

مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١م = ٠,٩٦٥٥
معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠م = ٢,٠١
دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة التاسعة - العدد الرابع والثلاثون/ الجزء الثاني - يوليو/ سبتمبر ٢٠٢١م

بحوث باللغة العربية:

- دور الحملات الترويجية للمشروعات القومية في تعزيز سمعة مصر الداخلية
د. مایسة حمدي زكي شلبي (جامعة المنصورة) ... ص ٣٩٧
- واقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا: دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية
د. منة الله محمد معوض (جامعة الدار) ... ص ٤٥٧
- تأثيرات حملات فيروس كورونا التليفزيونية على تبني المصريين السلوكيات الصحية
د. نهى عادل محمد هريدي (جامعة المنوفية) ... ص ٤٨٣
- متابعة الشباب الجامعي للأخبار والفعاليات الرياضية في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية لديهم
د. إيناس منصور كامل شرف (جامعة كفر الشيخ) ... ص ٥٢٥
- دور الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري أثناء جائحة كورونا: دراسة ميدانية
د. حنان موسى عبد العال (جامعة أسيوط) ... ص ٥٨٣
- اتجاهات المراهقين نحو استخدام المنصات التعليمية في إطار نظرية ثراء وسائل الإعلام
د. دينا محمد محمود عساف (جامعة بورسعيد) ... ص ٦٤١

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢١ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

مؤسستها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

سيد أحمد شريف

علي حسين الميهي

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناتي (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالتّرقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على ألا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تقيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثلاثة وثلاثون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي "الأولى Q1".

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة).

وفي العدد الرابع والثلاثين من المجلة بجزأيه الأول والثاني نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالجزء الأول بالعدد "الرابع والثلاثين" من المجلة، ومن جامعتي اليرموك بالأردن ومحمد الأول بالمغرب، نجد بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "اعتماد الجمهور الأردني على قناة المملكة لاكتساب المعلومات حول فيروس كورونا"، وهو مقدم من: أ.د. تحسين منصور رشيد منصور، مرام محمد ناجي عوض مناجرة من الأردن.

ومن جامعة القاهرة، قدّمت: أ.م.د. **سماح محمد محمدي**، من مصر، دراسة تحليلية من المستوى الثاني بعنوان: "الاتجاهات البحثية في دراسات الإعلام وجائحة كورونا".

ومن جامعة أم القرى، قدّمتا: أ.م.د. **رشا محمد مرسي** من مصر، **روان سراج عمر بخش** من السعودية دراسة مشتركة تحت عنوان: "توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي: دراسة ميدانية على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى المستخدمين لمنصة إنثرائي".

أما د. **منى طه محمد طه** من جامعة المنصورة، من مصر، قدّمت: دراسة ميدانية بعنوان: "دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا".

ومن جامعة المنوفية، قدّمت د. **نها أنور سليمان**، من مصر، بحثاً تحت عنوان: "فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية للوزارات المصرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة الرقمية للجمهور في الشؤون العامة".

أما د. **السيد محمد أبوشعشع** من جامعة القاهرة، من مصر، قدّم بحثاً بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة قادة الرأي الجدد من منظور الشباب المصري".

بينما قدّمت د. **مها مدحت محمد كمال**، من جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، من مصر، بحثاً بعنوان: "استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا".

وفي الجزء الثاني من العدد (الرابع والثلاثين) نجد بحثاً بعنوان: "دور الحملات الترويجية للمشروعات القومية في تعزيز سمعة مصر الداخلية" قدّمته د. **مايسة حمدي زكي شلبي**، من جامعة المنصورة، من مصر.

ومن جامعة الدار، قدّمت د. **منة محمد معوض**، من مصر، دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية، بعنوان: "واقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا".

بينما قدّمت د. **نهى عادل هريدي**، من جامعة المنوفية، من مصر، بحثاً بعنوان: "تأثيرات حملات فيروس كورونا التليفزيونية على تبني المصريين السلوكيات الصحية".

ومن جامعة كفر الشيخ قدّمت د. **إيناس منصور شرف**، من مصر، بحثاً بعنوان: "متابعة الشباب الجامعي للأخبار والفعاليات الرياضية في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية لديهم".

وفي إطار بحوث كورونا قدّمت د. **حنان موسى عبد العال**، من جامعة أسيوط، من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "دور الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري أثناء جائحة كورونا".

وأخيراً من جامعة بورسعيد قدّمت د. **دينا محمد عساف**، من مصر، دراسة في إطار نظرية ثراء وسائل الإعلام بعنوان: "اتجاهات المراهقين نحو استخدام المنصات التعليمية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**واقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي
في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا:
دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية**

إعداد

د. منة الله محمد معوض (*)

(*) أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام – جامعة الدار.

واقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا: دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية

د. منة الله محمد معوض

menna.moawad@aldar.ac.ae

جامعة الدار

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية بالجامعات العربية في ظل جائحة كورونا، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (١٢٠) مفردة من أعضاء هيئة التدريس في كليتي الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، كلية الآداب قسم الإعلام - جامعة المنيا، وتوصلت الدراسة إلى: وجود فروق دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع، وفي اتجاه الذكور، وقد بلغت قيمة (ت) = (٣٠.٢٢*)، وهي دالة عند مستوى (٠.٠١)، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٣١٦*)، وهي دالة عند مستوى (٠.٠١).

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، المقررات الإعلامية، جائحة كورونا.

مقدمة:

أدى انتشار التطبيقات التفاعلية المتمثلة بشبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها "Facebook, Twitter, YouTube"، إلى خلق فرص جديدة للتأثير والتفاعل مع الأفراد والمؤسسات في مختلف مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والثقافية، مما أثار الاهتمام نحو كيفية استغلالها في المجالات المختلفة، ولا سيما في المجالات التعليمية والتي أصبح لها دور كبير وتأثير واضح في العملية التربوية والتعليمية بالجامعات العربية، حيث مكنت أعضاء الهيئة التدريسية على اختلاف كلياتهم وتخصصاتهم، من تقديم المعلومات والصور والفيديوهات المتعلقة بالمقررات الدراسية، من خلال إنشاء منصات تفاعلية على شبكات التواصل الاجتماعي تتيح لهم التواصل والتفاعل مع الطلبة وإلقاء المحاضرات عن بُعد وغيرها من الأمور التي توفرها هذه الشبكات.

وتزايد استخدام هذه الشبكات في العملية التعليمية وبشكل ملحوظ في ضوء ما يشهده العالم من انتشار وتغشي فيروس كورونا، الأمر الذي غير من استراتيجيات المؤسسات التعليمية ودفعها للانتقال من

آليات التعليم التقليدية إلى آليات التعليم الإلكترونية، وذلك بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي والاستفادة من الإمكانيات المتعددة في تدريس المقررات الدراسية للحد من انتشار الفيروس، نظراً لأنها وسيلة تعليمية هامة تسهم في استمرار العملية التعليمية، وتنمية مهارات التعلم عن بُعد وتحسينها في هذه المؤسسات، بحيث تصبح بيئة تعليمية قائمة على التفاعل والحوار والمشاركة بين أعضاء الهيئة التدريسية والطلبة.

واهتمت كليات الإعلام في الجامعات العربية بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي وتفعيل دورها في بث مقرراتها التدريسية من خلال إنشاء منصات تعليمية متعلقة بالمساقات الإعلامية المختلفة، وبما يلبي معه حاجات الطلبة ويحقق أهداف العملية التعليمية واستمرارها على أكمل وجه خاصة في ظل انتشار فيروس كورونا، نظراً لتأثيرها الواضح في العملية التربوية.

وخاصة بث المقررات الإعلامية عبر المنصات التعليمية بكليتي "الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا، بما يلبي حاجات الطلاب ويحقق أهداف العملية التربوية خاصة مع انتشار استخدام هذه الشبكات بين الأساتذة والطلاب.

فقد مكنت هذه الشبكات أعضاء الهيئة التدريسية في كليات الإعلام على وجه الخصوص، من تقديم خدمات تعليمية متنوعة لمساعدة الطلبة على تبادل المواد الدراسية والمعلومات المتعلقة بالمقررات الإعلامية، وتعميق أساليب التواصل والتفاعل والحوار والمشاركة فيما بينهم، الأمر الذي يسهم في تنشيط مهارات التعلم عن بُعد لدى المتعلمين وزيادة قدرتهم على التفكير الإبداعي بأنماط مختلفة، لذلك ستبحث الدراسة من منظور حديث حول: واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا.

الدراسات السابقة:

حظي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مؤسسات التعليم الجامعي على عدة مستويات وفي إطار ما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة ذات الصلة بالموضوع تحت محور الدراسات المرتبطة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في البيئة التعليمية الجامعية، وفيما يلي عرضاً للدراسات السابقة:

هدفت دراسة صفاء عباس (٢٠٢٠م). إلى تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي في الوسط الجامعي، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (٨٠٠) مفردة من أعضاء هيئة التدريس والطلبة والإداريين بكلية المجتمع - جامعة طيبة فرع العلا وزعت علي النحو التالي: شطر الطلاب بواقع (١٢) عضواً، (٥) إداريين، (٣٥٠) طالبا، وبالنسبة لشطر الطالبات: بلغ أعضاء هيئة التدريس (١٢) عضواً، و (٣) إداريات، (٤٥٠) طالبة، وتوصلت إلى: أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي تفعيلاً في الوسط الجامعي "التويتر، واليوتيوب"، وأقل الوسائل تفعيلاً

هي "الفيسبوك"، وأنّ التنوع في استخدام وسائل التواصل لدى أعضاء هيئة التدريس يمكن من مخاطبة جيل اليوم في الوسط الجامعي.

وفي ذات الإطار سعت دراسة وسام يوسف (٢٠٢٠م). إلى معرفة مدى استخدام الأساتذة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات وتكونت العينة من (٢٣) أستاذًا جامعيًا من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات بجامعة الحاج لخضر، وتوصلت إلى: أنّ موقع "فيسبوك" كان الأكثر استخدامًا من قبل الأساتذة الجامعيين للحصول على مصادر المعلومات والاستفادة في إنجاز مشاريع بحثية جديدة وإعداد محاضرات ثرية.

كما اهتمت دراسة الصديق عبد الصادق (٢٠١٩م). بالتعرف على آراء الأساتذة والطلاب نحو فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (٣٥٠) مفردة من المعلمين والطلاب بجامعة البطانة، وتوصلت إلى: وجود إحصائية بين المبحوثين في مدى فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم لصالح الإناث، عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المعلمين والطلاب في مدى فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم.

وفي سياق متصل سعت دراسة أحمد محمد، أحمد أبو النصر (Ahmed M. Hasanein, 2020,2-18). إلى معرفة مدى اعتماد أعضاء هيئة التدريس والطلاب في مؤسسات التعليم العالي على وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على الاتصال الأكاديمي الرسمي في البلدان النامية والحد من انتشار فيروس كورونا، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة والمقابلة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (٥٤) ممثلة في (٣٠) طالبًا و (٢٤) عضو هيئة تدريس، وتوصلت إلى: أنّ استخدام الطلاب الشخصي لوسائل التواصل الاجتماعي عزز الحفاظ على التعليم الرسمي والتعلم، وجود فروق دالة إحصائية بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب فيما يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدعم الطلاب وبناء المجتمع عبر الإنترنت.

واهتمت دراسة لينا هيغويراس رودريغيز ومارتا ميدينا ومي ديل كارمن (Lina Higuera-Rodríguez, Marta Medina and M^a del Carmen, 2020, 2-16). بمعرفة استخدام المعلمين لتويتر كمصدر تعليمي في تحسين العملية التعليمية لدى الطلاب والتوقعات لدى المعلمين، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة لجمع البيانات من خلال المقابلة، وتكونت العينة من (٣١) مفردة من معلمي التعليم الابتدائي بالمدارس الإسبانية بمدينة "الميريا"، وتوصلت إلى: أنّ المعلمين أكدوا على

الفائدة الكبيرة من استخدام الشبكات الاجتماعية كمصدر تعليمي للتواصل والتفاعل بين المعلم وطلابه لتشجيع الحوار والمشاركة التعليمية.

وفي ذات الإطار سعت دراسة لويزا ماريا توريس وآخرين (Luisa María Torres And others, 2020, 2-17). إلى معرفة تجربة الابتكار الرقمي من خلال استخدام موقع شبكة التواصل الاجتماعي "تويتر" في التدريس في إطار المسؤولية الاجتماعية، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (٣٣٠) طالباً من المتطوعين في مشروع الابتكار الرقمي المسجلين بالمقررات الدراسية، وتوصلت إلى: أنّ فرضية فريق التدريس منهجية تم إثرائها باستخدام "Twitter" للسماح باستكمال محتوى الموضوعات والتفاعل معها لتحسين عملية التعليم والتعلم دون حدود المساحة والوقت.

كما سعت دراسة خوسيه ألبرتو، فرناندو لوبيز (José Alberto, Fernando López- Noguero, 2020, 172-186). إلى معرفة الأثر التعليمي لاستخدام "تويتر" كمصدر تعليمي، وكيف يدرك الطلاب دمج فائدة هذه الأداة في المشاركة والمنهجية، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة لجمع البيانات من خلالها، وتكونت العينة من (١٣٧) مفردة من طلاب كلية الخدمة الاجتماعية بجامعة أولافيد - إشبيلية: إسبانيا، وتوصلت إلى: أنّ معالجة أسئلة السمع البصري المشترك تتمحور حول تأثير استخدام Twitter لتحسين الديناميات الطبيعية للأكاديمية في تنمية موضوعات مقدمة الخدمة الاجتماعية وعلم أصول التدريس طبقاً للتعليقات ومشاركة الطلاب، وذلك لتقديم الفائدة في الإبداع الجماعي للتعلم من خلال التعاون والمشاركة والتماسك الجماعي.

وفي سياق متصل سعت دراسة شون شو، هاريسون هاو يانغ، جايسون ماكلويد (Shun Xu, Harrison Hao Yang, Jason MacLeod, 2018). إلى فحص العلاقة بين قدرة الإعلام الاجتماعي والمواطنة الرقمية في التعليم العالي، مما يسمح بتطوير البرامج والمناهج التربوية، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (٢٧٧) مفردة من طلاب الجامعات بالصين، وتوصلت إلى: أنّ تأثير الإعلام الاجتماعي على المواطنة الرقمية قد يتفاوت باختلاف أنواع شبكات الإعلام الاجتماعي، واختلاف المشاركين.

تعليق على الدراسات السابقة:

- اتفقت المدرستان العربية والأجنبية على ضرورة في مؤسسات التعليم الجامعي نظراً لأهميتها ودورها المهم والفعال في تدريس المقررات الدراسية وتنمية مهارات التعلم عن بُعد، إضافة للتواصل والتفاعل بين الأساتذة والطلاب.
- **اختلاف المدرستين:** جاءت الدراسات السابقة متنوعة في إجراءاتها المنهجية من حيث الأهداف والعينة والمجتمع والنتائج، مما أفاد الباحثون في بلورة مشكلة وأهداف وفروض وتساؤلات الدراسة واختيار منهجها وأدواتها البحثية ومتغيراتها وإطارها النظري مما يساعد في الوصول إلى أفضل النتائج، حيث ترتبط الأطر النظرية للدارسات السابقة التي تم التعليق عليها في الدراسة الحالية بواقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا، والتي شكلت نتائجها الأساس العلمي الذي اعتمدت عليه الدراسة مع محاولة البناء عليه لتقديم إضافة علمية والاستفادة من مطالعتها بشكل أساسي في مقارنة نتائجها بنتائج الدراسة الراهنة، وكانت بمثابة المرشد للباحثة الاطلاع على مزيد من المراجع التي يمكن الاستعانة بها، الأمر الذي أعطى بُعداً موضوعياً ومبرراً بحثياً مهماً في دراسة العلاقة بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية، وهو يُعتبر إضافة جديدة للعاملين في المؤسسات التعليمية؛ نظراً لندرة استخدام هذه الشبكات في مجال التعليم الجامعي، كونها تُعد شكلاً جديداً من أشكال التعلم عن بُعد لمواكبة التطورات التكنولوجية.

مشكلة الدراسة:

نظراً للتطورات المتسارعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وما تُقدمه الدراسة من استعراض لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في التعليم الجامعي، وبما يتصل بتأثيرات استخدامها على الأداء المهني لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية، بوصفها أحد الأركان الرئيسية لطبيعة عملهم في مؤسسات التعليم الجامعي لتوجيه الرسالة الاتصالية وتنمية مهارات التعلم عن بُعد بما يلبي حاجات الطلاب، ويخدم أهداف العملية التربوية عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك نظراً لأن المؤسسات التعليمية تعتمد على أسلوب التعلم التقليدي قبل تفشي ظاهرة كورونا، الأمر الذي زاد الحاجة لاستخدام هذه الشبكات في تدريس المقررات الإعلامية للطلاب والاستفادة منها في مجالات التعليم الجامعي، ومن هنا تتمحور مشكلة الدراسة في تساؤل رئيسي يقول: ما واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية بالجامعات العربية في ظل جائحة كورونا؟

أهمية الدراسة:

- ترجع الأهمية العلمية للبحث إلى التركيز على الدور الهام لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات التعليمية وتقديم خدمة التعلم عن بُعد لطلاب كليات الإعلام في الجامعات العربية؛ كونها وسيلة تعليمية هامة تُساهم في بث المقررات الإعلامية المختلفة للطلاب وتنمية مهارات التواصل والتعلم عن بُعد، وذلك لمواكبة آخر المستجدات والتطورات في البيئة التعليمية الجامعية.
- كما تستمد الدراسة أهميتها من توظيف أساتذة كليات الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس وإنتاج وبث المقررات الإعلامية المختلفة للطلاب للحد من انتشار فيروس كورونا وتنمية مهارات التواصل والتعلم عن بُعد لتحقيق أهداف العملية التعليمية وتلبية حاجات الطلاب، حيث تُعد مصدراً مهماً للحصول على المعلومات المتعلقة بالمقررات الإعلامية التي يدرسونها، مما يُساهم في خلق بيئة تعليمية تقوم على التفاعل والحوار والمشاركة بين الأساتذة والطلاب، ومن ثم الوصول لنتائج ذات أهمية تتعلق بموضوع الدراسة.

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة الحالية للتعرف على: واقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية بالجامعات العربية في ظل جائحة كورونا.
- وينبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:
- ١- معرفة الفروق بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع.
 - ٢- تبيان العلاقة بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية.
 - ٣- معرفة الفروق بين أشكال تفاعل المبحوثين مع المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
 - ٤- توضيح العلاقة بين إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة الاستفادة منها.

تساؤلات الدراسة:

- يمكن بلورة مشكلة الدراسة في تساؤل رئيسي يقول: ما واقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية بالجامعات العربية في ظل جائحة كورونا؟
- وينبثق من التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

- ١- هل هناك فروق بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع؟
- ٢- ما العلاقة بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية؟
- ٣- ما الفروق بين أشكال تفاعل المبحوثين مع المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٤- ما العلاقة بين إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة الاستفادة منها؟

فروض الدراسة:

- ١- توجد فروق دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية.
- ٣- توجد فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- ٤- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة الاستفادة منها.

الإطار المعرفي:

فيروس كورونا:

هي فصيلة كبيرة من الفيروسات تسبب المرض للحيوان والإنسان والمعروفة بأمراض عدوى الجهاز التنفسي التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل مُتلازمة الشرق الأوسط التنفسية والمُتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة "السارس" (منظمة الصحة العالمية، ٢٠٢٠م).

وفيروس كورونا هو مرض كوفيد-١٩ المُكتشف مؤخراً في مدينة يوهان الصينية في كانون الأول ديسمبر ٢٠١٩م. (منظمة الصحة العالمية، ٢٠٢٠م).

أعضاء هيئة التدريس ونشر المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة أشخاص مُتخصصة ومؤهلة تربوياً في مجالات التعليم تقوم بممارسة المهام والمسؤوليات تجاه الطلاب بهدف تحقيق أهداف العملية التربوية (السيد محمود، ٢٠١٧م، ٨٣)، كما تُعد أهم الكوادر البشرية التي تعمل على إنتاج المادة الإعلامية (محمود حسن، ٢٠١٧م، ٩٧).

وشبكات التواصل الاجتماعي مجموعة من البرامج والأدوات المقدمة على الإنترنت يستخدمها جمهور المُستخدمين لتبادل المعلومات، والآراء والأفكار والخبرات ووجهات النظر عبر وسيلة إعلام تعمل على تسهيل المُحادثات والتفاعلات بين مجموعات من الناس عبر الإنترنت (سهير محمد، ٢٠٢٠م، ٣٥٦).

وتتعدد أشكال مواقع التواصل الاجتماعي المُستخدمة في نشر المقررات الإعلامية ومنها:

١- **الفيسبوك:** شبكة تتيح التواصل بين طلاب تتيح التواصل بين الطلاب وبعضهم البعض لتبادل الأخبار والمعلومات والرسائل بمُختلف الأشكال بالنص أو الصورة أو الفيديو (عبد الحكيم علي، ٢٠٢٠م، ١٨٣).

٢- **شبكة تويتر:** شبكة للتفاعل الافتراضي بين الأفراد تقدم خدمة التدوين المصغر، بحيث تسمح للمستخدمين بإرسال تغريدات بحد أقصى (١٤٠) كلمة، حيث تتطلب فتح حساب على الموقع، ويستطيع أن يقوم بالبحث عن أشخاص أو عناوين من الأصدقاء ومواضيع مُختلفة باعتباره تجمعاً في أنحاء العالم كافة (منال مزاهرة، ٢٠١٩م، ٣٨٤)، كما وصلت عدد التغريدات إلى (٥٠٠) مليون تغريده يومياً (Hoot suite, 2018).

٣- **اليوتيوب:** موقع إلكتروني يعرض فيديوهات متنوعة في شتى المجالات على الشبكة العنكبوتية، حيث يُمكن لمُستخدميه المُشاهدة الحيّة للفيديوهات التي تثير اهتمامهم والتعبير عن آرائهم والتعبير بالإعجاب، بالإضافة إلى إمكانية رفع فيديوهات أو إنشاء قناة على اليوتيوب، عبر إنشاء حساب علي الموقع (سهير محمد، ٢٠١٨م، ٩٤)، فهو منصة تعليمية هامة في بث المُحتوي التعليمي الذي يُشاهده الطلاب كونه يتيح التفاعل بين المعلم وطلابه (Adam, A, Mowers, H, 2018)، في مُختلف الأنشطة التعليمية طبقاً لطبيعة الاستخدام (فاتن عبدالرحمن، ٢٠١٨م، ٤).

ويتضح استخدام أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية لشبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية لتدريس المقررات الإعلامية"، كالآتي:

١- إمكانية بث مادة مناهج البحث العلمي.

٢- تقديم مقرر الصحافة الإلكترونية.

٣- عرض مادة مبادئ التحرير الإذاعي والصحفي.

٤- تقديم مادة الإذاعات التفاعلية.

٥- توصيل مادة مدخل إلى العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال.

٦- إمكانية بث مادة إعداد وتنفيذ الحملات الإعلانية.

٧- تقديم مادة قراءات إعلامية باللغة الإنجليزية.

التفاعل مع المقررات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

هو سلسلة من ردود الأفعال بين المستخدمين والتماثل في القوى الاتصالية، حيث تعتمد على الفعل ورد الفعل حول المضامين التي تثير اهتمامهم (محمود محمد، دعاء عبد الفتاح، ٢٠١٨م، ٢١٨)، والتي تتيح لمستخدميها تسجيل ردود أفعالهم علناً على مقطع فيديو أو مقالة إخبارية (Schmitz Weiss, De macedo goyce, 2017)، كما يتوقف التفاعل على درجة الاتصال بين أطراف العملية الاتصالية ومدى تأثر الجمهور بمضمون الرسالة الإعلامية (Jean-Marie Charon, 2017).

أشكال التفاعل مع المقررات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت أشكال التفاعل مع المقررات الإعلامية بكلية "الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، كلية الآداب قسم الإعلام - جامعة المنيا، ومنها:

١- التفاعل عبر كتابة التعليقات Interaction through writing comments: هي شكل

من أشكال التفاعل متاح بالصفحات الإخبارية بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "Facebook" حيث يُمكن لمستخدمين كتابة التعليقات "comment" حول القضايا التي تثير اهتمامهم ثم الضغط على زر inter، وتتميز هذه الوسيلة بتحقيق آلية التفاعل بين المستخدمين (محمود محمد، ٥٧-٥٨).

٢- المشاركات Share: وتعني مشاركة المستخدمين للمحتوى الذي تقدمه الصفحات الإخبارية

بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وتداوله بين المستخدمين عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم أو نشره على جروب مشترك بين المستخدمين أو موقع آخر من مواقع التواصل الاجتماعي (خالد مهدي، ٢٠١٨م، ٥٩).

ومما سبق يُمكن القول أنّ هذه الشبكات ساعدت القائمين بالاتصال في المؤسسات التعليمية على نشر المضامين التعليمية في شتي المجالات عبر الحواسيب اللوحية، وذلك للحد من انتشار فيروس كورونا وتحقيق أهداف العملية التعليمية.

الدور التربوي لأساتذة الجامعة عبر موقع التواصل الاجتماعي:

ترى كل من "سامية عواج"، و"سامية تيري" أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في دعم التعليم عن بُعد (سامية عواج، سامية تيري، ٢٠١٦م، ١٢٩-١٣٠)، ويتمثل هذا الدور في الآتي:

- ١- يُسهّم التعليم عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل تدريس المقررات الدراسية.
- ٢- إمكانية مساعدة الطلاب في الوصول إلى مصادر المعلومات ودعم العملية التعليمية.
- ٣- التعليم عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو أكثر فعالية لأنه يخلق بيئة تعليمية اجتماعية تقوم على التعلم التعاوني.

العوامل المؤثرة في نجاح الدور التربوي لأساتذة الجامعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يرى الباحثون أن نجاح تدريس المقررات الإعلامية عبر منصات التواصل الاجتماعي يعتمد على عدة عوامل، وهي:

- ١- القدرة على استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الدراسية عن بُعد.
- ٢- القدرة على تسجيل المحاضرات وتقديمها.
- ٣- القدرة على تصوير مقاطع الفيديو التعليمية في مختلف التخصصات وتحريرها (اعدادها وتولييفها) وبثها رقمياً بما يلبي حاجات الطلاب.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تعتمد بشكل أساسي على استخدام أسلوب المسح بالعينة، حيث يُعد الطريقة المثلى للحصول على البيانات الكمية والنوعية لجميع فقرات صحيفة الاستبيان إذ يحتوي أسلوب المسح بالعينة على جمع بيانات المبحوثين كأجزاء أساسية لمعرفة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية بالجامعات العربية في ظل جائحة كورونا، حيث تعتمد الاستجابات النوعية للمبحوثين على تفسير النتائج الرقمية المتوصل إليها، وذلك لأن الباحثين في هذا النوع من الدراسات يبدأ برصد واستخراج النتائج من خلال البيانات التي تم التوصل إليها، وقد اتبعنا هذا المنهج لأنه يستجيب إلى هدف الدراسة في معرفة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا، وذلك من خلال قياس استجابات المبحوثين في تدريس هذه المقررات في البيئة التعليمية الجامعية، وبناءً على ذلك يتم استنتاج واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا.

عينة الدراسة:

عينة قوامها (١٢٠) مفردة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية، ويرجع أسباب اختيار العينة إلى:

- ١- جاء اختيار الباحثين لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية إلى صفة الموضوع باعتبارهم فئة وشريحة تمثل قطاعاً فاعلاً في المجتمع البشري وخاصة في البيئة التعليمية الجامعية، ويرجع اختيار الباحثة للجامعات العربية نظراً لارتباطها بالبيئة التعليمية لهم وبعض أماكن دراستهم.

- ٢- يوجد في المؤسسات التعليمية أساتذة إعلام لديهم القدرة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التدريس، ذات طابع متنوع "ذكور، إناث" ومن جنسيات مختلفة، ممّا يوفر

للباحثون عينة تمثل المجتمع الأصلي للشباب تمثيلاً صحيحاً، وذلك لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة للحد من انتشار فيروس كورونا، وفيما يلي عرضاً لتوصيف العينة:

جدول (١)
عينة الدراسة الميدانية (ن=١٢٠)

النوع	الخصائص الديموغرافية	ك	%
النوع	ذكور	٧٥	٦٢.٥%
	إناث	٤٥	٣٧.٥%
العمر	٤٠ : ٣٠	٨٨	٥٥%
	٥٥ : ٤٠	٧٢	٤٥%
الدرجة العلمية	أستاذ	٣٦	٣٠%
	أستاذ مساعد	٤٣	٣٥.٨٣%
	مدرس	٤١	٣٤.١٦%
التوزيع الجغرافي	كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة	٦٤	٥٣.٣٣%
	كلية الآداب قسم الإعلام - جامعة المنيا - مصر	٥٦	٤٦.٦٧%
المجموع		١٢٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أ- من حيث النوع: أنّ ما نسبته (٦٢.٥%) من الذكور هم من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية، مقابل (٣٧.٥%) للإناث، ويرجع ذلك نظراً لزيادة حجم عينة الذكور، إضافة لأهمية استخدام هذه الشبكات في مؤسسات التعليم الجامعي لتدريس المقررات الإعلامية بما يلبي حاجات الطلاب وينمي مهارات التعلم عن بُعد وللمحد من انتشار فيروس كورونا.

ب- من حيث السن: أظهرت النتائج أنّ الفئة العمرية (٤٠ : ٣٠) عامّاً جاءت بنسبة مرتفعة قدرها (٥٥%)، حيث تبين أنّ هذه الفئة الأكثر إقبالاً على استخدامات شبكات التواصل الإعلامي في تدريس المقررات الإعلامية، ويُفسر ذلك بأنه كلما كان السن صغيراً كلما زادت نسبة الاستخدام.

ج- من حيث المستوى المهني: أظهرت النتائج أنّ درجة (أستاذ مساعد)، جاءت بنسبة (٣٥.٨٣%)، حيث تبين أنّ هذه الفئة الأكثر إقبالاً على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في الجامعات العربية.

د- من حيث التوزيع للجامعات العربية: أنّ التوزيع الجغرافي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية كان كالتالي: كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة في المركز الأول بنسبة (٥٣.٣٣%)، وتأتي في المركز الثاني والأخير كلية الآداب قسم الإعلام - جامعة المنيا - مصر بنسبة (٤٦.٦٧%).

حدود الدراسة:

- **الحدود المكانية:** تتمثل في كليتي "الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا.
- **الحدود البشرية:** تتمثل الحدود البشرية للدراسة في عينة من أستاذة كليات الإعلام بالجامعات العربية وتتمثل هذه الكليات في كليتي "كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا.
- **الحدود الموضوعية:** تقتصر على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وتتمثل هذه المقررات في "مناهج البحث العلمي، الصحافة الإلكترونية، مبادئ التحرير الإذاعي والصحفي، الإذاعات التفاعلية، مدخل إلى العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال، إعداد وتنفيذ الحملات الإعلانية، قراءات إعلامية باللغة الإنجليزية".
- **الحدود الزمنية:** هي الفترة التي استغرقها الباحثون في تطبيق أداة البحث والمُتمثلة في العام (٢٠٢٠م).

أداة الدراسة:

صحيفة الاستبيان التي طبقت على عينة عمدية قوامها (١٢٠) مفردة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية بكليتي "كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا، وذلك في الفترة الممتدة من ١/٤/٢٠٢٠م، وحتى ٣٠/٦/٢٠٢٠م.

مفاهيم الدراسة:

شبكات التواصل الاجتماعي: تطبيقات تفاعلية تتمثل في "Facebook, Twitter, YouTube" وغيرها من المواقع التي تستخدمها الجامعات في التعليم الإلكتروني.

المقررات الإعلامية: مقررات يتم تدريسها في كليات الإعلام في مختلف التخصصات.

متغيرات الدراسة:

- **المتغير المستقل:** استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي.

- **المتغير التابع:** المقررات الإعلامية.

الصدق والثبات:

تم تصميم صحيفة الاستبيان والتحقق من الصدق الظاهري في ضوء أهداف وفروض وتساؤلات الدراسة والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع، تم عرضها على مجموعة من المحكمين* في مجال الإعلام، كما تم تعديل الاستمارة وفقاً لما أبدوه من ملاحظات، كما طبقت الاستمارة على عينة من

أعضاء هيئة التدريس في الجامعات العربية، وذلك في الفترة ١/٤/٢٠٢٠م، وحتى ٣٠/٦/٢٠٢٠م، وقد اعتمد الباحثون في حساب ثبات نتائج الاستبيان على أسلوب إعادة الاختبار، وذلك بإعادة تطبيق الاختبار على (٢٠) مفردة وقد تم حساب الثبات باستخدام معامل "Cranach's Alpha coefficient"، مما يدل على وجود نسبة اتساق عالية بين استجابات المبحوثين والجدول الآتي يوضح لنا حساب قيمة معامل الثبات لصحيفة الاستبيان:

جدول (٢)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستمارة

المجال	معامل ألفا كرونباخ
معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستمارة	٠.٦٤٧
معامل $\alpha = 1 - \frac{26}{26} = 0$ مع ٢٦% ك	حيث ٢٦ مجموع تباين البنود أو الأسئلة، ن = عدد البنود، ع ٢٦ تباين الاختبار ككل

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة حيث بلغت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستمارة (٠.٦٤٧)، وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع، كما يدل على زيادة نسبة الاتساق الداخلي وعدم وجود اختلاف كبير في استجابات المبحوثين، كما يدل على أن الاستبيان صالح للتطبيق.

التحليل الإحصائي:

- بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم "spss"، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الأتية، وهي: النسب والتكرارات الإحصائية البسيطة لأسئلة الاستبيان، كما تم استخدام اختبار (T- Test) لإيجاد الفروق بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع، وكذلك إيجاد الفروق بين أشكال تفاعل المبحوثين مع المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما تم استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson لإيجاد شدة واتجاه الارتباط بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية، وكذلك إيجاد العلاقة بين إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة الاستفادة منها.

نتائج الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية في الفئة العمرية (٣٠: ٥٥) عاماً من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية، حيث اشتملت على عينة قوامها (١٢٠) مفردة من أساتذة كليتي "الاتصال والإعلام -

جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا، بالإضافة إلى نتائج اختبار صحة الفروض وربطها بتساؤلات وأهداف الدراسة، ونقدم فيما يلي عرضاً لنتائج الدراسة:

جدول (٤)

استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية (ن = ١٢٠)

م	استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
١	استخدم بدرجة كبيرة جداً	٤٥	٣٧.٥%
٢	استخدم بدرجة كبيرة	٣٠	٢٥%
٣	استخدم في أوقات غير محددة	٤٥	٣٧.٥%
	الإجمالي	١٢٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية كانت كالتالي: (استخدم بدرجة كبيرة جداً، استخدم في أوقات غير محددة) في المركز الأول بنسبة (٣٧.٥%)، ويأتي في المركز الثاني (استخدم بدرجة كبيرة) بنسبة (٢٥%)، ويتبين من النتائج السابقة: أن استخدام أستاذة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية أصبح ضرورة حتمية لمواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة لتنمية مهارات التعلم عن بُعد والحد من انتشار فيروس كورونا.

جدول (٥)

أهم المقررات الإعلامية التي يفضل أعضاء هيئة التدريس نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ن = ١٢٠)

م	أهم المقررات الإعلامية	ك	%
١	الصحافة الإلكترونية	١٨	١٥%
٢	مبادئ التحرير الإذاعي والصحفي	١٦	١٣.٣٣%
٣	مناهج البحث العلمي	٢١	١٧.٥%
٤	الإذاعات التفاعلية	٢١	١٧.٥%
٥	مدخل إلى العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال	١٥	١٢.٥%
٦	إعداد وتنفيذ الحملات الإعلانية	١٠	٨.٣٣%
٧	قراءات إعلامية باللغة الإنجليزية	١٩	١٥.٨٣%
	الإجمالي	١٢٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن تفضيلات أعضاء هيئة التدريس لنشر المقررات الإعلامية بالجامعات العربية، كانت كالتالي: (مناهج البحث العلمي، الإذاعات التفاعلية) في المركز الأول بنسبة متساوية بلغت (١٧.٥%)، وتأتي في المركز الثاني (قراءات إعلامية باللغة الإنجليزية) بنسبة (١٥.٨٣%)، تلاها (الصحافة الإلكترونية) في المركز الثالث بنسبة (١٥%)، ثم (مبادئ التحرير الإذاعي

والصحفي) في المركز الرابع بنسبة (١٣.٣٣٪)، تلاها (مدخل إلى العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال) في المركز الخامس بنسبة (١٢.٥٪)، ثم (إعداد وتنفيذ الحملات الإعلانية) في المركز السادس بنسبة (١٥.٨٣٪)، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج ما توصلت إليه دراسة (منيرة محمد، ٢٠٢٠م، ٥٠٣)، حيث أكدت على أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم المحاضرات التعليمية للطلاب ورفع الأنشطة المختلفة للتعليم الجامعي بما يلبي حاجتهم.

جدول (٦)

مدى مساهمة أعضاء هيئة التدريس في تدريس المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ن=١٢٠)

م	استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
١	أسهم بدرجة كبيرة جداً	٤٢	٣٥٪
٢	أسهم بدرجة كبيرة	٣٦	٣٠٪
٣	أسهم في أوقات غير محددة	٤٢	٣٥٪
	الإجمالي	١٢٠	١٠٠٪

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن مدى مساهمة أعضاء هيئة التدريس في تدريس المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كانت كالتالي: (أسهم بدرجة كبيرة جداً، أسهم في أوقات غير محددة) في المركز الأول بنسبة متساوية بلغت (٣٥٪)، تلاها (أسهم بدرجة كبيرة) في المركز الثاني والأخير بنسبة (٣٠٪)، ويتبين من النتائج السابقة: أن استخدام أعضاء هيئة التدريس لهذه الشبكات أصبح ضرورة حتمية لمواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة في مجال عملهم في البيئة التعليمية الجامعة، وذلك للمساهمة في تدريس المقررات التعليمية المختلفة للتواصل بين الأساتذة والطلاب، خاصة في ظل انتشار فيروس كورونا.

جدول (٧)

إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ن=١٢٠)

م	إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية	ك	%
١	أنتج بدرجة كبيرة جداً	٤٢	٣٥٪
٢	أنتج بدرجة كبيرة	٣٦	٣٠٪
٣	أنتج بدرجة متوسطة	٤٢	٣٥٪
	الإجمالي	١٢٠	١٠٠٪

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج المقررات الإعلامية كانت كالتالي: (أنتج بدرجة كبيرة جداً، أنتج في أوقات غير محددة) في المركز الأول بنسبة (٣٥٪)، ويأتي في المركز الثاني (أنتج بدرجة كبيرة) بنسبة (٣٠٪)، ويتبين من النتائج السابقة: أن استخدام أساتذة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج المقررات الإعلامية

أصبح ضرورة حتمية لمواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة لتنمية مهارات التعلم عن بُعد والحد من انتشار فيروس كورونا.

جدول (٨)

درجة استفادة أعضاء هيئة التدريس من إنتاج مقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ن = ١٢٠)

م	إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية	ك	%
١	أستفيد بدرجة كبيرة جداً	٤٨	٤٠٪
٢	أستفيد بدرجة كبيرة	٣٦	٣٠٪
٣	أستفيد في أوقات غير محددة	٣٦	٣٠٪
	الإجمالي	١٢٠	١٠٠٪

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية كانت كالتالي: أستفيد بدرجة كبيرة جداً في المركز الأول بنسبة (٤٠٪)، ويأتي في المركز الثانية أستفيد بدرجة كبيرة أستفيد في أوقات غير محددة بنسبة (٣٠٪)، ويتبين من النتائج السابقة: أن استفادة أساتذة الجامعة من إنتاج مقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أصبح ضرورة حتمية لمواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة لتنمية مهارات التعلم عن بُعد والحد من انتشار فيروس كورونا.

جدول (٩)

أشكال التفاعل مع المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ن = ١٢٠)

م	أشكال التفاعل	أستاذة كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة		أستاذة قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	ك
١	تسجيلات الإعجاب like	٢١	٣٥٪	١٦	٢٦.٦٦٪	٣٧	٣٠.٨٣٪
٢	كتابة التعليقات Comment	٢٩	٤٨.٣٣٪	٢٦	٤٣.٣٣٪	٥٥	٤٥.٨٣٪
٣	عمل المشاركة Shaer	١٠	١٦.٦٦٪	١٨	٣٠٪	٢٨	٢٣.٣٤٪
	الإجمالي	٦٠	١٠٠٪	٦٠	١٠٠٪	١٢٠	١٠٠٪

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (٤٥.٨٣٪) من "أساتذة الإعلام" أنهم يفضلون التفاعل بالتعليق مع المقررات الإعلامية، يليها الإعجاب بنسبة (٣٠.٨٣٪)، ومن ثم المشاركات بنسبة (٢٣.٣٤٪).
- وفي التفاعل بالإعجاب: أكد (٣٥٪) من "أساتذة كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة" أنهم يفضلون التفاعل بالإعجاب مع المقررات الإعلامية، مقابل (٢٦.٦٦٪) لأساتذة قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا.

- وفي التفاعل بالتعليق: أكد (٤٨.٣٣٪) من "أساتذة كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة أنهم يفضلون التفاعل بالتعليق مع المقررات الإعلامية، مقابل (٤٣.٣٣٪) لأساتذة قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا، وهذه النتيجة تتفق ما نتائج ما توصلت إليه دراسة فيصل فرحي، محمود محمد (Faisal Farhi, Mahmoud (Mohamed, 2020, 392)، حيث حظيت عبارة التعليقات بالاهتمام من بين أشكال التفاعل بنسبة (٤٠٪)، وحظيت أيضاً في الدراسة الحالية.
- وفي التفاعل بالمشاركة: أكد (٣٠٪) من أساتذة قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا أنهم يفضلون التفاعل بالمشاركة مع المقررات الإعلامية، مقابل (١٦.٦٦٪) لأساتذة كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، ويتبين من النتائج السابقة: أن التفاعل وأدواته بمؤسسات التعليم الجامعي شيء هام لأنه يُساعد على التواصل بين الأساتذة والطلاب وطرح الأسئلة حول صعوبات التعلم في المقررات التعليمية التي يدرسونها خاصة في ظل انتشار جائحة كورونا.

نتائج الفروض:

- الفرض الأول: ينص هذا الفرض على أنه: فروق دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء

هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع.

جدول (١٠)

دلالة الفروق الإحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع. (ن = ١٢٠)

المقياس	الذكور		الإناث		قيمة (ت)	مستوي الدلالة
	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب		
استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي	١.٩٥	٠.٧٥	١.٦٦	٠.٧٠	٣.٢٢**	٠.٠١

** دال عند مستوى (٠.٠١)

* دال عند مستوى (٠.٠٥)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- توجد فروق دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع، وفي اتجاه الذكور، وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار (T- Test)، وقد بلغت قيمة (ت) = (٣.٢٢**)، وهي دالة عند مستوى (٠.٠١)، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي لم يكن متساوياً بين الجنسين، وبالتالي وجود تفوق لصالح الذكور، كما يرجع اتجاه مؤسسات التعليم الجامعي لاستخدام هذه الشبكات في التدريس إلى مجموعة أسباب منها الحد

من انتشار فيروس كورونا وتنمية مهارات التعلم لمواكبة التطورات التكنولوجية، وبهذا نقبل **الفرض القائل بأنه:** توجد فروق دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع.

- **الفرض الثاني:** ينص هذا الفرض على أنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية.

جدول (١١)

العلاقة بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية (ن = ١٢٠)

مدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية			المتغيرات
قيمة ر	مستوي الدلالة	مستوي الدلالة	
٠.٣١٦ **	٠.٠١	٠.٠٥	استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي

** دال عند مستوى (٠.٠١)

* دال عند مستوى (٠.٠٥)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية، حيث تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس شدة واتجاه العلاقة بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٣١٦ **)، وهي دالة عند مستوى (٠.٠١)، وهذا يدل على أنه كلما زاد استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، كلما زاد نشر المقررات الإعلامية، وبهذا نقبل **الفرض القائل بأنه:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية.

- **الفرض الثالث:** ينص هذا الفرض على أنه: توجد فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (١٢)

دلالة الفروق الإحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ن = ١٢٠)

المقياس	أساتذة كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة		أساتذة قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا		قيمة (ت)	مستوي الدلالة	مستوي الدلالة
	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب			
أشكال التفاعل مع المقررات الإعلامية	١.٨٨	٠.٧٠	١.٥٧	٠.٧١	٤.٤١ **	٠.٠٥	٠.٠١

** دال عند مستوى (٠.٠١)

* دال عند مستوى (٠.٠٥)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- توجد فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وفي اتجاه أساتذة كلية "الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، وللتحقق من الفرض: تم استخدام اختبار (T Test) لإيجاد الفروق، وقد بلغت قيمة (ت) = (٤.٤١**)، وهي دالة عند مستوى (٠.٠١)، ويعزو الباحثون التفوق في درجات التفاعل لأساتذة كلية "الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، لوجود قائمين بالاتصال مدربين ومؤهلين تربوياً قادرين استخدام هذه التطبيقات وأدواتها التفاعل باحترافية عالية والتي تسير عملية الاتصال والمشاركة التفاعلية بين المعلم وطلابه حول المقررات التعليمية التي تثير اهتمامهم، إضافة لامتلاك الجامعات الخاصة إمكانات مادية والتكنولوجية هائلة للحفاظ على مكانتها على الساحة التعليمية، وذلك لجذب أكبر عدد من الطلاب وصناع القرار التربوي نحوها.
- الفرض الرابع: ينص هذا الفرض على أنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة الاستفادة منها.

جدول (١٣)

العلاقة بين إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة الاستفادة منها (ن = ١٢٠)

إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية			المتغيرات
مستوي الدلالة	مستوي الدلالة	قيمة ر	
٠.٠٥	٠.٠١	٠.٢٢٣**	درجة الاستفادة

** دال عند مستوى (٠.٠١)

* دال عند مستوى (٠.٠٥)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- باستخدام معامل ارتباط "Pearson" اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة الاستفادة منها، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٢٢٣**)، وهي دالة عند مستوى (٠.٠١)، وهذا يدل على أنه كلما زاد استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، كلما زاد إنتاج المقررات الإعلامية، وبهذا نقبل الفرض القائل بأنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين إنتاج أعضاء هيئة التدريس للمقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة الاستفادة منها.

نتائج الدراسة في ضوء اختبار صحة الفروض:

بعد القيام بإجراء الدراسة الميدانية توصلنا إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها:

- **ثبوت صحة الفرض الأول:** بوجود فروق دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع، **وللتحقق من صحة الفرض:** تم استخدام اختبار (T Test) لإيجاد الفروق بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية وفقاً للنوع، وقد بلغت قيمة (ت) = (٣.٢٢*)، وهي دالة عند مستوى (٠.٠١)،
- **ثبوت صحة الفرض الثاني:** بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدامات أعضاء هيئة التدريس لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية، **وللتحقق من الفرض:** تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس شدة واتجاه الارتباط بين استخدامات أساتذة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى المساهمة في نشر المقررات الإعلامية، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٣١٦*)، وهي دالة عند مستوى (٠.٠١).
- **ثبوت صحة الفرض الثالث:** بوجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع المقررات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وفي اتجاه أساتذة كلية الاتصال والإعلام - جامعة العين - الإمارات العربية المتحدة، **وللتحقق من الفرض:** تم استخدام اختبار (T Test) لإيجاد الفروق، وقد بلغت قيمة (ت) = (٤.٤١*)، وهي دالة عند مستوى (٠.٠١).

خاتمة:

- إنّ شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير في تدريس المقررات التعليمية وتنمية مهارات التعلم عن بُعد، خاصة لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية، فهي وسيلة تعليمية هامة تتيح لهم إنتاج المضامين التربوية وبشأ للطلاب في شتى المجالات، لذلك أصبح من الضروري استخدام هذه الشبكات في دعم العملية التعليمية لمواكبة التطورات التكنولوجية والتواصل والتفاعل بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب والقائمين بالاتصال في مؤسسات التعليم الجامعي حول الموضوعات التعليمية التي تثير اهتمامهم، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات ومن أهمها:
- **التأكيد على أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العملية مع الاهتمام بتطوير البنية التحتية التقنية للجامعات من خلال تزويد المختبرات العلمية بتقنيات وأجهزة متطورة متصلة بشبكة الإنترنت لمواكبة التطورات الحديثة في البيئة التعليمية.**
 - **التأكيد على ضرورة الاهتمام بإنتاج المضامين التعليمية وسلامة لغة البث، إضافة إلى الاهتمام بجدول بث المقررات التعليمية، إضافة للتواصل والتفاعل بين الأساتذة والطلاب حول الموضوعات التي تثير اهتمامهم، وذلك للوصول إلى نظريات وتصورات جديدة ومبتكرة في إطار العلاقة بين أساتذة الجامعة والطلاب.**

مقترحات بحثية:

تقترح الباحثة الموضوعين التاليين لدراستهما:

- استخدامات المؤسسات التعليمية لشبكات التواصل الاجتماعي في دعم الأنشطة الجامعية.
- استخدامات طلاب كليات الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباكات المُتحققة منها.

هوامش البحث:

المصادر والمراجع العربية:

- عبد الصادق البدوي الصديق (٢٠١٩م). فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم، بحث منشور في المجلة السعودية للعلوم التربوي، المملكة العربية السعودية: الجمعية السعودية للعلوم التربوية والنفسية، العدد ٦٤، المجلد ٦٤، يونيو ٢٠١٩م.
- السيد محمود عثمان (٢٠١٧م). اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية نحو تطبيق معايير الجودة، بحث منشور في مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، العدد ٧٥، المجلد ٢٠، يونيو ٢٠١٧م.
- خالد مهدي حامد الشاعر (٢٠١٨م). المُعالجة في قنوات اليوتيوب ومدى إدراك الجمهور المصري لها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- سهير محمد (٢٠٢٠م)، تعرض المرأة الأردنية لصفحات الشركات الترويجية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنوايا الشرائية لديهم، بحث منشور في مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الرابع، المجلد ١، ص ٣٥١-٥٧٤.
- صفاء عباس عبد العزيز (٢٠٢٠م). تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي في الوسط الجامعي، بحث منشور في مجلة أكاديمية شمال أوروبا المحكمة للدراسات والبحوث، الدنمارك: أكاديمية شمال أوروبا للعلوم والبحث العلمي، العدد ٧، المجلد ٢، أبريل ٢٠٢٠م.
- _____ (٢٠١٨م)، تعرض المرأة الأردنية لصفحات الشركات الترويجية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنوايا الشرائية لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام.
- سامية عواج، سامية تيري (٢٠١٦). دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لدى الطلبة الجامعيين، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز جيل البحث العلمي حول التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية، طرابلس: لبنان، الاتحاد العالمي للمؤسسات العلمية بالتعاون مع جامعة تيبازة، ٢٢ و ٢٣ و ٢٤، أبريل ٢٠١٦م، ص ١٢٩-١٣٠.
- منيرة محمد مظهر (٢٠٢٠م). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس في أقسام المكتبات، بحث منشور في مجلة بحوث في علم المكتبات والمعلومات، مصر: مركز بحوث نظم وخدمات المعلومات، جامعة القاهرة. كلية الآداب، العدد ٢٥، المجلد ٢٤، مارس ٢٠٢٠م.
- منظمة الصحة العالمية (٢٠٢٠م). ما هو فيروس كورونا، متاح على الرابط التالي: <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronaviru>
- محمود محمد أحمد، دعاء عبد الفتاح محمد (٢٠١٨م). مستويات تفاعل الحجاج والمعتزمين مع مناسك الحج والعمرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ورقة بحثية مقدمة للملتقى العلمي الثامن عشر لأبحاث الحج والعمرة والزيارة، المملكة العربية السعودية: جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين، في الفترة ١-١٦ شعبان ١٤١٠-٢ مايو ٢٠١٨م.
- منال المزاهرة (٢٠١٨م). توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي القطاع التجاري الأردني أنموذجاً، بحث منشور في المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد ١١، المجلد ٣، ص ٣٨١-٤١١.
- محمود حسن أسماعيل (٢٠١٧م). دور القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين، بحث منشور في مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، المجلد ٢٠، العدد ٥٧، يونيو ٢٠١٧م، ص ٩٧.
- محمود محمد أحمد (٢٠١٧م). الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والاشباكات المُتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.

- فاتن عبد الرحمن محمد (٢٠١٨م). التأثيرات غير المرغوبة لتعرض الأطفال للأغاني الشعبية، بحث منشور في مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، العدد ٧١، المجلد ٢١، يونيو ٢٠١٨م.
- عبد الحكيم علي محمد (٢٠٢٠م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير بعض القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، بحث منشور في مجلة الإعلام والفنون، ليبيا: مدرسة الإعلام والفنون بالأكاديمية الليبية، العدد الأول، أبريل، ٢٠٢٠م.
- وسام يوسف بن غيده (٢٠٢٠م). استخدام الأساتذة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي، بحث منشور في المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: جامعة الجلفة، العدد الأول، المجلد ١٢، جانفي ٢٠٢٠م.

*. قائمة محكمين صحيفة الاستبيان: في الجدول التالي:

م	قائمة المحكمين	
	الاسم	الوظيفة
١	* أسماء الجيوشي مختار	أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة المنصورة.
٢	* فاطمة الزهراء صالح	أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام - بكلية الآداب - جامعة سوهاج
٣	* مني محمود عبد الجليل	أستاذ العلاقات العامة المساعد بقسم الصحافة والإعلام - كلية الإعلام - جامعة الأزهر
٤	* محمد محمد رفعت	أستاذ تكنولوجيا التعليم وعميد كلية التربية - جامعة دمياط
٥	* رشا عادل لطفي	أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون المساعد - كلية الإعلام - جامعة بني سويف

المصادر والمراجع الأجنبية:

- Ahmed M. Hasanein, Ahmed E. Abu Elnasr (2020). Responses to COVID-19 in Higher Education: Social Media Usage for Sustaining Formal Academic Communication in Developing Countries, Research published in a journal Sustainability, The Society for Urban Ecology, Basel: Switzerland, the number18, August 2020.
- ADAM, A, MOWERS, H. (2018). YouTube Comes to the Classroom, School Library Journal, 53(1):22, Retrieved 13/10/2018, from; <http://www.schoollibraryjournal.com>
- Hoot suite (2018) Digital in 2018, From: <https://blog.hootsuite.com>.
- Jean-Marie Charon (2017). La presse est plus dans une situation de réinvention qu'en crise, pour les autres, d'une information à forte valeur ajoutée et sur l'interactivité, Sur le lien suivant
- José Alberto Gallardo, Fernando López-Noguero (2020). Twitter as a methodological resource in Higher Education: an educational experience with Social Work students. Research published in a journal Alteridad: Ecuador. the number15, july - december 2020, Vol. 15, No. 2, p. 172-186, The following link is available: <https://doi.org/10.17163/alt.v15n2.2020.03>
- www.telerama.fr/medias/jean-marie-charon-la-presse-est-plus-dans-u Lina Higuera-Rodríguez, Marta Medina and M^a del Carmen (2020). Use of Twitter as an Educational Resource. Analysis of Concepts of Active and Trainee Teachers, Research published in a journal Education Sciences. Switzerland, the number200, August 2020, p2-16.
- Luisa María Torres-Barzabal, Almudena Martínez-Gimeno and José Manuel Hermosilla-Rodríguez (2020). Digital Innovation Strategy for Social Responsibility " Twitter Social Network in University Teaching" Research published in a journal Sustainability, The Society for Urban Ecology, Basel: Switzerland, the number12, April 2020.

- Shun Xu, Harrison Hao Yang, Jason MacLeod (2018), Social media competence and digital citizenship among college students, The International Journal of Research into New Media Technologies, SAGE, p 1, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856517751>
- Schmitz Weiss, De macedo goyce(2017). compressed dimensions in digital4media occupations: journalism in transformation, journalism: theory, practice, criticism, vol 10, NO 5,16SEPTAMPER, PP593, Avalibale at: <http://www.sagepub.co.uk/journalspermission.nav>, recevedat:13-12-2017.
- F Farhi, M.M.A Mohamed (2020). Pilgrim interaction with services provided by the general presidency of Alharamain affairs, Research published in the International Journal of Ibero-American Philosophy and Social Theory, Venezuela: Center for Social and Anthropological Studies (CESA), Faculty of Economic and Social Sciences, University of Zulia, Issue 25, Volume 25, March 2020 AD.

The Reality of Uses of Social Networks in Teaching Media Courses Under the Corona Pandemic: A Field Study on Faculty Members in Arab Universities

Dr. Mena Mohamed Moawad

menna.moawad@aldar.ac.ae

Assistant Professor of Media,
Mass Communication Department,
Faculty of Arts & Social Sciences,
Aldar University

Abstract

The study aimed at identifying the use of faculty members for social networks in teaching media courses in Arab universities in the light of the Corona pandemic. The descriptive method was used in the sample survey method as a tool for data collection. The sample consisted of (120) individual faculty members at the Faculty of Communication and Media - Al Ain University - United Arab Emirates, Faculty of Arts Department - University of Minya. Results show the existence of statistical differences Among Faculty members use social networks to teach media courses according to gender, and in the direction of males, the value of $(T) = (3.22^{**})$, which is a function at the level of (0.01), The existence of a statistical lyceum correlation between the use of faculty members for social networks, and the extent to which the dissemination of media courses is contributed, and the value of the correlation coefficient (0.316^{**}) , which is a function at a level (0.01).

Keywords: Social Networks, Informational Courses, Corona Pandemic.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of $2.01 = 100\%$ in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Associate Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sayid Sherif

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghby Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprrepra.org.eg

Email: jprrepra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean Faculty of Mass Communication, Yarmouk
University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

**Abstracts of Arabic Researches:**

- **Dr. Maysa Hamdy Zaki** - *Mansoura University*
The Role of Promotional Campaigns for National Projects in Enhancing Egypt's Internal Reputation

17
- **Dr. Mena Mohamed Moawad** - *Aldar University*
The Reality of Uses of Social Networks in Teaching Media Courses Under the Corona Pandemic: A Field Study on Faculty Members in Arab Universities

18
- **Dr. Noha Adel Mohamed Haredy** - *Menofia University*
Effects of Corona Virus Television Campaigns on Egyptians' Adopting of Health Behaviors

19
- **Dr. Enas Mansour Kamel Sharaf** - *Kafer El Sheikh University*
University Youth's Follow-up to News and Sports Events in Electronic Newspapers and its Relationship to their Moral Values

20
- **Dr. Hanan Moussa Abdelal** - *Assiut University*
The Role of Government Information Campaigns in Shaping the Health Awareness of the Egyptian Public During the Corona Pandemic: A Field Study

21
- **Dr. Dina Mohamed Assaf** - *Port Said University*
Adolescents' Attitudes towards the Use of Educational Platforms (within Media-Richness Theory)

23