



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ م = ١,٥٦٩ معامل تأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٢ م = ٠,٥٨٣٣ معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الحادية عشرة - العدد الخامس والأربعون - أبريل / يونيو ٢٠٢٣ م

بحوث باللغة العربية:

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تفسير الأحكام الشرعية وتأثيره على معرفة واتجاهات الجمهور السعودي: دراسة في إطار نظرية التناظر المعرفي
أ.د. عزة مصطفى الكحكي (جامعة أم القرى)
أنظار هلال الحصيني (جامعة أم القرى) ... ص ٩
- دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي: دراسة ميدانية
أ.م.د. سعاد محمد المصري (جامعة كفر الشيخ) ... ص ٥٧
- البيانات الضخمة لمستخدمي مواقع التسوق الإلكتروني ودورها في انتهاك الخصوصية: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا ونظرية إدارة خصوصية الاتصالات
أ.م.د. رشا عبد الرحمن حجازي (المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق) ... ص ١٠٣
- صورة الأرملة كما تعكسها الدراما المصرية: مسلسل تحت الوصاية أنموذجاً
أ.م.د. ريهام مرزوق إبراهيم عبد الدايم (جامعة الأزهر) ... ص ١٧١
- إدراك العاملين بالمؤسسات السعودية غير الربحية لدور العلاقات العامة في الترويج لخدماتها: دراسة ميدانية على الجمعيات الخيرية بمناطق (الرياض - الدمام - جدة)
د. رشا محمد مرسي الحبروني (جامعة أم القرى)
هديل بنت كمال بن عبد العزيز مغربي (جامعة أم القرى) ... ص ٢١١
- قيم الانتماء الوطني في مقاطع الفيديو التي عالجتها أحداث ثورة ديسمبر ٢٠١٨ م في السودان: دراسة مسحية تطبيقاً على عينة من أساتذة الإعلام بالجامعات السودانية
د. محمد صالح عبد الله عثمان عبد الهادي (جامعة جازان) ... ص ٢٤٧
- اعتماد الجمهور المصري على الفضائيات الإخبارية العربية في الحصول على المعلومات حول مؤتمر قمة المناخ COP 27 وعلاقته بمستوى معرفته بالتغيرات المناخية: دراسة ميدانية
د. هبة أحمد رزق سنيد (جامعة الأزهر) ... ص ٢٨١
- أثر المعالجة التوعوية لمقاطع الإنفوجرافيك في الحد من أخطار أزمة فيروس كورونا
د. سهاد علي عثمان عبد الله - ديماء إبراهيم عسوي - عفاف محسن دقدي -
فاطمة صالح العويد - مريم عبد الرحمن منقري - ولاء خالد بارحيم (جامعة الملك خالد) ... ص ٣٢٩
- أثر المشاركة في المسرح الجامعي على بعض سمات الطالب الشخصية
عائض بن مسفر البقمي (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٣٧٣

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 والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

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

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق 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 للنبات - 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 الأسبق 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 البرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص 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 وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (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، سواءً 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 بدار الكتب المصرية: 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 محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- 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.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل 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 يُكتب 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 بينط (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 فبينط (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، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره 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 ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) 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 قبل 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 على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ 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 جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم 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 جنيه 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 صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها أربعة وأربعون عددًا بانتظام، 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 نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٢م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثاني على التوالي، بمعامل تأثير = ٠.٥٨٣٣، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١.٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات 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 هذا العدد - الخامس والأربعين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين، كما يضم للباحثين أبحاثًا مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد لديهم من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا باللغة الإنجليزية من جامعة أم القرى تحت عنوان: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تفسير الأحكام الشرعية وتأثيره على معرفة واتجاهات الجمهور السعودي: دراسة في إطار نظرية التناظر المعرفي"، وهو مقدم من: أ.د. عزة مصطفى الكحكي - من مصر - أنظار هلال الحصيني، من السعودية.

أما أ.م.د. سعاد محمد محمد المصري - من مصر - من جامعة كفر الشيخ، فقدّمت دراسة ميدانية بعنوان: "دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي".

ومن المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق، قدّمت: أ.م.د. رشا عبد الرحمن حجازي - من مصر- بحثاً بعنوان: "البيانات الضخمة لمستخدمي مواقع التسوّق الإلكتروني ودورها في انتهاك الخصوصية: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا ونظرية إدارة خصوصية الاتصالات".

ومن جامعة الأزهر قدّمت أ.م.د. ريهام مرزوق إبراهيم عبد الدايم - من مصر- دراسة بعنوان: "صورة الأرملة كما تعكسها الدراما المصرية: مسلسل تحت الوصاية أنموذجاً".

وقدّمت كل من: د. رشا محمد مرسى الحبروني من جامعة أم القرى - من مصر- هديل بنت كمال بن عبد العزيز مغربي، من جامعة أم القرى - من السعودية - بحثاً مشتركاً تحت عنوان: "إدراك العاملين بالمؤسسات السعودية غير الربحية لدور العلاقات العامة في الترويج لخدماتها: دراسة ميدانية على الجمعيات الخيرية بمناطق (الرياض - الدمام - جدة)".

ومن جامعة جازان قدّم د. محمد صالح عبد الله عثمان عبد الهادي - من السودان- دراسة نظرية بعنوان: "قيم الانتماء الوطني في مقاطع الفيديو التي عالجتها أحداث ثورة ديسمبر ٢٠١٨م في السودان: دراسة مسحية تطبيقاً على عينة من أساتذة الإعلام بالجامعات السودانية".

أما د. هبة أحمد رزق سنيد من جامعة الأزهر - من مصر- قدّمت دراسة ميدانية بعنوان: "اعتماد الجمهور المصري على الفضائيات الإخبارية العربية في الحصول على المعلومات حول مؤتمر قمة المناخ COP 27 وعلاقته بمستوى معرفته بالتغيرات المناخية".

ومن جامعة الملك خالد قدّم فريق بحثي مكون من: د. سهاد علي عثمان عبد الله - من السودان، ديماء إبراهيم عسوي، عفاف محسن دقدي، فاطمة صالح العويد، مريم عبد الرحمن منقري، ولاء خالد بارحيم - من السعودية - بحثاً بعنوان: "أثر المعالجة التوعوية لمقاطع الإنفوجرافيك في الحد من أخطار أزمة فيروس كورونا".

وأخيراً من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، قدّم الباحث عايض بن مسفر البقمي - من السعودية - بحثاً بعنوان: "أثر المشاركة في المسرح الجامعي على بعض سمات الطالب الشخصية". 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

دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي: **دراسة ميدانية (*)**

إعداد

أ.م.د. سعاد محمد محمد المصري ()**

(*) تم استلام البحث في ٠٨ أبريل ٢٠٢٣م، وقُبل للنشر في ١٠ يونيو ٢٠٢٣م.
(**) أستاذ مساعد الإعلام التربوي في كلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ.

دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي: دراسة ميدانية

أ.م.د. سعاد محمد محمد المصري
Soadelmasry04@gmail.com
جامعة كفر الشيخ

ملخص:

من ضمن المضامين التي توجد على موقع اليوتيوب فيديوهات للأنشطة الإعلامية مثل الصحافة والإذاعة المدرسية والمسرح المدرسي والمناظرات وغيرها من الأنشطة الإعلامية الأخرى والتي تأخذ نسبة مشاهدة عالية، كما أن طلاب الإعلام التربوي يُقبلون على هذه الفيديوهات ليتعلموا منها ويحاكوا الأنشطة الإعلامية المختلفة، والتي تعتبر مصدرًا مهمًا لاحتواء طاقات واستثمار مهارات ومواهب طلاب الإعلام التربوي، وتفجير الطاقات بالاتجاه الصحيح؛ لأنها تعمل على تنمية الأنشطة الإعلامية وتوظيف وقت الفراغ الذي يعود عليهم بالنفع، فموقع اليوتيوب يُعد النافذة التي لجأ إليها كثير من الأفراد وحققوا من خلالها نجاحًا كبيرًا لتوصيل إبداعاتهم وللتواصل مع المشاهد، كما أنه يُمد طلاب الإعلام التربوي بالعديد من الفيديوهات التدريبية والتعليمية في مختلف أنواع الأنشطة الإعلامية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، وانقسمت الدراسة إلى: الدراسات السابقة، الإطار المعرفي للدراسة، الإطار النظري للدراسة، ثم الإطار الميداني (التطبيقي) ويشمل: منهج وعينة الدراسة: اتبعت الباحثة منهج المسح وذلك من خلال المسح بالعينة لعدد من طلاب الإعلام التربوي من خلال عينة عمدية ممن يستخدمون موقع اليوتيوب، قوامها ٤٠٠ مفردة، ممن تتراوح أعمارهم من ١٨-٢١ سنة بكلية التربية النوعية بجامعة القاهرة، طنطا وكفرالشيخ، أدوات الدراسة: اعتمدت الباحثة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات. وبعد ذلك تم تحليل نتائج الاستبيان ومناقشته، وتم التوصل لبعض النتائج من أهمها:

١- توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب وأولويات أوجه الثراء الإعلامي للأنشطة الإعلامية لديهم، حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.7$) دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

٢- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) في تنمية الأنشطة الإعلامية لصالح الإناث، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١.

الكلمات المفتاحية: موقع اليوتيوب، الأنشطة الإعلامية، الإعلام التربوي.

مقدمة:

يشهد العالم اليوم ثورة في مجال وسائل الإعلام والاتصال جعلت من العالم قرية كونية، فمع تطور الحاسبات وشبكات الهاتف وشبكات المعلومات واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي، ظهرت تقنيته الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المتنوعة، وفي إطارها ظهرت وسائل إعلامية جديدة ومتميزة بما تمتلكه هذه الوسائل من تقنيات تفتقدها وسائل الإعلام التقليدية ولعل أهم الخصائص التي تميز وسائل الإعلام الجديدة هي امتلاكها لأدوات التفاعل بين المرسل والمستقبل، وقدرتها على النقل الحى السريع للمعلومات واستخدامها للوسائط المتعددة كالصوت والصورة الثابتة والمتحركة وتبادل الرسائل بين أطراف العملية الاتصالية والجمع بين خصائص وسائل الاتصال الشخصي ووسائل الاتصال الجماهيري. (دعاء عوض محمد، ٢٠١٨م، ص ٩).

ولقد أدت الثورة الاتصالية التي ولدت من رحمها مواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور فضاء اجتماعي جديد، أتاح الفرصة للأفراد والجماعات للتعبير الحر عن الرؤى، ووفرت لهم مجالاً للمناقشات والحوارات، وطرح الرؤى المتباينة على مختلف الأصعدة وفي مختلف المجالات.

ويعد موقع اليوتيوب واحداً من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي والذي أصبح بين عشية وضحاها أكبر موقع مستضيف لملفات الفيديو المنتجة على المستوى الشخصي في العالم، ونال شعبية كبيرة وسريعة للغاية من حيث قدرته على جذب انتباه الأفراد، حيث كانت بدايته في فبراير ٢٠٠٥م، وعلى الرغم من وجود مواقع أخرى لتبادل مقاطع الفيديو فإنها لم تكن تتميز بسهولة التعامل معها، ونتيجة لانتشار اليوتيوب حدث توسع في القدرة على تبادل المضامين المبتكرة والمتميزة والقدرة على نشرها في أسواق مختلفة التوجهات والأيدولوجيات باستخدام الكلمات المفتاحية لتسهيل تبادل مقاطع الفيديو أو تحميلها في صفحات الإنترنت أو تبادلها في منتديات الحوار، كما يسمح اليوتيوب للمشاهد بالتعليق على الفيديو وتقييمه وبالتالي تتنوع عناصر تفاعل المشاهد مع مقاطع الفيديو.

ويسمح موقع اليوتيوب للمستخدم بتحميل مقاطع الفيديو التي يرغب فيها بدون أي شكل من أشكال الرقابة على المضمون الذي يتم تحميله، وبالتالي فهو يقدم وسيلة إعلامية بديلة تختلف عن الوسائل التقليدية من حيث المضامين المقدمة، كما يسمح بالمشاركة في الجدل والنقاش حول القضايا والموضوعات المختلفة التي يتم طرحها إلى جانب استخدام اليوتيوب كمنصة لمؤسسات إعلامية كبرى حيث يتم مشاركة المضامين التي تقدم عبر القنوات الفضائية ليقوم المشاهد بتحميلها ومشاهدتها وقتما يرغب، بالإضافة إلى إمكانية التعليق عليها وتبادلها، كما تتيح وسائل الإعلام الجديد بشكل عام الكثير من الأشكال التفاعلية التي تجذب المستخدم بما فيها المشاركة في المناقشات بشأن الموضوعات والتعليق على آراء مختلف المستخدمين وتحميل بعض المضامين، وبالتالي فهي تتيح شكلاً من أشكال التفاعل لم

تكن متاحة من قبل في وسائل الإعلام التقليدية. (رائد محمد مصطفى، ٢٠١٧م، ص ٢٣) وبالتالي قد يكون هناك دور لموقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي.

والإعلام التربوي بأنشطته ووسائله المختلفة من صحافة وإذاعة مدرسية ومسرح مدرسي ومناظرات ومحاضرات وندوات ركيزة أساسية للنهوض بواقع العملية التربوية في ميادينها كافة، لا سيما بعد التطور الهائل في وسائل الاتصال التي تتمثل بإلغاء الحواجز الزمانية والمكانية، وعليه تطور الإعلام التربوي، وأخذ يشمل الواجبات التربوية لوسائل الإعلام المتمثلة في السعي لتحقيق الأهداف العامة للتربية تحت إشراف أخصائي الإعلام التربوي. (قاسم السعدى، ٢٠١٢م، ص ١)

فهناك حاجة إلى إعداد طلاب بمواصفات عالمية في مجالات يحتاجها النظام التعليمي بمصر ومنها مجال الإعلام التربوي حيث إن أنشطته تحتاج إلى متخصصين مؤهلين على مستوى مهاري ومعرفي مرتفع للخوض بهذا المجال. (هبة إبراهيم جودة، ٢٠١٢م، ص ٢) وتعد الأنشطة الإعلامية المدرسية أحد الأنشطة اللاصفية الحرة التي تساعد في بناء شخصية الطالب جسمياً وعقلياً ونفسياً واجتماعياً ومعرفياً ومهارياً وأخلاقياً، ليكون مواطناً صالحاً في المجتمع. (أحمد حسين حسن، ٢٠١٦م، ص ٧٦)

والنشاط الإعلامي من الأنشطة الإعلامية المهمة. حيث يتسم بالشمولية والاتساع، ويمكن أن يسهم في تنمية الكثير من القدرات لدى التلاميذ، ويؤكد على إيجابية التلميذ وفعاليته. ويعتبر النشاط الإعلامي من أفضل الأنشطة المدرسية، حيث يلقي هذا النشاط حباً وإعجاباً من التلاميذ، واستجابة وإقبالاً متزايداً، فهو من الأنشطة التربوية المهمة، وأكثرها قدرة على بناء الشخصية السوية الواعية المتكاملة. (محمود حسن إسماعيل، ٢٠٠٤م، ص ١٣)

ونظراً لما تتمتع به ممارسة الأنشطة الإعلامية من مناقشات وآراء وتبادل للمعلومات والحوار. وما تتيحه للتلاميذ من فرص متعددة يمارسون فيها قوة الملاحظة والمتابعة والشرح والتفسير، والتحليل، المقارنة، التعليق والنقد، والحكم على المشكلات التي تتعرض لها المدرسة والبيئة، مما قد يساهم في إعداد جيل قادر على التفكير والنقد. (محمد فؤاد زيد، ٢٠٠٢م، ص ٢٨)

فعلى المدرسة أن تجعل من أنشطة وفعاليات الإعلام التربوي وسائل أساسية لمساعدة الطلاب وأبناء المستقبل في تشكيل شخصياتهم ووفقاً لأهداف ومتطلبات مجتمعاتهم، ولذلك من الضروري أن تستفاد الأنشطة الإعلامية المدرسية من التطورات التي لحقت بالإعلام في الفترة الأخيرة وخاصة من تطور الإعلام الجديد وخاصة بسبب الإقبال الشديد من الطلاب على أدوات الإعلام الجديد، ومحاولة الاستفادة منه في مجال إنتاج الأنشطة الإعلامية المدرسية وتوظيف استفادة الطلاب من الإعلام الجديد، وتنمية مهاراتهم من خلال محاولة الاستفادة من ذلك في خدمة الإعلام التربوي. (دعاء عوض محمد، ٢٠١٨م، ص ١٢)

ومن ضمن المضامين التي توجد على موقع اليوتيوب فيديوهات للأنشطة الإعلامية مثل الصحافة والإذاعة المدرسية والمسرح المدرسي والمناظرات وغيرها من الأنشطة الإعلامية الأخرى والتي تأخذ نسبة

مشاهدة عالية، كما أن طلاب الإعلام التربوي يُقبلون على هذه الفيديوهات ليتعلموا منها ويحاكوا الأنشطة الإعلامية المختلفة، والتي تعتبر مصدرًا مهمًا لاحتواء طاقات واستثمار مهارات ومواهب طلاب الإعلام التربوي، وتفجير الطاقات بالاتجاه الصحيح، لأنها تعمل على تنمية الأنشطة الإعلامية وتوظيف وقت الفراغ الذي يعود عليهم بالنفع، فموقع اليوتيوب يُعد النافذة التي لجأ إليها كثير من الأفراد وحققوا من خلالها نجاحًا كبيرًا لتوصيل إبداعاتهم وللتواصل مع المشاهد، كما أنه يُمد طلاب الإعلام التربوي بالعديد من الفيديوهات التدريبية والتعليمية في مختلف أنواع الأنشطة الإعلامية.

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت أنشطة الإعلام التربوي:

وللتعرف على اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو تدريس منهج الصحافة المدرسية وعلاقته بمستوى ممارستهم للأنشطة الإعلامية بالمدرسة جاءت دراسة إبراهيم فرج (٢٠١٥م): وذلك بالاعتماد على منهج المسح بالعينة. وجاءت الأدوات متمثلة في استمارة استقصاء لجمع البيانات والمعلومات. وتمثلت العينة في مجموعة من طلاب مرحلة الثانوية العامة بمحافظة الدقهلية وبلغ عددهم ٤٠٠ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ومنها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات كل من الذكور والإناث في تخصيص حصتين لمنهج الصحافة المدرسية لصالح الذكور وهي دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠١). كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة موجبة دالة إحصائيًا بين المكون المعرفي والأنشطة الإعلامية التي تمارس في المدرسة لكل من النشاط الصحفي، النشاط الإذاعي، المناظرة والبرلمان المدرسي. (إبراهيم محمد أبو المجد فرج، ٢٠١٥م)

وهدف دراسة إيمان محمد أحمد حسن (٢٠١٥م): الكشف عن دور الإذاعة المدرسية التفاعلية في تفعيل مجالات العمل المدرسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مستخدمة في ذلك المنهج الوصفي. وقد اشتملت عينة الدراسة على ٤٠٠ طالب وطالبة من طلاب المرحلة الثانوية حيث بلغت نسبة الذكور ٢٤٠ مفردة من طلاب المدرسة الثانوية العسكرية، في حين بلغ عدد الإناث ١٦٠ مفردة من طلاب المدرسة الثانوية بنات، وتمثلت أداة الدراسة في استبيان طبق على طلاب المرحلة الثانوية من مستخدمي الإذاعة المدرسية التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأسفرت نتائج الدراسة عن ارتفاع معدل استخدام الإناث للإذاعات المدرسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الذكور، وارتفاع نسبة مساهمة الإذاعة المدرسية في تقديم مضمون يساهم في تلبية احتياجات الطلاب وتحقيق أهداف العملية التربوية. (إيمان محمد أحمد حسن، ٢٠١٥م)

وتسلط دراسة [Chara D. Price, Sandra D. Simpkins, Cecilia Menjivar](#) (٢٠١٥م)

الضوء على الاتجاهات المستقبلية للمراهقين، وطرق تعزيز الأنشطة الإعلامية الإيجابية بعد المدرسة عن

طريق الأشقاء. كما هدفت إلى مشاركة المراهقين في الأنشطة القائمة على المهارات وذلك بعد المدرسة، لكن الأبحاث ركزت على دور الوالدين مع إهمال دور الأشقاء. وقد يكون الأشقاء مهمين بشكل خاص الشباب من أصل مكسيكي، وهم الفئة الأكثر نمواً من الشباب، نظراً لارتفاع قيمة الأسرة في الولايات المتحدة، وتقدم الدراسة ذات المنهجية المختلطة لـ ٣٤ مراهقاً من أصل مكسيكي في الصف السابع أدلة أولية على كيفية تأثير الأشقاء على أنشطة المراهقين المنظمة وغير الرسمية بعد المدرسة القائمة على المهارات. كما تشير النتائج إلى أن الأشقاء أثروا في الأنشطة الإعلامية للمراهقين من خلال ثنائي سلوكيات فريدة (الدعم، المعلومات، الأدوار، المقارنة، السلبية، مجالسة الأطفال، النقل والمشاركة في النشاط). (2015) [Cecilia Menjivar](#), [Sandra D. Simpkins](#) [Chara D. Price](#).

كما سعت دراسة أحمد حسين حسن (٢٠١٦م): إلى التعرف على الدور الذي يمكن أن يقوم به أخصائي الإعلام التربوي في التخطيط الاستراتيجي للأنشطة الإعلامية المدرسية والمستقبل المهني. وطبقت الدراسة على عينة من أخصائي الصحافة والمسرح المدرسي بالمراحل التعليمية الابتدائية والإعدادية والثانوية بمحافظة الدقهلية، الغربية، كفرالشيخ، الشرقية، سوهاج والقاهرة خلال العام ٢٠١٥م-٢٠١٦م. (أحمد حسين حسن، ٢٠١٦م)

وحول دور الأنشطة الطلابية في الجامعات الفنلندية جاءت دراسة (2016) [Lisa Ansala](#): وأكدت أن الأنشطة هي هدف تسعى الجامعات له والاستثمار فيه، فالنشاط يعمل على زيادة مهارات الطلاب ودعم جو الدراسة الإيجابي، وهدفت الدراسة إلى تحليل دوافع الطلاب الجامعيين للمشاركة في النشاط الطلابي، وأجريت الدراسة على عينة قوامها ٤٧ طالباً وطالبة بجامعة في فنلندا، وأظهرت الدراسة الكثير من القيم لدى الطلاب من اشتراكهم في الأنشطة المدرسية مثل الصداقة والاستفادة من حياتهم المستقبلية، وأن بعض الطلاب شاركوا في الأنشطة من قبيل الصدفة، وخلصت الدراسة إلى ضرورة تطوير الأنشطة المدرسية كما يجب على الطلاب أنفسهم حث أصدقائهم على المشاركة في الأنشطة. (2016) [Lisa Ansala](#).

وهدفت دراسة (2016) [Sandra D. Simpkins](#), [Nathaniel R. Riggs](#): إلى استكشاف كيف يمكننا المساعدة في ضمان استجابة أنشطة ما بعد المدرسة ثقافياً ومعالجة الاحتياجات المحددة للشباب الذين يشاركون في هذه الأنشطة. استناداً إلى النظرية والأدلة التجريبية، كما أكدت أن أنشطة ما بعد المدرسة المنظمة تعمل على تعزيز التنمية الإيجابية للشباب، ولكي تكون الأنشطة المنظمة أكثر فاعلية يجب أن تلبي معايير الجودة العالمية، فقد تم تعريف هذه المعايير إلى حد كبير من حيث الاحتياجات التنموية الشاملة، داخل الولايات المتحدة، نظراً للتحويلات السكانية في الولايات المتحدة، فقد حان الوقت للنظر في طرق جديدة لتوفير أنشطة منظمة بعد المدرسة تستجيب لثقافة الشباب والحياة اليومية، وتختتم

الدراسة بتوجيهات مستقبلية واستراتيجيات لتنفيذ الممارسات وتسخير الموارد. ([Simpkins, Nathaniel](#))
[R. Riggs](#) (Sandra D, 2016)

كما هدفت دراسة [مروة محمد أحمد](#) عوف (٢٠١٦م): إلى التعرف على واقع الأنشطة المدرسية وسبل تطويرها باستخدام وسائل الإعلام التربوي من خلال التوصل إلى الواقع الفعلي للأنشطة المدرسية (الصفية/اللاصفية) في مدارس المرحلة الإعدادية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثلت أداة الدراسة في استبيان مقدم للقائم بالاتصال (مشرفي الإعلام التربوي) وتكونت عينة الدراسة من ٦٠ أخصائي إعلام تربوي وموجه نشاط بمديرية التربية والتعليم بدمياط. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: جاء في الترتيب الأول أن الأنشطة تساهم في إعداد الشخصية المتكاملة للطالب وذلك بنسبة ٩٦.٧٪، وجاء في الترتيب الثاني أن مهارات المشرف الأخصائي وحماسه تعد من عوامل جذب الطالب لممارسة النشاط وذلك بنسبة ٩٦.١١٪. ([مروة محمد أحمد](#) عوف، ٢٠١٦م)

كما هدف بحث أسماء بدوي (٢٠١٧م): إلى إعداد بعض أنشطة الصحافة المدرسية والتعرف على فعاليتها في تنمية الوعي المائي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، واستخدمت الباحثة في دراستها: اختبار التحصيل للمكون المعرفي للوعي المائي، مقياس الوعي المائي (اختبار المواقف)، وتم تطبيق البحث على عينة من تلاميذ المرحلة الإعدادية مقسمة إلى مجموعتين إحداها تجريبية وعددها (٣٠) تلميذاً بالفرقة الثانية بمدرسة منشأة الإخوة الإعدادية، وعينة ضابطة وعددها (٣٠) تلميذاً بمدرسة الشهيد سيف النصر الإعدادية، وتوصل البحث إلى فعالية بعض الأنشطة الإعلامية في تنمية الوعي المائي، بالإضافة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات تلاميذ المجموعتين: التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لاختبار التحصيل للمكون المعرفي للوعي المائي. ([أسماء عمر سعيد محمد](#) بدوي، ٢٠١٧م)

وللتعرف على اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية نحو تطبيق معايير الجودة في الأنشطة الإعلامية في ضوء المعايير التي أقرتها الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، جاءت دراسة السيد بدير (٢٠١٧م): وهي من البحوث الوصفية، المستخدمة لمنهج المسح بالعينة، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان التي طبقت على ٢٠٠ مفردة من أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية بمحافظة القليوبية، والذين تم اختيارهم بطريقة العينة العمدية. ومن نتائج الدراسة: أن نسبة ٥٢٪ من المبحوثين يرون أن نظام الجودة يساهم في تحقيق معايير أداء أنشطة الإعلام التربوي بدرجة متوسطة، وأضاف المبحوثين أن غالبية الدورات التدريبية التي شاركوا بها كانت غير فعالة وليس لها صلة بالأنشطة الإعلامية. ([السيد محمود عثمان أحمد](#) بدير، ٢٠١٧م)

وأكدت دراسة (Patricia J. Brooks, 2017): أن وسائل الإعلام الرقمية يستخدمها عدد كبير من المستخدمين في جميع الأعمار في الولايات المتحدة الأمريكية، وخاصة في مرحلة مبكرة من المراهقة، وخاصة التلفزيون والأفلام، واليوتيوب وألعاب الفيديو، وقد اهتم البحث بالتربية الإعلامية، وبالإترنت

وُطبقت الدراسة على عينة من الأطفال من ١٠-١١ سنة باستخدام الاستبيان كأداة لجمع المعلومات لمعرفة مدى استخدامهم واستفادتهم من الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والتربية الإعلامية، وخلصت الدراسة إلى ضرورة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت في العملية التعليمية. (2017) (Patricia J. Brooks,

ولتقييم المشاركة في النشاط للأطفال في سن المدرسة في كوريا جاءت دراسة Se-Yun Kim, Eun-Young Yoo, Min-Ye Jung (2017): تم إجراء دراسة تجريبية على ٥٦ طفلاً غير معاق و ٥٦ طفلاً من ذوي الإعاقات الذهنية. وكشفت النتائج عن أن الأنشطة الإعلامية مفيدة للحياة اليومية، والأنشطة الرياضية، والهوايات والأنشطة المدرسية، والأنشطة الاجتماعية، كما أوجدت فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الأطفال غير المعاقين والأطفال ذوي الإعاقة الذهنية. كما وجد أيضاً أن الفتيات شاركن بشكل ملحوظ في الأنشطة الإعلامية والهوايات والأنشطة المدرسية والأنشطة الاجتماعية، أما الأولاد فشاركوا في الأنشطة الرياضية والأنشطة الخارجية بشكل كبير. (Min-Ye Jung, Eun-Young Yoo, Se-Yun Kim 2017)

وبالتطبيق على الصين جاءت دراسة (Xueqin Gaohua, 2017): وهي دراسة مقارنة لمقارنة الطلاب الذين يستخدمون الأنشطة المدرسية والذين لا يستخدمونها في المدارس الثانوية الصينية الأمريكية والتعرف على التفاعل بين المعلمين والطلاب والأنشطة التعليمية، ويخلص البحث إلى أنه من أجل تحسين نوعية نشاط التعلم يمكن للصين أن تثرى محتوى الكتب المدرسية مع تطوير الأنشطة الإعلامية. (Xueqin Gaohua, 2017)

واستهدفت دراسة وائل عبدالنبي (٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين ممارسة طلاب التدريب الميداني للأنشطة الإعلامية المدرسية واتجاهاتهم نحو مهنة أخصائي الإعلام التربوي، واعتمدت على منهج المسح بالعينة، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها ٣٩٩ مفردة من طلاب التدريب الميداني بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة، واعتمد الباحث في جمع البيانات على تصميم مقياسين: الأول لقياس مستوى ممارسة الأنشطة الإعلامية داخل المدرسة خلال التدريب الميداني، والثاني لقياس اتجاه طلاب الإعلام التربوي نحو مهنة أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس، ومن نتائج الدراسة: عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين ممارسة طلاب التدريب الميداني للأنشطة الإعلامية المدرسية واتجاهاتهم نحو مهنة أخصائي الإعلام التربوي. (وائل مخيمر عبد النبي، ٢٠١٧م)

وسعت دراسة دعاء عوض محمد (٢٠١٨م) إلى التعرف على العلاقة الناتجة عن استخدام طلاب الثانوية العامة لأدوات الإعلام الجديد وتأثير ذلك التعرض على ممارستهم للأنشطة الإعلامية المدرسية، وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية مستخدماً أسلوب المسح بالعينة، وتمثلت أدوات جمع المعلومات في تلك الدراسة في الاستبيان، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (٦٠٠) مفردة من طلاب الثانوية

العامّة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة من أهمها: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو ممارستهم لأنشطة الإعلام التربوي. (دعاء عوض محمد، ٢٠١٨م)

وبحثت دراسة ماجدة محمد عبد العزيز مراد (٢٠١٨م): دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في مواجهة التعصب لدى طلاب المرحلة الثانوية للتعرف على ما تقوم به هذه الأنشطة في توظيف طاقات الطلاب لدعم أسس الحوار ونشر التسامح وذلك من خلال عينة عمدية حصصية من ثلاثمائة طالب وطالبة بالمرحلة الثانوية بمحافظة الجيزة بالتوزيع مناصفة بين الذكور والإناث، وبين المشاركين وغير المشاركين في الأنشطة الإعلامية المدرسية، كما تم التوزيع بين المدارس الحكومية والخاصة والتجريبية بواقع مائة مفردة لكل منهم. وقد توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين في الأنشطة الإعلامية المدرسية وغير المشاركين في درجة التعصب لصالح غير المشاركين، مما يوضح أهمية الأنشطة الإعلامية المدرسية ودورها في حياة الطلاب بالمرحلة الثانوية وقدرتها على القيام بالعديد من الوظائف النفسية والاجتماعية والتربوية وعدم ثبوت صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين في الأنشطة الإعلامية المدرسية حسب نوع المدرسة من حيث نوع العمل الذي يقوم به المشارك. (ماجدة محمد عبدالعزيز مراد، ٢٠١٨م)

وهدفت دراسة أميرة مصطفى محمود المصري (٢٠١٩م): إلى التعرف على مدى قدرة استخدام الإعلام التربوي في التوعية بمفاهيم الجودة من خلال أنشطته المختلفة، ولقد استخدمت الباحثة المنهج شبه التجريبي، وتكونت عينة الدراسة من ١٥ تلميذًا وتلميذة في المرحلة الابتدائية، بمدرسة سعد زغول الابتدائية. ومن أدوات الدراسة مقياس الاتجاهات نحو أنشطة الإعلام التربوي، البرنامج المقترح لأنشطة الإعلام التربوي في التوعية بمفاهيم الجودة. وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات تلاميذ المجموعة التجريبية على مقياس الاتجاه نحو دور أنشطة الإعلام التربوي في التوعية بمفاهيم الجودة، وكذلك توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاه التلاميذ نحو دور أنشطة الإعلام التربوي في التوعية بمفاهيم الجودة ومتوسطات درجاتهم على الاختبار التحصيلي. (أميرة مصطفى محمود المصري، ٢٠١٩م)

كما هدفت دراسة حنان كامل حنفي مرعي (٢٠١٩م): إلى التعرف على دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلاب المرحلة الثانوية، والتعرف على دور المناخ المدرسي في تدعيم هذه القيم، والتعرف على مضامين الأنشطة الإعلامية المدرسية في المدارس الثانوية ومدى امتثال الطلاب لقيم المواطنة التي تبنتها الأنشطة الإعلامية المدرسية في المدارس الثانوية. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح الإعلامي بالعينة، وتمثلت عينة الدراسة في ٤٠٠ مفردة من طلبة وطالبات المرحلة الثانوية العامة من المدارس التجريبية والحكومية. وتمثلت أداة الدراسة في أداة

الاستبيان. ومن أهم النتائج أن الأنشطة الإعلامية المدرسية تقوم بدور هام وفعال في تدعيم قيم المواطنة لدى طلاب المرحلة الثانوية. (حنان كامل حنفي مرعي، ٢٠١٩م)

كما تناولت دراسة **مها عبدالفتاح محمد** (٢٠١٩م): أهمية تفعيل دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في تحقيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، وبينت الدراسة أهم مجالات الأنشطة الإعلامية بالمدرسة، وواقع ممارسة هذه الأنشطة في المدارس، وما أسفرت عنه الدراسة الاستطلاعية هو أن الواقع يشير إلى إهمال لدور المدرسة في هذا المجال. وتكونت عينة الدراسة من ٢٠٢ من طلاب المرحلة الإعدادية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأظهرت نتائج الدراسة: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية من وجهة نظر العينة حول وجود بعض القصور في ممارسة الأنشطة الإعلامية في المدارس، وبناء على نتائج الدراسة قدمت الباحثة تصورًا مقترحًا لتفعيل دور الأنشطة المدرسية وخاصة الإعلامية منها بهدف تحقيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية. (مها عبدالفتاح محمد، ٢٠١٩م)

ولوضع تصور مقترح لتفعيل الأنشطة الإعلامية المدرسية للتعامل مع الفراغ الفكري لدى المراهقين من خلال أخصائي الإعلام التربوي جاءت دراسة **رباب إبراهيم** (٢٠٢٠م): حيث ينتمى هذا البحث إلى البحوث الوصفية، وقامت الباحثة بعمل دراسة استطلاعية على عينة من المراهقين من خلال تطبيق استمارة الفراغ الفكري على عينة قوامها ١٠٠ مراهق من إدارتي أشمون التعليمية والشهداء التعليمية، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن وجود فراغ فكري لدى المراهقين وبناء عليه تم وضع التصور المقترح وهو يشتمل على عشرة أنشطة إعلامية متنوعة، ثم قامت الباحثة بعرض هذا التصور على عينة من أخصائيي الإعلام التربوي بلغ عددها ١٠٠ أخصائي والتعرف على آرائهم نحو هذا التصور من خلال تطبيق مقياس اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي نحو تطبيق التصور المقترح لتفعيل الأنشطة الإعلامية للتعامل مع الفراغ الفكري لدى المراهقين وكان من نتائج البحث أن اتجاه أخصائيي الإعلام التربوي نحو التصور كان إيجابيًا. (رباب صلاح السيد إبراهيم، ٢٠٢٠م)

وللتعرف على واقع ممارسة أنشطة الإعلام التربوي خلال التدريب الميداني داخل مكتبة مصر العامة بالجيزة من وجهة نظر المتدربين كانت دراسة **ريهام أحمد محمد زكي** (٢٠٢٠م): وتم الاعتماد على منهج المسح والجمع بين الدراستين الكمية والكيفية، وطبقت الدراسة الكمية على عينة عمدية قوامها ٥٠ مفردة من متابعي أنشطة الإعلام التربوي من الجمهور الداخلي في مكتبة مصر العامة بالجيزة، بالإضافة إلى عينة مجموعة النقاش المركزة التي اشتملت على مجموعة من خريجي الإعلام التربوي الذين تلقوا التدريب الميداني بمكتبة مصر العامة بالجيزة حينما كانوا طلابًا بالفرقة الرابعة في ثلاثة أعوام جامعية متتالية، وبلغ عددهم ثمانية مبحوثين من الذكور والإناث. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دور أنشطة الإعلام التربوي في خدمة أهداف المكتبة، ودور المكتبة في نجاح أنشطة الإعلام التربوي. (ريهام أحمد محمد زكي، ٢٠٢٠م)

كما هدفت دراسة [مروة إبراهيم الششتاوي](#) محمد (٢٠٢٠م): إلى التحقق من فعالية برنامج إرشادي قائم على الأنشطة الإعلامية المدرسية في تعديل اتجاهات التلاميذ العاديين نحو أقرانهم من ذوي الاحتياجات الخاصة المدمجين في مدارس التعليم العام. وتكونت عينة البحث من ١٨ تلميذا وتلميذة ممن تتراوح أعمارهم الزمنية ما بين ١١-١٢ سنة، وقسمت العينة إلى مجموعتين متكافئتين (تجريبية وضابطة) تكونت كل منهما من (٩) تلاميذ. وتكونت أدوات البحث من مقياس اتجاهات التلاميذ العاديين نحو أقرانهم ذوي الاحتياجات الخاصة، وبرنامج إرشادي قائم على الأنشطة الإعلامية المدرسية لتعديل اتجاهات العاديين نحو أقرانهم ذوي الاحتياجات الخاصة. ([مروة إبراهيم الششتاوي](#) محمد، ٢٠٢٠م)

وللمشاركة في الأنشطة الإعلامية وغيرها من الأنشطة الأخرى ودورها في استقلالية المراهقين بين أفراد الأسرة كانت دراسة [Alex R. Lin, Nickki P. Dawes, Sandra D. Simpkins](#) (2020): وفي هذه الدراسة تم تحليل المقابلات شبه المنظمة من مجموعة متنوعة من ٣٤ مفردة من الوالدين والمراهقين من أصل مكسيكي يعيشون في منطقة حضرية، للتعرف على دور الأنشطة الإعلامية والأنشطة الأخرى في استقلالية المراهقين بين أفراد الأسرة. وتشير النتائج إلى ضرورة زيادة تعزيز الأنشطة الإعلامية في الاستجابة للممارسات الثقافية المتنوعة للعائلات، كما أوضحت الدراسة أن الأنشطة الإعلامية لها دور كبير في استقلالية المراهقين بين أفراد الأسرة. ([Sandra D. Simpkins, Nickki P. Dawes, Alex R. Lin](#), 2020)

وجاءت دراسة هشام خير الله (٢٠٢١م) للتعرف على العلاقة بين ممارسة تلاميذ المرحلة الثانوية لأنشطة الإعلام المدرسي وتشكيل الصورة الذهنية لأقسام الإعلام التربوي بالجامعات المصرية لديهم، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح واستخدم في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن ممارسة أنشطة الإعلام المدرسي بأشكالها المختلفة لها دور كبير في تحسين الصورة الذهنية لأخصائي الإعلام المدرسي لدى طلاب الثانوية العامة، وأن ممارسة أنشطة الإعلام المدرسي بأشكالها المختلفة لها دور كبير في زيادة معرفة طلاب الثانوية العامة بأقسام الإعلام وما يدرس بها، ومن ثم تحسين الصورة الذهنية لأقسام الإعلام، كما أن ممارسة أنشطة الإعلام المدرسي لها دور كبير في تحسين اتجاه طلاب الثانوية العامة نحو الالتحاق بأقسام الإعلام والدراسة بها. ([هشام رشدي](#) خير الله، ٢٠٢١م)

ولدور وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على السلوك الجنسي والنشاط الإعلامي لدى المراهقين جاءت دراسة [F. S., Arsad, M. I. A., Abdul Khani](#) (2021): وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين المراهقين ومدى تأثيرها على سلوكهم الجنسي ونشاطهم الإعلامي. ووجدوا أن وسائل التواصل الاجتماعي تستقطب عامة الناس وخاصة المراهقين، حيث تغلغت وسائل التواصل الاجتماعي في أنشطتنا اليومية مما يؤثر بشكل مباشر على فترة المراهقة.

وطُبِّقت الدراسة على عينة قوامها ٢٤٤ مفردة. وتم استبعاد ١٦ بسبب التكرارات. وأكدت الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين المراهقين له تأثير كبير على سلوكهم الجنسي وممارستهم للنشاط الإعلامي. كما يجب الحد من استخدام الإنترنت وضرورة إشراف الوالدين في مراقبة أنشطة المراهقين عبر الإنترنت.

[M. I. A., Abdul Khani F. S., Arsad, \(2021\)](#)

وتستهدف دراسة شيماء المالكي (٢٠٢١م): التعرف على دور أنشطة الإعلام التربوي في التنشئة السياسية لدى طلاب المرحلة الإعدادية. وقد اتبعت الدراسة منهج المسح وفي إطار ذلك قامت الباحثة بدراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية من ١٢ - ١٤ سنة تبلغ ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث وذلك من خلال استمارة الاستقصاء. وقد تمثلت أهم نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ممارسة الطلاب لأنشطة الإعلام التربوي وبين مستوى التنشئة السياسية لديهم، ووجود فروق دالة إحصائية في مستوى التنشئة السياسية بين الطلاب الممارسين والطلاب غير الممارسين لأنشطة الإعلام التربوي لصالح الطلاب الممارسين. (شيماء مصطفى المالكي، ٢٠٢٢م)

كما هدفت دراسة (2022) , [Catarina Grande, Vera Coelho, Sofia Guichard](#) : إلى مدى اشتراك أطفال ما قبل المدرسة من ذوي الإعاقة وغير المعوقين في الأنشطة الإعلامية، والأنشطة خارج المدرسة وهي الأنشطة المنزلية والمجتمعية على وجه الخصوص، كما هدفت إلى التحقق مما إذا كانت الحواجز البيئية تتوسط في العلاقة بين أداء الطفل ومشاركته في هذه الأنشطة الإعلامية أم لا. وطُبِّقت الدراسة على ١١٦ طفلاً في سن ما قبل المدرسة من ذوي الإعاقة وغير المعوقين. وقام معلمو مرحلة ما قبل المدرسة بتقييم أداء الطفل. وأشارت النتائج إلى مشاركة الأطفال من ذوي الإعاقة وغير المعوقين في الأنشطة الإعلامية، وكذلك في الأنشطة المنزلية والمجتمعية.

[Catarina Grande, Vera Coelho, Sofia Guichard, \(2022\)](#)

وهدف دراسة (2022) [Scully, Tracy M; Dodson, Christina V](#) : إلى مراقبة الحكومة لأنشطة وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي لمعلمي المدارس الابتدائية، والتأكد من اهتمام المعلمين بالأنشطة الإعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد شُكلت بالفعل أربع لجان لمتابعة الاهتمام بالأنشطة الإعلامية، تتألف من ٢٧ عضواً تم اختيارهم من مقر المديرية، ومكاتب مختلفة على مستوى الأقسام والمقاطعات وقدمت هذه اللجان الأربع تقارير عن نتائجها وملاحظات مرة واحدة في الشهر إلى هيئة ذات مستوى أعلى مكونة من ثمانية أفراد، والتي قامت "بجمع وتخزين وتحليل" النتائج الخاصة بالأنشطة الإعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ([Dodson, Christina V, Scully, Tracy](#)).

(M;2022)

التعليق على الدراسات السابقة العربية والأجنبية ومدى الاستفادة منها:

من خلال مراجعة الباحثة للدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع الدراسة وجدت الباحثة ما يلي: -

- أثمر الاطلاع على جميع الدراسات السابقة العربية والأجنبية في إثراء وتوسيع معارف الباحثة، إلى جانب اختيار الإطار النظري والنظرية المناسبة، وفي تحديد إشكالية الدراسة، وبالتالي تم الاستفادة منها في صياغة المشكلة البحثية وتحديد الهدف منها وأهميتها، والتعرف على أهم الأدوات والأساليب المستخدمة في هذه الدراسات، وكيفية الاستفادة منها في الدراسة الحالية وكذلك المنهج المستخدم والعينة البحثية التي تم استخدامها، وكذلك تصميم صحيفة الاستبيان ومناقشة النتائج.

- وتنوعت الأدوات وكذلك المجال المكاني والزمني لتطبيق أداة جمع البيانات، والتي تم استخدامها في هذه الدراسات، فالكثير منها استخدم استمارة الاستبيان **كدراسة هشام خير الله (٢٠٢١م)**: وهدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين ممارسة تلاميذ المرحلة الثانوية لأنشطة الإعلام المدرسي وتشكيل الصورة الذهنية لأقسام الإعلام التربوي بالجامعات المصرية لديهم، وتجريبية كدراسة مروة محمد (٢٠٢٠م): وهدفت الدراسة إلى التحقق من فعالية برنامج إرشادي قائم على الأنشطة الإعلامية المدرسية في تعديل اتجاهات التلاميذ العاديين نحو أقرانهم ذوي الاحتياجات الخاصة المدمجين في مدارس التعليم العام، وشبه تجريبية كدراسة **أميرة مصطفى محمود المصري (٢٠١٩م)**: وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى قدرة استخدام الإعلام التربوي في التوعية بمفاهيم الجودة من خلال أنشطته المختلفة، وتنوعت حدود تطبيق هذه الدراسات في دول مختلفة، منها ما تم تطبيقه في مصر وبعض الدول العربية والأجنبية.

- كما اهتمت بعض الدراسات الأجنبية بالأنشطة الطلابية في الجامعات كدراسة **Lisa (2016)** **Ansala,** وأكدت أن الأنشطة هي هدف تسعى الجامعات له والاستثمار فيه، فالنشاط يعمل على زيادة مهارات الطلاب ودعم جو إيجابي للدراسة. كما أن معظم الدراسات السابقة العربية والأجنبية ركزت على المنهج الوصفي، مع اعتماد دراسة **(Xueqin Gaohua, 2017)** على المنهج المقارن، وهي دراسة لمقارنة الطلاب الذين يستخدمون الأنشطة المدرسية والذين لا يستخدمونها في المدارس الثانوية الصينية الأمريكية، والتعرف على التفاعل بين المعلمين والطلاب من خلال الأنشطة التعليمية.

- ويلاحظ اتفاق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة أيضاً في تناول أهمية الدور الذي تقوم به المؤسسات التعليمية المختلفة تجاه الأنشطة الإعلامية والاهتمام بها، وتأتي دراستنا الحالية مكملية للدراسات السابقة حيث ركزت على موضوع دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، وعلى حد علم الباحثة لم تتناوله أي دراسة أخرى عربية أو أجنبية.

- كما تناول الكثير من الدراسات العربية الأنشطة الإعلامية، وأكد أهميتها في عمليتي التعليم والتعلم، وأكد الكثير من الدراسات السابقة أن الطلاب يعرفون الأنشطة الإعلامية المدرسية، إلا أن الممارسات الفعلية لأنشطتها لا تزال في حدها الأدنى رغم الاهتمام بها.

مشكلة الدراسة:

إن الاهتمام بالأنشطة الإعلامية بمراحل التعليم المختلفة ينتج من الاهتمام بإعداد النشء؛ لأن هذه الأنشطة المدرسية لها قدرة كبيرة على التأثير على الطلاب ومفاهيمهم وسلوكهم وميولهم واتجاهاتهم، وخاصة إذا تم ممارستها بطريقة صحيحة وموجهة تحت إشراف تربوي سليم وألا تتم بطريقة عشوائية، فأنشطة الإعلام التربوي وخاصة الإذاعة والصحافة المدرسية والمسرح المدرسي وغيرها من الأنشطة الإعلامية الأخرى لها دور هام في البناء الاجتماعي للطلاب، من حيث اكتشاف موهبته وتنميتها وتزويده بالمعلومات والمعارف المختلفة تحت إشراف أخصائي الإعلام التربوي، وبالتالي فالأنشطة لها دور مهم في إعداد الشخصية السوية للطلاب داخل المجتمع، وقد يكون لموقع اليوتيوب دور هام في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي.

وتولد الإحساس بالمشكلة عندما لاحظت الباحثة أن الأنشطة الإعلامية تحتل مكانة بارزة بين كافة أنواع الأنشطة الأخرى؛ حيث يتجه طلاب الإعلام التربوي للمشاركة فيها وذلك لكونها المتنفس التربوي والحقيقي لهم، فعادة ما يبحث طالب الإعلام التربوي عن بيئة يشعر فيها بتجديد نشاطه وإثارة قدراته فيتجه إلى المشاركة في الأنشطة الإعلامية من صحافه وإذاعة مدرسية. (أحمد محمد عثمان، ٢٠٠٦م، ص ١) ولقد لاحظت الباحثة، إقبالاً متزايداً على موقع اليوتيوب من جانب طلاب الإعلام التربوي، مما أثار الفضول للتعرف على جوانب وأبعاد وطبيعة هذا الاستخدام من هذه الشريحة المهمة من المجتمع ألا وهم شباب الجامعات، ومن أجل الوقوف على طبيعة المشكلة البحثية، وتحديد أهداف الدراسة بشكل أدق، والتعرف على دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، ووصولاً لتحديد دقيق لمشكلة الدراسة، أجريت الباحثة دراسة استكشافية ميدانية باستخدام أداة الاستبيان على عينة عشوائية لطلاب الإعلام التربوي خلال الفترة من ٣ إلى ٥ مارس ٢٠٢٢م، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة:

١- أن المبحوثين يتابعون موقع اليوتيوب مع التفاوت بينهم، حيث احتل موقع اليوتيوب المركز الأول في متابعتهم بنسبة ٩٧٪.

٢- يغلب على أنماط استخدام موقع اليوتيوب الاستخدام اليومي لأكثر من أربع ساعات، بينما أكثر الأوقات تفضيلاً للاستخدام هي أوقات المساء والسهرة. وتحاول الدراسة الحالية معرفة دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي.

أهمية الدراسة:

وتكمن الأهمية العلمية لهذه الدراسة: في تركيزها على موقع اليوتيوب ودوره في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، أما الأهمية التطبيقية: فتتمثل فيما تنتهي إليه الدراسة من تقديم رؤية قد تسهم في تنمية الأنشطة الإعلامية، كما تستمد الدراسة الحالية أهميتها فيما يلي:

- ١- تنطلق أهمية البحث من كون الشباب الجامعي مطالبًا بمواكبة التطور السريع لثورة المعلومات وفهمها واستيعابها والاستفادة منها في تنمية أنشطته الإعلامية، وتكمن أهميته أيضًا فيما قد يتوصل إليه من نتائج لمعرفة مزايا وعيوب موقع اليوتيوب.
- ٢- حداثة البحث، حيث يعد هذا البحث في حدود علم الباحثة من أوائل البحوث التي تتناول موضوع الأنشطة الإعلامية من زاوية جديدة لم يسبق إليها من قبل الباحثين، وهو تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي من خلال موقع اليوتيوب. نظرًا للأهمية المتزايدة التي أصبحت تتمتع بها هذه الوسيلة التي شهدت انتشارًا واسعًا وامتيازًا الأمر الذي يؤدي إلى إثارة آفاق بحثية جديدة.
- ٣- أهمية مرحلة طلاب الجامعات (الشباب) بصفة عامة وطلاب الإعلام التربوي بصفة خاصة في ضرورة التعرف على ملامحها وعلاقة الطلاب بالوسائل الحديثة وكيفية الاستفادة منها، والبحث عن كل ما هو جديد وتقليده فهو يشاهد ويسمع ويقراء، أي يتعرض للعديد من وسائل الإعلام الجديد على اختلاف أنواعها.
- ٤- تسليط الضوء على جانب هام وحيوي في العملية التعليمية وهو الأنشطة الإعلامية والذي يُعد منبرًا لتعليم الطلاب كيفية التعامل مع وسائل الإعلام الجديد وخاصة اليوتيوب بعد التطور السريع التي تشهده المجتمعات في هذا المجال.
- ٥- تعطي هذه الدراسة صورة لأهمية الأنشطة الإعلامية أمام الجهات المسؤولة مما يساهم في إدراك جوانب الضعف والقصور ومحاولة التعديل لرفع كفاءة أخصائي الإعلام التربوي، ومن ثم التأهيل المناسب للتلاميذ.
- ٦- توضيح أهمية موقع اليوتيوب كأحد أشكال وسائل الإعلام الجديد في صناعة وبث الرسائل الإعلامية وتوسيع نطاق انتشارها وتأثيرها باعتبارها أحد أشكال صحافة المواطن. (رائد محمد مصطفى، ٢٠١٧م، ص ٨)
- ٧- هذه الدراسة تحاول رصد الواقع الفعلي لطبيعة الأنشطة الإعلامية بالإضافة إلى استشراف المستقبل نحو تطويرها. كما يُعد البحث الحالي أحد الأساليب لتنفيذ توصيات الدراسات السابقة والمؤتمرات الإعلامية خاصة فيما يتعلق بتنفيذ الأنشطة الإعلامية.
- ٨- يمكن الاستفادة من البحث الحالي في كيفية تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي من خلال موقع اليوتيوب والاستفادة منها في عمليتي التعليم والتعلم أثناء دراستهم وبعد التخرج والعمل في مجال التخصص.

أهداف الدراسة:

تحددت أهداف الدراسة في:

- ١- التعرف على دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي.
- ٢- معرفة مدى استخدام طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب.
- ٣- معرفة مدى متابعة طلاب الإعلام التربوي للأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب.
- ٤- التعرف على أسباب مشاهدة طلاب الإعلام التربوي لمضامين الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب.
- ٥- التعرف على الطريقة التي تعرف بها طلاب الإعلام التربوي على موقع اليوتيوب والذي يساعدهم في تنمية أنشطتهم الإعلامية لأول مرة.
- ٦- الكشف عن أهم الأنشطة الإعلامية التي يتابعها طلاب الإعلام التربوي على موقع اليوتيوب.
- ٧- التعرف على مدى الثراء المعلوماتي الذي يتمتع به موقع اليوتيوب.
- ٨- معرفة اتجاه المبحوثين نحو الاستفادة من فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالأنشطة الإعلامية.

مصطلحات الدراسة:

- ١- موقع اليوتيوب: هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني. (عباس مصطفى صادق، ٢٠٠٨م)
- ٢- الأنشطة الإعلامية: هي نشاط الصحافة والإذاعة المدرسية والمسرح المدرسي والمناظرات والندوات، وهي أحد الأنشطة الثقافية والفنية بالمدرسة، وهذه الأنشطة يشرف على تنفيذها أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية. (وائل مخيمر عبد النبي، ٢٠١٧م، ص ٤٧٤)
- وتعرف الباحثة الأنشطة الإعلامية بأنها: مجموعة الأنشطة التي يمارسها طلاب الإعلام التربوي والتي تتمثل في الصحف الحائطية بأشكالها المختلفة المكتوبة والمصورة، الكاريكاتير، ومجلة الربع ساعة، المطويات، الكشكول الطائر، البرلمان المدرسي، النشرات المدرسية، الإذاعة المدرسية، المسرح المدرسي والحملات الإعلامية وغيرها.
- ٣- الإعلام التربوي: هو مجموعة الخبرات والمهارات والجهود المنظمة في الحقل التعليمي، والتي يتلقاها ويقوم بها التلاميذ من معرفة وإعداد وتلقى رسائل إعلامية متنوعة، عبر الصحافة أو الإذاعة المدرسية أو المناظرات أو غيرها. وذلك من خلال أخصائي الإعلام التربوي المعد إعلامياً وتربوياً لإعداد جيل واعٍ إعلامياً وقادراً على فهم وتحليل وبناء رسالة إعلامية واضحة المعالم وعلى أسس إعلامية تربوية سليمة وتقيد في بناء الشخصية المتكاملة في ضوء أهداف التربية والإعلام. (طارق محمد الصعيدى، ٢٠٠٥م، ص ٥٧)

تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة الحالية إلى دراسة أطروحة أساسية وهي التعرف على دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:-
- ١- ما دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي؟
 - ٢- ما مدى استخدام طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب؟
 - ٣- ما الطريقة التي تعرف بها طلاب الإعلام التربوي على موقع اليوتيوب والذي يساعدهم في تنمية أنشطتهم الإعلامية لأول مرة؟
 - ٤- ما مدى متابعة طلاب الإعلام التربوي للأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب؟
 - ٥- ما أهم الأنشطة الإعلامية التي يتابعها طلاب الإعلام التربوي على موقع اليوتيوب؟
 - ٦- ما أسباب مشاهدة طلاب الإعلام التربوي لمضامين الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب؟
 - ٧- ما مدى الثراء المعلوماتي الذي يتمتع به موقع اليوتيوب؟
 - ٨- ما اتجاه المبحوثين نحو الاستفادة من فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالأنشطة الإعلامية؟

فروض الدراسة:

- ١- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب وأولويات أوجه الثراء الإعلامي للأنشطة الإعلامية.
- ٢- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مناقشة مشاهد مقاطع الفيديو مع الآخرين وتنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي.
- ٣- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) ومعدل مشاهدتهم لمضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية.
- ٤- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) في تنمية الأنشطة الإعلامية.
- ٥- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي (الريف والحضر) في تنمية الأنشطة الإعلامية.

منهج وعينة الدراسة:

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، كما تستهدف جمع الحقائق والمعلومات والبيانات عن الظاهرة، كما تستهدف أيضًا تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد، وعلى ذلك يقوم البحث الوصفي بوصف ما هو كائن عن طريق جمع الحقائق والبيانات والمعلومات حول

الظاهرة وجدولتها وتبويبها وتفسيرها واستخلاص المعلومات والبيانات. (محمود حسن إسماعيل، ١٩٩٦م، ص ١١)

وفى إطار الدراسة الوصفية استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بالعينة باعتباره جهداً علمياً مُنظماً يُستخدم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة محل الدراسة لمسح الجمهور من طلاب الإعلام التربوي - عينة الدراسة - للتعرف على دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لديهم، من خلال عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة ممن يشاهدون موقع اليوتيوب، ولقد حددت الباحثة مجتمع الدراسة الذي يتم اختيار العينة منه والذين تتراوح أعمارهم من ١٨-٢١ سنة من طلاب الجامعة المقيمين بجامعات القاهرة، طنطا وكفرالشيخ.

مبررات اختيار العينة:

- ١- أهمية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة الحالية وهي طلاب الجامعات من ١٨-٢١ سنة، وهي تشكل قطاعاً مهماً في المجتمع، كما أنهم يعتبرون من أكثر الفئات تعرضاً لموقع اليوتيوب.
- ٢- تم اختيار عينة الدراسة من طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعات القاهرة، طنطا وكفر الشيخ، حيث مكان إقامة الباحثة ما بين محافظتي الجيزة وكفرالشيخ وقرب محافظة الغربية من مكان عمل الباحثة، حيث يسهل عليها التطبيق بهذه الجامعات، ولوجود اختلاف كبير بينهم في التقدم والتطور التكنولوجي وفى العادات والتقاليد والاهتمامات مما يساعد على إعطاء ثراء وتنوع في نتائج البحث.

خصائص عينة الدراسة:

جدول (١)
يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	
ك	%		
٢٠٠	٥٠	ذكور	النوع
٢٠٠	٥٠	إناث	
٤٠٠	١٠٠	جملة	
١٨٠	٤٥	ريف	الإقامة
٢٢٠	٥٥	حضر	
٤٠٠	١٠٠	جملة	
٦١	١٥.٢٥	أقل من ٢٠٠٠ جنيه	متوسط دخل الأسرة
٢٢٠	٥٥	من ٢٠٠٠ : ٥٠٠٠ جنيه	
١١٩	٢٩.٧٥	أكثر من ٥٠٠٠ جنيه	
٤٠٠	١٠٠	جملة	تعليم الأب
٣٢	٨	دون المتوسط	
٥٩	١٤.٧٥	تعليم متوسط	
٢٥٠	٦٢.٥	مؤهل عال	

١٤.٧٥	٥٩	ماجستير ودكتوراه	
١٠٠	٤٠٠	جملة	
٢٠	٨٠	دون المتوسط	تعليم الأم
٢٧.٥	١١٠	تعليم متوسط	
٤٤.٥	١٧٨	مؤهل عال	
٨	٣٢	ماجستير ودكتوراه	
١٠٠	٤٠٠	جملة	
٦.٢٥	٢٥	لا يعمل	وظيفة الأب
٩٣.٧٥	٣٧٥	يعمل	
١٠٠	٤٠٠	جملة	
٦٠.٢٥	٢٤١	لا يعمل	وظيفة الأم
٣٩.٧٥	١٥٩	يعمل	
١٠٠	٤٠٠	جملة	
١٦.٧٥	٦٧	منخفض	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
٥٧.٥	٢٣٠	متوسط	
٢٥.٧٥	١٠٣	مرتفع	
١٠٠	٤٠٠	جملة	

من حيث النوع: نسبة ٥٠٪ من أفراد العينة ذكور، ونسبة ٥٠٪ منهم إناث.

من حيث الإقامة: نسبة ٤٥٪ من أفراد العينة مقيمون بالريف، ونسبة ٥٥٪ منهم مقيمون بالحضر.

من حيث الدخل: نسبة ١٥.٢٥٪ من أفراد العينة دخلهم أقل من ٢٠٠٠ جنيه، ونسبة ٥٥٪ منهم دخلهم ما بين ٢٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ جنيه، ونسبة ٢٩.٧٥٪ منهم دخلهم أكثر من ٥٠٠٠ جنيه.

من حيث تعليم الأب: نسبة ٨٪ منهم تعليم دون المتوسط، ونسبة ١٤.٧٥٪ منهم تعليم متوسط، ونسبة ٦٢.٥٪ من أفراد العينة جامعيون، ونسبة ١٤.٢٥٪ منهم ماجستير ودكتوراه.

من حيث تعليم الأم: نسبة ٢٠٪ منهم تعليم دون المتوسط، ونسبة ٢٧.٥٪ من أفراد العينة تعليم متوسط، ونسبة ٤٤.٥٪ منهم تعليم عال، ونسبة ٨٪ منهم ماجستير ودكتوراه.

من حيث عمل الأب: نسبة ٩٣.٧٥٪ من أفراد العينة يعملون، ونسبة ٦.٢٥٪ منهم لا يعملون.

من حيث عمل الأم: نسبة ٣٩.٧٥٪ من أفراد العينة يعملون، ونسبة ٦٠.٢٥٪ منهم لا يعملوا.

من حيث المستوى الاجتماعي الاقتصادي: نسبة ١٦.٧٥٪ من أفراد العينة بالمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض، ونسبة ٥٧.٥٪ منهم بالمستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط، ونسبة ٢٥.٧٥٪ منهم بالمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع.

حدود الدراسة:

١ - الحدود الموضوعية: اختارت الباحثة موقع اليوتيوب (كوسيلة) ودورها في تنمية الأنشطة الإعلامية

لدى طلاب الإعلام التربوي (كجمهور).

٢- **الحدود المكانية:** أجريت الدراسة الميدانية وتم التطبيق على طلاب الإعلام التربوي من ١٨-٢١ سنة بكلية التربية النوعية بجامعة القاهرة، طنطا وكفر الشيخ.

٣- **الحدود الزمنية:** حددت الباحثة الفترة الزمنية لإجراء المسح الميداني الشامل لطلاب الإعلام التربوي خلال شهري مارس وإبريل ٢٠٢١م/٢٠٢٢م.

أدوات الدراسة:

جُمعت بيانات هذا البحث من خلال استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد تضمنت الجوانب المختلفة التي تسعى الدراسة إلى التعرف عليها، وفقًا لأهداف الدراسة وتساؤلاتها التي أعدت لهذا الغرض، وشملت ١٣ سؤالاً يغطي أهداف البحث بشكل كامل ومن محاور الاستبيان:

مدى استخدام طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب، واشتمل على (٣) عبارات، وعدد ساعات استخدام طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب يوميًا واشتمل على (٤) عبارات، والطريقة التي تعرف بها طلاب الإعلام التربوي على موقع اليوتيوب والذي يساعدهم في تنمية أنشطتهم الإعلامية لأول مرة واشتمل على (٥) عبارات، وأهم الأنشطة الإعلامية التي تتابعها أفراد العينة على موقع اليوتيوب واشتمل على (٣) عبارات، وأسباب مشاهدة طلاب الإعلام التربوي لمضامين الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب واشتمل على (٥) عبارات، والأسباب التي تدفع المبحوثين للتعليق على مقاطع الفيديو حول الأنشطة الإعلامية واشتمل على (٤) عبارات، ومدى مناقشة المبحوثين لمضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية واشتمل على (٥) عبارات، واتجاه المبحوثين عينة الدراسة نحو النقاش عبر موقع اليوتيوب واشتمل على (٥) عبارات، واتجاه المبحوثين نحو الاستفادة من فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالأنشطة الإعلامية واشتمل على (٨) عبارات، ولقد طُبّق الاستبيان في الفترة الزمنية خلال شهري مارس وإبريل ٢٠٢١م/٢٠٢٢م.

إعداد أدوات الدراسة:

ويشتمل على استمارة الاستبيان للتعرف على موقع اليوتيوب ودوره في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي. وقد مر إعداد استمارة الاستبيان بالمراحل الآتية:-

١- **تحديد البيانات:** وذلك من خلال تحديد نوعية البيانات والمعلومات المطلوب جمعها من الميدان بعد التحديد الدقيق للمشكلة البحثية وتحديد هذه البيانات والمعلومات التي من خلالها تستطيع الباحثة التعرف على موقع اليوتيوب ودوره في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي.

٢- **تحديد الأسئلة:** ولقد تم تحديد الأسئلة في استمارة الاستبيان، ثم تم عرضها على بعض الأساتذة المحكمين(*) في الدراسات الإعلامية، وتم إجراء بعض التعديلات عليها بحيث تغطي أهداف البحث ككل.

٣- إعداد صحيفة الاستبيان في صورتها الأولية: وذلك من خلال الاختبار القبلي للصحيفة، فلقد تم إعداد بعض صحائف الاستبيان لاستخدامها وتجربتها على عينة مماثلة للعينة الأصلية للتعرف على مدى وضوح الأسئلة قبل التطبيق النهائي للاستبيان، وأفادت الدراسة الأولية في التعرف على مدى ملائمة الأسئلة.

٤- الإعداد النهائي لصحيفة الاستبيان: بعد ذلك تم الإعداد النهائي لصحيفة الاستبيان في صورتها النهائية وتم التطبيق على طلاب الإعلام التربوي من ١٨-٢١ سنة، وجاءت عينة الدراسة من بعض كليات التربية النوعية ببعض الجامعات المصرية وتشمل جامعات (القاهرة، طنطا وكفرالشيخ)، وتم إجراء الاستبيان وبعد التطبيق تم مراجعة الصحائف قبل عمل الإحصاء اللازم لها، وبعد ذلك تم استخراج النتائج النهائية وقامت الباحثة بتفسيرها.

إجراءات الصدق والثبات لأدوات الدراسة الميدانية:

١- الصدق: صدق المحكمين وذلك للتأكد من صدق الاستبيان، فلقد قامت الباحثة بعرض الاستبيان على بعض الأساتذة المحكمين (*) في مجال الإعلام وذلك لمراجعة أسئلة الاستبيان، وبعدها تم إجراء التعديلات اللازمة. ولقد أجريت الباحثة تطبيقاً مبدئياً للاستمارة على عينة من طلاب الإعلام التربوي قوامها ٥٠ مفردة (مناصفة بين الذكور والإناث) وذلك للتعرف على مدى وضوح أسئلة الاستمارة، ولقد أسفرت نتائج الدراسة على وضوح الأسئلة.

٢- الثبات: تم قياس الثبات في أداة الدراسة وهي الاستبيان من خلال إعادة تطبيق الاستبيان، حيث تم تطبيقه على عينة من طلاب الإعلام التربوي قوامها (٥٠ مفردة) من الذكور والإناث، وبعد مرور أسبوع تم إعادة الاستبيان مرة أخرى على نفس العينة، ووجدت الباحثة أن النتيجة واحدة في كلا الاختبارين بنسبة تتجاوز ٩٥٪ وبذلك أصبحت الأداة صالحة للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS Statistical Package for the Social Science" وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- اختبار كاي^٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

الإطار النظري للدراسة:

نظرية ثراء وسائل الإعلام " Media Richness Theory ":

اعتمدت الدراسة على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، والتي قام بوضعها كل من Richard L. Daft و Robert H. Lenge، وهي تعد إطاراً لوصف وسائل الاتصال حسب قدرتها على إنتاج المعلومات التي تنتقل من خلالها، وتتخلص الفكرة الأساسية لهذه النظرية في أن وسائل الاتصال تختلف في قدرتها على تسهيل عملية الفهم، فوسائل الاتصال التقليدية والحديثة يمكن أن تصنف كوسائل عالية أو منخفضة الثراء؛ ولذا يجب تحديد الوسيلة الأكثر ملاءمة لكل موقف اتصالي، وذلك بالتوفيق بين الثراء في الوسيلة ودرجة غموض موضوع الاتصال.

كما تبحث نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في دراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي ودورها في تيسير الاتصال بين أفراد الجمهور من خلال توظيف خصائصها وإمكاناتها الفريدة للتغلب على معوقات العملية الاتصالية، والعمل على بناء إطار دلالي مشترك بين أفراد الجمهور بما يحقق لهم مستويات عالية من الفهم، وإدراك المعاني والدلالات المتضمنة في الرسائل الإعلامية المتبادلة فيما بينهم (Bekhit, E, 2009, . , p492)

وتوضح نظرية ثراء وسائل الإعلام أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل التي توفر رجوع صدى تكون وسائل أكثر ثراء، أي كلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً. وتتنظر النظرية لوسائل مثل الصحف والتلفزيون والراديو على أنها فقيرة؛ لأنها لا تسمح برجوع صدى سريع ومباشر. (محمد رضا محمد حبيب، ٢٠٠٧م، ص ٦٤)

وتفرق نظرية ثراء الوسيلة بين الوسائل الأقل ثراء والأكثر ثراء عن طريق عدد المواقف المتاحة في الوسيلة ويفترض هذا المدخل أن الاتصال من خلال الكمبيوتر ووسائل الاتصال الحديثة هو وسيلة ثرية لأنه مفيد للرسالة البسيطة والغامضة، ويعتبر أكثر دقة بسبب وظائف العرض والجمهور والتفاعلية التي تعتبر مهمة وضرورية، فالمستخدم لكي يفهم المعلومة الغامضة وغير الواضحة يحتاج إلى استخدام وسائل أكثر ثراء. (طه عبد العاطي نجم، ٢٠١١م، ص ٥٧-٥٨)

وتُعد مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل ثراءً وقدرة على تفعيل العملية الاتصالية؛ فهي تمتلك قدرات كبيرة في نقل البيانات والمعلومات؛ وتستطيع نقل النصوص والصور والصوت ومقاطع الفيديو على الفور في كلا الاتجاهين بين أي شخصين حول العالم، فضلاً عن أنها تتسم بدرجات مرتفعة من التفاعلية التي تدعم بدائل التواصل أمام المشاركين في الأنشطة الاتصالية عبر هذه المواقع. (أحمد على الزهراني، دعاء فتحي سالم، ٢٠١٨، ص ٦٥)

فروض النظرية:

تفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما:

١- أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدرًا كبيرًا من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

٢- هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي وقدرة هذه الوسيلة الإعلامية على إزالة الغموض الذي يلحق بالمؤسسات وهي: (سرعة رجع الصدى، تعدد الرموز، استخدام اللغة الطبيعية والخصوصية). (إيناس محمد سرج، ٢٠٠٦م، ص ٩٧ - ١٠٠)

تطبيق نظرية ثراء الوسيلة على موضوع الدراسة الحالية:

تعتبر نظرية ثراء الوسيلة مدخلًا وإطارًا نظريًا مناسب لهذه الدراسة للأسباب التالية :

١- هذه النظرية تؤكد متغير وسائل الإعلام التكنولوجية الحديثة، فكما كانت الوسيلة حديثة ومتطورة كانت أكثر ثراء مما يؤدي إلى وضوح وفهم الأشياء الغامضة وتحقيق أكبر قدر من الاستفادة للجمهور. وهذه الدراسة تركز على متغير اليوتيوب الذي يعتبر موقعًا مهمًا ومؤثرًا من مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتميز بمجموع خصائص وسمات تجعل معلوماته ثرية.

٢- معرفة ما إذا كان موقع اليوتيوب بوصفه وسيلة تنسم بالثراء عن طريق ما يقدمه من فيديوهات تحتوي على معلومات ثرية عن الأنشطة الإعلامية يتم تعلمها بأكثر من وسيط صوت وصورة يساهم في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، وهذا على اعتبار أن الأنشطة الإعلامية قد يشوبها درجة عالية من الغموض وعدم الوضوح مما يؤدي إلى التطلع على مصدر معلومات آخر، لكي يفهم طلاب الإعلام التربوي المعلومات الغامضة وغير الواضحة عن هذه الأنشطة الإعلامية.

وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة نظرية ثراء الوسيلة للوقوف على قدرة موقع اليوتيوب بمواصفاته العالية على التأثير في جمهور طلاب الإعلام التربوي بشكل عال، نتيجة لما لهذه الوسيلة من متغيرات عديدة تؤدي إلى ثرائها في التأثير على عدد كبير من الجمهور في وقت سريع وبمجهود بسيط، حيث تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية ثراء الوسيلة الإعلامية أن وسائل الاتصال تختلف في قدرتها على تيسير عملية الفهم، فوسائل الاتصال التقليدية والحديثة يتم تصنيفها حسب درجة ثرائها كوسائل عالية أو منخفضة الثراء مما يتطلب تحديد الوسيلة الأكثر ملاءمة لكل موقف اتصالي وذلك بالتوفيق بين الثراء في الوسيلة ودرجة غموض موضوع الاتصال.

ولقد قامت الباحثة باختيار نظرية ثراء الوسيلة من أجل تفسير مدى ثراء موقع اليوتيوب ومدى امتلاكه لأدوات وآليات وعناصر التفاعلية التي تساهم في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام

التربوي، وكذا زيادة رجع الصدى وسرعته من جانب المتلقي والتي تقيد بدورها في اتجاه طلاب الإعلام التربوي نحو استخدامه.

الإطار المعرفي للدراسة:

أهداف الأنشطة الإعلامية:

- ١- تثقيف الطلاب والمساهمة في نقل التراث من جيل إلى جيل.
- ٢- إعداد النشء وتنمية الميول والاتجاهات وتثبيت القيم الدينية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، الجمالية الوطنية).
- ٣- تنمية المهارات الأساسية للتعليم (القراءة، الكتابة، الاستماع، المشاهدة، التفكير).
- ٤- ربط المدرسة بالمجتمع وقضايا التنمية الشاملة.
- ٥- تنمية إبداعات وابتكارات الطلاب وكشف ميولهم ومواهبهم وتوجيههم مهنيًا.
- ٦- نشر الوعي (الإعلامي، التربوي، الوطني، البيئي) بين الطلاب والمعلمين وأولياء الأمور.
- ٧- شرح وتبسيط المناهج الدراسية والمفاهيم التربوية للطلاب من خلال تقنيات الإعلام.
- ٨- التغطية الإعلامية والإخبارية للأحداث التعليمية والمجتمعية.
- ٩- مساعده الطلاب على التحصيل الدراسي من خلال عقد مسابقات وبرامج أوائل الطلبة بالبرنامج الإذاعي والتمثيليات أو المسرحيات المنهجية.
- ١٠- إكساب الطلاب المهارات (اللغوية الاجتماعية، المعرفية، التفكير العلمي، التحليل والنقد الموضوعي، التفكير الناقد، حل المشكلات، الحس الأخلاقي، القيادة، العمل التعاوني، التعلم الذاتي، الاكتشاف، التعبير عن الذات وحرية التعبير).
- ١١- إكساب الطلاب مهارات العمل الاعلامي (التحرير والإخراج الصحفي والإذاعي والكتابة الصحفية والمسرحية والدراما وفنون الأداء الإذاعي والمسرحي).
- ١٢- تنمية قدرات الطلاب على الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام.
- ١٣- تدريب الطلاب على الانتفاع بأوقات فراغهم، ووقايتهم من التعرض للانحرافات.
- ١٤- تدريب الطلاب على التخطيط للعمل، وروح الفريق، تحديد المسؤوليات والقيادة.
- ١٥- علاج المشكلات النفسية كالشعور بالخجل والانطواء والعزلة والثقة بالنفس وعلاج عيوب النطق والكلام من خلال المشاركة في الأنشطة الإعلامية والمسرحية.
- ١٦- تنمية الانتماء للمدرسة والمجتمع.
- ١٧- تنمية الاتجاهات السلوكية البناءة.
- ١٨- تلمس مشكلات المجتمع والعمل على بث الوعي التربوي تجاهها.

- ١٩- التعريف بمجهودات الدولة تجاه الوطن وأبنائه.
- ٢٠- العمل على غرس تعاليم الإسلام السمحة.
- ٢١- متابعة وسائل الاتصال الجماهيرية والاستفادة من الرؤى العملية والوقوف على مطالب الميدان من خلال ما تبثه من معلومات.
- ٢٢- القيام بالبحوث وتشجيعها في جميع المجالات التربوية.
- ٢٣- تبني قضايا ومشكلات التربية والتربويين والطلاب ومعالجتها إعلاميًا. (دعاء عوض محمد، ٢٠١٨م، ص ١١)

أهمية الأنشطة الإعلامية:

- تسهم الأنشطة الإعلامية في ترسيخ مجموعة من المبادئ والغايات والتي لها تأثير كبير في تكوين شخصية التلاميذ، كما أن استخدام تلك الأنشطة يسهم إلى حد كبير في تحقيق تلك الغايات ومنها:
- ١- مشاركة الطلاب في تخطيط الأنشطة والبرامج الإعلامية المختلفة سواء بطريقة فردية أو بطريقة جماعية.
 - ٢- إعداد الطلاب للتعايش مع الآخرين، والتفاهم مع الغير وإدراك وفهم القضايا المحلية والإقليمية والدولية. (رفعت الضبع، ٢٠٠٩م، ص ٨٦)
 - ٣- مساعدة الطلاب على تفسير الأمور واستيعابها والمشاركة في حل المشكلات، وعلى امتلاك المهارات والقدرات التحليلية.
 - ٤- تزويد الطلاب بعدد من المكتسبات والمعارف لمواجهة الحدث الطارئ أو الحدث المستمر، والقدرة على مواجهة عوضًا عن الخوف والاستسلام أو الانعزال. (محمد معوض، ص ١٤)

أنواع الأنشطة الإعلامية:

١- الصحافة المدرسية:

هي أداة اتصالية أساسية داخل المدرسة، فعن طريقها تستطيع إدارة المدرسة نشر ما تريد أن تنشره لصالح العملية التعليمية، ومن خلالها تستطيع إبلاغ المعلمين بالتعليمات والتوجيهات والإجراءات اللازمة، كما أنه من الممكن أن تكون مجله المدرسة أداة تثقيفية وترفيهية جيدة للمعلمين إذا ما تم إعدادها وفقًا للفن الصحفي الراقي من حيث المضمون والتحرير والإخراج. كما تحتل الصحافة المدرسية موقعًا ودورًا مهما بين أنشطة الإعلام التربوي المختلفة في المجتمعات المدرسية ضمن الأنشطة المدرسية، وهذا الدور نابع من أهمية الدور الذي تلعبه كنشاط حر يمارس بناء على رغبة وميول المتعلم. (إيناس محمود، ٢٠٠٦م، ص ٢١)

وتأخذ الصحافة المدرسية أشكالًا متعددة منها: صحف الحائط، وهي أكثر أنواع الصحف المدرسية انتشارًا نظرًا لقلة تكاليفها، وأيضًا هناك سبورة الأخبار وهي سبورة تتوسط فناء المدرسة وتحتوي على

حكمة اليوم وقول ماثور وأخبار خفيفة إضافة إلى التعليمات المدرسية. ومن أنواع الصحف المدرسية أيضًا المجلات المطبوعة التي تقوم بعض المدارس بإصدارها وإن كانت قليلة وغالبًا ما تصدر مرة واحدة في العام الدراسي. وتشتمل الصحافة المدرسية على الفنون الصحفية المختلفة وهي الخبر والمقال والحديث والتحقيق إضافة إلى الصور والرسوم. (محمد الهادي عفيفي، ٢٠٠٨م، ص ٥٩)

٢ - الإذاعة المدرسية:

الإذاعة المدرسية وسيلة من وسائل الإعلام تبث موادها الإعلامية عن طريق الكلمة الإذاعية المباشرة على مجموعه من الطلاب والأساتذة، ويلعب فيها الصوت البشري دورًا أساسيًا ومهمًا في توصيل الفكرة إليهم وحتى تؤدي الإذاعة المدرسية دورها بفاعلية في خدمة العملية التعليمية يجب أن تنظم من خلال مشرف الجماعة والأعضاء في ضوء عدد من المعايير تهدف إلى تطوير الإذاعة وبرامجها والارتقاء بها، كما يمكن استخدامها كوسيلة تعليمية تعزز المقررات الدراسية المختلفة، وبذلك تهدف إلى إكسابهم العديد من المهارات والمعلومات المختلفة وإعدادهم للمستقبل. (هناء رزق، ٢٠٠٨م، ص ٣٣)

وهي من أبرز مجالات النشاط المدرسي، وتحتل مكانًا بارزًا داخل المدرسة، وهي تقف جنبًا إلى جنب مع الكثير من الأنشطة والجماعات المدرسية الأخرى، وتمارس الإذاعة المدرسية نشاطها على فترات مختلفة طوال اليوم الدراسي، وذلك في الفترة الصباحية قبل طابور الصباح، كما تمارس نشاطها مصاحبة لطابور الصباح وأثناء الفسحة، ويمكن استخدامها أثناء اليوم الدراسي (محمد أبو سمرة، ٢٠١٠م، ص ٣٢)

٣ - المسرح المدرسي:

المسرح المدرسي نشاط يمارسه الطلاب، ويتدربون من خلاله على ممارسة ألوان متعددة من الفنون مثل: القدرة على تجسيد الشخصيات معبرين عن أحاسيسها وانفعالاتها والخطابة والقراءة المعبرة، والإلقاء، والتأليف ومواجهة الجمهور، والنشاط المسرحي لا يعني أو يهدف إلى مجرد إعداد مسرحية أو تمثيلية تقدم في مناسبة دينية أو وطنية أو اجتماعية، ولكن الهدف منه ينبغي أن يكون واضحًا ومحددًا لكل القائمين عليه، كي يتمكنوا من وضع الخطط والإمكانات لتحقيق تلك الأهداف بسهولة ويسر وفاعلية؛ لأن المسرح المدرسي إذا أحسن توظيفه يعود بالكثير من الأهداف على المتعلمين المشاركين فيه والمشاهدين له، وعلى البيئة المدرسية بشكل عام. (ياسر سلامة، ٢٠٠٥م، ص ٢٤٣)

٤ - الندوات والمؤتمرات والمحاضرات:

وهي من الأساليب الإعلامية التي تستخدم داخل الحقل التعليمي لمناقشة بعض القضايا أو المشكلات التي تهم الطلاب وأولياء الأمور مما يساعد في تنوير الرأي العام الطلابي وإزالة الغموض حول بعض القضايا التربوية والتعليمية المثارة. (محمد أبو زيد، ٢٠٠٨م، ص ٢٨)

٥ - المناظرات:

هي فن قديم وجد منذ وجود الإنسان، ومن الأمور الطبيعية عند الإنسان المفكر اختلافه مع الآخرين وقد يكون هذا الخلاف مصدرًا للخير أو الشر، والمناظرة تؤدي رسالة اجتماعية كبيرة؛ لأنها وسيلة من وسائل التنقيف الجماهيري. كما يمكن إقامتها بين الأطراف التي تحمل وجهات نظر مختلفة حول قضية معينة لإبراز وجهة نظر كل طرف في هذه القضية، وقد تستخدم هذه المناظرات من خلال الإذاعة المدرسية وقد تكون أسلوبًا ووسيلة إعلامية مستقلة، وتحتاج مثل هذه المناظرات إلى أخصائي إعلام تربوي متمكن يستطيع أن يديرها ويصل بها إلى بر الأمان.

٦ - النشرات:

وقد تكون مكتوبة يتم توزيعها على المعنيين من الطلاب أو العاملين بالحقل التعليمي، كما قد تكون مقروءة على الطلاب من خلال الإذاعة المدرسية، وهي وسيلة إعلامية فعالة، كما أنها تتميز بالبساطة والسهولة في الإعداد والإخراج وقلة التكاليف. (عقيل محمود رفاعي، ٢٠١٤م، ص ٢٦)

٧ - البرلمان المدرسي:

هي وسيلة إعلامية لتدعيم المجتمع المدرسي الذي يمثل في الطلاب والأساتذة وأولياء الأمور. (دعاء عوض محمد، ٢٠١٨م، ص ٢٣)

الإطار التطبيقي للدراسة:

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

(١) مدى استخدام طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب:

جدول (٢)

توزيع أفراد العينة طبقاً لمدى استخدامهم لموقع اليوتيوب

النوع	الذكور		الإناث		جملة		النسب ودلالاتها	
	ك	%	ك	%	ك	%		
دائماً	١٣٣	٦٦.٥	١	٦.٠	٢٥٣	٦٣.٣	١.٤	X
أحياناً	٦١	٣٠.٥	٧٩	٣٩.٥	١٤٠	٣٥	١.٩	X
نادرًا	٦	٣	١	٠.٥	٧	١.٨	١.٩	X
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	-	-

٦,٦ = *

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٢) إلى ارتفاع نسبة من يستخدمون موقع اليوتيوب من طلاب الإعلام التربوي، فهناك ٤٠٠ مفردة وهم إجمالي حجم العينة يشاهدونها، نسبة ٦٣.٣٪ من إجمالي أفراد العينة يشاهدونها دائماً وبصفة منتظمة، بنسبة ٦٦.٥٪ من الذكور، ونسبة ٦.٠٪ من الإناث، أي أن

نسبة عدد الذكور ممن يشاهدونها بصفة منتظمة أكبر من نسبة عدد الإناث. ونسبة ٣٥٪ منهم، يشاهدونها بصفة غير منتظمة (أحياناً) بنسبة ٣٠.٥٪ من الذكور، ونسبة ٣٩.٥٪ من الإناث، أي أن نسبة عدد الإناث ممن يستخدمون موقع اليوتيوب بصفة غير منتظمة أكبر من نسبة عدد الذكور، بينما نجد نسبة ١.٨٪ من إجمالي أفراد العينة يشاهدونها نادراً. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد أحمد هاشم الشريف، ٢٠١٩م، ص ١٢٨) والتي أكدت أن نسبة من يستخدمون موقع اليوتيوب وبصفة منتظمة (دائماً) من أفراد العينة كانت ٦٥.٦٪، ونسبة من يشاهدونها أحياناً ٢٩.٢٪، ونسبة من يشاهدونها نادراً ٥.٢٪، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (فرج عياش على، ٢٠١٧م، ص ٢٢٨) والتي أكدت أن نسبة من يستخدمون موقع اليوتيوب بصفة منتظمة (دائماً) من أفراد العينة كانت ١٧٪، ونسبة من يشاهدونها أحياناً ٤٧٪، ونسبة من يشاهدونها نادراً ٣٦٪، وبالكشف عن العلاقة بين النوع ومدى استخدام موقع اليوتيوب، اتضح من خلال كا^٢=٦.٦* أن هناك علاقة دالة بين النوع واستخدام هذا الموقع عند مستوى دلالة ٠.٠٥. ومن بيانات الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث من حيث مدى استخدامهم لموقع اليوتيوب.

(٢) عدد ساعات استخدام طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب يومياً:

جدول (٣)

توزيع أفراد العينة وفقاً لعدد ساعات استخدامهم لموقع اليوتيوب يومياً

النوع	الإجابة		ذكور		إناث		جملة		الترتيب	ت النسب ودلالاتها	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات	٩٤	٤٨.٥	٨٧	٤٣.٧	١٨١	٤٦.١	١	٠.٩	X		
أربع ساعات فأكثر	٤١	٢١.١	٤٣	٢١.٦	٨٤	٢١.٤	٢	٠.١	X		
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	٢٨	١٤.٤	٤٠	٢٠.١	٦٨	١٧.٣	٣	١.٥	X		
ساعة واحدة	٣١	١٦	٢٩	١٤.٦	٦٠	١٥.٣	٤	٠.٤	X		
المجموع	١٩٤	١٠٠	١٩٩	١٠٠	٣٩٣	١٠٠					

كا^٢ = ٢,٤ ×

يوضح الجدول السابق رقم (٣) أن أكثر عدد الساعات التي يستخدمها طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب يومياً هي من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات، وجاء ذلك بنسبة ٤٦.١٪ من إجمالي أفراد العينة، بنسبة ٤٨.٥٪ من الذكور، ونسبة ٤٣.٧٪ من الإناث، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (حاتم علاونة، ٢٠١٤م، ص ٨٩٢) والتي أكدت أن نسبة من يستخدمون موقع اليوتيوب من ثلاث ساعات فأكثر بلغت ١٤٪، ثم جاء من يستخدمونها من أربع ساعات فأكثر في المرتبة الثانية بنسبة ٢١.٤٪ من إجمالي أفراد العينة، بنسبة ٢١.١٪ من الذكور، ونسبة ٢١.٦٪ من الإناث، ثم نسبة

١٧.٣٪ من إجمالي أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب يوميًا من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، بنسبة ١٤.٤٪ من الذكور، ونسبة ٢٠.١٪ من الإناث. وبالكشف عن العلاقة بين النوع وعدد ساعات استخدام طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب يوميًا، اتضح من خلال كا^٢ = ٢.٤ × أنه لا توجد علاقة دالة بين النوع وعدد ساعات استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب يوميًا، وهذا ما تؤكد دالة الفروق بين النسب حيث كانت غير دالة أيضًا.

(٣) الطريقة التي تعرف بها طلاب الإعلام التربوي على موقع اليوتيوب والذي يساعدهم في تنمية أنشطتهم الإعلامية لأول مرة:

جدول (٤)

توزيع أفراد العينة وفقًا للطريقة التي يتعرفون بها على موقع اليوتيوب والذي يساعدهم في تنمية أنشطتهم الإعلامية لأول مرة

النوع	الذكور	إناث	جملة		الترتيب	النسب		الإجابة
			ك	%		ك	%	
الأقارب والأصدقاء	٧٥	٤٥.٥	٦٨	٤١	١٤٣	٤٣.٢	١	٠.٨
الزملاء بالدراسة	٤٣	٢٦.١	٣٩	٢٣.٥	٨٢	٢٤.٨	٢	٠.٥
وسائل الإعلام	٢٠	١٢.١	٣٦	٢١.٧	٥٦	١٦.٩	٣	٢.٣
من الإنترنت	٣٤	١٩.٨	٢٢	١٣.٨	٥٦	١٦.٩	٣	١.٥
من المدرسين بالجامعة	٢١	١٢.٧	١٨	١٠.٨	٣٩	١١.٨	٤	٠.٥
أخرى تذكر	١٩	١١.٥	١٤	٨.٤	٣٣	١٠	٥	٠.٩

أشارت نتائج الجدول السابق رقم (٤) أن هناك ١٤٣ مفردة من إجمالي أفراد العينة بنسبة ٤٣.٢٪ يؤكدون أن أكثر طريقة تعرفوا بها على موقع اليوتيوب والذي يساعدهم في تنمية أنشطتهم الإعلامية لأول مرة هي الأقارب والأصدقاء بنسبة ٤٥.٥٪ من الذكور، ونسبة ٤١٪ من الإناث، وبالتالي لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث، كما جاء الزملاء بالدراسة في المرتبة الثانية كأبرز الطرق بنسبة ٢٤.٨٪ من إجمالي أفراد العينة، بنسبة ٢٦.١٪ من الذكور، ونسبة ٢٣.٥٪ من الإناث، وبالتالي لا توجد فروق بين الذكور والإناث من طلاب الإعلام التربوي، كما جاء في الترتيب الثالث وسائل الإعلام كأبرز الطرق بنسبة ١٦.٩٪ من إجمالي أفراد العينة بنسبة ١٢.١٪ من الذكور، ونسبة ٢١.٧٪ من الإناث، كما يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث من حيث أكثر الطرق التي تعرفوا بها على موقع اليوتيوب والذي يساعدهم في تنمية أنشطتهم الإعلامية لأول مرة. باستثناء طريقة وسائل الإعلام فكانت توجد فروق بين الذكور والإناث لصالح الإناث عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

(٤) مفهوم الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي:

جدول (٥)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمفهوم الأنشطة الإعلامية لديهم

النوع	ذكور		إناث		جملة		الترتيب	ت النسب ودالاتها	
	ك	%	ك	%	ك	%			
هي ممارسة معلنة ناتجة عن دراسة لأنواع الأنشطة الإعلامية المختلفة	١٤٣	٧١.٥	١٤٠	٧٠	٢٨٣	٧٠.٨	١	٠.٣	X
هي نشاط إعلامي ناتج عن موهبة إعلامية لدى الفرد	٥١	٢٥.٥	٥٩	٢٩.٥	١١٠	٢٧.٥	٣	٠.٩	X
هي كافة أوجه الأنشطة الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة	٦	٣	١	٠.٥	٧	١.٨	٢	١.٠٩	X
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	-	-	-

$$X_{٤,٢} = ٢$$

أوضحت نتائج الجدول السابق رقم (٥) أن هناك ٢٨٣ مفردة من إجمالي أفراد العينة بنسبة ٧٠.٨٪ يؤكدون أن مفهوم الأنشطة الإعلامية لديهم هي ممارسة معلنة ناتجة عن دراسة لأنواع الأنشطة الإعلامية المختلفة، بنسبة ٧١.٥٪ من الذكور ونسبة ٧٠٪ من الإناث، كما أن هناك ١١٠ مفردات من إجمالي أفراد العينة بنسبة ٢٧.٥٪ يؤكدون أنها نشاط إعلامي ناتج عن موهبة إعلامية لدى الفرد، بنسبة ٢٥.٥٪ من الذكور ونسبة ٢٩.٥٪ من الإناث، وبالكشف عن العلاقة بين النوع ومفهوم الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، اتضح من خلال $X_{٤,٢} = ٢$ أنه لا توجد علاقة دالة بين النوع ومفهوم الأنشطة الإعلامية لدى أفراد العينة. وهذا ما تؤكد دالة الفروق بين النسب حيث كانت غير دالة أيضاً، وبالتالي لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث.

(٥) مدى متابعة طلاب الإعلام التربوي للأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب:

جدول (٦)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب

النوع	ذكور		إناث		جملة		الترتيب	ت النسب ودالاتها	
	ك	%	ك	%	ك	%			
دائماً	١١٤	٥٧	١١٢	٥٦	٢٢٦	٥٦.٥	١	٠.٢	X
أحياناً	٦٥	٣٢.٥	٦٥	٣٢.٥	١٣٠	٣٢.٥	٢	٠.٠	X
نادراً	٢١	١٠.٥	٢٣	١١.٥	٤٤	١١	٣	٠.٣	X
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	-	-	-

$$X_{٠,١} = ١$$

أسفرت نتائج الجدول السابق رقم (٦) أن نسبة ٥٦.٥٪ من أفراد العينة يتابعون الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب دائماً، يليها نسبة ٣٢.٥٪ يتابعونها أحياناً، يليها نسبة أفراد العينة ممن يتابعون الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب نادراً وبلغت ١١٪. وبالكشف عن العلاقة بين النوع ومدى متابعة طلاب الإعلام التربوي للأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب، اتضح من خلال $\chi^2 = ٠.١ \times$ أنه لا توجد علاقة دالة بين النوع ومدى متابعتهم للأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب، وهذا ما تؤكد دالة الفروق بين النسب حيث كانت غير دالة أيضاً، وبالتالي لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث.

(٦) أهم الأنشطة الإعلامية التي تتابعها أفراد العينة على موقع اليوتيوب:

جدول (٧)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأهم الأنشطة الإعلامية التي يتابعونها على موقع اليوتيوب

النوع / الإجابة	ذكور		إناث		جملة		الترتيب	ت النسب ودالاتها	
	ك	%	ك	%	ك	%			
الصحافة المدرسية	١٠٣	٥١.٥	٨٧	٤٣.٥	١٩٠	٤٧.٥	١	١.٦	X
الإذاعة المدرسية	٦٥	٣٢.٥	٦٨	٣٤	١٣٣	٣٣.٣	٢	٠.٣	X
المسرح المدرسي	١٣	٦.٥	٢٨	١٤	٤١	١٠.٣	٣	٢.٥	*
أخرى تذكر	١٩	٩.٥	١٧	٨.٥	٣٦	٩	٤	٠.٩	X
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	-	-	-

$$\chi^2 = ١٠.٧ \times$$

تشير نتائج الجدول السابق رقم (٧) إلى أن نسبة ٤٧.٥٪ من إجمالي أفراد العينة يؤكدون أن الصحافة المدرسية من أهم الأنشطة الإعلامية التي يتابعونها على موقع اليوتيوب، بنسبة ٥١٪ من الذكور، ونسبة ٤٣.٥٪ من الإناث، كما أن نسبة ٣٣.٣٪ من إجمالي أفراد العينة يؤكدون أنها الإذاعة المدرسية، بنسبة ٣٢.٥٪ من الذكور، ونسبة ٣٤٪ من الإناث، كما جاءت نسبة ١٠.٣٪ من إجمالي أفراد العينة يؤكدون أنه المسرح المدرسي، بنسبة ٦.٥٪ من الذكور، ونسبة ١٤٪ من الإناث، وبالتالي توجد فروق دالة بين الذكور والإناث لصالح الإناث عند مستوى دلالة ٠.٠٥، ونسبة ٩٪ من أفراد العينة يؤكدون وجود أنشطة إعلامية أخرى يتابعونها على موقع اليوتيوب، ومنها المناظرات والقصص القصيرة ومجلات الربع ساعة والبرلمان المدرسي وغيرها من الأنشطة الإعلامية الأخرى، وبالكشف عن العلاقة بين النوع وأهم الأنشطة الإعلامية التي يتابعها طلاب الإعلام التربوي على موقع اليوتيوب، اتضح من خلال $\chi^2 = ١٠.٧ \times$ أنه لا توجد علاقة بين النوع وأهم الأنشطة الإعلامية التي يتابعونها على موقع اليوتيوب، وهذا ما تؤكد دالة الفروق بين النسب.

(٧) أسباب مشاهدة طلاب الإعلام التربوي لمضامين الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب:

جدول (٨)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب مشاهدتهم لمضامين الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب

النوع	ذكور		إناث		جملة		الترتيب	ت النسب ودلالاتها	
	ك	%	ك	%	ك	%			
لأنها توفر فيديوهات حول الأنشطة الإعلامية التي لا يمكن إيجادها في مكان آخر	١٥٥	٧٧.٥	١٧٧	٨٨.٥	٣٣٢	٨٣	١	٣	**
لمتابعة الأنشطة الإعلامية والإلمام بها	١٢٣	٦١.٥	١١٢	٥٦	٢٣٥	٥٨.٨	٢	١.١	X
لمعرفة آراء ووجهات نظر الآخرين حول الأنشطة الإعلامية من خلال تعليقاتهم	٦٢	٣١	٨٣	٤١.٥	١٤٥	٣٦.٣	٣	٢.٢	*
يمكنني التعبير بحرية حول الأنشطة الإعلامية من خلال التعليقات	٧٢	٣٦	٧١	٣٥.٥	١٤٣	٣٥.٨	٤	٠.١	X
لتبادل التعليقات والنقاش مع المستخدمين الآخرين في المواقع حول الأنشطة الإعلامية	٤٩	٢٤.٥	٣٣	١٦.٥	٨٢	٢٠.٥	٥	٢	*
أخرى تذكر	٢٣	١١.٥	١٦	٨	٣٩	٩.٨	٨	١.٢	X

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٨) إلى أن نسبة ٨٣٪ من أفراد العينة أكدوا أن أهم أسباب مشاهدتهم لمضامين الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب أنها توفر لهم فيديوهات حول الأنشطة الإعلامية التي لا يمكن إيجادها في مكان آخر، بينما أكد ٥٨.٨٪ منهم أن متابعة الأنشطة الإعلامية والإلمام بها من أهم الأسباب، بينما أكد ٣٦.٣٪ منهم أن من أهم الأسباب هو معرفة آراء ووجهات نظر الآخرين حول الأنشطة الإعلامية من خلال تعليقاتهم، وبالتالي توجد استفادة من مشاهدتهم لمضامين الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (دعاء محمد عوض، ٢٠١٨م، ص ١٣٦) والتي أكدت أنه توجد استفادة كبيرة جداً من مشاهدتهم لمضامين الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب بنسبة ٣٥.٣٪، وبنسبة كبيرة بلغت ٣٨.٠٤٪، كما يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث من حيث أهم أسباب مشاهدتهم لمضامين الأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب. إلا في أنها توفر لهم فيديوهات حول الأنشطة الإعلامية التي لا يمكن إيجادها في مكان آخر، ولمعرفة آراء ووجهات نظر الآخرين حول الأنشطة الإعلامية من خلال تعليقاتهم وكانت توجد فروق بين الذكور والإناث لصالح الإناث عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥. ولتبادل التعليقات والنقاش مع المستخدمين الآخرين في المواقع حول الأنشطة الإعلامية، فكانت توجد فروق بين الذكور والإناث لصالح الذكور عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

(٨) مدى قيام المبحوثين بالتعليق على مقاطع الفيديو المنشورة على اليوتيوب حول الأنشطة الإعلامية:

جدول (٩)

توزيع أفراد العينة طبقاً لمدى قيامهم بالتعليق على مقاطع الفيديو المنشورة على اليوتيوب حول الأنشطة الإعلامية

النوع	الإجابة	ذكور		إناث		جملة		الترتيب	ت النسب ودلالاتها	
		ك	%	ك	%	ك	%			
دائماً		٥٣	٢٦.٥	٥٥	٢٧.٥	١٠٨	٢٧	٢	٠.٢	X
أحياناً		١١٣	٥٦.٥	١٠٩	٥٤.٥	٢٢٢	٥٥.٥	١	٠.٤	X
لا		٣٤	١٧	٣٦	١٨	٧٠	١٧.٥	٣	٠.٣	X
المجموع		٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	-	-	-

كا^٢ = ٤,٠ X

توضح نتائج الجدول السابق رقم (٩) أن نسبة ٥٥.٥% من إجمالي أفراد العينة يقومون بالتعليق على مقاطع الفيديو المنشورة على اليوتيوب حول الأنشطة الإعلامية أحياناً، ونسبة ٢٧% منهم يقومون بالتعليق عليها دائماً، ونسبة ١٧.٥% منهم لا يعلقون على مقاطع الفيديو المنشورة على اليوتيوب حول الأنشطة الإعلامية. وبالكشف عن العلاقة بين النوع ومدى قيام طلاب الإعلام التربوي بالتعليق على مقاطع الفيديو المنشورة على اليوتيوب حول الأنشطة الإعلامية، اتضح من خلال كا^٢ = ٠.٤ × أنه لا توجد علاقة دالة بين النوع ومدى تعليقهم على هذه المقاطع. وهذا ما تؤكد دالة الفروق بين النسب حيث كانت غير دالة أيضاً.

(٩) الأسباب التي تدفع المبحوثين للتعليق على مقاطع الفيديو حول الأنشطة الإعلامية:

جدول (١٠)

توزيع أفراد العينة وفقاً للأسباب التي تدفعهم للتعليق على مقاطع الفيديو حول الأنشطة الإعلامية

النوع	الإجابة	ذكور		إناث		جملة		الترتيب	ت النسب ودلالاتها	
		ك	%	ك	%	ك	%			
لإبداء الآراء وتبادل الأفكار حول الأنشطة الإعلامية مع المتخصصين		٩٧	٥٤.٢	٥٨	٣٨.٧	١٥٥	٤٧.١	١	٢.٨	**
لإضافة معلومات جديدة بمقطع الفيديو حول مضامين الأنشطة الإعلامية		٥٦	٣١.٣	٧٥	٥٠	١٣١	٣٩.٨	٢	٣.٥	**
للتأكيد على المعلومات الواردة في تعليقات المستخدمين أو نقدها		١٩	١٠.٦	١٢	٨	٣١	٩.٤	٣	٠.٨	X
لتوضيح بعض المعلومات في مقطع الفيديو حول مضامين الأنشطة الإعلامية		٧	٣.٩	٥	٣.٣	١٢	٣.٦	٤	٠.٣	-
أخرى تذكر		١٧٩	١٠٠	١٥٠	١٠٠	٣٢٩	١٠٠	-	-	-

كا^٢ = ١٢,٠ **

أسفرت نتائج الجدول السابق رقم (١٠) عن أن أهم الأسباب التي تدفع المبحوثين للتعليق على مقاطع الفيديو حول الأنشطة الإعلامية كان لإبداء الآراء وتبادل الأفكار حول الأنشطة الإعلامية مع المتخصصين وجاء في الترتيب الأول بنسبة ٤٧.١٪، وبالتالي توجد فروق دالة بين الذكور والإناث لصالح الذكور عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وجاء في الترتيب الثاني للتعليق على هذه المقاطع إضافة معلومات جديدة بمقطع الفيديو حول مضامين الأنشطة الإعلامية بنسبة بلغت ٣٩.٨٪، وبالتالي يتضح لنا أنه توجد فروق دالة بين الذكور والإناث لصالح الإناث عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وجاء التأكيد على المعلومات الواردة في تعليقات المستخدمين أو نقدها من الأسباب التي تدفعهم للتعليق على مقاطع الفيديو حول الأنشطة الإعلامية بنسبة ٩.٤٪، وبالتالي لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث في الأسباب التي تدفعهم للتعليق على مقاطع الفيديو حول الأنشطة الإعلامية، وبالكشف عن العلاقة بين النوع والأسباب التي تدفع طلاب الإعلام التربوي للتعليق على هذه المقاطع حول الأنشطة الإعلامية، اتضح من خلال كا^٢ = ١٢.٠ ** أنه توجد علاقة دالة بين النوع وهذه الأسباب عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

(١٠) مدى مناقشة المبحوثين لمضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية

جدول (١١)

توزيع أفراد العينة طبقاً لمدى لمناقشتهم لمضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية

الإجابة	النوع	ذكور		إناث		جملة		الترتيب	ت النسب ودلالاتها
		ك	%	ك	%	ك	%		
دائماً		٣٨	١٩	٢٧	١٣,٥	٦٥	١٦,٣	٣	١,٥
أحياناً		١٢٦	٦٣	١٣٨	٦٩	٢٦٤	٦٦	١	١٠,٣
لا		٣٦	١٨	٣٥	١٧,٥	٧١	١٧,٨	٢	٠,١
المجموع		٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	-	-

كا^٢ = ٢,٤

يتضح لنا من بيانات الجدول السابق رقم (١١) أن نسبة ٦٦٪ من إجمالي أفراد العينة يناقشون مضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية أحياناً، وجاء ذلك في الترتيب الأول بنسبة ٦٣٪ من الذكور، ونسبة ٦٩٪ من الإناث. كما أن نسبة ١٧.٨٪ منهم لا يناقشون حول هذه المقاطع، بنسبة ١٨٪ من الذكور، ونسبة ١٧.٥٪ من الإناث، كما أن نسبة من يناقشون حول هذه المقاطع دائماً بلغت ١٦.٣٪ بنسبة ١٩٪ من الذكور، ونسبة ١٣.٥٪ من الإناث. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (رائد محمد مصطفى، ٢٠١٧م، ص ٢٢٥) والتي أكدت أن نسبة من يناقشون مضمون مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب أحياناً بلغت ٧٦.٨٪، ونسبة من يناقشونها نادراً ١٦.٣٪، وبالكشف عن العلاقة بين النوع ومدى مناقشة طلاب الإعلام التربوي لمضمون مقاطع الفيديو على اليوتيوب والمتعلقة بالأنشطة

الإعلامية، اتضح من خلال كا^٢ = ٢.٤ × أنه لا توجد علاقة دالة بين النوع ومناقشتهم لمضمون هذه المقاطع، وهذا ما تؤكدته دلالة الفروق بين النسب حيث كانت غير دالة أيضًا.

(١١) الأشخاص الذين يتناقش معهم المبحوثين حول مضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية:

جدول (١٢)

توزيع أفراد العينة وفقًا للأشخاص الذين يتناقشون معهم حول مضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية

النوع	ذكور		إناث		جملة		الترتيب	ت النسب ودلالاتها	
	ك	%	ك	%	ك	%			
مع دكاترتي	٧٩	٣٩,٥	٨٣	٤١,٥	١٦٢	٤٠,٥	١	٠,٤	X
مع المتخصصين في الأنشطة الإعلامية	٥٤	٢٧	٣٧	١٨,٥	٩١	٢٢,٨	٢	2.0	*
مع زملائي بالجامعة	٣٨	١٩	٣٥	١٧,٥	٧٣	١٨,٣	٣	٠,٤	X
مع الأسرة	٢٣	١١,٥	٢٨	١٤	٥١	١٢,٨	٤	٠,٨	X
أخرى تذكر	٦	٣	١٧	٨,٥	٢٣	٥,٨	٥	٢,٤	*
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	-	-	-

$$كا^٢ = ٩,١ \times$$

تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٢) أن نسبة ٤٠.٥٪ من أفراد العينة يتناقشون حول مضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية مع دكاترتهم، ونسبة ٢٢.٨٪ منهم يتناقشون مع المتخصصين في الأنشطة الإعلامية، ونسبة ١٨.٣٪ منهم يتناقشون مع زملائهم بالجامعة، ونسبة ١٢.٨٪ منهم يتناقشون حول مضمون هذه المقاطع مع الأسرة، ونسبة ٥.٨٪ منهم يتناقشون مع أخصائي الإعلام التربوي أثناء التدريب الميداني وخصوصًا طلاب الإعلام التربوي من الفرقة الثالثة والرابعة، وكذلك مع أصدقائهم، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (رائد محمد مصطفى، ٢٠١٧م، ص ٢٢٥) والتي أكدت أن نسبة من يتناقشون مع المتخصصين حول مضمون مقاطع الفيديو بلغت ٢.٨٪، ونسبة من يتناقشون مع زملائهم بالجامعة بلغت ٣٤.٤٪، ونسبة من يتناقشون مع أسرهم بلغت ٢٦.٩٪، وبالكشف عن العلاقة بين النوع والأشخاص الذين يتناقش معهم المبحوثين حول مضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية، اتضح من كا^٢ = ٩.١ × أنه لا توجد علاقة دالة بين النوع والأشخاص الذين يتناقشون معهم حول مضمون هذه المقاطع. وهذا ما تؤكدته دلالة الفروق بين بعض النسب حيث كانت غير دالة أيضًا.

(١٢) اتجاه المبحوثين عينة الدراسة نحو النقاش عبر موقع اليوتيوب:

جدول (١٣)

توزيع أفراد العينة وفقاً لاتجاههم نحو النقاش عبر موقع اليوتيوب ن=٤٠٠

م	العبارات	الاستجابة							
		موافق		محايد		معارض			
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	الموقع يسمح بتقديم العديد من الأفكار حول الأنشطة الإعلامية ومناقشتها	٢٨٥	٩٥	١٤	٤.٧	١	٠.٣	٨٨٤	موافق ٢.٩٥
٢	المناقشات بين المستخدمين قد تساهم في تشكيل رأى عام مشترك حول الفيديو المنشور به	٢٥٩	٨٦.٣	٤٠	١٣.٣	١	٠.٣	٨٥٨	موافق ٢.٨٦
٣	مقاطع الفيديو التي أشاهدها على الموقع تساعدني على النقاش حول النشاط الإعلامي مع زملائي بالجامعة	٢٤٠	٨٠	٥٨	١٩.٣	٢	٠.٧	٨٣٨	موافق ٢.٧٩
٤	المناقشات بين المستخدمين تخلق لدى استعدادًا لمزيد من الحوارات في النشاط الإعلامي	١٨٩	٦٣	٢٨	٩.٣	٨٣	٢٧.٧	٧٠٦	موافق ٢.٣٥
٥	يُسمح لجميع الأشخاص بإرسال آرائهم حول مختلف الأنشطة الإعلامية	١٤٢	٤٧.٣	٥٦	١٨.٧	١٠٢	٣٤	٦٤٠	موافق ٢.١٣

يتضح من الجدول السابق رقم (١٣) اتجاه المبحوثين عينة الدراسة نحو النقاش عبر موقع اليوتيوب، حيث جاءت عبارة "الموقع يسمح بتقديم العديد من الأفكار حول الأنشطة الإعلامية ومناقشتها" في الترتيب الأول بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٩٥، وجاءت عبارة "المناقشات بين المستخدمين قد تساهم في تشكيل رأى عام مشترك حول الفيديو المنشور به" في الترتيب الثاني بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٨٦، كما جاءت عبارة "مقاطع الفيديو التي أشاهدها على الموقع تساعدني على النقاش حول النشاط الإعلامي مع زملائي بالجامعة" في الترتيب الثالث بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٧٩، وجاءت عبارة "المناقشات بين المستخدمين تخلق لدى استعداد لمزيد من الحوارات في النشاط الإعلامي" في الترتيب الرابع بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٣٥، وأخيراً جاءت عبارة "يُسمح لجميع الأشخاص بإرسال آرائهم حول مختلف الأنشطة الإعلامية" في الترتيب الخامس والأخير بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.١٣.

(١٣) اتجاه المبحوثين نحو الاستفادة من فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالأنشطة الإعلامية:

جدول (١٤)

توزيع أفراد العينة وفقاً لاستفادتهم من فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالأنشطة الإعلامية ن=٤٠٠

م	العبارات	الاستجابة						الوزن النسبي	الاتجاه
		موافق		محايد		معارض			
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	تجعلني أحب الأنشطة الإعلامية والإبداع فيها من خلال تعلم الجديد على الموقع	٢٨٦	٩٥.٣	١٣	٤.٣	١	٠.٣	٨٨٥	موافق
٢	تساعدني على معرفة الأنشطة الإعلامية وأنواعها	٢٣٦	٧٨.٧	٦٤	٢١.٣	٠	٠	٨٣٦	موافق
٣	تمكنني من تنمية مهارات الصحافة والإذاعة المدرسية وغيرها من الأنشطة الإعلامية الأخرى من خلال التعلم بالمشاهدة والممارسة	٢٥٧	٨٥.٧	١٨	٦	٢٥	٨.٣	٨٣٢	موافق
٤	تزيد من قدرتي على التفاعل والنقاش حول الأنشطة الإعلامية	٢٥٠	٨٣.٣	١	٠.٣	٤٩	١٦.٣	٨٠١	موافق
٥	تشجعني على الاشتراك في الأنشطة الإعلامية المتعددة	٢١٧	٧٢.٣	٦٠	٢٠	٢٣	٧.٧	٧٩٤	موافق
٦	تشجعني دعوة أصدقائي لمشاهدة مقاطع الفيديو الخاصة بالأنشطة الإعلامية على اليوتيوب	١٩١	٦٣.٧	٤٠	١٣.٣	٦٩	٢٣	٧٢٢	موافق
٧	تجعلني أشعر بالسعادة لأنني أتعلم الجديد والمفيد	١١٩	٣٩.٧	١٨٠	٦٠	١	٠.٣	٧١٩	موافق
٨	تشجعني على أن أسعى لكسب المال من خلال ما أقوم بإنتاجه	١٣٤	٤٤.٧	٩٧	٣٢.٣	٦٩	٢٣	٦٦٥	محايد

يتضح من الجدول السابق رقم (١٤) اتجاه المبحوثين عينة الدراسة نحو الاستفادة من فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالأنشطة الإعلامية، حيث جاءت عبارة "تجعلني أحب الأنشطة الإعلامية والإبداع فيها من خلال تعلم الجديد على الموقع" في الترتيب الأول بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٩٥، وجاءت عبارة "تساعدني على معرفة الأنشطة الإعلامية وأنواعها" في الترتيب الثاني بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٧٩، كما جاءت عبارة "تمكنني من تنمية مهارات الصحافة والإذاعة المدرسية وغيرها من الأنشطة الإعلامية الأخرى من خلال التعلم بالمشاهدة والممارسة" في الترتيب الثالث بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٧٧، وجاءت عبارة "تزيد من قدرتي على التفاعل والنقاش حول الأنشطة الإعلامية" في الترتيب الرابع بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٦٧، وجاءت عبارة "تشجعني على الاشتراك في الأنشطة الإعلامية المتعددة" في الترتيب الخامس بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٦٥، وجاءت عبارة "تشجعني دعوة أصدقائي لمشاهدة مقاطع الفيديو الخاصة بالأنشطة الإعلامية على اليوتيوب" في الترتيب السادس بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٤١، كما جاءت عبارة "تجعلني أشعر بالسعادة لأنني أتعلم الجديد والمفيد" في الترتيب السابع بمعدل استجابة

"موافق" بمتوسط حسابي ٢.٣٩، وأخيرًا جاءت عبارة "تشجعي على أن أسعى لكسب المال من خلال ما أقوم بإنتاجه" في الترتيب الثامن والأخير بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢.٢٢.

فروض الدراسة:

الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب وأولويات أوجه الثراء الإعلامي للأنشطة الإعلامية.

جدول (١٥)

يوضح العلاقة بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب وأولويات أوجه الثراء الإعلامي للأنشطة الإعلامية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
معدل التعرض لموقع اليوتيوب	٢.٢	٠.٧٠٩				
أوجه الثراء الإعلامي للأنشطة الإعلامية	٩٢.٣	٢٠.٨٥٠	٠.٣٥٥**	طردي	متوسط	٠.٠١

يتضح من الجدول السابق رقم (١٥) أنه توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب وأولويات أوجه الثراء الإعلامي للأنشطة الإعلامية لديهم؛ حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.7$) دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١، مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول كليًا.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مناقشة مشاهد مقاطع الفيديو مع الآخرين وتنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي.

جدول (١٦)

يوضح العلاقة بين مناقشة مشاهد مقاطع الفيديو مع الآخرين وتنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
مناقشة مشاهد مقاطع الفيديو مع الآخرين	٢.٨	٠.٦٦٩				
تنمية الأنشطة الإعلامية	٩٢.٣	٢٠.٨٥٠	-٠.٣٧٨**	طردي	متوسط	٠.٠١

يشير الجدول السابق رقم (١٦) إلى أنه توجد علاقة ارتباطية عكسية متوسطة بين مناقشة مشاهد مقاطع الفيديو مع الآخرين وتنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.7$) دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١، أي أنه كلما زادت مناقشة مشاهد مقاطع الفيديو مع الآخرين زادت تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، مما سبق يتضح تحقق الفرض الثاني كليًا.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) ومعدل مشاهدتهم لمضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية.

جدول (١٧)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) ومعدل مشاهدتهم لمضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية

المتغير	الجنس	ذكور (ن=٢٠٠)		إناث (ن=٢٠٠)		ت	الدلالة ح.د ٣٩٨
		م	ع	م	ع		
معدل مشاهدة طلاب الإعلام التربوي لمضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية		٤.٦	١.٣٤٢	٤.٥	١.٣٨٥	١.٢٤٧	٠.٢١٣ غير دالة

أوضح الجدول السابق رقم (١٧) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) ومعدل مشاهدتهم لمضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥. مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الثالث.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) في تنمية الأنشطة الإعلامية.

جدول (١٨)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) في تنمية الأنشطة الإعلامية

المتغير	الجنس	ذكور (ن=٢٠٠)		إناث (ن=٢٠٠)		ت	الدلالة ح.د ٣٩٨
		م	ع	م	ع		
تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي		٨٧.٩	١٩.٧٧٤	٩٦.٦	٢١.٠٤٨	٤.٢٣٦	٠.٠٠١

يشير الجدول السابق رقم (١٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) في تنمية الأنشطة الإعلامية لصالح الإناث، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١. مما سبق يتضح تحقق الفرض الرابع كلياً.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي (الريف والحضر) في تنمية الأنشطة الإعلامية.

جدول (١٩)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات طلاب الإعلام التربوي (الريف والحضر) في تنمية الأنشطة الإعلامية

المتغير	الإقامة	ريف (ن=٢٠٠)		حضر (ن=٢٠٠)		ت	الدلالة ح.د ٣٩٨
		م	ع	م	ع		
تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي		٩٣.٦	٢٣.٥٨٩	٩١.٠	١٧.٦٥٩	١.٢٣٨	٠.٢١٦ غير دالة

يتضح من الجدول السابق رقم (١٩) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات

المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥. مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الخامس.

خاتمة الدراسة:

تناولت الدراسة الحالية دور موقع اليوتيوب في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، وقد استعانت الباحثة بمنهج المسح لإجراء الدراسة الميدانية، وتوصلت الباحثة إلى عدة نتائج من أهمها:

١- لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث من حيث أكثر الطرق التي تعرفوا بها على موقع اليوتيوب والذي ساعدهم في تنمية أنشطتهم الإعلامية لأول مرة إلا في طريقة وسائل الإعلام فكانت توجد فروق بين الذكور والإناث لصالح الإناث عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

٢- لا توجد علاقة دالة بين النوع ومدى متابعتهم للأنشطة الإعلامية على موقع اليوتيوب، وهذا ما تؤكدته دلالة الفروق بين النسب حيث كانت غير دالة أيضاً، وبالتالي لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث.

٣- لا توجد علاقة بين النوع وأهم الأنشطة الإعلامية التي يتابعونها على موقع اليوتيوب، وهذا ما تؤكدته دلالة الفروق بين النسب.

٤- توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين معدل التعرض لموقع اليوتيوب وتنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي حيث كانت قيمة (٠.٣ > حر ٠.٧) دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أي أنه كلما زاد معدل التعرض لموقع اليوتيوب تم تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي.

٥- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في معدل مشاهدة مضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالأنشطة الإعلامية، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

٦- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الإعلام التربوي من الجنسين (ذكور وإناث) في تنمية الأنشطة الإعلامية لصالح الإناث، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١.

٧- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في تنمية الأنشطة الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

توصيات الدراسة:

انطلاقاً من النتائج التي خلصت إليها الدراسة تتقدم الباحثة بالتوصيات التالية:

١- عقد دورات تدريبية وورش عمل لطلاب الإعلام التربوي من خلال المتخصصين في مجال الإعلام التربوي من أعضاء هيئة التدريس وأساتذة الإعلام لتدريبهم على كيفية الاستفادة من الأنشطة

- الإعلامية المعروضة على قنوات اليوتيوب في حل العديد من المشكلات التي قد يجدها طلاب المدارس في جميع المراحل التعليمية.
- ٢- الإيمان الحقيقي بقيمة الأنشطة الإعلامية وأهميتها، مع زيادة الاهتمام بها في المراحل التعليمية المختلفة، والاستفادة من الخدمات التي تقدمها التكنولوجيا في الأنشطة الإعلامية التربوية بالمدارس.
- ٣- ارتباط ممارسة الأنشطة الإعلامية بالتطور التكنولوجي وتدريب طلاب الإعلام التربوي على المهارات التكنولوجية الحديثة والاستفادة منها في مجال التخصص والنشاط، وأن تتسم خطة الأنشطة الإعلامية بالمرونة ومراعاة الوسائل الإلكترونية الحديثة لتسهيل عملية التدريس.
- ٤- ينبغي على الباحثين إجراء البحوث والدراسات في مجال الإعلام التربوي والمدرسي وتحفيز الجهات المختصة للاستفادة من نتائجها.
- ٥- ينبغي أن تمارس الأنشطة الإعلامية كنشاط حر لا صفى إلى جانب منهج إعلامي يدرسه الطلاب يتناولون فيه ماهية الإعلام والاتصال وأركان العملية الاتصالية، وعوامل نجاحها ومعوقاتها وكيف يفهم الطالب الرسالة الإعلامية والخطاب الإعلامي وكيف يحلله ويقدم نقدًا موضوعيًا له.
- ٦- ضرورة تعدد الوسائل والأنشطة والفنون الإعلامية بالمدارس لكي يمارسها الطلاب، كالفنون الصحفية والإذاعية والدرامية والإعلامية والاتصالية.
- ٧- ينبغي أن تركز الأنشطة الإعلامية على الموضوعات والقضايا الأخلاقية، الدينية، التربوية، المدرسية التعليمية، الأدبية والعملية، الاجتماعية، البدنية، الصحية، البيئية السياسية، الاقتصادية، المحلية والعربية.
- ٨- عمل دورات تدريبية للمشرفين الحاليين على الأنشطة الإعلامية وإكسابهم المهارات الإعلامية والتربوية اللازمة لهم بما يمكنهم من أداء مهامها بشكل إيجابي وفعال.
- ٩- ينبغي وجود معايير وأخلاقيات وقوانين تضبط عملية ممارسة الأنشطة الإعلامية بالمدارس لمواجهة الفوضى الإعلامية.
- ١٠- إجراء دراسات مستقبلية حول المضامين المتاحة على مواقع مشاركة الفيديو من واقع استخدامات طلاب الإعلام التربوي لها، ودوافع هذه الاستخدامات والإشباع المتحققة منها.

بحوث مقترحة:

تقترح الدراسة ما يلي:

- ١- الاهتمام بإجراء دراسات حول الإعلام الجديد ودوره في تنمية الأنشطة الإعلامية.
- ٢- إجراء مزيد من البحوث التحليلية عن الأنشطة الإعلامية المدرسية كالصحافة والإذاعة المدرسية والمسرح المدرسي.

٣- إجراء مزيد من البحوث حول العلاقة بين ممارسة التلاميذ للأنشطة الإعلامية المدرسية وتنمية الوعي بالقيم الأخلاقية لديهم.

٤- الاهتمام بإجراء دراسات حول أثر الأنشطة الإعلامية في تدعيم المناهج الدراسية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- ١- إبراهيم محمد أبو المجد فرج، (٢٠١٥م). "اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو تدريس منهج الصحافة المدرسية وعلاقته بمستوى ممارستهم للأنشطة الإعلامية بالمدرسة"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام)، الجزء الرابع عشر، العدد الرابع، ديسمبر.
- ٢- أحمد حسين حسن، (٢٠١٦م). "دور أخصائي الإعلام التربوي في التخطيط الاستراتيجي للأنشطة الإعلامية بمدارس التعليم قبل الجامعي في مصر"، دراسة ميدانية، جامعة عين شمس، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، المجلد الأربعون، العدد الثالث.
- ٣- أحمد على الزهراني، دعاء فتحي سالم، (٢٠١٨م). "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة ٢٠٣٠: (تويتر) أنموذجاً"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام.
- ٤- أحمد محمد عثمان، (٢٠٠٦م). "ممارسة الأنشطة الإعلامية المدرسية وعلاقتها بالقدرات الإبداعية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال).
- ٥- أسماء عمر سعيد محمد بدوي، (٢٠١٧م). "فعالية بعض الأنشطة الإعلامية في تنمية الوعي المائي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية"، مجلة بحوث التربية النوعية، (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية)، العدد ٤٨، أكتوبر.
- ٦- أميرة مصطفى محمود المصري، (٢٠١٩م). "استخدام أنشطة الإعلام التربوي في توعية تلاميذ المرحلة الابتدائية بمفاهيم الجودة"، مجلة دراسات الطفولة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة)، الجزء ٢٢، العدد ٨٥، ديسمبر.
- ٧- إيمان محمد أحمد حسن، (٢٠١٥م). "دور الإذاعة المدرسية التفاعلية في تفعيل مجالات العمل المدرسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: تصور مقترح"، مجلة البحوث الإعلامية، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام)، العدد ٤٤، أكتوبر.
- ٨- إيناس محمد مسعد فهمي سرج، (٢٠٠٦م). "أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
- ٩- إيناس محمود، (٢٠٠٦م). "الصحافة والإذاعة المدرسية - فن التصميم والإخراج في الصحافة المدرسية"، القاهرة، مكتبة زهراء الشرق.
- ١٠- حاتم علاونة، (٢٠١٤م). "استخدامات طلبة جامعة اليرموك (اليوتوب) والإشباع المتحققة منها"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، (الجمعية العلمية لكليات الآداب، اتحاد الجامعات العربية، العدد الثاني، الجزء الحادي عشر).
- ١١- حنان كامل حنفي مرعي، (٢٠١٩م). "دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلاب المرحلة الثانوية"، مجلة البحوث الإعلامية، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام)، الجزء ٥١، يناير.
- ١٢- دعاء عوض محمد، (٢٠١٨م). "استخدام طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو مشاركتهم في إنتاج الأنشطة الإعلامية المدرسية"، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، (جامعة المنيا، كلية التربية النوعية)، العدد ١٧، يوليو.

- ١٣- رائد محمد مصطفى، (٢٠١٧م). "اتجاهات الشباب المصري نحو برامج اليوتيوب: دراسة ميدانية"، (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية)، مجلة البحث العلمي في الآداب، العدد ١٨، الجزء الرابع.
- ١٤- رياب صلاح السيد إبراهيم، (٢٠٢٠م). "تصور مقترح لتنفيذ الأنشطة الإعلامية المدرسية للتعامل مع الفراغ الفكري لدى المراهقين من خلال أخصائي الإعلام التربوي"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة)، العدد ١٩، يونيو.
- ١٥- رفعت الضبع، (٢٠٠٩م). "الإعلام التربوي تأصيله وتحصيله"، (القاهرة: دار الفكر العربي).
- ١٦- ريهام أحمد محمد زكي، (٢٠٢٠م). "واقع ممارسة أنشطة الإعلام التربوي بالمكتبات العامة وتأثيرها على الجمهور الداخلي للمكتبات: مكتبة مصر العامة بالجيزة نموذجاً"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٧٦، سبتمبر).
- ١٧- السيد محمود عثمان أحمد بدير، (٢٠١٧م). "اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية نحو تطبيق معايير الجودة في الأنشطة الإعلامية: دراسة ميدانية"، مجلة دراسات الطفولة، (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة)، الجزء ٢٠، العدد ٧٥، يونيو.
- ١٨- شيماء مصطفى المالكي، (٢٠٢١م). "دور أنشطة الإعلام التربوي في التنشئة السياسية لدى طلاب المرحلة الإعدادية: دراسة ميدانية"، مجلة كلية التربية النوعية، (جامعة بورسعيد، كلية التربية النوعية)، العدد ١٣، يناير.
- ١٩- طارق محمد الصعيدي، (٢٠٠٥م). "دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الإعلامي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة).
- ٢٠- طه عبد العاطي نجم، أنور بن محمد الرواس، (٢٠١١م). "العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية"، مجلة دفا تر السياسة والقانون، العدد ١٤١.
- ٢١- عباس مصطفى صادق، (٢٠٠٨م). "الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، (القاهرة، دار الشروق).
- ٢٢- عقيل محمود رفاعي. "الإعلام التربوي"، الطبعة الأولى، (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، ٢٠١٤م).
- ٢٣- فرج عياش علي، (٢٠١٩م). "استخدامات شباب الجامعة (جامعة سرت) لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة"، دراسة ميدانية، مجلة كلية الفنون والإعلام، (جامعة مصراتة، كلية الفنون والإعلام، العدد الخامس، ديسمبر).
- ٢٤- قاسم السعدي، (٢٠١٢م). "واقع ومستقبل الإعلام التربوي لدى طلبة الجامعة"، دراسة ميدانية على طلبة جامعة بابل، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بابل.
- ٢٥- ماجدة محمد عبد العزيز مراد، (٢٠١٨م). "دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في مواجهة التعصب لدى طلاب المرحلة الثانوية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام)، الجزء ١٧، العدد ١، مارس.
- ٢٦- محمد أبوزيد. "الإعلام التربوي-الإذاعة-الصحافة المدرسية"، الطبعة الأولى (القاهرة: مطبعة هلا للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
- ٢٧- محمد أبو سمرة. "الإعلام التربوي- دور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية"، الطبعة الأولى، (الأردن: عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م).
- ٢٨- محمد أحمد هاشم الشريف، (٢٠١٩م). "استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب YouTube وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (جامعة الأهرام الكندية، العدد ٢٤، مارس).
- ٢٩- محمد الهادي عفيفي. "الموسوعة التطبيقية في الإعلام التربوي -الإذاعة والصحافة المدرسية"، الطبعة الأولى (القاهرة: هلا للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
- ٣٠- محمد رضا محمد حبيب، (٢٠٠٧م). "علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري: دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).

- ٣١- محمد فؤاد زيد، (٢٠٠٢م). "العلاقة بين ممارسة الأنشطة الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل).
- ٣٢- محمد معوض، (٢٠٠٢م). "الإعلام المدرسي وعلاقته بالمنهج في مدارس الكويت"، الواقع والمستقبل، دراسات في إعلام الطفل، الجزء الثاني، (الكويت: دار الكتب الحديث).
- ٣٣- محمود حسن إسماعيل، (١٩٩٦م). "مناهج البحث في إعلام الطفل"، الطبعة الأولى، (القاهرة: دار النشر للجامعات).
- ٣٤- _____، (٢٠٠٤م). "الصحافة والإذاعة المدرسية بين النظرية والتطبيق"، (القاهرة: دار الفكر العربي).
- ٣٥- مروة إبراهيم الششتاوي محمد، (٢٠٢٠م). "فعالية برنامج إرشادي قائم على الأنشطة الإعلامية المدرسية في تعديل اتجاهات التلاميذ العاديين نحو أقرانهم ذوي الاحتياجات الخاصة المدمجين معهم في مدارس التعليم العام"، مجلة البحث العلمي في التربية، (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، العدد ٢١، الجزء الرابع، أبريل).
- ٣٦- مروة محمد أحمد عوف، (٢٠١٦م). "الأنشطة المدرسية وسبل تطويرها باستخدام وسائل الإعلام التربوي"، مجلة دراسات الطفولة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة)، الجزء التاسع عشر، العدد ٧٢، سبتمبر.
- ٣٧- مها عبد الفتاح محمد، (٢٠١٩م). "تفعيل دور بعض الأنشطة المدرسية في تحقيق التربية الإعلامية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية: تصور مقترح"، مجلة العلوم التربوية، (جامعة جنوب الوادي، كلية التربية بقنا)، العدد ٣٩، أبريل.
- ٣٨- هبة إبراهيم جودة، (٢٠١٢م). "تطوير إعداد أخصائي الإعلام التربوي بمصر في ضوء متطلبات مجتمع المعرفة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: معهد الدراسات التربوية، قسم أصول التربية).
- ٣٩- هشام رشدي خير الله، (٢٠٢١م). "ممارسة تلاميذ المرحلة الثانوية لأنشطة الإعلام المدرسي وعلاقتها بتشكيل الصورة الذهنية لأقسام الإعلام التربوي بالجامعات لديهم"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، العدد ٧٥، يونيو.
- ٤٠- هناء رزق، (٢٠٠٧م). "واقع الإذاعة المدرسية في مراحل التعليم العام بالملكة العربية السعودية"، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس العدد ١٣١، مارس ٢٠٠٨م، الجزء الأول.
- ٤١- وائل مخيمر عبد النبي، (٢٠١٧م). "العلاقة بين ممارسة طلاب التدريب الميداني للأنشطة الإعلامية المدرسية واتجاهاتهم نحو مهنة أخصائي الإعلام التربوي: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام)، العدد ٤٨، أكتوبر.
- ٤٢- ياسر سلامة، (٢٠٠٥م). "موسوعة الصحافة والنشاطات المدرسية"، الطبعة الأولى، دار عالم الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 43- Alex R. Lin, Nickki P Dawes, Sandra D. Simpkins, (2020). "Making the Decision to Participate in Organized After-School Activities: Perspectives From Mexican-Origin Adolescents and Their Parents", Journal of Adolescent Research, October 30.
<https://071131hol-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.org/10.1177/0743558420967116>
- 44- Bekhit, E. "Infographics in the United Arab Emirates newspapers", Cairo, University and Sharjah University, Egypt DOI: , Journalism, 2009, p492
[http://at://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/afit/adams hi.pdf](http://at://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/afit/adams%20hi.pdf), date of search.
- 45- Chara D. Price, Sandra D. Simpkins, Cecilia Menjivar, (2015). "Sibling Behaviors and Mexican-Origin Adolescents' After-School Activities", Journal of Adolescent Research, September 8.
<https://071131hol-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.org/10.1177/0743558415603820>

- 46- [F. S., Arsal, M. I. A., Abdul Khani](#), (2021). "A Systematic Review of Immersive Social Media Activities and Risk Factors for Sexual Boundary Violations among Adolescents", Medical., Vol. 20 Issue 1, Jan.
- 47- [Lisa Ansala](#), (2016) . " What are Finnish university students' motives for participating in student activism?", international journal of adolescence and youth , [25 Feb](#) , vole 21, issue, 2.
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02673843.2015.1044015?src=recsys>
- 48- Patricia J. Brooks, (2017). " Social Media Use and Media Literacy in Relation to Adolescents", PhD.
http://academicworks.cuny.edu/gc_etds/2363
- 49- [Sandra D. Simpkins, Nathaniel R. Riggs](#), (2016). "Designing Culturally Responsive Organized After-School Activities", Journal of Adolescent Research, August 24.
<https://07113lhol-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/0743558416666169>
- 50- [Scull, Tracy M; Dodson, Christina V](#), (2022). "Govt to monitor primary school teachers' social media activities", HT Digital Streams Limited, Iceland, Dhaka, Apr 11.
<https://www.proquest.com/newspapers/govt-monitor-primary-school-teachers-social-media/docview/2649019279/se-2?accountid=178282>
- 51- [Se-Yun Kim, Eun-Young Yoo, Min-Ye Jung](#), (2017). "Reliability and Validity of the Activity Participation Assessment for School-age Children in Korea", Hong Kong Journal of Occupational Therapy, January 10.
<https://07113lhol-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1016/j.hkjot.2016.08.001>
- 52- [Sofia Guichard, Vera Coelho, Catarina Grande](#), (2022). " Environment Mediates the Relationship Between Preschoolers Functioning and Involvement in Out-of-School Activities", Journal of global child research, April 5 .
<https://07113lhol-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/15394492221083943>
- 53- Xueqin Gaohua, (2017). " Comparative Analysis of Inquiry Activities in Sino-US High School Biology Textbooks", science journal of education , College of Life Sciences, Shaanxi Normal University, Xian, China , Aug. 1, vole 5, issue 5.
<http://www.journaleducation.org/article?journalid=197&doi=10.11648/j.sjedu.20170505.13>

(*) أسماء السادة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان وهم:-

- | | |
|--|------------------------------|
| أستاذ الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة | ١- أ.د/ محمود علم الدين |
| أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس | ٢- أ.د/ محمد معوض إبراهيم |
| أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية - جامعة الأزهر | ٣- أ.د/ جمال عبد الحي النجار |
| أستاذ الإعلام - كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس | ٤- أ.د/ إيناس محمود حامد |
| أستاذ الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية جامعة المنصورة | ٥- أ.د/ إيمان خضر |
| أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب - جامعة كفر الشيخ | ٦- أ.م.د/ محمد الحفناوي |
| مدرس الإعلام بكلية الآداب - جامعة كفر الشيخ | ٧- د/ محمد أبو العلا |

The Role of YouTube in Developing Media Activities among Educational Media Students: Field Study

Dr. Soad Mohamed Mohamed Elmasry

Soadelmasry04@gmail.com

*Associate Professor of Media,
Educational Media Department,
Faculty of Specific Education,
Kafrelsheikh University*

Abstract

Among the contents on YouTube are videos of media activities such as journalism, school radio, school theatre, debates and other media activities that receive a high viewership rate. Students of educational media come to these videos to learn from them and simulate various media activities, which are considered an important source for containing the energies and investment of the skills and talents of educational media students, and exploding energies in the right direction, because it works on developing media activities and employing free time that benefits them. YouTube is the window that many individuals have resorted to and through which they have achieved great success to communicate their creativity and communicate with the viewer, and it also provides educational media students with many training videos and educational in various types of media activities.

The study aimed to identify the role of YouTube in developing media activities among educational media students. The study was divided into: previous studies, the cognitive framework of the study, and the theoretical framework of the study. Then the field (applied) framework, which includes: The methodology and sample of the study: The researcher followed the survey methodology, through a sample survey of a number of educational media students through a deliberate sample of those who use YouTube, consisting of 400 individuals, whose ages range from 18-21 years, at the Faculty of Specific Education. in the universities of Cairo, Tanta and Kafr El-Sheikh. Study tools: The researcher relied on the questionnaire as a tool for collecting data and information. After that, the results of the questionnaire were analyzed and discussed. Some results were revealed, the most important of which are:

- 1 -There is a medium direct correlation between the exposure rate of educational media students to YouTube and the priorities of aspects of media richness for their media activities, where the value of ($0.3 < R < 0.7$) was significant at the significance level of 0.01.
- 2- There are statistically significant differences between the mean scores of educational media students of both sexes (male and female) in the development of media activities in favor of females, where the values of (T) were significant at the level of 0.001.

Keywords: YouTube, Media Activities, Educational Media.

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.

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

Web: www.apr.agency, www.jpr.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:



- 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: 3800 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 1900 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. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % 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.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2022 = 0.5833 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2022 = 7.
- 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.
- 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.

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

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

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

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

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

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

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

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

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

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

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

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Ali Badr

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Dr. Said Ghanem

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy 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.jprr.epra.org.eg

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

Advisory Board **

IPRR.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, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic 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 the 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 and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
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.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

**Abstracts of Arabic Researches:**

- **Prof. Dr. Azza Mostafa Elkahkey** - *Umm Al-Qura University*
Andhar Hilal Al-Hussaini - *Umm Al-Qura University*
 Using of Social Media in Interpretation of Islamic Provisions (Sharia) and their Impact on Saudi Public Knowledge and Trends, within the Framework of the Cognitive Dissonance Theory 7
- **Associate Prof. Dr. Soad Mohamed Mohamed Elmasry** - *Kafrelsheikh University*
 The Role of YouTube in Developing Media Activities among Educational Media Students: Field Study 9
- **Associate Prof. Dr. Rasha Abdel Rahman Hegazy Ibrahim** - *Al-Shorouk Academy*
 Massive Data of Online Shopping Sites Users and its Role in Privacy Violation: Field Study on the Unified Theory of Technology Acceptance and the Communication Privacy Management Theory 10
- **Associate Prof. Dr. Riham Marzouk Ibrahim Abdel Dayem** - *Al-Azhar University*
 Concept of the Widow as Reflected in the Egyptian Drama: Taht El Wesaya Series as a Model 11
- **Dr. Rasha Mohamed Morsey** - *Umm Al-Qura University*
Haddel Kamal Abulaziz Maghrabi - *Umm Al-Qura University*
 Awareness of Workers in Saudi Non-profit Institutions of the Role of Public Relations in Promoting their Services: A Field Study on Charities in the Regions of (Riyadh - Dammam - Jeddah) 12
- **Dr. Mohamed Salih AbdAllah Osman Abdelhadi** - *Jazan University*
 Values of National Belonging in the Videos Clips that Dealt with the Events of the Sudanese December 2018 Revolution: A survey Study Applied to a Sample of Media Professors in Sudanese Universities 13
- **Dr. Heba Ahmed Rizk Senid** - *Al-Azhar University*
 The Dependence of the Egyptian Public on Arab News Satellite Channels to Obtain Information about the Climate Change Conference and its Relationship to its Level of Knowledge of Climate Change: A Feld Study 14
- **Dr. Suhad Ali Osman Abdullah, Fatimah Saleh Alowayyid, Maryam Abdulrahman Mangri, Afaf Mohsen Dagdagi, Deema Ibraheem Aswani, Walaa khalid Barhim** - *King Khaled University*
 The Influence of Awareness Treatment of Infographic Clips in Reducing the Risks of Coronavirus Disease (COVID-19) 15
- **Ayad Mesfer Saad Albogami** - *Imam Muhammad Bin Saud Islamic University*
 The Impact of Participation in University Theater on some Personal Traits of Students 17

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network (ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2023@APRA

www.jprr.epra.org.eg

