

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

- د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مديرة اللغة العربية:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الستون - الجزء الثاني - جمادى الأولى ١٤٤٣ هـ - يناير ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر بالغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ٥٨٣ ■ سلطة المكانة السوسيوومترية الرمزية للمؤثرين وعلاقتها بتحقيق أهداف تسويق الأفكار على مواقع التواصل الاجتماعي في مصر- دراسة ميدانية  
أ.م.د/ نهله زيدان الحوراني
- ٦٢٥ ■ تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات الصحية عبر تقنيات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم (دراسة في إطار نموذجي الاستخدام والتأثيرات، وتقبل التكنولوجيا)  
أ.م.د/ محمد محمد عبده بكير
- ٦٨١ ■ اتجاهات الشباب المصري نحو معالجة قنوات اليوتيوب لجرائم العنف الأسري «دراسة ميدانية»  
أ.م.د/ سعاد محمد محمد المصري
- ٧٤٣ ■ واقع استخدام المواقع الإخبارية لمستويات العبء الإدراكي في تحقيق التوازن البصري بين عناصر التصميم  
د/ منال محمد أبوالمجد
- ٧٩٣ ■ المعالجة الإعلامية لأزمة سد النهضة بموقع تويتر - دراسة تحليلية للرسائل الاتصالية (التغريدات) للمتحدث الرسمي لوزارة الخارجية المصرية  
د/ ولاء يحيى مصطفى
- ٨٤٣ ■ أطر معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لقضايا حقوق الطفل - دراسة تحليلية  
د/ مها مدحت محمد كمال
- ٩٠٣ ■ ضوابط حماية الحق في الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية  
د/ شيرين محمد كدواني

٩٤٩

■ أطر معالجة العلاقات الأمريكية الصينية في مواقع القنوات الإخبارية الأمريكية والصينية- دراسة تحليلية مقارنة لموقعي CNN & CGTN الناطقين بالعربية  
د/ ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان

---

١٠٢٣

■ استخدام أخصائي الإعلام التربوي لصفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) كبديل لصحف الحائط أثناء جائحة كورونا  
د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس

---

١٠٥٩

■ رؤية القائم بالاتصال في الصحافة الاستقصائية لواقع الممارسة المهنية لعمله وانعكاسها على مستوى أدائه المهني «دراسة لإشكاليات ممارسة العمل الصحفي الاستقصائي في مصر بين الواقع والمأمول»  
د/ سامح حسنين عبد الرحمن

---





● استخدام أخصائي الإعلام التربوي لصفحات التواصل الاجتماعي  
(فيسبوك) كبديل لصحف الحائط أثناء جائحة كورونا

- **Uses of social networking pages (Facebook) From The educational media specialist's As an alternative to wall newspapers during the Covid 19 pandemic**

● د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس

مدرس بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس.

Email: dr.abdelrahman2012@yahoo.com

### ملخص الدراسة

استهدف البحث التعرف على الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) كوسيلة بديلة للصحافة المدرسية، يستخدمها أخصائي الإعلام التربوي أثناء الأزمات والكوارث؛ لإخبار المعلمين والطلاب بأهم التعليمات التي تسعى إدارة المدرسة أو الموجهين لإيصالها إليهم، كما سعى لمعرفة الدور الذي يمكن أن تؤديه كوسائل مرشدة للطلاب؛ للبحث على المواقع التي تفيدهم في العملية التعليمية أثناء بداية جائحة كورونا، وكيفية تطورها، من خلال بحث تحليلي على عينة من صفحات بعض المدارس على فيسبوك، هي مدارس: (صفية زغلول الثانوية بنات التابعة لإدارة حدائق القبة التعليمية - مدرسة السلام الإعدادية بنين التابعة لإدارة الوائلي التعليمية - مدرسة القبة الفداوية الابتدائية التابعة لإدارة الوائلي التعليمية). من ديسمبر 2018 حتى نوفمبر 2021، واستخدم الباحث استمارة تحليل مضمون للصفحات المدرسية عينة البحث، وقد توصل البحث إلى عدد من النتائج جاءت ملائمة لموضوعه، وأكدت أن العلاقة بين صفحات المدارس على فيسبوك والصحافة المدرسية علاقة تكاملية، لا يمكن أن تلغي إحداها الأخرى على الإطلاق؛ بل يعملان جنباً إلى جنب خلال أوقات الأزمات والكوارث- لا قدر الله- ولتحقيق فكرة الأنية والحالية، ثم جاءت أهم توصيات البحث بضرورة إجراء بعض الأبحاث المرتبطة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام التربوي، أخصائي الإعلام التربوي، كوفيد 19، صفح الحائط.

### Abstract

The study aimed to identify the role that social media (Facebook) can play as an alternative means for school wall newspapers, used by the educational media specialist, To inform teachers and students and his parents of the most important instructions that the school administration or mentors seek to deliver to them, He also sought to know the role that it can play as guide for students to search for sites that benefit them in the educational process during the beginning of covid19 and how it has developed now, Through an analytical research on a sample of some pages of schools on Facebook, this schools is: Safia Zaghoul Secondary School for Girls affiliated to Hadayek al-Qubba Educational Administration - Al-Salam Preparatory School for Boys affiliated to al-Waili Educational Administration - al-Qubba al-Fedawiya Primary School affiliated to al-Waili Educational Administration from December 2018 until November 2021, The researcher used a content analysis form for the school pages of the same research, and the research reached a number of results that were appropriate to the topic of the research and stressed that the relationship between the school pages on Facebook and the school newspaper is an integrative relationship that cannot cancel each other out at all, but rather work side by side during times Crises and disasters, God forbid, and to achieve the idea of the present and the stop press which means publishing important and prominent news events and achieving journalistic individuality , then the research references came in end of the research .

Key Words: Educational Media, specialist's of Educational Media, Covid19, Wall Newspapers.



أصبح لصفحات التواصل الاجتماعي، وخاصة صفحات الفيسبوك، في الوقت الراهن جمهور كبير للغاية، لو أحسن استخدامها ستصبح بديلاً فاعلاً ومكملاً للصحف الورقية والصحف المدرسية؛ وذلك لقدرتها كعنصر مهم للتواصل؛ موجودة على جميع الهواتف المحمولة، ويسهل الوصول إليها في أي وقت، ولأي فرد أياً كانت ثقافته أو مستوى تعليمه، فحسب بيان لوزارة الاتصالات<sup>1</sup> بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في مصر حوالي نحو 48.5 مليون مستخدم، بكثافة انتشار 55.7٪، وذلك وفقاً لنتائج مسح استخدامات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الأسر والأفراد 2020/2019، وكان تقرير صادر عن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، قد كشف عن وصول حجم الاشتراكات بالهاتف المحمول إلى 96.42 مليون في نهاية مارس 2020، مقارنة بنحو 96.03 مليون في نهاية فبراير 2020، و93.42 مليون بنهاية مارس 2019.

وأوضح التقرير أن عدد مستخدمي الإنترنت عن طريق المحمول وصل نحو 42.30 مليون في نهاية يناير 2020، مقارنة بنحو 39 مليوناً بنهاية ديسمبر 2019، و34.13 مليون بنهاية يناير 2019.

مما دفع عديداً من الوزارت والهيئات الحكومية لاستخدامها كمنصات تواصل مع جموع الجماهير، ولعلنا هنا نذكر حديث د/ خالد مجاهد، المتحدث الرسمي باسم وزارة الصحة المصرية<sup>2</sup>، عن تطوير الوزارة منصاتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدامها لإعلام الجماهير كبديل للصحف لسهولة وصول الجماهير إليها، التي تستقي معظم معلوماتها منها وتصدقها، واقترب رواد صفحة وزارة الصحة المصرية على فيسبوك من 11 مليون متابع، ونظراً لخطورة الورق كناقل لفيروس COVID19 (كورونا)، وفي استطلاع رأي نشرته جريدة أموال الغد الإلكترونية، ثبت أن 56٪ من الناس يفضلون الفيسبوك في الحصول على الأخبار، و 26٪ يعتمدون على الصحافة الإلكترونية، بينما 18٪ يعتمدون على الاثنين معاً<sup>3</sup>.

وفي تقرير نشرته إذاعة BBC News عربي<sup>4</sup> عن المصادر الرئيسية التي يأخذ منها الجماهير أخبارهم، وجد أن 28% من الشباب الذين يتراوح أعمارهم من 18 إلى 24 سنة يلجأون إلى وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي لمعرفة الأخبار، وفي ظل جائحة كورونا (COVID 19)، التي أصبحت واقعاً يتعامل معه جميع البشر في العالم الآن، وفي ظل زيادة فرصة الإصابة بالمرض عن طريق الورق والأسطح كما ترى منظمة الصحة العالمية WHO عبر موقعها الإلكتروني، أنه يمكن للأشخاص أن يلتقطوا عدوى (COVID 19) من آخرين مصابين بالفيروس عبر الأسطح، باعتبار الورق وسطحه أحد المصادر لنقل العدوى، ورغم أن بقاءه على الورق قد يأخذ أقل من 24 ساعة، وأنه يمكن تطهيرها بالمطهرات<sup>5</sup>؛ لكن ستظل هناك خطورة لنقل الفيروس عبر ملامسته لصعوبة تطهيره، فلو حدث ذلك سيطمس الكلام الموجود.

ولما كانت الصحافة المدرسية إحدى الوسائل التي تنقل المعلومات وتخبر المعلمين بتعليمات الإدارة، كما أن لها دوراً كبيراً في تنمية الوعي المعلوماتي، ولما كانت الصحافة المدرسية الإلكترونية تتميز بسهولة وصول المجتمع المدرسي إليها؛ إذ تمثل أهم مصادر المعلومات بالنسبة للطلاب، كما أكدت دراسة ثروت كامل وآخرون، أن 92.5% من الطلاب عينة دراستهم تعتمد على الصحافة الإلكترونية المدرسية لاستقاء معلوماتهم<sup>6</sup>.

ولما كان الطلاب في مراحل التعليم المختلفة يحاولون بشتى الطرق معرفة أخبار مدارسهم، وأن يكونوا في تواصل مستمر معها، فقد أكدت دراسة أحمد يونس<sup>7</sup> أهمية العلاقة التفاعلية بين الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي، التي تجعل الشباب نشطاً مجتمعياً، وتعد وسيلة ومصدراً مهماً من مصادر إبراز الشباب مواهبهم وإمكاناتهم وميولهم، ومشاركتهم في جميع الأنشطة والمجالات الثقافية والاجتماعية، إضافة إلى أهمية التفاعل بين الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي.

من هنا يحاول هذا البحث معرفة الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) كوسائل بديلة للصحافة المدرسية، يستخدمها أخصائي الإعلام التربوي لتعبير الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة عن أنفسهم وإظهار مواهبهم لمعلميهم وزملائهم، كما يحاول معرفة الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي لأداء وظيفة الوظيفة الإخبارية للصحافة المدرسية؛ لإخبار المعلمين والطلاب بأهم التعليمات التي تسعى إدارة المدرسة أو الموجهين لإيصالها إليهم في ظل التباعد الاجتماعي وقلة التواصل الناجم عن ظروف جائحة كورونا (COVID 19).

## الدراسات السابقة:

قُسمت الدراسات السابقة إلى محورين:

### أ. محور خاص بالدراسات التي تناولت استخدامات الإعلام التربوي وأدواره:

1- دراسة هيام عبد العاطي<sup>8</sup>: التي هدفت إلى وضع تعريف للإعلام التربوي، والدور الذي يمكنه أن يؤديه في تفعيل العلاقة بين المدرسة والمجتمع المحلي، وتطوير ذلك الدور، وذلك على عينة عشوائية من مدارس محافظتي الجيزة والمنوفية في مراحل التعليم قبل الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها للبحث الحالي: غياب استخدام المدارس عينة الدراسة للمستحدثات التكنولوجية، والنظرة السلبية لأولياء الأمور تجاه أنشطة الإعلام في المدارس.

2- دراسة شيماء الهادي<sup>9</sup>: التي هدفت إلى التعرف على دور الإعلام المدرسي في مقاومة الغزو الثقافي، وجهودها في ذلك، ومدى قدرتها على مواجهة تلك الآثار، وذلك على عينة قوامها 400 طالب في المرحلة الثانوية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها للبحث الحالي: أن طلاب المرحلة الثانوية لديهم تأثر كبير بالثقافة الأجنبية، ومقلدون لها، واحتلت الندوات والمناظرات المرتبة الأولى من بين أكثر وسائل الإعلام المدرسي في قدرتها على التوعية ضد الغزو الثقافي، وما يهمنها في تلك النتيجة استبعاد أثر الندوات والمناظرات في الأشكال الفنية المستخدمة في كتابة الموضوعات من قبل أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية في المدارس عينة الدراسة لعدم اتفاقهم مع بعض المراحل العمرية في المدارس عينة الدراسة.

3- دراسة إيمان عبد الغني<sup>10</sup>: التي هدفت إلى إعداد برنامج أنشطة إعلامية لإكساب التلاميذ المفاهيم والسلوكيات البيئية، وذلك على عينة قوامها 60 تلميذاً في المرحلة الابتدائية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها للبحث الحالي: أنها توصلت إلى أنه يمكن إكساب الطلاب المفاهيم والمعلومات من خلال أنشطة الإعلام التربوي.

4- دراسة عزيزة إبراهيم<sup>11</sup>: التي هدفت إلى التعرف على الدور الذي يمكن أن يؤديه الإعلام التربوي في إكساب تلاميذ المرحلة الإعدادية حقوقهم، ومدى متابعتهم لأنشطة الإعلام التي تقام داخل المدرسة، وذلك على عينة عشوائية قوامها 450 تلميذاً، إضافة إلى تحليل مضمون لعينة عمديّة من الصحف ومجلات الحائط والبرامج الإذاعية التي تنفذ داخل تلك المدارس، وتوصلت الدراسة إلى

عدة نتائج أهمها للبحث الحالي: أن الإذاعة المدرسية هي أول الأنشطة التي يتابعها التلاميذ، يليها المسرح المدرسي، ثم الصحافة المدرسية.

5- دراسة حارث الشيخون<sup>12</sup>: التي هدفت إلى بيان أثر الإعلام التربوي في تحقيق الدور التربوي في تشكيل وعي الطفل، والوقوف عند تشكيل وعي الطفل والمؤثرات والمكتسبات وكيفية تنمية الجزء الإيجابي والسيطرة على الجزء السلبي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها للبحث الحالي: أن الإعلام التربوي يمكن أن يسهم بأسسه المختلفة في بناء الشخصية الإنسانية، من خلال تربية الدوافع بإشباعها وتهذيبها، وتنمية جوانب الشخصية الفكرية، والنفسية، والاجتماعية، وطبعها بالصفات التي تحفظ اتزانها.

6- دراسة أميرة مصطفى محمود<sup>13</sup>: التي هدفت إلى التعرف على استخدام الإعلام التربوي في التوعية بمفاهيم الجودة من خلال أنشطة مختلفة، وذلك على عينة قوامها (15) تلميذاً وتلميذة من المشاركين في أنشطة الإعلام التربوي بمدرسة سعد زغلول الابتدائية بإدارة كفر الشيخ بمحافظة كفر الشيخ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود اتجاه إيجابي للتلاميذ عينة الدراسة التجريبية على مقياس الاتجاه نحو دور أنشطة الإعلام التربوي في التوعية بمفاهيم الجودة.

#### ب. محور خاص بالاستخدامات التعليمية لصفحات التواصل الاجتماعي:

6- دراسة Paul William<sup>14</sup>: التي هدفت إلى التعرف على كيفية استخدام الطلاب الجامعيين لصفحات التواصل الاجتماعي على فيسبوك، من خلال التحليل الوصفي لمشاركات الطلاب وتفاعلاتهم، كما درست القضايا التي يناقشها هؤلاء الطلاب على تلك الصفحات، وحلت على مدار (14) شهراً، فتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها للبحث الحالي: أن المعلمين الجامعيين كان هدفهم من استخدام مجموعات الفيسبوك مشاركة الطلاب التطور الأكاديمي الخاص بالطلاب، وتقديم الدعم اللازم لهم، كما شاركهم آراءهم حول بعض الموضوعات العامة، كالعادلة الاجتماعية والدمج المقدم لهم، ومشاركة قصصهم الاجتماعية وبعض المواد الترفيهية، وهنا تأكيد لدور صفحات التواصل الاجتماعي في التعامل مع المؤسسات التعليمية، والربط بينها وبين الطلاب لو أحسنت المنشأة التعليمية استخدامها.

7- دراسة أحمد عاطف<sup>15</sup>: التي هدفت إلى معرفة كيفية استخدام أخصائي الإعلام التربوي لشبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك التعرف على الإشباع المتحققة لهم،

ودوافع استخدامهم لهذه الشبكات، وذلك على عينة قوامها 400 مفردة مقسمة بالتساوي بين أخصائيي الإعلام التربوي بمحافظات (القاهرة - الفيوم - الشرقية - الزقازيق - الإسكندرية)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها **للبحث الحالي**: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام أخصائيي الإعلام التربوي لصفحات وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى (النشاط - الإشباع) المتحققة منها.

**8- دراسة قاسم مصطفى<sup>16</sup>**: التي هدفت إلى تقصي استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي لأغراض تعليمية، لدى عينة تكونت من 249 طالباً وطالبة من كل المستويات التعليمية بكلية التربية بجامعة الملك سعود، وكان من أهم نتائجها **للبحث الحالي**: أن الطلاب يستخدمون بشكل مفرط وسائل التواصل الاجتماعي، ومن بين الأغراض التي يستخدمونها فيها الأغراض التعليمية، ولا توجد فروق تذكر في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي طبقاً للمستوى التعليمي.

**9- دراسة كريم حسن<sup>17</sup>**: التي هدفت إلى التعرف على علاقة استخدام الطلاب لصفحات الجامعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمصداقية الجامعة لديهم، واعتمد على عينة قوامها 500 مفردة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة والأجنبية، ومن أهم نتائجها **للبحث الحالي**: وجود علاقة بين استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي للجامعة ودرجة مصداقية الجامعة لديهم، وأكد الطلاب الأكبر سناً في المراحل الدراسية أن الأسلوب الذي تتعامل به الجامعة يوضح اهتمامهم بالطلاب في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.16 ووزن نسبي 83.2.

**10- دراسة نورا المنصور<sup>18</sup>**: التي هدفت إلى معرفة تصورات طلاب كليات التربية حول الاستخدام التعليمي لوسائل التواصل الاجتماعي من قبلهم، من خلال فحص تجارب (7) طلاب بالدراسات العليا عبر المقابلات المقننة، ومن أهم نتائجها **للبحث الحالي**: أن الطلاب عينة الدراسة كانوا يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية.

### **مدى إفادة الباحث من الدراسات السابقة:**

- أفاد الباحث من دراسة هيام عبد العاطي: في التأكد من أن للإعلام التربوي في المدارس دوراً بارزاً في تفعيل العلاقة بين المدرسة والمجتمع المحيط، على الرغم من النظرة السلبية التي قد يراها بعض أولياء أمور الطلاب لأنشطة الإعلام التربوي، ونظرتهم إليه بوصفه مضيعة لأوقات أبنائهم، ومن ثم يجري الباحث

- الدراسة الحالية لفهم طبيعة تلك العلاقة في صفحات المدارس الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك).
- أفاد الباحث من دراسة شيماء الهواري: في تحديد الأشكال الفنية التي يمكن إخضاعها للتحليل في استمارة تحليل المضمون الخاصة ببحثه.
- أفاد الباحث من دراسات إيمان عبد الغني، وحاترث شيخون، وقاسم مصطفى: في تأكده من أنه يمكن إكساب معلومات ومفاهيم للطلاب من خلال أنشطة الإعلام التربوي، ومن ثمَّ توجد حاجة لإجراء بحث لدراسة ما لصفحات المدارس عينة الدراسة من دور إخباري للمعلمين والطلاب.
- أفاد البحث من دراسات عزيزة إبراهيم، وأميرة مصطفى محمود، وكريم حسن: في تحديد المراحل الدراسية التي يمكن إجراء البحث الحالي عليهم، وعلى أسرهم، وجمهور المتعاملين مع مدارسهم (تحديد عينة المدارس محل البحث).
- أفاد البحث من دراسة أحمد عاطف، Paul William في تحليل مشاركات جمهور الصفحات عينة الدراسة وتفاعلاتهم مع تلك الصفحات، وتحديد كيفية تلك المشاركات، وذلك بوضع جداول تحليل المضمون الخاصة بالبحث الحالي، كما أفاد منها في الجدول الخاص بمعرفه رجع الصدى من قبل أخصائي الإعلام التربوي على جماهير صفحته (ردود الأدمن على التعليقات).
- أفاد الباحث من دراسة نورا المنصور: في فهم إمكانية إجراء دراسة لبحث استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصات تعليمية.

### التعليق على الدراسات السابقة:

- لاحظ الباحث خلال اطلاعه على أدبيات البحث العلمي، واطلاعه على الدراسات السابقة، قصوراً في الدراسات التي تهدف إلى تحليل الصفحات المدرسية، وكيفية التعامل معها من قبل أخصائي الإعلام التربوي وجماهير المدرسة داخليا وخارجيا.
- كما لاحظ أن الدراسات السابقة جميعها لم تتطرق لكيفية استخدام أخصائي الإعلام التربوي لصفحة مدرسته في نشر الأخبار والحوار مع جماهيرها (الداخلية من طلاب ومعلمين - والخارجية من أولياء أمور)، ولكن تطرق بعضها للتعامل مع المجتمع المحيط، كدراسة هيام عبد العاطي.

## مشكلة البحث:

توجد حاجة ملحة للبحث عن بديل يتماشى جنباً إلى جنب مع الصحف المدرسية في ظل انتشار الأوبئة العالمية، والعدوى التي قد تحدث من لمس الأوراق وتناقل لمسها من شخص لشخص، أو تدفع الناس للمكوث في منازلهم؛ تدفع أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية للبحث عن بديل يستطيع من خلاله القيام بواجباته ومهامه الوظيفية بالتأثير نفسه، أو بتأثير مقارب على الأقل في نقل الأخبار والتعليمات من إدارة المدرسة لجمهورها داخليا (طلاب - مدرسين - موظفين - عمال)، وخارجيا (أولياء أمور - هيئات أو جهات مستفيدة- مجتمع محيط)، في ظل الضرورة الملحة لتسيير العملية التعليمية واستمرارها، وفي الوقت نفسه المشاركة المجتمعية، مع تحليل نقاط القوة والضعف فيها لتحقيق جودة العملية التعليمية المنشودة.

من هنا لجأت المدارس في جميع المراحل التعليمية للاهتمام بصفحات التواصل الاجتماعي (Facebook) للتعامل مع أزمة فيروس كورونا والتواصل مع جماهيرها، داخليا أو خارجيا، ومن هنا كان سعي هذا البحث مرتكزا إلى معرفة كيف تم هذا الإحلال والتجديد، والطرق المتبعة لتوصيل المعلومات والأخبار عن طريق الفيسبوك كبديل، وكوسيلة قد تكون فاعلة في أداء تلك المهمة، خاصة في ظل هذا التشابه الواضح بين مجالات الحائط وصفحات الفيسبوك في آليه التعامل معها كمنصات للتعبير عن الرأي والخبر وترك الانطباعات؛ بل وتنويه المستخدمين بالمناسبات الخاصة والعامة، والسؤال الذي يطرح نفسه الآن: هل أدت صفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) الخاصة بالمدارس تلك المهمة، ونجحت في تحقيق هذا الإحلال وتلك الغاية المهمة والملحة في التواصل بين المدرسة وجماهيرها من أجل تحقيق الأهداف الرئيسية في العملية التعليمية؟

ومن هنا يمكننا تلخيص المشكلة البحثية للبحث في: ما الدور الذي يمكن أن تؤديه صفحات التواصل الاجتماعي (Facebook) الخاصة بالمدارس عبر الإنترنت كبديل للصحافة المدرسية في توصيل المعلومات في ظل جائحه كورونا؟ وكيف يتم ذلك؟

## أهداف البحث:

يسعى البحث الحالي لتحقيق عدد من الأهداف أهمها:

1. تحليل دور صفحات التواصل الاجتماعي في إخبار جماهير المدرسة (داخليا - خارجيا) بأهم التعليمات الإدارية، والبحث عن بدائل تعليمية في ظل الأزمات والكوارث.

2. تفسير الدور الذي يمكن أن تؤديه صفحات التواصل الاجتماعي مع الطلاب في تحقيق غاية العملية التعليمية في الإخبار عن بعد كجزء من سياسة التحول إلى التعلم عن بعد.
3. الكشف عن واقع صفحات التواصل الاجتماعي في حياة جماهير المؤسسات التعليمية لدى الطلاب والمعلمين.
4. التعرف على نوع المادة التحريرية المستخدمة على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمدارس، وكيفية عرض أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية للمحتوى، وتفسير العلاقة بينها وبين كم التفاعل عليها.
5. البحث عن وسائل وسبل دعم مالي عبر صفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) الخاصة بالمدرسة، وتحقيق اكتفاء ذاتي عبر جماهيرها في المستقبل القريب.

### أهمية البحث:

الأهمية النظرية: تتبع الأهمية النظرية للبحث من خلال:

- 1- التعرف على واقع التعامل مع صفحات التواصل الاجتماعي كمنصات إخبارية وتعليمية وإرشادية، والخروج من كونها صفحات ترفيهية.
- 2- محاولة الإضافة لمكتبة الإعلام التربوي حول دور جديد للصحافة المدرسية خلال الأزمات والكوارث.
- 3- تفسير العلاقة بين المحتوى المنشور على صفحات المدارس وكم التفاعلات عليها.
- 4- أهمية المراحل السنوية من جماهير المدرسة الداخلية للصفحات عينة البحث، وحساسيتها في التعلم من خلال الأنشطة، وتدريبهم على الكتابة من خلال تلك الصفحات؛ في محاولة للبحث عن (صحفي صغير) في المستقبل القريب كما كان في الماضي الذي ليس ببعيد.

الأهمية العملية: تتبع أهمية البحث العملية من:

- 1- أهمية معرفة البديل الأمثل للصحافة المدرسية المطبوعة في ظل الأمراض والأوبئة.
- 2- إعلام أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية بأهم الأشكال التحريرية التي يمكن أن تؤثر على جماهيره: الداخلية (طلاب ومعلمين) - الخارجية (أولياء أمور ومجتمع محيط).



- 3- إعداد أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية وتأهيله وتدريبه وتطوير مهارات التواصل لديه عن طريق فهمه للمواد المحببة لجماهير مؤسسته التعليمية.
- 4- فتح مجال جديد لدعم المدارس ماديا عن طريق الإعلان والتسويق عبر صفحاتها، ومحاولة تحقيق الاكتفاء الذاتي لو أحسن استخدامها بعد التقنين القانوني لهذا الدعم المادي.

### تساؤلات البحث:

يسعى البحث الحالي للإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ما العلاقة بين عدد المعجبين بصفحات المدارس عينة الدراسة وفاعليتها كبديل لصحيفة الحائط؟
- 2- ما نوعية محتوى المواد المنشورة على الصفحات الخاصة بالمدارس عينة الدراسة؟
- 3- ما نوع المادة التحريرية المنشورة على الصفحات عينة الدراسة؟
- 4- كيف يتفاعل متابعو الصفحات عينة الدراسة مع المنشورات بصفحات المدرسة؟
- 5- هل يوجد اهتمام لأخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية في الصفحات عينة الدراسة بالرد على أسئلة وتعليقات رواد الصفحات عينة الدراسة؟
- 6- ما العلاقة بين المحتوى المنشور وكم التفاعلات عليه بصفحات المدارس عينة الدراسة؟
- 7- ما العلاقة بين نوع المادة التحريرية المستخدمة لعرض المحتوى وكم التفاعلات عليها؟

### مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة في المدارس بصفة عامة، وصفحات وسائل التواصل الاجتماعي (Facebook) للمدارس في جميع المراحل التعليمية.

### عينة البحث:

حلل الباحث مضمون عدد (3) صفحات لوسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالمدارس على فيسبوك، خلال الفترة من ديسمبر 2018 حتى نوفمبر 2021، أي قبل جائحة كورونا العالمية وأثناءها، وهي:

- 1- صفحة أم المصريين، الخاصة بمدرسة صفية زغلول الثانوية بنات- إدارة الزيتون التعليمية بالقاهرة (أُغلقت في يونيو 2021 ثم استأنفت نشاطها في يوليو 2021).

- 2- صفحة مدرسة القبة الفداوية الابتدائية التابعة لإدارة الوايلي التعليمية القاهرة.  
3- صفحة مدرسة السلام الإعدادية بنات، التابعة لإدارة حدائق القبة التعليمية بالقاهرة.

وقد اختيرت تلك المدارس للأسباب الآتية:

- تنوع الفئات العمرية للطلاب عينة الدراسة (ابتدائي - إعدادي - ثانوي) في المدارس المختارة.
- اختلاف النوع بين الطلاب عينة الدراسة (إعدادي بنات - ثانوي بنات - ابتدائي مختلط ذكور - إناث).
- القرب المكاني للمدارس- عينة الدراسة- من الباحث، وسهولة تواصل الباحث مع أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية فيها في حالة وجود حاجة للتواصل مع أخصائي الإعلام التربوي لتطوير بحثه، أو إجراء دراسة تجريبية لتدريبهم، ودراسة الفروق بين تلك الدراسة ودراسته المستقبلية في حال إجرائها، وكونه أحد المحاضرين ضمن فريق وحدة التدريب التابعة لقطاع البيئة بجامعة عين شمس.

### أدوات البحث:

استخدم الباحث استمارة تحليل مضمون للصفحات المدرسية عينة الدراسة، وذلك لتحليل مضمون الصفحات عينة الدراسة في الفترة من ديسمبر 2018 حتى نوفمبر 2021.

### مفاهيم البحث:

أخصائي الإعلام التربوي: يعرفه الباحث على أنه معلم نوعي متخصص، تم تأهيله أكاديميا وعمليا لأداء مهام العمل في المجال التربوي والبيئة المدرسية من إحدى كليات التربية النوعية، أو من كليات الإعلام والآداب، ثم حصل على تأهيل أكاديمي تربوي من كليات التربية؛ حتى يتمكن من العمل في مجال التعليم، ويستطيع أداء دوره المهني بنجاح في العملية التي يستخدم خلالها الأنشطة الإعلامية في المدارس، سواء كانت الصحافة المدرسية، أو الإذاعة المدرسية، أو المناظرات، أو غير ذلك، ويسهم في تقديم رسائل إعلامية ذات أهداف تربوية تتناسب والمرحلة السنوية التي يتعامل معها وتقدم من خلال الطلاب؛ بهدف بناء شخصية متكاملة للجماهير المدرسي تقوم على أساس الوعي والمعرفة والإدراك لواقع المجتمع الذين يعيشون فيه ومشكلاته<sup>19</sup>.

صفحات التواصل الاجتماعي: تعرف هنا في مجال البحث على أنها منظومة من الشبكات التي تبث عبر الإنترنت، وتتيح للمشارك فيها مواقع خاصة يستطيع التعبير فيها عن ذاته أو منتجاته، وهنا يقصد الباحث بالتحديد موقع فيسبوك كأحد أهم تلك المواقع وأبرزها، ويرتبط أعضاؤه بنظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والميول والهوايات نفسها<sup>20</sup>.

جائحة كورونا: يعرفها الباحث على أنها إحدى السلالات الواسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للإنسان والحيوان، وهي جائحة عالمية انتشرت في العالم كله عام 2019، وتتراوح حدتها من نزلات البرد الطبيعية الشائعة إلى الموت- لا قدر الله- بسبب فيروس جديد ضمن فصيلة كبيرة تسمى الفيروسات التاجية "كورونا"، تصيب الجهاز التنفسي، وقد تتحول إلى الأمراض الأشد خطورة مثل "سارس" و"ميرس"، ولم يكتشف علاج لـ "كوفيد-19" حتى وقت كتابة البحث ونشره<sup>21</sup>.

### نتائج البحث:

#### الإجابة عن تساؤلات البحث:

جدول (1) يوضح ترتيب الصفحات عينة الدراسة من حيث عدد الإعجاب بالصفحات على الـ Facebook

عدد المعجبين		اسم الصفحة
الترتيب	التكرارات	
1	3500	أم المصريين التابعة لمدرسة صفية زغول الثانوية بنات
3	1200	القبة الفداوية الابتدائية
2	1813	السلام الإعدادية بنات

يلاحظ من الجدول السابق أن مدرسة صفية زغول الثانوية بنات كانت من أكثر المدارس جذباً للمتابعين لصفحتها، فقد بلغ عدد متابعيها (3500) متابع؛ ما بين أولياء أمور ومعلمين (جمهور داخلي وخارجي للمدرسة)، وقد يرجع ذلك لشغف جمهورها لمعرفة فاعلياتها وأحداثها، أو استمرارية عملها وديمومتها في نشر الأخبار على صفحتها، إذ أنها من أكثر الصفحات عينة الدراسة حرصاً على دورية النشر اليومي أو الأسبوعي، بينما جاء في الترتيب الثاني مدرسة السلام الإعدادية بنات (1813) متابعاً، وجاء في الترتيب الثالث مدرسة القبة الفداوية الابتدائية، وقد يرجع ذلك لطبيعة جزء من جماهيرها الداخلية (طلاب المرحلة الابتدائية)، وذلك بإجمالي إعجابات قدرها (1200) متابع، وفي دراسة لـ Lund عام 2019 عن العلاقة بين عدد المتابعين على

صفحات الجامعات وجدت أنه من الممكن استغلال هذا العدد للمتابعين في التسويق، ومن ثمَّ جني المؤسسة التعليمية أرباح بشكل مبتكر<sup>22</sup>؛ فصفحة أم المصريين مثلاً، التي تحتل المركز الأول في عدد المتابعين، من الممكن جداً أن تستغل هذا العدد من جماهيرها في تحقيق دخل إضافي للمدرسة عن طريق الإعلانات، وبذلك تكون صفحات التواصل الاجتماعي فيسبوك تفوقت على صحف الحائط في الإعلان وإدخال ربح للمدرسة لتحقيق احتياجاتها، وهو اتجاه انتشر في مصر الآن؛ من تحقيق الكفاية الذاتية لكل مؤسسة، وإيجاد سبل دعم خاص بها، وذلك في إطار قانوني يمكن أن تتفق المدرسة مع الإدارة التعليمية والمديرية والوزارة في كيفية القيام به بشكل شرعي وقانوني سليم.

جدول رقم (2) يوضح محتوى المواد المنشورة على الصفحات عينة الدراسة

مج	موضوعات ترفيهية		موضوعات اجتماعية		تعليمات إدارة المدرسة		موضوعات دراسية		اسم الصفحة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
	756	٪2.4	18	٪11.6	88	٪28.7	217	٪57.3	صفية زغلول الثانوية بنات
	86	٪10.5	9	٪27.9	24	٪37.2	32	٪24.4	القبة الفداوية الابتدائية
	305	-	-	٪2.9	9	٪4.6	14	٪92.5	السلام الإعدادية بنات

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مدرسة السلام الإعدادية بنات جاءت في الترتيب الأول من بين المدارس عينة الدراسة في الاهتمام بالنشر عن الموضوعات الدراسية، بإجمالي موضوعات (282) موضوعاً من بين (305) موضوعات هي إجمالي موضوعاتها في جميع المجالات موضوع التحليل، وما نسبته 92.5٪ من موضوعاتها المنشورة عبر صفحاتها، بينما جاءت مدرسة صافية زغلول في الترتيب الثاني من حيث الاهتمام بالموضوعات الدراسية بإجمالي عدد (433) موضوعاً يخص العملية الدراسية من بين (756) موضوعاً هي إجمالي موضوعاتها في جميع مجالات التحليل، أي بنسبه 57.3٪ من موضوعاتها المنشورة على الصفحة، وعلى الرغم من كونها جاءت في الترتيب الثاني إلا أنه بالمقارنة بين إجمالي عدد موضوعات مدرسة السلام الإعدادية (305) موضوعات، وإجمالي عدد موضوعات مدرسة صافية زغلول وعددها (756) موضوعاً،

تتفوق بذلك مدرسة صفية زغلول في نشر الموضوعات الدراسية، رغم أنها تأتي في الترتيب الثاني في هذا الجدول، وجاءت مدرسة القبة الفداوية في الترتيب الثالث والأخير من حيث نشرها موضوعات دراسية بعدد (21) موضوعاً دراسياً، بما نسبته 24.4% من إجمالي موضوعاتها وعدده (86) موضوعاً، بينما جاءت في المرتبة الثانية من حيث نشرها للموضوعات الاجتماعية بإجمالي (24) موضوعاً اجتماعياً؛ ما بين تهنئة ومباركة في مناسبات بنسبة 27.9%، وجاءت أيضاً في المرتبة الثانية من حيث نشرها تعليمات الإدارة بنسبة 37.2%، أي ما يعادل (37) موضوعاً؛ مما يعني أنها رغم أن عدد منشوراتها أقل، (86) موضوعاً، إلا أنها كانت صفحة ذات طبيعة إخبارية بتعليمات الإدارة وتهنئة الزملاء أكثر من كونها صفحة تهتم بالموضوعات الدراسية كتبسيط علوم، أو الإحالة لروابط شروحات؛ أي أنها ذات طبيعة تقترب لكونها صفحة علاقات عامة أكثر منها صفحة تعليمية، ولعل تلك النتيجة تختلف مع ما ذهب إليه Tugrul بشكل كبير، فقد رأى وجود فرق واضح بين أساليب إدارة المحتوى الذي يكتبه المعلم ورؤيته لها، وأساليب إدارة المحتوى الذي يسعى إليه الطلاب<sup>23</sup>، فهنا كان هدف أخصائي الأخبار بالعملية التعليمية وتعليمات الإدارة، وهو ما تحقق بالفعل في جميع المدارس.

جدول (3) يوضح المواد التحريرية المستخدمة في عرض الموضوعات على الصفحة

اسم الصفحة		مقال		صور		كاريكاتير		فيديوهات	
	ك	%		ك	%	ك	%	ك	%
صفية زغلول	100	13.2%	582	77%	30	4%	44	5.8%	
القبة الفداوية الابتدائية	31	36%	49	57%	1	1.2%	5	5.8%	
السلام الإعدادية بنات	23	7.5%	232	76.1%	6	2%	44	14.4%	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مدرسة صفية زغلول الثانوية بنات اعتمدت على الكتابة المقالية بإجمالي عدد (100) مقال، في نشر أخبارها وموضوعاتها خلال فترة التحليل وما نسبته (13.2%)، بينما اعتمدت على الصور (582) مرة خلال فترة التحليل، أي ما نسبته حوالي (77%) من منشوراتها على صفحتها، واعتمدت على الكاريكاتير بتكرار (30) موضوعاً خلال فترة التحليل، أي بنسبة (4%) من موضوعاتها

والأشكال التحريرية المنشورة بها، واعتمدت على الفيديوهات بتكرار (44) مرة بنسبة (5.8%) من موضوعاتها، وذلك من إجمالي (765) منشوراً على صفحتها منذ بداية التحليل حتى انتهائه، مما يعني اعتمادها في المقام الأول على الصورة بنسبة (77%)، وجاء اعتمادها على المقال بنسبة (13.2%) في الترتيب الثاني، واعتمدت على الفيديوهات في الترتيب الثالث بنسبة (5.8%) وجاء في المرتبة الأخيرة اعتمادها على الكاريكاتير في المناسبات فقط تقريباً بنسبة (4%)، وقد يرجع اعتمادها على الصورة كي تضي مصداقية منشوراتها؛ فقلة الكلمات في الصورة يجعل الإقبال أكثر على المتابعة، وقد تكون اعتمدت عليها لما للصورة من (أبعاد تضمينية) تشرح ما وراء المحتوى المصور، وأخرى (عينية) تشرح ما هو موجود فعلاً في الصورة ومرئي، بينما اعتمدت مدرسة القبة الفداوية الابتدائية على الكتابة المقالية (31) مرة في نشر أخبارها وموضوعاتها خلال فترة التحليل بما نسبته (36%)، بينما اعتمدت على الصور (49) مرة خلال فترة التحليل، أي ما نسبته حوالي (57%) من منشوراتها على صفحتها، واعتمدت على الكاريكاتير في موضوع واحد خلال فترة التحليل، أي بنسبة (1.2%) من موضوعاتها والأشكال التحريرية المنشورة عليها، واعتمدت على الفيديوهات بتكرار قدره (5) مرات بنسبة (5.8%) من موضوعاتها، وذلك من إجمالي (86) منشوراً على صفحتها منذ بداية التحليل حتى انتهائه؛ مما يعني اعتمادها في المقام الأول على الصورة بنسبة (57%)، وجاء اعتمادها على المقال بنسبة (36%) في الترتيب الثاني، واعتمدت على الفيديوهات في الترتيب الثالث بنسبة (5.8%)، وجاء في المرتبة الأخيرة اعتمادها على الكاريكاتير في المناسبات فقط تقريباً بنسبة (1.2%)، والملاحظ هنا تشابه مدرسة القبة الفداوية مع مدرسة صفية زغلول في نسبة استخدامهما الفيديوهات كمادة تحريرية عبر صفحتيهما، وقد يرجع ذلك إلى أن الفيديوهات تحتاج لسرعة نت معينة، وباقات كبيرة، وقد يجعل استخدامها المتابعين يعزفون عن متابعه الخبر المنشور، أو لطبيعة المرحلة العمرية التي يتعاملون معها كمدرسة ثانوية يميل طلابها للسرعة في الأداء، وأيضاً كمدرسة ابتدائية (القبة الفداوية) التي يحاول جماهيرها من أولياء الأمور معرفة الملخص في أقل وقت ممكن.

بينما اعتمدت مدرسة السلام الإعدادية بنات على الكتابة المقالية (23) مرة في نشر أخبارها وموضوعاتها خلال فترة التحليل، بما نسبته (7.5%)، بينما اعتمدت على الصور (232) مرة خلال فترة التحليل، أي ما نسبته حوالي (76.1%) من منشوراتها على صفحتها، واعتمدت على الكاريكاتير بتكرار (6) موضوعات خلال فترة التحليل، أي

بنسبة (2%) من موضوعاتها والأشكال التحريرية المنشورة عليها، واعتمدت على الفيديوهات بتكرار قدره (44) مرة بنسبة (14.4%) من موضوعاتها وذلك من إجمالي (305) منشورات على صفحتها منذ بداية التحليل حتى انتهائه، مما يعني اعتمادها في المقام الأول على الصورة بنسبة (76.1%)، وجاء اعتمادها على الفيديوهات بنسبة (14.4%) في الترتيب الثاني، بينما اعتمدت على المقال بنسبة (7.5%) في الترتيب الثالث، وجاء في المرتبة الأخيرة اعتمادها على الكاريكاتير في المناسبات فقط تقريبا بنسبة (2%)، والملاحظ هنا أن أخصائي الصحافة اختلف عن مدرستي القبة الفداوية وصفية زغلول في اعتماده على الفيديوهات كمادة تحريرية، فقد جاءت في الترتيب الثاني عقب الصورة، ولعل تلك النتيجة تتفق إلى حد كبير مع الدراسة التي أجراها Malte Wattenberg<sup>24</sup> وبحثت مع بعض الجماهير الدوافع التي تجعلهم يقبلون أكثر على المنشورات بصفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، ووجدت أن استخدام الصور ومقاطع الفيديو في المنشور له تأثير إيجابي للغاية على تصور المستجيبين، الذين يقدرون القيمة المضافة لهذه العناصر، فيما يتعلق بتحفيز المستخدمين على الإعجاب بمنشور ما. وهنا ابتعد البحث الحالي تماما عن الندوات، التي أشارت دراسة شيماء الهواري إلى أهميتها للمرحلة الثانوية؛ ذلك لأن المرحلة الابتدائية مثلاً لن تكون الندوات وسيلة فاعلة في النشر؛ بل الصورة ستكون أكثر جدوى، والملاحظ في تلك النتيجة أن المرحلة الثانوية أيضاً اعتمد الأخصائي فيها على الصورة كمحتوى إخباري بصورة أكبر، وقد يكون ذلك لما للصورة من تأثير فاعل ومصدقية أكبر لدى الجماهير.

جدول (4) يوضح كيفية تفاعل المتابعين مع المواد المنشورة

مشارع سلبية (أغضبني - تعجب)		مشارع إيجابية (قلب - دعم)		إعجاب		تعليق		اسم الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.6%	12	7%	138	51.36%	1014	40.5%	810	صفية زغلول الثانوية بنات
6.4%	103	5.4%	87	48.2%	774	39.8%	638	القبة الفداوية الابتدائية
0.3%	2	8%	55	77.4%	539	14.4%	100	السلام الإعدادية بنات

يتضح من بيانات الجدول السابق أن جماهير (متابعي) مدرسة صفية زغلول الثانوية بنات اعتمدوا في تفاعلهم مع الصفحة على التعليق بتكرار قدره (810) مرات، بما نسبته (40.5%)، بينما اكتفوا باستخدام الإيماءات والمشاعر بأعجبي كدلالة على القراءة أو مجرد رؤية المنشور بنسبة (51.5%) بتكرار قدره (1014)، بينما استخدموا أحببته ودعم بنسبة (7%) بتكرار قدره (138)، واستخدموا أغضبني للتعبير عن استيائهم لما ينشر (12) مرة، بما نسبته (0.6%)، بينما اعتمد جماهير (متابعي) مدرسة القبة الفداوية الابتدائية في تفاعلهم مع الصفحة على التعليق بتكرار قدره (638) مرة، بما نسبته (39.8%)، بينما اكتفوا باستخدام الإيماءات والمشاعر بأعجبي كدلالة على القراءة أو مجرد رؤية المنشور بنسبة (48.2%) بتكرار قدره (774)، بينما استخدموا أحببته وأدعمه بنسبة (5.4%) بتكرار قدره (87)، واستخدموا أغضبني للتعبير عن استيائهم لما ينشر (103) مرات، بما نسبته (6.4%)، بينما اعتمد جماهير (متابعي) مدرسة السلام الإعدادية بنات في تفاعلاتهم مع الصفحة على التعليق بتكرار قدره (100) مرة، بما نسبته (14.4%)، واكتفوا باستخدام الإيماءات والمشاعر بأعجبي كدلالة على القراءة أو مجرد رؤية المنشور بنسبة (77.4%) بتكرار قدره (539)، بينما استخدموا أحببته وأدعمه بنسبة (8%) بتكرار قدره (55)، واستخدموا أغضبني للتعبير عن استيائهم لما ينشر (مرتان) بما نسبته (0.3%)، وتتفق تلك النتيجة بصورة كبيرة مع دراستي أحمد عاطف، و Paul William.

جدول (5) يوضح اهتمام أخصائي الصحافة (أدمن الصفحة) بالرد على تعليقات الزوار والمتابعين

اسم الصفحة	ردود الأدمن على التعليقات		عدم رد الأدمن على التعليقات		نسبة رد الأدمن على التعليقات بالنسبة لعدد التعليقات على المنشور
	ك	%	ك	%	
صفية زغلول الثانوية بنات	220	27.2%	590	72.8%	27.2%
القبة الفداوية الابتدائية	175	27.4%	463	72.6%	27.4%
السلام الإعدادية بنات	-	-	100	100%	0%

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم اهتمام أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية في المدارس عينة الدراسة بالرد على جمهور الصفحة (الداخلي - الخارجي)، سواء من زملائه أو أولياء الأمور والطلاب، وربما يرجع ذلك إلى حاجة أخصائي الصحافة في تلك الصفحات لمزيد من التدريب والتعود بالرد على المترددين على الصفحة، لما له من أهمية كبيرة في استمرار تواصل المتابعين لها، أو قد يرجع لعدم وجود وقت للرد، ويتضح ذلك



من مراجعة نسبة رد الأخصائي على ردود الجماهير المتابعة للصفحة، ففي مدرسة صفية زغلول مثلاً، كانت نسبة رد الأدمن على تعليقات المتابعين (27.2%) في المرتبة الثانية بين المدارس عينة البحث، بينما كانت ردود الأدمن في مدرسة القبة الفداوية على تعليقات الجمهور بما نسبته (27.4%) في المرتبة الأولى بين المدارس عينة البحث، وجاءت مدرسة السلام في الترتيب الأخير من حيث استجابة الأخصائي للرد على جماهير الصفحة بنسبة (0%)، وهي نسبة غير طبيعية تجعل الباحث يتساءل: لماذا إذن أنشأ الأخصائي الصفحة؟ لإعلامه في اتجاه واحد، ولا يمثل اتجاهين، ولا يهتم بمعرفه رجع الصدي على الصفحة رغم اهتمامه بنشر الأحداث والفاعليات عليها، وهو ما يتنافى أيضاً مع نتائج ورقة عمل قدمها Palomino<sup>25</sup> عام 2018، ذهبت إلى أن التعليق على رواد المؤسسة يزيد من انتماء العملاء ورواد صفحة المؤسسة لشعورهم بأهمية آرائهم ووجهات نظرهم، وبذلك يزيد التفاعل معها ووصول أخبارها أسرع (تحقيق الوصول مسعى معظم الشباب الآن في فيسبوك) لجماهيرها الداخلية والخارجية.

تفسير العلاقة بين المحتوى المنشور وكم التفاعلات عليه بصفحات المدارس عينة

#### الدراسة؛

### 1 - مدرسة القبة الفداوية:

جدول (6) يوضح العلاقة بين المحتوى المنشور وكم التفاعلات عليه بصفحة

مدرسة القبة الفداوية التابعة لإدارة الوايلي التعليمية

موضوعات ترفيهية		موضوعات اجتماعية		تعليمات إدارة المدرسة		موضوعات دراسية		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100%	26	100%	260	100%	345	100%	320	عدد التفاعلات على المنشور
88.5%	23	86.9%	226	93.6%	323	90%	288	التعليقات
11.5%	3	6.2%	16	5.2%	18	7.2%	23	إظهار المشاعر الإيجابية
-	-	6.9%	18	1.2%	4	2.8%	9	إظهار المشاعر السلبية

يتضح من بيانات الجدول السابق أن رواد صفحة مدرسة القبة الفداوية وجماهيرها استخدموا التعليقات على الموضوعات الدراسية بنسبة (90%) بتكرار قدره (288) تعليقاً،

وهي نسبة مرتفعة تدل على تفاعل قوي من جماهير المدرسة مع الموضوعات، وهذا هو الظاهر، ولكن بمقارنة عدد الموضوعات، وهي (86) موضوعاً موجود على الصفحة ككل، وهو عدد كبير نسبياً بالنسبة للموضوعات خلال مدة التحليل، أي أن أخصائي الصحافة حين ينشر الموضوعات يجد تفاعلات كبيرة نسبياً، وهو ما يرجح نجاح الصفحة كبديل لصفحة الحائط، بل تتخطاها، فصحيفة الحائط لا يراها إلا رواد المدرسة، ولكن صفحة التواصل الاجتماعي على فيسبوك تجعل كلاً من الأم والأب كأولياء أمور متابعين لما يحدث لإطلاعهم عليها عبر الموبايل أو أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم؛ بل يمتد للمجتمع المحيط بالمدرسة والمتعاملين معها بصفة عامة كجماهير للمدرسة وصفحها، بينما استخدموا المشاعر الإيجابية، كالقلب والإعجاب والدعم، بتكرار قدره (23) مرة على الموضوعات الدراسية، بما نسبته (7.2%)، وجاء تعبيرهم بالمشاعر السلبية للدلالة على عدم الرضا عن المنشور، مما يعطي دلالة لأخصائي الصحافة برفع الأمر لإدارة المدرسة لمعرفة أسباب عدم الرضا، بما نسبته (2.8%) بتكرار قدره (9) مرات على الموضوعات الدراسية، أي أن جماهير الصفحة كان تفاعلهم بالتعليق في المرتبة الأولى، ولم يكتفوا بإظهار المشاعر سواء إيجابية أو سلبية كمعظم متابعي صفحات التواصل الاجتماعي الذين يكتفون بالمتابعة الصامتة؛ مما يعني أن لديهم شغفاً بالفهم أكثر والاستفسار عبر التعليقات، بينما علّق جماهير صفحة مدرسة القبة الفداوية على تعليمات الإدارة بنسبة (93.6%) من تفاعلاتهم مع إجمالي عدد المنشورات الخاصة بتعليمات الإدارة على الصفحة، بينما عبروا بإظهار المشاعر الإيجابية (أعجبنى - دعم - أحببته) بنسبة (5.2%) بتكرار قدره (18) مرة، وعبروا بإظهار المشاعر السلبية بنسبة (1.2%) بتكرار قدره (4) مرات، بينما علّق جماهير صفحة مدرسة القبة الفداوية على الموضوعات الاجتماعية بنسبة (86.9%) من تفاعلاتهم مع إجمالي عدد المنشورات الخاصة بالموضوعات الاجتماعية، من تهنئة بأعياد، وزواج، وحصول المدرسة على جوائز من الإدارة، وزيارات لمسؤولي الإدارة ومديرية التربية والتعليم على الصفحة، وعبروا بإظهار المشاعر الإيجابية (أعجبنى - دعم - أحببته) بنسبة (6.2%) بتكرار قدره (16) مرة، وعبروا بإظهار المشاعر السلبية بنسبة (6.9%) بتكرار قدره (18) مرة، والملاحظ هنا ارتفاع نسبة عدم الدعم من رواد الصفحة لتلك المناسبات الاجتماعية، مما يعد مؤشراً يمكن عرضه على إدارة المدرسة لمعرفة أسباب ذلك، باستبيان أو دعوة لفهم الأسباب والدوافع حول إظهار تلك المشاعر السلبية حول الموضوعات الاجتماعية المنشورة، رغم أنها لا بد أن تحظى بدعم كون جمهور الصفحة شركاء للمدرسة يدعمونها

في تلك المناسبات، بينما علّق جماهير صفحة مدرسة القبة الفداوية على الموضوعات الترفيهية بنسبة (88.5%) من تفاعلاتهم مع إجمالي عدد المنشورات الخاصة بالموضوعات الترفيهية على الصفحة، وعبروا بإظهار المشاعر الإيجابية (أعجبي - دعم - أحبته) بنسبة (11.5%) بتكرار قدره (3) مرات، ولم يعبروا بإظهار المشاعر السلبية إطلاقاً، وقد يرجع ذلك لطبيعة الموضوعات الترفيهية وجانبها الخفيف.

## 2- مدرسة السلام الإعدادية بنات:

جدول (7) يوضح العلاقة بين المحتوى المنشور وكم التفاعلات عليه بصفحة مدرسة السلام الإعدادية

بنات التابعة لإدارة الوايلي التعليمية

اسم الصفحة	موضوعات دراسية		تعليمات إدارة المدرسة		موضوعات اجتماعية		موضوعات ترفيهية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عدد التفاعلات على المنشور	465	100%	117	100%	810	100%	-	-
التعليقات	64	13.8%	22	18.8%	114	14.1%	-	-
إظهار المشاعر الإيجابية	400	86%	94	80.3%	694	85.7%	-	-
إظهار المشاعر السلبية	1	0.2%	1	0.9%	1	0.2%	-	-

يتضح من بيانات الجدول السابق أن رواد صفحة مدرسة السلام الإعدادية بنات وجماهيرها استخدموا التعليقات على الموضوعات الدراسية بنسبة (13.8%)، بتكرار قدره 64 تعليقا، وهي نسبة منخفضة تدل على تفاعل ضعيف لجماهير المدرسة مع الموضوعات، وقد يرجع ذلك لعدم اهتمام أخصائي الصحافة والإذاعة (أدمن الصفحة) بالرد على تعليقاتهم، ويظهر ذلك في (جدول 5) الخاص بحدود الأدمن؛ مما جعل الجمهور يعزف عن الرد، بينما استخدموا المشاعر الإيجابية كالقلب والإعجاب والدعم بتكرار قدره (400) مرة على الموضوعات الدراسية، بما نسبته (86%)، وجاء تعبيرهم بالمشاعر السلبية للتعبير عن عدم الرضا عن المنشور، مما يعطي دلالة لأخصائي الصحافة برفع الأمر لإدارة المدرسة لمعرفة أسباب عدم الرضا، بما نسبته (0.2%) بتكرار قدره (مرة) على الموضوعات الدراسية، أي أن جماهير الصفحة كان تفاعلهم بالمشاعر الإيجابية في المرتبة الأولى كمعظم متابعي صفحات التواصل الاجتماعي الذين يكتبون بالمتابعة الصامتة، بينما علّق جماهير صفحة مدرسة السلام الإعدادية بنات على

تعليمات الإدارة بنسبة (18.8%) من تفاعلاتهم مع إجمالي عدد المنشورات الخاصة بتعليمات الإدارة على الصفحة، وعبروا بإظهار المشاعر الإيجابية (أعجبي - دعم - أحبته) بنسبة (80.3%) بتكرار قدره (94) مرة، وعبروا بإظهار المشاعر السلبية بنسبة (0.9%) بتكرار قدره (مرة) واحدة، أي أن جماهير الصفحة كان تفاعلهم بإظهار المشاعر الإيجابية في المرتبة الأولى كمعظم متابعي صفحات التواصل الاجتماعي الذين يكتفون بالمتابعة الصامتة، بينما علّق جماهير صفحة مدرسة السلام الإعدادية بنات على الموضوعات الاجتماعية بنسبة (14.1%) من تفاعلاتهم مع إجمالي عدد المنشورات الخاصة بالموضوعات الاجتماعية من تهنئة بأعياد، وزواج، وحصول المدرسة على جوائز من الإدارة وزيارات لمسؤولي الإدارة ومديرية التربية والتعليم على الصفحة، بينما عبروا بإظهار المشاعر الإيجابية (أعجبي - دعم - أحبته) بنسبة (85.7%) بتكرار قدره (694) مرة، وعبروا بإظهار المشاعر السلبية بنسبة (0.2%) بتكرار قدره (مرة) واحدة، والملاحظ هنا ارتفاع نسبة دعم رواد الصفحة لتلك المناسبات الاجتماعية؛ لأن جمهور الصفحة شركاء للمدرسة لا بد أن يدعموها في تلك المناسبات، بينما لم يعلق جماهير الصفحة على الموضوعات الترفيهية، وذلك لعدم وجود موضوعات ترفيهية على الصفحة أصلاً؛ مما يعد مؤشراً على اتخاذ موقف جاد ومهني بحث في التعامل مع روادها.

### 3- مدرسة صفية زغلول الثانوية بنات:

جدول (8) يوضح العلاقة بين المحتوى المنشور وكم التفاعلات عليه بصفحة

مدرسة صفية زغلول التابعة لإدارة الوايلي التعليمية

موضوعات ترفيهية	موضوعات اجتماعية		تعليمات إدارة المدرسة		موضوعات دراسية		عدد التفاعلات على المنشور	
	%	ك	%	ك	%	ك		
%100	176	%100	450	%100	502	%100	846	عدد التفاعلات على المنشور
%42.6	75	%44.4	200	%43.8	220	%37.2	315	التعليقات
%56.8	100	%55.3	249	%55.8	280	%61.8	523	إظهار المشاعر الإيجابية
%0.6	1	%0.3	1	%0.4	2	%1	8	إظهار المشاعر السلبية

يتضح من بيانات الجدول السابق أن رواد صفحة مدرسة صفية زغلول الثانوية بنات وجماهيرها استخدموا التعليقات على الموضوعات الدراسية بنسبة (37.2%) بتكرار قدره

315 تعليقاً، وهي نسبة جيدة تدل على تفاعل جيد لجماهير المدرسة مع الموضوعات، وقد يرجع ذلك لاهتمام أخصائي الصحافة والإذاعة (أدمن الصفحة) بالرد على تعليقاتهم، ويظهر ذلك في الجدول الخاص بحدود الأدمن؛ مما جعل الجمهور يتفاعل بصورة أكبر مع المنشورات على الصفحة، بينما استخدموا المشاعر الإيجابية كالقلب والإعجاب والدعم بتكرار قدره (523) مرة على الموضوعات الدراسية، بما نسبته (61.8%)، وجاء تعبيرهم بالمشاعر السلبية للتعبير عن عدم الرضا عن المنشور مما يعطي دلالة لأخصائي الصحافة برفع الأمر لإدارة المدرسة لمعرفة أسباب عدم الرضا بما نسبته (1%) بتكرار قدره (8) مرات على الموضوعات الدراسية، وقد يرجع ذلك أيضاً لعدم الرضا عن منطقية ما هو منشور، أي أن جماهير الصفحة كان تفاعلهم بالمشاعر الإيجابية في المرتبة الأولى كمعظم متابعي صفحات التواصل الاجتماعي الذين يكتفون بالمتابعة الصامتة، بينما علّق جماهير الصفحة على تعليمات الإدارة بنسبة (43.8%) من تفاعلاتهم على إجمالي عدد المنشورات الخاصة بتعليمات الإدارة على الصفحة، وعبروا بإظهار المشاعر الإيجابية (أعجبنى - دعم - أحببته) بنسبة (55.8%)، بتكرار قدره (280) مرة، وعبروا بإظهار المشاعر السلبية بنسبة (0.4%) بتكرار قدره (مرتان)، أي أن جماهير الصفحة كان تفاعلهم بإظهار المشاعر الإيجابية في المرتبة الأولى كمعظم متابعي صفحات التواصل الاجتماعي الذين يكتفون بالمتابعة الصامتة، بينما علّق جماهير الصفحة على الموضوعات الاجتماعية بنسبة (44.4%) من تفاعلاتهم مع إجمالي عدد المنشورات الخاصة بالموضوعات الاجتماعية، من تهنئة بأعياد، وزواج، وحصول المدرسة على جوائز من الإدارة وزيارات لمسئولي الإدارة ومديرية التربية والتعليم على الصفحة، بينما عبروا بإظهار المشاعر الإيجابية (أعجبنى - دعم - أحببته) بنسبة (55.3%) بتكرار قدره (249) مرة، وعبروا بإظهار المشاعر السلبية بنسبة (0.3%) بتكرار قدره (مرة) واحدة، والملاحظ هنا ارتفاع نسبة دعم رواد الصفحة لتلك المناسبات الاجتماعية؛ لأن جمهور الصفحة شركاء للمدرسة لا بد أن يدعموها في تلك المناسبات، بينما علّق جماهير الصفحة على الموضوعات الترفيهية بنسبة (42.6%) من تفاعلاتهم مع إجمالي عدد المنشورات الخاصة بالموضوعات الترفيهية على الصفحة، وعبروا بإظهار المشاعر الإيجابية (أعجبنى - دعم - أحببته) بنسبة (56.8%) بتكرار قدره (100) مرة، وعبروا بإظهار المشاعر السلبية (0.6%) في المرتبة الأخيرة.

ومما سبق، يتضح أن مشاركة جماهير الصفحات المدرسية عينة الدراسة وانخراطهم كان منصباً بشكل كبير على الأخبار الخاصة بالعملية التعليمية وتعليمات إدارة المدرسة، أي

أن الصفحة موضوعية وصادقة، ويقصد بالصدق هنا أنها تؤدي الدور المنوط بها فعلياً ولا تحيد عنه، مما يؤدي إلى ارتفاع التفاعل مع تلك الموضوعات، من تعليق وإظهار مشاعر إيجابية وإعجاب، ولكن يجب على الأخصائي في المدارس عينة الدراسة نقل الأمور الخاصة بإظهار تفاعل سلبي حتى ولو قليل نسبياً لإدارة المدرسة لمعرفة أسبابه، والبحث فيه لضمان استمرار التفاعل بين المدرسة وجمهورها في اتجاهين وليس اتجاه واحد، وبذلك تظل مصداقيتها وثقة جماهيرها فيها ولا تتدثر.

### • تفسير العلاقة بين نوع المادة التحريرية المستخدمة لعرض المحتوى وكم التفاعلات

عليها؟

#### 1- مدرسة القبة الفداوية الابتدائية:

جدول (9) يوضح العلاقة بين نوع المادة التحريرية المستخدمة لعرض المحتوى وكم التفاعلات عليها بصفحة مدرسة القبة الفداوية التابعة لإدارة الوايلي التعليمية:

فيديوهات		كاريكاتير		صور		مقال		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100%	37	100%	6	100%	433	100%	126	عدد التفاعلات على المنشور
75.7%	28	66.7%	4	88.7%	384	69%	87	التعليقات
24.3%	9	33.3%	2	7.2%	31	20.6%	26	إظهار المشاعر الإيجابية
-	-	-	-	4.1%	18	10.4%	13	إظهار المشاعر السلبية

يتضح من بيانات الجدول السابق أن: الصور استحوذت على الترتيب الأول في تعليقات متابعي (جماهير) مدرسة القبة الفداوية الابتدائية، بتكرار قدره (384) تعليقاً بنسبة (88.7%)، بينما جاءت الفيديوهات في الترتيب الثاني في تعليقات متابعي الصفحة وجمهورها بتكرار قدره (28) تعليقاً بنسبة (75.7%)، ولكن بمقارنة إجمالي عدد التعليقات بينها وبين المقال، نجد أن المقال يتفوق عليها رغم أن نسبة التعليقات على المقال (69%)، ولكن إجمالي عدد التعليقات على المقال (126) تعليقاً، بينما إجمالي عدد التعليقات على الفيديوهات (37) تعليقاً، ولذلك جاءت نسبة التعليق على الفيديوهات أعلى، وهي نسبة خادعة بالنسبة للإجمالي العام للتعليقات على كل منهما،

وجاء في المرتبة الرابعة التعليقات على الكاريكاتير بنسبة (66.7%)، بينما جاء استخدام المشاعر الإيجابية على الكاريكاتير بنسبه (33.3%)، يليه استخدام المشاعر بالنسبة للفيديوهات بنسبة (24.3%)، يليها إظهار المشاعر الإيجابية للمقال بنسبة (20.6%)، ثم للصور بنسبة (7.2%)، وهي نسبة خادعة أيضاً بالنسبة للإجمالي العام لإظهار المشاعر بين المقال وقدره (68) مرة، بينما جاء إظهار المشاعر السلبية على المقالات بنسبة (10.4%)، تليها إظهار المشاعر السلبية على الصور بنسبة (4.1%)، بينما لم يظهر جماهير متابعي الصفحة أي مشاعر سلبية على الكاريكاتير والفيديوهات.

## 2- مدرسة السلام الإعدادية بنات:

جدول (10) يوضح العلاقة بين طريقة عرض المحتوى (نوع المادة التحريرية) المستخدمة لعرض المحتوى وكم التفاعلات عليها بصفحة مدرسة السلام الإعدادية بنات التابعة لإدارة الوايلي التعليمية:

اسم الصفحة		مقال		صور		كاريكاتير		فيديوهات	
	ك	%		ك	%	ك	%	ك	%
عدد التفاعلات على المنشور	245	100%	374	100%	36	100%	41	100%	
التعليقات	30	12.2%	39	10.4%	8	22.2%	23	56.1%	
إظهار المشاعر الإيجابية	215	87.8%	335	89.6%	27	75%	17	41.5%	
إظهار المشاعر السلبية	-	-	-	-	1	2.8%	1	2.4%	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن: الفيديوهات استحوذت على الترتيب الأول في تعليقات المتابعين (جماهير) مدرسة السلام الإعدادية بنات، بتكرار قدره (23) تعليقا بنسبة (56.1%)، بينما جاء الكاريكاتير في الترتيب الثاني في تعليقات متابعي الصفحة وجمهورها بتكرار قدره (8) تعليقات بنسبة (22.2%)، يلي ذلك التعليق على الصور بتكرار قدره (39) تعليقا بنسبة (10.4%)، ثم جاء التعليق على المقالات في المرتبة الأخيرة بتكرار قدره (30) تعليقا بنسبة (12.2%)، ولكن بالنظر كيفياً نجد أن التعليق على المقال يأتي في المرتبة الأولى من بين التفاعلات الخاصة بالمواد التحريرية؛ فرغم أن عدد التعليقات بصفة عامة على المقال يساوي (245) تعليقا إلا أنه بنسبة وتناسب لعدد التعليقات على الفيديوهات وإجمالي عددها (41) فيديو، نلاحظ أن المقالات تتفوق في

العدد؛ لذلك فالنسب هنا خادعة، فالترتيب الصحيح هو تصدر التعليق على المقال فعليا، بينما جاء استخدام المشاعر الإيجابية على الصور بنسبة (89.6%)، يليها إظهار المشاعر الإيجابية للمقال بنسبة (87.8%)، ثم للكاريكاتير بنسبة (75%)، يلي ذلك إظهار المشاعر الإيجابية على الفيديوهات بنسبة (41.5%)، بينما جاء إظهار المشاعر السلبية على الكاريكاتير بنسبة (2.8%)، يليها إظهار المشاعر السلبية على الفيديوهات بنسبة (2.4%)، بينما لم يظهر جماهير متابعي الصفحة أي مشاعر سلبية على المقالات أو الصور.

### 3- مدرسة صفية زغلول الثانوية بنات:

جدول (11) يوضح العلاقة بين طريقة عرض المحتوى (نوع المادة التحريرية) المستخدمة لعرض المحتوى وكم التفاعلات عليها بصفحة مدرسة صفية زغلول الثانوية بنات التابعة لإدارة الزيتون التعليمية

اسم الصفحة		مقال		صور		كاريكاتير		فيديوهات	
	ك	%		ك	%	ك	%	ك	%
عدد التفاعلات على المنشور	100	100%	582	100%	30	100%	44	100%	
التعليقات	80	80%	250	43%	15	50%	20	45.5%	
إظهار المشاعر الإيجابية	10	10%	150	25.8%	10	33.3%	10	22.7%	
إظهار المشاعر السلبية	10	10%	182	31.2%	5	16.7%	14	31.8%	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن التعليقات على المقالات جاءت في الترتيب الأول بالنسبة لحجم التفاعلات الخاصة بجمهور الصفحة على المقالات بنسبة (80%)، يلي ذلك إظهارهم المشاعر الإيجابية والمشاعر السلبية بالنسبة ذاتها (10%)، بينما نجد أن التعليقات على الصور جاءت في الترتيب الأول من أشكال التفاعلات على الصور بنسبة (43%)، وجاء إظهار المشاعر السلبية على الصور في الترتيب الثاني بنسبة (31.2%)، وفي الترتيب الأخير بالنسبة للتفاعل مع الصور إظهار المشاعر الإيجابية بنسبة (25.8%)، أما بالنسبة للكاريكاتير فجاء التعليق عليه في الترتيب الأول بنسبة (50%) من أشكال التفاعل مع الكاريكاتير، ثم إظهار المشاعر الإيجابية بنسبة (33.3%)، وفي الترتيب الأخير إظهار المشاعر السلبية على الكاريكاتير بنسبة (16.7%)، وجاء التعليق



على الفيديوهات في الترتيب الأول من بين أشكال التفاعلات مع الفيديوهات بمدرسة صفية زغلول الثانوية بنات بنسبة (45.5%)، يلي ذلك إظهار المشاعر السلبية عليها بنسبة (31.8%)، ثم إظهار المشاعر السلبية بنسبة (22.7%)، ومما سبق يتضح أن التعليق كان أكثر الأشكال استخداماً من قبل رواد مدرسة صفية زغلول الثانوية بنات، وقد يرجع ذلك إلى اهتمامهم بالسؤال والاستفسار وكشف الغموض عن بعض أجزاء ما ينشر، أو إيضاح ما ينشر.

### ومن جميع النتائج السابقة يتضح الآتي (قراءة في نتائج البحث):

1- لا توجد علاقة بين عدد المعجبين بصفحات المدارس عينة الدراسة وفعاليتها كبديل لصحيفة الحائط: فقد بلغ عدد المعجبين بصفحة مدرسة أم المصريين التابعة لمدرسة صفية زغلول الثانوية بنات (3500) متابعاً في الترتيب الأول بين المدارس عينة الدراسة، وبلغ عدد المتفاعلين معها بأشكال تفاعل مختلفة (تعليق - إظهار مشاعر إيجابية - إظهار مشاعر سلبية) عدد (1974) تفاعلاً، بينما جاء في الترتيب الثاني مدرسة السلام الإعدادية بنات بإجمالي عدد رواد (1813)، وبلغ عدد التفاعلات عليها (696) تفاعلاً، وعلى الرغم من أن مدرسة القبة الفداوية الابتدائية عدد روادها (1200) إلا أن التفاعلات مع منشوراتها كان في الترتيب الثاني بإجمالي (1602)؛ إذن فالعبرة هنا بالجمهور المتفاعل وليس عدد الجمهور على الصفحات، فقد توجد كتلة صامتة لا تتفاعل، وبذلك لا يعلم الأخصائي هل هم موجودون وتصل المنشورات إليهم أم لا، وقد يكون تعرضاً عرضياً غير مدروس أو مخطط له، أو أن أحد الأفراد المتابعين يكون له أكثر من حساب على فيسبوك، ولا بد من وضع ذلك في الاعتبار عند تحليل تلك النتيجة.

2- اتضح من نتائج البحث أن الموضوعات الدراسية استحوذت على اهتمامات جميع الصفحات الخاصة بالمدارس - عينة الدراسة - في الترتيب الأول من بين محتوى المواد المنشورة على الصفحات الخاصة بالمدارس عينة الدراسة بتكرار قدره (736) موضوعاً، بينما جاء في المرتبة الثانية تعليمات الإدارة بإجمالي تكرار قدره (263) محتوى في المدارس عينة الدراسة، وجاء في المرتبة الثالثة الموضوعات الاجتماعية بتكرار قدره (121) منشوراً بجميع الصفحات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الأخير الموضوعات الترفيهية بتكرار قدره (27) محتوى في المدارس عينة الدراسة في فترة الدراسة، وهو ما يؤكد استخدام

الصفحات الخاصة بالمدارس بديلاً لصفحات مجلات الحائط خلال الفترة الخاصة بالدراسة- التي تخللتها بداية اجتياح (كوفيد 19) العالم- في نقل الأخبار والمعلومات الخاصة بالعملية التعليمية.

3- احتلت الصور الترتيب الأول من بين المواد التحريرية المنشورة على الصفحات عينة الدراسة، سواء مصحوبة بمقالات، أو تحمل توضيحاً للحدث المصور، بإجمالي (836) تكراراً، وقد يرجع ذلك إلى ما يميز الصور من عناصر استقطابية، وما لها من أبعاد تضمينية تترك للجماهير تفسير تلك الصور ومعرفة دلالتها، وما لها من أبعاد تعينية تشرح في حد ذاتها محتواها وما تقوله تلك الصور فعلياً<sup>26</sup>، ثم جاء المقال في الترتيب الثاني بـ (154) تكراراً، ثم جاء في الترتيب الثالث (الفيديوهات)، سواء ترفيهية، أو توضيحية، أو تعليمية بـ (93) تكراراً من المحتوى المنشور على الصفحات عينة الدراسة.

4- تفاعل متابعو الصفحات عينة الدراسة مع المنشورات بصفحات المدرسة بطرق عديدة، أبرزها على الإطلاق تسجيل الإعجاب دون رد بتكرار قدره (2327)، وقد يرجع ذلك لطبيعة صفحات الفيسبوك التي يتعرض لمحتواها الجماهير بصورة سريعة يجعل إبداء الإعجاب أمراً سهلاً، وفي الوقت نفسه لا يظهر أي اتجاهات على ما ينشر لخوفه من عواقب ما يقوم به نفسياً، يلي ذلك التعليق على المنشورات في المرتبة الثانية بتكرار قدره (1548)، ثم جاء في المرتبة الثالثة إظهار المشاعر الإيجابية كالدعم وأحبيته (280) مرة، ثم إظهار المشاعر السلبية بأغضبني (117) مرة، وهو ما يوجب رجوع أخصائي الصحافة لمديره في كل منشور يثير غضب رواد صفحة المدرسة، وذلك حتى تعرف المؤسسة أسباب ذلك بعد تحليله، وهنا من الممكن إجراء دراسة لمعرفة هل رفع الأخصائي الأمر لمديره أم لا؛ لمعرفة كيفية تعامل المدرسة مع رجع الصدى على منشوراتها وموضوعاتها.

5- يتضح من النتائج السابقة أن اهتمام أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية في الصفحات عينة الدراسة بالرد على أسئلة رواد الصفحات وتعليقاتهم كان منخفضاً للغاية، فقد رد الأدمن أو أخصائي الصحافة في جميع المدارس على (395) تعليقا فقط من إجمالي (1548) تعليقا، بينما لم يرد على (1153) تعليقا لجماهير الصفحة؛ وذلك قد يجعل جماهير الصفحة تعزف عن الرد لظنهم عدم الاهتمام بآرائهم، وهنا لا بد من دراسة ذلك الأمر، كما سبق الإشارة

إليه، ومعرفة أسباب عزوف أخصائي الصحافة في تلك الصفحات عينة الدراسة عن الرد على رجوع الصدى لما ينشره.

6- اتضح من نتائج الدراسة وجود علاقة بين المحتوى المنشور وكم التفاعلات معه بصفحات المدارس عينة الدراسة، فيلاحظ في مدرسة القبة الفداوية الابتدائية كان الاهتمام بالتفاعل والرد على موضوعات الأخبار الخاصة بالإدارة وتعليماتها في المرتبة الأولى بتكرار قدره (345)، بينما جاء في المرتبة الثانية التفاعل والرد على الموضوعات الدراسية بتكرار قدره (320)، ثم الموضوعات الاجتماعية بتكرار قدره (260)، ثم الموضوعات الترفيهية بتكرار قدره (26)، وقد يرجع ذلك لطبيعة المرحلة التي تخاطبها الصفحة من طلاب، وأولياء أمور، وطلاب المرحلة الابتدائية، الذين تكثر استفساراتهم لمعرفة ما يحيط بالموضوعات من غموض بالنسبة لهم، بينما نجد في مدرسة السلام الإعدادية بنات أن عدد التفاعلات مع الموضوعات الاجتماعية جاءت بتكرار قدره (810) في الترتيب الأول، بينما جاء التفاعل مع موضوعات الإدارة في الترتيب الثاني بتكرار قدره (465)، وجاء التفاعل مع الموضوعات الدراسية في الترتيب الثالث بتكرار قدره (117)، ولم يحدث أي تفاعل مع الموضوعات الترفيهية.

بينما نجد في مدرسة صفية زغلول الثانوية بنات أن الاهتمام بالتفاعل والرد على الموضوعات الدراسية جاء في المرتبة الأولى بتكرار قدره (846) مرة، وجاء في المرتبة الثانية التفاعل والرد على الأخبار الخاصة بالإدارة وتعليماتها بتكرار قدره (502)، ثم الموضوعات الاجتماعية بتكرار قدره (450)، ثم الموضوعات الترفيهية بتكرار قدره (167)، وقد يرجع ذلك لطبيعة المرحلة التي تخاطبها الصفحة من طلاب، وأولياء أمور، وطلاب المرحلة الثانوية، الذين لديهم العديد من الاستفسارات حول طبيعة الامتحانات والمقررات الدراسية الجديدة بنظام التابلت، الذي استخدم لأول مرة خلال فترة الدراسة الحالية.

7- اتضح من النتائج السابقة وجود علاقة بين نوع المادة التحريرية المستخدمة لعرض المحتوى وكم التفاعلات عليها، إذ أن الصور هي أكثر الأشكال التحريرية التي يكون التعليق عليها أو التفاعل معها في المدارس كافة، وكانت أكثر المدارس استخداماً لها صفية زغلول الثانوية بنات، يليها مدرسة القبة الفداوية، ثم مدرسة السلام الإعدادية، وذلك بإجمالي قدره (1389)، بينما جاء المقال في الترتيب الثاني من حيث الأشكال التحريرية الأكثر استخداماً من المدارس عينة

الدراسة، وكذا الأكثر تفاعلاً من الجماهير بتلك الصفحات بإجمالي قدره (471)، وجاء في الترتيب الأول من حيث استخدامها كشكل تحريري مدرسة السلام الإعدادية، يليها مدرسة القبة الفداوية، ثم مدرسة صفية زغلول الثانوية في المرتبة الأخيرة من حيث استخدام المقال كفن تحريري على الصفحة، بينما جاءت الفيديوهات في المرتبة الثالثة من حيث الأشكال التحريرية الأكثر استخداماً على الصفحة بإجمالي تكرارات (122)، وجاءت مدرسة صفية زغلول الثانوية في الترتيب الأول، ثم مدرسة السلام الإعدادية، فمدرسة القبة الفداوية الابتدائية في المرتبة الثالثة والأخيرة، أما الكاريكاتير فجاء في المرتبة الأخيرة من حيث الأشكال التحريرية الأكثر استخداماً على الصفحات عينة الدراسة، فقد استخدمت بتكرار قدره (72) في المدارس ككل، وجاءت في المرتبة الأولى مدرسة السلام الإعدادية، ثم مدرسة صفية زغلول الثانوية، وفي المرتبة الأخيرة مدرسة القبة الفداوية الابتدائية.

وخالصة ما سبق، أن العلاقة بين صفحات المدارس على فيسبوك والصحافة المدرسية علاقة تكاملية؛ لا يمكن أن تلغي إحداها الأخرى على الإطلاق؛ بل يعملان جنبا إلى جنب خلال أوقات الأزمات والكوارث- لا قدر الله- ولتحقيق فكرة الأنية والحالية والاستمرارية في التواصل بين المدرسة وجماهيرها.

### توصيات البحث:

- يوصي الباحث بإجراء دراسات تجريبية توضح طريقة التسويق الإلكتروني عن طريق صفحات المدارس لدعمها مادياً، وتحقيق دخل لها وفق إجراءات قانونية وإدارية مشددة.
- كما يوصي الباحث بإجراء بحث ميداني لمعرفة الأسباب التي تدفع أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية لعدم الرد على التعليقات، وعدم اهتمامه برفع الصدى المقدم له من خلال تلك الردود.
- ضرورة إجراء دراسة تجريبية عبر برنامج تدريبي يعد لأخصائي الإعلام التربوي لتعليمه فنون التواصل وأسسها السليمة مع جماهير مدرسته، وأسس الكتابة الإعلامية السليمة، إذ أن بعض الأخصائيين ليسوا من المتخصصين في الإعلام التربوي، وتدريب الطلاب أيضاً على ذلك.

## نماذج من تفاعلات الجماهير مع المدارس عينة الدراسة والأشكال التحريرية المستخدمة:



### المراجع:

- 1 - هبة السيد، جريدة اليوم السابع الإلكترونية، اقتصاد وبورصة، الأربعاء 26 أغسطس 2020، <https://www.youm7.com/story/2020/8/26/%D9%88%D8%B2%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%86-%D9%88%D8%B5%D9%88%D9%84-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-50-%D9%85%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86%D8%A7/4945803>
- 2 - محمود البدوي، جريدة الوطن، صفحة الأخبار، الأحد 7 فبراير، 2021. <https://www.elwatannews.com/news/details/5289243>
- 3 - فاطمة نشأت، جريدة أموال الغد، تقارير وتحليلات، 18 يونيو 2020، الساعة 5:43 م.
- 4 - جين وبكفيلد، بي بي سي نيوز بالعربية، 16 يونيو 2016، صفحة علوم وتكنولوجيا.
- 5- فيروس كورونا المستجد NCOV2019 نصائح للجمهور، أسئلة وأجوبة، موقع منظمة الصحة العالمية على الإنترنت، 9 فبراير 2021، الساعة 4:26 مساءً.
- 6- ثروت كامل وآخرون، دور الصحافة المدرسية الإلكترونية في تنمية الوعي المعلوماتي لدى طلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، مج 19، عدد 70، مارس 2016.

- 7 - أحمد يونس محمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2013.
- 8 - هيام عبد العاطي، تصور مقترح لدور الإعلام التربوي في تفعيل العلاقة بين المدرسة والمجتمع المحلي، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، 2009.
- 9 - شيماء الهادي محمود، دور الإعلام المدرسي في مقاومة آثار الغزو الثقافي: دراسة ميدانية على المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية بدمياط، قسم الإعلام التربوي، جامعة المنصورة.
- 10 - إيمان عبد الغني عشاوي، فاعلية برنامج مقترح للأنشطة الإعلامية في تنمية المفاهيم والسلوكيات البيئية لتلاميذ المرحلة الابتدائية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، 2013.
- 11 - عزيزة إبراهيم مصطفى، دور الإعلام التربوي في إكساب تلاميذ المرحلة الإعدادية المعرفة بحقوق الطفل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2015.
- 12 - حارث محمد طارق الشخيون، الإعلام التربوي ودوره في تشكيل وعي الطفل، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، العدد 2، أبريل 2018، دار المنظومة.
- 13 - أميرة مصطفى محمود وآخرون، استخدام أنشطة الإعلام التربوي في توعية تلاميذ المرحلة الابتدائية بمفاهيم الجودة، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، مج 22، العدد 85، 2019، ص ص 25-32.
- 14-Eaton, Paul William; Pasquini, Laura; Ahlquist, Josie R.; Gismondi, Adam, Student Affairs Professionals on Facebook: An Empirical Look, Journal of Student Affairs Research and Practice, v58 n1 p62-78 2021, eric education , <https://eric.ed.gov/?q=facebook&id=EJ1286281>.
- 15 - أحمد عاطف حسين، استخدامات أخصائي الإعلام التربوي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق، 2019.
- 16 - قاسم مصطفى محمد، الاستخدامات التعليمية للإعلام الاجتماعي لدى طلاب التعليم الجامعي: دراسة ميدانية على طلاب كلية التربية بجامعة الملك سعود، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، البحث التربوي، مجلد 33، العدد الأول، يناير 2018.
- 17 - كريم طلعت حسن، استخدام الطلاب لصفحات الجامعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمصداقيتها لديهم، مجلة البحوث الإعلامية، جامعه الأزهر، العدد 48، أكتوبر 2017.
- 18- Nora Abdulaziz Ali, Educational Uses of Social Media in Learning by University Students, ProQuest LLC, Ph.D. Dissertation, University of Northern Colorado, ERIC Number: ED601503, 2019, <https://eric.ed.gov/?q=Educational+uses+of+social+media+pages&id=ED601503>
- 19- مروة محمد عوف، مستوى أداء أخصائي الإعلام التربوي في تنفيذ مشاريع الصحف الإلكترونية المدرسية، مجلة دراسات الطفولة، مج 15، ع 57، أكتوبر - ديسمبر 2012.
- 20 - ليندة ضيف، الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية لعينة من الصفحات على فيس بوك، مجلة دراسات جامعة عمار تليجي بالأغواط، ع 64، مارس 2018.
- 21- جمهورية مصر العربية، رئاسة مجلس الوزراء، <https://www.care.gov.eg/EgyptCare/StaticContent/About.aspx>، الخميس 8 يوليو 2021، الساعة 3.35 مساءً.

- 22- Lund, Brady, Universities Engaging Social Media Users: An Investigation of Quantitative Relationships between Universities' Facebook Followers/Interactions and University Attributes *Journal of Marketing for Higher Education*, v29 n2 p251-267, 2019, eric education, <https://eric.ed.gov/?q=Facebook+page+followers+interaction&id=EJ1233535>.
- 23- Tugba Orten Tugrul, Perceived Learning Effectiveness of a Course Facebook Page: Teacher-Led versus Student-Led Approach, *World Journal on Educational Technology: Current Issues*, v9 n1 p35-39 2017, ERIC Number: EJ1141193, <https://eric.ed.gov/?q=The+content+of+the+Facebook+pages+that+students+accept&id=EJ1141193>
- 24- Matthias Wortmann and Malte Wattenberg, When do Users Interact and React to Content on Facebook?, Bielefeld University of Applied Sciences, Bielefeld, Germany, 2019, <https://www.researchgate.net/publication/334898996> When do Users Interact and React to Content on Facebook
- 25- Palomino, Patricia, "Great to See Ur Staff Are Doing Their Job Properly": Customer (Dis)Affiliation on Corporate Facebook Pages, *International Journal of English Studies*, v18 n2 p77-96 2018, eric education, <https://eric.ed.gov/?q=Reply+to+Facebook+page+visitors+comments&id=EJ1201196>.
- 26- عبد الرحمن شوقي، محاضرات في التصوير الإعلامي، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، 2021.

## References-

- <https://www.youm7.com/story/2020/8/26/%D9%88%D8%B2%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%86-%D9%88%D8%B5%D9%88%D9%84-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-50-%D9%85%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86%D8%A7/4945803>
- <https://www.elwatannews.com/news/details/5289243>
- Kamil, T. (2016). dawr alsahafat almadrasiat al'iiliktruniat fi tanmiat alwaey almaelumati ladaa tulaab almarhalatayn al'iedadiat walthaanawiati, majalat dirasat altufulati, jamieat Eayn Shams, 70.
- Muhamad, A. (2013). dawr shabakat altawasul alajtimaeei fi tanmiat musharakat alshabab alfilastinii fi alqadaya almujtamaeeiati, risalat majistir ghayr manshurtin, maehad albuuhuth waldirasat alearabiati, Almunazamat Alearabia liltarbiat walthaqafat waleulumi.
- Abd Aleati, H. (2009). tusawir muqtarah lidawr al'ielam altarbawii fi tafeil alealaqat bayn almadrasiat walmujtamae almahaliy, risalat majistir ghayr manshurtin, maehad aldirasat walbuuhuth altarbawiiati, jamieat Alqahira.
- Mahmud, S. "dawr al'ielam almadrasiati fi muqawamat athar alghazw althaqafii: dirasat maydaniat ealaa almarhalat althaanawiati, risalat majistir ghayr manshurt, kuliyat altarbiat alnaweeiat bi Dimyat, qism al'ielam altarbawii, jamieat Almansura.
- Ashmawi, E. (2013). faeiliat barnamaj muqtarah lil'anshitat al'ielamiati fi tanmiat almafahim walsulukiaat albiyyat litalamidh almarhalat alaibtidayiyati, risalat dukturah ghayr manshuratin, jamieat eayn shams, maehad aldirasat walbuuhuth albiyyati, qism aleulum altarbawiiati wal'ielam Albiyyi.
- Mustafa, A. (2015). dawr al'ielam altarbawii fi 'iiksab talamidh almarhalat al'iedadiat almuerifat bihuquq altifla, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Eayn Shams, maehad aldirasat aleulya liltufulati, qism al'ielam wathaqafat al'atfal.
- Alshakhyun, H. (2018). al'ielam altarbawia wadawrah fi tashkil waey altifla, almajalat alearabiati lil'ielam wathaqafat altifla, almuasasat alearabiati liltarbiat waleulum waladab, dar Almanzuma, 2.
- Mahmud, A. (2019). aistikhdam 'anshitat al'ielam altarbawii fi taweiat talamidh almarhalat alaibtidayiyat bimafahim aljawdati, majalat dirasat altufulati, jamieat Eayn Shams, 85, 25-32.
- Eaton, Paul William; Pasquini, Laura; Ahlquist, Josie R.; Gismondi, Adam, Student Affairs Professionals on Facebook: An Empirical Look, Journal of Student Affairs



Research and Practice, v58 n1 p62-78 2021, eric education ,  
<https://eric.ed.gov/?q=facebook&id=EJ1286281>.

-Husayn, A. (2019). aistikhdamat 'akhisaayiy al'ielam altarbawii lishabakat altawasul alaijtimaeii wal'iishbaeat almutahaqiqih minha (dirasat maydaniatin), risalat majistir ghayr manshuratin, qism al'ielam altarbwi, kuliyyat altarbiat alnaweiyati, jamieat Alzaqaziq.

-Muhamad, Q. (2018). alaiistikhdamat altaelimiati lil'ielam alaijtimaeii ladaa tulaab altaelim aljamieii: dirasatan maydaniatan ealaa tulaab kuliyyat altarbiat bijamieat almalik saeud, almarkaz alqawmia lilbuhuth altarbawiat waltanmiati, albahth Altarbwi, 33(1).

-Hassan, K. (2017). aistikhdam altulaab lisafahat aljamieat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bimisdaqaytiha lidayhum, majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieuh Al'azhar, 48.

- Nora Abdulaziz Ali, Educational Uses of Social Media in Learning by University Students, ProQuest LLC, Ph.D. Dissertation, University of Northern Colorado, ERIC Number: ED601503, 2019,

<https://eric.ed.gov/?q=Educational+uses+of+social+media+pages&id=ED601503>

-Auf, M. (2012). mustawaa 'ada' 'akhisaayiy al'ielam altarbawii fi tanfidh masharie alsuhuf al'iiliktruniati almadrasati, majalat dirasat altufulati, 57.

-Dayfi, L. (2018). alkhitaab aldiynii eabr shabakat altawasul alaijtimaeii - dirasat tahliliati lieayinat min alsafahat ealaa fis buk, majalat dirasat jamieat Ammar thalijiin bi Al'aghwat, 64.

-<https://www.care.gov.eg/EgyptCare/StaticContent/About.aspx> ,

- Lund, Brady, Universities Engaging Social Media Users: An Investigation of Quantitative Relationships between Universities' Facebook Followers/Interactions and University Attributes Journal of Marketing for Higher Education, v29 n2 p251-267 ,2019, eric education,

<https://eric.ed.gov/?q=Facebook+page+followers+interaction&id=EJ1233535>.

-- Tugba Orten Tugrul, Perceived Learning Effectiveness of a Course Facebook Page: Teacher-Led versus Student-Led Approach, World Journal on Educational Technology: Current Issues, v9 n1 p35-39 2017, ERIC Number: EJ1141193,

<https://eric.ed.gov/?q=The+content+of+the+Facebook+pages+that+students+accept&id=EJ1141193>

- Matthias Wortmann and Malte Wattenberg, When do Users Interact and React to Content on Facebook?, Bielefeld University of Applied Sciences, Bielefeld, Germany, 2019,

[https://www.researchgate.net/publication/334898996\\_When\\_do\\_Users\\_Interact\\_and\\_React\\_to\\_Content\\_on\\_Facebook](https://www.researchgate.net/publication/334898996_When_do_Users_Interact_and_React_to_Content_on_Facebook)

- Palomino, Patricia, "Great to See Ur Staff Are Doing Their Job Properly": Customer (Dis)Affiliation on Corporate Facebook Pages ,International Journal of

English Studies, v18 n2 p77-96 2018, eric education ,  
<https://eric.ed.gov/?q=Reply+to+Facebook+page+visitors+comments&id=EJ1201196> .

-Shawqi, A. (2021). muhadarat fi altaswir al'iielamii, kuliyat altarbiat alnaweitati, jamieat Eayn Shams.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 60 January 2022 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.