مجلة
بحوث العلاقات العامة
Journal of PR research Middle East
الشرق الأوسط

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٥م = ١,٧٥ Q1 معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات =٧

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثالثة عشرة - العدد الستون - أكتوبر/ديسمبر ٢٠٢٥م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- غرف الصدى في التغطية الإخبارية ودورها في تشكيل السرديات الجيوسياسية

أ.م.د. ياسمين محمد إبراهيم (جامعة بني سويف)

أ.د. أماني ألبرت (جامعة بني سويف)

د. آية طارق عبد الهادي سيد (المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث) ... ص٩

بحوث باللغة العربية:

- انعكاسات مؤثري مو اقع التواصل الاجتماعية على الجيل Z: دراسة تطبيقية على منصة التيك توك

د. فيصل كامل نجم الدين محمد (جامعة ليوا - العين)

أ.م.د. غادة محمد عثمان صالح (جامعة ليوا - العين) ... ص١٣

- الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الاتصالات التسويقية المتكاملة

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي (جامعة ليوا - العين) ... ص٣٧

- التحليل السيميائي للكاريكاتير على صفحات مو اقع التواصل الإسر ائيلية الموجهة باللغة العربية خلال العدوان على غزة: صفحة إسر ائيل تتكلم بالعربية نموذجًا.

د. أمل محمد محمد حنيش (جامعة الأزهر)... ص٩٩

- توظيف أدوات الاستماع الاجتماعي في تحليل المشاعر و اتجاهات الرأي العام نحو قضايا الثانوية العامة المصرية

د. أسماء أحمد جودة الإبشيهي (المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر)... ص١٥٥

- الإعلان التلفزيوني وسلوك الشراء لدى المراهقين في القرية المصرية: دراسة ميدانية

د. سامح السيد شراقي (جامعة الأزهر)

د. أسامة مصطفى عبد الوهاب (جامعة الأزهر)... ص٢٠٣

- استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية على جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة

د. عهد ماهر موسى أبو دراز (جامعة أم القيوين)... ص٢٤٩

- اتجاهات الجمهور المصري نحو استخدام مقاطع الريلز كأداة للتوعية بالأمن السيبر اني عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية

د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول (جامعة الأزهر)

د. شيماء أحمد محمد رفعت (جامعة الأزهر)... ص٢٨٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠
جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٥ @ APRA
الوكالة العربية للعلاقات العامة
www.jprr.epra.org.eg

Journal of PR esearch
Middle East

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الستون - السنة الثالثة عشرة – أكتوبر/ديسمبر ٢٠٢٥م

مؤسسها
ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. مبارك بن واصل الحازمي
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال
جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. رزق سعد عبد المعطي
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري
أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ. د. فؤاد علي سعدان
أستاذ العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي
أستاذ مشارك ومستشار تعليم بكلية الدفاع الوطني
وزارة الدفاع - أبوظبي

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي
أستاذ العلاقات العامة المشارك بكلية الإعلام والعلاقات العامة
جامعة ليوا - العين

مدقق اللغة الإنجليزية
أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان
أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

مدقق اللغة العربية

المراسلات
الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات – ١ شارع محمد الزغبي

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073 Tel : +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)
أستاذ الإعلام بجامعة بغداد وحاليًا رئيس قسم الإعلام الرقمي بجامعة النور في نينوى / العراق

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. سامي عبد الرؤوف محمد طايع (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 سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والرئيس 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 سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)
أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

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. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)
أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

أ.د. خلود بنت عبد الله ملياني (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. طارق محمد الصعيدي (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

** الأسماء مرتبة وفقًا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.

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، كليًّا أو جزئيًّا، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠

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

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

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

فاكس : 73- 00-231-048 (+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 أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل 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 النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات 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 وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات 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 أصيلًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية ـ الإنجليزية ـ الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا 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 قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويُراعى الكتابة ببنط (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 فببنط (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقًا للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقًا للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقًا 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 معدلًا خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًا فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت 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 قِبَل 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 جنيهًا مصريًا 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، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jprr@epra.org.eg، أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر ـ ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها تسعة وخمسون 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 ـ وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة ـ وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم 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 ٢٠٢٥م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، بمعامل تأثير= ١,٧٥، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١م 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 – إثراء - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الستين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا باللغة الإنجليزية من **مصر** قدَّمه: **أ.م.د. ياسمين محمد إبراهيم، أ.د. أماني ألبرت**، من جامعة بني سويف، **ود. آية طارق عبد الهادي سيد**، من المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث، بعنوان: "غرف الصدى في التغطية الإخبارية ودورها في تشكيل السرديات الجيوسياسية".

ومن جامعة ليوا بالعين نجد بحثًا مشتركًا مقدَّم من: **د. فيصل كامل نجم الدين محمد، أ.م.د. غادة محمد عثمان صالح** من **السودان**، تحت عنوان: "انعكاسات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعية على الجيل Z: دراسة تطبيقية على منصة التيك توك".

ومن جامعة ليوا أيضًا قدَّم: **أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي**، من **مصر**، دراسة بعنوان: "الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الاتصالات التسويقية المتكاملة".

ومن جامعة الأزهر قدّمت **د. أمل محمد محمد حنيش، من مصر**، دراسة بعنوان: "التحليل السيميائي للكاريكاتير على صفحات مواقع التواصل الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية خلال العدوان على غزة: صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية نموذجًا".

وقدَّمت **د. أسماء أحمد جودة الإبشيهي**، من **مصر**، من المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر، دراسة بعنوان: "توظيف أدوات الاستماع الاجتماعي في تحليل المشاعر واتجاهات الرأي العام نحو قضايا الثانوية العامة المصرية".

ومن جامعة الأزهر قدَّم كل من: **د. سامح السيد شراقي، د. أسامة مصطفى عبد الوهاب**، من **مصر**، دراسة ميدانية بعنوان: "الإعلان التلفزيوني وسلوك الشراء لدى المراهقين في القرية المصرية".

أما **د. عهد ماهر موسى أبو دراز**، من **فلسطين**، من جامعة أم القيوين، قدَّم دراسة ميدانية على جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة بعنوان: "استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها".

وأخيرًا قدّمت كل من: **د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول، د. شيماء أحمد محمد رفعت** من جامعة الأزهر، **من مصر**، دراسة ميدانية مشتركة بعنوان: "اتجاهات الجمهور المصري نحو استخدام مقاطع الريلز كأداة للتوعية بالأمن السيبراني عبر شبكات التواصل الاجتماعي".

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

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراة والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل 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.

وأخيرًا وليس آخرًا 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

استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية على جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة (*)

إعداد

د.عهد ماهر موسى أبو دراز (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ١٦ نوفمبر ٢٠٢٥م، وقُبل للنشر في ٢٥ ديسمبر ٢٠٢٥م.

(**) أستاذ مساعد بكلية الاتصال الجماهيري - جامعة أم القيوين.

استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية على جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة

د.عهد ماهر موسى أبو دراز
drahed.draz@uaqu.ac.ae
جامعة أم القيوين

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من عدد (٤١٠) من طلبة الجامعات في دولة الإمارات العربية المتحدة.

وكان من أهم نتائج الدراسة أن مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي جاء بوزن نسبي (٨٦.٩٢٧)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا). ومستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي جاء بوزن نسبي (٨٤.٨٢٩)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا). ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي ومستوى الإشباعات المتحققة لديهم.

وقد أوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها تشجيع تطوير مشاريع تعليمية للطلبة باستخدام الوسائط المتعددة، لتعزيز مهارات التعلم الذاتي والتفكير النقدي والإبداعي. وإجراء تقييم دوري لتجربة استخدام الوسائط المتعددة، من خلال التغذية الراجعة للطلبة والأساتذة، وتعديل الاستراتيجيات التعليمية بناءً على النتائج.

الكلمات المفتاحيَّة: الوسائط المتعددة، التعليم الجامعي، الإشباعات.

خلفية الدراسة وأهميتها:

تشهد البيئة التعليمية في جميع أنحاء العالم، ولاسيما في قطاع التعليم العالي، تحوّلاً جوهريًا بفعل التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما يُعرف بـ (الوسائط المُتعددة)، التي تشمل النصوص الرقمية والفيديوهات والمحاكاة والعروض التقديمية ومنصّات التعلم التفاعلية. وتُعدّ دولة الإمارات العربية المتحدة مثالاً بارزًا لهذه التحولات، إذ وضعت ضمن أولوياتها تعزيز التعليم الذكي والتعليم المدمج، تماشيًا مع رؤية التنمية الوطنية وتحقيق الاقتصاد المعرفي. وفي هذا الإطار، تبدو جامعة الإمارات ومؤسسات التعليم العالي الإماراتية الأخرى في مسار تسريع تبنّي الوسائط الحديثة والمحتوى الرقمي، والاستفادة من القدرات التكنولوجية لدى الطلبة.

ومع هذا التوجه الإيجابي، يبقى التساؤل مطروحًا بشأن مدى استفادة الطلبة من هذه الوسائط المتعددة، لا من حيث الاستخدام فحسب، بل من حيث ما يُحقّقونه من إشباعات مختلفة. فبينما يرى

البعض أن إدماج الوسائط المتعددة يُعزّز التفاعل، ويحفّز المشاركة، ويزيد من تحقيق الأهداف التعليمية، إلا أن بعض الواقع يشير إلى تفاوت في الاستخدام بين الطلبة، واختلاف في مستويات الإشباعات التي يُدركونها من هذا الاستخدام. فعلى سبيل المثال، دراسة حديثة أجرتها (Backer & Awad, 2025) على طلبة جامعات عربية بينها جامعات في دولة الإمارات، أظهرت أن (٦٨٪) من الطلبة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من (٦٠) ساعة أسبوعيًا، رغم أن ذلك لم يُترجَم بالضرورة إلى نسبة عالية من الإشباع المعرفي أو الأكاديمي.

وعلى صعيد آخر، أظهرت دراسة أخرى أجرتها (Shamseldien, et. al., 2025) أن الطلبة الإماراتيين يفضلون الأجهزة المحمولة كوسيلة رئيسية للخبر والسرد، وأن أبعاد التفاعل الاجتماعي والمشاركة تشكّل مصدر إشباع مهم لديهم، مما يؤكد أهمية النظر إلى الدوافع والإشباعات عند دراسة سلوكهم نحو الوسائط المتعددة.

إن إدراك أن الوسائط المتعددة ليست مجرد أدوات تقنية، بل تجارب تعلمية ينبغي أن تحقق للطلبة فائدة ملموسة، يسهم في رسم سياسات أكثر فاعلية داخل الجامعات، من حيث اختيار المنصّات والدعم التربوي وتصميم المحتوى وتدريب هيئة التدريس وبناء بيئة محفّزة. كما أن الفهم المتعمّق لدوافع الطلبة مثل رغبتهم في التفاعل أو في إنجاز مهام أسرع أو في الترفيه أو في المشاركة الاجتماعية يمكّن من صياغة توصيات وإجراءات تضمن أن استخدام الوسائط المتعددة ليس فقط متاحًا، بل منتجًا ومُرضيًا.

وهناك فجوة بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة، والإشباعات التي يحققونها من هذا الاستخدام داخل بيئة التعليم الجامعي الإماراتي. فبالرغم من الدعم المؤسسي للوسائط المتعددة، إلا أن البحوث التطبيقية التي تفحص هذا الاستخدام من منظور الطلبة وتحديدًا في الجامعات الإماراتية لا تزال محدودة. ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف أنماط استخدام طلبة الجامعات الإماراتيين للوسائط المتعددة في التعليم ودوافعهم والإشباعات التي يحققونها، مع تحليل أوجه الاختلاف تبعًا لمتغيرات ديموغرافية وأكاديمية.

وبناءً عليه، تهدف هذه الدراسة إلى توليد معرفة علمية تطبيقية تساعد الجامعات الإماراتية على تحسين استراتيجياتها في الدمج الفعّال للوسائط المتعددة في التعليم، مما يعزز من جودة التعلم لدى الطلبة، ويُسهم في تطوير بيئة تعليمية أكثر تفاعلاً وشمولاً.

متغيرات الدراسة:

تشتمل الدراسة على المتغيرات التالية:

١. **المتغير المستقل:** استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي.

٢. **المتغير التابع:** الإشباعات المتحققة.

مشكلة الدراسة:

يشهد التعليم الجامعي في دولة الإمارات العربية المتحدة تحولاً نوعيًا نحو توظيف التقنيات التعليمية الحديثة، ولا سيما الوسائط المتعددة، التي أصبحت إحدى الركائز الأساسية في منظومة

التعليم الذكي والتعليم المدمج. وتُعد الوسائط المتعددة بمختلف أشكالها من عروض تفاعلية ومنصات إلكترونية وفيديوهات تعليمية ومحاكاة افتراضية أدوات فاعلة في تطوير بيئة التعلم وزيادة التفاعل وتعزيز الفهم لدى الطلبة.

وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها الجامعات الإماراتية في دمج الوسائط المتعددة ضمن بيئتها التعليمية، إلا أن درجة استفادة الطلبة منها ومستوى الإشباعات التي تحققها ما تزال غير واضحة بشكل كافٍ. فبعض الطلبة يستخدمون هذه الوسائط لتحقيق أهداف معرفية ومهارية، في حين يتعامل معها آخرون بوصفها أدوات مساعدة شكلية أو ترفيهية، مما يشير إلى تباين في أنماط الاستخدام وفي نوع الإشباعات المتحققة من ورائها.

ومن هذا المنطلق، تنبع مشكلة هذه الدراسة من الحاجة إلى فهم واقع استخدام طلبة الجامعات في دولة الإمارات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي، وتحديد الإشباعات التي يحققونها من هذا الاستخدام.

تساؤلات الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

ما واقع استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها؟

ويتفرع من التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة من قبل طلبة الجامعات في التعليم الجامعي؟
٢. ما الأغراض التعليمية لاستخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟
٣. ما مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟
٤. ما مستوى فاعلية استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟
٥. ما الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟
٦. ما الإسهامات والاستعدادات التي تقدمها الوسائط المتعددة للطلبة في التعليم الجامعي؟
٧. ما دوافع ومميزات وعيوب استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟
٨. ما مقترحات تطوير استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق الهدف الرئيس التالي:

التعرف على واقع استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها.

ويتفرع من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

١. بيان طبيعة العلاقة بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي ومستوى الإشباعات المتحققة لديهم.

٢. الكشف عن الفروق بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تُعزى لمتغيرات: (الجنس، التخصص، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).
٣. الكشف عن الفروق بين مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تُعزى لمتغيرات: (الجنس، التخصص، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).

فرضيات الدراسة:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة تم صياغة الفرضيات التالية:

١. توجد علاقة بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي ومستوى الإشباعات المتحققة لديهم.
٢. توجد فروق بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (الجنس، التخصص، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).
٣. توجد فروق بين مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (الجنس، التخصص، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

الأهمية العلمية:

١. تسليط الضوء على أساليب التعليم الجامعي الحديثة، من خلال استخدام الوسائط المتعددة كأدوات تعليمية في التعليم الجامعي.
٢. سد فجوة بحثية في الأدبيات الأكاديمية، خاصة فيما يتعلق بتجربة طلبة جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة في هذا المجال.
٣. توفير بيانات ميدانية يمكن الاستفادة منها في تطوير أساليب التدريس والتعلم الرقمي داخل جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة.

الأهمية العملية:

١. دعم متخذي القرار في التعليم العالي، لوضع سياسات رقمية فعّالة توظف التكنولوجيا بشكل متوازن وآمن في العملية التعليمية.
٢. تعزيز قدرات الطلبة الرقمية والتواصلية، من خلال فهم أنماط الاستخدام الأكاديمي للوسائط المتعددة الحديثة.
٣. إثراء المحتوى الأكاديمي العربي بدراسة تطبيقية حديثة تعكس واقع استخدام الوسائط المتعددة في السياق الجامعي المحلي.

حدود الدراسة:

تشتمل الدراسة على الحدود التالية:

١. **الحد الموضوعي:** استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها.
٢. **الحد المكاني:** دولة الإمارات العربية المتحدة (إمارة أم القيوين وإمارة عجمان).
٣. **الحد المؤسسي:** الجامعات الحكومية (جامعة أم القيوين، جامعة عجمان)، والجامعات الخاصة (الكلية البريطانية التطبيقية، جامعة المدينة الجامعية).
٤. **الحد الزماني:** تم تطبيق هذه الدراسة خلال العام ٢٠٢٥م.
٥. **الحد البشري:** استهدفت هذه الدراسة طلبة الجامعات.

الدراسات السابقة والتعليق عليها:

أولاً: الدراسات السابقة:

١. دراسة (Haerani, et. al., 2025):

هدفت هذه الدراسة إلى بيان تجارب طلاب الجامعات في تصميم وسائط تعليمية رقمية متعددة. وكان من أهم نتائج الدراسة أن استخدام الوسائط المتعددة يشكل إشباعات متحققة يُدرك الطالب فائدتها، وهي تشكّل له إشباعًا (معرفيًا أو ترفيهيًا).

٢. دراسة (Odoom, et. al., 2025):

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف العوامل المؤثرة على أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب التعليم العالي. وكان من أهم نتائج الدراسة أنه يوجد عوامل تؤثّر في أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الطلاب، مع تفاوت في الوعي بأنواع المنصّات الأقل شهرة. وأن أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تختلف بحسب البيئة.

٣. دراسة (Backer & Awad, 2025):

هدفت هذه الدراسة إلى بيان الاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل طلاب الجامعات العربية (الإشباعات والتأثير والمخاطر). وكان من أهم نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة (٦٨٪) أبلغت عن استخدام شبكات التواصل لأكثر من (٦٠) ساعة أسبوعيًا، وأنّ الاستخدام الواسع لا يضمن بالضرورة إشباعًا معرفيًا عالي الجودة فقط، بل تتحقّق إشباعات قوية في أبعاد الترفيه والتفاعل الاجتماعي، مع مخاطر واضحة (تشتيت، مخاطرة، خصوصية، تفاوت في الفائدة التعليمية).

٤. دراسة (Swidan, et. al., 2025):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام طلاب الجامعات وتصوراتهم لأدوات الذكاء الاصطناعي في دولة الإمارات العربية المتحدة والمخاوف الأخلاقية والمبادئ التوجيهية المؤسسية.

وكان من أهم نتائج الدراسة إلى انتشار واسع (٧٩.٦٪) يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي، ووجود اختلافات في الدوافع والمخاوف الأخلاقية. وأن بنية الاستخدام التكنولوجي لدى الطلبة في الإمارات معقّدة، وتشمل أدوات وسائطية جديدة تتداخل مع الوسائط المتعددة التقليدية. يلزم في دراسات الوسائط المتعددة أخذ أدوات الذكاء الاصطناعي بعين الاعتبار، كمكوّن متزايد التأثير على الإشباعات والدوافع.

٥. دراسة (Staneviciene & Žekienė, 2025):

هدفت هذه الدراسة إلى مراجعة منهجية لاستخدام الوسائط المتعددة في عملية التدريس والتعلم في التعليم العالي. وكان من أهم نتائج الدراسة أن الوسائط المتعدّدة تُعزّز تفاعل الطلبة والدافعية والإنجاز التعليمي، وتساعد في تنمية مهارات مثل الإبداع والثقافة الرقمية والتعلّم المستقل. وهناك تحديات مثل البُنى التحتية وتدريب المُدرّسين والتصميم التربوي.

٦. دراسة (Krokhina, et. al., 2024):

هدفت هذه الدراسة إلى بيان مدى اعتماد التعلم عبر الهاتف المحمول في التعليم العالي. وكان من أهم نتائج الدراسة أنَّ هناك زيادة مُستمرة في الدراسات حول هذا الموضوع، وأن أغلبها يُعالج آثار التعلم المحمول على التحصيل والمعرفة والتفاعل، لكن ثمة فجوات مثل نقص الدراسات التجريبية طويلة الأمد، ونقص التمحيص النظري لبعض النماذج. هذا يعكس حاجة لدراسات ميدانية محلية تدرس الإشباعات والدوافع والنتائج التعليمية، وليس فقط الاستخدام.

٧. دراسة (Askar & Mellor, 2024):

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف استخدامات وإشباعات البودكاست بين الجمهور العربي الشاب. وكان من أهم نتائج الدراسة أنّ الدوافع المعرفية والتفاعلية والترفيهية كلها عوامل أساسية في اختيار الوسائط، هذا يدعم فكرة أن الطلبة لا يستعملون الوسائط المتعددة لأغراض تعليمية بحتة، وإنما لأغراض متعددة تتداخل (تعليمية، اجتماعية، ترفيهية).

٨. دراسة (Guaña-Moya, et. al., 2024):

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أهمية استخدام التقنيات التفاعلية لزيادة الدافعية في الدورات الجامعية عبر الإنترنت. وكان من أهم نتائج الدراسة وجود زيادة واضحة في دافعية الطلبة (٢٣٪) عند استخدام تقنيات تفاعلية مثل الواقع المعزّز. وتركّز الدراسة على الدافعية كأحد الإشباعات، وهو عنصر يمكن إدراجه ضمن أبعاد الإشباعات (معرفية، مهارية، اجتماعية، ترفيهية).

٩. دراسة (Badr, et. al., 2024):

هدفت هذه الدراسة إلى بيان جودة المعلومات والأداء الأكاديمي للطلاب، والأدوار الوسيطة للفائدة المُتصوَّرة والترفيه واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وكان من أهم نتائج الدراسة أن استخدام

وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط لأغراض التعلّم، بل أيضًا للترفيه والتفاعل الاجتماعي، وأن الإشباع الاجتماعي والترفيهي يمكن أن يكون لهما دور في الأداء الأكاديمي عبر الوسائط..

١٠. دراسة (Kveselava, et. al., 2024):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على رأي الطلاب بالوسائط المتعددة في التعليم. وكان من أهم نتائج الدراسة أن نحو (٧٦.٣١٪) لديهم تجربة إيجابية مع الوسائط المتعددة. و(٥٨.٥٩٪) ما زالوا يُفضّلون طرق التعليم التقليدية، وأن (٧٣.٠٢٪) يرون أن الوسائط المتعددة فعّالة للتعلّم العملي.

١١. دراسة (Zeng, et. al., 2024):

هدفت هذه الدراسة إلى تصميم نظام الوسائط المتعددة لتحسين تعزيز رأس المال النفسي لطلاب الجامعات. وكان من أهم نتائج الدراسة أن استخدام نظام وسائط متعددة داعم نفسيا ساهم في تحسين بعض المؤشرات النفسية لدى الطلاب. وأن فكرة الإشباعات تشمل البُعد النفسي والمهاري، وليس فقط المعرفي.

١٢. دراسة (الزبن والعساف، ٢٠٢٣م):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الوسائط المتعددة في تدريس اللغة العربية لتنمية مهارات الاستيعاب القرائي لدى طلبة المرحلة الأساسية. وكان من أهم نتائج الدراسة أن استخدام الوسائط المتعددة ساعد في تحسين مهارات الاستيعاب القرائي لطلبة المرحلة الأساسية بشكل ملحوظ.

١٣. دراسة (غيلاني وهدروق، ٢٠١٩م):

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع استخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي. وكان من أهم نتائج الدراسة أن معظم الطلبة يستخدمون الوسائط المتعددة، ويشعرون أن هذه الوسائط تلبَّي إشباعاتهم الأكاديمي.

١٤. دراسة (العودات، جبريل ومحاسنة، ٢٠١٢م):

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر استخدام الوسائط المتعددة في تحصيل الطلبة. وكان من أهم نتائج الدراسة أنه يوجد تأثير إيجابي للوسائط المتعددة على التحصيل الدراسي.

ثانيًا: التعقيب على الدراسات السابقة:

- تشير الدراسات السابقة إلى تزايد استخدام الوسائط المتعددة في التعليم العالي، مع إدراك الطلاب لإشباعات متعددة، تشمل أبعادًا مختلفة.
- تؤكد الدراسات السابقة على أن كثافة استخدام الوسائط المتعددة لا يضمن بالضرورة إشباعًا معرفيًا عالي الجودة، بينما يمكن أن يعزز الدافعية والتفاعل والتحفيز عند تصميم الوسائط تعليميًا وبشكل تفاعلي.

- تظهر الدراسات السابقة فجوات بحثية تتعلق بتأثير الاستخدام طويل المدى، والتحليل التجريبي لمخرجات التعلم، ودمج الوسائط الحديثة ضمن إطار تربوي متكامل.
- تبرز الحاجة إلى تصميم الوسائط التعليمية بحيث تحقق إشباعات تعليمية متوازنة، تتجاوز مجرد الترفيه أو التفاعل الاجتماعي، لتشمل التعلم العملي والتحفيز النفسي والمعرفي.

وبناءً على الدراسات السابقة، لا يوجد تركيز كافٍ على الإشباعات المتحققة من استخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في بيئة الإمارات تحديدًا. ولم تُدمج الإشباعات النفسية والدافعية بشكل كافٍ في سياق الوسائط التعليمية. ومعظم الدراسات السابقة لم تربط بين أنماط الاستخدام والإشباعات بشكل متكامل. ويوجد حاجة قائمة لدراسة ميدانية شاملة تأخذ بعين الاعتبار الوسائط المتعددة التقليدية وأدوات الذكاء الاصطناعي وأنماط الاستخدام والإشباعات المعرفية والاجتماعية والترفيهية والنفسية، ولذلك كانت هذه الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: أهمية الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي:

الوسائط المتعددة هي عرض المعلومات بطريقة جذّابة وتفاعلية باستخدام وسائط متعددة في الوقت نفسه: (نص، صوت، صورة، فيديو، رسوم، ورسوم متحركة)، مع واجهة تفاعلية بين الإنسان والآلة (اليونسكو، ٢٠٢٢م).

وفي سياق تصميم وحدات تعليمية، تعرف وسائط الوسائط المتعددة على أنها منظومة تقنية تدعم التعليم من خلال دمج مختلف أنواع الوسائط (نص، صوت، فيديو، رسوم) في وحدة تعليمية واحدة، لزيادة الفاعلية التعليمية (محمود، ٢٠٢٠م).

وتُشير الوسائط المتعددة إلى استخدام أكثر من نوع واحد من الوسائط، مثل: (النصوص، الصور الثابتة أو المُتحرّكة، الصوت، الفيديو، الرسوم المتحركة)، لتقديم المعلومات أو المحتوى التعليمي أو الإعلامي، داخل بيئة تقديم أو تعليمية أو تفاعلية واحدة (Jacobs, et. al., 2024) (Abdulrahaman, et. al., 2020).

وبعبارة أخرى، تعتبر الوسائط المتعددة هي خليط أو نسيج من النصوص والرسوم الفنية والصوت والرسوم المتحركة والفيديو عن طريق الحاسوب (فضل وآخرون، ٢٠٢٢م).

وتلعب الوسائط المتعددة دورًا محوريًا في التعليم الجامعي، مما يسهم في تحسين جودة التعلم وفعاليته، وتكمن أهمية الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي فيما يلي (Stanevičienė & Žekienė, 2025):

١. **تعزيز التحفيز والمشاركة:** حيث تُظهر الدراسات أن استخدام الوسائط المتعددة يزيد من اهتمام الطلاب بالمحتوى الدراسي، ويعزّز مشاركتهم الفعالة في العملية التعليمية، مقارنة بأساليب التعليم التقليدية.

٢. **تحسين الفهم والاحتفاظ بالمعلومات:** حيث يتيح الجمع بين الوسائط البصرية والسمعية للطلاب فهم المفاهيم بشكل أعمق، ويساعد على الاحتفاظ بالمعلومات لفترات أطول، بما يتوافق مع مبادئ التعلم المعرفي متعدد الوسائط.

٣. **تنمية مهارات الطلاب:** حيث يسهم دمج الوسائط المتعددة في تطوير مهارات التفكير النقدي والإبداع والتعلّم الذاتي واللياقة الرقمية لدى الطلاب، ما يدعم إعدادهم لسوق العمل الحديث.

٤. **تلبية احتياجات التنوع الطلابي:** حيث تمكّن الوسائط المتعددة من تقديم المحتوى بطرق متنوعة تناسب أساليب التعلم المختلفة، وبالتالي تعزيز الوصول الشامل للطلاب من خلفيات تعليمية متنوعة.

٥. **تعزيز التعليم التفاعلي:** حيث يُمكن دمج عناصر تفاعلية مثل المحاكاة أو الاختبارات الإلكترونية ضمن الوسائط المتعددة، مما يشجع الطلاب على المشاركة النشطة، بدلاً من التعلم السلبي.

٦. **أداة تعليمية استراتيجية:** حيث تُعد الوسائط المتعددة أداة تعليمية استراتيجية في الجامعات، تعزز التعلم والتفاعل، وتحسن النتائج الأكاديمية، بشرط تصميمها وتنفيذها وفق مبادئ تعليمية واضحة ومدروسة.

وتكتسب الوسائط المتعددة أهمية متزايدة في التعليم الجامعي داخل دولة الإمارات العربية المتحدة، في ظل التحول الرقمي السريع الذي تشهده المؤسسات التعليمية، وارتباطه برؤية الإمارات ٢٠٣١، واستراتيجيات الحكومة في بناء مجتمع معرفي متقدّم. وقد أصبحت الجامعات الإماراتية من أكثر البيئات التعليمية استثمارًا في التقنيات الرقمية، بما في ذلك توظيف المنصّات التعليمية التفاعلية والمحاكاة والواقع المعزز والذكاء الاصطناعي في دعم العملية التعليمية.

ثانيًا: نظرية التعلم متعدد الوسائط (Multimedia Learning Theory):

نظرية التعلم متعدد الوسائط هي إطار نظري يصف كيف يمكن للمتعلمين فهم المعلومات بشكل أفضل عند تقديم المحتوى التعليمي باستخدام أكثر من وسيط، مثل النصوص والصور والصوت والفيديو، بدلاً من الاعتماد على النصوص فقط. وتتمثل المبادئ الأساسية للنظرية فيما يلي (Mayer, 2009):

١. **مبدأ القناة الثنائية:** حيث يحتوي الدماغ البشري على قناتين منفصلتين لمعالجة المعلومات، واحدة بصرية لمعالجة الصور والمشاهد، وأخرى سمعية لمعالجة الكلمات المسموعة. ويساعد استخدام كلا القناتين على تعزيز الفهم وتقليل التحميل المعرفي.

٢. **مبدأ الحد من التحميل المعرفي:** حيث أن قدرة كل قناة لمعالجة المعلومات محدودة. ويجب تصميم المواد التعليمية بحيث لا تتجاوز قدرة الطلاب على معالجة المعلومات، لتجنب التشتيت أو الإرهاق المعرفي.

٣. **مبدأ التفاعل النشط:** حيث يكون التعلم أكثر فاعلية عندما يشارك الطلاب بنشاط في معالجة المعلومات، وليس مجرد تلقيها بشكل سلبي. وتدعم الوسائط المتعددة هذا التفاعل من خلال عناصر مثل المحاكاة والأسئلة التفاعلية والأنشطة التطبيقية.

وتُعدّ نظرية التعلّم متعدد الوسائط من أهم الأطر التربوية الحديثة التي يمكن الاستناد إليها في تحليل استخدام الوسائط المتعددة داخل الجامعات الإماراتية. ومع التطور المتسارع في البنية الرقمية للدولة، وتوجّهها نحو التحول الذكي والاقتصاد المعرفي، اكتسبت هذه النظرية أهمية متزايدة في تفسير كيفية تعلّم الطلبة الإماراتيين، من خلال مزيج من الوسائط البصرية والسمعية والتفاعلية، وبطرق تتوافق مع قدراتهم المعرفية واحتياجاتهم التعليمية.

ثالثًا: نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications Theory):

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات نقلة نوعية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، لأنها تفترض أن الأفراد ليسوا ضحايا لتأثيرات وسائل الإعلام، وإنما يختارون بوعي نوع المضمون الذي يلبي احتياجاتهم الاجتماعية والنفسية، من خلال قنوات المعلومات المتاحة في المجتمع (بورخاري وقاسمي، ٢٠١٩م).

وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات هي إطار نظري في الإعلام وعلم الاتصال، يركز على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لتحقيق احتياجاتهم الخاصة، بدلاً من التركيز فقط على تأثير الإعلام عليهم. وتتمثل المبادئ الأساسية للنظرية فيما يلي (Blumler & Katz, 1974):

١. **الفرد كفاعل نشط:** حيث تعتبر النظرية أن المتلقي ليس سلبيًا، بل يقوم باختيار وسائل الإعلام بناءً على رغباته واحتياجاته.

٢. **تحقيق الاحتياجات:** حيث يختار الأفراد الوسائط التي تساعدهم على تحقيق احتياجاتهم المعرفية والاجتماعية والنفسية.

٣. **تنوع الإشباعات:** حيث يمكن لوسيلة إعلامية واحدة أن توفر أنواعًا متعددة من الإشباعات، مثل:(التعلم، الترفيه، التفاعل الاجتماعي، الهروب من الواقع).

وتكتسب نظرية الاستخدامات والإشباعات أهمية خاصة عند تطبيقها على بيئة التعليم الجامعي في دولة الإمارات العربية المتحدة، نظرًا لما تتميّز به الدولة من بنية تحتية رقمية متقدمة، واستراتيجيات وطنية واضحة لدعم التحول الرقمي والابتكار في التعليم. ويُعد طلبة الجامعات في الإمارات من

الفئات الأكثر استخدامًا للوسائط الرقمية، مما يجعل دوافع الاستخدام والإشباعات المتحققة منها عاملاً حاسمًا في فهم أنماط التفاعل مع الوسائط المتعددة داخل العملية التعليمية.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفًا دقيقًا، ويعبر عنها تعبيرًا كميًا وكيفيًا.

وتنقسم مصادر البيانات في هذه الدراسة إلى نوعين، وهما:

١. **البيانات الرئيسة:** تتمثل في أداة الدراسة (الاستبانة)، وذلك للتعرف على واقع استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها.

٢. **البيانات الثانوية:** تتمثل في الدراسات والأدبيات السابقة، وما تحويه المكتبات من دراسات وأبحاث وكتب ومراجع في مجال الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعات في دولة الإمارات العربية المتحدة، وبالتحديد إمارة أم القيوين وإمارة عجمان، وقد استهدفت الدراسة كلًا من: (جامعة أم القيوين، جامعة عجمان) كجامعات حكومية، و(الكلية البريطانية التطبيقية، جامعة المدينة الجامعية) كجامعات خاصة، في جميع كلياتها وتخصصاتها (العلمية والأدبية)، لكل من المرحلتين الدراسيتين (البكالوريوس والماجستير).

عينة الدراسة:

تم اعتماد عينة الدراسة العشوائية الطبقية، وذلك بناءً على كل من (الجامعة، الكلية / التخصص، المرحلة الدراسية)، حيث تم تصميم استبانة إلكترونية، وتعميمها على أفراد مجتمع الدراسة، وقد استجاب عدد (٤١٠) من طلبة الجامعات في دولة الإمارات العربية المتحدة، ومثل هذا العدد عينة الدراسة الفعلية. ويتوزع أفراد عينة الدراسة حسب الجداول التالية:

جدول (١)
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

م	الجنس	العدد	النسبة المئوية %
١	طالب	٢٣٧	٥٧.٢
٢	طالبة	١٧٣	٤٢.٢
المجموع		**٤١٠**	**٪١٠٠**

يشير هذا التوزيع إلى هيمنة نسبية للطلاب الذكور على عينة الدراسة، وهو أمر شائع في بعض التخصصات الجامعية، أو نتيجة لتوزيع الجنسين في الجامعات المشاركة بالدراسة، أو نتيجة تفاعل الطلاب أكثر من الطالبات في الاستجابة لتعبئة استبانة هذه الدراسة.

جدول (٢)
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التخصص

م	التخصص	العدد	النسبة المئوية %
١	علمي	١٤٦	٣٥.٦
٢	أدبي	٢٦٤	٦٤.٤
المجموع		**٤١٠**	**٪١٠٠**

يظهر من هذه النسب أن هناك غالبية واضحة للطلبة من التخصصات الأدبية مقارنة بالتخصصات العلمية ضمن عينة الدراسة. حيث أن توزيع التخصصات في العينة قد يعكس التوزيع الفعلي للطلاب في الجامعات المشاركة، حيث تميل بعض الجامعات إلى أن تكون نسب الطلبة في التخصصات الأدبية أكبر.

جدول (٣)
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المرحلة الدراسية

م	المرحلة الدراسية	العدد	النسبة المئوية %
١	بكالوريوس	٣٨٢	٩٣.٢
٢	ماجستير	٢٨	٦.٨
المجموع		**٤١٠**	**٪١٠٠**

يظهر من هذا التوزيع أن غالبية العينة تتكون من طلبة البكالوريوس، مع وجود تمثيل محدود لطلبة الدراسات العليا، ويعود ذلك إلى نسبة تمثيل كل من طلبة البكالوريوس والماجستير في الجامعات المستهدفة.

جدول (٤)
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع الجامعة

م	نوع الجامعة	العدد	النسبة المئوية %
١	حكومية	١٢٥	٣٠.٥
٢	خاصة	٢٨٥	٦٩.٥
المجموع		**٤١٠**	**٪١٠٠**

يظهر من هذا التوزيع أن غالبية العينة تتكون من طلبة الجامعات الخاصة، مع تمثيل أقل للجامعات الحكومية. ويشير هذا التوزيع إلى أن الدراسة تمثل بشكل أكبر تجربة الطلبة في الجامعات الخاصة، وربما يعكس ذلك سهولة الوصول إلى عينات الطلاب في الجامعات الخاصة، أو حجم التسجيل الأكبر في هذه الجامعات.

أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، والتي تم تصميمها للتعرف على واقع استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي والإشباعات المتحققة منها.

وتتكون الاستبانة من:

١. **البيانات الشخصية:** وتشتمل على البيانات الشخصية التالية: (الجنس، التخصص، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).

٢. **تساؤلات الدراسة**، وهي مكونة من عدد (٨) تساؤلات.

وتم اعتماد استجابات أفراد عينة الدراسة حسب مقياس خماسي التدريج من (١-٥)، حيث (١) تمثل أدنى درجة موافقة، و(٥) تمثل أعلى درجة موافقة، أي قليلة جدًا (١)، وقليلة (٢)، ومتوسطة (٣)، وكبيرة (٤)، وكبيرة جدًا (٥).

وتم تقييم درجات الموافقة بحسب مقياس التدريج المبين في الجدول التالي:

جدول (٥)
مقياس درجات الموافقة

درجة الموافقة	الوزن الرقمي	المتوسط الحسابي		الوزن النسبي	
		من	إلى	من	إلى
قليلة جدًا	١	١.٠٠	أقل من ١.٨٠	٢٠.٠٠	أقل من ٣٦.٠٠
قليلة	٢	١.٨٠	أقل من ٢.٦٠	٣٦.٠٠	أقل من ٥٢.٠٠
متوسطة	٣	٢.٦٠	أقل من ٣.٤٠	٥٢.٠٠	أقل من ٦٨.٠٠
كبيرة	٤	٣.٤٠	أقل من ٤.٢٠	٦٨.٠٠	أقل من ٨٤.٠٠
كبيرة جدًا	٥	٤.٢٠	٥.٠٠	٨٤.٠٠	١٠٠.٠٠

صدق الاستبانة:

يعني صدق أداة الدراسة أن الأداة تقيس ما وضعت لقياسه، وتم التحقق من صدق الاستبانة من خلال التالي:

١. صدق المحكمين:

تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين من أصحاب الخبرة والاختصاص، من أجل التحقق من سلامة الصياغة اللغوية للاستبانة، ووضوح تعليمات الاستبانة، وانتماء التساؤلات، ومدى صلاحية الاستبانة لقياس الأهداف المرتبطة بهذه الدراسة، وبذلك تم التحقق من صدق الاستبانة من وجهة نظر المحكمين.

٢. الصدق البنائي:

تم حساب الصدق البنائي لبنود الاستبانة، من خلال إيجاد (معاملات ارتباط بيرسون)، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول (٦)
الصدق البنائي لبنود الاستبانة ذات مقياس التدريج الخماسي

التساؤل	معامل الارتباط	قيمة "Sig"	الدلالة
مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي	0.569	0.001	دالة
مستوى فاعلية استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي	0.558	0.001	دالة
مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي	0.751	0.000	دالة
مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تحسين التواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس	0.921	0.000	دالة
مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تعزيز المشاركة الصفية والتعلم التعاوني	0.941	0.000	دالة
مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تطوير مهارات التعلم الذاتي لدى الطلبة	0.878	0.000	دالة
مدى استعداد طلبة الجامعات لاستخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي بشكل أوسع في المستقبل	0.938	0.000	دالة

يتبين من الجدول السابق أن قيم مستوى الدلالة أقل من (٠.٠٥)، أي أن جميع البنود تتمتع بمعاملات صدق دالة إحصائيًا، وتفي بأغراض الدراسة.

ثبات الاستبانة:

يعني ثبات أداة الدراسة أن الأداة تعطي نفس النتائج تقريبًا لو طبقت مرة أخرى على نفس المجموعة من الأفراد، أي أن النتائج لا تتغير، وتم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال التالي:

١. الثبات باستخدام معادلة ألفا كرونباخ:

تم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال حساب معامل الارتباط باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، والذي بلغ (٠.٩١١)، وهو معامل ثبات دال إحصائيًا، ويفي بأغراض الدراسة.

٢. الثبات بطريقة التجزئة النصفية:

تم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال حساب معامل الارتباط باستخدام طريقة التجزئة النصفية، والذي بلغ (٠.٧٩٩) قبل التعديل، و(٠.٨٨٥) بعد التعديل، وهو معامل ثبات دال إحصائيًا، ويفي بأغراض الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة للدراسة، وهي على النحو التالي:

١. **التكرار والنسبة المئوية:** لبيان الوصف الإحصائي لأفراد عينة الدراسة، وللإجابة عن تساؤلات الدراسة ذات الإجابات المتعددة.
٢. **معامل الارتباط:** للتحقق من الصدق البنائي، وكذلك تحديد طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والتابع.
٣. **معادلة ألفا كرونباخ:** للتحقق من ثبات الاستبانة.
٤. **طريقة التجزئة النصفية:** للتحقق من ثبات الاستبانة.
٥. **نظرية النهاية المركزية:** لاختبار إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه.
٦. **المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي:** للإجابة عن تساؤلات الدراسة ذات مقياس التدريج الخماسي.
٧. **اختبار (T-Test):** للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة لمتغير: (الجنس، التخصص، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).

توزيع البيانات:

من أجل معرفة إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، تم الاعتماد على (نظرية النهاية المركزية)، التي تشير إلى أنه كلما زاد حجم العينة كلما اقترب تباينها من تباين المجتمع، وكلما زاد حجم العينة فإن التوزيع لمتوسط هذه المتغيرات العشوائية يقترب من التوزيع الطبيعي القياسي، ويمكن اعتبار أن التوزيع يكون طبيعيًا بصورة تقريبية عندما يصبح حجم العينة (٣٠) فما فوق، أي أن البيانات في هذه الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، ولذلك تم استخدام الاختبارات المعلمية.

الإجابة على التساؤلات واختبار الفروض:

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

١. ما أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة من قبل طلبة الجامعات في التعليم الجامعي؟

جدول (٧)
أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة من قبل طلبة الجامعات في التعليم الجامعي

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	العروض التقديمية، مثل (PowerPoint، Google Slides، Prezi، Canva Presentations)	129	31.5
٢	الصور والرسوم التوضيحية والإنفوغرافيك، مثل: (Canva، Adobe Express، Piktochart، خرائط ذهنية ورسوم بيانية)	122	29.8
٣	الفيديوهات التعليمية، مثل (YouTube، Vimeo، TED-Ed)	121	29.5
٤	منصات التعلم الإلكتروني، مثل (Moodle، Blackboard، Google Classroom، Canvas)	104	25.4
٥	الملفات الصوتية والبودكاست التعليمية، مثل (Audacity، Anchor، Spotify for Podcasters)	60	14.6

تبين أن من أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة من قبل طلبة الجامعات في التعليم الجامعي (العروض التقديمية) بنسبة مئوية (٣١.٥٪)، و(الصور والرسوم التوضيحية والإنفوغرافيك) بنسبة مئوية (٢٩.٨٪)، و(الفيديوهات التعليمية) بنسبة مئوية (٢٩.٥٪)، و(منصات التعلم الإلكتروني) بنسبة مئوية (٢٥.٤٪)، و(الملفات الصوتية والبودكاست التعليمية) بنسبة مئوية (١٤.٦٪).

تدل النتائج على أن طلبة الجامعات الإماراتية يفضلون الوسائط التي تجمع بين المرئي والتفاعلي أكثر من الوسائط السمعية أو النصية، وهو ما يعكس تحولاً في أنماط التعلم نحو الاعتماد على الخبرة الحسية المتكاملة.

وتنسجم هذه النتيجة مع نظرية التعلم متعدد الوسائط التي تصف كيف يمكن للمتعلمين فهم المعلومات بشكل أفضل عند تقديم المحتوى التعليمي باستخدام أكثر من وسيط، مثل النصوص والصور والصوت والفيديو، بدلاً من الاعتماد على النصوص فقط (Mayer, 2009).

وبينت دراسة (Odoom, et. al., 2025) أنه يوجد عوامل تؤثّر في أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الطلاب، مع تفاوت في الوعي بأنواع المنصّات الأقل شهرة. وبينت دراسة (Swidan, et. al., 2025) أن بنية الاستخدام التكنولوجي لدى الطلبة في الإمارات معقّدة، وتشمل أدوات وسائطية جديدة تتداخل مع الوسائط المتعددة التقليدية.

٢. ما الأغراض التعليمية لاستخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟

جدول (٨)
الأغراض التعليمية لاستخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	توضيح المفاهيم النظرية المعقدة من خلال الصور والرسوم التوضيحية والفيديوهات التعليمية	137	33.4
٢	تحفيز اهتمام الطلبة وزيادة دافعيتهم نحو التعلم والمشاركة الفعالة	110	26.8
٣	تنويع أساليب العرض والتدريس بما يلائم أنماط التعلم المختلفة لدى الطلبة	101	24.6
٤	تعزيز الفهم والاستيعاب من خلال الدمج بين النص والصوت والصورة	90	22.0
٥	تسهيل التعلم الذاتي وتمكين الطلبة من التعلم في أي وقت ومن أي مكان	88	21.5
٦	تحسين التواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس باستخدام مواد تعليمية رقمية مشتركة	80	19.5
٧	تطوير مهارات التفكير النقدي والإبداعي عبر الأنشطة التفاعلية والتطبيقات المتعددة الوسائط	80	19.5
٨	دعم الطلبة من ذوي الاحتياجات الخاصة عبر وسائل عرض متنوعة تناسب قدراتهم	72	17.6
٩	ربط المعرفة النظرية بالتطبيق العملي باستخدام مقاطع فيديو وتجارب افتراضية	68	16.6
١٠	توظيف الوسائط المتعددة في التقييم عبر الاختبارات التفاعلية والمحاكاة الرقمية	62	15.1

تبين أن من الأغراض التعليمية لاستخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي (توضيح المفاهيم النظرية المعقدة من خلال الصور والرسوم التوضيحية والفيديوهات التعليمية) بنسبة مئوية (٣٣.٤٪)، و(تحفيز اهتمام الطلبة وزيادة دافعيتهم نحو التعلم والمشاركة الفعالة) بنسبة مئوية (٢٦.٨٪)، و(تنويع أساليب العرض والتدريس بما يلائم أنماط التعلم المختلفة لدى الطلبة) بنسبة مئوية (٢٤.٦٪)، و(تعزيز الفهم والاستيعاب من خلال الدمج بين النص والصوت والصورة) بنسبة مئوية (٢٢.٠٪)، و(تسهيل التعلم الذاتي وتمكين الطلبة من التعلم في أي وقت ومن أي مكان) بنسبة مئوية (٢١.٥٪)، و(تحسين التواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس باستخدام مواد تعليمية رقمية مشتركة) بنسبة مئوية (١٩.٥٪)، و(تطوير مهارات التفكير النقدي والإبداعي عبر الأنشطة التفاعلية والتطبيقات المتعددة الوسائط) بنسبة مئوية (١٩.٥٪)، و(دعم الطلبة من ذوي الاحتياجات الخاصة عبر وسائل عرض متنوعة تناسب قدراتهم) بنسبة مئوية (١٧.٦٪)، و(ربط المعرفة النظرية بالتطبيق العملي باستخدام مقاطع فيديو وتجارب افتراضية) بنسبة مئوية (١٦.٦٪)، و(توظيف الوسائط المتعددة في التقييم عبر الاختبارات التفاعلية والمحاكاة الرقمية) بنسبة مئوية (١٥.١٪).

يمكن تفسير هذه النتائج بأن الطلبة يستخدمون الوسائط المتعددة استخدامًا هادفًا وموجّهًا نحو تحقيق أقصى درجات الفاعلية التعليمية، وليس لمجرد الترفيه أو التنوع التقني، مما يعكس نضجًا تكنولوجيًا وتربويًا في بيئة التعليم الجامعي الإماراتي.

وبينت دراسة (Badr, et. al., 2024) أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط لأغراض التعلّم، بل أيضًا للترفيه والتفاعل الاجتماعي.

٣. ما مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟

جدول (٩)

مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة
4.346	0.735	86.927	كبيرة جدًا

تبين أن مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي جاء بوزن نسبي (86.927)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).

يشير الوزن النسبي المرتفع إلى أن الوسائط المتعددة أصبحت جزءًا أساسيًا من البيئة التعليمية الجامعية في دولة الإمارات، ولم تعد مجرد وسيلة مساندة. ويرتبط ذلك بجهود مؤسسات التعليم العالي في الدولة لتعزيز التحول الرقمي في التعليم، عبر تبنّي أنظمة إدارة التعلم، وتوفير بنية تحتية تكنولوجية متقدمة تسهّل دمج الوسائط المتعددة في التدريس. كما تعكس النتيجة وعيًا مرتفعًا لدى الطلبة بقيمة الوسائط في دعم التعلم، حيث يدركون دورها في تبسيط المعلومات، وتنويع مصادر المعرفة، وتحسين التواصل الأكاديمي.

وقد أسهمت المبادرات الوطنية مثل استراتيجية الإمارات للذكاء الاصطناعي ٢٠٣١ ورؤية التعليم ٢٠٥٠ في تعزيز ثقافة التعلم الرقمي المتكامل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس، مما رفع من معدلات استخدام الوسائط التعليمية الحديثة.

وبينت دراسة (Backer & Awad, 2025) أن نسبة كبيرة (٦٨٪) أبلغت عن استخدام شبكات التواصل لأكثر من (٦٠) ساعة أسبوعيًا. وبينت دراسة (Swidan, et. al., 2025) وجود انتشار واسع (٧٩.٦٪) يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي. وبينت دراسة (Kveselava, et. al., 2024) أن نحو (٧٦.٣١٪) لديهم تجربة إيجابية مع الوسائط المتعددة. و(٥٨.٥٩٪) ما زالوا يُفضّلون طرق التعليم التقليدية. وبينت دراسة (غيلاني وهدروق، ٢٠١٩م) أن معظم الطلبة يستخدمون الوسائط المتعددة.

٤. ما مستوى فاعلية استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟

جدول (١٠)
مستوى فاعلية استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة
4.329	0.721	86.585	كبيرة جدًا

تبين أن مستوى فاعلية استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي جاء بوزن نسبي (86.585)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).

يُظهر الجمع بين النتيجتين السابقتين أن طلبة الجامعات في دولة الإمارات لا يستخدمون الوسائط المتعددة لمجرد توافرها فقط، بل يوظفونها بشكل فعّال ومقصود يخدم أهدافهم التعليمية. فارتفاع كل من مستوى الاستخدام (86.9%) ومستوى الفاعلية (86.6%) يعكس وعيًا أكاديميًا متقدمًا لدى الطلبة بدور التكنولوجيا التعليمية في دعم التعلم الذاتي والتعاوني على حد سواء. كما يدل ذلك على نجاح الجامعات الإماراتية في دمج الوسائط المتعددة في العملية التعليمية بصورة تحقق معايير الجودة والتطوير المستمر في التعليم العالي.

وبينت دراسة (Kveselava, et. al., 2024) أن (٧٣.٠٢٪) يرون أن الوسائط المتعددة فعّالة للتعلّم العملي.

٥. ما الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟

جدول (١١)
الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	تعليمية / زيادة الفهم والاستيعاب	135	32.9
٢	تعليمية / تنمية مهارات التعلم الذاتي	103	25.1
٣	نفسية / زيادة الدافعية نحو التعلم	89	21.7
٤	تعليمية / تحفيز التفكير النقدي والإبداعي	88	21.5
٥	نفسية / الإحساس بالإنجاز والتمكّن	83	20.2
٦	تقنية / اكتساب مهارات رقمية جديدة	82	20.0
٧	اجتماعية / تعزيز التواصل والتعاون بين الطلبة	80	19.5
٨	تقنية / استخدام التكنولوجيا بوعي وكفاءة	77	18.8
٩	اجتماعية / التفاعل الفوري مع الأساتذة والزملاء	67	16.3
١٠	اجتماعية / توسيع شبكة العلاقات الأكاديمية	66	16.1

تبين أن من الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي (تعليمية / زيادة الفهم والاستيعاب) بنسبة مئوية (٣٢.٩٪)، و(تعليمية / تنمية مهارات التعلم الذاتي) بنسبة مئوية (٢٥.١٪)، و(نفسية / زيادة الدافعية نحو التعلم) بنسبة مئوية (٢١.٧٪)، و(تعليمية / تحفيز التفكير النقدي والإبداعي) بنسبة مئوية (٢١.٥٪)، و(نفسية / الإحساس بالإنجاز والتمكّن) بنسبة مئوية (٢٠.٢٪)، و(تقنية / اكتساب مهارات رقمية جديدة) بنسبة مئوية (٢٠.٠٪)، و(اجتماعية / تعزيز التواصل والتعاون بين الطلبة) بنسبة مئوية (١٩.٥٪)، و(تقنية / استخدام التكنولوجيا بوعي وكفاءة) بنسبة مئوية (١٨.٨٪)، و(اجتماعية / التفاعل الفوري مع الأساتذة والزملاء) بنسبة مئوية (١٦.٣٪)، و(اجتماعية / توسيع شبكة العلاقات الأكاديمية) بنسبة مئوية (١٦.١٪).

يتضح من النتائج أن الإشباعات التعليمية جاءت في مقدمة الإشباعات المحققة، تلتها النفسية، ثم التقنية والاجتماعية، مما يدل على أن الدافع الرئيس لاستخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي هو تحقيق التعلم والفهم، يلي ذلك التحفيز والتفاعل الاجتماعي والتقني. كما تعكس النتائج نضج تجربة الطلبة الإماراتيين في استخدام الوسائط التعليمية، حيث أصبحت الوسائط بالنسبة لهم أداة تعلم فعّالة ومصدرًا لتحقيق الرضا المعرفي والنفسي في آن واحد.

وتنسجم هذه النتيجة مع نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تفترض أن الأفراد ليسوا ضحايا لتأثيرات وسائل الإعلام، وإنما يختارون بوعي نوع المضمون الذي يلبي احتياجاتهم الاجتماعية والنفسية، من خلال قنوات المعلومات المتاحة في المجتمع (بورخاري وقاسمي، ٢٠١٩م).

وبينت دراسة (Haerani, et. al., 2025) أن استخدام الوسائط المتعددة يشكل إشباعات متحققة يُدرك الطالب فائدتها، وهي تشكّل له إشباعًا (معرفيًا أو ترفيهيًا). وبينت دراسة (Backer & Awad, 2025) أنّ الاستخدام الواسع لشبكات التواصل لا يضمن بالضرورة إشباعًا معرفيًا عالي الجودة فقط، بل تتحقّق إشباعات قوية في أبعاد الترفيه والتفاعل الاجتماعي. وبينت دراسة (Zeng, et. al., 2024) أن فكرة الإشباعات تشمل البُعد النفسي والمهاري، وليس فقط المعرفي. وبينت دراسة (Guañа-Moya, et. al., 2024) أن الدافعية أحد الإشباعات، وهو عنصر يمكن إدراجه ضمن أبعاد الإشباعات (معرفية، مهارية، اجتماعية، ترفيهية). وبينت دراسة (Badr, et. al., 2024) أن الإشباع الاجتماعي والترفيهي يمكن أن يكون لهما دور في الأداء الأكاديمي عبر الوسائط. وبينت دراسة (غيلاني وهدروق، ٢٠١٩م) أن معظم الطلبة يشعرون أن الوسائط المتعددة تلبّي إشباعاتهم الأكاديمية.

جدول (١٢)
الإجابة عن سؤال ا مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة
4.241	0.793	84.829	كبيرة جدًا

تبين أن مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي جاء بوزن نسبي (84.829)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).

تدل النتيجة على أن الوسائط المتعددة تحقق مستوى مرتفعًا من الرضا التعليمي والنفسي والاجتماعي بين طلبة الجامعات الإماراتية، وهو ما يعكس نجاح الجامعات في دمج التكنولوجيا التعليمية بطريقة فعالة تحقق أهداف التعليم الجامعي الحديث. كما تُظهر أن توظيف الوسائط المتعددة في التعليم لم يعد مجرد خيار تقني، بل أصبح عنصرًا أساسيًا في بناء بيئة تعلم محفزة ومشبعة ومتكاملة.

وتنسجم هذه النتيجة مع نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تركز على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لتحقيق احتياجاتهم الخاصة، بدلاً من التركيز فقط على تأثير الإعلام عليهم (Blumler & Katz, 1974).

وبينت دراسة (غيلاني وهدروق، ٢٠١٩م) أن معظم الطلبة يشعرون أن الوسائط المتعددة تلبّي إشباعاتهم الأكاديمي.

٦. ما الإسهامات والاستعدادات التي تقدمها الوسائط المتعددة للطلبة في التعليم الجامعي؟

جدول (١٣)
مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تحسين التواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة
4.222	0.894	84.439	كبيرة جدًا

تبين أن مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تحسين التواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس جاء بوزن نسبي (84.439)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).

يتضح أن الوسائط المتعددة تؤدي دورًا محوريًا في تعزيز التواصل الأكاديمي والاجتماعي بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس في الجامعات الإماراتية، من خلال توفير بيئة تعلم رقمية تفاعلية تتيح الحوار والتغذية الراجعة والدعم المستمر. وهذا يعكس نجاح مؤسسات التعليم العالي في دمج الوسائط الرقمية ضمن منظومة التعليم التعاوني، بما يتماشى مع توجهات التعليم الذكي في دولة الإمارات.

جدول (١٤)

مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تعزيز المشاركة الصفية والتعلم التعاوني

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة
4.193	0.833	83.854	كبيرة

تبين أن مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تعزيز المشاركة الصفية والتعلم التعاوني جاء بوزن نسبي (83.854)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).

تعكس هذه النتيجة إدراك طلبة الجامعات في دولة الإمارات لأهمية الوسائط المتعددة في تحفيز التفاعل والمشاركة النشطة داخل الصف الجامعي، وفي تعزيز العمل الجماعي والتعلم القائم على التعاون.

جدول (١٥)

مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تطوير مهارات التعلم الذاتي لدى الطلبة

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة
4.222	0.837	84.439	كبيرة جدًا

تبين أن مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تطوير مهارات التعلم الذاتي لدى الطلبة جاء بوزن نسبي (84.439)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).

تشير هذه النتيجة إلى أن الوسائط المتعددة أصبحت أداة فاعلة في تمكين الطلبة من تنظيم تعلمهم بأنفسهم، واكتساب المعرفة بطرق مرنة ومستقلة تتجاوز حدود القاعة الدراسية التقليدية. وتعكس هذه النتيجة نضج البيئة التعليمية الرقمية في الجامعات الإماراتية، وقدرتها على دعم استراتيجيات التعلم الذاتي التي تُعدّ من أهم كفايات القرن الحادي والعشرين.

وبينت دراسة (Zeng, et. al., 2024) أن استخدام نظام وسائط متعددة داعم نفسيًا ساهم في تحسين بعض المؤشرات النفسية لدى الطلاب. وبينت دراسة (الزبن والعساف، ٢٠٢٣م) أن استخدام الوسائط المتعددة ساعد في تحسين مهارات الاستيعاب القرائي لطلبة المرحلة الأساسية بشكل ملحوظ. وبينت دراسة (العودات، جبريل ومحاسنة، ٢٠١٢م) أنه يوجد تأثير إيجابي للوسائط المتعددة على التحصيل الدراسي.

جدول (١٦)
مدى استعداد طلبة الجامعات لاستخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي بشكل أوسع في المستقبل

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة
4.188	0.899	83.756	كبيرة

تبين أن مدى استعداد طلبة الجامعات لاستخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي بشكل أوسع في المستقبل جاء بوزن نسبي (83.756)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).

تمثل هذه النتيجة مؤشرًا استشرافيًا مهمًا حول توجهات الطلبة نحو استخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي مستقبلا، وهو ما يعكس مدى القبول والتقبل للتكنولوجيا التعليمية ورغبة الطلبة في توسيع دور الوسائط في تعليمهم. وهذا يدل على أن الطلبة لديهم نوايا إيجابية واستعداد فعلي لتبني الوسائط المتعددة في تعلمهم المستقبلي، مما يؤكد نجاح الجامعات في تهيئة بيئة تعليمية رقمية محفزة ومواتية للتعلم التفاعلي.

٧. ما دوافع ومميزات وعيوب استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟

جدول (١٧)
دوافع استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	لأنها تجعل المحتوى التعليمي أكثر وضوحاً وسهولة في الفهم	133	32.4
٢	لأنها تساعد على استيعاب المعلومات من خلال الصور والفيديو والصوت	100	24.4
٣	لأنها تجعل التعلم أكثر تشويقاً ومتعة مقارنة بالطرق التقليدية	96	23.4
٤	لأنها توفر الوقت والجهد في عملية التعلم	96	23.4
٥	لأنها تتيح التعلم في أي وقت ومن أي مكان عبر الأجهزة الذكية	89	21.7
٦	لأنها تسهم في رفع الأداء الأكاديمي وتحسين النتائج الدراسية	75	18.3
٧	لأنها تدعم التعلم الذاتي والاستقلالية في اكتساب المعرفة	70	17.1
٨	لأنها تشجع على المشاركة والتفاعل داخل القاعة الدراسية	67	16.3
٩	لأنها تواكب التطورات التكنولوجية الحديثة في التعليم الجامعي	66	16.1
١٠	لأنها تساعد على تطبيق المفاهيم النظرية بشكل عملي وتفاعلي	62	15.1

تبين أن من دوافع استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي (لأنها تجعل المحتوى التعليمي أكثر وضوحًا وسهولة في الفهم) بنسبة مئوية (٣٢.٤٪)، و(لأنها تساعد على استيعاب المعلومات من خلال الصور والفيديو والصوت) بنسبة مئوية (٢٤.٤٪)، و(لأنها تجعل التعلم أكثر تشويقًا ومتعة مقارنة بالطرق التقليدية) بنسبة مئوية (٢٣.٤٪)، و(لأنها توفر الوقت والجهد في عملية التعلم) بنسبة مئوية (٢٣.٤٪)، و(لأنها تتيح التعلم في أي وقت ومن أي مكان عبر الأجهزة الذكية) بنسبة مئوية (٢١.٧٪)، و(لأنها تسهم في رفع الأداء الأكاديمي وتحسين النتائج الدراسية) بنسبة مئوية (١٨.٣٪)، و(لأنها تدعم التعلم الذاتي والاستقلالية في اكتساب المعرفة) بنسبة مئوية

(١٧.١٪)، و(لأنها تشجع على المشاركة والتفاعل داخل القاعة الدراسية) بنسبة مئوية (١٦.٣٪)، و(لأنها تواكب التطورات التكنولوجية الحديثة في التعليم الجامعي) بنسبة مئوية (١٦.١٪)، و(لأنها تساعد على تطبيق المفاهيم النظرية بشكل عملي وتفاعلي) بنسبة مئوية (١٥.١٪).

تشير هذه الدوافع إلى أن الطلبة يدركون القيمة التعليمية والتقنية والنفسية للوسائط المتعددة، وهو ما يعزز استعدادهم لاستخدامها بشكل أكبر مستقبلاً.

وبينت دراسة (Swidan, et. al., 2025) وجود اختلافات في الدوافع من استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. وبينت دراسة (Askar & Mellor, 2024) أنّ الدوافع المعرفية والتفاعلية والترفيهية كلها عوامل أساسية في اختيار الوسائط، هذا يدعم فكرة أن الطلبة لا يستعملون الوسائط المتعددة لأغراض تعليمية بحتة، وإنما لأغراض متعددة تتداخل (تعليمية، اجتماعية، ترفيهية). وبينت دراسة (Guaña-Moya, et. al., 2024) وجود زيادة واضحة في دافعية الطلبة (٢٣٪) عند استخدام تقنيات تفاعلية مثل الواقع المعزّز.

جدول (١٨)
مميزات استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	تساعد على زيادة تفاعل الطلبة مع المحتوى التعليمي	199	48.5
٢	تسهم في تبسيط المفاهيم الصعبة وجعلها أكثر وضوحًا	99	24.1
٣	تجعل عملية التعلم أكثر تشويقًا وجاذبية للطلبة	93	22.7
٤	تتيح للطلبة تنوعًا في مصادر التعلم (صوت، صورة، فيديو، رسوم توضيحية)	92	22.4
٥	تساعد في تنمية مهارات التفكير النقدي والإبداعي لدى الطلبة	85	20.7
٦	تتيح إمكانية التعلم الذاتي في أي وقت ومن أي مكان	79	19.3
٧	تعزز قدرة الطالب على تذكر المعلومات واستيعابها على المدى الطويل	73	17.8
٨	تسهم في تنمية مهارات استخدام التكنولوجيا الحديثة لدى الطلبة	70	17.1
٩	تتيح للمدرس عرض المعلومات بشكل منظم وسهل الفهم	70	17.1
١٠	تساعد في ربط المعرفة النظرية بالتطبيق العملي	52	12.7

تبين أن من مميزات استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي (تساعد على زيادة تفاعل الطلبة مع المحتوى التعليمي) بنسبة مئوية (٤٨.٥٪)، و(تسهم في تبسيط المفاهيم الصعبة وجعلها أكثر وضوحًا) بنسبة مئوية (٢٤.١٪)، و(تجعل عملية التعلم أكثر تشويقًا وجاذبية للطلبة) بنسبة مئوية (٢٢.٧٪)، و(تتيح للطلبة تنوعًا في مصادر التعلم (صوت، صورة، فيديو، رسوم توضيحية)) بنسبة مئوية (٢٢.٤٪)، و(تساعد في تنمية مهارات التفكير النقدي والإبداعي لدى الطلبة) بنسبة مئوية (٢٠.٧٪)، و(تتيح إمكانية التعلم الذاتي في أي وقت ومن أي مكان) بنسبة مئوية (١٩.٣٪)، و(تعزز قدرة الطالب على تذكر المعلومات واستيعابها على المدى الطويل) بنسبة مئوية (١٧.٨٪)، و(تسهم في تنمية مهارات استخدام التكنولوجيا الحديثة لدى الطلبة) بنسبة مئوية

(١٧.١٪)، و(تتيح للمدرس عرض المعلومات بشكل منظم وسهل الفهم) بنسبة مئوية (١٧.١٪)، و(تساعد في ربط المعرفة النظرية بالتطبيق العملي) بنسبة مئوية (١٢.٧٪).

تشير هذه النتائج إلى أن الوسائط المتعددة تمثل أداة تعليمية متكاملة، تجمع بين الفوائد المعرفية والتحفيزية والاجتماعية والتقنية، مما يجعلها عنصرًا أساسيًا في التعليم الجامعي الحديث.

وبينت دراسة (Staneviciene & Žekienė, 2025) أن الوسائط المتعدّدة تُعزّز تفاعل الطلبة والدافعية والإنجاز التعليمي، وتساعد في تنمية مهارات مثل الإبداع والثقافة الرقمية والتعلّم المستقل.

جدول (١٩)
عيوب استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	ضعف التركيز لدى بعض الطلبة بسبب الجوانب الترفيهية في الوسائط المتعددة	99	24.1
٢	الاعتماد الزائد على التقنيات بدل التفكير والتحليل الذاتي	92	22.4
٣	مشكلات تقنية متكررة (مثل ضعف الإنترنت أو تعطل الأجهزة)	85	20.7
٤	قلة تفاعل الطلبة في حال كانت المادة معروضة بشكل جاهز وغير تفاعلي	75	18.3
٥	عدم إتقان بعض أعضاء هيئة التدريس لاستخدام الوسائط المتعددة بكفاءة	63	15.4
٦	صعوبة متابعة الطلاب الذين لا يمتلكون مهارات رقمية كافية	56	13.7
٧	إمكانية تشتت الطلاب بين المحتوى التعليمي والمحتوى غير المرتبط بالدرس	52	12.7
٨	ارتفاع تكلفة تجهيز القاعات والمعدات اللازمة	51	12.4
٩	الحاجة إلى وقت وجهد إضافي لإعداد المواد التعليمية متعددة الوسائط	49	12.0
١٠	ضعف الجانب الإنساني والتواصل المباشر بين الأستاذ والطلبة	41	10.0

تبين أن من عيوب استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي (ضعف التركيز لدى بعض الطلبة بسبب الجوانب الترفيهية في الوسائط المتعددة) بنسبة مئوية (٢٤.١٪)، و(الاعتماد الزائد على التقنيات بدل التفكير والتحليل الذاتي) بنسبة مئوية (٢٢.٤٪)، و(مشكلات تقنية متكررة (مثل ضعف الإنترنت أو تعطل الأجهزة)) بنسبة مئوية (٢٠.٧٪)، و(قلة تفاعل الطلبة في حال كانت المادة معروضة بشكل جاهز وغير تفاعلي) بنسبة مئوية (١٨.٣٪)، و(عدم إتقان بعض أعضاء هيئة التدريس لاستخدام الوسائط المتعددة بكفاءة) بنسبة مئوية (١٥.٤٪)، و(صعوبة متابعة الطلاب الذين لا يمتلكون مهارات رقمية كافية) بنسبة مئوية (١٣.٧٪)، و(إمكانية تشتت الطلاب بين المحتوى التعليمي والمحتوى غير المرتبط بالدرس) بنسبة مئوية (١٢.٧٪)، و(ارتفاع تكلفة تجهيز القاعات والمعدات اللازمة) بنسبة مئوية (١٢.٤٪)، و(الحاجة إلى وقت وجهد إضافي لإعداد المواد التعليمية متعددة الوسائط) بنسبة مئوية (١٢.٠٪)، و(ضعف الجانب الإنساني والتواصل المباشر بين الأستاذ والطلبة) بنسبة مئوية (١٠.٠٪).

وتوضح هذه النتائج أن الوسائط المتعددة رغم فوائدها الكبيرة، إلا أنها تحتاج إلى إدارة جيدة وتخطيط مدروس، لتجنب هذه العيوب، وتحقيق أقصى استفادة تعليمية.

وبينت دراسة (Backer & Awad, 2025) وجود مخاطر واضحة لاستخدام شبكات التواصل، منها: (تشتيت، مخاطرة، خصوصية، تفاوت في الفائدة التعليمية). وبينت دراسة (Staneviciene & Žekienė, 2025) أن هناك تحديات لاستخدام الوسائط المتعدّدة، مثل البُنى التحتية وتدريب المُدرّسين والتصميم التربوي.

٨. ما مقترحات تطوير استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي؟

جدول (٢٠)

مقترحات تطوير استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	تنظيم دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس حول استخدام الوسائط المتعددة بفعالية	117	28.5
٢	تطوير البنية التحتية التقنية في القاعات الدراسية (أجهزة حديثة، إنترنت سريع)	98	23.9
٣	توفير دعم فني دائم لمساعدة الأساتذة والطلبة في التعامل مع الأدوات الرقمية	92	22.4
٤	تصميم محتوى تعليمي تفاعلي يجمع بين الصوت والصورة والنصوص والاختبارات	90	22.0
٥	تشجيع الطلبة على إنتاج مشاريع تعليمية باستخدام الوسائط المتعددة	78	19.0
٦	تحفيز التعاون بين أقسام تكنولوجيا التعليم وأعضاء هيئة التدريس لتطوير المواد التعليمية	77	18.8
٧	إدماج الوسائط المتعددة ضمن المقررات الدراسية بطريقة منهجية ومنظمة	70	17.1
٨	تخصيص ميزانيات واضحة لتحديث البرامج والأجهزة التعليمية	63	15.4
٩	تعزيز التكامل بين التعلم التقليدي والوسائط المتعددة (التعلم المدمج)	62	15.1
١٠	تقييم مستمر لتجربة استخدام الوسائط المتعددة وتحسينها بناءً على التغذية الراجعة	57	13.9

تبين أن من مقترحات تطوير استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي (تنظيم دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس حول استخدام الوسائط المتعددة بفعالية) بنسبة مئوية (٢٨.٥٪)، و(تطوير البنية التحتية التقنية في القاعات الدراسية (أجهزة حديثة، إنترنت سريع)) بنسبة مئوية (٢٣.٩٪)، و(توفير دعم فني دائم لمساعدة الأساتذة والطلبة في التعامل مع الأدوات الرقمية) بنسبة مئوية (٢٢.٤٪)، و(تصميم محتوى تعليمي تفاعلي يجمع بين الصوت والصورة والنصوص والاختبارات) بنسبة مئوية (٢٢.٠٪)، و(تشجيع الطلبة على إنتاج مشاريع تعليمية باستخدام الوسائط المتعددة) بنسبة مئوية (١٩.٠٪)، و(تحفيز التعاون بين أقسام تكنولوجيا التعليم وأعضاء هيئة التدريس لتطوير المواد التعليمية) بنسبة مئوية (١٨.٨٪)، و(إدماج الوسائط المتعددة ضمن المقررات الدراسية بطريقة منهجية ومنظمة) بنسبة مئوية (١٧.١٪)، و(تخصيص ميزانيات واضحة لتحديث البرامج والأجهزة التعليمية) بنسبة مئوية (١٥.٤٪)، و(تعزيز التكامل بين التعلم التقليدي والوسائط المتعددة (التعلم المدمج)) بنسبة مئوية (١٥.١٪)، و(تقييم مستمر لتجربة استخدام الوسائط المتعددة وتحسينها بناءً على التغذية الراجعة) بنسبة مئوية (١٣.٩٪).

توضح هذه المقترحات أن تطوير استخدام الوسائط المتعددة يتطلب نهجًا متكاملاً يجمع بين التدريب والتكنولوجيا والمحتوى والتنظيم والدعم المالي والتقييم الدوري، لضمان تحقيق أفضل النتائج التعليمية.

ثانيًا: اختبار فرضيات الدراسة:

١. يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي ومستوى الإشباعات المتحققة لديهم.

جدول (٢١)
التحقق من صحة فرضية العلاقة بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي ومستوى الإشباعات المتحققة لديهم

معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الدلالة
٠.٥٨٦	٠.٠٠٠	دالة

تبين أن معامل الارتباط بلغ (٠.٥٨٦)، ومستوى الدلالة بلغ (٠.٠٠٠)، وهو أقل من (٠.٠٥)، وهذا يدل على **وجود علاقة طردية** ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي ومستوى الإشباعات المتحققة لديهم.

أي أنه كلما زاد استخدام الطلبة للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي، زادت الإشباعات التعليمية والنفسية والاجتماعية والتقنية التي يحققونها. وأن الطلبة الذين يستخدمون الوسائط المتعددة بشكل أكبر يحققون مستويات أعلى من الفهم والاستيعاب وتنمية المهارات والتحفيز النفسي والتفاعل الاجتماعي والكفاءة التقنية. وهذا يدعم الفرضية القائلة بأن الوسائط المتعددة ليست مجرد أدوات تعليمية، بل أداة فعّالة لتعزيز التجربة التعليمية المتكاملة للطلبة.

وبينت دراسة (Swidan, et. al., 2025) أنه يلزم في دراسات الوسائط المتعددة أخذ أدوات الذكاء الاصطناعي بعين الاعتبار، كمكوّن متزايد التأثير على الإشباعات والدوافع. وبينت دراسة (Haerani, et. al., 2025) أن استخدام الوسائط المتعددة يشكل إشباعات متحققة يُدرك الطالب فائدتها، وهي تشكّل له إشباعًا (معرفيًا أو ترفيهيًا). وبينت دراسة (Odoom, et. al., 2025) أن أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تختلف بحسب البيئة.

٢. يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (الجنس، التخصص، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).

جدول (٢٢)
الفروقات حول مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

المتغير	المجموعات	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	قيمة "Sig."	الدلالة	لصالح
الجنس	ذكر	237	4.291	0.745	-1.785	0.075	غير دالة	---
	أنثى	173	4.422	0.716				
التخصص	علمي	146	4.185	0.814	-3.349	0.001	دالة	أدبي
	أدبي	264	4.436	0.672				
المرحلة الدراسية	بكالوريوس	382	4.332	0.744	-1.415	0.158	غير دالة	---
	ماجستير	28	4.536	0.576				
نوع الجامعة	حكومية	125	4.432	0.722	1.566	0.118	غير دالة	---
	خاصة	285	4.309	0.738				

تبين أن:

- قيم "Sig." المحسوبة **أكبر** من "0.05" بالنسبة لمتغيرات: (الجنس، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة)، وهذا يدل على **عدم وجود** فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (الجنس، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).
- قيمة "Sig." المحسوبة **أقل** من "0.05" بالنسبة لمتغير: (التخصص)، وهذا يدل على **وجود** فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (التخصص)، ولصالح (أدبي)، حسب المتوسط الحسابي الأعلى.

يشير ذلك إلى أن استخدام الطلبة للوسائط المتعددة متشابه نسبيًا بغض النظر عن جنس الطالب ومرحلته الدراسية ونوع الجامعة، مما يعكس انتشارًا متساويًا لهذه الأدوات عبر هذه الفئات. وقد يكون الطلبة في التخصصات الأدبية أكثر ميلاً لاستخدام الوسائط المتعددة لتوضيح المفاهيم وعرض المشاريع أو تعزيز التفاعل والابتكار في التعلم، بينما قد تعتمد التخصصات العلمية أو التقنية على أدوات أو أساليب تعليمية أخرى.

وبينت دراسة (Odoom, et. al., 2025) أن أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تختلف بحسب البيئة.

٣. يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (الجنس، التخصص، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).

جدول (٢٣)
الفروقات حول مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي

المتغير	المجموعات	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	قيمة "Sig."	الدلالة	لصالح
الجنس	ذكر	237	4.194	0.846	-1.418	0.157	غير دالة	---
	أنثى	173	4.306	0.710				
التخصص	علمي	146	4.089	0.838	-2.921	0.004	دالة	أدبي
	أدبي	264	4.326	0.755				
المرحلة الدراسية	بكالوريوس	382	4.230	0.777	-1.047	0.296	غير دالة	---
	ماجستير	28	4.393	0.994				
نوع الجامعة	حكومية	125	4.328	0.840	1.466	0.143	غير دالة	---
	خاصة	285	4.204	0.770				

تبين أن:

- قيم ".Sig" المحسوبة **أكبر** من "0.05" بالنسبة لمتغيرات: (الجنس، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة)، وهذا يدل على **عدم وجود** فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (الجنس، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).
- قيمة ".Sig" المحسوبة **أقل** من "0.05" بالنسبة لمتغير: (التخصص)، وهذا يدل على **وجود** فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (التخصص)، ولصالح (أدبي)، حسب المتوسط الحسابي الأعلى.

يشير ذلك إلى أن الاستفادة من الوسائط المتعددة وتحقيق الإشباعات التعليمية والنفسية والاجتماعية متساوي تقريبًا بغض النظر عن جنس الطالب أو المرحلة الدراسية أو نوع الجامعة، مما يعكس شيوع استخدام الوسائط المتعددة على نطاق واسع بين مختلف الفئات. وأن الطلبة في التخصصات الأدبية قد يجدون الوسائط المتعددة أكثر فاعلية في تعزيز الفهم والتفكير النقدي والتحفيز الذاتي مقارنة بالتخصصات العلمية.

النتائج والتوصيات والإطار المقترح والدراسات المقترحة:

أولاً: نتائج الدراسة:

- مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي جاء بوزن نسبي (86.927)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).
- مستوى فاعلية استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي جاء بوزن نسبي (86.585)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).

- مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي جاء بوزن نسبي (84.829)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).
- مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تحسين التواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس جاء بوزن نسبي (84.439)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).
- مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تعزيز المشاركة الصفية والتعلم التعاوني جاء بوزن نسبي (83.854)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).
- مدى إسهام استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي في تطوير مهارات التعلم الذاتي لدى الطلبة جاء بوزن نسبي (84.439)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جدًا).
- مدى استعداد طلبة الجامعات لاستخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي بشكل أوسع في المستقبل جاء بوزن نسبي (83.756)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة).
- وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي ومستوى الإشباعات المتحققة لدى طلبة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (الجنس، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (التخصص)، ولصالح (أدبي).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (الجنس، المرحلة الدراسية، نوع الجامعة).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعات للوسائط المتعددة في التعليم الجامعي تعزى لمتغيرات: (التخصص)، ولصالح (أدبي).

ثانيًا: توصيات الدراسة:

- تنظيم دورات تدريبية وورش عمل تهدف إلى تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس في الاستخدام الفعّال للوسائط المتعددة، مع التركيز على أساليب تصميم محتوى تفاعلي وجذاب يدعم العملية التعليمية.

- تقديم إرشادات واضحة حول كيفية دمج الوسائط المتعددة مع استراتيجيات التدريس التقليدية، بما يسهم في تبنّي نموذج التعلم المدمج وتحقيق أقصى استفادة منه.
- تحديث البنية التحتية للقاعات الدراسية من خلال تزويدها بأجهزة حديثة، وحواسيب عالية الأداء، وأنظمة عرض متطورة، إلى جانب توفير خدمة إنترنت سريعة ومستقرة لدعم الاستخدام الفعلي للوسائط المتعددة.
- تقديم دعم فني مستمر للأساتذة والطلبة، بما يمكّنهم من التعامل مع أدوات وتقنيات الوسائط المتعددة، ويساعدهم على تجاوز المشكلات التقنية التي قد تعيق استخدامها.
- إعداد محتوى تعليمي متعدد الوسائط يجمع بين النصوص والصور والفيديو والصوت والاختبارات التفاعلية، مع مراعاة اختلاف أنماط التعلم لدى الطلبة وتنوّع ميولهم.
- تشجيع الطلبة على تطوير مشاريع تعليمية توظّف الوسائط المتعددة، بما يعزز مهاراتهم في التعلم الذاتي، والتفكير النقدي، والإبداع، ويزيد من تفاعلهم مع المحتوى التعليمي.
- توظيف الوسائط المتعددة لتعزيز النقاش والتعاون بين الطلبة، وتحسين قنوات التواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس، بما يخلق بيئة تعليمية أكثر تفاعلاً.
- دمج أنشطة تفاعلية ومهام تطبيقية تربط الجانب النظري بالتطبيق العملي، وتدعم قدرة الطلبة على استخدام المعرفة في مواقف تعليمية واقعية.
- إجراء تقييم دوري لمدى فاعلية استخدام الوسائط المتعددة من خلال جمع التغذية الراجعة من الطلبة والأساتذة، ومن ثم تعديل الاستراتيجيات التعليمية استناداً إلى النتائج المحققة.
- تطوير مؤشرات قياس دقيقة لتقييم أثر الوسائط المتعددة في تحسين الأداء الأكاديمي، ومستوى الفهم، والاستيعاب لدى الطلبة.
- تصميم محتوى يتناسب مع التخصصات المختلفة والمراحل الدراسية المتنوعة، مع مراعاة احتياجات الطلبة ذوي الإعاقة أو ذوي الضعف الرقمي لضمان شمولية العملية التعليمية.

ثالثًا: الإطار العملي المقترح:

تم تصميم إطار عملي مقترح لتفعيل استخدام الوسائط المتعددة في الجامعات الإماراتية، وذلك على النحو التالي:

مقدمة الإطار العملي المقترح:

يهدف هذا الإطار العملي إلى وضع تصور تطبيقي شامل يساعد الجامعات الإماراتية على تعزيز توظيف الوسائط المتعددة في العملية التعليمية، بما يضمن تطوير مهارات الطلبة، ودعم استراتيجيات التدريس الحديثة، وتحقيق الإشباعات التعليمية والمعرفية المرجوّة. وقد بُني هذا الإطار استنادًا إلى نتائج الدراسة، والتوصيات المشتقة منها، ومتطلبات بيئة التعليم الجامعي في دولة الإمارات.

مكونات الإطار العملي المقترح:

١. محور التأهيل والتدريب:

يرتكز هذا المحور على بناء القدرات البشرية داخل الجامعات من خلال:

- تدريب أعضاء هيئة التدريس على تصميم المحتوى التفاعلي وتوظيف الوسائط المتعددة في الشرح والتقويم وإدارة الأنشطة الصفية.
- تنظيم ورش عمل متقدمة تتناول استراتيجيات التعليم المدمج، وتصميم العروض التعليمية الرقمية، وإنتاج الفيديوهات القصيرة التعليمية.
- تقديم حقيبة إرشادية تعليمية تتضمن خطوات دمج الوسائط المتعددة في الدروس، ونماذج تطبيقية جاهزة.

٢. محور تطوير البنية التحتية التقنية:

يتضمن تجهيز البيئة التعليمية بما يضمن الاستخدام الأمثل للوسائط المتعددة من خلال:

- تحديث القاعات الدراسية بأجهزة حديثة (حواسيب، أجهزة عرض، لوحات ذكية).
- توفير شبكة إنترنت عالية السرعة تغطي القاعات والمختبرات والمرافق الأكاديمية.
- إنشاء مراكز دعم فني متخصصة متاحة للطلبة وأعضاء هيئة التدريس طوال الأسبوع.

٣. محور إنتاج المحتوى الرقمي:

يُعنى هذا المحور بتوفير محتوى تعليمي متنوع يدعم احتياجات الطلبة المختلفة عبر:

- تصميم محتوى متعدد الوسائط يتضمن نصوصاً وصوراً وفيديوهات وتسجيلات صوتية وتطبيقات تفاعلية.
- مراعاة أنماط التعلم المختلفة (البصري، السمعي، الحركي) عند تطوير المحتوى.
- إنشاء مستودع رقمي موحد يُخزّن فيه المحتوى الإلكتروني، ويتيح للطلبة الوصول إليه بسهولة.

٤. محور تطوير مهارات الطلبة:

يركز هذا المحور على تغيير دور الطالب من متلقٍّ إلى منتج ومشارك في التعلم، من خلال:

- تشجيع الطلبة على إعداد مشاريع تعليمية رقمية باستخدام برامج تحرير الفيديو والرسوم التفاعلية والعروض التقديمية المتقدمة.
- تضمين مهام تطبيقية تربط النظرية بالتطبيق، وتوظف الوسائط المتعددة في التحليل والعرض والتفسير.
- تعزيز مهارات التفكير النقدي والإبداعي من خلال أنشطة تشاركية تعتمد على المحتوى الرقمي.

٥. محور التفاعل والتواصل الأكاديمي:

يهدف هذا المحور إلى تحسين قنوات التواصل باستخدام الوسائط المتعددة عبر:

- استخدام أدوات رقمية تتيح النقاش والتفاعل داخل الصفوف الافتراضية أو القاعات التقليدية.
- تحسين التواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس عبر المنصات الرقمية، بمحتوى مرئي وصوتي تفاعلي.
- تحفيز المشاركة التعاونية من خلال مشاريع جماعية تعتمد على إنتاج مواد رقمية مشتركة.

٦. محور التقويم والتطوير المستمر:

يضمن هذا المحور متابعة فاعلية الإطار وتحديثه بشكل دوري من خلال:

- إجراء تقييمات دورية لمدى توظيف الوسائط المتعددة في التعليم، اعتماداً على استبانات الطلبة والأساتذة.
- تحليل التغذية الراجعة لتطوير المحتوى والاستراتيجيات.
- تصميم مؤشرات قياس واضحة تشمل: (مستوى الفهم والاستيعاب، المهارات المكتسبة، جودة التفاعل، الأداء الأكاديمي).
- تحسين الخطط بناءً على نتائج القياس.

٧. محور مراعاة التنوع والاحتياجات الخاصة:

يتضمن هذا المحور ضمان شمولية الإطار لجميع الطلبة عبر:

- تصميم محتوى يتناسب مع مختلف التخصصات والمستويات الدراسية.
- مراعاة الطلبة ذوي الإعاقة أو الضعف الرقمي بتوفير خيارات بديلة للمحتوى (نسخ صوتية، ترجمات، محتوى مبسط).
- تقديم جلسات دعم تقنية فردية للطلبة الذين يحتاجون إلى تعزيز مهاراتهم الرقمية.

آلية تطبيق الإطار العملي المقترح (خارطة التنفيذ):

جدول (٢١)
آلية تطبيق الإطار العملي المقترح لتفعيل استخدام الوسائط المتعددة في الجامعات الإماراتية

المرحلة	الإجراءات الأساسية	الجهات المسؤولة
مرحلة الإعداد	جمع البيانات، تحديد الاحتياجات، وضع خطة التدريب	إدارة الجامعة، عمادة الجودة، الأقسام الأكاديمية
مرحلة التنفيذ	التدريب، تجهيز القاعات، إنتاج المحتوى، إطلاق الأنشطة	مركز التقنية، أعضاء هيئة التدريس، الدعم الفني
مرحلة المتابعة	جمع التغذية الراجعة، قياس المؤشرات، تعديل البرامج	عمادة التطوير الأكاديمي، مركز التعلم الإلكتروني
مرحلة التطوير المستمر	تحديث المحتوى، تطوير المهارات، تحسين البنية التقنية	كافة الجهات المعنية بالتعليم الجامعي

النتائج المتوقعة من تطبيق الإطار العملي المقترح:

- رفع مستوى التفاعل بين الطالب والمحتوى.
- تحسين الأداء الأكاديمي من خلال دعم الاستيعاب المتعمق.
- تعزيز قدرات الطلبة في الإنتاج الرقمي والتعلم الذاتي.
- تطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس في التعليم التكنولوجي.
- توفير بيئة تعليمية حديثة تتوافق مع رؤية الإمارات في تطوير التعليم.

رابعًا: الدراسات المقترحة:

- العلاقة بين استخدام أنواع مختلفة من الوسائط المتعددة ومستوى تحصيل الطلبة الأكاديمي في مختلف التخصصات.
- الفرق في الفاعلية التعليمية ومستوى الإشباعات المتحققة بين الطلاب الذين يتلقون التعليم التقليدي مقابل الطلاب الذين يستخدمون الوسائط المتعددة بشكل متكامل.
- استخدام الوسائط المتعددة في الأنشطة التفاعلية لتعزيز مهارات التفكير النقدي والإبداعي، وربط النتائج بمستوى الأداء الأكاديمي.
- الفروق في استخدام الوسائط المتعددة بين التخصصات العلمية والأدبية وتأثير ذلك على الإشباعات التعليمية والنفسية والاجتماعية.
- العلاقة بين استخدام الوسائط المتعددة واستقلالية التعلم.
- أثر توفير منصات التعلم الإلكتروني المتقدمة على مستوى الاعتماد على الذات.
- تصميم وتوظيف الوسائط المتعددة لتلبية احتياجات الطلبة ذوي الإعاقات أو صعوبات التعلم، مع تقييم أثرها على المشاركة والفهم.
- أثر الدورات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس على جودة استخدام الوسائط المتعددة ومستوى تفاعل الطلبة وتحقيق الإشباعات التعليمية.
- أثر استخدام الوسائط المتعددة على الدافعية والإحساس بالإنجاز وتقليل التوتر والملل أثناء التعلم.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

١. بوخاري، محمد وقاسمي، إبراهيم (٢٠١٩م). الإعلام التقليدي والإعلام الجديد من خلال نظرية الاستخدامات والإشباعات، مجلة روافد للبحوث والدراسات، ٢٥-٤٥، ٢(٤).
٢. الزبن، هلا والعساف حمزة (٢٠٢٣م). أثر استخدام الوسائط المتعددة في تدريس اللغة العربية في تنمية مهارات الاستيعاب القرائي لدى طلبة المرحلة الأساسية في لواء الجيزة، مجلة المناهج وطرق التدريس، ٢(١١)، ١٧-٣٤.
٣. العودات، جبريل ومحاسنة، وعمر (٢٠١٢م). أثر استخدام الوسائط المتعددة في تحصيل طلبة كلية الشوبك الجامعية في ضوء متغيري العمر والمعدل التراكمي، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد (٢٧)، ٢٣٥-٢٥٢.
٤. غيلاني، فاطمة الزهراء وهدروق، فائزة (٢٠١٩م). استخدام الوسائط المتعددة في التعليم الجامعي دراسة ميدانية لطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

٥. فضل، محمود والكحكي، ياسمين، والخطيب، زينب (٢٠٢٢م). تصميم برنامج باستخدام الوسائط المتعددة لتقنيات النسيج السادة وفاعليته في التعليم عن بعد، مجلة حوار جنوب جنوب، ١٩٠-٢٢١، ٥(١٤).
٦. محمود، حامد (٢٠٢٠م). أثر تصميم وحدة متعددة الوسائط التعليمية في تدريس مادة الخط العربي: أثر تصميم وحدة متعددة الوسائط التعليمية في تدريس مادة الخط العربي، مداد الآداب، ١٠(٢٠)، ٤٣١-٤٤٦.
٧. اليونسكو (٢٠٢٢م)، فهرس دليل اليونسكو في مصطلحات تكنولوجيا المعلومات، لبنان.

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

1. Abdulrahaman, M., Faruk, N., Oloyede, A., Surajudeen-Bakinde, N., Olawoyin, L., Mejabi, O., ... & Azeez, A. (2020). Multimedia tools in the teaching and learning processes: A systematic review. Heliyon, 6(11).
2. Askar, N. & Mellor, N. (2024). Exploring uses and gratifications of podcasts among young arab audiences. Social Sciences & Humanities Open, 10, 101176.
3. Backer, H. & Awad, I. (2025). The extensive use of social media by Arab university students (gratifications, impact, and risks). Entertainment Computing, 53, 100926.
4. Backer, H. & Awad, I. (2025). The extensive use of social media by Arab university students (gratifications, impact, and risks). Entertainment Computing, 53, 100926.
5. Badr, A., Al-Abdi, B., Rfeqallah, M., Kasim, R. & Ali, F. (2024). Information quality and students' academic performance: the mediating roles of perceived usefulness, entertainment and social media usage. Smart Learning Environments, 11(1), 45.
6. Blumler, J. & Katz, E. (1974). The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Sage Annual Reviews of Communication Research Volume III.
7. Guaña-Moya, J., Arteaga-Alcívar, Y., Criollo-C, S. & Cajamarca-Carrazco, D. (2024). Use of interactive technologies to increase motivation in university online courses. Education Sciences, 14(12), 1406.
8. Haerani, N., Afiyattena, N. & Sumedi, S. (2025). The University Students Experiences in Designing a Digital Multimodal Learning Media for Teaching. Indonesian Journal of Education and Learning, 8(2), 91-102.
9. Jacobs, A., Pan, Y. & Ho, Y. (2024). Exploring the Effectiveness of Bite-Sized Learning for Statistics via TikTok. International Journal of E-Learning & Distance Education/Revue internationale du e-learning et la formation à distance, 39(2).
10. Krokhina, J., Kruse, I., Khairullina, E., Ibragimov, G., Kochneva, L. & Pashanova, O. (2024). An examination of mobile learning adoption in higher education: Research trends in twenty years. Contemporary Educational Technology, 16(4), ep542.
11. Kveselava, K., Bochorishvili, I., Tedeshvili, L. & Jikidze, L. (2024). Multimedia in education: what do students think?. Georgian Scientists, 6(2), 21-35.
12. Mayer, R. (2002). Multimedia learning. In Psychology of learning and motivation (Vol. 41, pp. 85-139). Academic Press.
13. Odoom, D., Agyepong, L., Dick-Sagoe, C. & Mensah, E. (2025). Unveiling the social media landscape: exploring factors influencing usage patterns among tertiary education students in Ghana. Education and Information Technologies, 30(3), 3861-3883.
14. Shamseldien, F., Abdelkareem, A., Okela, A., & Aseda, M. (2025). Young Emiratis' uses and gratifications of mobile news and storytelling. Frontiers in Communication, 10, 1541747.
15. Staneviciene, E. & Žekienė, G. (2025). The Use of Multimedia in the Teaching and Learning Process of Higher Education: A Systematic Review. Sustainability, 17(19), 8859.
16. Staneviciene, E., & Žekienė, G. (2025). The Use of Multimedia in the Teaching and Learning Process of Higher Education: A Systematic Review. Sustainability, 17(19), 8859.
17. Swidan, A., Lee, S. & Romdhane, S. (2025). College Students' Use and Perceptions of AI Tools in the UAE: Motivations, Ethical Concerns and Institutional Guidelines. Education Sciences, 15(4), 461.
18. Zeng, J., Chen, Y. & Zheng, Y. (2024). Designing the multimedia system for improving promotion of college students' psychological capital. Heliyon, 10(3).

ملحق (١)
أسماء محكمي الاستبانة

الاسم	التعريف
د. يحيى بن العربي	أستاذ مشارك في الاتصال والإعلام جامعة ليوا – الإمارات
د. سميرة بلغثية	أستاذ مساعد في الاتصال والإعلام جامعة الذيد – الإمارات
د. عرين الزعبي	أستاذ مساعد في الاتصال والإعلام الرقمي جامعة الذيد – الإمارات
د. إبراهيم فرج أبو شمالة	مختص في مجال البحث العلمي والتحليل الإحصائي – فلسطين

University Students' Use of Multimedia in Higher Education and the Gratifications Derived from it: A Field Study on Universities in the United Arab Emirates (*)

Dr. Ahd Maher Abu Draz
drahed.draz@uaqu.ac.ae
Associate Professor of Media,
College of Mass Communication,
Umm Al Quwain University

Abstract

This study aimed to investigate the reality of university students' use of multimedia in higher education and the gratifications achieved from such use. The study adopted the descriptive-analytical approach and utilized an online questionnaire as the data collection tool. The study sample consisted of (410) university students in the United Arab Emirates.

The results revealed that the level of university students' use of multimedia in higher education was rated at a relative weight of 86.927, indicating a very high level of agreement.

The level of gratifications obtained from the use of multimedia was rated at a relative weight of 84.829, indicating a very high level of agreement. A positive statistically significant correlation was found at the level of $\alpha \leq 0.05$ between the level of multimedia use by students and the gratifications achieved.

Based on these findings, the study recommended encouraging the development of educational projects for students using multimedia to enhance self-directed learning, critical thinking, and creativity. Conducting regular evaluations of multimedia use through feedback from students and instructors, and adjusting educational strategies based on the outcomes.

Keywords: Multimedia - Higher Education - Gratifications.

(*)The Paper was received on November 16, 2025, and accepted for publication on December 25, 2025.

Copyright © APRA 2025

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 Public Relations Association
(EPRA)

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

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

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

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

The Journal is indexed within the following international digital databases:

- 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 15 days 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 30 days or more.
- 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, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
And also, to the Journal email: jprr@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 2023 = 2.7558 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2023 = 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.

Journal of PR esearch Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRRME)
Scientific Refereed Journal
Sixtieth Issue - Thirteenth Year - October/December 2025

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. Mubarak Alhazmi (ksa)
Professor of Public Relations
King Abdulaziz University

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

Prof. Dr. Fouad Ali Saddan (Yemen)
Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Sana'a University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)
Associate Professor and Educational Consultant,
National Defense College - Abu Dhabi
Ministry of Defense – (UAE)

English Reviewer
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

Arabic Reviewers
Ali Elmehy

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 - Shiben 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 **
JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)
Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)
Professor of Media at the University of Baghdad and currently Head of the Digital Media Department at Al-Noor University in Nineveh, Iraq

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. 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 & Televosion and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)
Professor of Public Relations,Department of Journalism, Media, and Digital Communication, Jordan 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. Abdul Malek Radman Al-Danani,(Yemen)
Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

Prof. Dr. Kholoud Abdullah Mohammed Miliani (KSA)
Professor, Faculty of Communication & Media, King Abdulaziz University, KSA.

Prof. Dr. Tariq Mohamed Al-Saidi (Egypt)
Professor, Faculty of Specific Education, Menofia University, Egypt.

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

Journal of PR Research Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Thirteenth Year - Sixtieth Issue – October/December 2025
IF of the Supreme Council of Universities 2025 = 7 Arcif Impact Factor 2025 = 1.75

English Researches:

- ***Associate Prof. Dr. Yasmin Elsayed*** - ***Prof. Dr. Amany Albert*** - *Beni Suef University*
  Dr. Aya Said - *Canadian International College*
  Echo Chambers in News Coverage and their Role in Shaping Geopolitical Narratives 7

Abstracts of Arabic Researches:

- ***Dr. Faisal Kamil Nagmeldin Mohamed*** - *Liwa University - Al Ain*
  Associate Prof. Dr. Ghada Mohamed Othman Salih - *Liwa University - Al Ain*
  The Implications of Social Media Influencers on Generation Z: An Applied Study on the TikTok Platforme 40
- ***Associate Prof. Dr. El-Sayed Abdul Rahman Ali*** - *Liwa University - Al Ain*
  Recent Trends in Integrated Marketing Communications Research and Studies 41
- ***Dr. Amal Mohamed Mohamed Henish*** - *Al-Azhar University*
  Semiotic Analysis of Cartoons on Israeli Social Media Pages Targeting Arabic during the Aggression against Gaza: The "Israel Speaks Arabic" Page as a Model 42
- ***Dr. Asmaa Ahamed Gooda El-Ebshehy*** - *Higher Institute of Media and Communication Arts in 6th of October*
  Employing Social Listening Tools in Analyzing Sentiments and Public Opinion Trends toward Issues of the Egyptian General Secondary Education (Thanaweya Amma) 44
- ***Dr. Samih Elsayed Sharaki*** - *Al-Azhar University*
  Dr. Osama Mustafa Abd Elwhab - *Al-Azhar University*
  Television Advertising and Adolescents' Purchase Behavior in the Egyptian Villages: A Field Study 46
- ***Dr. Ahd Maher Abu Draz*** - *Umm Al Quwain University*
  University Students' Use of Multimedia in Higher Education and the Gratifications Derived from it: A Field Study on Universities in the United Arab Emirates 48
- ***Dr. Mona Ebrahim Abdelhafz Abdrasol*** - *Al-Azhar University*
  Dr. Shimaa Ahmed Mohamed Refaat - *Al-Azhar University*
  Egyptian Public Trends towards Using Reels as Cybersecurity Awareness Tool on Social Media: A Field Study 49

(ISSN 2314-8721)
Egyptian Public Relations Association
(EPRA)
Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019
Copyright 2025@APRA
www.jprr.epra.org.eg