

Mothers' exposure to early childhood development awareness support pages via social media sites: a field study.

تعرض الأمهات لصفحات دعم التوعية بتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية.

NABA AMER HASHIM^{1*},

Al-Iraqia University, Islamic Researches And Studies Center (Mabdaa)^{*,1}

م.م. نبع عامر هاشم^{*,1}

الجامعة العراقية / مركز البحوث والدراسات الإسلامية (مبدأ)^{*,1}

ABSTRACT

This study aimed to know the extent of mothers' exposure to early childhood development awareness support pages, and to know the reasons that push them to be exposed, and to reveal their negative and positive effects, through the survey method using the questionnaire tool to collect information, and it was applied to (100) samples of mothers in the city of Baghdad in an intentional manner, and it is a descriptive study concerned with describing and analyzing the phenomenon, and this study concluded that many mothers are exposed to these pages, and that these pages created positive and negative effects for mothers that were reflected in dealing with their children, and formed awareness for mothers, so it enhanced information to prevent psychological and physical diseases that affect children, which was reflected positively on increasing awareness and developing knowledge for early childhood.

الخلاصة

هدفت هذه البحث إلى معرفة مدى تعرض الأمهات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة، والتعرف على الأسباب التي تدفعهم للتعرض، والكشف عن آثارها السلبية والإيجابية، من خلال المنهج المسحي (الميداني) باستخدام أداة الاستبيان لجمع المعلومات وتحليلها لتحقيق هدف البحث، وتم تطبيقها على (١٠٠) مفردة من امهات مدينة بغداد بطريقة قصدية، وهي دراسة وصفية تهتم بوصف الظاهرة وتحليلها حيث تربط هذه البحث بين تأثير صفحات صناع محتوى دعم التوعية بتنمية الطفولة المبكرة وتعرض الأمهات لها ، وقد خلصت هذه البحث إلى ان، العديد من الأمهات تهتم بالتعرض لهذه الصفحات، وقد اسهمت هذه الصفحات في خلق تأثيرات ايجابية وسلبية للأمهات انعكست على التعامل مع اطفالهم ومشاكلهم، وشكلت التوعية والدعم للأمهات فعززت المعلومات المعرفية للوقاية من الأمراض الشائعة والمعدية التي تصيب الاطفال والأمراض النفسية والجسدية مما انعكس ذلك بشكل ايجابي على زيادة التوعية وتنمية المعرفة للطفولة المبكرة.

الكلمات المفتاحية:

تعرض الأمهات، التوعية، الطفولة المبكرة، مواقع التواصل الاجتماعي

Keywords:

Mothers' exposure, awareness, early childhood, social networking sites.

Received

استلام البحث

25/10/2024

Accepted

قبول النشر

2 /1/2025

Published online

النشر الإلكتروني

15/3/2025

المقدمة:

تعد التنشئة الاجتماعية للأطفال هي الركيزة الأساسية التي تهتم بها المجتمعات للأجيال القادمة من بعدها وتتعدد أسالي هذه التنشئة من القيم والمبادئ وتختلف من مجتمع إلى آخر، ونظراً لأهمية التوعية بتنمية ودعم الطفولة المبكرة لكون أطفال الحاضر هم بنان المستقبل، فلم تعد تعتمد المؤسسات أو المنظمات أو الأشخاص ذوي الخبرة والاختصاص بتنمية الطفولة المبكرة على الوسائل التقليدية في نقل محتواهم وتوعيتهم وأساليب الدعم فقد استفادت بشكل كلي من التطورات الحديثة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي في إنشاء صفحات خاصة بهم وفتح حسابات يديرها مختصون ومرشدون لتوفير الدعم لتنمية الطفولة المبكرة للام والاطفال مما ساعد ذلك على نشر الرسالة التوعوية بشكل اكبر داخل المجتمع ولم تقتصر الرسالة ان تكون موجهة للمجتمع الأمهات فحسب بل تجاوزت ذلك في الوصول للعديد من شرائح المجتمع وفئاته المختلفة لتشكل ثقافة عامة ودعم عام للام والاطفال في هذه المرحلة الحرجة من عمر الطفل التي يتم فيها صقل المهارات وزرع الخبرات وتكوين الشخصية وبناء القدرة الجسدية والنفسية السليمة القدرة على التعامل مع المجتمع الخارجي، وقد توجهت الأمهات إلى التعرض لهذه الصفحات لتساعدها على فهم الطفولة المبكرة وطريقة التعامل معها وتجاوز الصعوبات وحل المشكلات قبل تفاقمها وتبسيط الأمور فقد وفرت وسائل التواصل الاجتماعي العديد من الميزات والخصائص التفاعلية التي سهلت لجمهور الأمهات المتابع لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة التواصل والاتصال وطرح مشكلاتها وان لا تكتفي بالمشاهدة والتعرض فحسب، مما سهل لها معرفة الاجابة بسرعة وفورية عبر توفير المعلومات الشاملة عن الرعاية الصحية والتغذية والتعليم المبكر مما عزز النمو المعرفي للأطفال عبر فهم الأمهات احتياجات اطفالهم .

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

نظراً للدور الكبير الذي باتت مواقع التواصل الاجتماعي تغطية في تقديم المعلومات ونشر المعرفة وتحقيق التواصل في إيصال الرسالة المطلوب وصولها للجمهور فقد اعتمد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي في اختيار الرسالة التي يريد التعرض لها لما وفرت البيئة الالكترونية من تخصيص للرسالة والمحتوى الذي يرغب الجمهور في التعرض له، حيث تعرف المشكلة البحثية " هي عبارة عن تباين في الآراء أو جهات النظر حول موضوع ما تقل فيه المعلومات الموجودة إلى جانب غياب الأسباب المنطقية التي تفسر هذا الموضوع " ^(١)، ومنها تتحدد المشكلة البحثية المراد معرفة اجابتها بتساؤل رئيس هو (ما مدى اهتمام تعرض الأمهات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟)، وتتفرع منه عدة تساؤلات فرعية وهي:

١. ما الأسباب التي تدفع الأمهات إلى التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما أبرز التأثيرات الايجابية والسلبية التي انعكست على التعامل مع الاطفال بعد تعرض الأمهات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

(١) بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٢م)، ص ٧٢.

٣. ما اهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض من خلالها الأمهات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة؟
 ٤. ما مستوى تفاعل الأمهات مع المحتوى صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة في مواقع التواصل الاجتماعي؟
 ٥. هل اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تغطية الموضوعات وتشكيل التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عند الأمهات؟
 ٦. هل تعززت المعلومات المعرفية عند الأمهات من التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة؟
- ثانياً: اهمية البحث:**

تشكل اهمية البحث من اهمية المشكلة التي تحاول البحث معالجتها والوصول إلى نتائج تفسر أسبابها المنطقية، حيث اهتم هذه البحث بمعرفة مدى اهتمام الأمهات بالتعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تسليط الضوء على عينة من الأمهات التي تتعرض لهذه الصفحات في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وقد اهتم هذه البحث بالتركيز على شريحة الأمهات لكون الأم هي صاحبة الدور الأساس في تنشئة الاطفال في هذه المرحلة العمرية المبكرة، هذا إلى جانب بيان دور هذه المواقع في تشكيل الافكار ونقل المضامين المؤثرة التي تدعم التوعية للأمهات والاهتمام بقضايا الطفولة المبكرة بعيداً عن القضايا الترفيحية أو السياسية أو الاقتصادية على الرغم من ارتباطها بشكل أو بآخر، وقد ركزت الباحثة على اختيار هذا الموضوع نظراً لما يشكله من اهمية في التوعية لمشكلات الأمهات والاطفال وطرق التوعية الصحية والنفسية والاجتماعية وانعكاسها على واقعنا، إلى جانب رفد المكتبة العلمية والباحثين بمعلومات ونتائج عن هذا الموضوع يمكن ان تسمح لهم بطرح افكار مقارنة للتعمق في هذا الموضوع واجراء الدراسات المتخصصة له .

ثالثاً: أهداف البحث :

ويهدف هذه البحث إلى تحقيق الوصول للإجابة على الهدف الرئيس وهو (تحديد اهتمام تعرض الأمهات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي)، وتتفرع منه الأهداف الآتية:

١. تحديد الأسباب التي تدفع الأمهات إلى التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. الكشف عن ابرز التأثيرات الايجابية والسلبية التي انعكست على التعامل مع الاطفال بعد تعرض الأمهات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. معرفة اهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض من خلالها الأمهات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة؟
٤. تشخيص مستوى تفاعل الأمهات مع المحتوى صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة في مواقع التواصل الاجتماعي؟
٥. معرفة مدى اسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تغطية الموضوعات وتشكيل التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عند الأمهات؟
٦. تحديد مدى تعزيز المعلومات المعرفية عند الأمهات من التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة؟

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

يعد هذه البحث من البحوث الوصفية التي "تهتم بوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة عبر جمع النتائج التي تتوصل إليها البحث على أشكال رقمية معبر يمكن تفسيرها احصائياً" ^(١)، وقد اعتمدت على المنهج المسحي التحليلي (الميداني) الذي يمكن البحث من جمع المعلومات من خلال طرح الاسئلة المقننة على مفردات عينة البحث والاتصال بالمبحوثين وجهاً لوجه أو مباشراً أو من خلال الهاتف أو بريدياً ^(٢)، مما يوضح معرفة مدى اهتمام عينة البحث بموضوع البحث في التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السلبية والايجابية الناتجة من هذا التعرض .

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

تم اختيار مجتمع البحث من الأمهات في مدينة بغداد لكونها منطقة جغرافية ذات كثافة سكانية عالية ويغطي مجتمعها موضوع البحث، حيث تركزت عينة البحث على اختيار (١٠٠) من الأمهات بطريقة العينة القصدية غير احتمالية المهمات في متابعة صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم تحديد الأمهات كعينة اساسية للبحث دوناً عن الاباء أو باقي فئات المجتمع لكون الأم هي التي تهتم بتنشئة وتعليم ونمو الاطفال وتوفير البيئة الصحية والنفسية والمادية والاجتماعية للأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة وتهتم بمتابعة مشاكلهم وحلها.

سادساً: ادوات البحث:

تم جمع معلومات البحث باعتماد اداة الاستبيان" وهي مجموعة من الاسئلة أو الجمل التي تقدم للمبحوثين للإجابة عليها بالطريقة التي يحددها الباحث بما يخدم ويحقق أهداف البحث" ^(٣)، هذا إلى جانب الملاحظة البسيطة التي اشتملت على استنتاج لمعلومات التي لا يفصح عنها المبحوثين وفقاً لسلوكياتهم في الاجابة وتعاملهم مع موضوع البحث .

سابعاً: محددات البحث:

- **المجال الزماني:** حيث تم تحديد المدة الزمنية لجمع المعلومات من (٢٠٢٤/٩/١م) إلى (٢٠٢٤/٩/٣٠م) بتوزيع استمارة الاستبيان على عينة الأمهات واعادة جمعها لتحليل معلوماتها وتفسير نتائجها وفقاً للبيانات المعطاة في الاستمارة.
- **المجال المكاني:** جرى توزيع الاستمارة لمجتمع البحث وعينته حصراً في العاصمة مدينة بغداد.
- **المجال البشري:** عينة قصدية من الأمهات المتعرضات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

(١) محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط٣، (اليمن: دار الكتب، ٢٠١٩م)، ص ٤٦.
 (٢) محمد عثمان نوري، تصميم البحوث في العلوم الاجتماعية والسلوكية خطوات البحث العلمي، (جدة: دار خوازم للنشر، ٢٠٠٧م)، ص ٥٥.
 (٣) جودت عزت عطوي، اساليب البحث العلمي، (عمان: دار الثقافة، ٢٠٠٩م)، ص ٩٩.

ثامناً: الدراسات السابقة:

١. دراسة عائشة بنت ماطر عبد الحميد (٢٠٢٤م)^(١): تناولت الدراسة الانعكاسات التربوية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والمادية للطفل من وجهة نظر الوالدين، حيث اعتمدت هذه البحث على المنهج المسحي التحليلي للوصول إلى اجابة الأهداف في توضيح مفهوم القيم الاجتماعية والمادية لدى الطفل من وجهة نظر الوالدين والانعكاسات التربوية جراء استخدامها ومعرفة واقع هذه الانعكاسات على القيم الاجتماعية والمادية وقد توصلت هذه البحث إلى النتائج التي تبين، ان الوسيلة الأكثر استخداماً عند الاطفال من بين مواقع التواصل الاجتماعي هو تطبيق اليوتيوب وان المحتوى الترفيهي هو اعلى قيمة مشاهدة من باقي القيم إلى جانب فهم الاطفال لسلوكيات وتحليل المواقف المقدمة من هذا المحتوى.

٢. دراسة حنان بنت شعشوع (٢٠٢٢م):^(٢)

تناولت الدراسة اثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك وتويتر (أكس) نموذجاً"، هدفت هذه البحث إلى التعرف على الأسباب التي تدفع افراد العينة الاشتراك في موقع التواصل الاجتماعي وتحديد آثارها السلبية والايجابية في استخدام هذه المواقع، حيث اعتمدت البحث على المنهج المسح الاجتماعي للوصول إلى النتائج التي بينت ان من اقوى الأسباب التي تدفع افراد العينة على استخدام المواقع البحث هي حرية التعبير عن آرائهم وافكارهم واتجاهاتهم بكل سهولة مما انعكس ذلك بشكل ايجابي في القدرة على الانفتاح الفكري والمعرفي التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعي في نقل للمعلومات لزيادة الوعي في استخدام مواقع التواصل، إلى جانب بعض الآثار السلبية المترتبة على العلاقة العكسية ما بين استخدام هذه المواقع والتحصيل الدراسي كما اشارت لها نتائج البحث.

٣. دراسة هاجر مجدي عبده (٢٠٢١م):^(٣)

دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية، عملت هذه البحث على تحقيق الأهداف التي تمثلت في معرفة درجة اهتمام المواطنين بقضايا التوعية بالمبادرات الصحية في وسائل التواصل الاجتماعية ومعرفة التأثيرات الوجدانية والسلوكية والمعرفية التي تكونت من متابعة المبادرات الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال استخدام المنهج المسحي، للوصول إلى نتائج اكدت اهمية متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من قبل افراد العينة، واعتمادهم عليها في معرفة المعلومات والحصول على التوعية الصحية عبرها وان من اهم تأثيراتها هي التأثيرات التي اكتسبها افراد العينة من المتابعة هذه المواقع هي التأثيرات المعرفية في فهم المعلومات الصحية.

تاسعاً: التعليق على الدراسات السابقة:

استفاد البحث الحالي من الدراسات السابقة واتفق معها في اتباع المنهج التحليلي الذي يناسب هذه البحث وهو منهج المسح الميداني باعتبارها من الدراسات الوصفية التي تسعى لتفسير بيانات

(١) عائشة بنت ماطر عبد الحميد، الانعكاسات التربوية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والمادية للطفل من وجهة نظر الوالدين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية التربية، تخصص الاصول الإسلامية للتربية، جمهورية مصر العربية، ٢٠٢٤م.

(٢) حنان بنت شعشوع، اثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك و تويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، المملكة العربية السعودية، ٢٠٢٢م.

(٣) هاجر مجدي عبده، دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمياط، كلية الآداب، قسم الإعلام، جمهورية مصر العربية، ٢٠٢١م.

البحث ووصفها كمياً وكيفياً، كما انها اتفقت مع دراسة عائشة بنت ماطر (٢٠٢٤م) في معرفة ابرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يهتم بمتابعتها افراد عينة البحث، واتفقت مع دراسة حنان بنت شعشوع (٢٠٢٢م) في معرفة الأسباب أو الدوافع التي تدفع افراد العينة إلى متابعة مواقع التواصل الاجتماعي وابرز آثارها الايجابية والسلبية التي انعكست من هذه المتابعة، كما اتفقت مع دراسة هاجر مجدي (٢٠٢١م) في معرفة نسبة اهتمام افراد العينة بمتابعة قضايا التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

المبحث الثاني: علاقة التوعية بمدى التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي :

أولاً: مفهوم التعرض:

يعد التعرض لوسائل الإعلام هو نشاط سهل إلا انه يتطلب مهارات، كالقراءة والانتباه والوعي وتنطوي مهارات القراءة على الإدراك وفهم الرموز المطبوعة التي تحمل المعاني، فكلما ارتفع مستوى التحصيل العلمي كلما كثر استخدام الأفراد للوسائل الإعلامية ووسائل الاتصال^(١)، وقد يكون هذا التعرض واضحاً أو ضمناً أو غامضاً فإنه في كل الاشكال يمثل عملية وصول المعلومات من المرسل إلى المتلقي بصورة مباشرة أو غير مباشرة^(٢)، فهو عملية ليست عفوية أو اعتباطية بل تحتاج إلى مهارات اتصالية كالقراءة والكتابة في حالة المطبوعات، والسمع في حالة الإذاعة، والنظر والسمع في حالة التلفزيون، ومهارات اتصالية أخرى للتعرض لوسائل الاعلام الالكترونية التي باتت تجمع كل خصائص وسمات الوسائل الإعلامية التقليدية المطبوعة والمقروءة ومسموعة ومرئية^(٣)، وقد يكون المتلقي محدوداً في تعرضه لوسائل الإعلام، وهو نوع من القيود والضوابط التي ترتبط بمعايير وخصائص منها ما يتعلق بشكل ومضمون الرسالة أو قد تتعلق بالوسيلة وطبيعتها كأداة ناقلة للمعلومات وما يصاحبها في ذلك عناصر إتاحة وتوافر الوسيلة وتوافقها مع الجمهور ، وقد تكون متعلقة بخصائص وعادات الافراد والجماعات وهي تتضمن سمات نفسية وثقافية واجتماعية واقتصادية^(٤)، التي يتأثر بها الافراد حسب نوع التعرض مع المضمون المقدم حيث يشمل التعرض على التعرض المباشر وغير المباشر والتعرض المتكرر والتعويضي والاستبدالي والمحدود والانتقائي .

ثانياً: معوقات التعرض:

حيث تعرقل عملية التعرض لوسائل الإعلام والاتصال مجموعة من المعوقات بعضها ذات علاقة بالوسائل الإعلامية والاتصالية ذاتها وبعضها الآخر له علاقة بالجمهور المتلقي وهي كالآتي:

١. توفر الوسيلة: ان التطورات الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال جعلتها متاحة للجمهور، فقد يتعرض الجمهور لأكثر من وسيلة متاحة لهم، فيقسمون وقتهم بين وسائل الإعلام مراعين أن يحصلوا من كل وسيلة من الوسائل على احتياجاتهم من الترفيه والإعلام والتوجيه والتنقيف وفقاً لإمكانات كل وسيلة متاحة^(٥).

(١) عاطف العدلي، الدعاية الأسس النظرية والنماذج، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٣م) ص ٨٧.
 (٢) ديفلير، ساندرايول: نظريات وسائل الإعلام، (ترجمة) كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: دار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢م) ص ٢٧٥.
 (٣) محمد عبد الحميد، دراسة جمهور في بحوث الاتصال، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٣م)، ص ١٠٦.
 (٤) كامل القيم التعرض لوسائل الاتصال، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢م)، ص ٢٣.
 (٥) محمد صاحب حسين عمار القريشي، عادات وأنماط تعرض مدينة بغداد للبث التلفزيوني الفضائي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٦م، ص ٩٥.

٢. اختيار مضمون التعرض للرسائل: يميل الجمهور إلى التعرض للرسائل التي تتوافق مع اتجاهاتهم وعقائدهم واحتياجاتهم، وهذه المسألة تجعل الجمهور يعزفون إلى حد ما عن الرسائل التي لا تتوافق مع آرائهم واتجاهاتهم ويتفاعلون مع الرسائل الإعلامية القريبة من معتقداتهم وقناعاتهم كلما كانت أشد، مما تضعف قدرة الرسالة الإعلامية على جذب الجمهور للوسيلة ومحتواها^(١).

٣. حدود المهارات الاتصالية لدى الجمهور: حيث يتطلب مهارة القراءة للمواد المطبوعة والإنصات والاستماع للمواد المذاعة والسمع والمشاهدة للتلفزيون، وتعدد المهارات للوسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة التي باتت متوفرة عبر عدة تطبيقات ومواقع من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ان لكل فرد مدى قدرة ومهارة تختلف^(٢).

٤. الفروق في مدى تعرض الجمهور: فهناك جمهور يتعرض لفترة زمنية قصيرة وآخر يتعرض لفترة زمنية طويلة فمن غير الممكن تحديد المدى الزمني للتعرض القصير والطويل بصورة كمية مما يخلق اختلاف في مستوى تأثير الرسالة الاتصالية ومحتوى مضمونها المقدم للجمهور بغض النظر عن نوع الوسيلة الإعلامية^(٣).

٥. مصداقية المصدر: إن هدف المصدر الاتصالي من إرسال الرسائل للجمهور هو الوصول إلى المتلقي، إذ لا تتم العملية إلا بإيصال المتلقي الرسالة الاتصالية وقد يؤدي عدم ثقة الأفراد بالمصدر إلى عزوفهم عن التعرض له^(٤).

ثالثاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

وهي مجموعة من البرامج العالمية المتصلة بعدد كبير من الأجهزة المحمولة حول العالم لتشكل كم هائل من البرامج الضخمة على شكل شبكة عنكبوتية تنقل المعلومات بسرعة وفورية ذهاباً وإياباً دون توقف بين دول العالم والأفراد وهي في تطور دائم ومستمر^(٥)، وتقوم الفكرة الأساسية لمواقع التواصل الاجتماعي على جمع البيانات والمعلومات، فهي تطور تدريجي للإنترنت والمنصات التفاعلية التي يسرت تداول المعلومات والمعرفة والصور والفيديوهات والكتابات في مختلف المجالات والتخصصات^(٦)، وقد انتشرت مواقع التواصل الاجتماعي مع ظهور الجيل الثاني من الإنترنت حيث جمعت كل الخصائص والميزات التي كانت تنفرد كل وسيلة بواحدة منها فسهلت عملية التواصل والاتصال بحيث يمكن ان يكون المتصل هو المتلقي والمرسل في ذات الوقت وهيئة بيئة مجتمع افتراضي يتيح تشكيل المجموعات ومعرفة اخبارهم واخبار العالم من حولهم^(٧).

رابعاً: أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

١. الفيس بوك: اطلق في فبراير ٢٠٠٤م ويعد من اوائل مواقع التواصل الاجتماعي واكثرها شهرة وتأثير على مستوى العالم حتى ظهور باقي التطبيقات والمواقع التواصل الاجتماعي ويمتاز هذا الموقع بميزات وخصائص متعددة مكنت مستخدميه من فتح حسابات الشخصية ومشاركة

(١) عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسات في النظريات والأساليب، (الرياض: مكتبة العبيكان، ١٩٩٤م)، ص ٦٢.

(٢) عدنان يعقوب، سيكولوجية الاتصال والعلاقات الإنسانية، (بيروت: دار النهار للنشر، ١٩٧٩م)، ص ٧٤.

(٣) هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد، (بغداد: دار الرشيد للنشر، ١٩٧٩م)، ص ٤٥.

(٤) نواف عدوان، المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري، (جامعة لوتيريانا في الولايات المتحدة الأمريكية: بدون دار نشر، ١٩٨٨م) ص ٢٠.

(٥) جمال الشرهان، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم، (الرياض: الحمضي للنشر، ٢٠٠٣م)، ص ١٣٤.

(٦) عبير الرحباني، الإعلام الرقمي، (الأردن: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م)، ص ١٨.

(٧) عبدالله الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٢م، ص ٢٣.

الملفات والصور وتكوين العلاقات والمجموعات بحسب الاتجاهات ومجالات العمل ونشر الاعلانات والبحث عن الاحتياجات المطلوبة لدى المستخدمين .

٢. **موقع اليوتيوب:** يعد تطبيق اليوتيوب من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح نشر مقاطع الفيديو الطويلة ومشاركتها مع مستخدمي الموقع وتنزيلها ورفع المقاطع المصورة والمصممة وتسجيل الاعجاب بها أو التعليق عليها منذ تأسيسه في فبراير ٢٠٠٥م حيث سهل عملية التفاعل ومعرفة المعلومات والاحتفاظ بها .

٣. **موقع الانستكرام:** يعد موقع الانستكرام من المواقع التي حددت المستخدمين منذ بدايته في أكتوبر ٢٠١٠م بنشر الصور والفيديوهات القصيرة دون نشر النصوص المكتوبة أو التقليل من خاصية النصوص المكتوبة فلا يمكن نشر نص مكتوب وحدة دون ان تنشر معه مقطع فيديو أو صورة بل وحتى ان النصوص المكتوبة وحدها اعتمدت على نشرها ان تكون داخل اطار الصورة لمشاركتها مع الجمهور المتابع، حيث ينشر هذا الموقع ما يقارب ٤٥ مليون صورة ومقطع فيديو بشكل يومي ما بين الصورة الشخصية التي تتعلق بمواضيع خاصة أو عامة^(١) .

٤. **تطبيق التيك توك:** برز هذا التطبيق في ٢٠١٧م واعتمد على ابتكار وتصميم المستخدمين لمقاطع الفيديو وحدها دون الصور أو النصوص في بدايته حتى عام ٢٠٢٣م حيث شمل على نشر الصور وهو ما جعل المستخدمين محدودي بنشر المحتوى المرئي فقط والرد به واتخذ هذا التطبيق واقع الغير رسمياً مما جعل التواصل عبره بطريقة عفوية ونقل المعلومات ونشر المعارف بطريقة عفوية ومقبولة لدى الجميع مما زاد تأثير رسالته الاتصالية^(٢).

خامساً: مفهوم التوعية ودورها في نشر الوعي:

تتمحور مفهوم التوعية بشكل رئيس حول تقديم النصح والتواصل الصحي مع الأفراد والجماعات، فهي تسعى إلى ملئ الفجوة بين معلومات الجمهور وممارستهم وتطبيقهم لها وهي من جوانب الرعايا التي لها تأثير على الاساليب السلوكية للأفراد لرفع مستوى الصحة والوقاية من الأمراض وأمدادهم بالمهارة والمعرفة لازمة لتطبيقها في حياتهم^(٣).

وتتطور وتتجدد التوعية ومفهومها باستمرار وتتغير مع تغير نمط الحياة ووسائلها الاجتماعية لتكون ملائمة للمجتمع في كل زمان ومكان فهي غير ملزمة باتباع نظام شكلي معين أو مدة برامج محددة فقد تطول أو تقصر حسب الموضوع والغرض منه وتتغير من جيل لآخر ومن مجتمع لآخر، وهي لا تشترط ان يكون الجمهور متجانس في بعض المعلومات الديمغرافية لكن متجانس في توجهه نحو اهتمام معين كالتوعية الموجه للأُم والأطفال بصورة سنوية ومنها التوعية التي قد تكون دورية أو موسمية^(٤).

سادساً: أهداف دعم التوعية للطفولة المبكرة:

تتمثل هدف التوعية بمجموعة من العناصر التي تبرز لنا أهمية توجيه التوعية على مدى سنوات للأُم والأطفال:

(١) جيفري روز: الجمهور التسويق في العالم الرقمي (ترجمة) مؤسسة هنداي، (المملكة المتحدة: هنداي للتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ص ١٩٥-٢٢١.

(٢) Johannes Ahlse and others (2020). It's time to TikTok Exploring Generation Z's motivations to participate in Challenges, Jonkoping university, p. 6.

(٣) عبدالرزاق الدليمي،، الإعلام المتخصص، ط٢، (عمان: دار اليازوري، ٢٠٠٥م)، ص ٢٢٤.

(٤) سمير محمود، الإعلام العلمي، (مصر: دار الفجر، ٢٠٠٨م)، ص ١٣٤.

١. وعية الأمهات وافراد المجتمع ان مشكلاتهم الصحية هي مسؤولياتهم قبل ان تكون مسؤولية الجهات الرسمية وان الوقاية من هذه المشكلات عن طريق اتباع النصائح والارشادات الصحية .
٢. قل المعلومات التي تحقق الوعي بالموضوعات الصحية كالأعراض المعدية والمنتشرة وأسبابها وطرق انتقالها ومعدل الإصابات للوقاية منها .
٣. عريف الجمهور بكافة الخدمات التي توفرها الجهات الرسمية الحكومية وغير الرسمية المساندة في مجتمعاتهم للانتفاع بها والاستفادة من خدماتها^(١) .
٤. فع مستوى وعي وفهم الجمهور للتغلب على الشائعات والظواهر الصحية التي يشوبها الكثير من المخاوف بين افراد المجتمع الواحد لتفسيرها ومعرفة أسبابها وتجنبها .
٥. اتخاذ القرارات الصائبة وقت التعرض للمشكلات صحية فهي رصيد معرفي وتوعوي يستفاد منه افراد المجتمع والأمهات^(٢) .

سابعاً: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التوعية ونشر الوعي:

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها وتطبيقاتها المتعددة مساحات افتراضية للمشاركة والحوار حول مختلف القضايا حيث تساعد على بناء العلاقات وتنشيط النقد حيث يمكن استخدامها للتوعية لكونها تمكن الجمهور من المشاركة والرد وتبادل الأفكار بسهولة وسرعة وفورية، هذا إلى جانب قدرتها على تغيير المواقف والاتجاهات الخاصة بالجمهور على المدى البعيد وفق الاستراتيجيات التي تتبعها بعض الجهات^(٣)، وتختلف انواع التوعية التي يمكن ان تتبعها بعض الجهات والمنظمات الحكومية أو غير الحكومية في توعية الافراد عبر استغلال وسائل التكنولوجيا الحديثة ومنها التوعية الصحية ونشر الوعي والمعرفة والمعلومات ودعم القرارات التي من شأنها ان ترفع مستوى المجتمعات، وكثيراً ما تزامنت التوعية مع وسائل المتاحة في المجتمعات فمع وجود الصحافة كانت تتم عن طريق الصحافة المكتوبة ومع ظهور الإذاعة والتلفزيون توجهت إلى عرض المحتوى المرئي والمسموع للوصول إلى الجمهور أوسع ومع ظهور وسائل التكنولوجيا الحديثة ومنصات التواصل التفاعلية التي ربطت كل انحاء العالم بجهاز صغير ومحمول باتت التوعية تتمثل عن طريقها فهي تتيح لهم الحرية في اختيار المحتوى المراد متابعته ومشاهدته أو التفاعل معه وفي مختلف المجالات تعليم، ثقافة، صحة، اقتصاد، سياسية، رياضة وغيرها^(٤).

(١) احمد محمد بدر وآخرون، الثقافة الصحية، (عمان: دار الميسرة، ٢٠١٢م)، ص ص ١٥-١٦.

(٢) عبدالرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، مرجع سابق، ص ٢٢٥.

(3) Bienvenido Leon & Michael Baurk & Wiebke Finkler & Maxwell Bay Koff & Lloyd S Davis, Strategies for Climate Change Communication Through Social Media: Objectives, Approach and Interaction. Media International Australia British Administration Society (BELMAS), Sageup, DOI,10.1177/132987Y211.38004 Journals. Sagepub.com,2021,p55.

(٤) آمال عميرات، الاتصال الاجتماعي، (عمان: دار أسامة، ٢٠١٤م)، ص ٩٣.

ثامناً: التوعية بالطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تم الإعلان عن المضمون الدولي لحقوق الإنسان والطفل عقب الثورة الفرنسية في عام ١٧٨٩ وتمثل هذه المرحلة الأشارة الأساسية لحقوق الطفل من بين مراحل حقوق الإنسان حيث عرفت " بأنها مجموعة الحقوق الذاتية الدالة على صفة حاملها بوصفه طفلاً يحتاج إلى الرعاية والاهتمام " ^(١) ويرى (جين بياجيه) ان مراحل تتطور الأطفال تبدأ من الولادة وحتى المراهقة وهي تتمثل بالفترات ^(٢):

- من الولادة وحتى عمر سنتين (هي مرحلة الذكاء الحركي).
 - من سنتين وحتى بلوغ سبع سنوات (هي مرحلة التحضير الفكري للطفل).
 - من ٧ سنوات وحتى ١١ سنة (هي مرحلة العمليات والاكتشاف الحسي والمادي).
 - من ١١ سنة وحتى ١٥ سنة (هي مرحلة تتعلق بالعمليات الصورية أو الشكلية).
- حيث اهتمت الأمم والمجتمعات المتقدمة إلى التعمق في دراسة مراحل نشأة الانسان من الطفولة وحتى البلوغ لما له من مكانة سامية فهم جيل المستقبل واهتمت بإعلان المواثيق والاتفاقيات التي تؤمن حياة الاطفال على مر الزمن والعصور بالاستعانة بما هو متوفر من الوسائل الاتصالية فكانت في بداياتها عبر الاتصال المباشر مع الجمهور ثم عبر الصحافة والإذاعة والتلفزيون وصولاً للتكنولوجيا الحديثة ومنصات التفاعل ومواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن مشكلاتهم وإيجاد الحلول وتغطية القضايا المهمة التي تتعلق بمرحلة الطفولة المبكرة والاطفال ككل عبر توعية كبار المجتمع بحقوق الطفل وضم موضوعاتهم في برامج وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي التي اختصرت الزمان والمكان عبر صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة لتحقيق سرعة في الاستجابة الأمهات وتفاعلهم مع المستجدات العالمية التي تتعلق بمراحل الطفولة واكساب المهارات والخبرات وتعديل السلوك للتعامل السليم مع الطفل لتضمن تنشئة سوي وصحية للأطفال ^(٣)، وقد اصدرت اليونسيف و عدة منظمات وهيئات حكومية رسمية غير رسمية كراسات واعلانات وبرامج لتوعية الأمهات بمرحلة الطفولة المبكرة وطرق التعامل مع الاطفال من الولادة وحتى ٦ سنوات أو أكثر لتوعية الأم إلى الانتباه لنمو السليم للطفل والانتباه إلى الاضطرابات التي يمكن ان تحدث خلال هذه المرحلة وطرق تلافيها وعلاجها أو الوقاية منها على الجانب النفسي والسلوكي وللكشف المبكر عن الحالات الحرجة أو الخطرة للقوة العقلية والجسدية والصحية للطفل وقد اوضحت ان التدخل المبكر يحد من العواقب البعيدة المدى أو القريبة المدى التي تنتج عن بعض الاضطرابات كما ان من شأنه ان يعي إيجابياً في التأثير على الاطفال في المستقبل وقد حددت اليونسيف في كرسها الذي اصدرتها بالتعاون مع اللجنة الوطنية لتنمية الطفولة المبكرة نمو وتطور الطفولة المبكرة عبر خمسة مجالات وهي ^(٤):-

١. التطور الاجتماعي والعاطفي: يشمل قدرة الطفل في التعبير عن العواطف والمواقف الاجتماعية والاستجابة للأصوات بتفاعلات عاطفية .

(١) جبريل عزي حميد البريهي، مدى ممارسة مربيّات رياض الاطفال لحقوق الطفل في المدارس الحكومية بأمانة العاصمة صنعاء، مجلة العلوم التربوية والدراسات الانسانية، العدد ٧، ديسمبر، ٢٠١٩م، ص ٢٦٠.

(٢) جميل خليل محمد، الإعلام والطفل، (عمان: دار معزز للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ٥٤-٥٥.

(٣) المجلس العربي للتنمية والطفولة، دراسة الإعلام ومعالجة قضايا حقوق الأطفال بالدول العربية، (القاهرة: مطبعة نوبار، ٢٠١٣م)، ص ٤٢.

(٤) اللجنة الوطنية لتنمية الطفولة المبكرة، مؤسسة التعليم للجميع، منظمة اليونسيف، تنمية الطفولة المبكرة ما الذي نحتاج لمعرفته، (اليابان: مؤسسة ايدوس، ٢٠٢٠م)، ص ٤٠.

٢. **الكلام ومهارات التواصل:** يشمل التطور اللغوي للتواصل وتفاعل مع الكلام البشري والاستجابة وفهم اللغة وتكرار الكلمات والتعبير بالإيماءات وصولاً للنطق الصحيح والسليم للغة .
٣. **التطور الإدراكي المعرفي:** ويشمل تطور المهارات المعرفية من خلال التجربة والتعلم عن طريق الخطأ والصواب والسبب والنتيجة لتدبر المواقف الحياتية المتنوعة التي يمر بها .
٤. **تطور المهارات الحركية:** يبدأ من مرحلة الولادة والطفولة المبكرة في التقلب والزحف والتقاط الألعاب ورمي الكرة والتحكم بالأزرار وكل مهارة حركية دقيقة وكبيرة من شأنها ان تبين المرحلة التطورية للطفل.
٥. **التنظيم الذاتي:** وتشمل اكتشاف الطفل لنفسه في رعاية ذاته لتناول وجباته بشكل مستقل واستخدام ادوات الصحيحة المناسبة لكل وضع كالفراشة لتفريش الاسنان وادوات الطعام للأكل واستخدام الحمام وارتداء الملابس والنظافة الشخصية للطفل .

المبحث الثالث: تعرض الأمهات في مدينة بغداد لصفحات دعم التوعية بتنمية

الطفولة المبكرة:

وفقاً لمشكلة البحث وأهدافها فقد تم تقديم الأسئلة في استمارة الاستبيان على عينة من الأمهات المتعرضات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تمت الاجابة عليها وجمع بياناتها وتحليلها وتفسيرها وعرض أهم نتائجها ومناقشتها في ضوء تحقيق الاجابة على أهدافها وهي كالآتي:

جدول (١) يوضح توزيع افراد العينة موضع البحث حسب الفئة العمرية				
ت	الفئة العمرية للأمهات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	٢٦ – ٣٥	٤٦	٤٦%	الأولى
٢	٣٦ – ٤٥	٢٨	٢٨%	الثانية
٣	١٩ – ٢٥	١٤	١٤%	الثالثة
٤	أقل من ١٨	٧	٧%	الرابعة
٥	من ٤٦ فما فوق	٥	٥%	الخامسة
المجموع الكلي		١٠٠	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (١) ان البيانات الفئات العمرية للعينة موضوع البحث قد توزعت على عدة فئات عمرية حيث حازت الفئة العمرية (٢٦-٣٥) على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٤٦) وبنسبة مئوية بلغت (٤٦%)، في حين ان الفئة العمرية (٣٦-٤٥) قد نالت المرتبة الثانية بنسبة (٢٨%)، وفي المرتبة الثالثة الفئة (١٩-٢٥) بنسبة (١٤%)، في حين حازت الفئة العمرية (أقل من ١٨) على المرتبة الرابعة بنسبة (٧%)، أما في المرتبة الأخيرة فقد كانت فئة (٤٦ فما فوق) بواقع (٥) تكرارات وبنسبة (٥%)، مما يبين ان عينة البحث من الأمهات المتعرضات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة كانت اعمارهم ما بين (٢٦-٣٥) مما يعكس ان هذه

الفئة هي من الجيل الناشئ مع التكنولوجيا الرقمية منذ الطفولة وحتى مرحلة الأمومة استمرارهم في التعلم من كل ما يقدم عبر تكنولوجيا (الانترنت).

جدول (٢) يوضح المستوى التعليمي للعينة موضع البحث				
ت	المستوى التعليمي للأمهات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	جامعي	٥٢	٥٢%	الأولى
٢	اعدادي	٢١	٢١%	الثانية
٣	متوسط	١٧	١٧%	الثالثة
٤	تعليم عالي	٦	٦%	الرابعة
٥	ابتدائي	٤	٤%	الخامسة
٦	أمية	٠	٠	السادسة
المجموع الكلي		١٠٠	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (٢) بيانات المستوى التعليمي للعينة موضوع البحث قد توزعت على عدة فئات حيث حازت فئة التعليم (الجامعي) على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٥٢) ونسبة مئوية بلغت (٥٢%)، في حين ان فئة المستوى التعليمي (أعدادي) قد نالت المرتبة الثانية بنسبة (٢١%)، وفي المرتبة الثالثة فئة مستوى التعليم (المتوسطة) بنسبة (١٧%)، في حين حازت فئة مستوى (التعليم العالي) على المرتبة الرابعة بنسبة (٦%)، أما في المرتبة الخامسة فقد كانت فئة مستوى (التعليم ابتدائي) بنسبة (٤%)، في حين حلت في المرتبة الأخيرة وهي السادسة فئة (الأمية) بنسبة (صفر%)، مما يعكس ان المستوى التعليمي للأمهات المتعرضات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو مستوى تعليمي عالي وجيد، فتكون الأم على مستوى من الوعي والدراية في التعرض للأفكار والمضامين الملائمة لها ولطفلها والمساعدة على فهم احتياجاته وفهم وتفسير وتفاعل مع ما تتعرض له من هذه الصفحات، لكون المستوى الجامعي هو مستوى متعدد التخصصات والأفكار مما يسمح بادراك اعلى للمتلقي (الأمهات).

جدول (٣) يوضح الحالة الاجتماعية للعينة موضع البحث				
ت	الحالة الاجتماعية للأمهات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	متزوجة	٦٨	٦٨%	الأولى
٢	مطلقة	٢٩	٢٩%	الثانية
٣	ارملة	٣	٣%	الثالثة
المجموع الكلي		١٠٠	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (٣) بيانات الحالة الاجتماعية للعينة موضع البحث فقد توزعت على عدة فئات حيث نالت الفئة (متزوجة) على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٦٨) ونسبة مئوية بلغت (٦٨%)، في حين ان فئة (مطلقة) قد نالت المرتبة الثانية بنسبة (٢٩%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (ارملة) بنسبة (٣%)، مما يبين استقرار الحالة الاجتماعية لأغلب الأمهات لفئة (متزوجة) من

افراد عينة البحث الذي بدوره ينعكس على بيئة المجتمع الكبير في وجود اسرة متوازنة تلبي حاجة الطفل لتنمية مرحلة الطفولة المبكرة وواعية بمتطلباته في التعرض للصفحات المواقع التواصل.

جدول (٤) يوضح الوضعية المهنية للعينة موضع البحث				
ت	الوضعية المهنية للأمهات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ربة بيت	٨١	٨١%	الأولى
٢	موظفة	١٧	١٧%	الثانية
٣	عمل حر	٢	٢%	الثالثة
المجموع الكلي		١٠٠	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (٤) بيانات الوضعية المهنية للعينة موضوع البحث فقد توزعت على عدة فئات حيث نالت الفئة (ربة بيت) على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٨١) ونسبة مئوية بلغت (٨١%)، في حين ان فئة (موظفة) قد نالت المرتبة الثانية بنسبة (١٧%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (عمل حر) بنسبة (٢%)، مما تعكس هذه البيانات ان اغلب الأمهات المتعرضات لهذه الصفحات هن متفرغات من العمل الخارجي وذلك يتيح لهن الوقت الكافي في التعرض لهذه الصفحات واكتساب الخبرة أو المعرفة لمرحلة الطفولة المبكرة ونقل ومشاركة الأفكار والتفاعل فيما بينهم .

جدول (٥) يوضح عدد الاطفال لدى العينة موضع البحث				
ت	عدد الاطفال للأمهات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	٢ - ٤ أطفال	٦٩	٦٩%	الأولى
٢	طفل واحد	٢٢	٢٢%	الثانية
٣	٥ اطفال فأكثر	٩	٩%	الثالثة
المجموع الكلي		١٠٠	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (٥) بيانات عدد الأطفال للعينة موضوع البحث فقد توزعت على عدة فئات حيث نالت الفئة (٢-٤) اطفال على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٦٩) ونسبة مئوية بلغت (٦٩%)، في حين ان فئة (طفل واحد) قد نالت المرتبة الثانية بنسبة (٢٢%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (٥ اطفال فأكثر) بنسبة (٩%)، مما يبين اهتمام الأمهات المتعرضات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة بجودة التعليم ونشأة الاطفال بصورة صحيحة ومتوازنة مع عدد اطفال مناسب وغير مبالغ فيه مقارنة مع الحالة المهنية والوضع الاجتماعي ومستوى الدخل العائلي الذي ينعكس على مرحلة الطفولة المبكرة للأطفال في توفير الرعاية لازمة تلبية كافة الاحتياجات لهذه المرحلة.

جدول (٦) يوضح اهتمام ومتابعة افراد العينة موضع البحث للتعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة				
ت	اهتمام تعرض الأمهات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	مهمة ومتابعة باستمرار	٧٣	٧٣%	الأولى
٢	متابعة من حين إلى اخر	٢٤	٢٤%	الثانية
٣	غير متابعة وغير مهمة	٣	٣%	الثالثة
المجموع الكلي		١٠٠	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (٦) بيانات اهتمام ومتابعة العينة موضوع البحث للتعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث اشتمل على عدة فئات نالت منها الفئة (مهمة ومتابعة باستمرار) على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٧٣) وبنسبة مئوية بلغت (٧٣%)، في حين ان فئة (متابعة من حين إلى آخر) قد نالت المرتبة الثانية بنسبة (٢٤%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (غير متابعة وغير مهمة) بنسبة (٣%)، مما يبين اهتمام الأمهات بمتابعة المعلومات والافكار المقدمة في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعلق بالتوعية للطفولة المبكرة، ومعرفة كل الاخبار والمعلومات والنشاطات والنصائح التربوية لتنشئة بيئة طفولة مستقرة وناجحة .

جدول (٧) يوضح اعتماد افراد العينة على صفحات لتنمية الطفولة المبكرة في دعم التوعية لحل المشكلات				
ت	درجة اعتماد افراد العينة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	اعتمد عليها بشكل متوسط لحل بعض المشكلات البسيطة	٨٤	٨٤%	الأولى
٢	اعتمد عليها بدرجة كبيرة في حل المشكلات	١٢	١٢%	الثانية
٣	لا اعتمد عليها نهائياً واتوجه لمراكز الرعاية العامة أو الخاصة	٤	٤%	الثالثة
المجموع الكلي		١٠٠	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (٧) اعتماد افراد العينة على صفحات لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التوعية لحل المشكلات، حيث اشتمل على عدة فئات نالت منها الفئة (اعتمد عليها بشكل متوسط لحل بعض المشكلات البسيطة) على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٨٤) وبنسبة مئوية بلغت (٨٤%)، في حين ان فئة (اعتمد عليها بدرجة كبيرة في حل المشكلات) قد نالت المرتبة الثانية بنسبة (١٢%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة فئة (لا اعتمد عليها نهائياً واتوجه لمراكز الرعاية العامة أو الخاصة) بنسبة (٤%)، مما يوضح انه على الرغم من تعرض الأمهات لهذه الصفحات ألا انها لا تعتمد عليها بشكل كامل، فبدل ذلك على نسبة وعي المبحوثات بأهمية مراجعة الاطباء المختصين لكل حالة أو مراكز الرعاية أو المستشفيات العامة أو الخاصة والكشف عن الأمراض وتلقي العلاج منهم مباشرة دون الاعتماد على هذه الصفحات في وصف العلاجات أو تشخيص الأمراض المتأزمة لدى الاطفال، ومن وجهة نظر الباحثة في هذه البحث فأن هذه الصفحات توجه للتوعية من الأمراض أو عادات أو بعض المشاكل النفسية والجسدية لدى الاطفال دون الخوض في تفاصيلها في اكثر الاحيان فهي تشكل تحذير أولي للأمهات للتوجه لمختص للكشف و معالجة اي حالة وتجنب تفاقمها وزيادة خطرها على الطفل أو الأم.

جدول (٨) يوضح اهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض عبرها افراد العينة لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة

ت	اهم مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الانستكرام	٩١	٢٨.٤٣%	الأولى
٢	الفيس بوك	٨٦	٢٦.٨٧%	الثانية
٣	يوتيوب	٧٥	٢٣.٤٣%	الثالثة
٤	تيك توك	٦٨	٢١.٢٥%	الرابعة
المجموع الكلي		٣٢٠	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (٨) اهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض عبرها افراد العينة لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة، حيث شمل على عدة مواقع وكان موقع (الانستكرام) على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٩١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٨.٤٣%)، في حين ان موقع (الفيس بوك) قد نال المرتبة الثانية بواقع (٨٦) تكراراً وبنسبة (٢٦.٨٧%)، وفي المرتبة الثالثة موقع (يوتيوب) بواقع (٧٥) تكراراً و بنسبة (٢٣.٤٣%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة موقع (تيك توك) بواقع (٦٨) وبنسبة (٢١.٢٥%)، مما يبين ان اكثر تعرض افراد عينة البحث كان عبر موقع (الانستكرام) وذلك لسهولة النشر فيه وتشكيل المحتوى المبرمج وفق الخوارزميات التي يمكن ان تصل إلى اوسع جمهور ممكن من الأمهات عبر هذا التطبيق كما ان محتوى هذا التطبيق يشتمل على وقت محدود وقصير مما يجعل المعلومات سريعة وبسيطة ومفيدة في الوقت ذاته لدى اعتمدت عليه صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة في نشر محتواها والوصول إلى الجمهور الأمهات أو غيرها من صفحات .

ت	مستوى التفاعل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	اسجل اعجابي لمنشوراتهم باستمرار	١٠٠	٢٧.١٠٠%	الأولى
٢	اعلق واتفاعل مع الموضوع المقدم	٩٢	٢٤.٩٣%	الثانية
٣	اتابع التعليقات لمعرفة المشكلات الاخرى	٨٦	٢٣.٣٠%	الثالثة
٤	اشارك محتوى هذه الصفحات مع الآخرين	٨٣	٢٢.٤٩%	الرابعة
٥	اتصفح فقط دون تفاعل	٨	٢.١٦%	الخامسة
المجموع الكلي		٣٦٩	١٠٠%	-

يوضح جدول (٩) مستوى تفاعل أفراد العينة لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث شملت عدة فئات وتمثلت الفئة الأعلى تكراراً هي (اسجل اعجابي لمنشوراتهم باستمرار) في المرتبة الأولى بواقع (١٠٠) تكرار وبنسبة (٢٧.١٠٠%) من بين مستويات التفاعل، في حين حازت فئة (اعلق واتفاعل مع الموضوع المقدم) المرتبة الثانية بـ (٩٢) تكراراً وبنسبة (٢٤.٩٣%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (اتابع التعليقات لمعرفة المشكلات الاخرى) بواقع (٨٦) تكرار وبنسبة (٢٣.٣٠%)، وفي المرتبة الرابعة (اشارك محتوى هذه الصفحات مع الآخرين) بواقع (٨٣) تكراراً وبنسبة (٢٢.٤٩%)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة فئة (اتصفح فقط دون تفاعل) بواقع (٨) تكرار وبنسبة (٢.١٦%)، مما يبين نسبة تفاعل افراد العينة من الأمهات مع

محتوى صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة وطرق تفاعلهم ومشاركتهم لهذا المحتوى مع الآخرين لتحقيق الاستفادة لباقي الأمهات .

جدول (١٠) يوضح التوعية لتغطية الصفحات مواضيع لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي				
ت	مدى التوعية لتغطية الموضوعات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	اسهمت بشكل مبسط في شرح بعض الأمور وتغطيتها	٧٩	٧٩%	الأولى
٢	اسهمت في التوعية وتغطية بشكل كافي	١٨	١٨%	الثانية
٣	لم تسهم في تغطية الموضوعات وتشكيل الوعي الكافي	٣	٣%	الثالثة
مجموع الكلي		١٠٠	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (١٠) اسهامات التوعية لتغطية مواضيع تنمية الطفولة المبكرة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نالت الفئة (اسهمت بشكل مبسط في شرح بعض الأمور وتغطيتها) على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٧٩) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٧٩%)، في حين ان فئة (اسهمت في التوعية وتغطية بشكل كافي) قد نالت المرتبة الثانية بنسبة (١٨%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (لم تسهم في تغطية الموضوعات وتشكيل الوعي الكافي) بنسبة (٣%)، مما يبين على الرغم من المحتوى المقدم عبر هذه الصفحات لدعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة ألا ان افراد العينة يرون انها لم تغطي كل المواضيع التي تتعلق بالطفولة المبكرة بشكل كافي، أنما أسهمت في شرح بعض المواضيع وتبسيط فهمها للجمهور بشكل اسهل وأوضح مما يمهد الطريق لطرح باقي الافكار والمواضيع في المستقبل.

جدول (١١) يوضح تعزيز المعلومات المعرفية في صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة				
ت	مدى تعزيز المعلومات المعرفية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	عززت في سرعة نقل المعلومات للوقاية من خطر انتشار الأمراض المعدية والشائعة	٨٢	٢٩.١٨%	الأولى
٢	عززت المعلومات المعرفية بمعظم الموضوعات النفسية والصحية والجسدية	٧٦	٢٧.٠٤%	الثانية
٣	عززت معرفة حل وتجاوز العديد من المشكلات والأمراض والمشكلات الاجتماعية	٦٩	٢٤.٥٥%	الثالثة
٤	عززت توضيح وتبسيط العديد من الأمراض الغير معروفة بمسمياتها للأطفال المصابين	٥٤	١٩.٢١%	الرابعة
مجموع الكلي		٢٨١	١٠٠%	-

يتبين من الجدول (١١) مدى تعزيز المعلومات المعرفية في صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة، حيث حازت (عززت في سرعة نقل المعلومات للوقاية من خطر انتشار الأمراض المعدية والشائعة) على المرتبة الأولى بأعلى عدد تكرارات بلغ (٨٢) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٩.١٨%)، في حين ان فئة (عززت المعلومات المعرفية بمعظم الموضوعات النفسية والصحية والجسدية) قد نالت المرتبة الثانية بواقع (٧٦) تكراراً وبنسبة (٢٧.٠٤%)، وفي المرتبة الثالثة فئة

(عززت معرفة حل وتجاوز العديد من المشكلات الأمراض والمشكلات الاجتماعية) بواقع (٦٩) تكراراً و بنسبة (٢٤.٥٥%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة فئة (عززت توضيح وتبسيط العديد من الأمراض الغير معروفة بمسمايتها للأطفال المصابين) بواقع (٥٤) تكراراً و بنسبة (١٩.٢١%)، مما يبين ان تعزيز المعلومات المعرفية من التعرض افراد العينة (الأمهات) لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر صفحات المواقع التواصل الاجتماعي قد تم بنقل المعلومات عن الأمراض المعدية لكل مجتمع لتنبيه الأمهات والوقاية الاطفال منها والتأكيد على الاهتمام بجدول اللقاحات لتقوية البنية الجسدية للطفل، كما اسهمت هذه الصفحات في توضيح الجوانب النفسية والاجتماعية للعديد من الأمراض وحالات الاطفال لتنبيه ذويهم في اخذ الحيطة والحذر والحوار دون تفاقم هذه الحالات حتى لو كانت بنسب بسيطة وتلافي تفاقمها نفسياً وجسدياً.

جدول (١٢) يوضح الأسباب التي تدفع افراد العينة إلى متابعة التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة

ت	دوافع التعرض	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	معرفة الطرق الصائبة في التعامل مع الاطفال	٩٨	١٢.٢١%	الأولى
٢	اكتشاف الأمراض النفسية والجسدية المبكرة	٩٤	١١.٧٢%	الثانية
٣	معرفة طرق التغذية واعداد الاكلات المناسبة	٨٨	١٠.٩٧%	الثالثة
٤	تنمية مهارات الاطفال التواصلية	٨٦	١٠.٧٢%	الرابعة
٥	معرفة الوقت المناسب لحملات التطعيم	٨١	١٠.٠٩%	الخامسة
٦	معرفة طرق الوقاية من الأمراض المعدية	٨٠	٩.٩٧%	السادسة
٧	معرفة حل للمشكلات وتجاوز العقبات	٧٨	٩.٧٢%	السابعة
٨	معرفة خبرات ومهارات جديدة	٧٤	٩.٢٢%	الثامنة
٩	معرفة المبادرات الصحية والمشاركة فيها	٦٥	٨.١٠%	التاسعة
١٠	معرفة طرق علاج حالات مشابه لحالة اطفالي	٥٨	٧.٢٣%	العاشرة
مجموع الكا		٨٠٢	١٠٠%	-

يوضح جدول (١٢) الأسباب التي تدفع افراد العينة إلى متابعة التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة، حيث شملت عدة فئات وتمثلت الفئة الأعلى تكراراً هي (معرفة الطرق الصائبة في التعامل مع الاطفال) في المرتبة الأولى بواقع (٩٨) تكرار و بنسبة (١٢.٢١%) من بين باقي الأسباب الأخرى، في حين حازت فئة (اكتشاف الأمراض النفسية والجسدية المبكرة) المرتبة الثانية بـ (٩٤) تكراراً و بنسبة (١١.٧٢%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (معرفة طرق التغذية واعداد الاكلات المناسبة) بواقع (٨٨) تكرار و بنسبة (١٠.٩٧%)، وفي المرتبة الرابعة فئة (تنمية مهارات الاطفال التواصلية) بواقع (٨٦) تكرار و بنسبة (١٠.٧٢%)، وفي المرتبة الخامسة فئة (معرفة الوقت المناسب لحملات التطعيم) بواقع (٨١) تكرار و بنسبة (١٠.٠٩%)، وفي المرتبة السادسة فئة (معرفة طرق الوقاية من الأمراض المعدية) بواقع (٨٠) تكرار و بنسبة (٩.٩٧%)، وفي المرتبة السابعة فئة (معرفة حل للمشكلات وتجاوز العقبات) بعدد تكرارات (٧٨) و بنسبة (٩.٧٢%)، وفي المرتبة الثامنة فئة (معرفة خبرات ومهارات جديدة) بواقع (٧٤) تكرار و بنسبة (٩.٢٢%)، وفي المرتبة التاسعة فئة (معرفة المبادرات الصحية والمشاركة فيها) بواقع (٦٥) تكرار و بنسبة (٨.١٠%)، أما في

المرتبة العاشرة والأخيرة فقد كانت فئة (معرفة طرق علاج حالات مشابه لحالة اطفالي) بعدد تكرارات (٥٨) ونسبة (٧.٢٣%)، حيث بين هذا الجدول على الرغم من اختلاف وتباين نسب فئاته ألا ان جميعها تعلو بعدد تكراراتها بشكل متقارب وايجابي ليعكس سبب اهتمام الأمهات في متابعة هذه الصفحات عبر مواقع التواصل في تحسين التعامل مع اطفال مرحلة الطفولة المبكرة وفهمهم بشكل اعمق واكثر تفصيلا عبر اكتساب الخبرات والمهارات.

جدول (١٣) يوضح ابرز التأثيرات الايجابية التي انعكست من التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة				
ت	التأثيرات الإيجابية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	زيادة الوعي بأغلب المشكلات الصحية	١٠٠	١١.١٨%	الأولى
٢	معرفة طرق تعليم الطفل واكسابهم مهارات	٩٨	١٠.٩٦%	الثانية
٣	معرفة طرق الكشف المبكر عن الأمراض	٩٥	١٠.٦٢%	الثالثة
٤	معرفة المنظمات والجمعيات الانسانية التي تهتم بتقديم الدعم المادي والمعنوي للام والاطفال	٩٠	١٠.٠٦%	الرابعة
٥	تجاوز الخوف والقلق من عدم وجود حل أو علاج	٩٠	١٠.٠٦%	الرابعة
٦	زيادة الاحساس بالمسؤولية اتجاه الاطفال	٨٨	٩.٨٤%	الخامسة
٧	التوجيه للتشخيص الصحيح من الاطباء المختصين	٨٣	٩.٢٨%	السادسة
٨	الاستفادة من مشاركة المشكلات مع الأمهات الاخرى	٧٧	٨.٦١%	السابعة
٩	تعلمت طرق الحماية القانونية الصحيحة للطفل	٧١	٧.٩٤%	الثامنة
١٠	معرفة الرعايا التي توفرها الدولة بشكل مجاني	٥٤	٦.٠٤%	التاسعة
١١	معرفة المراكز الصحية المتخصصة لكل حالة	٤٨	٥.٣٦%	العاشرة
المجموع الكلي		٨٩٤	١٠٠%	-

يوضح جدول (١٣) ابرز التأثيرات الايجابية التي انعكست من التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة حيث شملت عدة فئات وتمثلت الفئة الأعلى تكراراً هي (زيادة الوعي بأغلب المشكلات الصحية) في المرتبة الأولى بواقع (١٠٠) تكرار ونسبة (١١.١٨%) من بين التأثيرات الايجابية الأخرى، في حين حازت فئة (معرفة طرق تعليم الطفل واكسابهم مهارات) المرتبة الثانية بـ (٩٨) تكراراً ونسبة (١٠.٩٦%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (معرفة طرق الكشف المبكر عن الأمراض) بواقع (٩٥) تكرار ونسبة (١٠.٦٢%)، وفي المرتبة الرابعة فئتي (معرفة المنظمات والجمعيات الانسانية التي تهتم بتقديم الدعم المادي والمعنوي للام والاطفال) وفئة (تجاوز الخوف والقلق من عدم وجود حل أو علاج) بواقع (٩٠) تكراراً ونسبة (١٠.٠٦%)، وفي المرتبة الخامسة فئة (زيادة الاحساس بالمسؤولية اتجاه الاطفال) بواقع (٨٨) تكرار ونسبة (٩.٨٤%)، وفي المرتبة السادسة فئة (التوجيه للتشخيص الصحيح من الاطباء المختصين) بواقع (٨٣) تكرار ونسبة (٩.٢٨%)، وفي المرتبة السابعة فئة (الاستفادة من مشاركة المشكلات مع الأمهات الاخرى) بعدد تكرارات (٧٧) ونسبة (٨.٦١%)، وفي المرتبة الثامنة فئة (تعلمت طرق الحماية القانونية الصحيحة للطفل) بواقع (٧١) تكرار ونسبة (٧.٩٤%)، وفي المرتبة التاسعة فئة (معرفة الرعايا التي توفرها الدولة بشكل مجاني) بواقع (٥٤) تكرار ونسبة (٦.٠٤%)، أما في المرتبة العاشرة والأخيرة فقد كانت فئة (معرفة المراكز الصحية المتخصصة لكل حالة) بعدد تكرارات

(٤٨) وبنسبة (٥.٣٦%)، مما يعكس اهتماماً إيجابياً من الأمهات في تربية الاطفال وتعزيز الرعاية النفسية والاجتماعية وتطوير قدرتهم ايجاباً مما يسهم في تشكيل شخصياتهم وبناء كياناتهم في المجتمع بشكل مثالي وفق بيئة تعليمية غنية بالمعلومات والمعرفة من خلال تأثيرات ايجابية.

جدول (١٤) يوضح ابرز التأثيرات السلبية التي انعكست من التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة				
ت	التأثيرات السلبية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	تضخيم لمشاكل الاطفال	٨٦	٢٠.٢٣%	الأولى
٢	المبالغة في طرق العلاج والوقاية	٨٢	١٩.٢٩%	الثانية
٣	عدم توضيح المواضيع التي يتم تقديمها بالتفاصيل	٧٩	١٨.٥٨%	الثالثة
٤	زرع القلق والخوف لدى الأمهات	٧٤	١٧.٤١%	الرابعة
٥	الترويج للحياة المثالية	٦١	١٤.٣٥%	الخامسة
٦	نشر المشكلات الخاصة للأمهات والاطفال للعامة	٤٣	١٠.١١%	السادسة
مجموع الكل		٤٢٥	١٠٠%	-

يوضح جدول (١٤) ابرز التأثيرات السلبية التي انعكست من التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة، حيث شملت عدة فئات وتمثلت الفئة الأعلى تكراراً هي (تضخيم لمشاكل الاطفال) في المرتبة الأولى بواقع (٨٦) تكرار وبنسبة (٢٠.٢٣%) من بين التأثيرات السلبية الأخرى، في حين حازت فئة (المبالغة في طرق العلاج والوقاية) المرتبة الثانية بـ (٨٢) تكراراً وبنسبة (١٩.٢٩%)، وفي المرتبة الثالثة فئة (عدم توضيح المواضيع التي يتم تقديمها بالتفاصيل) بواقع (٧٩) تكرار وبنسبة (١٨.٥٨%)، وفي المرتبة الرابعة (زرع القلق والخوف لدى الأمهات) بواقع (٧٤) تكراراً وبنسبة (١٧.٤١%)، وفي المرتبة الخامسة فئة (الترويج للحياة المثالية) بواقع (٦١) تكرار وبنسبة (١٤.٣٥%)، وفي المرتبة السادسة والأخيرة فئة (نشر المشكلات الخاصة للأمهات والاطفال للعامة) بواقع (٤٣) تكرار وبنسبة (١٠.١١%)، حيث ان التأثيرات السلبية من تعرض الأمهات لهذه الصفحات تنعكس في التعامل مع الاطفال في مرحلة الطفولة المبكرة مما يؤثر على تنشئتهم وتحقيق التوازن في بيئة طبيعية للنمو متكامل.

❖ نتائج البحث:

١. يتبين من نتائج البحث أن الفئة العمرية الأعلى من الأمهات المتعرضة لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة والمهتمة بمتابعة باستمرار لهذه الصفحات هي من (٢٦-٣٥)، ممن تمتلك اطفال ما بين (٢-٤) اطفال.
٢. يتبين من نتائج البحث أن الأسباب التي تدفع الأمهات إلى التعرض لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى هي التعرف على الطرق الصائبة في التعامل مع الأطفال.
٣. يتبين من نتائج البحث ان ابرز التأثيرات الإيجابية التي انعكست على التعامل مع الاطفال بعد تعرض الأمهات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة هي زيادة الوعي بأغلب المشكلات

الصحية، في حين انعكست أبرز التأثيرات السلبية من هذا التعرض هي تضخيم أو مبالغة لمشاكل الأطفال العادية .

٤. يتبين من نتائج البحث ان اعتماد افراد العينة على هذه الصفحات بشكل متوسط لحل بعض المشكلات البسيطة .

٥. يتبين من نتائج البحث ان اهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض عبرها افراد العينة من الأمهات لصفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة هو تطبيق (الانستكرام)ومن ثم تطبيق (الفيس بوك).

٦. يتبين من خلال نتائج البحث نسبة تفاعل افراد عينة البحث مع محتوى هذه الصفحات حيث حدد افراد العينة انهم يتفاعلون مع منشورات هذه الصفحات بالأعجاب والتعليق والمشاركة المحتوى مع الآخرين .

٧. يتبين من نتائج البحث ان هذه الصفحات قد اسهمت في تغطية وشرح بعض الموضوعات بشكل مبسط يسهل فهمه وايصال فكرته للمتلقي من الأمهات لتشكيل الوعي اتجاه بعض الموضوعات .

❖ الاستنتاجات:

١. اعتمدت صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة على مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة تقديم المحتوى عبرها والوصول إلى الجمهور المطلوب بكل سهولة ويسير نظراً لما توفره هذه المواقع من خصائص وسمات.

٢. اعتمدت عينة البحث الأمهات على موقع الانستكرام في الوصول لمحتوى صفحات دعم التوعية لتنمية الطفولة المبكرة وذلك لكون هذا التطبيق يمتاز بالإيجاز والاختصار في تقديم المحتوى القصير من الفيديوهات أو الشرح المبسط للموضوعات مع عرض الصور دون التداخل مع الموضوعات الأخرى.

٣. يتضح من خلال البحث ان هذه الصفحات قد اسهمت في خلق تأثيرات ايجابية وسلبية للأمهات انعكست على التعامل مع اطفالهم ومشاكلهم وما يمكن ان يصادفوه من صعوبات في مرحلة الطفولة المبكرة .

٤. يتضح من خلال البحث ان اغلب عينة الأمهات المتعرضات لهذه الصفحات ذوات مستوى تعليم جامعي جيد .

٥. يتضح ان هذه الصفحات قد عززت المعلومات المعرفية لدى الأمهات لتشكيل الوعي الكافي في الوقاية من الأمراض الشائعة والمعدية التي تصيب الاطفال سنوياً كما عززت المعرفة والانتباه إلى العديد من الأمراض النفسية والجسدية التي يمكن ان تصيب الاطفال دون ادراك الأمهات لها .

❖ التوصيات:

١. توصي الباحثة بضرورة تعزيز الدراسات التي تهتم بدراسة جوانب الاطفال من مرحلة الطفولة المبكرة فما فوق ودراسة الأمهات من عدة جوانب لكون هذه الفئة من المجتمع هي اساس ومستقبل المجتمعات.

٢. ضرورة متابعة اجراء الدراسات التي تتعلق بالجوانب النفسية والاجتماعية لمرحلة الطفولة المبكرة لمعرفة الخلل والمعوقات والصعوبات التي تمكن المجتمع والأمهات من التعامل معها وتوضيح جوانبها .

٣. ضرورة زيادة الوعي لدى الأمهات في التوجه للمختصين لمعالجة والكشف المبكر عن حالات الاطفال وعدم الاعتماد الكلي على مواقع التواصل الاجتماعي أو الصفحات الخاصة بالأطفال .
٤. ضرورة وجود رقابة حكومية للمحتوى المقدم عبر حسابات مواقع التواصل الاجتماعي، وتوعية الأمهات والمجتمع عامة لكون بعض هذه الصفحات قد تكون من اشخاص اصحاب تجارب وليس من ذوي الاختصاص الطبي أو النفسي أو الاجتماعي .

❖ المصادر والمراجع:

١. احمد محمد بدر وآخرون، الثقافة الصحية، (عمان: دار الميسرة، ٢٠١٢م) .
٢. أمال عميرات، الاتصال الاجتماعي، (عمان: دار أسامة، ٢٠١٤م).
٣. بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٢م) .
٤. جبريل عزي حميد، مدى ممارسة مربيّات رياض الاطفال لحقوق الطفل في المدارس الحكومية بأمانة العاصمة صنعاء، مجلة العلوم التربوية والدراسات الانسانية، العدد ٧، ديسمبر، ٢٠١٩م.
٥. جمال الشرهان، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم، (الرياض: الحميضي للنشر، ٢٠٠٣م).
٦. جميل خليل محمد، الإعلام والطفل، (عمان: دار معتز للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
٧. جودت عزت عطوي، اساليب البحث العلمي، (عمان: دار الثقافة، ٢٠٠٩م).
٨. جيفري رورز، الجمهور التسويق في العالم الرقمي (ترجمة): مؤسسة هنداوي، (المملكة المتحدة: هنداوي للتوزيع، ٢٠١٧م) .
٩. حنان بنت شمشوع، اثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية" الفيس بوك و تويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، المملكة العربية السعودية، ٢٠٢٢م.
١٠. ديفلير، ساندرايول، نظريات وسائل الإعلام ، (ترجمة): كمال عبد الرؤوف ، (القاهرة: دار الدولية للنشر و التوزيع ، ١٩٩٢م).
١١. سمير محمود، الإعلام العلمي، (مصر: دار الفجر، ٢٠٠٨م).
١٢. عاطف العدلي، الدعاية الأسس النظرية والنماذج ،(القاهرة: دار الفكر العربي ، ٢٠٠٣م).
١٣. عائشة بنت ماطر عبد الحميد، الانعكاسات التربوية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والمادية للطفل من وجهة نظر الوالدين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية التربية، تخصص الاصول الإسلامية للتربية، جمهورية مصر العربية، ٢٠٢٤م.
١٤. عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسات في النظريات والأساليب، (الرياض: مكتبة العبيكان ، ١٩٩٤م) .
١٥. عبدالرزاق الدليمي،، الإعلام المتخصص، ط٢، (عمان: دار اليازوري، ٢٠٠٥م).
١٦. عبدالله الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٢م.
١٧. عبير الرحباني، الإعلام الرقمي، (الأردن: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م).
١٨. عدنان يعقوب، سيكولوجية الاتصال والعلاقات الإنسانية، (بيروت: دار النهار للنشر ، ١٩٧٩م).
١٩. كامل القيم التعرض لوسائل الاتصال، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢م).

٢٠. اللجنة الوطنية لتنمية الطفولة المبكرة، مؤسسة التعليم للجميع، منظمة اليونيسف، تنمية الطفولة المبكرة ما الذي نحتاج لمعرفته، (اليابان: مؤسسة ايدوس، ٢٠٢٠ م).
٢١. المجلس العربي للتنمية والطفولة، دراسة الإعلام ومعالجة قضايا حقوق الأطفال بالدول العربية، (القاهرة: مطبعة نوبار، ٢٠١٣ م).
٢٢. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط٣، (اليمن: دار الكتب، ٢٠١٩ م).
٢٣. محمد صاحب حسين عمار القريشي، عادات وأنماط تعرض مدينة بغداد للبث التلفزيوني الفضائي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٦ م.
٢٤. محمد عبد الحميد، دراسة جمهور في بحوث الاتصال، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٣ م).
٢٥. محمد عثمان نوري، تصميم البحوث في العلوم الاجتماعية والسلوكية خطوات البحث العلمي، (جدة: دار خوازم للنشر، ٢٠٠٧ م).
٢٦. نواف عدوان، المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري، (جامعة لوتيريانا في الولايات المتحدة الأمريكية: بدون دار نشر، ١٩٨٨ م).
٢٧. هاجر مجدي عبده، دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمياط، كلية الآداب، قسم الإعلام، جمهورية مصر العربية، ٢٠٢١ م.
٢٨. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد، (بغداد: دار الرشيد للنشر، ١٩٧٩ م).

Sources and references:

1. Johannes Ahlse and others (2020). It's time to TikTok Exploring Generation Z's motivations to participate in Challenges, Jonkoping university.
2. Bienvenido Leon& Michael Baurk& Wiebke Finkler& Maxwell Bay Koff&Lloyd S Davis, Strategies for Climate Change Communication Through Social Media: Objectives, Approach and Interaction. Media International Australia British Administration Society (BELMAS), Sageup, DOI,10.11771\132987Y211.38004 Journals. Sagepub.com,2021.
3. Ahmed Mohammed Badr and others, Health Culture, (Amman: Dar Al-Maisarah, 2012).
4. Amal Omeirat, Social Communication, (Amman: Dar Osama, 2014).
5. Barakat Abdul Aziz, Media Research Methods, Theoretical Origins and Application Skills, (Cairo: Dar Al-Kitab Al-Hadith, 2012).
6. Gabriel Ezzi Hamid, The Extent of Kindergarten Teachers' Practice of Children's Rights in Government Schools in the Capital Secretariat of Sana'a, Journal of Educational Sciences and Humanities, Issue 7, December, 2019.
7. Jamal Al-Sharhan, Educational Methods and Developments in Educational Technology, (Riyadh: Al-Humaidhi Publishing, 2003).

8. Jamil Khalil Muhammad, *Media and Children*, (Amman: Dar Moataz Publishing and Distribution, 2014).
9. Jawdat Ezzat Atwi, *Scientific Research Methods*, (Amman: Dar Al Thaqafa, 2009).
10. Jeffrey Roers: *Audience Marketing in the Digital World* (Translation) Hindawi Foundation, (United Kingdom: Hindawi Distribution, 2017).
11. Hanan Bint Shashou, *The Impact of Using Electronic Communication Networks on Social Relationships "Facebook and Twitter as a Model"*, Published Master's Thesis, King Abdulaziz University, Faculty of Arts and Humanities, Department of Sociology and Social Service, Kingdom of Saudi Arabia, 2022.
12. Devler, Sandrayol: *Media Theories*, (Translation) Kamal Abdel Raouf, (Cairo: Dar Al-Dawlia for Publishing and Distribution, 1992).
13. Samir Mahmoud, *Scientific Media*, (Egypt: Dar Al-Fajr, 2008).
14. Atef Al-Adly, *Advertising, Theoretical Foundations and Models*, (Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi, 2003).
15. Aisha bint Matar Abdul Hamid, *Educational implications of using social networking sites on the social and material values of the child from the parents' point of view*, unpublished master's thesis, Sohag University, Faculty of Education, specialization in Islamic principles of education, Arab Republic of Egypt, 2024.
16. Abdul Rahman Al-Hadeef, *How the media affect studies in theories and methods*, (Riyadh: Al-Aibkan Library, 1994).
17. Abdul Razzaq Al-Dulaimi, *Specialized Media*, 2nd ed., (Amman: Dar Al-Yazouri, 2005).
18. Abdullah Al-Raoud, *The role of social networking sites in political change in Tunisia and Egypt from the point of view of Jordanian journalists*, published master's thesis, Middle East University, 2012.
19. Abeer Al-Rahbani, *Digital Media*, (Jordan: Osama Publishing and Distribution House, 2002).
20. Adnan Yaqoub, *Psychology of Communication and Human Relations*, (Beirut: Dar Al-Nahar Publishing, 1979).
21. Kamel Al-Qayem *Exposure to the Media*, (Cairo: Alam Al-Kutub, 1992).
22. National Committee for Early Childhood Development, *Education for All Foundation, UNICEF, Early Childhood Development What We Need to Know*, (Japan: Eidos Foundation, 2020).

23. Arab Council for Development and Childhood, Study of Media and Addressing Children's Rights Issues in Arab Countries, (Cairo: Nubar Press, 2013).
24. Muhammad Sarhan Ali Al-Mahmoudi, Scientific Research Methods, 3rd ed., (Yemen: Dar Al-Kutub, 2019).
25. Muhammad Sahib Hussein Ammar Al-Quraishi, Customs and Patterns of Exposure of the City of Baghdad to Satellite Television Broadcasting, Unpublished PhD Thesis, University of Baghdad, College of Media, 2006.
26. Muhammad Abdul Hamid, Audience Study in Communication Research, (Cairo: Alam Al-Kutub, 1993).
27. Muhammad Othman Nouri, Research Design in Social and Behavioral Sciences, Steps of Scientific Research, (Jeddah: Dar Khawazem for Publishing, 2007).
28. Nawaf Adwan, Introduction to Mass Communication Research, (Lutheriana University in the United States of America, without a publishing house, 1988).
29. Hajar Magdy Abdo, The Role of Social Media in Raising Citizens' Awareness of Health Initiatives, Unpublished Master's Thesis, Damietta University, Faculty of Arts, Department of Media, Arab Republic of Egypt, 2021.
30. Hadi Noman Al-Hiti, Mass Communication, the New Perspective, (Baghdad: Dar Al-Rasheed for Publishing, 1979).