات يصبح الفرد بين خيارين لا ثالث لهما اما القبول وتكرار مرات المشاهدات او الانسحاب منها والبحث عن غيرها، فهو قادر على تقويم ما يحصل عليه من معلومات من تلك الوسائل فيكتشف مدى مطابقتها مع حاجاته من اجل اشباعها او عدم مطابقتها (جار النبي، 2021).

مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباع

إن نظرية الاستخدامات والاشباع تم اصطلاحها إعلامياً على أنها رغبة الناس في التعرض لوسائل إعلامية حتى يشبع ذلك رغبتهم واحتياجاتهم، وأيضاً استجابة لدوافع الاحتياجات الفردية، وكانت تنصب على دراسة العلاقة بين رغبات واحتياجات الجمهور واستخدام وسائل الإعلام. ويتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاستخدامات والإشباع في أن الجمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات، ويختار- من بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية- المضمون الذي يناسبه، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموغرافية (عبد الحميد، 2020).

عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع

من أهم عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع ما يلي:

- فرض الجمهور الإيجابي والنشط.
- الدوافع والاحتياجات التي تحث الجمهور على أن يتعرض لوسائل الإعلام.
- العوامل الاجتماعية بالإضافة إلى العوامل النفسية للجمهور لاستخدام وسائل الإعلام.

- سقف التوقعات من وسائل الإعلام. الإشباع التي تكون وسائل الإعلام قادرة على تحقيقها (عبد الحميد، 2020).

فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع

وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على الفروض التالية:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط ، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات

- الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام.

- الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.

-الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي والتطور.

- يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم (عبد النبي ، 2019).

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع

- معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، وإع، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.

- معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية، وعبر وسائل الاتصال الأخرى.

- الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال (عبد الحميد، 2020)

الإشباع المتحققة من مشاهدة الأطفال لموقع اليوتيوب

لخص جار النبي (2021) مجموعة من الإشباع المتحققة من مشاهدة الأطفال لموقع اليوتيوب:

- **الإشباع المعرفية:** وهي التي ترتبط باستفادة الأطفال المعرفية من خلال حصولهم على معلومات جديدة أو مهارات معرفية لم تكن في مدركاتهم قبل ذلك. فهي حاجات مرتبطة بزيادة فهمهم لبيئتهم وللمعلومات المحيطة بهم. حيث يهدف هذا النوع من الإشباع الى السيطرة على البيئة المحيطة بهم من خلال الاكتشاف وحب الاستطلاع لديهم.

- **الإشباع الوجدانية:** وهي الحاجات المرتبطة بالبهجة والعاطفة والترفيه، التي قد يحصل عليها الأطفال من مواقع اليوتيوب. والتي تثير فيهم العديد من المشاعر والوجدانيات أثناء المشاهدة، كمشاعر العطف المساعدة والتعاون والتعاطف مع الآخرين، كما تساهم في شعورهم بالمتعة والراحة والسعادة المستمدة من الجوانب المشوقة للفيديوهات التعليمية، فهي تعد من الحاجات ذات الأهمية لإشباعها لتساعد المتلقي على التكيف

- والتوافق مع البيئة المحيطة به، وقد تكون هذه الحاجات شعورية يدركها ويفهما فيعبر عنها ويبحث عنها بالشكل الواضح، وقد تكون لا شعورية خارجة عن ادراكه.
- **اشباعات الاندماج الشخصي:** وهذا الجزء يهتم بتقوية الحاجة الى ان يتمتع الفرد بشخصية ثابتة وقوية ويتمتع بالثقة بالنفس والشعور بالاستقرار من خلال ما يحققه من اشباعات لرغباته ببرامجه المفضلة.
 - **اشباعات الاندماج الاجتماعي:** وهي حاجة الفرد للانتماء للجماعة، وكيفية إدارة الاتصال بينه وبين الآخرين. ونجد ان الأطفال من خلال لعبهم الجماعي واستمتاعهم بالألعاب التفاعلية داخل قنوات اليوتيوب يزداد حماسهم خاصة عندما تحصل المشاركة مع أطفال آخرين أو مشاركة من داخل اليوتيوب كان يكون برنامج تفاعلي، حيث تُعد المشاركة اساس الدافعية التي تؤثر بشكل إيجابي في الاستجابة الداخلية للأطفال، فهي تعكس اهتمامهم بنشاط معين، كما أن المشاركة تعكس جانباً من عواطفهم، وهي عادةً ما تكون عواطف ومشاعر إيجابية. وقد يتعلم الأطفال ويساعدتهم في تعلم العادات الاجتماعية: (شتله، مرعي، 2014).
 - **اشباعات شبه اجتماعية:** وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات برامج اليوتيوب، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة،
 - **الإشباعات الهروبية:** وهي الحاجة المرتبطة برغبة الأطفال في الهروب أو الانسحاب من حدث ما ليزيل التوتر ويغير مساره نحو الأفضل، فنجد الطفل يهرب من واقع الكبار الذي يمثل جانب مهم بالنسبة له لبحث عن عالمه الخاص الذي يحبه في قنواته اليوتيوب.
 - **الإشباعات الترفيهية:** ان للجانب الترفيهي المتمثل بالألوان والموسيقى والحركة والرقص والاغاني أهمية كبيرة في اليوتيوب المقدم للطفل، فهو يعد من أكثر الأسباب التي تساهم في قضاء أكثر الأوقات تواجداً على اليوتيوب، ففيديوهات اليوتيوب تتمتع بالوان جذابة وتصميمات عصرية سريعة تواكب هذا الجيل والعصر الذي ينتمون اليه، كالرسوم المتحركة. وتعد وسيلة ترفيهية. وان الإشباعات المتحققة عند الطفل تعمل على تخفيف الإحساس بالقلق والتوتر، والدفاع عن الذات.

الاثار الايجابية الناجمة عن الإشباعات المتحققة من فيديوهات اليوتيوب

حدد فخر الدين (2021) مجموعة من الاثار الإيجابية الناجمة عن الإشباعات المتحققة من فيديوهات اليوتيوب من أهمها:

- يمكن ان يكون بديلاً عن الدرس التي يتلقاها بالمدرسة.
- يزيد اليوتيوب من ثقافة الطفل ومعرفته بطريقة سهلة وفعالة.
- اليوتيوب متاح لأي طفل في أي مكان في العالم من أجل مواصلة تعلية أو مراجعة دروسه.
- يوجد ملايين المقاطع المصورة والمنتشرة على اليوتيوب في كافة المجالات.
- تعلم اللغة من خلال المتحدثين الأصليين للغة.
- التعلم بطريقة شيقة.

- تعلم سلوكيات إيجابية من خلال القصص الهادفة (الإشباع المتحققة من مشاهدة الأطفال لموقع اليوتيوب)

موقع اليوتيوب

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي تتيح خدمات تكوين صفحات شخصية لكل مستخدم ووضع قائمة بالمعارف، وقائمة متابعة، وعرض صفحة رئيسية للمحتوى الخاص بالأصدقاء، والتمكن من نشر ملفات الفيديو بالصفحة الشخصية وإضافة التعليق المكتوب عليها من خلال الشبكة الاجتماعية، مع التمكن من المراسلات بين الأصدقاء المستخدمين لها، ويعد اليوتيوب أحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الزائرين، وهو عبارة عن موقع إلكتروني يُمكن استخدامه بشكل مجاني (Rouse.2020).

يشير عزمي (2014) أن موقع اليوتيوب ظهر في عام ٢٠٠٥م على يد الثلاثي "تشاد هيرلي" و "ستيف تشن" و "جاويد كريم"، ويعملون في شركة "PayPal" في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية وافتتح الموقع كتجربة في مايو ٢٠٠٥، وافتتح رسمياً بعد ستة أشهر، وفي أكتوبر ٢٠٠٩ أعلنت شركة جوجل "Google" الوصول لاتفاقية من أجل شراء الموقع. ونظراً للخدمات التي يقدمها موقع اليوتيوب للمجتمع العالمي بمختلف توجهاته فقد سجل موقع اليوتيوب أرقاماً قياسية في عدد المستخدمين له، وتؤكد الإحصائيات أن عدد مستخدمي اليوتيوب الذين يزورون الموقع شهرياً يصل إلى أكثر من مليار مستخدم، أي حوالي ثلث الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت، ويقضي المستخدمون يومياً مئات الملايين من الساعات في مشاهدة مقاطع الفيديو على YouTube ويسجلون مليارات المشاهدات، وتم ترجمة اليوتيوب إلى (76) لغة، ويتخذ ما يقرب من (١٠٠) مليون مستخدماً إجراء اجتماعية على اليوتيوب مثل المشاركات والتعليقات وما إلى ذلك كل أسبوع (YouTube, 2016).

وقد أشار مسعودة (2016) بأن أطفالنا اليوم يعيشون في عالم التكنولوجيا، وانهم يعتبروا المواطنون الرقميون، أو ما يطلق عليهم جيل الانترنت، والآباء يواجهون تحديات متزايدة لإدارة وتوجيه استخدام أطفالهم للانترنت ومواقع اليوتيوب التي شهدت تغيرات سريعة وأصبحت محمولة ومملوكة من طرف الأطفال.

محتوى اليوتيوب

أشار موريو (Moreau, 2020) أن اليوتيوب يحتوي على مليارات الفيديوهات التي يرفعها المُستخدمون على الموقع منذ تأسيسه، إذ يتم تحميل 100 ساعة من مقاطع الفيديو على يوتيوب خلال الدقيقة الواحدة، وتختلف هذه الفيديوهات وتتنوع في محتواها، حيث يُمكن أن يجد المُستخدم فيديوهات تتعلق بكل ما يُمكن أن يتصوره كالمقاطع الدعائية، والموسيقى والأغاني، والمقاطع المُضحكة، وغيرها من الأمور الترفيهية الأخرى، ولا يقتصر مضمون محتوى اليوتيوب على الفيديوهات الترفيهية والتي يتم نشرها من قبل الهواة فقط، وإنما يتم استخدام هذه المنصة لنشر مقاطع فيديو تعليمية وبمختلف المواضيع، ويُعد هذا التنوع الكبير في محتوى فيديوهات يوتيوب سبباً من الأسباب التي جعلت هذا الموقع شائع الاستخدام بشكل كبير.

طرق مشاهدة فيديوهات عبر اليوتيوب

يُمكن مشاهدة الفيديوهات على يوتيوب باستخدام أجهزة الهواتف المحمولة من خلال تنزيل تطبيق يوتيوب على الأجهزة، ثم استخدام التطبيق للبحث ومشاهدة الفيديوهات، كما يُمكن مشاهدة الفيديوهات من خلال زيارة الموقع الإلكتروني الخاص بيوتيوب على شبكة الإنترنت، ويستطيع المُستخدم البحث عن فيديو معين من خلال كتابة عنوان البحث عبر شريط البحث الذي يظهر على شاشة يوتيوب، ثم النقر على الفيديو للبدء

بتشغيله ومشاهدته (Moreau, 2020).

الدراسات السابقة

هدفت دراسة عبد المطلب (2021) الى التعرف على العلاقة بين تعرض طفل ما قبل المدرسة لقنوات الحكايات عبر اليوتيوب وتشكيل المهارات الاجتماعية لديهم ، تكونت العينة من (200) من أولياء الأمور، و(25) من المشرفين ومديري الحضانات في مدينة القاهرة في مصر، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي ، استخدمت الاستبيان أداة لجمع البيانات، كما أظهرت نتائج الدراسة اهتمام عينة الدراسة بتعدد الاهداف المقدمة في القصص التي تقدم للأطفال ، سعيها منها الى تزويد الاطفال بالمعلومات والمعارف والمهارات التي تضاف الى الخبرات في اطار الترفيه والتسلية، حيث جاء ان القصة تساعد الطفل وتثري فكره وتعزز السلوك الانساني وتعزز الاتجاهات الايجابية نحو القيم الانسانية الاصلية كما تثير خيال الطفل وتثير تفكيره وتعزز لديه حب الاستطلاع والكثير من المهارات الاجتماعية، وتركز هذه القنوات على الرسوم المتحركة ثلاثية الابعاد الجميلة ، واغاني تجسد التجارب اليومية لأطفال ما قبل المدرسة .

وهدف دراسة الخياط (2020) الى التعرف على الاثر الايجابي والسلبي من مشاهدة الطفل لبرنامج اليوتيوب وتأثيرها على تغيير القيم الاجتماعية، تكونت العينة من (286) من اولياء امور الاطفال في الكويت، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد اظهرت نتائج الدراسة أن من اهم إيجابيات مشاهدة الطفل لليوتيوب تعلم معلومات جديدة، وتمكنه من البحث عن المعلومات الجديدة، وتعرف الطفل ثقافة المجتمع والثقافات الأخرى حوله. الى ان هناك سلبيات كثيرة يواجهها اولياء الامور عند تعاملهم مع استخدام الطفل للتكنولوجيا ، وقد كان اهمها خوفهم من قضاء الطفل وقتا كبيرا امام الشاشة ، وعزل الطفل عن التواصل الاجتماعي مع من حوله ، وكشفت الدراسة ان الاطفال الذكور اكثر عرضة لسلبيات مشاهدة اليوتيوب

اما دراسة الفرعان و الشقر (2020) فقد هدفت الى التعرف على انماط وعادات استخدام اطفال الروضة للألعاب الالكترونية في الأجهزة اللوحية ودوافع استخدامهم لها والاشباع المتربة على هذه الاستخدامات ، تكونت عينة الدراسة من امهات اطفال الروضة في دولة الكويت من سن (4-6) سنوات ، اتبع الباحثان المنهج الوصفي المسحي ، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات ، ومن ابرز نتائج الدراسة ان دوافع استخدام اطفال الروضة للألعاب الالكترونية تمثلت في : ملئ اوقات الفراغ وعدم الاحساس بالملل ، تقدم اسلوب جذاب ، تقدم مغامرات وخيال علمي ، تعدد الاحساس بالوحدة ، وتخفف مشاكل المدرسة التي يتعرض لها الاطفال يوميا .

وهدف دراسة الهاشمي ، وآخرون (2020) إلى التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل في المجتمع العُماني (التعليمية ، والاجتماعية ، والنفسية، والصحية) ، تكونت العينة من (2246) طفلاً وطفلة من مدارس الحكومية في (3) محافظات : مسقط ، شمال الباطنة ، جنوب الباطنة بعمان ، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، استخدمت الإستبانة أداة لجمع المعلومات ودليل مقابلة للجماعات البؤرية ، أظهرت نتائج الدراسة (91,7%) من إجمالي عينة الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي من أجل الترفيه والتسلية ، وبنسبة (88,6%) يستخدمونه من أجل البحث عن المعلومات ، كما كشفت الدراسة أن الآثار التعليمية لوسائل التواصل الاجتماعي جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة بلغت (76%) ، تليها الآثار الاجتماعية والنفسية ومن ثم الصحية .

كما هدفت دراسة عبد الواحد (2020) الى التعرف على دور الاسرة في تحقيق الأمن الرقمي لطفل الروضة في ضوء تحديات الثورة الرقمية ، تكونت العينة من (1265) من اولياء امور اطفال الروضات بمحافظة المنيا في مصر موزعة على كافة مراكز المحافظة المختلفة وبعض قراها ، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي ، استخدمت الاستبيان اداة لجمع المعلومات ، كما اظهرت النتائج عن عدم تحقق دور الأسرة في حماية الطفل من مخاطر المحتوى الرقمي المعروض ، ومخاطر الانترنت او تغير السلوك السوي للطفل ، كما اشارت النتائج الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطي درجات اولياء الامور في المدينة والريف .

وقد هدفت دراسة البريك (2020) ، الى التعرف على استخدامات الطفل السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها ، تكونت عينة الدراسة من (200) طفلاً وطفلة . اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، استخدمت الدراسة الاستبانة والمقابلة الشخصية أظهرت نتائج الدراسة ان الشبكات الاجتماعية تحقق إشباعاً تتمثل في حصولهم على قدر من التسلية والترفيه في المرتبة الأولى، ثم شغل أوقات فراغهم في المرتبة الثانية.

كما هدفت دراسة حسين (2019) الى التعرف على استخدام الطفل المصري لكارتون الواقع الافتراضي باليوتيوب وتأثيراته على هويته الثقافية في ضوء العولمة: كارتون الواقع سبا يدرمان - نموذجاً ، تكونت العينة من (50) طفلاً من اعمار مختلفة من مشاهدي كارتون الواقع الافتراضي سبا يدرمان من عمر (7_9) اعوام في جمهورية مصر حيث تبين ان عمر المستخدمين يبدأ من اربعة اعوام ، بل وقل من ذلك وفقاً لتصريحات بعض اولياء الامور بالمقابلة الشخصية . اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، استخدمت اداة المقابلة الشخصية لجمع البيانات، اظهرت نتائج الدراسة ان كارتون الواقع الافتراضي سبا يدرمان له اثار سلبية على الهوية الثقافية للطفل المصري.

وهدف دراسة عزيز (2018) الى التعرف على دوافع استخدام الاطفال لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها ، تكونت العينة من (400) مفردة من الذكور والاناث ، وبعدها (100) طفل وطفلة من كل محافظة من المحافظات الجنوبية بمصر، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي ، استخدمت الاستبانة اداة لجمع البيانات ، اظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل تعرض المبحوثين لفيدوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الإشباع (المحتوى - العملية) المتحققة من ذلك الاستخدام ، كما وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدوافع (الطقوسية - النفعية) لتعرضه لفيدوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الإشباع (المحتوى - العملية) المتحققة من ذلك التعرض ، واخيراً عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجمالي دوافع تعرض المبحوثين لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك تبعاً لاختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي .

كما هدفت دراسة العطيات (2018) للتعرف على اثر استخدام اليوتيوب في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الانجليزية لدى اطفال الروضة ، وقد تكونت عينة الدراسة من (43) طفلاً وطفلة من اطفال روضة قرطاج الدولية في محافظة العاصمة عمان في الاردن ، اتبعت الباحثة المنهج شبه التجريبي لأجراء الدراسة ، حيث وزعت عينة الدراسة بالطريقة العشوائية الى مجموعتين الاولى تجريبية مكونه من (22) طفلة وطفلة تم تدريسهم مادة اللغة الانجليزية باستخدام اليوتيوب ، والثانية ضابطة تكونت من (21) طفل وطفلة تم تدريسهم مادة اللغة الانجليزية بالطريقة الاعتيادية ، استخدمت الباحثة اداة الدراسة بطاقة ملاحظة لقياس مهارة النطق ، وذلك بعد التأكد من صدقها وثباتها ، وقد اظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات اداء مجموعتي الدراسة على بطاقة الملاحظة لصالح المجموعة التجريبية التي تم تدريسها مادة اللغة الانجليزية باستخدام اليوتيوب .

وهدفت دراسة سكالدونى (2016) Scialdone التعرف على استخدامات وإشباعات عناصر الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خبرات التعلم للأطفال في مواقف التعلم التقليدية وعن بعد. استخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة النوعية لاستكشاف استخدامات وإشباعات الأطفال من الفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي. تكونت عينة الدراسة من 50 طفلاً وطفلة متوسط أعمارهم ما بين 7-8 سنوات في قبرص، تم استخدامهم كدراسة حالة نوعية (25 بمواقف التعلم المختلطة التقليدية و25 بمواقف تعلم عن بعد). واستخدمت الدراسة الأدوات التالية: الملاحظات وتحليل الوثائق التعليمية والمقابلات مع الأطفال. وتم التواصل من خلال التحليلات إلى النتائج التالية: وجود مجموعة من الاستخدامات والإشباعات المتحققة للأطفال من استخدام الفيديوهات الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في إشباعات تعليمية واجتماعية ومعرفية. وأظهرت التحليلات حجم تأثير ما بين متوسط إلى مرتفع لاستخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على تعليمهم. وظهر فروق في التحصيل التعليمي للأطفال في المجموعتين (التعلم في المواقف التقليدية مقابل التعلم عن بعد) نتيجة لاستخدام فيديوهات التعلم عبر شبكات التواصل الاجتماعي لصالح الأطفال الذين تعلموا عن بعد.

اما دراسة كوري (2016, kore) فقد هدفت للتعرف على استخدام الاطفال للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومفاهيمهم حول تأثير الاستخدام ، وتكونت عينة الدراسة من (60) طفل وطفلة متوسط اعمارهم ما بين (8-9) سنوات من طلاب مدرسة سان جوزيف شمال استراليا ، وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي ، واستخدم اداتان الاولى استبيان ، والاداة الثانية هي المقابلة مع الاطفال ، وقد اظهرت نتائج الدراسة تصنيف استخدام الاطفال للفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي الى : استخدامات تعليمية وترفيهية وايضاً تم التوصل الى ان الاطفال يستخدمون الفيديوهات التعليمية اثناء الدرس وعند عمل الواجبات المدرسية ،وقد ظهرت مفاهيم ايجابية للأطفال نحو تأثير الفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي على تعلمهم .

في حين هدفت دراسة كيم (2015, Kim) التعرف على دوافع استخدام الاطفال لفيديوهات التعلم عبر الفيسبوك في ضوء الاساس النظري لنظرية الاستخدامات والاشباعات، تكونت عينة الدراسة من (71) طفلاً وطفلة تتراوح اعمارهم من (7-9) سنوات في السويد، كما تمثلت العينة. غير البشرية في مجموعة من الفيديوهات التعليمية عددها 10) هي الاكثر استخداما بين هؤلاء الاطفال، استخدم الباحث الاستبانة اداة لدراسة استخدام الفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي ، واداة تحليل المحتوى على عينة من الفيديوهات التعليمية بالفيسبوك ، وقد اظهرت نتائج الدراسة ، كما اظهرت التحليلات تصنيف دوافع استخدام الاطفال للفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي الى : دوافع معرفية ، دوافع تأثيرية ، دوافع ترفيهية .

منهجية البحث وإجراءاته

منهج الدراسة

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي من نوع الدراسات المسحية الذي يهدف إلى جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة المدروسة. والمنهج الوصفي، كما أشار إليه عباس ونوفل والعيسى وأبو عواد (2022)، بأنه المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً من خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فهو الذي يعطي وصفاً رقمياً يوضح مقدار وحجم الظاهرة.

مجتمع الدراسة

اشتمل مجتمع الدراسة جميع أمهات الأطفال المسجلين في الرياض الحكومية والخاصة في قصبة الزرقاء الأولى بمحافظة الزرقاء والبالغ عددها (168) روضة، منها (33) روضة حكومية و(135) روضة خاصة للعام الدراسي (2021-2022) والذين تتراوح أعمار أطفالهن ما بين (5-6) سنوات.

عينة الدراسة

تم اختيار عينة عشوائية من الرياض الحكومية والخاصة في قصبة الزرقاء الأولى تكونت من (15) روضة أطفال منها خمس رياضات حكومية و (10) رياضات خاصة، وقد تم إرسال الاستبانة بصيغتها الإلكترونية الى جميع أمهات أطفال الرياض المختارة عن طريق إدارات الرياض وقد استجابت (173) أمّاً

أداة الدراسة

لغرض إعداد أداة الدراسة تم اجراء الخطوات الاتية:

- تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة من أمهات الأطفال، بلغ عددهن (35) أما من أمهات أطفال الروضة، تم اختيارهن من الرياض الحكومية والخاصة في قصبة الزرقاء الأولى بمحافظة الزرقاء، إذ طلب منهن ذكر الإشباعات المتحققة من مشاهدة الأطفال لموقع اليوتيوب.
- تم تحليل إجابات أفراد العينة الاستطلاعية على السؤال المفتوح، كما تم الاطلاع على الأدب النظري الذي تناول موضوع الإشباعات المتحققة من استخدام اطفال الروضة موقع اليوتيوب وكذلك بعض الاستبيانات التي استخدمتها الدراسات السابقة كدراسة عبد المطلب (2021)، ودراسة الخياط (2020)، ودراسة الفرخان والشقر (2020)، ودراسة عبد الواحد (2020).
- وفي ضوء ما سبق تم إعداد الصيغة الأولية للاستبيان الذي تضمن (66) فقرة موزعة على (6) مجالات رئيسية هي: معرفية، ترفيهيه، اجتماعية، نفسية، دينية، صحية. وكل فقرة من فقرات الاستبيان لها ثلاثة بدائل للإجابة هي (موافق بشكل كبير، موافق إلى حدٍ ما، موافق بشكل قليل). **الصدق الظاهري للاستبيان**

بعد اعداد الصيغة الأولية للاستبيان تم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في التربية وعلم النفس والطفولة من الجامعات الأردنية. ومن خارج المملكة جامعة بغداد وجامعة دمشق، بلغ عددهم (16) محكماً، إذ طلب منهم تحكيم فقرات الاستبيان، وكان الغرض من ذلك الحكم على درجة مناسبة الصياغة اللغوية، ومدى انتماء الفقرة للمجال الذي تنتمي إليه، بالإضافة إلى الحذف أو الإضافة، وإجراء التعديلات اللازمة. وفي ضوء آراء المحكمين حصلت (53) فقرة على موافقة (100%)، واقترح المحكمون تعديل ثلاث فقرات، منها اثنان من مجال الإشباعات المعرفية وواحدة من مجال الإشباعات الترفيهية واقترح المحكمون إضافة فقرة واحدة إلى مجال الإشباعات الترفيهية، كما اقترح المحكمون حذف فقرتين من كل مجال من مجالات الإشباعات باستثناء المجال المتعلق بالإشباعات الدينية. وذلك استناداً إلى مبدأ الأكثرية (80%) فأكثر. فقد أشار الكبسي (2010) أن الباحث الذي يعد أداة قياس ويحكمه يأخذ بالإحكام التي يتفق عليها (80%) فأكثر من المحكمين، وقد عدلت بعض الفقرات بحسب مجال الإشباعات المتحققة عند الاطفال، وبعد إجراء التعديلات أصبح الاستبيان بصورته

النهائية مكون من (57) فقرة موزعة على (6) مجالات رئيسة تتعلق بالإشبعات المتحققة من مشاهدة أطفال الروضة لمواقع اليوتيوب هي:

معرفية (11)، ترفيهية (7)، اجتماعية (11)، نفسية (8)، دينية (11)، صحية (9)

صدق بناء الاستبيان (الاتساق الداخلي)

بعد إجراء الباحثة التعديلات التي اقترحتها المحكمون على بعض الفقرات تم تطبيق الاستبيان على عينة استطلاعية مكونة من (41) أما من أمهات أطفال الرياض الحكومية والخاصة في محافظة الزرقاء من خارج عينة الدراسة، وذلك لحساب معامل الاتساق الداخلي من خلال إيجاد العلاقة الارتباطية بين درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه، والجدول (1) يوضح ذلك.

جدول (1) معاملات ارتباط درجة كل فقرة الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه

المجال	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	معامل الارتباط
الإشبعات المعرفية	1	.940**	5	.949**	.569**
	2	.902**	6	.905**	.752**
	3	.915**	7	.906**	.926**
	4	.946**	8	.481**	
الإشبعات الترفيهية	12	.940**	15	.711**	.910**
	13	.903**	16	.909**	
	14	.893**	17	.273	
الإشبعات الاجتماعية	19	.834**	23	.876**	.865**
	20	.952**	24	.904**	.768**
	21	.945**	25	.920**	.821**
	22	.829**	26	.920**	
الإشبعات النفسية	30	.766**	33	.930**	.937**
	31	.946**	34	.958**	.881**
	32	.885**	35	.924**	

الإشباعات الدينية	38	.956**	42	.870**	46	.917**
	39	.949**	43	.953**	47	.881**
	40	.930**	44	.955**	48	.981**
	41	.905**	45	.972**		
الإشباعات الصحية	49	.909**	52	.934**	55	.745**
	50	.691**	53	.891**	56	.886**
	51	.891**	54	.916**	57	.867**

**معامل الارتباط دال احصائياً عند مستوى 0.01

أظهرت النتائج المعروضة في الجدول (1) أعلاه أن جميع معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي اليه دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) وهذا يشير إلى صدق بناء جميع فقرات الاستبيان.

ثبات أداة الدراسة

للتحقق من ثبات أداة الدراسة الحالية، فقد طبق الاستبيان على (41) أما من أمهات أطفال الرياض الحكومية والخاصة في محافظة الزرقاء من خارج عينة الدراسة. بعد ذلك أعيد تطبيق الاستبيان عليهم بعد مرور اسبوعين. وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان بطريقة كرونباخ الفا من خلال بيانات التطبيق الأول، كما تم حساب معامل ثبات الاستبيان بطريقة الإعادة من خلال حساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات التطبيقين، وقد تراوحت معاملات ثبات الاستبيان تراوحت بين (0.81) و (0.92) بطريقة كرونباخ- الفا، وتراوحت بين (0.79) و (0.89) بطريقة الإعادة. وهي معاملات ثبات جيدة اذ يشير سيكاران وبيجي (Sekaran&Bougie,2016) إلى أن معامل الثبات إذا زاد عن (0.70) فإنه يعد ثباتاً مرتفعاً في الدراسات النفسية والتربوية .

التطبيق النهائي على عينة الدراسة

تم تحويل النسخة النهائية للاستبانة إلى نسخة إلكترونية باستخدام (Google Form)، وبعد إعدادها أرسلت النسخة الإلكترونية إلى جميع أمهات أطفال الرياض المختارة من خلال إدارات الرياض الحكومية والخاصة من قصبة الزرقاء الأولى بمحافظة الزرقاء

معايير الحكم على نتائج الاستجابة على الاستبيان

في ضوء بدائل الاستجابة الثلاثية في فقرات الاستبيان، فقد تم اعتماد المعايير الآتية للحكم على متوسطات درجات المستجيبات على الاستبيان:

1.000 – 1.667 قليلة، 1.668 – 2.335 متوسطة، 2.336 – 3.000 كبيرة

المعالجات الإحصائية

تم معالجة البيانات باستخدام الوسائل التالية من خلال تطبيق الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS:

- المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للدرجة الكلية ولكل فقرة من فقرات الاستبيان، وللدرجة الكلية لكل مجال من مجالاته.

- معامل ارتباط بيرسون، لحساب معامل الثبات بطريقة إعادة واستخراج علاقة الفقرة بالدرجة الكلية.

معادلة كرونباخ- ألفا لحساب معامل ثبات كل استبيان.

- اختبار t لعينتين مستقلتين؛ للتحقق من الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطي درجات الأمهات تبعاً لجنس الطفل: (ذكر، أنثى).

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول الذي نصه: ما أهم الإشباعات المتحققة من مشاهدة الأطفال موقع اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات، بحسب مجالاتها (المعرفية، الترفيهية، الاجتماعية، النفسية، الدينية، الصحية) ووفقاً لجنس الطفل؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات الإستبانة بحسب مجالاتها الستة، وفيما يلي عرضها بحسب مجالات الإستبانة.

مجال الإشباعات المعرفية

يوضح الجدول (2) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وأمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباعات المعرفية.

جدول (2) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباعات المعرفية

رقم الفقرة	فقرات المجال	إجابات أمهات الأطفال الذكور			إجابات أمهات الأطفال الإناث		
		متوسط حسابي	انحراف معياري	درجة الموافقة	متوسط حسابي	انحراف معياري	درجة الموافقة
1	تزايد قدرته على تمييز الحروف والأرقام والألوان والأشكال	2.414	.888	كبيرة	2.385	.891	كبيرة

2	تطور اللغة العربية بشكل ملحوظ	2.122	.837	متوسط ة	2.055	.873	متوسط ة
3	امتلاك معلومات جديده عن بعض المفاهيم العلمية	2.158	.838	متوسط ة	2.066	.916	متوسط ة
4	تقوية ذاكرته بحفظ المواقع التي تقدم الموضوعات التي يحبها	1.744	.843	متوسط ة	1.714	.833	متوسط ة
5	تعزيز حب الاستطلاع والمعرفة	2.280	.864	متوسط ة	2.110	.912	متوسط ة
6	اكتساب مصطلحات وكلمات بلغه أجنبية (إنجليزية، او فرنسية، او روسية)	2.122	.894	متوسط ة	2.055	.923	متوسط ة
7	تحسن قدرته على التصنيف، المقارنة، التسلسل والترتيب	2.415	.859	كبيرة	2.352	.911	كبيرة
8	الاطلاع على ثقافات مجتمعات عربية وأجنبية	1.598	.717	قليلة	1.736	.663	متوسط ة
9	اكتساب مهارات استخدام التكنولوجيا الحديثة لديه	1.951	.887	متوسط ة	1.791	.900	متوسط ة
10	إثراء لغته غير اللفظية (إشارات تعريفية مثل: عبور الشارع، مستشفى، مركز صحي)	2.427	.861	كبيرة	2.308	.939	متوسط ة
11	تعلم معلومات موسعة حول برامج الروضة	1.768	.821	متوسط ة	1.659	.805	قليلة

يتضح من الجدول (2) أعلاه وجود اختلافات بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث من حيث المتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة والترتيب في العديد من فقرات الإشباع المعرفية. فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بإجابات أمهات الأطفال الذكور بين (1.598) و (2.427)، وكان ثلاثة منها حصلت على موافقة بدرجة كبيرة، وسبعة حصلت على موافقة بدرجة متوسطة، وفقرة واحدة حصلت على موافقة بدرجة قليلة. أما الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي الفقرات ذات الأرقام (10)، (7، 1)، وعباراتها " إثراء لغته غير اللفظية"، " تحسن قدرته على التصنيف، المقارنة، التسلسل والترتيب"، " تزيد قدرته على تمييز الحروف والأرقام والألوان والأشكال".

أما ما يتعلق بإجابات أمهات الأطفال الإناث فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات (1.659) و (2.385)، وكان اثنان منها حصلت على موافقة بدرجة كبيرة، وثمانية منها حصلت على موافقة بدرجة متوسطة، وفقرة واحدة حصلت على موافقة بدرجة قليلة. وفيما يتعلق بالفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي الفقرات ذات الأرقام (1، 7، 10)، وعباراتها "تزايد قدرته على تمييز الحروف والأرقام والألوان والأشكال"، "تحسن قدرته على التصنيف، المقارنة، التسلسل والترتيب"، "إثراء لغته غير اللفظية".

فقد أشارك كل من جار النبي (2021) وزينب (2017) والجابري (2011) أن مشاهدة الأطفال من كلا الجنسين لموقع اليوتيوب يحقق لهم مجموعة من الإشباعات المعرفية، منها: حصولهم على معلومات جديدة أو مهارات معرفية لم تكن في مدرّكاتهم من قبل ذلك. وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كل من عبد المطلب (2020) ودراسة الخياط (2020) ودراسة العطيات (2018) ودراسة كافي وغيلاني (2018) الذين أشاروا إلى أن موقع اليوتيوب يحقق لدى الأطفال إشباعات معرفية عديدة من أهمها: تعليم العلوم والبحث عن المعلومات، وتعرض الطفل على ثقافات المجتمع، وتعلم النطق الصحيح، وإشباع حب الاستطلاع والاكتشاف، وتنمية المهارات اللغوية وزيادة المحصول اللغوي عندهم. كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباعات المعرفية. وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الأطفال الذكور والأطفال الإناث يشاهدون نفس البرامج التعليمية والثقافية التي يقدمها موقع اليوتيوب

مجال الإشباعات الترفيهية

يوضح الجدول (3) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباعات الترفيهية

جدول (3) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباعات الترفيهية

رقم الفقرة	فقرات المجال	إجابات أمهات الأطفال الذكور			إجابات أمهات الأطفال الإناث		
		متوسط حسابي	انحراف معيارى	درجة الموافقة	متوسط حسابي	انحراف معيارى	درجة الموافقة
12	تمتعه بالألوان والرسومات والشخصيات المتحركة داخل برامج اليوتيوب الخاصة به	2.476	.834	كبيرة	2.406	.881	كبيرة
13	الشعور بالمتعة بمشاهدة البرامج التي يحبها	2.537	.788	كبيرة	2.330	.919	متوسطة
14	شغل أوقات فراغه	2.598	.734	كبيرة	2.407	.829	كبيرة
15	اكتسابه هوايات جديدة	1.695	.731	متوسطة	1.396	.630	قليلة

16	الاستمتاع الظرفية	بالمواقف	2.390	.812	كبيرة	2.022	.906	متوسط
17	قيامه الافتراضية	بالرحلات	2.012	.728	متوسطة	1.593	.682	قليلة
18	تمتعه بسماع والأنشيد	الأغاني	2.463	.834	كبيرة	2.462	.793	كبيرة

تشير النتائج المعروضة في الجدول (3) أعلاه وجود اختلافات بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث من حيث المتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة والترتيب في العديد من فقرات الإشباع الترفيهية. فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بإجابات أمهات الأطفال الذكور بين (1.695) و (2.598)، وكان خمسة منها حصلت على موافقة بدرجة كبيرة وفقرتان حصلت على موافقة بدرجة متوسطة. أما الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي الفقرات ذات الأرقام (12، 13، 14)، وعباراتها "شغل أوقات فراغه"، "الشعور بالمتعة بمشاهدة البرامج التي يحبها"، "تمتعه بالألوان والرسومات والشخصيات المتحركة داخل برامج اليوتيوب الخاصة به".

وفيما يتعلق بإجابات أمهات الأطفال الإناث فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات (1.396) و (2.462)، وكان ثلاثة منها حصلت على موافقة بدرجة كبيرة، وفقرتان حصلت على موافقة بدرجة متوسطة، وفقرتان حصلت على موافقة بدرجة قليلة. أما الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي الفقرات ذات الأرقام (12، 13، 14)، وعباراتها "تمتعه بسماع الأغاني والأنشيد"، "تمتعه بالألوان والرسومات والشخصيات المتحركة داخل برامج اليوتيوب الخاصة به"، "شغل أوقات فراغه".

فقد أشار جار النبي (2021) أن للجانب الترفيهي المتمثل بالألوان والموسيقى والحركة والرقص والأغاني أهمية كبيرة في اليوتيوب المقدم للطفل، فهو يعد من أكثر الأسباب التي تساهم في قضاء أكثر الأوقات تواجداً على اليوتيوب، ففيديوهات اليوتيوب تتمتع بألوان جذابه وتصميمات عصرية سريعة تواكب هذا الجيل والعصر الذي ينتمون إليه، كالرسوم المتحركة. وتعد وسيلة ترفيهية. وإن الإشباع المتحققة عند الطفل تعمل على تخفيف الإحساس بالقلق والتوتر، والدفاع عن الذات. كما أشار موريو (Moreau, 2020) أن اليوتيوب يقدم للأطفال الموسيقى والأغاني، والمقاطع المضحكة، وغيرها من الأمور الترفيهية الأخرى.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كل من عبد المطلب (2020) و دراسة البريك (2020) ودراسة الهاشمي وآخرون (2020) ودراسة زينب (2017)، ودراسة كوري (korei, 2016) الذين أشاروا إلى أن موقع اليوتيوب يحقق لدى الأطفال إشباعاً ترفيهياً عديدة من أهمها: الترفيه والتسلية، وشغل أوقات فراغه.

كما أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباع الترفيهي ولصالح أمهات الأطفال الذكور. وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الأطفال الذكور يحبون مشاهدة البرامج الترفيهية أكثر من الإناث لأن الأطفال الذكور يميلون إلى الفكاهة والمرح أكثر من الإناث وهذا ما أكدته موريو (Moreau, 2020) من أن الذكور أكثر ميلاً إلى مشاهدة البرامج الترفيهية من الإناث.

مجال الإشباع الاجتماعي

يوضح الجدول (4) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباع الاجتماعي

جدول (4) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباع الاجتماعي

رقم الفقرة	فقرات المجال	إجابات أمهات الأطفال الذكور			إجابات أمهات الأطفال الإناث		
		متوسط حسابي	انحراف معيارى	درجة الموافقة	متوسط حسابي	انحراف معيارى	درجة الموافقة
19	ازدياد تواصله مع الآخرين (الاخوة، الأقران، الأقرباء)	2.268	.846	متوسطة	2.165	.885	متوسطة
20	التمييز بين السلوكيات المرغوبة والسلوكيات غير المرغوبة	2.268	.875	متوسطة	1.967	.936	متوسطة
21	تعلم مهارات اجتماعية (كلمات الشكر، الاستئذان، أداء التحية)	2.195	.837	متوسطة	2.143	.837	متوسطة
22	ازدياد المشاركة في مهام الأسرة وواجباتها	2.329	.802	متوسطة	2.176	.851	متوسطة
23	اكتساب بعض العادات الاجتماعية من الثقافات المتنوعة	2.305	.764	متوسطة	2.187	.828	متوسطة
24	إتباع التعليمات والتوجيهات المقدمة من قبل والديه	2.244	.839	متوسطة	2.143	.889	متوسطة
25	تعلم مجموعة من القيم الاجتماعية (التعاون، التسامح، الصدق، النظام)	2.110	.888	متوسطة	2.132	.846	متوسطة
26	تحسن قدرته على الحوار والمناقشة مع الآخرين	2.134	.842	متوسطة	2.209	.850	متوسطة

27	تعلّمه حسن التصرف في المواقف التي يتعرض لها	2.232	.850	متوسط ة	2.231	.803	متوسطة
28	تعلّمه كيفية تجنب الغرباء	1.817	.787	متوسط ة	1.736	.742	متوسطة
29	انضباطه وهدهده داخل البيت	2.061	.920	متوسط ة	2.099	.895	متوسطة

يتضح من النتائج المعروضة في الجدول (4) أعلاه وجود تشابه كبير بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث من حيث المتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة والترتيب في العديد من فقرات الإشباع الاجتماعية. فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بالأطفال الذكور بين (1.817) و (2.329)، وكانت جميعها حصلت على موافقة بدرجة متوسطة. أما الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي الفقرات ذات الأرقام (22، 23، 19)، وعباراتها "ازدياد المشاركة في مهام الأسرة وواجباتها"، "اكتساب بعض العادات الاجتماعية من الثقافات المتنوعة"، "ازدياد تواصله مع الآخرين (الأخوة، الأقران، الأقرباء)".

أما فيما يتعلق بإجابات أمهات الأطفال الإناث فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات (1.736) و (2.231)، وجميعها حصلت على موافقة بدرجة متوسطة. وفيما يتعلق بالفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي الفقرات ذات الأرقام (27، 26، 23) وعباراتها "تعلّمه حسن التصرف في المواقف التي يتعرض لها"، "تحسن قدرته على الحوار والمناقشة مع الآخرين"، "اكتساب بعض العادات الاجتماعية من الثقافات المتنوعة".

فقد أشار شتلة ومرعي (2014) أن موقع اليوتيوب يحقق لدى الأطفال نوع من الاتصال بينهم وبين الآخرين، وكذلك مع الأطفال من خلال لعبهم الجماعي واستمتاعهم بالألعاب التفاعلية داخل قنوات اليوتيوب ويزداد حماسهم خاصة عندما تحصل المشاركة مع أطفال آخرين أو مشاركة من داخل اليوتيوب كأن يكون برنامج تفاعلي، حيث تُعد المشاركة أساس الدافعية التي تؤثر بشكل إيجابي في الاستجابة الداخلية للأطفال، فهي تعكس اهتمامهم بنشاط معين، كما أن المشاركة تعكس جانباً من عواطفهم، وهي عادةً ما تكون عواطف ومشاعر إيجابية. وقد يتعلم الأطفال من خلالها، كما أنها تساعدهم في تعلم العادات الاجتماعية.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كل من عبد المطلب (2020) ودراسة الهاشمي وآخرون (2020) ودراسة كافي وغيلاني (2018) الذين أشاروا إلى أن موقع اليوتيوب يحقق لدى الأطفال إشباعاً اجتماعياً عديدة من أهمها: ازدياد تواصله مع الآخرين، وتعلّمه مجموعة من القيم الاجتماعية وتحسن قدرته على الحوار والمناقشة مع الآخرين.

كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباع الاجتماعي. وتعود الباحثة ذلك إلى أن الأطفال الذكور والأطفال الإناث يشاهدون نفس البرامج الاجتماعية التي يقدمها موقع اليوتيوب.

مجال الإشباع النفسية

يوضح الجدول (5) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباع النفسية.

جدول (5) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباع النفسية

رقم الفقرة	فقرات المجال	إجابات أمهات الذكور			إجابات أمهات الأطفال الإناث		
		متوسط حسابي	انحراف معيارى	درجة الموافقة	متوسط حسابي	انحراف معيارى	درجة الموافقة
30	إضعاف بالعزلة النفسية	1.902	.825	متوسطة	2.020	.802	متوسطة
31	تعزيز ثقته بنفسه	1.646	.743	قليلة	1.978	.829	متوسطة
32	ازدياد قدرته بالتعبير عن مشاعره	2.195	.881	متوسطة	2.330	.844	متوسطة
33	تخلصه من الملل بسبب بقاءه مدة في المنزل	1.719	.821	متوسطة	1.879	.854	متوسطة
34	شعوره بالفرح والسعادة	2.146	.904	متوسطة	2.330	.844	متوسطة
35	الشعور بالاستقلالية	2.207	.885	متوسطة	2.297	.836	متوسطة
36	تحسن مزاجه بشكل أفضل عند مشاهدته لقصص ومقاطع يحبها عبر اليوتيوب	1.536	.804	قليلة	1.923	.805	متوسطة
37	ازدياد تعاطفه مع الآخرين	1.378	.580	قليلة	1.747	.824	متوسطة

تشير النتائج المعروضة في الجدول (5) أعلاه وجود تقارب بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث من حيث المتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة والترتيب في بعض فقرات الإشباعات النفسية. فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بالأطفال الذكور بين (1.378) و(2.207)، وكان خمس فقرات منها حصلت على موافقة بدرجة متوسطة وثلاث فقرات منها حصلت على موافقة بدرجة قليلة. أما الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي الفقرات ذات الأرقام (35، 32، 34)، وعباراتها "الشعور بالاستقلالية"، "ازدياد قدرته بالتعبير عن مشاعره"، "شعوره بالسعادة والفرح".

أما ما يتعلق بإجابات أمهات الأطفال الإناث فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات (1.747) و(2.330)، وجميعها حصلت على موافقة بدرجة متوسطة. وفيما يتعلق بالفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي ذات الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا عند أمهات الأطفال الذكور، ولكن بترتيب مختلف فيما بينها، إذ كانت كالآتي (32، 34، 35).

فقد أشار كو وشو وروبرت (Ko, Cho, & Robert, 2015) أن موقع اليوتيوب يحقق لدى الأطفال العديد من المشاعر والوجدانيات أثناء المشاهدة، بالإضافة إلى الشعور بالمتعة والراحة والسعادة المستمدة من الجوانب المشوقة للفيديوهات التعليمية، فضلاً عن تعلم طرق التعبير وتفسير المشاعر الواردة في الفيديوهات التي يشاهدونها.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كافي وغيلاني (2018) والتي أشارت إلى أن موقع اليوتيوب يحقق لدى الأطفال إشباعات نفسية عديدة من أهمها: تحسن مزاجه بشكل أفضل عند مشاهدته لبرامج يحبها عبر اليوتيوب، وازدياد قدرته على التعبير عن مشاعره وأحاسيسه.

كما أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباعات النفسية ولصالح الأطفال الإناث. وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الأطفال الإناث يحبون مشاهدة البرامج التي تثير فيهم العديد من المشاعر والوجدانيات أثناء المشاهدة، كمشاعر العطف والمساعدة والتعاون والتعاطف مع الآخرين أكثر من الذكور، كما تساهم في شعورهم بالمتعة والراحة والسعادة المستمدة من الجوانب المشوقة للفيديوهات التعليمية. وهذا ما أكدته دراسة كافي وغيلاني (2018).

مجال الإشباعات الدينية

يوضح الجدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباعات الدينية.

جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباعات الدينية

رقم الفقرة	فقرات المجال	إجابات أمهات الأطفال			إجابات أمهات الإناث		
		متوسط حسابي	إنحراف معياري	درجة الموافقة	متوسط حسابي	إنحراف معياري	درجة الموافقة
38	تعلمه أن الله خالق كل شيء	1.817	.876	متوسطة	1.648	.835	قليلة
39	تعلمه بر الوالدين (حب الوالدين شكر الوالدين، مساعدة الوالدين)	2.463	.849	كبيرة	2.407	.829	كبيرة
40	الرغبة في مساعدة الأيتام والفقراء	1.793	.871	متوسطة	1.736	.786	متوسطة
41	اطلاعه على بعض المفاهيم الدينية	1.866	.857	متوسطة	1.791	.723	متوسطة
42	إطلاعه على قصص الأنبياء	1.951	.873	متوسطة	1.868	.819	متوسطة
43	حفظ بعض الأدعية والأذكار الدينية	2.354	.836	كبيرة	2.077	.934	متوسطة
44	معرفته بوجود الله سبحانه وتعالى	1.817	.862	متوسطة	1.703	.809	متوسطة
45	حفظ بعض السور القرآنية الصغيرة	2.293	.867	متوسطة	2.121	.879	متوسطة
46	حفظه لأركان الإسلام	2.488	.835	كبيرة	2.528	.793	كبيرة
47	معرفته بخطوات الوضوء والصلاة	1.707	.808	متوسطة	1.714	.719	متوسطة
48	تعلمه مصطلحات دينية (الحمد لله، الشكر لله، سبحانه الله)	2.488	.835	كبيرة	2.374	.890	كبيرة

يتضح من النتائج المعروضة في الجدول (6) أعلاه وجود تشابه بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث من حيث المتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة والترتيب في العديد من فقرات

الإشباعات الدينية. فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بإجابات أمهات الأطفال الذكور بين (1.707) و (2.488)، أربع فقرات منها حصلت على موافقة بدرجة كبيرة، وسبعة فقرات منها حصلت على موافقة بدرجة متوسطة. أما الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي الفقرات ذات الأرقام (46، 48، 39)، وعباراتها " حفظه لأركان الإسلام "، " تعلمه مصطلحات دينية (الحمد لله، الشكر لله، سبحان الله) "، " تعلمه بر الوالدين (حب الوالدين شكر الوالدين، مساعدة الوالدين) ". أما فيما يتعلق بإجابات أمهات الأطفال الإناث فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات (1.648) و (2.528)، ثلاث فقرات منها حصلت على موافقة بدرجة كبيرة وسبعة منها حصلت على موافقة بدرجة واحدة حصلت على موافقة بدرجة قليلة. وفيما يتعلق بالفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي ذات الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا عند أمهات الأطفال الذكور.

فقد أشارت زينب (2017) أن بعض قنوات اليوتيوب تركز على الجانب الديني بطرق محبة ومبسطة للأطفال كالبرامج التي تساهم في تعلمهم القيم الإيجابية كالصدق والأمانة، والمشاركة والتعاون، كما تعلمهم الحرام والحلال. كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباعات الدينية. وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الأطفال الذكور والأطفال الإناث يشاهدون نفس البرامج الدينية التي يقدمها موقع اليوتيوب.

مجال الإشباعات الصحية

يوضح الجدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وأمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباعات الصحية.

جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لإجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث على فقرات مجال الإشباعات الصحية

رقم الفقرة	فقرات المجال	إجابات أمهات الأطفال الذكور			إجابات أمهات الأطفال الإناث		
		متوسط حسابي	انحراف معيارى	درجة المواف قة	متوسط حسابي	انحراف معيارى	درجة الموافقة
49	تعلمه المحافظة على نظافة والملابس الجسم	2.293	.881	متوس طة	2.165	.872	متوسط ة
50	ممارسته الرياضية على موقع اليوتيوب	1.756	.762	متوس طة	1.670	.731	متوسط ة

51	تعلمه المحافظة على نظافة المنزل وغرفة النوم	1.915	.834	متوسط	1.791	.781	متوسط
52	تعلمه المحافظة على نظافة الأماكن العامة	1.915	.788	متوسط	1.758	.807	متوسط
53	تعلمه حماية نفسه من الأمراض	1.817	.818	متوسط	1.857	.796	متوسط
54	اكتساب معلومات عن الأطعمة الصحية	1.805	.823	متوسط	1.758	.750	متوسط
55	إتباع عادات النوم الصحيحة	1.988	.823	متوسط	1.747	.739	متوسط
56	إهتمامه بالمحافظة على الحواس (البصر، السمع، الشم)	2.537	.788	كبيرة	2.418	.803	كبيرة
57	تعلمه عادات صحية (غسل اليدين، استخدام المناديل لتنظيف الأنف، عدم العطس أمام الآخرين)	2.463	.849	كبيرة	2.407	.842	كبيرة

يتضح من النتائج المعروضة في الجدول (7) أعلاه وجود تشابه كبير بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث من حيث المتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة والترتيب في العديد من فقرات الإشاعات الصحية. فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بإجابات أمهات الأطفال الذكور بين (1.756) و (2.537)، فقرتان منها حصلت على موافقة بدرجة كبيرة، وسبعة منها حصلت على موافقة بدرجة متوسطة. أما الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي الفقرات ذات الأرقام (56، 57، 49)، وعباراتها " إهتمامه بالمحافظة على الحواس (البصر، السمع، الشم) "، " تعلمه عادات صحية (غسل اليدين، استخدام المناديل لتنظيف الأنف، عدم العطس أمام الآخرين) "، " تعلمه المحافظة على نظافة الجسم والملابس ". أما فيما يتعلق بإجابات أمهات الأطفال الإناث فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية للفقرات (1.670) و (2.418)،

فقرتان منها حصلت على موافقة بدرجة كبيرة وسبعة منها حصلت على موافقة بدرجة متوسطة. وفيما يتعلق بالفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا فهي ذات الفقرات التي احتلت المراتب الثلاثة العليا عند أمهات الأطفال الذكور.

كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباع الصحي. وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الأطفال الذكور والأطفال الإناث يشاهدون نفس البرامج الصحية التي يقدمها موقع اليوتيوب.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة الهاشمي وآخرون (2020) التي أشارت إلى أن موقع اليوتيوب يحقق لدى الأطفال إشباعاً صحياً متعددة.

كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباع الصحي. وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الأطفال الذكور والأطفال الإناث يشاهدون نفس البرامج الصحية التي يقدمها موقع اليوتيوب.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني الذي نصه: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات الإشباع المتحققة من مشاهدة الأطفال لموقع اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات بحسب مجالاتها تعزى لمتغير جنس الطفل؟

للإجابة على هذا السؤال فقد تم حساب المتوسط والانحراف المعياري وقيمة اختبار t للدرجة الكلية لكل مجال من المجالات الستة للإستبانة بحسب جنس الطفل، والجدول (8) يوضح ذلك.

جدول (8) المتوسط والانحراف المعياري وقيمة اختبار t للدرجة الكلية لكل مجال من المجالات الستة

بحسب متغير جنس الطفل

مجالات الإشباع	أمهات الأطفال	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
المعرفية	إناث	91	22.2308	6.41019	-.824	171	.411
	ذكور	82	23.0000	5.79911			
الترفيهية	إناث	91	14.6374	4.19130	-2.480	171	.014
	ذكور	82	16.1707	3.90885			
الاجتماعية	إناث	91	23.1868	7.84561	-.659	171	.511
	ذكور	82	23.9634	7.62945			
النفسية	إناث	91	16.5055	4.74780	2.650	171	.009

			3.96917	14.7317	82	ذكور	
	171	-1.002	6.78634	21.9670	91	إناث	الدينية
.318			7.25624	23.0366	82	ذكور	
	171	-1.184	5.07093	17.5714	91	إناث	الصحية
.238			5.09961	18.4878	82	ذكور	

يتضح من الجدول (8) أعلاه وجود فروق ظاهرية بين متوسطات درجات إجابات أمهات الأطفال الذكور ومتوسطات درجات إجابات أمهات الأطفال الإناث في الدرجات الكلية للمجالات. وعند التحقق من الدلالة الإحصائية لهذه الفروق باختبار t يتضح أن هذه الفروق غير دالة إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لمجالات الإشباع المعرفية والاجتماعية والدينية والصحية لأن قيم الدلالة الإحصائية لها أكبر من (0.05) . أما مجال الإشباع الترفيهية فقد كان الفرق دال إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ولصالح أمهات الأطفال الذكور لأن المتوسط الحسابي لهن أكبر من نظيره لأمهات الأطفال الإناث. كما نجد أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في مجال الإشباع النفسية، ولكنه لصالح أمهات الأطفال الإناث لأن المتوسط الحسابي لهن أكبر من نظيره لأمهات الأطفال الذكور.

الاستنتاجات

- إن موقع اليوتيوب يحقق إشباع معرفية كثيرة للأطفال سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباع المعرفية.
- إن موقع اليوتيوب يحقق إشباع ترفيهية كثيرة للأطفال سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباع الترفيهية ولصالح أمهات الأطفال الذكور.
- إن موقع اليوتيوب يحقق إشباع اجتماعية كثيرة للأطفال سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباع الاجتماعية.
- إن موقع اليوتيوب يحقق إشباع نفسية كثيرة للأطفال سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباع النفسية ولصالح أمهات الأطفال الإناث.
- إن موقع اليوتيوب يحقق إشباع دينية كثيرة للأطفال سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباع الدينية.

- إن موقع اليوتيوب يحقق إشباعات صحية كثيرة للأطفال سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أمهات الأطفال الذكور وإجابات أمهات الأطفال الإناث فيما يتعلق بالإشباعات الصحية.

التوصيات

- عمل برامج تعليمية إلكترونية من قبل وزارة التربية والتعليم الأردنية للأطفال الروضة.
- ضرورة تدريب معلمات رياض الأطفال على توظيف المواد التعليمية التقليدية بطرق إلكترونية.
- تفعيل موقع اليوتيوب داخل الصفوف المدرسية لرياض الأطفال لتعليم الأطفال لغة أجنبية غير اللغة الأم، كون اليوتيوب يوصل اللغة بأسلوب شيق وممتع.
- اعتماد موقع اليوتيوب كمنصة تعليمية متقدمة للتعليم عن بعد كحل لكثير من المشكلات التعليمية في ظل التطورات العالمية في مجال التكنولوجيا، وعند الأزمات والطوارئ.
- ضرورة توفير برامج توعوية لأولياء أمور الأطفال بالمواقع الجيدة والمفيدة لأطفالهم مع قدرتهم على ضبط ساعات المشاهدة.

المقترحات

استكمالاً للدراسة الحالية يقترح إجراء الدراسات الآتية:

- فاعلية استخدام محتوى موقع اليوتيوب في تنمية المفاهيم والعلاقات الاجتماعية.
- دور قصص الأطفال المعروضة في موقع اليوتيوب في إثراء الجوانب المعرفية والصحية لدى أطفال الروضة.
- أنماط وعادات استخدام أطفال الروضة موقع اليوتيوب من وجهة نظر أولياء الأمور.
- الآثار الإيجابية والسلبية من استخدام أطفال الروضة لموقع اليوتيوب من وجهة نظر الأمهات

مراجع اللغة العربية

- البريك، مروة فهد مبارك (2020). استخدامات الطفل السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها. *المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية،* (24)، 191-230
- الجابري، نهيل (2011). طفل الروضة في عصر تكنولوجيا المعلومات. *مؤتمر الطفولة في عصر متغير، جامعة البتراء، عمان: الاردن*
- جار النبي، زهير (2021). الإشباع المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات السودانية: (دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك) بين (2018-2019م). *مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي.* (14) 25-42.
- حسين، عزة. (2018). 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.* 1(3). 101-152.
- حسين، نسمة إمام سليمان (2019). استخدام الطفل المصري لكارتون الواقع الافتراضي باليوتيوب وتأثيراته على هويته الثقافية في ضوء العولمة: كارتون الواقع سبايدرمان. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، مصر.* (10)، 413 - 496.
- الخياط، ليلى سعود (2020). استخدام اليوتيوب وعلاقته بتغيير القيم الاجتماعية لدى أطفال الكويت من وجهة نظر أولياء الأمور، *دراسة ميدانية. مجلة جامعة الكويت،* 34، (134)، 13-62.

زينب، مهية (2017). الطفل والرسوم المتحركة عبر اليوتيوب بين الاستخدام والتأثير. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 174-157 (4)1.

شتلة، ممدوح ومرعي السيد (2015). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية. دورية إعلام الشرق الأوسط، (1)، 1-26.

صالح، علي عبد الرحيم (2018). الطفولة الرقمية : لمفهوم الحديث في سيكولوجية الأطفال. القادسية : جامعة القادسية ، العراق .

عباس محمد؛ نوفل، أبو بكر؛ العيسى، محمد مصطفى وأبو عواد، فريال (2022). مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس. ط4، عمان: دار المسيرة.

عبد الحميد، راندا (2020). نظرية الاستخدامات والإشباع. استرجعت من الموقع <https://mqaall.com/uses-gratification-theory> بتاريخ 2022/1/25

عبد المطلب، ايمان (2021). تعرض أطفال ما قبل المدرسة لقنوات الحكايات عبر اليوتيوب وعلاقته بالمهارات الاجتماعية لديهم (دراسة تطبيقية). مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. 5(56)، 2322-2274.

عبد النبي ، مصطفى (2019). الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، (٢٣)، 72-41.

عبد الواحد، ايمان عبد الحكيم رفاعي (2020). دور الأسرة في تحقيق الأمن الرقمي لطفل الروضة في ضوء تحديات الثورة الرقمية. مجلة إدارة البحوث والنشر العلمي، (14) 65 - 117 جامعة المنيا : مصر.

عزيز، هاني رمزي (2018). استخدام الأطفال لفيدويوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها. مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، 22(85)، 139-131.

العطيات، احلام (2018) أثر استخدام اليوتيوب في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجليزية لدى أطفال الروضة في المدارس الخاصة بمحافظة العاصمة عمان. (رسالة ماجستير غير منشورة) ، جامعة الشرق الاوسط ، عمان : الاردن.

عزي، نبيل جاد (2014) . بيئات التعلم التفاعلية. القاهرة: دار الفكر العربي.

فخر الدين، امانى (2021). إيجابيات وسلبيات اليوتيوب على سلوكيات الأطفال. استرجعت من الموقع <https://www.almrsal.com/post/> بتاريخ 2022/3/1.

الفرحان، لمياء ابراهيم والشقر، عبد الصادق حسن (2020). استخدام اطفال الروضة للألعاب الإلكترونية في الأجهزة اللوحية والإشباع المتحققة. مجلة دراسات الطفولة، (76)، 31-51، مصر.

كافي، رانية ؛ غيلاني، لينة (2018). استخدام أطفال ما قبل سن التمدرس (3-5 سنوات) لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه. (رسالة ماجستير غير منشورة) ، جامعة الجزائر .

الكبيسي، وهيب (2010). الإحصاء التطبيقي في العلوم الاجتماعية. بغداد: مؤسسة المرتضي الكتاب.

مراد، كامل (2014). الاتصال الجماهيري والاعلام التطوري - الخصائص والنظريات. عمان: دار المسيرة.

مسعودة ، بايوسف (2016). الطفل والإنترنت المنزلي: مجالات الاستخدام والإشباع المتحققة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر(27) 437-448.

الهاشمي؛ وآخرون (2020). التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل في المجتمع العماني (التعليمية، الاجتماعية، والنفسية، الصحية) ، دراسة مقدمة من جمعية الاجتماعيين العمانية الى وزارة التنمية الاجتماعية. مسقط: وزارة التنمية الاجتماعية.

وزارة التربية والتعليم (2018). الكتاب المرجعي لمعلمات رياض الأطفال. عمان: إدارة المناهج والكتب المدرسية.

ويكي ويكي (2021). فوائد اليوتيوب للأطفال. استرجعت من الموقع www.wikiwie.com بتاريخ 10 / 1 / 2021.

المراجع باللغة الإنجليزية

Kim,L (2015). **Facebook Learning Video Use Among Children In Sweden Based On Uses And Gratifications Theory And USA Stephensons Theory**. MA Thesis, Halmstad University: Sweden

Kore,T (2016). **Children Use Of Learning Videos on Social Networking Sistes And Their Perceptions About The Effects Of The Use: The Case Study**, MA Thesis, Haramaya University

Moreau, Elise (2020). "What Is YouTube? How Do I Use It?" 'From www.lifewire.com, Retrieved In 19-3-2022.

Ko, H., Cho, C.-H. And Roberts, M.S. (2015), "Learning Videos Uses And Gratifications". **Journal of Advertising**, 34.(2), 57-70

Rouse, Margaret (2020) "**YouTube**" From www.searchcio.techtarget.com, Retrieved In 19-4-2022.

Scialdone, M. J. (2016). **Understanding The Uses and Gratifications of Social Media Video Features on The Educational Experiences of Children in Blended and Distance-Learning Environments**. PhD Thesis, Syracuse University: New York.

Sekaran.U&Bougie,R (2016).**Research Methods for Business : skill Building Approach**. London: John Wiley & son.

YouTube (2019). **About YouTube**.From

<https://www.youtube.com/yt/about/> Retrieved In 11-4-2022.

YouTube (2016). **About YouTube**.From

<https://www.youtube.com/yt/about/> Retrieved In 14-2-2022.