

استخدامات طلبية الجامعات البحرينية لشبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا والإشباع المتحققة منها

د. حسين خليفة حسن خليفة*

أ. عيسى راشد السبيعي**

مستخلص

استهدفت هذه الدراسة تفصي دوافع طلبية الجامعات البحرينية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا ورصد الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام. اعتمدت هذه الدراسة في صياغة فرضياتها وتساؤلاتها علي نظرية الاستخدامات والإشباع، والتي تؤكد علي أن جمهور وسائل الاتصال جمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال يأتي موجه منه لإشباع احتياجاته ورغباته من التعرض لوسائل الإتصال، فهو ينتقي الوسيلة التي تشبع الاحتياجات الكامنة لديه، وهو الذي يقوم باختيار أنواع المضامين التي تقدم له لكي يتابعها وفقاً لما يناسبه من مضامين، وقد ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموجرافية الخاصة بجمهور الوسيلة الإعلامية، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتم تطبيقها علي عينة متاحة قوامها (300) مفردة.

توصلت الدراسة إلى أنه خلال جائحة كورونا شهدت وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً كثيفاً من قبل طلبية الجامعات البحرينية وجاء في مقدمة تلك الوسائل الواتساب بنسبة (100%)، يليه الفيسبوك بنسبة (96%)، ثم الإنستجرام بنسبة (90%)، والتويتير بنسبة (88%) ثم اليوتيوب بنسبة (78%). كما أظهرت النتائج أن أهم دوافع استخدام طلبية الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة جاءت على النحو التالي: التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل الخارج للاطمئنان عليهم بنسبة (77%)، متابعة ما يقوله المشاهير عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل بنسبة (71%)، التعرف على أهم الأخبار السياسية والفنية والرياضية والاجتماعية المتعلقة بالجائحة بنسبة (70%)، التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ بنسبة (69%)، اكتساب خبرات ومعلومات جديدة عن الجائحة ومسبباتها من مصادر متنوعة بنسبة (62%). وفيما يتعلق بالإشباع المتحققة من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي فقد جاءت كالتالي: الرغبة في إشباع حب الاستطلاع بنسبة (76%)، منح الشعور بالأمان من خلال كم المعارف المتنوعة التي يحصل عليها المبحوث بنسبة (74%)، توفير أصدقاء بالعالم الافتراضي لا يوجدون بالعالم الواقعي بنسبة (73%)، إشباع الحاجات المعرفية للمبحوث في المجالات المتنوعة المتعلقة بالجائحة بعيداً عن التخصص الدراسي بنسبة (72%)، وكذلك أيضاً الشعور بالثقة بالنفس بنسبة (70%).

كلمات مفتاحية: جائحة كورونا؛ الاستخدامات والإشباع؛ شبكات التواصل الاجتماعي؛ طلبية الجامعات؛ مملكة البحرين.

* لمدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة- مصر، والأستاذ المساعد بقسم الإعلام

والعلاقات العامة- كلية العلوم الإدارية والمالية- الجامعة الخليجية- مملكة البحرين.

** الباحث بقسم الإعلام والعلاقات العامة- كلية العلوم المالية والإدارية- الجامعة الخليجية- مملكة

البحرين

Uses and Gratifications of Social Media Platforms during COVID-19 Pandemic among Bahraini University Students

Abstract

Grounded in the uses and gratifications theory, this study investigates the motives of Bahraini university students to use social networks during the COVID-19 pandemic, and to examine the gratifications achieved from this use. To achieve this, the questionnaire as a tool of data collection was applied electronically by using google forms application. A total sample of 300 Bahraini university students was selected using non-probability sampling method. The results indicated that during the Corona pandemic, social media sites witnessed heavy usage by Bahraini university students. The results revealed that social media usage rates are as follows: WhatsApp (100%), Facebook (96%), Instagram (90%), Twitter (88%), then YouTube (78%). The results also showed that the most important motives for university students to use social networks during the pandemic were as follows: communicating with colleagues and friends at home and abroad to check on them (77%), following up on what celebrities say about the pandemic through their pages (71%), identifying the most important political, artistic, sports and social news related to the pandemic (70%), entertainment and leisure time (69%), acquiring new experiences and information about the pandemic and its causes from various sources (62%). With regard to the gratifications achieved from students' usage of social media sites, they came as follows: the desire to satisfy curiosity (76%), granting a sense of security through diverse knowledge obtained by the respondent (74%), acquiring friends in the virtual world who are not in the real world (73%), the satisfaction of the cognitive needs of the respondents in the various areas related to the pandemic away from the academic specialization (72%), as well as the feeling of self-confidence (70%).

Keywords: Bahrain; Corona Pandemic; Social Networks; University Students; Uses and Gratifications.

المقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة طفرة هائلة غير مسبوقة في تاريخ الإنسان في مجالي الاتصالات والمعلومات بدأت معالمها مع انتشار شبكة الإنترنت التي حولت العالم، على اتساع أركانه وتباعدها، إلى قرية كونية صغيرة يتم فيها تبادل الآراء والأفكار والخبرات والمعارف بسهولة ويسر، ثم ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي والتي غيرت من مضمون وشكل الإعلام الحديث، فهذه الشبكات تعد من أشهر مواقع الإنترنت وأكثرها استخداماً، فهي تجتذب أعداد هائلة من المستخدمين من جميع أنحاء العالم بلغت نحو 4.2 مليار مستخدم نشط في أوائل العام الجاري وفقاً للتقرير العالمي "ديجيتال 2021"، بما يمثل حوالي 53.6% من سكان العالم، وهو العدد الذي تزايد خلال العالم الحالي نتيجة لأزمة كورونا (COVID-19) التي يعاني منها العالم في الوقت الحالي⁽¹⁾.

أصبح استخدام شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل الفيسبوك، التويتر، الإنستجرام، اليوتيوب، الواتساب، السناب شات، وغيرها، جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد، ويعزى ذلك إلى الإمكانيات الهائلة التي توفرها هذه التطبيقات والشبكات للمستخدمين، وما تتسم به من خصائص منها العالمية، والتفاعلية، والخدمية، والسرعة، والمرونة، والمشاركة، وإتاحة كافة المعلومات والمحتويات لجمهور المستخدمين حتى باتت هذه الشبكات تتخطى أهداف التواصل التي أنشأت من أجلها، فأصبحت تستخدم كمنصات إعلامية تغطي كافة الجوانب الاجتماعية، والسياسية، والترفيهية، والتعليمية، والاقتصادية، والثقافية، والرياضية، والدينية، وغيرها⁽²⁾.

وتشير العديد من الدراسات إلى أن الغالبية العظمى من مستخدمي شبكات التواصل هم من فئة الشباب، حيث تصل نسبتهم إلى ما يقارب 90% من إجمالي المستخدمين لهذه الشبكات، كما تتنوع وتتمايز دوافع وأغراض هذا الاستخدام لدى الشباب من استخدامها لأغراض التسلية حتى استخدامها في الأغراض التعليمية من قبل الشباب الجامعي، وهو الدور الذي لعبته شبكات التواصل بشكل واضح خلال أزمة كورونا الحالية، فضلاً عن الأدوار الأخرى التي تقوم بها⁽³⁾.

وفي مملكة البحرين، تعد فئة طلبة الجامعات من أكثر الفئات استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة بعد الطفرة الهائلة في تكنولوجيا الهواتف المحمولة، والتي مكنت الأفراد من تصفح واستخدام شبكات التواصل في أي وقت ومن أي مكان، حتى بات استخدامها جزءاً رئيسياً من النشاط اليومي لهم، حيث يأتي الاستخدام لأغراض ودوافع متنوعة، منها الترفيهية، والاجتماعية، والتعليمية، كذلك لأغراض التسوق وغيرها، سعياً نحو تحقيق العديد من الإشباع⁽⁴⁾. ومن هنا تأتي هذه الدراسة لهدف رئيسي وهو التعرف على طبيعة استخدامات طلبة الجامعات البحرينية

لشبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا والوقوف على أهم الدوافع الكامنة وراء هذه الاستخدامات وكذلك أيضا استخلاص أهم الإشباعات المتحققة من استخدام تلك الوسائل.

مشكلة الدراسة

في أعقاب الثورة التي حدثت في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتكنولوجيا الهواتف المحمولة، تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل مختلف فئات المجتمع البحريني، وخاصة من قبل فئة طلبة وطالبات الجامعات البحرينية نظراً للخدمات المتنوعة التي توفرها لهم من تواصل مباشر، وتسليية وترفيه، ومعلومات تثري مخزونهم المعرفي في مرحلة عمرية تتسم بالاحتياج إلى المعرفة العامة والتعليمية. وباتت شبكات التواصل تؤدي دوراً كبيراً في تشكيل اتجاهات الأفراد، وفي التأثير على سلوكياتهم، فمع الإيجابيات المتعددة لشبكات التواصل، إلا أن لها أيضاً العديد من السلبيات التي يمكن أن تؤثر على الشباب البحريني، ومنهم طلبة وطالبات الجامعات⁽⁵⁾. وفي ظل جائحة كورونا، ومع تزايد قيمة وأهمية استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، وتنوع مجالات الاستخدام، وتعدد دوافعها، وأهدافها، والإشباعات المستهدفة تحقيقها من هذا الاستخدام، أصبحت هناك ضرورة للعديد من الدراسات التي تتناول استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي، ورصد دوافع وأسباب ومدى هذا الاستخدام ومعرفة الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات لتحقيقها من استخدامهم لهذه الشبكات. وبناء على ما سبق، تتجسد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما طبيعة استخدامات طلبة الجامعات البحرينية لشبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا وماهية الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام؟

أهمية الدراسة

1. أهمية القضية البحثية التي تنصدي لها الدراسة حول شبكات التواصل الاجتماعي التي تمثل أحد أهم أشكال الإعلام الجديد حيث أصبحت منصات إعلامية جديدة تنافس وسائل الإعلام التقليدية، بل وتتفوق عليها لما تمتلكه من إمكانيات خاصة بسرعة نشر الخبر والمعلومة ووصولها إلى أعداد كبيرة من المتابعين خلال وقت قصير جداً.
2. أهمية فئة الشباب في المجتمع البحريني وضرورة رصد طبيعة استخداماتهم لوسائل الإعلام الجديد خلال جائحة كورونا والتي تؤثر على تشكيل أنساقهم المعرفية والوجدانية والسلوكية.
3. تمثل الدراسة تراكم علميا في مجال الاستخدامات والإشباعات يمكن الاستفادة من نتائجه في الدراسات المستقبلية المعينة بوسائل الإعلام أثناء الأزمات.

أهداف الدراسة

1. الكشف عن حجم استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة.
2. رصد أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي حرص علي متابعتها المبحوثين خلال الجائحة.
3. الوقوف على أهم دوافع المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة.
4. قياس الإشباعات المتحققة من متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة.

تساؤلات الدراسة

1. ما مدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة؟
2. ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي حرص علي متابعتها المبحوثين خلال الجائحة؟
3. ما أهم دوافع المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة؟
4. ما الإشباعات المتحققة من استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع المبحوثين ومستوي استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة. وينتج عن هذه الفرضية فرضيتين فرعيتين على النحو التالي:

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين الدوافع الطوقسية للمبحوثين ومستوي استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة.

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباطية طردية بين الدوافع النفعية للمبحوثين ومستوي استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية بين حجم استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام أثناء الجائحة. وينتج عن هذه الفرضية فرضيتين فرعيتين على النحو التالي:

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين مستوي استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة وإشباعات المحتوي المتحققة.

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين مستوي استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة وإشباعات الوسيلة المتحققة.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة

الدافع: القوة الداخلية والمحركة التي تبعث النشاط والحركة في داخل المرء، وهي التي تظهر سلوكه نحو شيء ما، وتوجهه نحو أهداف محددة يسعى لتحقيقها⁽⁶⁾.

الاستخدام: نشاط اجتماعي يقوم به الفرد، ويتحول تدريجياً إلى نشاط عادي بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر مندمجاً مع ممارسات الفرد، يتكون الاستخدام⁽⁷⁾.

شبكات التواصل الاجتماعي: شبكات اجتماعية تفاعلية تمكن المستخدمين لها من التواصل مع بعضهم البعض من أي مكان وفي أي وقت، وتمكنهم من التواصل الكتابي والمرئي والصوتي وتبادل الصور والمعلومات والآراء، وغيرها من الإمكانيات التي توفرها تلك الشبكات والتي ترسخ العلاقة الاجتماعية بينهم⁽⁸⁾.

الإشباع: النتائج التي يحصل عليها الفرد والمرتبطة بتوقعاته وتطلعاته واستخداماته، بما يعكس إشباع حاجاته باستخدام وسائل الإعلام ورسائله، ويؤدي الحافز إلى إشباع هذه الحاجات عن طريق سلوك اتصالي يسلكه الفرد مع الوسيلة، وترتبط الاستخدامات والإشباع بسوابق ولواحق استخدام الجمهور بوسائل الإعلام ومحتواه⁽⁹⁾.

الطالب الجامعي: الشخص المسجل في جامعة ما لنيل درجة علمية وفقاً للأنظمة المعمول بها في الجامعة المعنية⁽¹⁰⁾.

الدراسات السابقة:

في هذه الأونة، تشهد مواقع التواصل الاجتماعي تزايداً كبيراً ليس فقط في التطبيقات التكنولوجية الحديثة وإنما أيضاً في أعداد المستخدمين لهذه التطبيقات من مختلف الفئات العمرية وخاصة طلبة الجامعات⁽¹¹⁾، وكذلك الدوافع التي تقف وراء هذه الاستخدامات، بالإضافة إلى تباين الإشباع المتحققة من هذه الاستخدامات باختلاف الإطار المكاني والزمني وهو ما يجعل هذه الشبكات تحتل مكانة مهمة في مجالات الحياة المختلفة⁽¹²⁾.

أشارت العديد من الدراسات السابقة إلى أن تنوع المنصات التي يمكن من خلالها الوصول إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أشارت دراسة الشراح (2021) إلى أن الشباب الكويتي من طلبة الجامعة يستخدمون الهاتف المحمول في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 98.1%⁽¹³⁾، كما أشارت دراسة العنزى (2017) إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بواقع ثلاث ساعات يومياً.

وتتنوع تطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعات حيث توصلت دراسة الشراح (2020) (14) ودراسة العنزى (2017) (15) إلى أن تطبيق

الواتساب يأتي في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يتابعها المبحوثين، بينما أشارت دراسة القحطاني (2019) (16) إلى أن تطبيق سناب شات جاء على رأس قائمة تطبيقات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بين المبحوثين. وتتعدد الدوافع التي يتابع من أجلها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي حيث أشارت دراسة جار النبي (2021) إلى أن دافع "التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية" جاء في مقدمة دوافع استخدام شبكات التواصل، يليه "التواصل مع الأصدقاء"، ثم "زيادة المعلومات والمعارف" (17)، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الشراح (2020) من غلبة الدوافع النفعية علي متابعة مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء دافع "التعرف علي الأخبار والأحداث الجارية كأهم الدوافع من استخدام الشبكات الاجتماعية" (18).

كما أظهرت الدراسات السابقة تنوعاً في الأسباب التي تتحقق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت هذه الأسباب تتعلق بالمحتوي (التوجيهية والاجتماعية) أو أسباب الوسيلة (شبه التوجيهية وشبه الاجتماعية)؛ ومن تلك الأسباب التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي الأسباب التعليمية، ففي دراسة جار النبي (2021) وجد أن الهدف الأساسي من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية هو تبادل المعلومات والمحاضرات؛ وهو ما يظهر ان مواقع التواصل الاجتماعي تلبي احتياجات الأفراد المعرفية للمبحوثين (19)، وتوصلت أيضاً نتائج دراسة عيساني والرفاعي (2021) أن الأسباب المتعلقة بالدراسة والتعلم جاءت في مقدمة الأسباب المتحققة من استخدامات المبحوثين لموقع اليوتيوب (20)، وكذلك دراسة العبيدي وحرث (2019) التي أظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي مفيدة جداً إذا كانت مصممة بشكل جيد لاحتياجات الطلاب التعليمية. وفي هذا الصدد، يجد الطلاب أن هذه الشبكات تساعدهم في القيام بعملهم الأكاديمي، وتعزيز أدائهم وزيادة إمكانات الحصول على المعرفة والمهارات بشكل أفضل (21).

ولا تتوقف الأسباب التي يمكن ان تتحقق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي الأسباب التعليمية حيث أشارت دراسة الشراح (2021) إلي أن "التعرف على الأخبار والأحداث الجارية" تمثل أهم الأسباب المتحققة للمبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وذلك لما تتمتع به شبكات التواصل الاجتماعي من وفرة المعلومات وسرعة الوصول إليها (22)، وهو ما أكدته أيضاً دراسة العنزى (2017) بأن الأسباب الإعلامية تأتي في مقدمة الأسباب المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعريف بالأحداث والقضايا التي تدور في إطار المبحوثين (23).

ومن الأسباب الأخرى التي يحققها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدي طلبة الجامعات هي الأسباب النفسية حيث أشارت دراسة الدليمي (2014) أن شبكات

التواصل تحقق إشباعاً نفسياً لدى المنطويين من مستخدمي شبكات التواصل، وهو ما يحقق اشباعاً روحياً لهم(24).

التعليق على الدراسات السابقة

علي الرغم من اتفاق الدراسات السابقة على الهدف الرئيسي وهو التعرف على دوافع استخدامات طلبة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها، وكذلك اتفاقها على استخدام الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة إلا أنها اختلفت في المنهجية التي تم توظيفها فبعض الدراسات اعتمدت علي العينات الاحتمالية وبالتحديد العينات العشوائية البسيطة؛ جار النبي (2021)، الشراح (2021)، العبيدي وحرث (2019)، العنزي (2017)، الدليمي (2014) والبعض الآخر اعتمد علي العينات غير الاحتمالية وبالتحديد العينات القصدية؛ عيساني والرفاعي (2021)، القحطاني (2019).

كذلك تباينت الدراسات السابقة من حيث حجم العينة التي تم التطبيق عليها فبلغ حجم العينة في بعض الدراسات 200 مفردة عيساني والرفاعي (2021) كأصغر حجم للعينة، وفي بعض الدراسات الأخرى بلغ حجم العينة 420 مفردة الشراح (2021) كأكبر حجم للعينة في الدراسات السابقة. ولعل ما سبق بالإضافة إلى اختلاف كلا من الإطار الزمني والمكاني ساهم في اختلاف نوعية الاشباعات المتحققة من استخدامات طلبة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

تمثلت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في التعرف على آلية تنظيم وعرض الإطار المنهجي للدراسة، بالإضافة إلى معرفة كيفية تحديد مشكلة الدراسة بطريقة علمية، وكيفية وضع الأهداف، وصياغة الأسئلة لتأتي متناعمة مع هذه الأهداف. وكذلك أفادت الدراسات السابقة في اختيار المنهج البحثي المناسب للدراسة، وفقاً للمناهج البحثية المختلفة التي تم استخدامها في الدراسات السابقة.

كما تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في التعرف على طريقة جمع البيانات المطلوبة للدراسة والأدوات المناسبة لذلك، سواء الثانوية أو الأولية، وكذلك في تحديد مجتمع الدراسة وطريقة اختيار عينة الدراسة من المجتمع الكلي من طلبة وطالبات الجامعات البحرينية لكي يتم تطبيق الدراسة عليها. وأيضاً مكنت الدراسات السابقة من التعرف على كيفية صياغة الاستبيان وتنظيم محتوياته وتقسيم محاوره وصياغة فقراته، حتى تأتي محكمة تغطي أسئلة وأهداف الدراسة بما يمكن من التوصل إلى إجابات تؤدي إلى التوصل إلى نتائج علمية موضوعية يمكن الوثوق بها، فضلاً عن التعرف على طريقة تحليل البيانات الأولية التي تم جمعها من المبحوثين لاستخلاص نتائج الدراسة التي يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة الكلي المستهدف من الدراسة.

نوع الدراسة:

تقع هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وهي الدراسات التي "تستهدف جمع بيانات وحقائق عن ظاهرة ما، مع وصفها وجمع الحقائق المتعلقة بها وتقريرها، وتساعد البحوث الوصفية على الخروج بالوصف الكمي والكيفي للظاهرة محل الدراسة"⁽²⁵⁾. وتتمثل الظاهرة محل البحث في هذه الدراسة في استخدام طلبة الجامعات البحرينية لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا، حيث تسعى الدراسة لرصد دوافع هذا الاستخدام والتعرف على ما يحققه هذا الاستخدام لطلبة وطالبات الجامعات البحرينية من إشباعات.

منهج الدراسة:

يعرف منهج الدراسة على أنه "عملية منظمة لتقصي الحقائق والفرضيات عن طريق اتباع مجموعة من المناهج المعتمدة، التي توصل الباحث لنتائج تؤكد صحة الحقائق وتقريب مدى قابليتها للتطبيق، أو تثبت الفرضيات، أو تنفيها، أو تعديلها"⁽²⁶⁾. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي والذي يناسب طبيعة الدراسة. ويعرف المنهج المسحي بأنه "طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث"⁽²⁷⁾. وفي إطار منهج المسح تم استخدام أسلوب المسح بالعينة علي طلبة الجامعات البحرينية. وتتمثل الظاهرة محل البحث في هذه الدراسة في استخدام طلبة الجامعات البحرينية لشبكات التواصل الاجتماعي، والتي يسعى البحث لرصد دوافع هذا الاستخدام والتعرف على الإشباعات المتحققة منه لطلبة الجامعات البحرينية أثناء جائحة كورونا.

مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة على أنه "المجتمع الذي يسعى الباحث إلى إجراء الدراسة عليه، أو مجموعة من العناصر تعرف بأنها جميع الوحدات الأساسية التي تشكل مجتمع الدراسة، والتي يستهدف الباحث تعميم النتائج عليها"⁽²⁸⁾. ويتألف مجتمع هذه الدراسة من طلبة الجامعات البحرينية والمهتمين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا.

عينة الدراسة:

تعرف عينة الدراسة بأنها "مجموعة جزئية تمثل مجتمع الدراسة وتتمثل فيها جميع صفات وخصائص المجتمع، ويتم تعميم النتائج المستخلصة منها على المجتمع الأصلي الكبير"⁽²⁹⁾. وتتكون عينة الدراسة من عينة متاحة قوامها (300) مفردة من طلبة وطالبات الجامعة الخليجية، والجامعة الأهلية، وجامعة البحرين.

جدول (1) خصائص عينة الدراسة

خصائص عينة الدراسة الميدانية		ك	%
1	النوع	ذكر	174
		أنثى	126
2	الفئة العمرية	من (18 - 19) سنة	33
		من (20 - 21) سنة	72
		من (21-22) سنة	159
		(22) سنة فأكثر	36
3	السنة الدراسية	الأولي	33
		الثانية	51
		الثالثة	141
		الرابعة	75
4	الجامعة المنتسبين لها	الجامعة الخليجية	186
		جامعة البحرين	48
		الجامعة الأهلية	66
مجموع العينة		300	

الحدود الزمنية للدراسة

تم تطبيق الدراسة الميدانية خلال شهري أبريل- مايو، وبذلك فقد استغرق تطبيق استمارة الاستبانة من خلال برنامج (Google Forms) مدة تصل إلي شهرين، وذلك حتى يتم الوصول إلى حجم مناسب للعينة تسمح بتحقيق أهداف الدراسة.

مصادر بيانات الدراسة:

وظف البحث كلا من مصادر الدراسة الأولية ومصادر الدراسة الثانوية لجمع البيانات اللازمة للدراسة، والتي تمكن من الإجابة على تساؤلاتها واختبار فرضياتها وتحقيق أهدافها الخاصة باستخدامات طلبة الجامعات البحرينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها.

أ. مصادر الدراسة الأولية: وهي البيانات والمعلومات الجديدة التي يتوصل إليها الباحثون أثناء إجراءهم لدراساتهم البحثية؛ وللحصول على البيانات الأولية تمت صياغة الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة، بحيث يغطي الاستبانة أسئلة الدراسة ويحقق أهدافها، ومن خلال استجابات المبحوثين على الاستبانة وتحليلها إحصائياً، يمكن التحقق من الفرضيات والإجابة على التساؤلات.

ب. مصادر الدراسة الثانوية: وهي البيانات والمعلومات والنتائج التي تم التوصل إليها سابقاً والمرتبطة بموضوع الدراسة، ويمكن الحصول عليها من الدراسات السابقة، والكتب والرسائل العلمية، والبحوث الجامعية، والدوريات، والمقالات العلمية المتخصصة، وغيرها، والتي تتوفر على شبكة الانترنت أو في المكتبات. ويتم استعراض هذه المعلومات في الإطار النظري للدراسة حتى يمكن التعرف على ما تم

التوصل إليه سابقاً من نتائج مرتبطة بموضوع الدراسة، ويتم البناء عليها والإستفادة منها في تطبيق هذه الدراسة.

أداة جمع بيانات الدراسة:

تستخدم الدراسة صحيفة الاستبيان كأداة الدراسة لجمع البيانات الأولية من المبحوثين من عينة الدراسة. ويعرف الاستبانة بأنه "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع محدد بحيث تحتوي على مجموعة من التعليمات والأسئلة والفقرات التي تدور حول موضوع البحث والتي تغطي كل من أهداف وأسئلة البحث"⁽³⁰⁾. ولأغراض هذه الدراسة تم إعداد استبانة قائم على نموذج ليكرت خماسي الاستجابة. وينقسم الاستبانة إلى جزئين، يتناول الجزء الأول الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة المختارة، أما الجزء الثاني فيحتوي على الأسئلة والفقرات المرتبطة بأسئلة البحث والتي تسعى الدراسة للحصول على أجوبة عليها تمكن من تحقيق أهداف الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات:

تم قياس صدق الاستبيان بعرضه على مجموعة من المحكمين من أساتذة الكلية والخبراء الإعلاميين، لمراجعته وتم الأخذ بتعديلاتهم على الاستبيان وفقراته واسئلته قبل الصياغة النهائية للاستبيان وعرضه على المبحوثين حتى يتم ضمان وضوح الأسئلة والفقرات وأنها بالفعل جاءت مناسبة لقياس ما وضعت من أجله⁽³¹⁾. أما ثبات الاستبيان، والذي يشير إلى مدى دقته واتساقه وقدرتها على إعطاء نتائج مماثلة عند تكراره على نفس مجتمع الدراسة وفي نفس الظروف، فتم حسابه باستخدام معامل ألفا-كرونباخ (Cronbach's alpha)، وقد بلغت قيمته (0.838).

المعالجة الإحصائية للبيانات:

عقب جمع بيانات الدراسة الأولية من المبحوثين من الشباب الجامعي البحريني من خلال استجاباتهم على أسئلة وفقرات الاستبيان، تم ترميزها ومعالجتها وتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج (SPSS) واستخدام عدد من الأساليب الإحصائية ومنها التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط.

الإطار المعرفي للدراسة: شبكات التواصل الاجتماعي

أولاً: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

اجتذبت شبكات التواصل الاجتماعي الكثير من المستخدمين لها في السنوات الماضية، وتعددت محاولات تقديم تعريف شامل لها، والتي تختلف من باحث لآخر. ومن هذه التعريفات أنها "مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وتمثل الركنة الرئيسية للإعلام البديل أو الجديد، والتي تمكن الأفراد والجماعات من التواصل فيما بينهم من خلال الفضاء الافتراضي"⁽³²⁾.

ويعرفها بارييس ومالوني كريشمار (2005) على أنها "مكان يلتقي فيه الأفراد لتحقيق أهداف وغايات معينة ومحددة، والتي يمكن للمستخدمين لها المساهمة والمشاركة في إنشاء أو إضافة الصفحات بسهولة ويسر من خلال الملفات التعريفية الخاصة بهم"⁽³³⁾.

كما يشير إليها الراوي على أنها "مواقع الكترونية يتم إنشاؤها من خلال شبكة الإنترنت بهدف تمكين المشتركين بها من بث ونشر ما يرغبون به، سواء فيما يخص حياتهم الخاصة أو الشؤون العامة ذات الاهتمام، فيحدث نوع من التواصل بشأنها فيما بينهم، مما يتيح لهم الفرصة في أن يبدوا آراءهم وأفكارهم ووجهات نظرهم بحرية تامة، من خلال عمليات التفاعل والتواصل بينهم عبر ما تقدمه تلك المواقع من خدمات للتواصل كتابياً أو شفهيّاً أو مرئياً"⁽³⁴⁾.

ويعرفها بخيت على أنها "خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء الذين يتميزون بامتلاك ميول وأنشطة واهتمامات مشتركة، والبحث عن أصدقاء يتشاركون معهم فكرياً، وتوفر هذه الخدمات المحادثة الفورية والمراسلة العامة والخاصة ومشاركة الوسائط من صوت وصورة وفيديو وغيرها، وتستقطب ملايين المستخدمين من مختلف بلدان العالم"⁽³⁵⁾.

ويعرفها زايد بأنها "تجمعات اجتماعية تتكون على شبكة الانترنت، والتي من خلالها يدخل عدد من الناس في مناقشات فردية أو جماعية، بحيث يشكلون شبكات للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الالكتروني تجعلهم يشعرون وكأنهم في مجتمع حقيقي للتواصل"⁽³⁶⁾.

ثانياً: مميزات شبكات التواصل الاجتماعي، تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص، منها ما يلي:

- سهولة البناء والاستخدام: فاستخدامها يتم بشكل مجاني، كما أن بناء الروابط للموضوعات محل الاهتمام سهل للغاية، وكذلك تتسم بسهولة مشاركتها والاستفادة منها.

- قدرات اتصالية متعددة: فهي تدمج بين البريد الالكتروني وبناء المواقع، فهي تدمج وسائل اتصال أخرى بمميزاتها في باقة واحدة للمستخدم.

- التفاعلية: فهي تتيح التفاعل الدائم بين المستخدمين، من خلال توافر خدمات التفاعل والتواصل الكتابية، والمرئية، والصوتية، والمرئية، فضلاً عن إمكانية التواصل مع الشخصيات العامة والحصول على استشاراتهم في كافة المجالات محل الاهتمام⁽³⁷⁾.

- بناء وتكوين صداقات متعددة: فهي تمكن المستخدمين من تكوين صداقات افتراضية مع أي فرد من أي مكان في العالم.

- سرعة وفورية نقل المعلومة والحدث: تمكن شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمين من الاطلاع على ونقل المعلومات بمنتهى السرعة، كما تمكن الخدمات التي توفرها الشبكات من تبادل الصور والفيديوهات من نقل الأحداث بشكل فوري، وهو ما يحقق فورية نقل وتشارك المعلومات والأحداث لحظة بلحظة⁽³⁸⁾.

- شمولية الاستخدام: أصبحت شبكات التواصل تستخدم من قبل كل فئات المجتمع الفردية والجماعية نتيجة لاستخداماتها المتعددة في كافة المجالات التعليمية، الترفيهية، السياسية، الفنية، الرياضية، الدينية، الاجتماعية، وغيرها.

- وجود التغذية الراجعة الجماعية: تتسم شبكات التواصل بتوافر الردود والتعليقات على ما يتم نشره، وهو ما يمكن من التصحيح الفوري للمعلومة التي يتم نشرها مما يرفع من درجة مصداقيتها⁽³⁹⁾.

ثالثاً: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

- تكوين الصداقات والتعارف مع الأفراد من كافة أنحاء العالم.
- تبادل المعارف والمعلومات والأخبار بين المستخدمين.
- نشر الأفكار والآراء والتعبير عنها بحرية.
- التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ.
- متابعة الأحداث والأخبار داخلياً وخارجياً.
- اكتساب معارف وخبرات جديدة من الآخرين.
- تكوين رأي عام موحد تجاه قضية ما.
- التواصل مع عدة أشخاص في وقت واحد حسب الحاجة والاهتمام.
- ممارسة الألعاب من أطراف متعددة من خلال شبكات التواصل.
- إنشاء صفحات شخصية سواء للأفراد أو المجموعات من ذوي الاهتمامات المشتركة، وتبادل الأفكار والآراء محل الاهتمام من خلالها.
- إنشاء صفحات متخصصة تجمع ذوي الاهتمامات المشتركة.
- متابعة اخبار المشاهير والنجوم المفضلين في كافة المجالات.
- متابعة الإعلانات التجارية المتعلقة بالخدمات والمنتجات محل الاهتمام.
- القيام بعمليات التسوق وشراء الخدمات والمنتجات من خلالها.
- الإعلان عن الوظائف والخدمات أو البحث عنها من قبل المستخدمين.

- متابعة الصفحات والمجموعات المتخصصة المختلفة والمتنوعة، ومنها الترفيهية، الرياضية، الدينية، الثقافية، التعليمية، الطبية، وغيرها⁽⁴⁰⁾.

- تعزيز العملية التعليمية من خلال استخدام منصات التواصل الاجتماعي في التعليم الإلكتروني، كم حدث خلال أزمة كورونا، مع إضفاء الجانب الاجتماعي له.

رابعاً: دوافع استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي

حدد (Boyd & Ellison, 2007) مجموعة من الدوافع التي تدفع طلبة الجامعات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتم تصنيفها على النحو التالي:

- دوافع تعليمية: وتتمثل في تبادل المواد التعليمية، والمعلومات والخبرات المرتبطة بالدراسة.

- دوافع تجارية: وتتمثل في القيام بأغراض التسويق والترويج والإعلان للبرامج والأنشطة التعليمية الأكاديمية والإدارية.

- دوافع دينية وأخلاقية: وتتمثل في المناهج الدراسية، والأنشطة والمواد الدينية المكتوبة، والمرئية والمسموعة من خلال تبادل المواد والمعلومات والنصيحة.

- دوافع سياسية: وتتمثل في الدعاية والحشد والتوجيه لأنشطة وفاعليات ذات توجهات سياسية، كما حدث فيما عرف بثورات الربيع العربي في عدد من البلدان العربية.

- دوافع ترفيهية: وتتمثل في تبادل الصور والفيديوهات والمحتويات الترفيهية المختلفة.

- دوافع أدبية: وتتمثل في تبادل المحتويات الأدبية وتبادل الأفكار والآراء حولها.

- دوافع نفسية اجتماعية: وتتمثل في السعي نحو الخروج من العزلة عن طريق بناء علاقات اجتماعية افتراضية تشبع حاجات الطلاب الاجتماعية⁽⁴¹⁾.

الإطار النظري للدراسة: نظرية الاستخدامات والإشباع

تعود بدايات الاهتمام بدراسة الإشباع المتحققة لدى الجمهور من استخدام وسائل الإعلام إلى حقبة الأربعينيات من القرن الماضي، وتمثل هذا الاهتمام في عدد من الدراسات التي تم إجراؤها لدراسة هذه الإشباعات ومنها دراسة (Herzog, 1942) والتي تناولت الإشباع المتحققة للجمهور من الاستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة (Berelson 1949) والتي تناولت وظائف قراءة الصحف وما تحققه من إشباع للجمهور⁽⁴²⁾.

وفي عام 1959 قام إلياهو كاتز بتطوير المفاهيم الخاصة بمدخل الاستخدامات والإشباع عبر تحويل مسار الدراسات الإعلامية من محاولة معرفة التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام إلى محاولة معرفة الدور الذي يقوم به الجمهور في التأثير

على وسائل الإعلام. وفي عام 1964 جاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والإشباع بواسطة ريموند باير عبر مقالته العلمية "الجمهور العنيد" والتي أورد فيها أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط وليس متلقي سلبي، فهو يمتلك أهدافه الخاصة التي تدفعه نحو استخدام وسائل الإعلام لإشباع رغبات معينة لديه⁽⁴³⁾.

وحظي تاريخ مدخل الاستخدامات والإشباع وتطوره بالعديد من الدراسات والبحوث والإسهامات الأكاديمية التي أسهمت في خصوصيتها وثنائها، ويمكن تقسيم مراحل تطور الدراسات الخاصة بمدخل الاستخدامات والإشباع على النحو التالي⁽⁴⁴⁾:

أ. المرحلة الوصفية: وبدأت في حقبة الأربعينيات من القرن الماضي، واهتمت هذه المرحلة بتقديم الوصف الخاص باتجاهات جمهور وسائل الاتصال نحو المضامين الإعلامية التي يتعرضون لها، ومن أهم دراسات هذه المرحلة دراسة هيرتزوج في العام 1942.

ب. المرحلة الاستكشافية: وظهرت خلال عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي، واتسمت بتوجهها الميداني؛ والتركيز على المتغيرات الاجتماعية والنفسية والاجتماعية لجمهور وسائل الإعلام، ومن أهم دراسات دراسة إلباهو كاتز (1959)، ودراسة بيرلسون (1959)، ودراسة ريموند باير (1964).

ج. المرحلة التفسيرية: وظهرت في حقبة السبعينيات من القرن الماضي حتى وقتنا هذا، واهتمت بتحديد الإشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام، ومن أهم دراسات دراسة ماك كومبوس (1977)، وألان روبن وجوزيف كونواي (1991).

أولاً: ماهية الاستخدامات والإشباع

هناك العديد من التعريفات التي حاولت تقديم توصيف دقيق لنظرية الاستخدامات والإشباع ومنها تعريفها على أنه "دراسة جمهور وسائل الإعلام ممن يتعرضون له بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة لديهم"⁴⁵. وتري النظرية أن جمهور الإعلام هو جمهور نشط ويظهر نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض للوسيلة الإعلامية التي يختار متابعتها؛ فقبل التعرض للوسيلة فإنه يحدد المحتوى الذي يفي برغباته ويشبع له حاجاته معينة، وأثناء التعرض فهو يركز على إدراك رسائل معينة من المتابعة مع تمييزها حسب درجات أهميتها، وبعد التعرض يقوم بعملية استرجاع انتقائي للمضامين التي تعرض لها، وهو ما يظهر أن له حاجات محددة يستهدف إشباعها من خلال تعرضه للوسيلة الإعلامية⁽⁴⁶⁾.

ثانياً: الأسس التي تقوم عليها النظرية

تقوم النظرية على فرضية رئيسية وهي أن جمهور وسائل الاتصال هو جمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال يأتي موجه منه لإشباع احتياجاته ورغباته من

التعرض لوسائل الإتصال، فهو ينتقي الوسيلة التي تشبع الاحتياجات الكامنة لديه، وهو الذي يقوم باختيار أنواع المضامين التي تقدم له لكي يتابعها وفقاً لما يناسبه من مضامين، وقد يتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموجرافية الخاصة بجمهور الوسيلة الإعلامية.

ثالثاً: أهداف النظرية

1. التعرف على كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام انطلاقاً من فرضية كونه جمهور نشط، وأنه هو من يقوم باختيار وسيلة الإعلام التي تحقق له إشباعات معينة.
2. الوقوف على ومعرفة الدوافع التي يريد الفرد إشباعها من خلال قيامه بالتعرض لوسيلة اتصال معينة.
3. التوصل إلى نتائج تسهم في فهم عملية الاتصال(47).

رابعاً: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات

1. الجمهور النشط

ترى النظرية أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط غير سلبي، يستخدم وسائل الإعلام وفقاً لأهدافه واحتياجاته فهو يمتلك القدرة على تحديد أهداف وغايات استخدام هذه الوسائل، لتحقيق إشباعات معينة له، وينقسم تعامل الجمهور مع وسائل الاتصال إلى ثلاثة مستويات، وهي:

- أ. الانتقائية: وهي تسبق التعرض لوسائل الاتصال حيث ينتقي ويختار الوسيلة التي يتعرض لها.
- ب. الاستغراق والاندماج: وهي مرحلة التعرض للوسيلة الإعلامية والتعرض لمضامينها.
- ج. الإيجابية: وتأتي بعد التعرض لوسائل الاتصال، والتي يظهر فيها تقييمه ومناقشته للمضامين التي تعرض لها(48).

2. الأصول الاجتماعية والنفسية

توى النظرية أن الجمهور يتجه نحو التعرض لوسائل الاتصال بدافع ظروف نفسية واجتماعية يمرون بها، وهو ما يدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام للتغلب على هذه الظروف التي يمرون بها، وهو ما يطلق عليه "تلبية الاحتياجات"، من خلال الحصول على التسلية، والمعلومات، ملء وقت الفراغ، والاتصال الاجتماعي، وتنمية الهوية الشخصية، والتعلم من المضامين التي يتعرضون لها عبر وسائل الإعلام(49).

3. دوافع الاستخدامات: تنقسم دوافع الاستخدام إلى ما يلي

أ. دوافع نفعية: تستهدف هذه الدوافع اكتساب المعلومات والمعارف والخبرات، فضلاً عن كافة أنواع التعلم، وهي التي تعكسها وسائل الإعلام من خلال البرامج الثقافية والتعليمية ونشرات الأخبار.

ب. دوافع طقوسية: تستهدف هذه الدوافع إضاعة الوقت، والهروب من المشكلات، والتسلية، والترفيه، والاسترخاء، وهي التي تعكسها وسائل الإعلام في الأفلام، والمسلسلات، والمنوعات، والبرامج الترفيهية المختلفة.

4. توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

تشير الغالبية العظمى من الدراسات الخاصة بالاستخدامات والإشباع إلى أن الجمهور يتجه نحو استخدام وسائل الإعلام للحصول على فائدة ما يمكن توقعها أو التنبؤ بها عبر خبراتهم السابقة في التعرض للمحتويات الإعلامية، وهي تندرج في خانة التأثيرات نفسية التي يقيّمها الجمهور عقب التعرض لوسائل الإعلام.

5. إشباع وسائل الإعلام:

تنقسم الإشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام إلى نوعين، وهما:

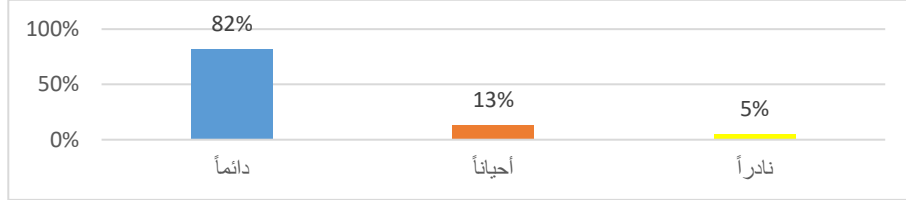
أ. إشباع المحتوى: يتحقق هذا النوع من الإشباع عند تعرض الفرد لمحتويات ومضامين وسائل الإعلام، وينقسم إشباع المحتوى إلى نوعين من الإشباع، وهما: إشباع اجتماعية وهي التي يقوم فيها جمهور وسائل الاتصال بعملية ربط المعلومات الناتجة عن التعرض للوسيلة الإعلامية بشبكة علاقاته الاجتماعية، والتي ينتج عنه تحقق العديد من الإشباع الاجتماعية له.

ب. إشباع العملية: وهذا النوع من الإشباع يحدث نتيجة لحدوث عملية الارتباط والاتصال بوسيلة إعلامية محددة، وتنقسم هذه الإشباع إلى نوعين: أولهما الإشباع شبه التوجيهية والتي تتحقق من خلال تخفيف ما قد يشعر به الفرد من إحساس بالتوتر ويتحقق عبر متابعة برامج التسلية والترفيه والمنوعات، وثانيهما هي الإشباع شبه اجتماعية والتي يشعر بها الفرد عند شعوره بالعزلة نتيجة ضعف علاقاته الاجتماعية، وتتحقق هذه الإشباع من خلال التواصل مع شخصيات وسائل الإعلام⁽⁵⁰⁾.

نتائج الدراسة

أولاً: النتائج العامة للدراسة

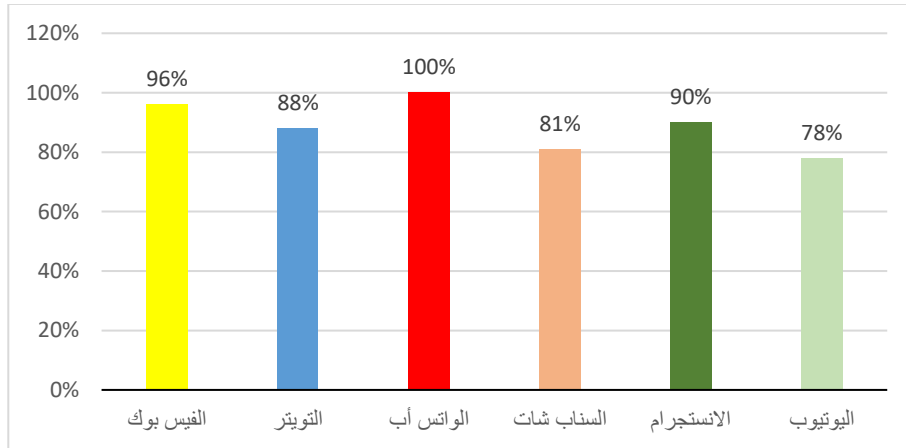
(1) مدى متابعة شبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا



شكل (1) مدى متابعة شبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة

يشير التحليل الاحصائي لمدى متابعة أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، أن هناك نسبة 82% من أفراد العينة من طلبة وطالبات الجامعات البحرينية يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي "دائماً"، وأن هناك نسبة 13% منهم تتابعها "أحياناً"، بينما جاءت نسبة من يتابعها "نادراً" 5% فقط من إجمالي المبحوثين. ويظهر ذلك ارتفاع نسب متابعة طلبة وطالبات الجامعات البحرينية لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة.

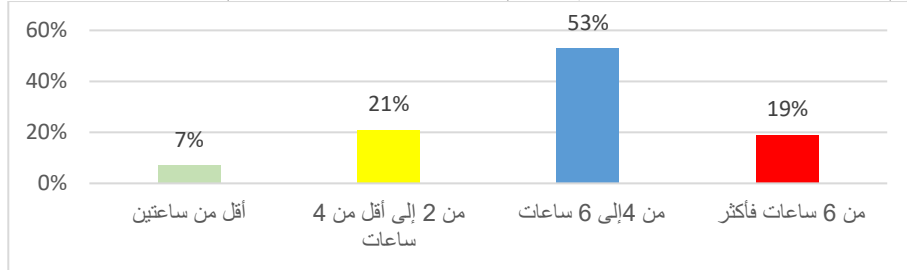
(2) أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين خلال الجائحة:



شكل (2) أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة الجامعات البحرينية

يشير التحليل الاحصائي لأهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة خلال الجائحة أن نسبة 100% يستخدمون الواتساب، يليها نسبة 96% يستخدمون الفيسبوك، ونسبة 90% يستخدمون الإنستجرام، 88% يستخدمون التويتر، وأخيراً نسبة 78% من عينة الدراسة يستخدمون اليوتيوب.

(3) متوسط عدد ساعات الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة



شكل (3) متوسط عدد ساعات الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة يشير التحليل الإحصائي الخاص بعدد ساعات الاستخدام اليومي من قبل أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة، أن نسبة 53% من أفراد العينة يستخدمونها يوميا بمعدل "من 4 إلى 6 ساعات"، وأن نسبة 21% منهم يستخدمونها بمعدل "من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات" يوميا، بينما نسبة 19% منهم يستخدمونها بمعدل "من 6 ساعات فأكثر"، وأخيراً نسبة 9% فقط منهم يستخدمونها بمعدل "أقل من ساعتين" يوميا. وتشير هذه النتائج إلى كثافة استخدام طلبة وطالبات الجامعات البحرينية لشبكات التواصل بشكل يومي خلال جائحة كورونا.

(4) دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة

جدول (2) دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة

الرتبة	المتوسط النسبي	موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض	أرفض بشدة	الدوافع
1	77	%44	%33	%6	%10	%7	التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل والخارج للاطمئنان عليهم
2	71	%27	%43	%16	%7	%7	متابعة ما يقوله المشاهير عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل
3	70	%33	%37	%12	%5	%13	التعرف على أهم الأخبار السياسية والفنية والرياضية والاجتماعية المتعلقة بالجائحة
4	69	%32	%37	%8	%13	%10	التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ.
5	62	%30	%32	%18	%11	%19	اكتساب خبرات ومعلومات جديدة عن الجائحة ومسبباتها من مصادر متنوعة
6	61	%30	%31	%18	%14	%7	التعرف على أصدقاء جدد من أماكن مختلفة حول العالم.
7	57	%20	%37	%3	%20	%10	التواصل مع الهيئة التدريسية داخل جامعتي.
7	57	%20	%37	%13	%10	%10	المساعدة في اتخاذ قرارات الشراء للسلع والخدمات أونلاين.
8	56	%24	%32	%14	%14	%16	التعليق وإبداء الرأي في بعض القضايا التي تثير اهتمامي ذات الصلة بالجائحة.
9	50	%23	%27	%22	%15	%13	التواصل مع زملاء الدراسة وتبادل المعلومات.
10	47	%20	%27	%13	%20	%10	إقامة علاقات اجتماعية جديدة.
11	44	%21	%23	%26	%12	%18	الهروب من مشاكل الواقع المترتبة على الجائحة.

يظهر التحليل الإحصائي للفقرات الخاصة بأهم دوافع استخدام طلبة الجامعات البحرينية لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة جاءت مرتبة من الأعلى إلى

الأدنى على النحو التالي: جاءت الفقرة التي تنص على "التواصل مع زملاء والأصدقاء في الداخل الخارج" في المرتبة الأولى بنسبة 77%، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة التي نصها "متابعة المشاهير عبر صفحاتهم على مواقع التواصل" بنسبة 71%، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفقرة التي نصها "التعرف على الأخبار السياسية والفنية والرياضية والاجتماعية" بنسبة 70%، وفي المرتبة الرابعة جاءت الفقرة التي نصها "التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ" بنسبة 69%، وفي المرتبة الخامسة جاءت الفقرة التي نصها "اكتساب معارف وخبرات جديدة من مصادر متنوعة" بنسبة 62%، وفي المرتبة السادسة جاءت الفقرة التي نصها "التعرف على أصدقاء جدد من أماكن مختلفة حول العالم" بنسبة 61%، وفي المرتبة السابعة جاءت كلتا الفقرتين "التواصل مع الهيئة التدريسية داخل جامعتي"، و"المساعدة في اتخاذ قرارات الشراء للسلع والخدمات" بنسبة 57%، وفي المرتبة الثامنة جاءت الفقرة التي نصها "التعليق وإبداء الرأي في بعض القضايا التي تثير اهتمامي" بنسبة 56%، وفي المرتبة التاسعة جاءت الفقرة التي نصها "التواصل مع زملاء الدراسة وتبادل المعلومات" بنسبة 50%، وفي المرتبة العاشرة الفقرة التي نصها "إقامة علاقات اجتماعية جديدة" بنسبة 47%، وفي المرتبة الحادية عشرة والأخيرة جاءت الفقرة التي نصها "الهروب من مشاكل الواقع" بنسبة 47%.

(5) الإشباع المتحققة من متابعة شبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة جدول (3) الإشباع المتحققة من متابعة شبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة

الرتبة	المتوسط النسبي	موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض	أرفض بشدة	الفقرة
1	76	39%	37%	10%	5%	9%	تشبع رغبتني في حب الاستطلاع.
2	74	37%	37%	10%	8%	8%	تمنحني الشعور بالأمان من خلال كم المعارف المتنوعة التي أحصل عليها.
3	73	37%	36%	7%	9%	11%	وفرت لي أصدقاء بالعالم الافتراضي لم أجدهم بالعالم الواقعي.
4	72	39%	33%	10%	7%	11%	تشبع حاجتي المعرفية في خارج تخصصي في مجالات الحياة المختلفة.
5	70	20%	47%	16%	9%	8%	جعلتني اشعر بالثقة بالنفس
6	69	35%	34%	10%	14%	7%	تشبع الحاجات المعرفية لدي كطالب وتزودني بمعلومات عن العالم من حولي.
6	69	39%	30%	12%	11%	8%	جعلتني اعبر عن آرائني بحرية أكبر تجاه مختلف القضايا والموضوعات ذات الصلة بالجائحة والتي تثير اهتمامي.
7	68	31%	37%	12%	10%	10%	سهلت لي التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة.
8	66	28%	38%	11%	13%	10%	تمكنني من تكوين آراء تجاه القضايا والأحداث التي تدور من حولي ذات الصلة بالجائحة.
9	60	33%	27%	14%	15%	11%	ساعدتني على ملء أوقات الفراغ بشكل ممتع وممتع.
10	59	20%	39%	13%	10%	8%	عرفتني بأحداث وقضايا عديدة ومتنوعة تدور من حولي ذات صلة بالجائحة.
11	54	29%	25%	17%	19%	10%	تحقق لي نوع من الإشباع العلمي من خلال مناقشة اساتذتي وزملائي في المحتويات الدراسية.

جاءت الإشباعات المتحققة لطلبة الجامعات البحرينية من متابعة شبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا مرتبة من الأعلى إلى الأدنى على النحو التالي: في المرتبة الأولى جاءت الفقرة التي نصها "تشبع رغبتني في حب الاستطلاع" بنسبة 76%، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة التي نصها "تمنحني الشعور بالأمان من خلال كم المعارف المتنوعة التي أحصل عليها" بنسبة 74%، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفقرة التي نصها "وفرت لي أصدقاء بالعالم الافتراضي لم أجدهم بالعالم الواقعي" بنسبة 73%، وفي المرتبة الرابعة جاءت الفقرة التي تنص علي "تشبع حاجتي المعرفية في خارج تخصصي في مجالات الحياة المختلفة" بنسبة 72%، وفي المرتبة الخامسة جاءت الفقرة التي نصها "جعلتني أشعر بالثقة بالنفس" بنسبة 70%، وفي المرتبة السادسة جاءت كلا من "تشبع الحاجات المعرفية لدي كطالب وتزودني بمعلومات عن العالم من حولي" و"جعلتني اعبر عن آرائني بحرية أكبر تجاه مختلف القضايا والموضوعات التي تثير اهتمامي" بنسبة 69%، وفي المرتبة السابعة جاءت الفقرة التي نصها "سهلت لي التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة" بنسبة 68%، وفي المرتبة الثامنة جاءت الفقرة التي نصها "تمكنتني من تكوين آراء تجاه القضايا والأحداث التي تدور من حولي" بنسبة 66%، وفي المرتبة التاسعة "ساعدتني على ملئ أوقات الفراغ بشكل مسلي وممتع" بنسبة 60%، وفي المرتبة العاشرة جاءت الفقرة التي نصها "عرفتني بأحداث وقضايا عديدة ومتنوعة تدور من حولي" بنسبة 59%، وفي المرتبة الحادية عشرة والأخيرة جاءت فقرة "تحقق لي نوع من الإشباع العلمي من خلال مناقشة اساتذتي وزملائي في المحتويات الدراسية" بنسبة 54%.

اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين دوافع المبحوثين ومستوي استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة. لاختبار هذه الفرضية تم تجزئتها إلى فرضيتين فرعيتين وذلك على النحو التالي:

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين الدوافع الطقوسية للمبحوثين ومستوي استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وقد بلغت شدة العلاقة (0.451) بقيمة احتمالية تساوي (0.000) وهي قيمة دالة عند مستوي معنوية أقل من (0.01)، مما يعني أنه كلما زادت الدوافع الطقوسية لدي المبحوثين زاد مستوي استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة. ومن ثم **نقبل الفرضية الفرعية الأولى.**

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباطية طردية بين الدوافع النفعية للمبحوثين ومستوي استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وقد بلغت شدة العلاقة (0.367) بقيمة احتمالية تساوي (0.000) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، مما يعني أنه كلما زادت الدوافع النفعية لدي المبحوثين زاد مستوى استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة. ومن ثم نقبل الفرضية الفرعية الثانية.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحقق من هذا الاستخدام أثناء الجائحة. لاختبار هذه الفرضية تم تجزئتها إلى فرضيتين فرعيتين وذلك على النحو التالي:

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة وإشباع المحتوي المتحقق.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وقد بلغت شدة العلاقة (0.568) بقيمة احتمالية تساوي (0.000) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، مما يعني أنه كلما زادت مستوى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة زادت إشباع المحتوي المتحقق لديهم. ومن ثم نقبل الفرضية الفرعية الأولى.

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة وإشباع الوسيلة المتحقق.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وقد بلغت شدة العلاقة (0.392) بقيمة احتمالية تساوي (0.000) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، مما يعني أنه كلما زادت مستوى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة زادت إشباع الوسيلة المتحقق لديهم. ومن ثم نقبل الفرضية الفرعية الثانية.

خلاصة الدراسة ونتائجها

حاولت هذه الدراسة تقصي دوافع طلبة الجامعات البحرينية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا ورصد الإشباع المتحقق من هذا الاستخدام. اعتمدت هذه الدراسة في صياغة فرضياتها وتسائلاتها على نظرية الاستخدامات والإشباع، والتي تؤكد على أن جمهور وسائل الاتصال جمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال يأتي موجه منه لإشباع احتياجاته ورغباته من التعرض لوسائل الإتصال، فهو ينتقي الوسيلة التي تشبع الاحتياجات الكامنة لديه، وهو الذي يقوم باختيار أنواع المضامين التي تقدم له لكي يتابعها وفقاً لما يناسبه من مضامين، وقد ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموجرافية الخاصة بجمهور الوسيلة الإعلامية، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبانة كأداة لجمع بيانات

الدراسة تم توزيعها إلكترونياً من خلال برنامج (Google Forms) علي عينة متاحة قوامها (300) مفردة.

وخلصت الدراسة إلي عدة نتائج يمكن الإشارة إلي أهمها؛ وذلك علي النحو التالي:

1. يستخدم طلبة الجامعات البحرينية العديد من شبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، حيث أظهرت النتائج أن نسبة 100%، يستخدمون الواتساب، يليها نسبة 96% يستخدمون الفيسبوك، ونسبة 90% يستخدمون الإنستجرام، 88% يستخدمون التويتر، وأخيراً نسبة 78% يستخدمون اليوتيوب.

2. نسبة 82% من طلبة وطالبات الجامعات البحرينية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "دائماً"، ونسبة 13% تستخدمها "أحياناً"، ونسبة 6% فقط تستخدمها "نادراً".

3. نسبة 53% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي يوميا بمعدل "من 4 إلى 6 ساعات"، ونسبة 21% تستخدمها بمعدل "من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات"، ونسبة 19% يستخدمونها بمعدل "من 6 ساعات فأكثر"، بينما نسبة 7% يستخدمونها بمعدل "أقل من ساعتين" يومياً.

4. فيما يتعلق بأهم دوافع طلبة الجامعات البحرينية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة، جاء دافع "التواصل مع الزملاء والأصدقاء في الداخل الخارج" في المرتبة الأولى بنسبة 77%، يليه دافع "متابعة المشاهير عبر صفحاتهم على مواقع التواصل" في المرتبة الثانية بنسبة 71%، ثم دافع "التعرف على الأخبار السياسية والفنية والرياضية والاجتماعية" في المرتبة الثالثة بنسبة 70%، يليه دافع "التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ" في المرتبة الرابعة بنسبة 69%، ثم دافع "اكتساب معارف وخبرات جديدة من مصادر متنوعة" في المرتبة الخامسة بنسبة 62%.

5. فيما يتعلق بالإشباع المتحققة لطلبة الجامعات البحرينية من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، جاءت الفقرة التي نصها "تشبع رغبتني في حب الاستطلاع" في المرتبة الأولى بنسبة 76%، يليها "تمنحني الشعور بالأمان من خلال كم المعارف المتنوعة التي أحصل عليها" في المرتبة الثانية بنسبة 74%، ثم "وفرت لي أصدقاء بالعالم الافتراضي لم أجدهم بالعالم الواقعي" في المرتبة الثالثة بنسبة 73%، يليها "تشبع حاجتي المعرفية في خارج تخصصي في مجالات الحياة المختلفة" في المرتبة الرابعة بنسبة 72%، ثم "جعلتني اشعر بالثقة بالنفس" في المرتبة الخامسة بنسبة 70%.

توصيات الدراسة:

- ينبغي على الجامعات البحرينية أن تقوم باستخدام شبكات التواصل بشكل أكثر

فاعلية في تحقيق الإشباع المعرفية الأكاديمية للطلاب من خلال إثرائهم بكافة أنواع المعلومات والمعارف ذات الصلة بتخصصاتهم الأكاديمية، بالإضافة إلى إثرائهم بالمعارف العامة.

- يجب على الجامعات البحرينية الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الإشباع الاجتماعي والنفسي والترفيهية للطلاب من خلال دمج الطلاب في الأنشطة الاجتماعية والترفيهية المختلفة والمتنوعة.

- ينبغي على الجامعات عقد ندوات وورش عمل تعريفية تستهدف توعية الطلاب بسلبيات وأضرار شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها بشكل ايجابي يعود عليهم وعلى مجتمعهم بالنفع والفائدة.

- يجب إجراء مزيد من الدراسات العلمية عن شبكات التواصل وكيفية الاستفادة الإيجابية منها في تحقيق الإشباع المطلوبة لهم، من دون الوقوع تحت تأثيرها السلبي.

قائمة المصادر والمراجع

- (1) إبراهيم المبيضين، (2021). "السوشيال ميديا تحصد نصف مليار مستخدم العام الماضي"، مقال منشورة على الموقع الإلكتروني لصحيفة الغد، بتاريخ 31-1-2021:
<https://alghad.com/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D8%A7%D9>
- (2) هادي أحمد سعد، (2018). "اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونية للصحف البحرينية مصدراً للمعلومات: دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البحرين، ص 37.
- (3) عائشة لطروش، (2021). تفاعل شبكات التواصل الاجتماعية مع جائحة كورونا، مجلة جيل الدراسات الادبية والفكرية، ع67، ص 99.
- (4) Hussein Khalifa., Mujeeb Al-Absy., Sherif Badran., Tamer Alkadash., Qais Almaamari., & Muskan Nagi. (2020). COVID-19 Pandemic and Diffusion of Fake News through social media in the Arab World. Journal of Arab Media & Society's Issue 30.
- (5) Muskan Nagi., Shivani Nigam., Qais Almaamari., Hussein Khalifa., & Janaki Bojia. (2021). Impact Of social media On Consumers Brand Preference for Laptops. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education Vol.12 No.11 (2021), 866-873
- (6) محمد عثمان نجاتي، (1987). القرآن وعلم النفس، دار الشروق للطبع والنشر، ط 3، ص 25.
- (7) أبو أصعب صالح خليل، (2005). استراتيجيات الاتصال وتأثيراته، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، ص 21.
- (8) عبد الرزاق محمد الدليمي، (2011). الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر، ط 1، الأردن، ص 183
- (9) محمد فضل الحديدي، (2006). نظريات الإعلام، اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، دمياط: مكتبة نانسي، ص 15، 39.
- (10) نديم ربحي محمد الحسن، (2008). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية العلوم الإنسانية، ص 13.
- (11) عبد الإله بن محمد مبارك القحطاني (2019). "استخدامات الشباب الجامعي السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: سناپ شات نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة-جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام، تخصص إعلام، ص 31.
- (12) Hussein Khalifa Hassan Khalifa, Media Dependency during COVID-19 Pandemic and Trust in Government: The Case of Bahrain, International Journal of Management, 11(11), 2020, pp 329-336.
<http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=11>
- (13) وليد سلمان الشراح (2021). " استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها-دراسة ميدانية، حوليات آداب عين شمس، المجلد 48، عدد إبريل، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ص 314-344.
- (14) وليد سلمان الشراح (2021). " استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها-دراسة ميدانية. مرجع سابق، ص 314-344.
- (15) سلطان بن موسى بن فهد العنزي (2017). " استخدام طلبة جامعة طيبة لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الصحافة، تخصص إعلام، ص 13-53.

- (16) عبد الإله بن محمد مبارك القحطاني (2019). "استخدامات الشباب الجامعي السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: سناش نمونجا. مرجع سابق. ص 31-33
- (17) زهير محمد عثمان جار النبي (2021). "الإشباع المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات السودانية (دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي فيسبوك بين 2018-2020 م)، مجلة الدراسات الإعلامية -المركز الديمقراطي العربي-برلين-ألمانيا-العدد الرابع عشر، ص 206-232.
- (18) وليد سلمان الشراح (2021). " استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها-دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص 314-344.
- (19) زهير محمد عثمان جار النبي (2021). "الإشباع المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات السودانية (دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي فيسبوك بين 2018-2020، مرجع سابق، ص 206-232.
- (20) رحيمة عيساني، وغالب عوض الرفاعي (2021). " اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب والإشباع المتحققة-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العين، الإمارات العربية المتحدة، مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، المجلد 5، ص 206-232.
- (21) هديل العبيدي، ويوسف حراس (2019). " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلبة -دراسة تحليلية لجامعة البحرين، كلية الإعلام، قسم الصحافة، تخصص إعلام.
- (22) وليد سلمان الشراح (2021). " استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها-دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص 314-344.
- (23) سلطان بن موسى بن فهد العنزي (2017). " استخدام طلبة جامعة طيبة لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، مرجع سابق، ص 13-53.
- (24) عبد الرزاق الدليمي (2014). " استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، نوفمبر، ص 13-53.
- (25) شريفة بن غدقة، (2016). مطبوعة مقياس منهجية وتقنيات البحث، جامعة الدكتور محمد لمين دباغين، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، سطيف، الجزائر، ص 61.
- (26) فاطمة محمد حسين وناس، (2016). مدخل الى منهج البحث العلمي، كلية التربية للعلوم الصرفة، قسم الفيزياء، العراق، ص 12.
- (27) رجاء أبو علام، (2011). مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط 7، دار النشر للجامعات، القاهرة، ص 34.
- (28) محمد عبيدات، محمد أبو نصار (1999). منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ط1، دار وائل للطبع والنشر، عمان، الأردن، ص 79.
- (29) هارون بركات، السيد نجم، (2001). اساليب التحليل الإحصائي وبرنامج SPSS، ط 1، دار الكتب للطبع والنشر، الزقازيق، مصر، ص 4.
- (30) سامي ملحم، (2000). مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط 2، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، ص 33.
- (31) تم عرض الاستبانة علي كلا من: د.شريف بدران: أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الخليجية، د.نجلاء الجمال: أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الخليجية، د.أحمد الطوالة: أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الخليجية، أ.عبدالمنعم إبراهيم: الإعلامي بجريدة الوطن، أ.محمد بوعيدة: الإعلامي بتلفزيون البحرين، أ.حنيفة إبراهيم: الإعلامي بتلفزيون البحرين.
- (32) عباس مصطفى صادق، (2008). الإعلام الجديد – المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق للطباعة والنشر، القاهرة، ص 218.
- (33) وائل مبارك خضر فضل الله، (2011). أثر الفيسبوك على المجتمع، الطبعة الأولى، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، ص 20.
- (34) بشرى جميل الراوي، (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي العدد 18، بغداد، ص 2.

- (35) السيد بخيت، (2012). نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد. التحديات النظرية والتطبيقية" جامعة الملك سعود-الرياض، ص5.
- (36) هشام بوخاري، سامي على مدني، (2020). استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها "دراسة نظرية"، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، المجلد 02، العدد 04، ص 308-279.
- (37) Khalifa, H. K. H. M., Badran, S. A., Al-Absy, M. S. M. and Almaamari, Q. A. (2020). Social Media and Spreading the News of Covid-19 Pandemic in the Arab World. *International Journal on Emerging Technologies*, 11(5): 680–685.
- (38) Hussein Khalifa Hassan Khalifa, Media Dependency during COVID-19 Pandemic and Trust in Government: The Case of Bahrain, *International Journal of Management*, 11(11), 2020, pp 329-336.
<http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&ITType=11>
- (39) صلاح محمد أبو صلاح، (2014). استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير منشورة. الجامعة الإسلامية-غزة، ص 67.
- (40) سالم أحمد جمال، (2018). مواقع التواصل الاجتماعي إيجابياتها وسلبياتها وما هو الاستخدام الصحيح لها، مقالة منشورة متاحة على الرابط التالي: www.alukah.net
- (41) عيشة علة، نوري الود، (2016). الإشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، فعاليات الملتقى الوطني حول: تشخيص واقع الطالب الجامعي، مجلة الوقاية والأرغوميا، جامعة الجزائر، العدد 6، ص 176-177.
- (42) Mesbah, H. (1991). Uses and gratification of television viewing among Egyptian adults. MA Thesis. Department of Journalism and Mass communication, The American University of Cairo, Egypt.
- (43) أحمد طوالبه، (2021). استخدامات الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين والإشباع المتحققة منها. مجلة البحوث الإعلامية، مج57(1)، ص ص 141-180.
https://jsb.journals.ekb.eg/article_160338_4b459b9593e1f2d00a90ca3608f048d2.pdf
- (44) لميس سامي محمد، (2018). استخدام المراهقات لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ص 43-54.
- (45) منال المزاهرة، (2012). نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص 170.
- (46) محمد حجاب، (2004). المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 258.
- (47) حسن عماد وليلى السيد، (1995). الاتصال ونظرياته المعاصرة. الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، بيروت، ص 242.
- (48) رضا أمين، (2007). النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة، ص 73.
- (49) فايز المجالي، (2008). دوافع استخدام الإنترنت لدى طلبة الجامعة الأردنية، أبحاث اليرموك سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 24، (1)، ص 199-236.
- (50) فتحي حسين عامر، (2012). علم النفس الإعلامي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ص 70.