https://doi.org/10.47641/JRS.2024-11-1.01

مجلة كلية فلسطين التقنية للأبحاث والدراسات ISSN 2518-5721 PTCJRS

Vol. 11, **No.** 1, 2024, **pp.** 1-30

تاريخ الاستلام: (2023-04-04)، **تاريخ القبول:** (2023-05-25)

واقع الإعلام المدرسي في المدارس الحكومية بمحافظات غزة وآليات تعزيزه من وجهة نظر منسقيه

مدحت عبد المجيد الزطمة

وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطينية

ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة واقع الإعلام المدرسي في المدارس الحكومية بمحافظات غزة، أدواته، وسائله، أشكاله، وأساليبه، ومدى الاهتمام به، وأساليب التفاعل معه، والمعيقات التي تواجهه، ومقترحات آليات تعزيز حضوره في المشهد التربوي، وتعد من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة، وتم جمع بياناتها بأداة صحيفة الاستقصاء التي تم توزيعها على عينة عشوائية قوامها (204) مبحوثاً، من مجتمع الدراسة وهم منسقو الإعلام المدرسي في مدارس محافظات غزة، وعددهم (429) منسقاً. خلصت الدراسة إلى أن درجة إدراك منسقي الإعلام المدرسي لأهمية ودور الإعلام المدرسي، ودرجة ممارستهم لمهامه عالية، وتصدرت الإذاعة المدرسية أكثر أشكال الإعلام المدرسي استخداماً بوزن نسبي 96.9%، تلاها الإعلام الرقمي (شبكات تواصل، منصات، وتطبيقات إلكترونية) وأخيراً المعارض الإعلامية، وتصدر الفيس بوك وسائل الإعلام الأكثر استخداماً في عمل منسقي الإعلام المدرسي بوزن نسبي 98.4% تلاه الإذاعة المدرسية، ثم مجموعات الواتس اب ثم الصحف والنشرات والمطبوعات وحل أخيراً بدرجة منخفضة تطبيق اليوتيوب. وأوصت الدراسة بضرورة منح منسقي الإعلام المدرسي تفريغاً في عدد من الحصص الدراسية ليتسنى لهم متابعة العمل الإعلامي، بما لا يشكل عبءً عليه.

الكلمات المفتاحية: الإعلام المدرسي، المدارس الحكومية، منسقي الإعلام المدرسي.

The status of school media in public schools in the Gaza governorates and mechanisms for enhancing it from the perspective of its coordinators

Abstract:

The study aimed to examine the status of school media in public schools in the Gaza Governorates, including its tools, media channels, forms, methods, the level of attention it receives, patterns of interaction with it, the obstacles facing it, and proposed mechanisms for strengthening its presence within the educational environment. The study is classified as a descriptive study that employed the survey method, specifically the survey of practice patterns approach. Data were collected through a questionnaire distributed to a random sample of (204) respondents drawn from the study population, which consisted of (429) school media coordinators working in public schools across the Gaza Governorates. The study concluded that school media coordinators demonstrated a high level of awareness regarding the importance and role of school media, and that their level of engagement in carrying out its activities was also high. School radio ranked as the most frequently used form of school media, with a relative weight of 96.9%, followed by digital media (social networks, platforms, and electronic applications), while media exhibitions ranked last. Facebook was the most widely used media tool among school media coordinators, with a relative weight of 98.4%, followed by school radio, WhatsApp groups, newspapers, bulletins, and printed publications, whereas YouTube ranked last with a low level of use. The study recommended allocating a number of teaching periods to school media coordinators to enable them to effectively follow up and manage media activities without imposing an additional workload on them.

Keywords: school media, public schools, school media coordinators, Gaza Governorates.

مقدمة:

يُعدُّ الإعلام المدرسي من الأنشطة التربوية الهامة، حيث يشكل البيئة والحاضنة للمواهب الطلابية، والبرامج والأنشطة الهادفة التي تسهم في صقل مهارات الطلبة وتشكيل وعيهم ومعارفهم في هذه المرحلة العمرية الحساسة التي تعتبر أهم مراحل تشكيل الشخصية الإيجابية القادرة على خدمة وطنها ومجتمعها.

إن ما يقدمه الإعلام المدرسي من برامج تتنوع ما بين الفنون الإعلامية والصحافة والإذاعة المدرسية، إلى جانب الاهتمام الخاص بالإعلام الرقمي الذي يشكل أهم الأدوات وأكثرها حضوراً في الوقت الحالي، ليضع المخططين التربويين أمام مسؤولية عظيمة تتطلب المزيد من الاهتمام بالإعلام المدرسي وروافده وقنواته وبرامجه وإدخال التطوير المستمر عليها.

يعد منسق الإعلام المدرسي حجر الزاوية في تنفيذ برامج الإعلام المدرسي، حيث يناط به كل ما يتعلق بالعمل الإعلامي في المدرسة من خلال تغطية الفعاليات وتنشيط مجموعات الصحافة المدرسية، إلى جانب إدارة صفحات الفيس بوك ومجموعات (الواتس اب) أو قناة المدرسة على اليوتيوب، ومن المنسقين من يناط به إدارة الصفوف الافتراضية التي تشكل أهم أدوات التعليم عن بعد في ظل الأزمات، وغيره من الأنشطة الإعلامية المدرسية، لذلك أتت هذه الدراسة لتسلط الضوء على واقع الإعلام المدرسي في المدارس الحكومية بمحافظات غزة ومدى إدراك منسقي الإعلام المدرسي لأهميته ومدى اهتمام المجتمع المدرسي ببرامجه، إلى جانب التعرف إلى آليات تعزيزه.

مشكلة الدراسة:

عمدت وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطينية في العام 2020 إلى استحداث مسمى (منسق الإعلام المدرسي) في كافة مدارسها في محافظات غزة (النجار، 2022)، حيث كان النشاط الإعلامي يناط سابقاً إلى أكثر من معلم حسب نوع النشاط فمنهم من يتولى إدارة ملف الإذاعة المدرسية، وآخر يتابع جماعة الصحافة، ومعلم للنشاطات المسرحية والندوات، ومع الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي كأداة من أدوات الإعلام المدرسي، ارتأت الوزارة أنه بهدف تحديد المسؤوليات والمتابعة وزيادة الاهتمام بالنشاط تكليف أحد المعلمين بمتابعة هذا الملف بمشاركة فريق يتضمن معلمين وطلبة ممن لديهم اهتمامات إعلامية أطلقت عليه مسمى (منسق الإعلام المدرسي)، ومن خلال ملاحظة الباحث لسير المشروع منذ انطلاقته بحكم العمل في مجال الإعلام التربوي بالوزارة، وبهدف تطوير النشاط وتحسين مخرجاته تطلب الأمر دراسته من خلال معرفة واقعه ووضع مقترحات لتحسينه، وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في طرح تساؤل رئيس **ما واقع الإعلام المدرسي في المدارس الحكومية الفلسطينية في محافظات غزة، وما المعوقات التي تواجهه، وما مقترحات آليات تعزيزه؟**

لينبثق عن هذا التساؤل الرئيس عدد من الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما درجة إدراك منسقي الإعلام المدرسي لأهمية الإعلام المدرسي؟
2. ما درجة قيام منسق الإعلام المدرسي بمهامه؟
3. ما واقع توظيف أنواع الإعلام المدرسي من قبل منسقي الإعلام المدرسي؟
4. ما واقع استخدام وسائل الإعلام المدرسي من قبل منسقي الإعلام المدرسي؟
5. ما أكثر أشكال النشر الإلكتروني استخداماً من قبل منسقي الإعلام المدرسي؟
6. ما أكثر الأدوات التقنية استخداماً في العمل الإعلامي من قبل منسقي الإعلام المدرسي؟
7. ما المحتوى الأكثر نشراً من خلال الإعلام المدرسي من وجهة نظر منسقي الإعلام المدرسي؟
8. ما درجة اهتمام الطلبة بالنشاط الإعلامي في المدرسة من وجهة نظر منسقي الإعلام المدرسي؟
9. ما درجة اهتمام الإدارات التربوية بالإعلام المدرسي من وجهة نظر منسقي الإعلام المدرسي؟
10. ما المعيقات تواجه الإعلام المدرسي وما مقترحات آليات تعزيزه من وجهة نظر منسقي الإعلام المدرسي؟

فروض الدراسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد العينة لواقع إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي وقيامه بمهامه تعزى للمتغيرات الديموغرافية: (النوع الاجتماعي، سنوات الخدمة، المؤهل العلمي، التخصص الأكاديمي، المرحلة التعليمية التي يعمل بها، والتأهيل الإعلامي للعمل كمنسق إعلام مدرسي).

أهمية الدراسة:

تمثلت أهمية الدراسة فيما يلي:

1. يعد الإعلام المدرسي من أهم وأبرز الأنشطة المدرسية التي تسهم في تشكيل معارف ووعي الطلبة وما يعكسه ذلك على المجتمع من إيجاد فرد إيجابي يسهم في الارتقاء بواقع مجتمعه ووطنه.
2. تتضح أهمية الدراسة بمجتمعها وهم منسقي الإعلام المدرسي، الذين يشكلون قنوات الاتصال والتواصل بين المدرسة ومجتمعها الداخلي (إدارة، معلمين، وطلبة) والمدرسة والمجتمع الخارجي، مما يسهم في إبراز دور المدرسة توجهاتها برامجها، وأهم إنجازاتها على المستويين الداخل والخارجي.
3. تشكل الدراسة محاولة لتشخيص واقع الإعلام المدرسي في فلسطين مما يسهم في تطويره والارتقاء به.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التجديد، أو التعرف على الأوصاف الظاهرة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الاحداث والأوضاع والعلاقة بينهما وبين العوامل الأخرى التي تؤثر بها، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية وقيمة عنها (حسين، 2005، 131).

تم استخدام المنهج المسحي وهو أنسب المناهج التي تتعلق بالبحث، ويعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية كونه يشكل جهدًا علميًا منظمًا، يساعد في وصف الظاهرة والحصول على بيانات ومعلومات عنها أو عن مجموعة الظاهرات موضوع البحث (حسين، 2005، 166)، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية: ويقصد به دراسة الجوانب والأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة الإعلام وإدارته في مختلف المجالات الإعلامية، وذلك بهدف تطوير الواقع التطبيقي الفعلي، والتعرف إلى الطرق التي تتبعها هذه الأجهزة في ممارسة نشاطها(عبد الحميد، 2015، 167) ، وذلك للكشف عن واقع الإعلام المدرسي في مدارس محافظات غزة، إلى جانب التعرف إلى آليات تعزيزه.

مصطلحات الدراسة:

الإعلام المدرسي: يعرفه محمد أبو سمرة بأنه: "نشاط تربوي يقدّم فيه للطلبة وجميع المتعاملين مع المدرسة معلومات عن المسار الدراسي، المحيط الاجتماعي الاقتصادي والمهني مع شروطها ومتطلباتها، كما هي موجودة في الواقع فعلا دون ممارسة أية وصاية أو دعاية ودون إصدار أحكام مسبقة على نمط دراسي أو مهني معين، بغرض إنضاج شخصيته ومواقفه لتمكينه من حسن الاختيار واتخاذ القرارات التي يراها مناسبة لبناء مشاريعه المستقبلية" (أبو سمرة، 35،2010).

ويقصد به إجرائياً: نشاط تربوي منظم وممنهج يستخدم أدوات ووسائل الإعلام المتنوعة، لتحقيق الأهداف التربوية التي تسهم في تشكيل معارف الطلبة وتعزيز الوعي لديهم، كما يشكل نافذة إعلامية للمدرسة على المجتمع المحلي مما يساعد في صناعة قنوات تواصل فعالة بين المدرسة والمجتمع.

منسقو الإعلام المدرسي: هم المعلمون المكلفون بإدارة ملف الإعلام المدرسي في مدارسهم والمتعلق بالنشر والتوثيق وإدارة الصفحات الإلكترونية ومجموعات التواصل الرقمية إلى جانب متابعة فرق ولجان الصحافة المدرسية الطلابية. (دليل الإعلام المدرسي، 2020، 5).

ويقصد بهم إجرائياً: هم المعلمون الموكل إليهم متابعة الإعلام المدرسي من وضع خطط وتنفيذ مهام وتشكيل جماعات الإعلام المدرسي الطلابية والاضطلاع بكافة مهام الإعلام المدرسي.

المدارس الحكومية: هي المدارس التي تخضع لوزارة التربية والتعليم العالي، وتقدم خدمة التعليم للطلبة الفلسطينيين من الأول الأساسي حتى الثاني عشر الثانوي ويبلغ عدد 429 موزعة على سبع مديريات تعليم. (الكتاب الاحصائي لوزارة التربية والتعليم العالي، 2021، 3).

حدود الدراسة:

- **الحد البشري:** اقتصرت الدراسة على منسقي الإعلام في المدارس الحكومية.
- **الحد المؤسسي:** طبقت الدراسة على مدارس وزارة التربية والتعليم العالي الحكومية.
- **الحد الموضوعي:** واقع الإعلام المدرسي وآليات تعزيزه.
- **الحد المكاني:** اقتصرت الدراسة على المدارس الحكومية في محافظات غزة.
- **الحد الزماني:** طبقت الدراسة خلال العام الدراسي 2023/2022.

الإطار النظري للدراسة:

النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة نظرية القائم بالاتصال:

فرض التوسع في دراسات القائم بالاتصال معرفة الخصائص والسمات، والأدوار والمواقع واتجاهات القائمين بها وانتماءاتهم، وتأهيلهم العلمي والمهني، وعلاقات العمل والتنظيم، بما يؤثر على صنع القرار في المؤسسات الإعلامية، وإنتاج الرسائل الإعلامية في النهاية (المزاهرة، 2011، 241).

العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال:

ويمكن تقسيم هذه العوامل إلى أربعة أقسام تمثلت في الآتي (مكاوي، 1998، 177):

معايير المجتمع وقيمه وتقاليده، ومنها الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع، والدين، والولاء للوطن، والقوات المسلحة والقضاء، والتجمعات المحلية، وتوقير كبار السن، والأسرة.

معايير ذاتية، ومنها: عوامل التنشئة الاجتماعية والتعلم والاتجاهات والميول، والانتماءات والجماعات المرجعية.

معايير مهنية، ومنها: سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه.

معايير الجمهور: ومنها طبيعة هذا الجمهور ونوعيته، ومواقفه.

الاتجاهات الخاصة بدراسة القائم بالاتصال:

يمكن من خلال الاتجاهات الخاصة بدراسة القائم بالاتصال الكشف عن القوى أو العلاقات التي يتأثر بها القائم بالاتصال أثناء ممارسته مهامه في المؤسسات الإعلامية وتشمل هذه القوى (عبد الحميد، 2004، 193):

أ. خصائص القائم بالاتصال والإحساس بالذات.

ب. الانتماءات والجماعات المرجعية.

ج. الضغوط المهنية وعلاقات العمل.

د. العلاقات بمصادر الأنباء والمعلومات.

هـ. تأثير السياسات الخارجية والداخلية.

و. التوقعات الخاصة بجمهور المتلقين.

كيفية الاستفادة من نظرية القائم بالاتصال:

تم الاستفادة من النظرية من خلال توظيفها في التعرف على العوامل الذاتية والمهنية التي تحكم منسقي الإعلام المدرسي كقائمين بالاتصال إلى جانب معرفة آليات تفعيلهم للإعلام المدرسي، والعوامل المؤثرة فيه وتقييمهم لواقعه وسبل تطويره.

الدراسات السابقة

تناولت العديد من الدراسات الإعلام المدرسي منها:

دراسة (حجازي وزغيبي، 2021): هدفت الدراسة للتعرف إلى دور برامج الإعلام التربوي في تنمية المهارات الشخصية لدى طلبة المدارس الحكومية الثانوية في محافظة جنين بفلسطين من وجهة نظر الطلبة، والتعرف على الفروق التي تعزى لمتغيرات الجنس، والصف، والمعدل الأكاديمي في الدرجة الكلية وأبعاد مقياسي المشاركة في برامج الإعلام التربوي، والمهارات الشخصية، وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية واستخدمت في أداتها مقياس المشاركة في برامج الإعلام التربوي ومقياس المهارات الشخصية المكتسبة من تلك المشاركة، وتكونت عينة الدراسة من (330) طالبًا وطالبة، وأظهرت النتائج أن مشاركة الطلبة في برامج الإعلام التربوي كانت مرتفعة في مجالات: الصحافة المدرسية، الإذاعة المدرسية، والاحتفالات، ومتوسطة في مجالات: الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، والمناظرات والاحتفالات.

دراسة (محمد، 2021): هدفت الدراسة إلى التعرف على آليات تفعيل دور الإعلام المدرسي بمدارس التعليم الأساسي بمصر في ضوء خبرات بعض الدول، وفي سياق البحث في فلسفة الإعلام المدرسي، ودراسة واقعه والصعوبات التي تحد من دوره، وتعد الدراسة من البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، حيث تم جمع بياناتها من خلال المقابلات الشخصية المقننة لعدد من المسؤولين عن هذا البرنامج إلى جانب استخدام صحيفة الاستقصاء التي وزعت على أخصائيي الإعلام المدرسي تمثلت عينة الدراسة في عدد من المديرين والوكلاء والأخصائيين والموجهين بمدارس ذوي الاحتياجات الخاصة للتعليم الأساسي، وتم تطبيق الاستبانة في جميع مدارس محافظة القليوبية والبالغ عددهم في (٥) إدارات تعليمية (بنها – طوخ – شبين القناطر – القناطر الخيرية – شرق شبرا)، وخلصت الدراسة إلى ضعف استثمار القائمين على إدارة الإعلام المدرسي الإمكانيات المادية المتاحة في النهوض بواقع الإعلام المدرسي، إلى جانب قلة مصادر التمويل الخاص به، وأوصت بضرورة التأكيد على عملية التخطيط للإعلام المدرسي وأن تكون واقعية وشاملة وتعتمد على المرونة والقابلية لتنفيذها في أي وقت.

دراسة (رجب والقصبي وحنفي والمعمري، 2021): هدفت الدراسة للتعرف إلى واقع ممارسات منسقي الإعلام التربوي بسلطنة عمان في ضوء متطلبات تكنولوجيا المعلومات، إلى جانب الكشف عن الإطار الفكري والفلسفي لأدوار منسقي الإعلام التربوي، ورصد أهم المقترحات لتطوير ممارساتهم لا سيما تلك المتعلقة بتطوير مهارات التربية الإعلامية لديهم، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية واستخدمت المنهج المسحي، وتشكل مجتمعها من منسقي الإعلام التربوي بالمدارس العُمانية، وخلصت نتائج الدراسة، أن هناك حضور فعال لمنسقي الإعلام التربوي، حيث يقوم المنسق بأدواره في غرس القيم السليمة من خلال أدواره التربوية، إلى جانب استثماره للوسائل التكنولوجية بشكل مستمر مما يساعد على تطوير دوره وتعزيزه.

دراسة (عبد العاطي، 2021): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس في مصر وإبراز معوقات الأداء لدى أخصائي الإعلام التربوي، وتعد الدراسة من البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، حيث تم جمع بيانتها من خلال صحيفة الاستقصاء التي وزعت على عينة قوامها (150) مفردة ممثلة لمجتمع الدراسة وهم أخصائيو الإعلام التربوي (أكاديميون وممارسون) في المدارس الحكومية المصرية، وخلصت الدراسة إلى تأكيد المبحوثين على أن أهم أهداف التربية الإعلامية حماية النشء والشباب من التأثيرات

السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة، كما أظهرت أن هناك قصور واضح لدى الإدارات المدرسية في فهم التربية الإعلامية وأهميتها مما يشكل إعاقة لدور مختص الإعلام المدرسي.

دراسة (الشمري، 2019): هدفت الدراسة للتعرف على واقع الإعلام التربوي المدرسي في المرحلة الثانوية بدولة الكويت من وجهة نظر أخصائي الإعلام المدرسي، إلى جانب تقديم مقترح لتطوير هذا الواقع، وتعد الدراسة من البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، ولجمع البيانات اعتمدت صحيفة الاستقصاء على عينة قوامها 300 مفردة من مجتمع الدراسة الذي يبلغ 388 أخصائي إعلام مدرسي، وخلصت الدراسة إلى أن دور أخصائي الإعلام المدرسي يتحقق بدرجة متوسطة، ولا يزال محصوراً في الدور التقليدي، كما أوصت بضرورة وضع فلسفة لأنشطة الإعلام المدرسي يتحدد في ضوئها أهداف هذه الأنشطة بصورة إجرائية.

دراسة (Eslami و Ahmadi،2019): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام التربوي في تحسين عملية التعلم لدى طلاب المرحلة الثانوية في مدينة جهروم العراقية، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وجُمعت بياناتها من خلال صحيفة الاستقصاء التي طُبقت على مجتمع الدراسة وهم طلبة المرحلة الثانوية بمدينة جهروم في العام الدراسي 2016–2017 والتي تضم 3820 طالب وطالبة، حيث تم اختيار عينة عشوائية طبقية بلغ عدد مفرداتها 350 طالبًا، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الطلاب لديهم تفاعل أكبر مع الإعلام التربوي مقارنة بالسنوات السابقة، كما أظهرت أن استخدام واستثمار برامج وأنشطة الإعلام التربوي أدى إلى تحسن المستوى العلمي والمعرفي للطلاب.

دراسة (خصاونة والعامري 2018): هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الإعلام التربوي في المدارس الثانوية بإمارة أبو ظبي في دولة الإمارات العربية المتحدة من وجهة نظر الطلبة، تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وجُمعت بيانات الدراسة من خلال استبانة مكونة من خمسة مجالات وهي (الصحافة المدرسية، والتكنولوجيا التدريسية، والإذاعة المدرسية، والندوات والمحاضرات، والتواصل مع الأسرة والمجتمع المحلي)، وزعت على عينة عشوائية من 384 طالب وطالبة، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن مجال الصحافة المدرسية جاء في المرتبة الأولى ومجال الإذاعة المدرسية في المرتبة الثانية بينما جاء مجالي الندوات والمحاضرات والتواصل مع الأسرة والمجتمع المحلي في المرتبة الأخيرة.

أوجه الاتفاق والاختلاف والاستفادة من الدراسات السابقة:

من حيث نوع الدراسة: اتفقت الدراسة مع كل الدراسات السابقة من حيث انتمائها للبحوث الوصفية.

من حيث منهج الدراسة: اتفقت الدراسة مع كل الدراسات السابقة في استخدامها للمنهج المسحي.

من حيث الأدوات: اتفقت الدراسة مع معظم الدراسات السابقة التي استخدمت أداة الاستقصاء لجمع البيانات (حجازي 2021)، (محمد 2021)، (الشهراني 2021)، (أحمدي2019)، فيما اختلفت مع دراسة (حجازي 2021).

من حيث مجتمع وعينة البحث: اتفقت الدراسة مع دراسات (محمد 2021)، (عبد العاطي 2021)، في تشكل مجتمع وعينة الدراسي من منسقي ومشرفي الإعلام التربوي والمدرسي في المدارس، فيما اختلفت مع دراسات: (حجازي 2021)، (أحمدي 2019)، (خصاونة 2018)، في تشكل مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات والمدارس.

من حيث الاستفادة: تحديد المنهجية والأساليب، وتصميم أداة الاستقصاء وتقسيمها وصياغة أسئلتها والحصول على معلومات وبيانات الدراسة، وعقد مقارنات بين نتائج الدراسة ونتائج الدراسات السابقة.

تميزت الدراسة الحالية عن غيرها من الدراسات السابقة في أن معظم أفراد مجتمعها من غير المتخصصين بالإعلام التربوي بل من المعلمين في مختلف المباحث الدراسية والذين أنيط بهم هذا الملف، فيما الدراسات السابقة تشكل مجتمعها من اخصائيي الإعلام التربوي أو طلبة المراحل الدراسية المختلفة، كما وتعد الدراسة حسب علم الباحث من الدراسات

الأولى التي تطرقت لمنسقي الإعلام المدرسي في المدارس الحكومية في فلسطين بعد إطلاق هذا المسمى منذ العام 2020، كما وتتناول واقع الإعلام المدرسي في فلسطين بكل مكوناته، ووسائله، وأيضاً حسب علم الباحث من الدراسات الأولى في فلسطين.

الإطار المعرفي

مفهوم الإعلام المدرسي:

يشكل الإعلام المدرسي صميم برامج وأنشطة الإعلام التربوي كونه يعد المحضن الأول للإعلام التربوي، وليتضمن تلك البرامج والأنشطة التي تمارس داخل المدرسة بوسائلها المتاحة (صحافة مدرسية، إذاعة مدرسية، ندوات وفعاليات، نوافذ الإعلام الرقمي مواقع إلكترونية، شبكات وتطبيقات تواصل اجتماعي).

يعرفه محمد أبو سمرة بأنه: "نشاط تربوي يقدّم فيه للطلبة وجميع المتعاملين مع المدرسة معلومات عن المسار الدراسي، المحيط الاجتماعي الاقتصادي والمهني مع شروطها ومتطلباتها، كما هي موجودة في الواقع فعلا دون ممارسة أية وصاية أو دعاية ودون إصدار أحكام مسبقة على نمط دراسي أو مهني معين، بغرض إنضاج شخصيته ومواقفه لتمكينه من حسن الاختيار واتخاذ القرارات التي يراها مناسبة لبناء مشاريعه المستقبلية"(أبو سمرة، 2010، 35)، وتعرفه حنان يوسف بأنه "كافة أنواع الاتصال، وأساليبه التي تتم داخل المدرسة، أو المؤسسة التعليمية سواء قام به التلاميذ أنفسهم تحت إشراف أساتذتهم، وذلك بهدف تيسير العملية التعليمية من جانب أو إتاحة الفرصة أمام الطلاب لإظهار مواهبهم، والتعبير عن آرائهم، واتجاهاتهم، وآمالهم، وطموحاتهم من جانب أخر"(يوسف، 2006، 119).

ويمكن تعريفه بأنه " نشاط تربوي منظم وممنهج يستخدم أدوات وسائل الإعلام المتنوعة، لتحقيق الأهداف التربوية التي تسهم في تشكيل معارف الطلبة وتعزيز الوعي لديهم، كما يشكل نافذة إعلامية للمدرسة على المجتمع المحلي مما يساعد في صناعة قنوات تواصل فعالة بين المدرسة والمجتمع".

أهداف الإعلام المدرسي:

يهدف الإعلام المدرسي إلى إكساب الطلاب المعارف والمهارات والاتجاهات والميول لتطبيق فنون الإعلام التربوي بوسائطه المختلفة (المرئية، المسموعة، والمقروءة)، لإعداد ناشئة من طلبة العلم في مراحلهم الدراسية المختلفة يشكلون نماذج إيجابية قادرة على الارتقاء بأوطانهم، ومجتمعهم، وتتمثل الأهداف في تعزيز منظومة القيم المجتمعية والأخلاقية لدى طلبة المدارس وما يعكسه ذلك على المجتمع بجميع مكوناته، وتحصين الناشئة في مواجهة الانزلاق نحو التيارات والأفكار المخالفة لعاداتنا وتقاليدنا وقيمنا، وغرس قيم الديمقراطية لدى المجتمع المدرسي وتعزيز ثقافة الرأي والرأي الآخر، إلى جانب اكتشاف المواهب وإبرازها والعمل على صقلها والارتقاء بها. (منشورات قسم الإعلام جامعة الوادي الجديد، 2019، 37)

كما أن من أهداف الإعلام المدرسي إحاطة المجتمع المدرسي والمحلي بتوجهات المدرسة وبرامجها وأنشطتها وأهم منجزاتها، وتعزيز مشاركة المجتمع المحلي في أنشطة وبرامج المدرسة بشق قنوات تواصل فعال بين إدارة المدرسة وأولياء الأمور. (حوامدة، 2013، 52)

وفيما يتعلق بمهارات الطلبة فإن الإعلام المدرسي يكسبهم القدرة على التحرير الصحفي، التصوير، إجراء الحوار، الخطابة، تنظيم الفعاليات، تصميم المطبوعات، وترسيخ الوعي بأهمية الإعلام ودوره وآليات استثماره، وإعدادهم بشكل يسمح لهم استخدام وسائل الإعلام المتنوعة والرقمية منها على وجه الخصوص، مع إبراز مواهب الطلبة في فنون الكتابة الإبداعية بما يعزز عادة القراءة لديهم. (البسيوني، 2015، 293):

وظائف الإعلام المدرسي:

تأتي وظائف الإعلام المدرسي منسجمة تماماً مع وظائف الإعلام بشكلٍ عام، وتتسم وظيفة الإعلام المدرسي بخصوصية متفردة كونه يسهم في تحقيق إشباع لحاجات الطلبة الطقوسية والنفعية والمتضمنة (التحصيل المعرفي، نسج العلاقات وتعزيز الاتصال والتواصل، التسلية والترفيه وقضاء الوقت)، وذلك في الإطارين النفسي والاجتماعي، ومن أهم وظائف الإعلام المدرسي التفصيلية:

الإعلام: أي إخبار الطلبة بما يدور حولهم في البيئة المحلية والمجتمع الداخلي والخارجي، بهدف تحقيق أحد معايير القومية في التعليم، وهو المشاركة المجتمعية. (عباس، 2014، 46)؛

التوجيه والإرشاد وغرس القيم التربوية: وذلك من خلال متابعة وتعديل سلوكيات الطلبة، ومن خلال غرس القيم الكرمة مثل احترام الآخرين، وتعزيز قيم الانتماء والولاء للوطن والمحافظة عليه. (الضبع، 2009، 31)

التثقيف: من خلال الحفاظ على التراث الثقافي بغرسه في نفوس الطلبة والارتقاء بمستواهم المعرفي واطلاعهم على آخر المستجدات في مختلف القضايا التي تهمهم. (خضر، 2018، 58).

التسلية (الترفيه): وذلك من خلال الترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم (الديهي، 2015، 65) بوضع المواقف والمعلومات الجادة في قالب ترفيهي محبب للطلبة.

مجالات الإعلام المدرسي:

تتعدد أشكال الإعلام المدرسي المتعارف عليها بين جمهور الباحثين والمختصين في المجال الإعلامي، حيث يمكن تقسيمها إلى وسائل سمعية، وسائل سمعية بصرية، وسائل مقروءة، وسائل الإعلام الصامتة والمصورة، وسائل الإعلام الدائمة (رفاعي، 2014، 38)، ولتتشكل عملياً في المجالات الأتية:

1- **الصحافة المدرسية:** "الصحف والمجلات والنشرات المطبوعة أو المنسوخة أو المصورة التي يصدرها طلاب أو طالبات فصل دراسي أو جماعة مدرسية أو مدرسة أو مجموعة من المدارس، كما قد يصدرها طالب واحد، وذلك تحت إشراف وتوجيه مدرس أو أخصائي أو موجّه، وتعكس بصدق من خلال أسلوب مناسب وأنماط تحريرية مقبولة اهتمامات ونشاطات المجتمع الصادرة فيه، مما يسهم في تشكيل رأي عام طلابي، كل ذلك بشرط انتظام الصدور لأكثر من عدد وتحت اسم واحد" (إسماعيل، 2014، 18).

2- **الإذاعة المدرسية:** وهي النشاط الحر الذي يقوم به الطفل داخل المدرسة عن طريق الميكرفون خلال طابور الصباح، أو من خلال الفسحة، أو عن طريق التسجيل على أشرطة كاسيت، وقد يتم النشاط الإذاعي بطرقة شفهية في حالة تعطل مكبر الصوت، أو عدم وجوده في كثير من مدارس القرى، وهذا يتطلب اختيار أصحاب الأصوات القوية، ومعرفة اتجاه الريح حتى لا يتبدد الصوت قبل وصوله إلى المستمعين. (إمبابي، 2007، 12).

3- **المناظرات:** هي نشاط إعلامي مدرسي جماعي يتكون من مبادرة أو محاججة شفوية مباشرة حول اقتراح معين أو قضية أو مسألة من المسائل المطروحة للبحث بين متحدث وآخر، أو بين فريق وفريق آخر، وقد يكون موضوعها داخل المجتمع المدرس (فكرة، نشاط، توجه، أو مسائل تتعلق بالمنهاج الدراسي ومباحثه المختلفة) أو خارجه كالقضايا المجتمعية العامة، (ثقافية، أدبية، سياسية...) (الضبع، 2009، 104).

4- **المعارض الإعلامية:** تعد المعارض من أهم وسائل الإعلام التربوي المدرسي كونها تبرز دور المدرسة ونشاطها وإنجازاتها على مدار العام الدراسي، حيث يعرض فيها الإنتاج الصحفي للطلاب، والخاص بأنشطتهم وبالمناسبات القومية والاجتماعية والدينية وتكون ذات طابع فني وثقافي ويتضمن نشاط اللجان المدرسية المتنوعة الصحية والكشافة والبيئية ومن ضمنها اللجان الإعلامية.

5- **المسرح المدرسي:** يعد المسرح المدرسي من أهم برامج الإعلام التربوي المدرسي لما يتمتع به من خصائص ومميزات تجعله وسيلة مؤثرة تسهم بتحقيق أهداف الإعلام التربوي فهو نشاط يتيح للطلبة فرصة العمل الجماعي

وتحمل المسؤولية وتعلم مهارات التنظيم والاستفادة من خدمات البيئة وإبراز قدراتهم وصقل مهاراتهم (حوامدة، 2013، 53).

6- **الإعلام المدرسي الرقمي:** هو مواكبة الإعلام المدرسي للتطور والتحول في تكنولوجيا الاتصال من خلال بث البرامج والأنشطة الإعلامية المتنوعة من خلال التطبيقات والمنصات الرقمية والإلكترونية وفيما تتيحه من قوالب وأشكال.

مهام منسق الإعلام المدرسي:

يعد منسق الإعلام التربوي المدرسي حجر الزاوية لإنجاح برامج الإعلام التربوي المدرسي وأنشطته وتحقيق أهدافه ووظائفه، الأمر الذي يتطلب الاهتمام بهذا التخصص في مؤسسات التعليم العالي والتعليم العام، لتناط هذه المهام بمختصين على درجة عالية من الكفاءة والدور والتمتع بقدرات مهارية في مجالات الاختصاص المتنوعة، وتتعدد مهام أخصائي الإعلام التربوي المدرسي على النحو الآتي:

وضع خطة الإعلام المدرسي على مدار العام الدراسي بما ينسجم مع توجهات المؤسسة التربوية وسياساتها، وتشكيل لجان وجماعات الإعلام المدرسي المتنوعة من الطلبة في المراحل الدراسية كافة، وتوفير المناخات ومنح المساحات للطلبة لتعزيز مشاركتهم الفاعلة في برامج الإعلام التربوي المدرسي. (رجب وآخرون، 2020، 655).

أيضاً من مهام منسق الإعلام المدرسي صياغة برامج وأنشطة إعلامية لاصفية تسهم في تدعيم المنهاج الدراسي، ومراعاة طبيعة المرحلة الدراسية والمستوى المعرفي والمهاري للطالب في تنفيذ البرامج والأنشطة الإعلامية، وتطوير مهارات الطلبة وصقل خبراتهم في مجالات التحرير والكتابة الإبداعية، والتصوير الفني، وإنتاج المواد الإعلامية وإجراء المقابلات والحوارات والتعامل مع وسائل الإعلام الجديد، و التنوع في استخدام الفنون الصحفية في عرض المحتوى والمضامين الإعلامية وتمكين الطلبة من هذا التنوع حسب خصائص المرحلة العمرية.(أبو عزام،2020، 136)، إلى جانب تنظيم المسابقات ذات الطابع الإعلامي لإبراز مهارات الطلبة، والعمل على تشكيل مجموعات التواصل مع المجتمع المدرسي والمجتمع المحلي أولياء أمور قيادات وفعاليات مجتمعية مؤثرين لإبراز رسالة المدرسة وتعزيز توجهاتها. (إمبابي، 2007، 25).

ويرى الباحث أن الإعلام المدرسي (علم وفن وقيم)، حيث يستند إلى المفاهيم والنظريات التربوية في سياقاتها النفسية والاجتماعية، مستثمراً المهارات والفنون الإعلامية الجاذبة التي تعد من القنوات الأسهل والأفضل والأكثر فعالية في التأثير بالنشء، وذلك كله توجهه منظومة قيم وأخلاق تسعى المؤسسة التربوية إلى غرسها لدى الطلبة والنشء، لصناعة جيل إيجابي قادر على تحمل المسؤولية نافعاً لوطنه.

إجراءات الدراسة الميدانية

مجتمع الدراسة وعينتها:

أولاً: مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من منسقي الإعلام المدرسي والبالغ عددهم (429) منسق في (429) مدرسة في محافظات غزة (الكتاب الاحصائي لوزارة التربية والتعليم العالي،2022، 12).

ثانياً: عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة تلك التي يتم فيها حصر مفردات المجتمع، وقد تم احتساب حجم العينة من معادلة روبيرت ماسون لتحديد حجم العينة، والتي بلغت (204) مفردة من منسقي الإعلام المدرسي في المدارس الحكومية في محافظات غزة.

<u>حيث أن:</u>

M: مجتمع العينة = (429 **منسق إعلام مدرسي**).

S: قسمة الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 أي قسمة معدل الخطأ 0.05. على 1.96

P: نسبة توافر الخاصية وهي 0.50.

q: النسبة المتبقية للخاصية وهي 0.50.

n: العينة.

$$n = \frac{429}{\left[\left(0.000651 \times (429-1)\right) \div 0.5 * 0.5\right] + 1} = 204$$

بتطبيق المعادلة والتعويض بناء على الأرقام الموجودة، يكون لدينا عينة الدراسة تساوي 204 منسق، وبناءً على ذلك فقد قام الباحث باختيار "عينة عشوائية " من منسقي الاعلام المدرسي من المدارس الحكومية في محافظات قطاع غزة.

جدول رقم (1): يوضح توزيع أفراد العينة حسب البيانات الخاصة بالمنسقين الإعلاميين

البيانات الشخصية		العدد	النسبة المئوية	البيانات الشخصية		العدد	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	81	39.7	المرحلة التعليمية التي تعمل بها	الأساسية	124	60.8
	انثى	123	60.3		ثانوي	80	39.2
عدد سنوات الخدمة	سنوات أقل من 5	34	16.7	التأهيل الإعلامي للعمل كمنسق إعلام مدرسي	جامعي تأهيل	28	13.7
	5-10	28	13.7		دبلوم متخصص	2	1.0
	10 الى اقل من 15	96	47.1		دورة تدريبية	109	53.4
	أكبر من 15	46	22.5		تعلم ذاتي	55	27.0
المؤهل العلمي	دبلوم	6	2.9		لا يوجد	10	4.9
	بكالوريوس	176	86.3				
	ماجستير	19	9.3				
	دكتوراة	3	1.5				
التخصص الأكاديمي	فروع الإعلام	22	10.8				
	تكنولوجيا وحاسوب	43	21.1				
	لغة عربية	27	13.2				
	أخرى	112	54.9				

متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة: المتغيرات الديموغرافية وتتضمن (النوع الاجتماعي، سنوات الخدمة، المؤهل العلمي، التخصص الأكاديمي، المرحلة التعليمية للعمل، والتأهيل الإعلامي للعمل كمنسق إعلام مدرسي).

المتغير التابع: واقع الإعلام المدرسي.

بحيث تسعى الدراسة لمعرفة أثر المتغيرات المستقلة في المتغير التابع.

أداة الدراسة:

أ. صحيفة الاستقصاء:

تم استخدام صحيفة الاستقصاء، كوسيلة من وسائل جمع البيانات التي تعتمد أساساً على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة تستهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، إذ تعتبر من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح. (حمدي وآخرون، 2019، 92)

وتكونت صحيفة الاستقصاء من خمس وحدات كالآتي:

الوحدة الأولى: السمات العامة وتضمنت (النوع الاجتماعي، سنوات الخدمة، المؤهل العلمي، التخصص الأكاديمي، المرحلة التعليمية، التأهيل الإعلامي).

الوحدة الثانية: واقع إدراك منسق الإعلام المدرسي لأهميته ودرجة قيامهم بمهامه.

الوحدة الثالثة: واقع الإعلام المدرسي الأشكال الأدوات والمحتوى.

الوحدة الرابعة: درجة اهتمام الطلبة والإدارة التربوية والمدرسية بالإعلام المدرسي.

الوحدة الخامسة: المعوقات التي تواجه الإعلام المدرسي وآليات تعزيزه.

صدق المقياس

يقصد بصدق المقياس: أن يقيس المقياس ما وضع لقياسه، وقد اتبع الباحث عدداً من الطرق لحساب صدق الأداة.

1- صدق المحكمين:

تم عرض المقياس على مجموعة من أساتذة جامعيين من المتخصصين في هذا المجال ممن يعملون في الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة، حيث قاموا بإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول مناسبة فقرات المقياس، وتم الأخذ بملاحظاتهم بما يتعلق بالتعديل والحذف وإعادة الصياغة.

محكمو الاستبانة

1.أ.د. أمين منصور وافي	أستاذ الصحافة في الجامعة الاسلامية
2.أ.د. طلعت عبد الحميد عيسى	أستاذ الصحافة في الجامعة الاسلامية
3.أ.د. ماجد تربان	أستاذ الاعلام في جامعة الأقصى
4.د. حاتم العسولي	رئيس قسم الإعلام بجامعة غزة
5.د. عبد الهادي أبو سعدة	استاذ الاحصاء المساعد في جامعة فلسطين
6.د. هارون بهار	أستاذ الاحصاء في جامعة الاسراء

2- صدق الاتّساق الداخلي:

يُقصد بصدق الاتّساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات المقياس مع الوحدة الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد قام الباحث بحساب الاتّساق الداخلي للاستبانة، وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة والدرجة الكلية للوحدة نفسها، وقد تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة بلغ عددها (50) مفردة، حيث تم تفريغ البيانات على برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS ، وتم حساب صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الوحدة والدرجة الكلية للوحدة نفسه، والذي أظهر أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية 0.05 =α وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول رقم (2) صدق الاتساق الداخلي لفقرات وحدة (واقع إدراك منسقي الإعلام المدرسي لأهميته ودرجة قيامهم بمهامه)

الوحدة الثانية: واقع إدراك منسقي الإعلام المدرسي لأهميته ودرجة قيامهم بمهامه			
#	الفقرات	معامل الارتباط	المعنوية
1- درجة إدراك منسق الإعلام المدرسي لأهمية الإعلام المدرسي			
1-	أعتقد بأهمية الإعلام المدرسي ضمن المنظومة التعليمية	.750**	0.000
2-	يسهم الإعلام المدرسي في الكشف عن مواهب الطلبة وتنميتها	.609**	0.000
3-	يسهم الإعلام المدرسي في تعزيز منظومة القيم الوطنية والدينية لدى الطلبة إلى جانب تعزيز قيم الحوار واحترام الرأي.	.816**	0.000
4-	يسهم الإعلام المدرسي في معالجة المشكلات المجتمعية التي تنعكس على المدرسة	.780**	0.000
5-	يشكل الإعلام المدرسي حلقة اتصال وتواصل بين المجتمع المدرسي والمجتمع الخارجي، ويسهم في إيصال	.732**	0.000

	التوجهات التربوية ورؤية ورسالة المدرسة له		
2- درجة قيام منسق الإعلام المدرسي بمهامه			
-1	أتابع وأقوم بتفعيل كافة الأنشطة الإعلامية في المدرسة (إذاعة، صحافة، ندوات إعلامية ونشر إلكتروني	.395**	0.005
-2	أشكل لجان وجماعات الإعلام المدرسي الطلابية	.782**	0.000
-3	أغطي وأوثق كافة أخبار المدرسة ونشاطاتها عبر مختلف النوافذ الإعلامية المدرسية	.598**	0.000
-4	استخدم الفنون الإعلامية المتنوعة (تحرير وكتابة، حملات إعلامية، فيديو وصورة، نشر إلكتروني .....)	.671**	0.000
-5	أدرب الطلبة على العمل الإعلامي وفنونه المختلفة.	.716**	0.000

*** الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة α=0.05.**

*** * الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة α=0.01.**

يوضّح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "واقع إدراك منسقي الإعلام المدرسي لأهميته ودوره وممارسة مهامه" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية α= 0.05 وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول رقم (3) صدق الاتساق الداخلي لفقرات وحدة " واقع الإعلام المدرسي الأشكال الأدوات والمحتوى"

الوحدة الثالثة: واقع الإعلام المدرسي المجالات، الوسائل، الأدوات والمحتوى			
#	**الفقرات**	**معامل الارتباط**	**المعنوية**
3- واقع توظيف مجالات الإعلام المدرسي			
-1	الإذاعة المدرسية	.524**	0.000
-2	الصحافة المدرسية (مطبوعات، نشرات، صحف حائط)	.714**	0.000
-3	المعارض الإعلامية	.648**	0.000
-4	المحاضرات والندوات الإعلامية	.698**	0.000
-5	الإعلام الرقمي (شبكات تواصل، منصات وتطبيقات إلكترونية)	.534**	0.000
4- واقع استخدام وسائل الإعلام المدرسي			
-1	الإذاعة المدرسية	.539**	0.000
-2	الصحف والنشرات والمطبوعات	.494**	0.000
-3	الفيس بوك	.305*	0.031
-4	اليوتيوب	.683**	0.000
-5	مجموعات الواتس اب	.647**	0.000
5- أكثر أشكال النشر الإلكتروني استخداماً			
-1	الخبر والصورة	.454**	0.000
-2	الفيديو القصير	.699**	0.000
-3	البث المباشر	.462**	0.001
-4	تصميمات (بوستات، إنفو جرافيك)	.506**	0.000
-5	تقنية القصص والريلز	.665**	0.000
-6	مشاركة المحتوى والموضوعات	.663**	0.000
6- الأدوات التي تستخدمها للقيام بعملك الإعلامي			
-1	استخدم الكاميرا للتصوير الفوتوغرافي والفيديو	.590**	0.000
-2	اعتمد على جهاز الحاسوب وبرامجه	.692**	0.000
-3	استخدم الطابعة في انتاج المواد الإعلامية المطبوعة	.574**	0.000

الوحدة الثالثة: واقع الإعلام المدرسي المجالات، الوسائل، الأدوات والمحتوى			
#	الفقرات	معامل الارتباط	المعنوية
4-	استخدم أدوات العرض المرئي والمسموع (شاشة تلفزة، مكبر صوت)	.686**	0.000
5-	اعتمد على الهاتف الذكي وتطبيقاته	0.313*	0.022
7- المحتوى الأكثر نشراً من خلال الإعلام المدرسي			
1-	تغطية أخبار إدارة المدرسة	.557**	0.000
2-	إبراز الأنشطة والفعاليات المدرسية	.546**	0.000
3-	ما يتعلق بإحياء المناسبات المتنوعة	.580**	0.000
4-	الارشاد والتوجيه والتوعية في مختلف القضايا التي تهم المجتمع المدرسي	.666**	0.000
5-	إبراز المواهب الطلابية والمبادرات وقصص النجاح	.710**	0.000
6-	محتوى يتعلق بالمنهاج والتحصيل الدراسي	.636**	0.000

*** الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة α=0.05.**

*** * الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة α=0.01.**

يوضّح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "واقع الإعلام المدرسي الأشكال الأدوات والمحتوى" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية 0.05 =α وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول رقم (4) صدق الاتساق الداخلي لفقرات وحدة " درجة اهتمام الطلبة والإدارة التربوية بالإعلام المدرسي "

الوحدة الرابعة: واقع اهتمام الطلبة والإدارة التربوية بالإعلام المدرسي			
#	الفقرات	معامل الارتباط	المعنوية
8- درجة اهتمام الطلبة بالنشاط الإعلامي في المدرسة			
1-	ينخرط الطلبة في جماعات الإعلام المدرسي المتنوعة	.767**	0.000
2-	يشارك الطلبة في اعداد البرامج والنشاطات ذات الطابع الإعلامي	.821**	0.000
3-	يشارك الطلبة في صناعة المحتوى الإعلامي الذي تعرضه المدرسة	.895**	0.000
4-	يهتم الطلبة بتنمية مهاراتهم الإعلامية	.797**	0.000
5-	يتفاعل الطلبة مع الموضوعات والأفكار التي يتم طرحها من خلال الإعلام المدرسي	.812**	0.000
9- درجة اهتمام الإدارة التربوية بالإعلام المدرسي			
1-	توفر المدرسة الدعم اللازم لأنشطة وبرامج واحتياجات الإعلام المدرسي.	.718**	0.000
2-	يُمنح منسق الإعلام المدرسي تفريغ في عدد من الحصص ليتمكن من متابعة النشاط	.570**	0.000
3-	تهتم مديريات التربية والتعليم بتفقد سير النشاط الإعلامي في مدارسها.	.667**	0.000
4-	يتم عقد المسابقات الإعلامية المركزية على مستوى مديريات التعليم والوزارة	.660**	0.000
5-	توفر الإدارة التربوية للمنسق الإعلامي التدريب وتطوير المهارات الإعلامية	.708**	0.000
6-	تحث الإدارة والزملاء الطلبة على الانخراط في اللجان الإعلامية المتنوعة	.633**	0.000
7-	يتعاون الزملاء في المدرسة مع منسق الإعلام المدرسي في تنفيذ البرامج الإعلامية	.738**	0.000

*** الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة α=0.05.**

*** * الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة α=0.01.**

يوضّح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "واقع اهتمام الطلبة والإدارة التربوية بالإعلام المدرسي " والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية 0.05 =α وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول رقم (5) صدق الاتساق الداخلي لفقرات وحدة " المعوقات وآليات التعزيز"

الوحدة الخامسة: المعوقات التي تواجه الإعلام المدرسي وآليات تعزيزه:			
#	الفقرات	معامل الارتباط	المعنوية
10- المعوقات التي تواجه الإعلام المدرسي			
1-	ضعف القناعة لدى المسؤولين عن التربية والتعليم بأهمية الإعلام المدرسي.	.696**	0.000
2-	افتقار منسقي الإعلام المدرسي للتدريب المتخصص في العمل الإعلامي.	.739**	0.000
3-	كثرة الأعباء التعليمية والإدارية على المنسق الإعلامي وعدم تفريغه للنشاط الإعلامي.	.633**	0.000
4-	ضعف التجهيزات التقنية واللوجستية التي يتطلبها النشاط الإعلامي.	.800**	0.000
5-	محدودية الدعم والاسناد من قبل الإدارات المدرسية للمنسق الإعلامي للقيام بمهامه.	.851**	0.000
11- آليات تعزيز الإعلام المدرسي			
1-	زيادة الاهتمام من قبل القيادة التربوية بهذا المجال وتوفير الدعم اللازم لتطويره	.649**	0.000
2-	تعيين منسقي إعلام متخصصين في الإعلام والإعلام التربوي لإدارة هذا الملف في المدارس	.736**	0.000
3-	منح المعلم غير المتخصص تفريغ في عدد من الحصص ليتمكن من متابعة النشاط	.881**	0.000
4-	توفير التدريب اللازم لمنسقي الإعلام في مختلف المجالات الإعلامية	.816**	0.000
5-	منح منسقي الإعلام المدرسي التعزيز والدعم اللازم للقيام بالمهام المناطة بهم	.917**	0.000

*** الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة α=0.05.**

*** * الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة α=0.01.**

يوضّح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "المعوقات وآليات التعزيز" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية 0.05 =α وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

3- الصدق البنائي:

يبين جدول (6) أن جميع معاملات الارتباط في جميع أبعاد الاستبانة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.05 =α وبذلك تعتبر جميع ابعاد المقياس صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (6) يوضح معامل الارتباط بين درجة كل وحدة والدرجة الكلية للمقياس

الوحدة	المحاور	معامل بيرسون	القيمة الاحتمالية (.Sig)
الوحدة الثانية: واقع إدراك منسقي الإعلام المدرسي لأهميته ودرجة قيامهم بمهامه	1- درجة إدراك منسق الإعلام المدرسي لأهمية الإعلام المدرسي	.496**	0.000
	2- درجة قيام منسق الإعلام المدرسي بمهامه	.625**	0.000
الوحدة الثالثة: واقع الإعلام المدرسي المجالات الوسائل الأدوات والمحتوى	3- واقع توظيف مجالات الإعلام المدرسي	.594**	0.000
	4- واقع استخدام وسائل الإعلام المدرسي	.681**	0.000
	5- أكثر أشكال النشر الإلكتروني استخداماً	.603**	0.000
	6- الأدوات التي تستخدمها للقيام بعملك الإعلامي	.594**	0.000
	7- المحتوى الأكثر نشراً من خلال الإعلام المدرسي	.484**	0.000
الوحدة الرابعة:	8- درجة اهتمام الطلبة بالنشاط الإعلامي في المدرسة	.667**	0.000

الوحدة	المحاور	معامل بيرسون	القيمة الاحتمالية (.Sig)
واقع اهتمام الطلبة والإدارة التربوية بالإعلام المدرسي	9- درجة اهتمام الإدارة التربوية بالإعلام المدرسي	.571**	0.000
الوحدة الخامسة: المعوقات وآليات التعزيز	10- المعوقات التي تواجه الإعلام المدرسي	.671**	0.000
	11- آليات تعزيز الإعلام المدرسي	.382**	0.000

4- ثبات مقياس الدراسة:

تم التحقق من ثبات مقياس الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient وكذلك من خلال التجزئة النصفية، حيث تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ والتّجزئة النصفية لقياس ثبات الاستبانة، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول التالي:

جدول رقم (7) يوضح معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

الوحدة	المحاور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية
الوحدة الثانية: واقع إدراك منسقي الإعلام المدرسي لأهميته ودرجة قيامه بمهامه	1- درجة إدراك منسق الإعلام المدرسي لأهمية الإعلام المدرسي	5	0.751	0.825
	2- درجة قيام منسق الإعلام المدرسي بمهامه	5	0.641	0.797
الوحدة الثالثة: واقع الإعلام المدرسي المجالات الوسائل الأشكال الأدوات والمحتوى	3- واقع توظيف مجالات الإعلام المدرسي	5	0.619	0.701
	4- واقع استخدام وسائل الإعلام المدرسي	5	0.658	0.697
	5- أكثر أشكال النشر الإلكتروني استخداماً	6	0.721	0.782
	6- الأدوات التي تستخدمها للقيام بعملك الإعلامي	5	0.832	0.835
	7- المحتوى الأكثر نشراً من خلال الإعلام المدرسي	6	0.612	0.625
الوحدة الرابعة: واقع اهتمام الطلبة والإدارة التربوية بالإعلام المدرسي	8- درجة اهتمام الطلبة بالنشاط الإعلامي في المدرسة	5	0.877	0.884
	9- درجة اهتمام الإدارة التربوية بالإعلام المدرسي	7	0.779	0.918
الوحدة الخامسة: المعوقات وآليات التعزيز	10- المعوقات التي تواجه الإعلام المدرسي	5	0.796	0.802
	11- آليات تعزيز الإعلام المدرسي	5	0.852	0.868
جميع الفقرات (المجموع الكلي للفقرات)		59	0.889	0.901

يتَضح من النتائج الموضحة في جدول (3) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات المقياس كانت مرتفعة وتساوي (0.889)، في حين أن قيمة معامل التجزئة النصفية لجميع فقرات المقياس تساوي (0.901)، وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع ويمكن البناء علية تم التأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة؛ مما جعلها قابلة للتطبيق.

الأساليب الإحصائية:

تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS25)، والذي من خلاله طُبقت مجموعة من التحليلات الإحصائية كالتكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية (البيانات الشخصية)، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الأداة، واختبار ألفا كرونباخ: لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة، ومعامل ارتباط بيرسون: لقياس درجة الارتباط حيث يقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة، واختبار T ، واختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، واستخدم معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation) لمعرفة دلالة العلاقة بين الفقرات والمجالات التابعة لها.

تحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

المستوى التصنيفي والمحك المعتمد في الدراسة:

تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبيان، حيث أنه كلما اقتربت الدرجة من الرقم (3) دل ذلك على الموافقة العالية والعكس صحيح ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحث ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للأداة ككل ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الباحث درجة التوافر حسب المحك المعتمد في الدراسة.

جدول رقم (8): يوضح المستوى التصنيفي والمحك المعتمد

طول الخلية (معيار الدرجة)	الوزن النسبي المقابل له	درجة (الموافقة)	الوزن	الاستجابة
من 1.00 –1.670	من 33.3% – 55.6 %	منخفضة	1	منخفضة
من 1.671 –2.35	أكبر من 55.7% – 78.3 %	متوسطة	2	متوسطة
من 2.351–3.00	أكبر من 78.4% – 100 %	عالية	3	عالية

الإجابة على تساؤلات الدراسة ومناقشتها:

الوحدة الثانية: واقع إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي ودرجة قيامه بمهامه

1- درجة إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي

جدول رقم (9): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال درجة إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
أعتقد بأهمية الإعلام المدرسي ضمن المنظومة التعليمية	2.89	0.317	96.2%	48.979	0.000	1	عالية
يسهم الإعلام المدرسي في تعزيز منظومة القيم الوطنية والدينية لدى الطلبة إلى جانب تعزيز قيم الحوار واحترام الرأي.	2.85	0.382	95.1%	39.392	0.000	2	عالية
يشكل الإعلام المدرسي حلقة اتصال وتواصل بين المجتمع المدرسي والمجتمع الخارجي، ويسهم في إيصال التوجهات التربوية ورؤية ورسالة المدرسة	2.84	0.378	94.8%	39.432	0.000	3	عالية
يسهم الإعلام المدرسي في الكشف عن مواهب الطلبة وتنميتها	2.80	0.426	93.3%	33.531	0.000	4	عالية
يسهم الإعلام المدرسي في معالجة	2.57	0.562	85.6%	19.546	0.000	5	عالية

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
المشكلات المجتمعية التي تنعكس على المدرسة							
المتوسط الكلي للمجال	2.7902	0.29361	93.0%	48.168	0.000	-	عالية

تبين نتائج الجدول السابق أن المتوسط الكلي لدرجة إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي جاءت عالية بوزن نسبي 93%، حيث ظهر في تفاصيل وفقرات درجة الإدراك أنه بالمرتبة الأولى وبدرجة عالية وبوزن نسبي 96.2% فإن المبحوثين يعتقدون بأهمية الإعلام المدرسي ضمن المنظومة التعليمية، يليها في المرتبة الثانية وبدرجة عالية أيضاً وبوزن نسبي 95.1% فإنهم يرون أن الإعلام المدرسي يسهم في تعزيز منظومة القيم الوطنية والدينية لدى الطلبة إلى جانب تعزيز قيم الحوار واحترام الرأي، وفي الترتيب الثالث بوزن نسبي 94.8% يرون أن الإعلام المدرسي يشكل حلقة اتصال وتواصل بين المجتمع المدرسي والمجتمع الخارجي، ويسهم في إيصال التوجهات التربوية ورؤية ورسالة المدرسة، وفي الترتيب الرابع بوزن نسبي 93.3% يرون أن الإعلام المدرسي يسهم في الكشف عن مواهب الطلبة وتنميتها، وفي المرتبة الخامسة بوزن نسبي 85.6% يرون ان الإعلام المدرسي يسهم في معالجة المشكلات المجتمعية التي تنعكس على المدرسة، وتختلف هذه النتائج مع دراسة (حوامدة، 2013)، و(عبد العاطي، 2021) اللتان أظهرتا أن درجة إدراك القائمين على الإعلام المدرسي لأهميته منخفضة.

ويعزو الباحث هذه النتيجة وهذا الاهتمام إلى قناعة المنسقين بدورهم على اعتبار أن هذا الملف على وجه الخصوص يناط إلى من لديه رغبة في إدارته، (النجار، 2023)، ومن لديه القناعة بأهمية الإعلام وأهمية دوره لا سيما مع وجود الإعلام الرقمي وأدواته التي تجد اهتمام من قبل العامة ليس المتخصص فحسب.

2- درجة قيام منسق الإعلام المدرسي بمهامه

جدول (10): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال درجة قيام منسق الإعلام المدرسي بمهامه

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
أغطي وأوثق كافة أخبار المدرسة ونشاطاتها عبر مختلف النوافذ الإعلامية المدرسية	2.80	0.410	93.5%	34.956	0.000	1	عالية
أتابع وأقوم بتفعيل كافة الأنشطة الإعلامية في المدرسة (إذاعة، صحافة، ندوات إعلامية ونشر إلكتروني	2.78	0.447	92.8%	31.471	0.000	2	عالية
استخدم الفنون الإعلامية المتنوعة (تحرير وكتابة، حملات إعلامية، فيديو وصورة، نشر إلكتروني .....)	2.48	0.557	82.5%	17.335	0.000	3	عالية
أشكل لجان وجماعات الإعلام المدرسي الطلابية	2.08	0.707	69.4%	5.721	0.000	4	متوسطة
أدرب الطلبة على العمل الإعلامي وفنونه المختلفة.	1.76	0.676	58.8%	-0.746	0.457	5	متوسطة
المتوسط الكلي للمجال	2.3824	0.36991	79.4%	22.486	0.000	-	عالية

يبين الجدول السابق أن درجة قيام منسق الإعلام المدرسي بمهامه جاءت عالية بوزن نسبي 79.4%، وفي التفاصيل فإن أعلى درجة ممارسة وفي الترتيب الأول جاءت لمهمة تغطية وتوثيق أخبار المدرسة ونشاطاتها عبر النوافذ الإعلامية للمدرسة (إذاعة مدرسية، صحافة ونشر، إعلام إلكتروني) بوزن نسبي93.5%، تلتها في المرتبة الثانية وبوزن نسبي 92.8% أتابع وأقوم بتفعيل كافة الأنشطة الإعلامية في المدرسة (إذاعة، صحافة، ندوات إعلامية ونشر إلكتروني)، ثم في المرتبة الثالثة وبدرجة عالية وبوزن نسبي 82.5% استخدم الفنون الإعلامية المتنوعة (تحرير وكتابة، حملات إعلامية، فيديو وصورة، نشر إلكتروني .....) وفي المرتبة الرابعة بدرجة متوسطة وبوزن نسبي 69.4% أشكل لجان وجماعات الإعلام المدرسي الطلابية، وأخيراً في المرتبة الخامسة وبدرجة متوسطة أيضاً أدرب الطلبة على العمل الإعلامي وفنونه المختلفة بوزن نسبي 58.8%، واتفقت نتيجة هذا المجال مع دراسات، (المقابلية، 2019) ، (المعمري، رجب، القصبي، 2021) ، فيما اختلف مع دراسة (الشمري، 2019) التي أظهرت أن درجة ممارسة أخصائي الإعلام المدرسي في الكويت لمهام الإعلام المدرسي جاءت متوسطة، ودراسة (عبد العاطي، 2021) على أخصائي الإعلام المدرسي في مصر جاءت درجة ممارسة مهامهم منخفضة.

ويرجع اختلاف درجة الممارسة لبعض المهام ففي حين أن المهام التي يؤديها المنسق الإعلامي بمفرده حققت درجات عالية، فيما المهام المتعلقة بالطلبة وإشراكهم في النشاط وتدريبهم حقق درجات متوسطة؛ إلى انشغال المنسقين بتغطية أخبار وأنشطة وفعاليات وبرامج المدرسة وإدارتها، وعدم التفرغ بشكل كامل للعمل الإعلامي كون أغلب منسقي الإعلام معلمين لمباحث تدريسية ولديهم جدولهم الدراسي وقلما تجد منهم متفرغًا تماماً للنشاط الإعلامي، مما ينعكس سلباً على أداء المهام المتعلقة بالطلبة واللجان الإعلامية في المدرسة، أيضاً هناك مدارس تكلف منسق الإعلام بأخبار المدرسة وإدارة الصفحة الإلكترونية فيما تكلف معلم آخر في البرامج الإعلامية الأخرى التي تتطلب مشاركة الطلبة.

الوحدة الثالثة: واقع الإعلام المدرسي المجالات، الوسائل، الأدوات والمحتوى:

3- واقع توظيف مجالات الإعلام المدرسي

جدول (11): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال واقع توظيف مجالات الإعلام المدرسي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
الإذاعة المدرسية	2.91	0.291	96.9%	54.264	0.000	1	عالية
الإعلام الرقمي (شبكات تواصل، منصات وتطبيقات إلكترونية)	2.33	0.705	77.6%	10.700	0.000	2	متوسطة
الصحافة المدرسية (مطبوعات، نشرات، صحف حائط)	1.88	0.666	62.6%	1.662	0.098	3	متوسطة
المحاضرات والندوات الإعلامية	1.78	0.662	59.3%	-0.444	0.658	4	متوسطة
المعارض الإعلامية	1.41	0.575	46.9%	-9.757	0.000	5	منخفضة
المتوسط الكلي للمجال	2.0598	0.35366	68.7%	10.492	0.000	-	متوسطة

يتضح من الجدول السابق أن مجالات الإعلام المدرسي حاضرة بشكلٍ متوسطٍ في المدارس الفلسطينية من وجهة نظر منسقي الإعلام المدرسي، حيث جاءت بوزن نسبي 68.7%، وظهرت مجالات على حساب مجالات أخرى فالإذاعة المدرسية جاء توظيفها متصدراً بدرجة عالية وبالترتيب الأول بوزن نسبي 96.9%، تلاها بالترتيب الثاني وبدرجة عالية أيضاً الإعلام الرقمي (شبكات تواصل، منصات، وتطبيقات إلكترونية) بوزن نسبي 77.6%، في حين جاء ثالثاً الصحافة المدرسية (مطبوعات، نشرات، صحف حائط) بوزن نسبي 62.6%، ورابعاً المحاضرات والندوات الإعلامية بوزن نسبي 59.3%، وحل خامساً وأخيراً بدرجة منخفضة وبوزن نسبي 46.9% المعارض الإعلامية، وتتفق هذه النتائج في تصدر

الإذاعة المدرسية لمجالات الإعلام المدرسي مع دراسة (حجازي، 2021)، مع توظيف بقية المجالات بدرجة متوسطة فيما دراسة (خصاونة والعامري، 2018) فأظهرت أن الصحافة والنشر جاءت بالمركز الأول في مدارس إمارة أبو ظبي.

ويرجع التوظيف الكبير للإذاعة المدرسية على بقية المجالات إلى سهولة إعدادها وتنفيذها وإمكانية مشاركة كل الصفوف الدراسية فيها من خلال برنامج على مدار العام، أيضاً لا زالت الإدارة التربوية تتعامل مع الإذاعة المدرسية كأهم وسيلة إعلام من خلال تأكيدها على تعميم النشرات والتعليمات الإدارية والفنية للطلبة عبر الإذاعة المدرسية لضمان الوصول لكل الطلبة، وبالدرجة الأولى الإذاعة المدرسية غير مكلفة وتقليد عايشه كل عناصر المجتمع المدرسي مدراء ومعلمين ففي سنوات تعليمهم المدرسي كانت الإذاعة المدرسية الوسيلة الأولى وقد تكون الوحيدة، وفيما يتعلق بتوظيف الإعلام الرقمي وأدواته بدرجة عالية بعد الإذاعة المدرسية كونه من الوسائل السريعة والأكثر استخداماً لدى الطلبة وأولياء أمورهم ويحقق حالة من التفاعلية ويوثق الأنشطة المدرسية بالصورة والفيديو والتحرير وأيضا زهيد التكلفة، وينسجم ذلك أيضا مع اهتمام التعليم بمبحث التكنولوجيا ضمن المنهاج الفلسطيني فأصبح الطالب قادرا على الاستخدام والتفاعل مع هذه الأدوات، وهذا ما يفسر أيضاً أن نسبةً كبيرةً من منسقي الإعلام هم من معلمي التكنولوجيا والحاسوب، في حين يفسر تراجع الصحافة والنشر للتكلفة المالية وعزوف الطلبة عن القراءة والاهتمام بالصحف والنشرات المدرسية، والتحول من الكتابة بخط اليد إلى الطباعة والتصميم وقد لا يتمتع كثيراً من المنسقين بهذه المهارة إلى جانب الانشغال وعدم التفرغ للنشاط وهذا أيضا يفسر انخفاض توظيف المحاضرات والندوات الإعلامية.

4- واقع استخدام وسائل الإعلام المدرسي

جدول (12): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال واقع استخدام وسائل الإعلام المدرسي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
الفيس بوك	2.95	0.258	98.4%	63.725	0.000	1	عالية
الإذاعة المدرسية	2.89	0.341	96.4%	45.724	0.000	2	عالية
مجموعات الواتس اب	2.53	0.654	84.3%	15.930	0.000	3	عالية
الصحف والنشرات والمطبوعات	1.91	0.637	63.7%	2.505	0.013	4	متوسطة
اليوتيوب	1.63	0.693	54.4%	-3.456	0.001	5	منخفضة
المتوسط الكلي للمجال	2.3833	0.30805	79.4%	27.047	0.000	-	عالية

يظهر الجدول السابق أن المبحوثين يستخدمون مختلف وسائل الإعلام المدرسي المتاحة في مدارسهم وذلك بدرجة عالية وبوزن نسبي 79.4% ويظهر بالترتيب الأول بوزن نسبي 98.4% الفيس بوك كأكثر وسائل الإعلام استخداماً، يليه في الترتيب الثاني وبدرجة عالية وبوزن نسبي 96.4% الإذاعة المدرسية، ثم بدرجة عالية أيضاً وفي الترتيب الثالث مجموعات الواتس اب بوزن نسبي 84.3%، وفي الترتيب الرابع بدرجة متوسطة الصحف والنشرات والمطبوعات بوزن نسبي 63.7%، وحل أخيراً بدرجة منخفضة اليوتيوب بوزن نسبي 54.4%.

ويعزى ذلك إلى أن عمل منسق الإعلام يعتمد على الأدوات الأكثر سهولة ويسر والأوسع انتشارا والأسهل وصولا والأقل تكلفة وجهد، في انسجام تام التوجهات الإعلامية في ظل التكنولوجيا المتطورة، الأمر الذي يتطلب إعادة النظر في مدى استخدام هذه الأدوات بهدف إعادة الاعتبار للصحف والنشر والكتابة، كهدف تربوي تعليمي يسعى له المخطط التربوي في ضوء نتائج الضعف في اللغة العربية لدى طلبة المدارس، والذي من أهم وسائل معالجته الاهتمام بالقراءة والكتابة والتعبير والذي توفره الصحافة المدرسية من خلال النشرات وصحف الحائط والمجلات ومختلف المطبوعات الورقية، واختلفت هذه

النتائج مع دراسة (حوامدة، 2013، والمقابلية، 2019) اللتان أظهرتا تقدم الإذاعة على بقية الوسائل فيما اتفقت معها في أن الفيس بوك والإذاعة لمدرسية من أهم الوسائل و أكثرها توظيفاً.

5- أكثر أشكال النشر الإلكتروني استخداماً

جدول (13): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال أكثر أشكال النشر الإلكتروني استخداماً من قبل منسقي الإعلام المدرسي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
الخبر والصورة	2.98	0.184	99.2%	91.215	0.000	1	عالية
الفيديو القصير	2.53	0.565	84.5%	18.569	0.000	2	عالية
مشاركة المحتوى والموضوعات	2.13	0.741	71.1%	6.407	0.000	3	متوسطة
تصميمات (بوستات، إنفو جرافيك)	1.84	0.748	61.3%	0.730	0.466	4	متوسطة
تقنية القصص والريلز	1.45	0.614	48.2%	-8.240	0.000	5	منخفضة
البث المباشر	1.17	0.403	39.1%	-22.264	0.000	6	منخفضة
المتوسط الكلي للمجال	2.0163	0.33170	67.2%	9.316	0.000	-	متوسطة

يظهر الجدول السابق أن الاهتمام بتنوع النشر الإلكتروني جاء بدرجة متوسطة بوزن نسبي 67.2%، وفي تفاصيل هذا المجال جاء بالترتيب الأول لأكثر الأساليب استخداما للنشر عبر الوسائل الإلكترونية الخبر والصورة بدرجة عالية وبوزن نسبي 99.2%، ليأتي في الترتيب أسلوب الفيديوهات القصيرة بدرجة عالية أيضاً وبوزن نسبي 84.5%. وثالثاً بدرجة متوسطة مشاركة المحتوى والموضوعات بوزن نسبي 71.1%، وفي الترتيب الرابع بدرجة متوسطة تصميمات (بوستات وانفوجرافيك) بوزن نسبي 61.3%، وفي المرتبة الخامسة بدرجة منخفضة استخدام تقنية القصص والريلز على بعض التطبيقات بوزن نسبي 48.2%، وحل سادساً وأخيراً وبدرجة منخفضة أيضا استخدام تقنية البث المباشر بوزن نسبي 39.1%.

ويرجع ذلك إلى اعتماد منسق الإعلام المدرسي على هاتفه المحمول بالدرجة الأولى كأهم أدوات عمله وهذا ما سيتضح في نتائج الجدول اللاحق (8) فمن السهل التصوير الفوتوغرافي وكتابة الأخبار والنشر، وفيما يتعلق بالفيديو القصير أيضاً يتم ذلك بواسطة هاتفه الذكي ويتم المونتاج من خلال تطبيقات هواتف بسيطة وليس برامج تصميم ومونتاج حاسوبية، وقد حصل المنسقون الإعلاميون على دورات متخصصة في صناعة الفيلم على الموبايل، وفيما يتعلق ببقية الأساليب فهي بحاجة إلى مهارة يبدو أنها غير متوفرة لدى الكثير من المبحوثين، وفيما يتعلق بالبث المباشر فخدمات الإنترنت محدودة في قطاع غزة فلا يتوفر الـ3G ليتمكن من تفعيل تقنية البث المباشر.

6- واقع استخدام الأدوات التقنية في العمل الإعلامي المدرسي

جدول (14): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال الأدوات التقنية التي يستخدمها منسق الإعلام المدرسي في عمله

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
اعتمد على الهاتف الذكي وتطبيقاته	2.92	0.287	97.4%	55.776	0.000	1	عالية
استخدم الكاميرا للتصوير الفوتوغرافي والفيديو	1.94	0.919	64.7%	2.195	0.029	2	متوسطة
استخدم الطابعة في انتاج المواد الإعلامية المطبوعة	1.85	0.741	61.8%	1.020	0.309	3	متوسطة

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
اعتمد على جهاز الحاسوب وبرامجه	1.77	0.755	59.2%	-0.482	0.630	4	متوسطة
استخدم أدوات العرض المرئي والمسموع (شاشة تلفزة، مكبر صوت)	1.66	0.721	55.4%	-2.737	0.007	5	منخفضة
المتوسط الكلي للمجال	2.0304	0.42491	67.7%	7.744	0.000	-	متوسطة

يبين الجدول السابق أن توظيف الأدوات التقنية من قبل منسقو الإعلام المدرسي في عملهم جاء بدرجة متوسطة بوزن نسبي 67.7%، وفي تفاصيل هذا المجال تبين أن أكثر الأدوات استخداماً الهواتف الذكية بدرجة عالية وبوزن نسبي 97.4%، تلاها في المرتبة الثانية ولكن بدرجة متوسطة وبوزن نسبي 64.7% كاميرا الفوتغراف والفيديو، ثم بالترتيب الثالث وبدرجة متوسطة أيضاً وبوزن نسبي 61.8% الطابعة لإنتاج المواد الإعلامية المطبوعة، وفي الترتيب الرابع بوزن نسبي 59.2% الاعتماد على جهاز الحاسوب وبرامجه، وحل أخيراً بدرجة منخفضة أدوات العرض المرئي والمسموع (شاشة تلفزة، مكبر صوت) بوزن نسبي 55.4%.

ويعزى ذلك كما أسلفنا لعدم تخصص معظم المنسقين في المجال الإعلامي وعدم تفرغهم لإدارة هذا الملف، والبحث عن الوسائل الأسهل والأسرع والأوسع انتشاراً، والأقل تكلفة ماليًا على المدرسة، الأمر الذي يفقد الإعلام المدرسي الكثير من أهدافه المتعلقة بتطوير وصقل مهارات الطالب في هذا المجال، وإعادة الاعتبار لتفعيل أكبر للجان الإعلام والصحافة المدرسية القادرة على تفعيل هذه الأدوات، إلى جانب تخصيص موازنات مالية لتوفير هذه الأدوات في حالة عدم توفرها، وفي حالة توفرها تمكين جماعات الصحافة المدرسية من استخدامها لأنها بالعادة حسب الأنظمة الإدارية تكون عهدة لمعلمي مباحث أخرى.

7- المحتوى الأكثر نشراً من خلال الإعلام المدرسي

جدول (15): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال المحتوى الأكثر نشراً من خلال الإعلام المدرسي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
إبراز الأنشطة والفعاليات المدرسية	2.97	0.169	99.0%	98.713	0.000	1	عالية
ما يتعلق بإحياء المناسبات المتنوعة	2.96	0.195	98.7%	85.203	0.000	2	عالية
تغطية أخبار إدارة المدرسة	2.86	0.377	95.3%	40.059	0.000	3	عالية
الارشاد والتوجيه والتوعية في مختلف القضايا التي تهم المجتمع المدرسي	2.76	0.459	92.2%	30.041	0.000	4	عالية
إبراز المواهب الطلابية والمبادرات وقصص النجاح	2.68	0.527	89.4%	23.906	0.000	5	عالية
محتوى يتعلق بالمنهاج والتحصيل الدراسي	2.59	0.601	86.4%	18.861	0.000	6	عالية
المتوسط الكلي للمجال	2.8047	0.25602	93.5%	56.053	0.000	-	عالية

يظهر الجدول السابق تنوع المحتوى الأكثر نشراً من خلال الإعلام المدرسي، حيث جاء المتوسط العام لهذا المجال بدرجة عالية وبوزن نسبي 93.5%، وظهرت كل الفقرات في الجدول بدرجة موافقة عالية، حيث في المرتبة الأولى من حيث أكثر المحتويات نشراً من وجهة نظر منسقي الإعلام المدرسي فهو "إبراز الأنشطة والفعاليات المدرسية" بوزن نسبي 99%، وفي الترتيب ثانياً "ما يتعلق بإحياء المناسبات المتنوعة" بوزن نسبي 98.7%، وثالثاً "تغطية أخبار إدارة المدرسة" بوزن نسبي

95.3%، وفي المرتبة الرابعة "الارشاد والتوجيه والتوعية في مختلف القضايا التي تهم المجتمع المدرسي" بوزن نسبي 92.2%، وحل خامساً في الترتيب "المحتوى المتعلق بإبراز المواهب الطلابية والمبادرات وقصص النجاح" بوزن نسبي89.4%، وجاء أخيرا بوزن نسبي 86.4% "المحتوى المتعلق بالمنهاج والتحصيل الدراسي".

يمكن القول أن حصول هذا المجال على هذه الدرجة العالية من الموافقة يؤكد مدى إدراك منسق الإعلام المدرسي لأهميته ودوره في البيئة المدرسية، ومن الواضح أن المحتوى الذي يتم التركيز عليه يسعى إلى تغطية مساحة مهمة للإدارة المدرسية من إبراز دور المدرسة وإنجازاتها، والتركيز على المواهب الطلابية وإبرازها، وتحقيق أهم وظائف الإعلام التوجيه والإرشاد والتعليم، إلى إحياء المناسبات التي عادةً ما تكون دينية ووطنية بهدف صياغة شخصية الطالب وتوجيهه نحو جعله عنصرا إيجابيا في المجتمع، فمنذ انطلاق مشروع منسقي الإعلام المدرسي تم وضع جملة من الأهداف التي تسهم بجعل الإعلام المدرسي أحد أهم أدوات الإدارة المدرسية في تحقيق الأهداف التربوية والتعليمية، ليشكل حالة داعمة للمؤسسة التعليمية، وعليه تم التركيز في تدريب منسقي الإعلام المدرسي على هذه الجوانب في تفاعلهم مع المحتوى مع مراعاة الشكل وأسلوب العرض، الأمر الذي يتطلب تدريب مستمر، وتحسين لظروف عمل منسقي الإعلام في المدارس ليتسنى لهم القيام بمهامهم على أكمل وجه.(النجار، 2023)

الوحدة الرابعة: واقع الاهتمام بالإعلام المدرسي:

8- درجة اهتمام الطلبة بالنشاط الإعلامي في المدرسة

جدول (16): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال درجة اهتمام الطلبة بالنشاط الإعلامي في المدرسة

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
يتفاعل الطلبة مع الموضوعات والأفكار التي يتم طرحها من خلال الإعلام المدرسي	2.29	0.645	76.5%	10.948	0.000	1	متوسطة
ينخرط الطلبة في جماعات الإعلام المدرسي المتنوعة	2.19	0.700	73.0%	7.979	0.000	2	متوسطة
يشارك الطلبة في اعداد البرامج والنشاطات ذات الطابع الإعلامي	2.12	0.706	70.6%	6.426	0.000	3	متوسطة
يشارك الطلبة في صناعة المحتوى الإعلامي الذي تعرضه المدرسة	1.97	0.749	65.7%	3.254	0.001	4	متوسطة
يهتم الطلبة بتنمية مهاراتهم الإعلامية	1.98	0.736	66.0%	3.501	0.001	5	متوسطة
المتوسط الكلي للمجال	2.1108	0.56715	70.4%	7.827	0.000	-	متوسطة

يبين الجدول السابق أن درجة اهتمام الطلبة بالنشاط الإعلامي بالمدرسة من وجهة نظر المبحوثين جاءت متوسطة بوزنٍ نسبي 70.4%، وحسب ترتيب المتوسطات الحسابية لكل فقرة والتي جاءت كلها متوسطة، فإنه حل في الترتيب الأول

"يتفاعل الطلبة مع الموضوعات والأفكار التي يتم طرحها من خلال الإعلام المدرسي" بوزن نسبي 76.5%، وفي الترتيب الثاني "ينخرط الطلبة في جماعات الإعلام المدرسي المتنوعة" بوزن نسبي 73.0%، وفي الترتيب الثالث "يشارك الطلبة في اعداد البرامج والنشاطات ذات الطابع الإعلامي" بوزن نسبي 70.6%، وفي الترتيب الرابع "يشارك الطلبة في صناعة المحتوى الإعلامي الذي تعرضه المدرسة" بوزن نسبي 65.7%، وحل أخيراً في الترتيب الخامس "يهتم الطلبة بتنمية مهاراتهم الإعلامية" بوزن نسبي 66.0%، وتتفق هذه النتائج مع دراسة (خير الله، 2021) ، في حين تختلف دراسة (Eslami2019 و Ahmadi)، حيث جاءت درجة تفاعل الطلبة مع الإعلام المدرسي عالية.

ويعزى ذلك إلى المعيقات التي تواجه منسق الإعلام المدرسي في القيام بمهامه تجاه الطلبة، والتي على سلم أولوياتها تشكيل جماعات الإعلام والصحافة المدرسية، والكشف عن المواهب الطلابية في هذا المجال، وصقل مهارات تلك المواهب، والتي أهمها العبء التدريسي على المنسق الإعلامي وعدم تفرغه لهذا الملف بشكلٍ كامل، أيضاً لوحظ من خلال مقابلة عدد من منسقي الإعلام أن هناك قصور في تشكيل جماعات ولجان الإعلام والصحافة في المدرسة ولا زالت بعض الأنشطة الإعلامية تتم تحت مضلة اللجنة الثقافية في المدرسة، ويبدو أن التوجه في هذا الملف هو عدم تحميل منسق الإعلام بالمدرسة جميع المهام الإعلامية المناطة به لحين الحصول على تفريغ له في عدد من الحصص الدراسية أو تفريغه بشكلٍ كامل لهذا الملف، الأمر الذي يفسر سبب القصور لدى عدد من المنسقين في هذا المجال.

9- درجة اهتمام الإدارة التربوية بالإعلام المدرسي

جدول (17): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال درجة اهتمام الإدارة التربوية بالإعلام المدرسي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
تهتم مديريات التربية والتعليم بتفقد سير النشاط الإعلامي في مدارسها.	2.32	0.725	77.5%	10.316	0.000	1	متوسطة
يتعاون الزملاء في المدرسة مع منسق الإعلام المدرسي في تنفيذ البرامج الإعلامية	2.27	0.711	75.8%	9.532	0.000	2	متوسطة
توفر المدرسة الدعم اللازم لأنشطة وبرامج واحتياجات الإعلام المدرسي.	2.25	0.739	75.2%	8.797	0.000	3	متوسطة
توفر الإدارة التربوية للمنسق الإعلامي التدريب وتطوير المهارات الإعلامية	2.23	0.672	74.2%	9.046	0.000	4	متوسطة
تحث الإدارة والزملاء الطلبة على الانخراط في اللجان الإعلامية المتنوعة	2.11	0.728	70.3%	6.039	0.000	5	متوسطة
يتم عقد المسابقات الإعلامية المركزية على مستوى مديريات التعليم والوزارة	1.88	0.692	62.7%	1.700	0.091	6	متوسطة
يُمنح منسق الإعلام المدرسي تفريغ في عدد من الحصص ليتمكن من متابعة النشاط	1.38	0.695	45.9%	-8.689	0.000	7	منخفضة
المتوسط الكلي للمجال	2.0637	0.44912	68.8%	8.387	0.000	-	متوسطة

يظهر الجدول السابق أن درجة اهتمام الإدارة التربوية بالإعلام المدرسي من وجهة نظر المبحوثين من خلال المتوسط الكلي للمجال جاءت متوسطة بوزنٍ نسبي 68.8%، وفي تفاصيل أشكال الاهتمام كما ورد في الجدول من فقرات والتي

جاءت متوسطة الدرجة عدا عن الفقرة السابعة التي جاءت منخفضة، ففي الترتيب الأول لأشكال الاهتمام جاءت تهتم مديريات التربية والتعليم بتفقد سير النشاط الإعلامي في مدارسها بوزنٍ نسبي 77.5%، وفي الترتيب الثاني يتعاون الزملاء في المدرسة مع منسق الإعلام المدرسي في تنفيذ البرامج الإعلامية بوزنٍ نسبي 75.8%، وفي الترتيب الثالث جاءت توفر المدرسة الدعم اللازم لأنشطة وبرامج واحتياجات الإعلام المدرسي بوزنٍ نسبي 75.2%، وجاءت رابعاً توفر الإدارة التربوية للمنسق الإعلامي التدريب وتطوير المهارات الإعلامية بوزنٍ نسبي 74.2%، وحلت خامساً تحث الإدارة والزملاء الطلبة على الانخراط في اللجان الإعلامية المتنوعة بوزنٍ نسبي 70.3%، وجاءت في الترتيب السادس يتم عقد المسابقات الإعلامية المركزية على مستوى مديريات التعليم والوزارة بوزنٍ نسبي 62.7%، وسابعاً وأخيراً بدرجة منخفضةٍ حلت يُمنح منسق الإعلام المدرسي تفريغ في عدد من الحصص ليتمكن من متابعة النشاط بوزنٍ نسبي 45.9%، واختلفت نتائج الجدول مع نتائج دراسات (محمد، 2020) ، التي أظهرت أن درجة اهتمام الإدارة التربوية بالإعلام المدرسي في مصر منخفضة، وتعزى هذه الدرجة من اهتمام الإدارة التربوية بالإعلام المدرسي من وجهة نظر المبحوثين إلى حداثة البرنامج فهو أطلق منذ العام 2020، وكان سابقاً يخضع النشاط للجان الثقافية أو اللجان الإعلامية دون مرجعية ومتابعة من قبل مديريات التعليم أو الوزارة، حيث كان البرنامج ضمن خطة الأنشطة الطلابية وليس ضمن مهام أقسام ودوائر الإعلام التربوي، وعليه فإن البرنامج ما يزال في لبناته الأولى من حيث المتابعة، وتوفير الاحتياجات اللازمة للعمل، وإجراء الفعاليات والمسابقات الإعلامية المركزية التي تشارك فيها المدارس، فقد تم خلال العام المنصرم عقد مسابقتين مركزيتين الأولى (نجوم الإعلام المدرسي وهي تتناول أفضل انتاج إعلامي في مجالات الفيلم القصير والقصة الصحفية والمحتوى التوعوي) ومسابقة (أفضل صورة فوتغرافية لانطلاق العام الدراسي)، وعديد من الفعاليات التي تعتمد على اللجان الإعلامية، كما تم تكليف موظف في أقسام الإعلام في المديريات بمسمى مشرف الإعلام المدرسي لمتابعة هذا الملف، ومن أشكال اهتمام الإدارة التربوية إخضاع المنسقين لدورات تدريبية خلال العامين الماضيين في التحرير الصحفي، والتصوير، وصناعة المحتوى، وتعقد الإدارة التربوية العليا اجتماعا سنويا لجميع منسقي الإعلام المدرسي في كل عام لمناقشة قضايا العمل والتوجهات الإعلامية، ومن الواضح في الجدول أن الموقف من الاهتمام ومستواه لشكوى المنسق الإعلامي من عدم تفريغه لهذا الملف والعبء التدريسي الذي على كاهله، والذي يشكل أكبر العقبات أمام البرنامج. (النجار،2023)

الوحدة الخامسة: المعوقات التي تواجه الإعلام المدرسي وآليات تعزيزه.

10- المعوقات التي تواجه الإعلام المدرسي

جدول (18): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال المعوقات التي تواجه الإعلام المدرسي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
كثرة الأعباء التعليمية والإدارية على المنسق الإعلامي وعدم تفريغه للنشاط الإعلامي.	2.78	0.530	92.6%	26.382	0.000	1	عالية
ضعف التجهيزات التقنية واللوجستية التي يتطلبها النشاط الإعلامي.	2.72	0.550	90.5%	23.760	0.000	2	عالية
محدودية الدعم والاسناد من قبل الإدارات المدرسية للمنسق الإعلامي للقيام بمهامه.	2.41	0.649	80.4%	13.471	0.000	3	عالية
افتقار منسقي الإعلام المدرسي للتدريب المتخصص في العمل الإعلامي.	2.26	0.657	75.5%	10.098	0.000	4	متوسطة
ضعف القناعة لدى المسؤولين عن التربية	1.91	0.667	63.7%	2.392	0.018	5	متوسطة

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
والتعليم بأهمية الإعلام المدرسي.							
المتوسط الكلي للمجال	2.4167	0.39693	80.6%	22.190	0.000	-	عالية

يبين الجدول السابق أن المعيقات والتحديات التي تواجه الإعلام المدرسي من وجهة نظر المبحوثين جاءت بالترتيب الأول وبدرجة عالية كثرة الأعباء التعليمية والإدارية على المنسق الإعلامي وعدم تفريغه للنشاط الإعلامي بوزنٍ نسبي 92.6%، وفي الترتيب الثاني وبدرجةٍ عاليةٍ أيضاً ضعف التجهيزات التقنية واللوجستية التي يتطلبها النشاط الإعلامي بوزنٍ نسبي 90.5%، والترتيب الثالثة وبدرجةٍ عاليةٍ وبوزنٍ نسبي 80.4% جاءت محدودية الدعم والاسناد من قبل الإدارات المدرسية للمنسق الإعلامي للقيام بمهامه، أما في الترتيب الرابع وبدرجةٍ متوسطةٍ جاءت افتقار منسقي الإعلام المدرسي للتدريب المتخصص في العمل الإعلامي بوزنٍ نسبي 75.5%، وبالمرتبة الأخيرة بدرجةٍ متوسطةٍ أيضاً جاءت ضعف القناعة لدى المسؤولين عن التربية والتعليم بأهمية الإعلام المدرسي بوزنٍ نسبي 63.7%، وبالمتوسط العام للمجال جاءت درجة الموافقة عالية وبوزنٍ نسبي 80.6%. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (السيد، 2020)، ويرجع ذلك إلى حداثة المشروع والذي تم إطلاقه منذ العام 2020، وبالتالي عملية التطوير والدعم بحاجة إلى وقت، أيضا تعاني المدارس من ظروف عكسها الحصار (الإسرائيلي) على قطاع غزة وما ترتب عليه من شح الإمكانيات وضعف توريد بعض اللوجستيات وعدم القدرة على تفريغ المنسق لهذا الملف كون الأمر يحتاج إلى بدائل وتوظيف جديد يشكل ثقلا على كاهل الحكومة.

11- آليات تعزيز الإعلام المدرسي

جدول (19): المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات لمجال آليات تعزيز الإعلام المدرسي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاختبار	المعنوية	ترتيب الفقرة	درجة الموافقة
منح منسقي الإعلام المدرسي التعزيز والدعم اللازم للقيام بالمهام المناطة بهم	2.70	0.573	90.0%	22.440	0.000	1	عالية
توفير التدريب اللازم لمنسقي الإعلام في مختلف المجالات الإعلامية	2.68	0.554	89.4%	22.726	0.000	2	عالية
زيادة الاهتمام من قبل القيادة التربوية بهذا المجال وتوفير الدعم اللازم لتطويره	2.64	0.575	87.9%	20.791	0.000	3	عالية
منح المعلم غير المتخصص تفريغ في عدد من الحصص ليتمكن من متابعة النشاط	2.52	0.797	84.0%	12.897	0.000	4	عالية
تعيين منسقي إعلام متخصصين في الإعلام والإعلام التربوي لإدارة هذا الملف في المدارس	2.44	0.801	81.4%	11.431	0.000	5	عالية
المتوسط الكلي للمجال	2.5961	0.53118	86.5%	21.406	0.000	-	عالية

يتضح من الجدول السابق أن مقترحات آليات تعزيز الإعلام المدرسي جاءت بمتوسط كلي بدرجة عالية كما المعيقات والتحديات، حيث حصلت على وزن نسبي 86.5%، وفي عرض لتفاصيل سبل ومقترحات التطوير والنهوض بواقع الإعلام المدرسي من وجهة نظر المبحوثين والتي جاءت كلها بدرجة عالية فقد حل بالترتيب الأول منح منسقي الإعلام المدرسي التعزيز والدعم اللازم للقيام بالمهام المناطة بهم بوزنٍ نسبي 90%، وفي الترتيب الثاني توفير التدريب اللازم

لمنسقي الإعلام في مختلف المجالات الإعلامية بوزنٍ نسبي 89.4%، وفي الترتيب الثالث زيادة الاهتمام من قبل القيادة التربوية بهذا المجال وتوفير الدعم اللازم لتطويره بوزنٍ نسبي 87.9%، ورابعاً منح المعلم غير المتخصص تفريغ في عدد من الحصص ليتمكن من متابعة النشاط بوزنٍ نسبي 84%، وحل في الترتيب الخامس تعيين منسقي إعلام متخصصين في الإعلام والإعلام التربوي لإدارة هذا الملف في المدارس بوزنٍ نسبي 81.4%.

ويمكن القول إن مقترحات التعزيز تشكل احتياجا حقيقيا لعمل منسقي الإعلام المدرسي من أجل تعزيزه والنهوض بواقعه باعتبار ذلك من الاحتياجات الملحة من وجهة نظر منسقي الإعلام.

الإجابة على فروض الدراسة ومناقشتها:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد العينة لواقع إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي وقيامه بمهامه تعزى للمتغيرات الديموغرافية: (النوع الاجتماعي، سنوات الخدمة، المؤهل العلمي، التخصص الأكاديمي، المرحلة التعليمية للعمل، والتأهيل الإعلامي للعمل كمنسق إعلام مدرسي).

1- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد العينة لواقع إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي وقيامه بمهامه تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.**

جدول رقم (20) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعيار ونتائج اختبار T للعينات المستقلة لواقع إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي وقيامه بمهامه تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار (T)	قيمة sig
ذكر	81	2.7605	.30890	1.174	0.242
أنثى	123	2.8098	.28267		

يوضح الجدول السابق أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات التقديرات لواقع إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي وقيامه بمهامه تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، حيث كانت قيمة المعنوية تساوي 0.242 وقيمة اختبار T تساوي 1.174 وهذا غير دال إحصائيا.

ويعزى ذلك إلى أن مهام الإعلام المدرسي تناط لمن لدية الرغبة والمقدرة من المعلمين والمعلمات على إدارة هذا الملف، ويعد هذا المعيار من أهم المعايير في ترشيح من سيتولى هذا النشاط من المعلمين، بتعليمات واضحة من قبل وزارة التربية والتعليم، وعليه فأفراد عينة البحث معلمين ومعلمات يدركون أهمية ودور الإعلام المدرسي وفق قناعاتهم تجاه هذا النشاط. (النجار، 2023)

ويؤكد ذلك ما وصلت إليه نتائج الاستبانة من إن معظم أفراد العينة يدركون أهمية الإعلام المدرسي، والذي جاء بدرجة عالية بوزن نسبي 93%، الأمر الذي يعزز القناعة بضرورة الاهتمام بهذا النشاط وتفعيله وتوفير الاحتياجات اللازمة لإنجاحه وفق ما قدمه المبحوثين من مقترحات تسهم في تطويره وتحسين مخرجاته.

2- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد العينة لواقع إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي وقيامه بمهامه تعزى للمتغيرات الديموغرافية التالية (سنوات الخدمة، المؤهل العلمي، التخصص الأكاديمي، المرحلة التعليمية للعمل، والتأهيل الإعلامي للعمل كمنسق إعلام مدرسي).**

لدراسة هذه الفرضية تم استخدام اختبار "التباين الأحادي" لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية وهذا الاختبار معلمي يصلح لمقارنة 3 متوسطات أو أكثر، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (21) يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) لمتغيرات الديمغرافية

درجة إدراك منسق الإعلام المدرسي	مصدر الاختلاف	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	Fالاختبار	Sig.المعنوية
سنوات الخدمة	بين المجموعات	0.292	3	0.097	1.13	0.338
	داخل المجموعات	17.209	200	0.086		
	المجموع	17.5	203			
المؤهل العلمي	بين المجموعات	0.038	3	0.013	0.146	0.932
	داخل المجموعات	17.462	200	0.087		
	المجموع	17.5	203			
التخصص الأكاديمي	بين المجموعات	0.387	3	0.129	1.508	0.214
	داخل المجموعات	17.113	200	0.086		
	المجموع	17.5	203			
المرحلة التعليمية للعمل	بين المجموعات	0.042	2	0.021	0.242	0.785
	داخل المجموعات	17.458	201	0.087		
	المجموع	17.5	203			
	داخل المجموعات	17.413	201	0.087		
	المجموع	17.5	203			
التأهيل الإعلامي للعمل كمنسق إعلام مدرسي	المجموعات بين	0.88	4	0.22	2.635	0.055
	داخل المجموعات	16.62	199	0.084		
	المجموع	17.5	203			

من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق نقبل الفرضية الصفرية؛ بمعنى أنه لا توجد فُروق ذات دلالة إحصائية عند مُستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq .05$) بين متوسطات تقديرات أفراد العينة لواقع إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي وقيامه بمهامه تعزى للمتغيرات الديموغرافية، فقد تراوح مُستوى الدلالة لها ما بين (0.055.–.932)، وهذه القيم جميعها أكبر من مُستوى الدلالة (0.05).

ويدل هذا على إدراك أفراد العينة لأهمية الإعلام المدرسي وقيامهم بمهامه رغم الاختلاف في سنوات الخدمة، والمؤهل العلمي، والتخصص الأكاديمي سواء كان له علاقة بالإعلام أو مختلف التخصصات التربوية، أيضاً ما يتعلق بالمرحلة التعليمية أساسية أو ثانوية، ، وأخيراً التأهيل الإعلامي سواء كان موجودا بمختلف درجاته أو غير موجود، فهناك قناعة لدى جميع أفراد العينة بأهمية الإعلام المدرسي، حيث جاءت استجابات هذا المجال بالمتوسط الكلي عالية بوزن نسبي 93% في نتائج الدراسة الميدانية، ويعزى ذلك كما أوضحنا في متغير النوع الاجتماعي إلى أنه يراعى في من يناط به هذا الملف المدرسي الرغبة والمهارة، حيث تسعى الإدارات المدرسية إلى تكليف المعلمين والمعلمات بملفات الأنشطة المدرسية المختلفة ممن لديهم الاستعداد والرغبة والمقدرة على العمل فيه، لذا نجد أن معظم منسقي الإعلام المدرسي تسلموا مهام عملهم بناءً على رغبتهم واستعدادهم، كونه عمل تطوعي ليس ضمن اختصاصهم التعليمي وتؤكد الوزارة على هذا المبدأ فيما يتعلق بهذه الملفات،(النجار، 2023)، الأمر الذي يفسر عدم وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد العينة لواقع الإعلام المدرسي.

نتائج الدراسة:

1. جاءت درجة إدراك منسق الإعلام لأهمية الإعلام المدرسي عالية بوزنٍ نسبي 93%.
2. جاءت درجة قيام منسق الإعلام المدرسي بمهامه عالية أيضاً بوزنٍ نسبي 79.4%، وقد حصلت المهام التي تتعلق بالمنسق نفسه على درجة عالية، في حين أن المهام التي تتطلب مشاركة الطلبة جاءت بدرجة متوسطة.

3. جاءت مهمة "تغطية وتوثيق أخبار المدرسة ونشاطاتها عبر النوافذ الإعلامية للمدرسة" أكثر المهام ممارسةً من قبل منسقي الإعلام المدرسي بوزن نسبي 93.5%، في حين أقل المهام ممارسةً "تدريب الطلبة على العمل الإعلامي وفنونه المختلفة، حيث جاءت متوسطة بوزن نسبي 58.8%.
4. تصدرت الإذاعة المدرسية أكثر مجالات الإعلام المدرسي توظيفاً من قبل منسقي الإعلام بوزن نسبي 96.9%، تلاها الإعلام الرقمي (شبكات تواصل، منصات، وتطبيقات إلكترونية) بدرجة متوسطة، ثم الصحافة المدرسية بدرجة متوسطة أيضاً، وأخيراً المعارض الإعلامية بدرجة منخفضة.
5. يستخدم منسقو الإعلام مختلف وسائل الإعلام المدرسي في مدارسهم بدرجةٍ عالية وبوزنٍ نسبي 79.4%، حيث تصدر الفيس بوك أكثر الوسائل استخداماً بوزن نسبي 98.4% تلاه الإذاعة المدرسية، ثم مجموعات الواتس اب ثم الصحف والنشرات والمطبوعات وحل أخيراً بدرجة منخفضة تطبيق اليوتيوب.
6. جاءت درجة استخدام فنون النشر من خلال الشبكات الإلكترونية متوسطة بوزن نسبي 67.2%، حيث تصدر الخبر والصورة أكثر أشكال النشر الإلكتروني استخداماً بدرجة عالية وبوزن نسبي 99.2%، في حين أشكال البث الإلكتروني والتصميمات واستخدام القصص والريلز جاءت ما بين متوسطة إلى منخفضة.
7. يوظف المنسق الإعلامي مختلف الأدوات التقنية المتاحة في عمله (هواتف ذكية، حاسوب، طابعات، أجهزة عرض، كاميرات) بدرجات متفاوتة، إلا أن الهواتف الذكية أكثر الأدوات التقنية اعتماداً عليها في عمله الإعلامي بوزن نسبي 97.4%، فيما باقي الأدوات جاءت ما بين متوسطة إلى منخفضة الاستخدام.
8. تصدر "إبراز الأنشطة والفعاليات المدرسية" أكثر المحتويات نشراً من خلال الإعلام المدرسي بدرجة عالية وبوزن نسبي 99%، يليه بدرجة عالية أيضا " ما يتعلق بإحياء المناسبات المتنوعة" ثم " تغطية أخبار الإدارة المدرسية" وحل وبدرجة عالية أيضاً المحتوى المتعلق بالمنهاج والتحصيل الدراسي لكن بوزن نسبي 86.4%.
9. جاءت درجة اهتمام الطلبة بالنشاط الإعلامي بالمدرسة من وجهة نظر المبحوثين متوسطة بوزنٍ نسبي 70.4%.
10. جاءت درجة اهتمام الإدارة التربوية بالإعلام المدرسي من وجهة نظر المبحوثين متوسطة بوزنٍ نسبي 68.8%.
11. جاءت أهم المعوقات التي تواجه الإعلام المدرسي كثرة الأعباء التعليمية والإدارية على المنسق الإعلامي وعدم تفريغه للنشاط الإعلامي، ضعف التجهيزات التقنية واللوجستية التي يتطلبها النشاط الإعلامي، تدني الدعم والاسناد من قبل الإدارات المدرسية للمنسق الإعلامي للقيام بمهامه، افتقار منسقي الإعلام المدرسي للتدريب المتخصص في العمل الإعلامي، وأخيراً ضعف القناعة لدى المسؤولين عن التربية والتعليم بأهمية الإعلام المدرسي.
12. جاءت أهم مقترحات آليات تعزيز الإعلام المدرسي منح منسقي الإعلام المدرسي التعزيز والدعم اللازم للقيام بالمهام المناطة بهم، توفير التدريب اللازم لمنسقي الإعلام في مختلف المجالات الإعلامية، زيادة الاهتمام من قبل المخططين التربويين بهذا المجال وتوفير الدعم اللازم لتطويره، وزيادة الاهتمام من قبل القيادة التربوية بهذا المجال، ومنح المنسق غير المتخصص تفريغ في عدد من الحصص ليتمكن من متابعة النشاط، وأخيراً تعيين منسقي إعلام متخصصين في الإعلام التربوي.

توصيات الدراسة:

في ضوء ما أظهرته الدراسة الميدانية من نتائجٍ يبنى عليها، نورد مجموعة من التوصيات التي من شأنها الإفادة في تعزيز واقع الإعلام المدرسي.

أولاً: توصيات خاصة بالمؤسسة التربوية (وزارة التربية والتعليم العالي)

1. زيادة الاهتمام بالإعلام المدرسي من خلال إسناد متابعته لوحدة مستقلة بالإعلام التربوي لا تتبع إدارات أخرى كالأنشطة الطلابية أو الإعلام والعلاقات العامة.

2. وضع خطة تطويرية شاملة تتضمن المهام، والبرامج، والأنشطة، وسبل المتابعة والتنفيذ، بمشاركة المخططين التربويين والأكاديميين والإعلاميين، وجميع الجهات المعنية على المستوى الرسمي والأهلي.
3. توفير الأدلة والمواد الإثرائية لمنسق الإعلام المدرسي تشكل له خارطة واضحة في إدارة الملف وتحقيق أهدافه.
4. منح منسقي الإعلام المدرسي تفريغا في عدد من الحصص الدراسية ليتسنى لهم متابعة العمل الإعلامي، بما لا يشكل عبء عليه.
5. تخصيص موازنات مالية لأنشطة الإعلام المدرسي، إلى جانب توفير الأدوات اللوجستية الضرورية (كاميرات، طابعات، وسائل عرض).
6. إخضاع المنسقين الإعلاميين لتدريب دائم ومستمر في فنون الإعلام المدرسي، ويفضل منحهم دبلومة متخصصة في هذا المجال، ووضع خطة مستمرة لتطوير مهاراتهم تماشياً مع التطور المستمر في الإعلام وأدواته وتكنولوجياته.
7. إعادة الاهتمام بأقسام الإعلام التربوي، توظيف خريجي الإعلام بشكلٍ عام والإعلام التربوي على وجه الخصوص كمنسقين للإعلام المدرسي في المدارس.

ثانياً: توصيات خاصة بمنسقي الإعلام المدرسي:

1. تطوير المهارات في مختلف الفنون الإعلامية، من خلال التدريب الذاتي أو الاستعانة بمتخصصين.
2. ادماج الطلبة بالنشاطات الإعلامية المتنوعة والاستعانة بهم في إدارة الملف.
3. عقد المسابقات الإعلامية التنافسية بين الطلبة، وتوفير الجوائز المجزية من خلال الإدارة المدرسية.

مقترحات بحثية:

يقترح الباحث استكمالا لهذه الدراسة دراسات أخرى كما يلي:

1. تصور مقترح لتفعيل الإعلام المدرسي في المدارس الفلسطينية.
2. دراسة حول تفعيل الإعلام المدرسي وانعكاسه على مستوى التحصيل الدراسي للطلبة.
3. دراسات دورية ودائمة لرصد واقع الإعلام المدرسي، بما يسهم في التطوير المستمر له.
4. آليات تفعيل الإعلام المدرسي في البيئة الرقمية.

المراجع

1. إمبابي، علي. الإعلام التربوي المسموع في المؤسسة الإعلامية الإذاعة المدرسية.. المناظرات، القاهرة: العلم والإيمان للنشر والتوزيع. (2007م).
2. حسين، سمير. دراسات في مناهج البحث العلمي "بحوث الإعلام"، ط2، القاهرة: عالم الكتب. (2006م).
3. حجازي، جولتان وزغيبي، رفيف. دور برامج الإعلام التربوي في تنمية المهارات الشخصية لدى طلبة المدارس الحكومية الثانوية في محافظة جنين من وجهة نظر الطلبة. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية, 29(3)، (2021م).
4. حمدي، محمد وآخرون. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، (ط1)، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع. (2019).
5. حوامدة، باسم. مساهمة الإعلام المدرسي في تحقيق الأهداف التربوية العامة من وجهة نظر معلمي ومعلمات المدارس الحكومية في محافظة جرش، الأردن، جرش للبحوث والدراسات، مج 15، (49-68)، (2013م).

6. خير الله، هشام رشدي. ممارسة تلاميذ المرحلة الثانوية لأنشطة الإعلام المدرسي وعلاقتها بتشكيل الصورة الذهنية لأقسام الإعلام التربوي بالجامعات لديهم. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (75) , 121–160، (2021م).

7. الخصاونة، عمر، العامري، رفيعة. واقع الإعلام التربوي في المدارس الثانوية بإمارة أبو ظبي في دولة الإمارات العربية المتحدة من وجهة نظر الطلاب. المجلة الدولية للبحث في التعليم، 42 (3)، 285–336، (2018م).

8. خضر، وفاء. رؤية جديدة في الإعلام التربوي. (ط1)، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع. (2018م)

9. الديهي، محمد إسماعيل. الإعلام التربوي الحديث. ط1، الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية (2015م)

10. رفاعي، عقيل. الإعلام التربوي. الإسكندرية: دار الجامعة، (2014م).

11. عبد العاطي، محمد. رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية دراسة ميدانية على الممارسين والأكاديميين. مجلة البحوث الإعلامية 58(2). (2021م).

12. عبد الحميد، محمد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ط1)، القاهرة: عالم الكتب، (2015م).

13. عبد الحميد، محمد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (ط1). القاهرة: عالم الكتب. (2004م)

14. عباس، بشرى. الإعلام المتخصص الحديث، ط1، عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع، (2014م).

15. أبو عزام، محمد. التربية الإعلامية، دار زهدي للنشر والتوزيع: عمان. (2021م)

16. أبو سمرة، محمد. الإعلام التربوي: دور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع. (2010م).

17. الشمري، إدريس. تصور مقترح لتطوير الإعلام التربوي المدرسي في المرحلة الثانوية بدولة الكويت من وجهة نظر أخصائي الإعلام المدرسي. مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، 76(4)، (2019م).

18. الضبع، رفعت. الإعلام التربوي– تأصيله وتحصيله، ط1، عمان: دار الفكر، (2009م)

19. محمد، رجب. تفعيل دور الإعلام المدرسي بمدارس التعليم الأساسي بمصر في ضوء خبرات بعض الدول. مجلة البحث العلمي في التربية, 21(الجزء الثاني عشر) , 1–29، (2021م)

20. المزاهرة، منال. بحوث الإعلام الأسس والمبادئ. (ط1). عمان: دار المسيرة. (2011م)

21. رجب، مصطفى محمد أحمد، والقصبي، راشد صبري محمود، والمعمري، أحمد بن محمد بن خلفان، وحنفي، محمد ماهر محمود. (2021م). واقع ممارسات منسقي الإعلام التربوي بسلطنة عمان في ضوء متطلبات تكنولوجيا المعلومات. مجلة كلية التربية، جامعة بورسعيد، العدد (34)، ص ص 637–669.

22. مكاوي، حسن. الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ط1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. (1998م)

23. منشورات قسم الإعلام. الإعلام المتخصص. كلية الآداب، جامعة الوادي الجديد. (2019م).

24. يوسف، حنان. الإعلام في المؤسسات التعليمية والتربوية، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، (2006م).

25. Eslami, R., & Ahmadi, S. (2019). Investigating the role of educational media on secondary school students' learning process improvement in Jahrom city. *Journal of Humanities Insights*, 3(01), 13–16.