

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

- د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مديقا اللغة العربية:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الثالث والستون - الجزء الأول - ربيع الأول ١٤٤٤هـ - أكتوبر ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ٩ ■ الخطاب الإعلامي للبرامج الدينية في الفضائيات المصرية الخاصة - برنامج (لعلهم يفقهون) نموذجًا أ.م.د/ ولاء إبراهيم عقاد
- ٦٩ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود د/ نوف عبد اللطيف الحزامي
- ١٠١ ■ تغطية تقنية ميتافيرس في عينة من الفيديوهات العربية والإنجليزية على اليوتيوب- دراسة تحليلية كيفية د/ شفق أحمد علي علي
- ١٦٩ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحالة المزاجية لمرضى السرطان: الفيس بوك نموذجًا- دراسة ميدانية د/ ماهيتاب محمد أحمد سهمان
- ٢٣٣ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمنتحر لدى الجمهور المصري- دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث د/ عمر ممدوح محمد نور الدين
- ٣٠٣ ■ العلاقة بين خطاب مقتطفات الفيديو من برامج الرأي المقدمة على يوتيوب وإدراك الشباب الجامعي المصري للواقع الاقتصادي بالتطبيق على أزمة ارتفاع الأسعار د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس
- ٣٥٣ ■ دوافع استخدام الشباب الجامعي للتصوير الذاتي (السيلفي) وعلاقته بالذاكرة البصرية لديهم «دراسة ميدانية» د/ هالة غزالي محمد الربية

- دور الاستراتيجيات الاتصالية للحملات الإعلامية الرقمية لوزارة
الصحة في التوعية بفحوصات الصحة الإنجابية وعلاقتها بمدى تقبل
الأطفال ذوي الإعاقة
٤٢٣ د/ عبده رمضان الصادق صقر
-
- تحليل الأنساق القيّمية في السلاسل الدرامية المعروضة على منصات
المشاهدة المدفوعة، دراسة مقارنة بين مسلسل الأنسة فرح و Jane the
Virgin
٤٩٧ د/ آية كمال محمود
-
- استخدامات ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة
البحرين والإشباع المتحققة منها
٥٧١ محمد عبد الجبار جعفر عبد الله العويناتي
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبدالواجد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

العدد الثالث والستون من مجلة البحوث الإعلامية الرائدة

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله.

وبعد

نقدم للباحثين خلال عام ٢٠٢٢م والمتخصصين في مجالات الإعلام والاتصال الأعضاء العدد رقم (٦٣) من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر، متضمنة عددا من البحوث والدراسات المهمة حول عدة قضايا وظواهر حديثة في مجال الإعلام بفروعه المتعددة وموضوعاته الحديثة التي تثير لدى المتخصصين الكثير من التساؤلات، وتمدهم بكثير من النتائج.

ونود الإشارة إلى أننا قمنا في موقع مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر بإرفاق ونشر غالبية الأعداد القديمة من المجلة على الموقع الإلكتروني، حيث يوجد في الموقع ٥٦ عددا منذ أن صدرت المجلة في العام ١٩٩٣م، ويوجد في الموقع حتى يناير ٢٠٢٢م ٨٧ جزءا من المجلة متوفرا بشكل مجاني على موقع المجلة، تتضمن ٨٠٥ أبحاث في تخصصات المجلة المختلفة (الصحافة والنشر، الإعلام الجديد، الراديو والتلفزيون، العلاقات العامة، الإعلان).

وتشير البيانات الخاصة بالموقع أن عدد قراءة المقالات داخل المجلة (بدون تحميل البحث والاحتفاظ به من القراء) يناهز المائة وسبعين ألف مرة قراءة (١٧٠٠٠٠) وأن عمليات تحميل ملفات ال PDF للبحوث بلغ ثلاثمائة وستة آلاف مرة (٣٠٦٠٠٠) تحميل لبحوث المجلة، وهذه الأرقام تشير إلى أن مجلة البحوث الإعلامية أصبحت واحدة من الروافد المهمة للبحوث العلمية الرصينة في تخصص الإعلام والعلاقات العامة في مصر والعالم، ولا غنى عنها للباحثين الراغبين في الاطلاع على كل ما هو جديد وجيد في حقل الدراسات الإعلامية.

ومن باب إسناد الفضل لأهله ، فإن الشكر لله تعالى أولاً وآخراً ، ثم لفريق عمل المجلة المتميز الذي يواصل العمل ليل نهار لنتلزم بالمعايير الجادة وربما الصعبة أحياناً التي وضعناها باختيارنا للمجلة ، سواء الفريق الحالي أو السابق وكل من كان له دور في أن تصل المجلة لما وصلت إليه اليوم ، والشكر موصول لهيئة التحرير والهيئة الاستشارية من الأساتذة الأفاضل أساتذة الإعلام في مصر والعالم العربي ، وللأساتذة الذين يسهمون في التحكيم المعنى لبحوث المجلة ، من مصر والعالم العربي ، ولكل الباحثين الذين يخبروننا بشكل مستمر عن تفضيلهم للنشر في هذا الوعاء العلمي الجاد .

بقيت معلومة أخيرة أريد أن أقدمها للقراء الأعزاء في هذا السياق ، وهي أننا في المجلة ومنذ أغسطس ٢٠٢٠ حتى ديسمبر ٢٠٢١ (أي عام وأربعة شهور) قمنا برفض عدد ٩٤ بحثاً لعدم تطابقها مع معايير المجلة أو بسبب رفض الأساتذة المحكمين لإجازتها وفقاً لمعايير النشر في المجلة ، وهو الأمر الموثق والمسجل في النظام الإلكتروني للمجلة ، وفي هذا دلالة على الانتقاء الشديد الذي نقوم به في المجلة عبر مراحل العمل المختلفة حتى لا يجاز للنشر إلا الأبحاث ذات الرصانة والتي تقدم الإضافة العلمية الحقيقية إلى عالم البحوث والدراسات الإعلامية .

ونستلهم من الله تعالى دوام التوفيق، إنه سبحانه الهادي إلى سواء السبيل

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة يونيو 2022	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	1
2682-4663	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	2
2682-4620	2356-9158	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	3
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	4
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	5
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	الدراسات الإعلامية	6
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	7
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	8
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	9
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	10
2735-4326	2536-9237	7	جامعة جنوب الوادي، كلية الاعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	11
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرقية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	12

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد سارياً للسنه التالية للنشر في هذه المجلات.

استخدامات ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف
الذكية في مملكة البحرين والإشباع المتحققة منها

- The Uses of Smart Phones Applications by people with visual impairments in the Kingdom of Bahrain and the Achieved Gratifications

● محمد عبد الجبار جعفر عبد الله العويناتي

باحث دكتوراه بجامعة عين شمس

Email: Mo-hd@hotmail.com

ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام ذوي الإعاقة البصرية في مملكة البحرين لتطبيقات الهواتف الذكية، وتحديد دوافع ذلك الاستخدام، بالإضافة إلى الإشباعات المتحققة لديهم، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من ذوي الإعاقة البصرية بتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات. واعتمدت الدراسة على استمارة الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتم تطبيقها على عينة عمدية من ذوي الإعاقة البصرية في مملكة البحرين قوامها (275) مفردة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، من أبرزها: أنَّ (95.5%) من ذوي الإعاقة البصرية في مملكة البحرين يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية، وأنَّ الغالبية من عينة الدراسة يستخدمون هاتف «آيفون iPhone». وتقضي نسبة كبيرة من عينة الدراسة أكثر من ثلاث ساعات يوميًا على التطبيقات. بالإضافة إلى ذلك كانت أكثر التطبيقات المخصصة لذوي الإعاقة البصرية التي تستخدمها العينة «تطبيق Envision AI»، ثم «تطبيق TapTap See». وجاءت أكثر دوافع استخدام العينة لتطبيقات الهواتف الذكية «التواصل مع الأهل والأصدقاء»، و«الحصول على المعلومات»، وتبين أنَّ أكثر الإشباعات المتحققة أنَّها «تساعد في إرسال الرسائل عبر البرامج والتطبيقات»، و«تسهل لي التواصل وتجعلني اجتماعيًا أكثر». كما أظهرت النتائج أنَّه كلما زاد معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية أدى إلى زيادة دوافع الاستخدام لديهم، وأنَّه كلما زاد معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية أدى إلى زيادة الإشباعات المتحققة لديهم. الكلمات المفتاحية: الاستخدامات والإشباعات، ذوو الإعاقة البصرية، مملكة البحرين، تطبيقات الهواتف الذكية، الهواتف الذكية.

Abstract

This study aims at identifying the uses of smartphone applications by people with visual impairment in the Kingdom of Bahrain. The study also aims at determining the top Smartphone applications used by these people, and to determine the motives for that use in addition to the gratifications.

The study depends on the assumptions of the Uses and Gratifications. The questionnaire was used as a tool for data collection, and it was applied to a sample of (275) respondents in the Kingdom of Bahrain.

The study found important results the most important of which were as follows:

A percentage of (95.5%) people with visual impairment in the Kingdom of Bahrain use smartphone applications, and most of the study sample use an iPhone, and most of them access smartphone applications on their own. A large proportion of the study sample spends more than three hours a day on applications via smartphones. In addition, the most visually impaired smartphone applications used by the sample were "Envision AI", then "TapTap See". The sample's motives for using utilitarian and ritualistic smartphone applications were high, and utilitarian motives were higher, through "communicating with family and friends", and "obtaining information". It also turns out that the most achieved gratification is that it "helps send messages through programs and applications", "facilitates me to communicate and makes me more social". The results also showed that the higher the rate of use of smartphone applications by the visually impaired, the higher their motivation to use.

Keywords: Uses and gratifications, visually impaired, Kingdom of Bahrain, Smartphone applications, Smart phones.

يتميز العصر الذي نعيش فيه بالتغير المستمر والتطور اللافت في مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك الجوانب المعرفية والحقائق العلمية التي تتطور بسرعة كبيرة؛ وذلك نتيجة جلية للانفجار المعرفي والاكتشافات الحديثة المتلاحقة والتكنولوجيا المتقدمة؛ مما يؤثر على أنشطتنا الحياتية.

وتمثل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات أداةً أساسيةً للتقدم والتغيير الاقتصادي، والاجتماعي، والمعرفي، والتنمية البشرية في كافة دول العالم المتقدم والنامي، فأصبحت في القرن الحادي والعشرين مطلباً أساسياً في شتى مجالات الحياة، ويزداد الطلب يوماً بعد يوم في مختلف الدول على استخدام التقنيات الجديدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وبما أن تكنولوجيا الاتصال أصبحت متصلة بالحياة اليومية للإنسان حتى أصبح من الصعب جداً أن يتخلى عنها، وقد عزّزها ظهور الهواتف الذكية وما توفره من تطبيقات للتواصل الاجتماعي والتي فتحت بخصائصها لأفراد المجتمع آفاقاً واسعةً للقيام بالتواصل والترفيه.

وليس بمعزل عن أفراد المجتمع، حيث يجد ذوو الإعاقة في شبكات التواصل الاجتماعي وسيلةً يستطيعون من خلالها التواصل مع مجتمعاتهم، ومن هؤلاء ذوو الإعاقة البصرية الذين هم من أبرز فئات المجتمع التي تسعى إلى تطوير نفسها وتحسين حياتها. ففي مملكة البحرين بلغ عدد الأفراد من ذوي الإعاقة حوالي 12000 فرد، وفقاً لإحصائيات وزارة التنمية الاجتماعية في 2022م، منهم نحو 1261 من ذوي الإعاقة البصرية⁽¹⁾.

ومما لا شك فيه أن هذه الفئة بحاجة ملحة إلى الإفادة من تطبيقات الهواتف الذكية، حيث يجد الأشخاص من ذوي الإعاقة بشكل عام وذوي الإعاقة البصرية بشكل خاص في الهواتف الذكية- وما توفره من خدمات وسهولة في الاستخدام- وسيلةً للتواصل

والتفاعل الاجتماعي مع المجتمع المحيط بهم، وسهل ذلك الانتشار الواسع لخدمات الإنترنت اللاسلكية التي تمكّنهم من الدخول إلى الإنترنت في أي وقت واستخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي، وتبادل الرسائل الصوتية والكتابية، بالإضافة إلى الصور والوسائط المتعددة، والتعليق والمشاركة في مختلف القضايا التي يتم طرحها من خلال هذه التطبيقات، والتعبير عن ذاتهم وأنفسهم وآرائهم وأفكارهم ومشاكلهم في كل جوانب الحياة التي يعيشونها ولا يبصرونها.

فمن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على واقع استخدام ذوي الإعاقة البصرية للهواتف الذكية بمملكة البحرين، حيث تسعى إلى التعرف على مدى استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية وتحديد دوافع ذلك الاستخدام، بالإضافة إلى الإشباعات المتحققة لديهم؛ وذلك خلال دراسة ميدانية على عينة من ذوي الإعاقة البصرية بتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات.

● المشكلة البحثية:

تمثل نسبة الإعاقة البصرية في مملكة البحرين 12.2٪ من جملة ذوي الإعاقة ككل. ومع التطور الواسع في التقنيات الحديثة المدعومة بالتقنيات المعتمدة على اللمس والسمع والشاشات القارئة، استطاع العديد من أفراد ذوي الإعاقة البصرية الدخول إلى تطبيقات الهواتف الذكية واستخدامها. في الوقت ذاته تحولت شبكات التواصل الاجتماعي إلى أدوات اتصال مهمة وأساسية في المجتمع؛ بسبب ما تتميز به من خصائص ومميزات، أهمها سرعة الاتصال، وتحقيق التواصل الفعال، وهو ما يجعلها محط اهتمام الجميع بما في ذلك فئة ذوي الإعاقة البصرية.

وقد أكدت الدراسات السابقة أن شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي كالواتساب، والفيسبوك، وتويتر، وغيرها، تعمل كمصادر مهمة للأخبار، وحلقة وصل بين المستخدمين وبالأخص ذوي الإعاقة البصرية في مجتمعات عديدة.

لهذا تبلورت مشكلة الدراسة في تحديد واقع استخدام ذوي الإعاقة البصرية في مملكة البحرين لتطبيقات الهواتف الذكية والإشباعات المتحققة منها، مع رصد وتقصي عادات وأنماط هذا الاستخدام، بالإضافة إلى تحديد دوافعه أيضاً.

● أهمية الدراسة، والتي تنقسم إلى:

أ- الأهمية العلمية:

- تعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تتناول موضوع فاعلية استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية على المستوى المحلي بمملكة البحرين.

- حادثة الموضوع؛ لتناولها موضوع أجهزة الهواتف الذكية وتطبيقاتها، والتي أصبحت ظاهرة مهمة في الإعلام الجديد.

- التحليل العلمي لكيفية استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة البحرين، من خلال إيجاد الدوافع التي تجذب ذوي الإعاقة البصرية نحو تطبيقات الهواتف الذكية، والوصول إلى الإشباع المتحققة جراء ذلك.
ب- الأهمية العملية:

- تتناول الدراسة فئة مهمة داخل المجتمع وهم ذوو الإعاقة البصرية؛ مما يسترعي تسليط الضوء عليها.

- تعطي الدراسة مؤشراً لواقع استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية، وتقديم تصور حول كيفية هذا الاستخدام بشكل يؤدي إلى تعزيز السلوكيات والقدرات الإيجابية لديهم، والإفادة من الخصائص والمزايا التي تتيحها تقنيات الهواتف الذكية الحديثة.

- الأهمية التي تضطلع بها تطبيقات التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر في شتى مجالات الحياة؛ حتى أنها أصبحت من الوسائل الرئيسة للتواصل في بعض المؤسسات الحكومية في مملكة البحرين؛ مما يجعل فئة ذوي الإعاقة بشكل عام وذوي الإعاقة البصرية بشكل خاص بحاجة ماسة لمواكبة هذه التقنيات الحديثة.

- إمكانية الإفادة من نتائج الدراسة في تعزيز دمج ذوي الإعاقة البصرية في المجتمع، عبر تحديد استخداماتهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية والإشباع التي تحققها لهم، وهو ما يساعد الجهات المعنية في رسم الخطط وابتكار آليات التواصل الفعال مع هذه الفئة.

• أهداف الدراسة، تهدف هذه الدراسة إلى:

1- معرفة مدى استخدام ذوي الإعاقة البصرية في مملكة البحرين لتطبيقات الهواتف الذكية.

2- تحديد عادات وأنماط تعرض ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة البحرين.

3- رصد أهم تطبيقات الهواتف الذكية التي يستخدمها ويعتمد عليها ذوو الإعاقة البصرية في مملكة البحرين.

4- الوصول إلى دوافع استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة البحرين.

5- الكشف عن أهم الإشباعات المتحققة لذوي الإعاقة البصرية من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في مملكة البحرين.

• الدراسات والأدبيات العلمية السابقة:

فيما يلي عرض لنتائج بعض الدراسات السابقة التي أُجريت ولها علاقة بموضوع الدراسة الحالية، حيث لاحظ الباحث حداثة وتنوع الدراسات من عدة زوايا؛ فمن ناحية استخدام ذوي الإعاقة البصرية لأجهزة الهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية الأخرى، والتكنولوجيا، فقد هدفت دراسة (Pandey & et al., 2022)⁽²⁾ إلى الكشف عن كيفية استخدام طلاب الجامعات الهندية لتطبيقات الأجهزة المحمولة، ومدى إدراكهم لها، والوصول إلى أبرز التحديات في استخدامها، وطُبقت على عينة مكونة من 124 طالباً جامعياً من ذوي الإعاقة البصرية باستخدام أداة الاستبانة الورقية التي احتوت على عناصر تتعلق بالمعلومات الديموجرافية، واستخدام الأجهزة المحمولة والتطبيقات، بالإضافة إلى استخدام التطبيقات المصممة خصيصاً للأشخاص من ذوي الإعاقة البصرية، وقد كشفت النتائج أن أجهزة Android تحظى بشعبية أكبر في الهند مقارنة بأجهزة iOS وذلك بسبب انخفاض تكلفتها نسبياً؛ حيث يستخدم ذوو الإعاقة البصرية الأجهزة المحمولة لأكثر من 5 سنوات، ويعتمد العديد منهم على التطبيقات المجانية، بالإضافة إلى ذلك، أن تطبيقات الأجهزة المحمولة تُعد سهلة الاستخدام بالنسبة لأفراد العينة ويمكن الوصول إليها بسهولة، كما أبدى المشاركون مستوى عالياً من الكفاءة الذاتية والمواقف الإيجابية تجاه التطبيقات الخاصة بذوي الإعاقة البصرية. وقد استكشفت دراسة (Martiniello & et al., 2022)⁽³⁾ استخدام الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، ودرجة استبدالها بالوسائل البصرية التقليدية، والعوامل المؤثرة على اتخاذ قرارات استخدامها، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لعينة مكونة من 466 مفردة من ذوي الإعاقة البصرية الذين تزيد أعمارهم عن 18 عاماً، والذين كانوا يستخدمون هاتفاً ذكياً أو جهازاً لوحياً لمدة ثلاثة أشهر على الأقل من خلال استطلاع أُجري عبر الإنترنت، وقد تبين استخدام معظم المشاركين هاتفاً ذكياً بنسبة 97% من أفراد العينة، بينما استخدم 49.5% هاتفاً ذكياً وجهازاً لوحياً معاً، وقد استخدم 3% فقط من المشاركين جهازاً لوحياً بمفرده؛ بالإضافة إلى أن الأشخاص الذين يعانون من فقدان البصر المعتدل والشديد أقل عرضة لاستخدام الهاتف الذكي من غيرهم. وقد أظهر 87.4% من أفراد العينة أن الأجهزة السائدة تحل محل التقنيات المساعدة الأخرى في معظم الأوقات أو كلها وبالأخص خلال التنقل، والاستماع إلى الكتب الصوتية، وقراءة الكتب الإلكترونية،

بالإضافة إلى أن الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية تُستخدم بشكل متكرر بين البالغين من ذوي الإعاقة البصرية بدلاً من المعينات التقليدية أو بالاشتراك معها في مهام محددة؛ ومع ذلك فإن الأجهزة التقليدية لا تزال مفضلة لبعض المهام بما في ذلك تلك التي تتطلب كتابةً أو تحريراً مكثفاً. وقد اهتمت دراسة (Hanny, Priyo, & Aat, 2020)⁽⁴⁾ بالتعرف على استخدامات ذوي الإعاقة البصرية للهواتف الذكية، ورصد أبرز التطبيقات التي يستخدمونها، ومدى مواكبتهم لها في مركز (Wiyataguna Bandung) وهو مركز وطني لإعادة تأهيل المكفوفين، وتأتي هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، حيث تم جمع البيانات باستخدام أداة صحيفة الاستبانة عبر اختيار عينة قوامها 41 مستجيباً ممن لديهم إعاقة بصرية، بالإضافة إلى إجراء المقابلات. وقد تبين أن هناك استخداماً كبيراً لتطبيقات الهواتف الذكية من قبل المراهقين من ذوي الإعاقة البصرية، بالإضافة إلى وجود قدرات تقنية من قبل المراهقين من ذوي الإعاقة البصرية للهواتف الذكية، لكنهم ما زالوا بحاجة إلى التوجيه والإشراف؛ حتى يتمكنوا من استخدام تكنولوجيا الوسائط بالشكل الأمثل، إضافةً إلى العديد من العقبات التي تحول دون استخدام الهواتف الذكية ناتجة عن قلة معرفتهم وخبرتهم في استكشاف جميع الميزات والخصائص الموجودة على هواتفهم الذكية. وقد هدفت دراسة (عبد اللطيف، 2020)⁽⁵⁾ إلى الكشف عن كثافة استخدام المراهقين المكفوفين وضعاف البصر لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال عند تصفح الإنترنت، وتعد من الدراسات الوصفية، وطُبقت على عينة مكونة من 188 مبحوثاً من مستخدمي الإنترنت من المكفوفين وضعاف البصر بالمرحلة العمرية من 12 إلى 21 عاماً من المشاركين بصفحات ومجموعات ذوي الإعاقة البصرية من مستخدمي الفيسبوك بمحافظة مصر، وذلك باستخدام أداة الاستبانة الإلكترونية. وقد كشفت النتائج عن التأثير الواضح لبعض المتغيرات الديموغرافية (درجة الإعاقة، والسن، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي) على مقاييس كثافة استخدامهم لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال، وانتشار برامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال كمبتكرات لديهم، بالإضافة إلى أن أبرز برامج التكنولوجيا التي تستخدمها عينة الدراسة في تصفح الإنترنت هي Talk Back في المرتبة الأولى، ثم برنامج NVDA. ومن ناحية استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات التواصل الاجتماعي سعت دراسة (Bennett & et al., 2018)⁽⁶⁾ للتعرف على طريقة استخدام المراهقين من ذوي الإعاقة البصرية للهواتف الذكية والتقاط الصور وتعديلها ونشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد استخدم الباحثون منهج المسح في الدراسة على

عينة مكونة من 28 من ذوي الإعاقة البصرية الكلية والجزئية في مدينتي سياتل وواشنطن في الولايات المتحدة الأمريكية والذين تتراوح أعمارهم ما بين 16-19 عاماً من الذكور والإناث، بالاعتماد على المقابلة المفتوحة والملاحظة كأدوات للدراسة. وأظهرت النتائج استخدام جميع ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات التواصل الاجتماعي الفيسبوك، والسناپ شات، والإنستغرام، واعتماد غالبيتهم على قارئات الشاشة للوصول إلى تلك التطبيقات، كما يقومون بشكل متكرر بتحرير ونشر الصور على منصات التواصل الاجتماعي، ولهم دوافع مماثلة للمستخدمين المبصرين، بالإضافة إلى ذلك أبدى جميع المشاركين من ذوي الإعاقة البصرية اهتمامهم بالتعامل مع الصور والتقاطها، كما أبدوا استمتاعهم بالتصوير عبر الهواتف الذكية وتطبيقات التواصل الاجتماعي الشائعة بين أقرانهم. فمعظم المشاركين لم يطلبوا المساعدة للالتقاط الصور من أشخاص مبصرين؛ حيث إنهم يفضلون أخذ صورهم بأنفسهم. وقد أجريت دراسة (أبو غولة، 2017) (7) لمعرفة مدى استخدامات ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات التواصل الاجتماعي في غزة والإشباع المتحققة منها، والتعرف على أبرز التطبيقات التي يستخدمونها، ومدى مواكبتهم لها، وتأتي الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وارتكزت على منهج المسح الإعلامي، ومن خلاله أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، حيث تم جمع البيانات باستخدام أداة صحيفة الاستبانة، واعتماد عينة عشوائية بسيطة قوامها 250 مبحوثاً ممن لديهم إعاقة بصرية كلية أو جزئية ممن تفوق أعمارهم 17 عاماً من محافظات غزة بفلسطين. وقد تبين استخدام 61.1% من المبحوثين لتطبيقات التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية، وقد كان الفيسبوك من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية استخداماً بنسبة 79.7%، تلاه اليوتيوب بنسبة 72%، ثم الواتساب بنسبة 61%. بينما تتمثل أهم دوافع استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في أنها متاحة ومتوفرة، ثم تلاها دافع قضاء وقت الفراغ والتسلية. وقد استكشفت دراسة (Della & Jurberg, 2017) (8) مدى استخدام المراهقين من ذوي الإعاقة البصرية لوسائل التواصل الاجتماعي في البرازيل، وقد اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة الجماعية المركزة مع طلاب إحدى مدارس المكفوفين وضعاف البصر في ريو دي جانيرو بالبرازيل، وقد أظهرت النتائج استخدام ذوي الإعاقة البصرية لوسائل التواصل الاجتماعي واستمتاعهم بها مثل أقرانهم المبصرين، وأن هؤلاء الطلاب على دراية بالإمكانيات التي توفرها وتجلبها لهم وسائل التواصل الاجتماعي بمساعدة التكنولوجيا المساعدة؛ حيث يمكن تحقيق أقصى إفادة منها. كما أوصت الدراسة بدمج وسائل التواصل الاجتماعي في الممارسات التربوية

من أجل تطوير عملية التعلم والمهارات الحياتية لديهم. وقد ركزت دراسة (المقابلية، 2016)⁽⁹⁾ على استخدامات المكفوفين في سلطنة عمان لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، والتي تعد من الدراسات الوصفية؛ حيث اعتمدت منهج المسح من خلال مسح جمهور وسائل الإعلام، وكانت أداة الدراسة صحيفة الاستبانة بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع، وتكونت عينة الدراسة من 100 مفردة من الباحثين. وأظهرت النتائج امتلاك 64.3% من المكفوفين لصفحة أو حساب على شبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاء الفيسبوك في المرتبة الأولى كأكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً، ثم تويتر، وتلاها يوتيوب، وسكايب، ولينكد إن، وسناب شات، وإنستغرام. بالإضافة إلى تفضيل 80% من الباحثين الدخول بمفردهم لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية. وقد هدفت دراسة (Rukhsana & et al. 2014)⁽¹⁰⁾ إلى التعرف على أنواع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها المكفوفون لأغراض التعلم، ووصف كيفية استخدام المكفوفين لهذه الشبكات عن طريق أجهزة الحاسب الآلي، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من 35 كفيفاً من جامعة البنجاب في باكستان، كما استخدم الباحثون المقابلة كأداة للدراسة. وكشفت النتائج استخدام المكفوفين لشبكة الفيسبوك بنسبة 42% كأكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً، تليها سكايب بنسبة 25%، ثم تويتر بنسبة 2%، كما يستخدم 48% من الباحثين هذه المواقع أكثر من مرة في اليوم، بينما يستخدمها 20% من أفراد العينة مرة واحدة في الأسبوع، و8% بشكل نادر ما يستخدمونها. ويستخدم 37% من المكفوفين الشبكات الاجتماعية لأسباب أكاديمية، و31% لمشاركة الآخرين الأفكار والتجارب، وللتواصل مع الآخرين نسبة 17%، بينما جاءت 5% للترفيه. أما بالنسبة للأنشطة التي يمارسها المكفوفون على شبكات التواصل الاجتماعي فكان أكثرها التواصل مع الأقارب والأصدقاء، واستقبال الدعوات، وسماع الموسيقى، والتسجيل للدورات المباشرة على الإنترنت، وحضور اللقاءات المفتوحة، وكانت أقل الأنشطة هي اللعب، ومشاركة الفيديو والصور.

- التعليق على الدراسات السابقة:

يمكن القول إن الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع من حيث نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية انتشار المبتكرات ونموذج قبول التكنولوجيا TAM، ومن حيث وسائل الاتصال الحديثة وأجهزة الهواتف الذكية؛ قد ساعدت في تكوين صورة عن مدى فاعلية استخدام الهواتف الذكية في إطار النظريات المرتبطة بالدراسة، فضلاً

عن أن أغلب الدراسات السابقة أظهرت دور وأهمية تلك الأجهزة في الحياة من خلال تأثيراتها المختلفة.

وقد لاحظ الباحث من خلال استعراض الدراسات السابقة أن هذه الدراسة تلتقي مع بعضها في بعض النقاط، وتختلف مع بعضها في النقاط الأخرى، ونفصل ذلك فيما يلي:

- من حيث الموضوع: لاحظ الباحث اهتمام الدراسات العربية والأجنبية بموضوع استخدامات ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، حيث وجد العديد من الدراسات السابقة التي تحدثت عن هذا الموضوع، بالإضافة إلى تنوع الجمهور والفئات التي تم التطبيق عليها كالولايات المتحدة الأمريكية، ومصر، والبرازيل، والهند، وباكستان، وسلطنة عمان، وفلسطين، وإندونيسيا، ومن خلال المتابعة نجد أنه لا توجد دراسة حول استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة البحرين.

- من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم: جميع الدراسات تنتمي للدراسات الوصفية كما هذه الدراسة، وتتفق في أنها استخدمت منهج المسحي الإعلامي كما في بعض الدراسات السابقة كدراسة (Pandey & et al., 2022)، ودراسة (Martiniello & et al., 2022)، ودراسة (عبد اللطيف، 2020)، ودراسة (Hanny, Priyo, & Aat, 2020)، ودراسة (Bennett & et al., 2018).

- من حيث الأدوات المستخدمة: استخدم بعض الباحثين أداة صحيفة الاستبانة، بالإضافة إلى المقابلة المعمقة كدراسة (المقبالية، 2016). بينما اعتمد البعض على صحيفة الاستبانة فقط كدراسة (Martiniello & et al., 2022)، ودراسة (Hanny, Priyo, & Aat, 2020).

- من حيث النظريات المستخدمة: يعتمد الباحث في دراسته على نظرية الاستخدامات والإشباع، والتي اعتمدت عليها عدد من الدراسات، مثل دراسة (Pandey & et al., 2022)، ودراسة (Hanny, Priyo, & Aat, 2020)، ودراسة (أبو غولة، 2017). فيما اعتمدت دراسة (عبد اللطيف، 2020) على نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية انتشار المبتكرات.

- من حيث مجتمع الدراسة والعينة: تناولت العديد من الدراسات فئة ذوي الإعاقة البصرية كما في دراسة (Pandey & et al., 2022)، ودراسة (Hanny, Priyo, & Aat, 2020)، ودراسة (المقبالية، 2016). بالإضافة إلى ذلك تناولت العديد من

الدراسات فئة طلبة الجامعات كما في دراسة (Rukhsana & et al., 2014)، وفئة طلاب المرحلة الثانوية كدراسة (Bennett & et al., 2018)، أما فئة طلاب المرحلة الإعدادية فقد تناولتها دراسة (Hanny, Priyo, & Aat, 2020). وتتوَّعت العينات المستخدمة في الدراسات السابقة ما بين العينات الاحتمالية مثل العينة العشوائية البسيطة مثل دراسة (أبو غولة، 2017)، والعينات غير الاحتمالية مثل العينة العمدية المتاحة كما في دراسة (عبد اللطيف، 2020)، ودراسة (المقبالية، 2016).

- أفاد الباحث من عرض الدراسات السابقة في:

صياغة مشكلة الدراسة وبلورتها بشكلٍ دقيق، وصياغة الفروض والتساؤلات، مع تحديد المنهج المستخدم، وتحديد مجتمع الدراسة والعينة، بالإضافة إلى تحديد الإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة والأساليب البحثية الكيفية المناسبة التي أسهمت في فهم العديد من جوانب تطبيقات الهواتف الذكية، وطبيعة استخدامها من قبل المستخدمين.

كما أفادت الدراسات السابقة في فهم العلاقات الارتباطية بين بعض المتغيرات، وتعميق فهم الإطار النظري للنظرية المستخدمة في الدراسة.

• الإطار النظري للدراسة: نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratification Theory):

ترتكز نظرية الاستخدامات والإشباع على العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، حيث إن وسائل الإعلام لا تحدد للجمهور نوع الرسائل التي يتلقاها، بل الجمهور هو المسؤول عن التحكم في مضمون الرسائل الإعلامية؛ وبالتالي فإن الجمهور المتلقي هو المُبادر في تقرير الوسائل والأساليب التي يتلقى بها الرسالة الإعلامية بما يتفق مع حاجاته ورغباته، كما أنه يوظف مضامين هذه الرسائل بما يساعده في تحقيق ما ينفعه بدلاً من التصرف بسلبية حيالها⁽¹¹⁾.

وتُعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها: "دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة"، ويعني ذلك تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة كإشباع حاجات فردية معينة، وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظّمة، حيث إنّها تركز على السمات الاجتماعية والفردية وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي تستخدمه الدراسة؛ لرصد أنماط وعادات

التعرض لتطبيقات الهواتف الذكية عبر الهواتف الذكية من قبل ذوي الإعاقة البصرية وذلك في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع (12).

وقد ظهرت هذه النظرية بدايةً في الأربعينات والخمسينات من القرن العشرين في أعقاب تراجع إيمان الباحثين بنظرية التأثير القوي والمباشر لوسائل الإعلام الذي عرف بنموذج الرصاصة السحرية أو الحقن تحت الجلد، وسيطر اتجاه يميل إلى تأييد نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام الذي تعد نظرية الاستخدامات والإشباع إحدى نماذجها (13). وانتشرت بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهير" في العام 1974م، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر (14).

- نظرية الاستخدامات والإشباع في مجالات الإعلام الجديد:

مثل القرن الحادي والعشرين إيداناً ببدء عصر جديد من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصالات، واستخدام الإنترنت كأداة اتصال متطورة بشكل كبير. كل ذلك أدى إلى التغيير في طريقة تفاعل الناس مع بعضهم البعض، وكذلك مع العالم من حولهم. واتجهت دراسات الاتصال في أواخر التسعينات وبداية العام 2000م وما تلاه لدراسة تطبيق الاستخدامات والإشباع على الجماهير؛ لدراسة دوافعهم لاستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة كالإنترنت والإشباع التي تحققت لهم منها. فقد شكّل اعتماد نطاق واسع من الاتصالات التكنولوجية والاندماج في حياة الناس اليومية من خلال التقنيات الاتصالية الحديثة أهمية كبيرة أدت إلى إحياء نظرية الاستخدامات والإشباع (15).

وقد حظيت نظرية الاستخدامات والإشباع باهتمام بالغ من قبل الباحثين في وسائل الإعلام الجديد في محاولة لفهم دوافع وأنماط استخدام تلك الوسائل والإشباع التي تتحقق للجمهور من تجربتهم لها (16).

فبعد أن كان تركيز الدراسات المبكرة في نظرية الاستخدامات والإشباع ينصب فقط على استخدام وسائل الإعلام التقليدية، مثل مشاهدة التلفزيون، والاستماع إلى الراديو، وقراءة الكتب المصورة، إلا أنه تحول مع بداية العصر الرقمي؛ حيث بدأ العلماء والباحثون في إعادة النظر في نظرية الاستخدامات والإشباع في ضوء التقنيات الإعلامية الحديثة، وتوجهوا لدراسة الفرص التفاعلية التي تُقدمها هذه التقنيات الجديدة (17).

فقد توقع روجيرو (Ruggiero) من خلال عدد من البحوث أنّ الإنترنت سيسهم في العديد من التحولات؛ مما يؤدي إلى تغييرات عميقة في عادات مستخدمي وسائل الإعلام إلى جانب الأدوار الشخصية والاجتماعية. ومع التحول السريع في هذه العادات والأدوار حيث إنّ التفاعل الشخصي مع الأصدقاء والعائلة والاتصال المهني تحول من العالم الفيزيائي إلى كيان على الإنترنت؛ نظراً لزيادة شعبية مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، اليوتيوب، تويتر، الإنستغرام، وغيرها. فالشبكات الاجتماعية هي أماكن افتراضية تلبى حاجات مجموعات محددة من الأشخاص، وبالتالي خلقت مجتمعاً كبيراً من أفراده غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الإنترنت⁽¹⁸⁾.

وتمثل ألعاب الفيديو، وأجهزة التابلت، والهواتف الذكية أحدث أشكال وسائل الإعلام الجديد والتي توفر إمكانية الاتصال بشبكة الإنترنت والمزيد من الخيارات لإشباع حاجات المستخدمين. وقد دفع ظهور هذا النوع من الوسائل الإعلامية الباحثين لدراسة دوافع وأنماط استخدام هذه الوسائل بواسطة نظرية الاستخدامات والإشباع؛ وذلك باعتبارها وسائل إعلام جديدة تتنافس مع غيرها من مصادر المعلومات لإشباع حاجات المستخدمين⁽¹⁹⁾.

كما أنّ التحول من وسائل الإعلام التقليدية إلى الوسائل الجديدة يخلق إشباعاً جديدة بسبب تطور التكنولوجيا؛ مما يخلق تحدياً جديداً لنظرية الاستخدامات والإشباع للبحث عن مدى الإشباع الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديدة بما تمتلكه من خصائص تفاعلية كبيرة، حيث يرى العديد من العلماء والباحثين أنّ قوة هذه الوسائل تكمن في خصائصها التفاعلية، في حين أنّ جوهر نظرية الاستخدامات والإشباع هو التفاعل والجمهور النشط، ولذلك يُنظر إلى نظرية الاستخدامات والإشباع على أنّها الأساس النظري الفعال لدراسة هذه الوسائل الجديدة⁽²⁰⁾.

- استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها:

قبل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها استخدم بعض الباحثين مدخل الاستخدامات والإشباع لاختبار عدة فرضيات تدور حول الآثار الاجتماعية والنفسية المترتبة على استخدام شبكة الإنترنت باعتبارها وسيلة اتصال جماهيرية جديدة؛ إذ يشار إلى أنّ مستخدمي الإنترنت يشبعون عدة احتياجات نفسية واجتماعية مثل الحاجة إلى الترفيه، والتزود بالمعلومات الضرورية، وتعزيز الروابط الاجتماعية، وتكوين المجتمعات

الافتراضية، حيث إن الميزة التفاعلية التي تمتاز بها شبكة الإنترنت هي أساس عملية الاستخدام⁽²¹⁾.

وبعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وجّه الباحثون الاهتمام إلى دراسة استخدامات الجمهور لهذه الشبكات والإشباع المتحققة منها، وأهمها التخلص من الشعور بالوحدة؛ إذ إن العلاقة بين المستخدم وبين شبكات التواصل الاجتماعي تعتمد على درجة الوحدة التي يشعر بها الفرد، فيتزايد استخدام هذه الشبكات للتخلص من الوحدة في حالات الوحدة القصيرة والمؤقتة، بينما يقل هذا الاستخدام في حالات الوحدة المرضية المزمنة التي تستمر لسنوات. وتوجد حاجات نفسية أساسية يلبها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهي: الاسترخاء، والتسلية، ونسيان ضغط العمل، وتكوين الصداقات، وعمل شيء ما، وتعلم أشياء عن الذات وعن الآخرين، وتمضية الوقت، والشعور بالإثارة، والتخلص من شعور الوحدة، وإشباع الهوايات المختلفة، والحصول على خدمات معينة من الأشخاص⁽²²⁾.

والواقع أن دراسات وبحوث نظرية الاستخدامات والإشباع في مجال شبكات التواصل الاجتماعي تُركز على تحديد دوافع استخدام الفرد لهذه الشبكات، ومدى إشباعها لحاجاته، وماهية العوامل النفسية والاجتماعية المحددة للتعرض لها، بالإضافة إلى أثر السياق الاجتماعي على طريقة استخدام الفرد لشبكات تواصل محددة⁽²³⁾. كما يعزز الإعلام الجديد من خصائص التفاعلية، ومشاركة ذوي الإعاقة البصرية من خلال استخدام الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وغيرها، إلى جانب توفيرها لمزيد من التقنيات المختلفة المدعمة باللمس والصوت والبرامج الخاصة، التي تُعين الأفراد من هذه الفئة للدخول إلى مختلف تطبيقات التواصل الاجتماعي⁽²⁴⁾.

- توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع في الدراسة الحالية:

يتمثل توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع في الدراسة الحالية من خلال بناء الفروض الأساسية للدراسة وتحديد المتغيرات؛ حيث اعتمد الباحث في صياغة الفروض الخاصة بالدراسة الحالية لاختبار استخدامات المبحوثين من ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة البحرين والإشباع المتحققة منها على الافتراض الرئيس للنظرية، والذي يركز على نشاط الجمهور الإيجابي في اختيار وسائل الإعلام والمضامين التي تشبع مختلف احتياجاته. كما تم الاستفادة من النظرية في بناء الدراسة وتحديد أدوات جمع البيانات؛ وذلك عبر استعراض الإطار النظري المستخدم في هذه الدراسة، حيث نجد أنه لدراسة الإشباع الناتجة عن استخدامات ذوي الإعاقة

البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة البحرين؛ هناك مجموعة من الخطوات الضرورية تتمثل في استطلاع رأي المبحوثين لتحديد معدل استخداماته ودوافعه والإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام؛ لذلك، قام الباحث بتصميم استمارة الاستبانة بناء على النموذج النظري المستخدم، وتم صياغة الأسئلة التي تقيس حجم الاستخدامات ودوافعه، وكذلك الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام.

• فروض الدراسة:

تقوم الدراسة الحالية على اختبار الفروض التالية:

1- توجد علاقة بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية والدوافع نحو الاستخدام.

2- توجد علاقة بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية والإشباعات المتحققة.

3- توجد علاقة بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية طبقاً للمتغيرات الديموغرافية (السن، النوع، الحالة البصرية، الخبرة البصرية، المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

• نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات وافية ودقيقة عنها⁽²⁵⁾. وتطبيق ذلك على الدراسة للتعرف على استخدامات ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة البحرين، والإشباعات المتحققة منها.

• منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي الذي يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة الحالية، وفي إطار هذه المنهج يركز الباحث على أسلوب مسح الجمهور عينة الدراسة الميدانية، لمعرفة استخدامات ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة البحرين، والإشباعات المتحققة منها.

● مجتمع الدراسة الميدانية:

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية من ذوي الإعاقة البصرية في مملكة البحرين، والبالغ عددهم نحو 1261 فرداً، وذلك حسب إحصائية وزارة العمل والتنمية الاجتماعية بمملكة البحرين للربع الثاني من سنة 2022م، كما يبيّن الجدول التالي.

جدول (1)

إحصائيات الأشخاص ذوي الإعاقة البصرية في محافظات مملكة البحرين

المجموع	المحافظة الجنوبية		المحافظة الشمالية		محافظة المحرق		محافظة العاصمة		نوع الإعاقة
	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	
1261	70	89	203	273	83	113	170	260	البصرية
	159		476		196		430		المجموع

● عينة الدراسة الميدانية:

اعتمد الباحث في اختيار عينة الدراسة الميدانية وفقاً لأسلوب العينة العمدية المتاحة؛ لأنها تشمل ما هو متاح من ذوي الإعاقة البصرية في مملكة البحرين. وتكوّنت عينة الدراسة من عينتين: العينة الأولية التي تكوّنت من (288) مفردة، حيث تم استبعاد (13) مفردة منهم لأنهم لا يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية، لتتكون عينة الدراسة الرئيسية من (275) مفردة من ذوي الإعاقة البصرية مقسّمة إلى (156) مفردة من الذكور، و(119) مفردة من الإناث. وتم التوصل لهم من خلال التواصل مع وزارة العمل والتنمية الاجتماعية، ووزارة التربية والتعليم، وجمعية الصداقة للمكفوفين، والمعهد السعودي البحريني للمكفوفين، والجمعية الخليجية لذوي الإعاقة. وفيما يلي جدول توصيف عينة الدراسة:

جدول (2)

توزيع عينة الدراسة

متغيرات الدراسة	ن (العدد)	%
النوع	ذكر	56.7
	أنثى	43.3
العمر	18 سنة فأقل	18.5
	19-30 سنة	27.6
	31-45 سنة	41.2
	46 سنة فأكثر	12.7
المؤهل العلمي	ثانوي أو أقل	41.8
	جامعي	52.7

متغيرات الدراسة	ن (العدد)	%
دراسات عليا	15	5.5
محافظة العاصمة	93	33.8
محافظة المحرق	38	13.8
المحافظة الشمالية	112	40.8
المحافظة الجنوبية	32	11.6
فقدان بصري كلي/ كفيف	247	89.8
فقدان بصري جزئي/ محدود البصر	28	10.2
توجد خبرة بصرية سابقة	130	47.3
بدون خبرة بصرية سابقة	145	52.7
نعم	244	88.7
لا	31	11.3
نعم	150	54.5
لا	125	45.5
تمليك	219	79.6
إيجار	56	20.4
أقل من 100 دينار	24	8.7
من 100 إلى أقل من 400 دينار	156	56.7
من 400 إلى أقل من 700 دينار	78	28.4
700 دينار فأكثر	17	6.2
منخفض	32	11.6
متوسط	128	46.6
مرتفع	115	41.8

• الحدود الزمنية للدراسة:

تم تطبيق الدراسة الميدانية من منتصف مارس إلى منتصف مايو 2022م، وبذلك فقد استغرق تطبيق استمارة الاستقصاء مدة تصل تقريبا إلى شهرين؛ وذلك حتى يتم التأكد من الحصول على عينة جيدة تحقق أهداف الدراسة واختبار فروضها.

• أداة جمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة من خلال استمارة الاستبانة عبر عدة طرق؛ بحيث تتناسب كل طريقة مع فئة معينة من ذوي الإعاقة البصرية، وهي كالتالي:
- المقابلة الشخصية للمبحوثين.

- الاتصال الهاتفي بالمبحوثين، حيث حصل الباحث على أرقام هواتفهم من خلال المؤسسات التي تشرف عليهم كوزارة التربية والتعليم، والجامعات الحكومية والخاصة.
- تحويل الاستمارة الورقية إلى رابط Form على Google، وإرساله في مجموعات التواصل التابعة لجمعية الصداقة للمكفوفين، والمعهد السعودي البحريني للمكفوفين.

• منهجية قياس متغيرات الدراسة:

تم جمع بيانات الدراسة من خلال استمارة الاستبانة التي احتوت على عدد من المقاييس لقياس متغيرات الدراسة كما يلي:

1- مقياس معدل الاستخدام: يتكون هذا المقياس من ثلاثة أبعاد لقياس معدل استخدام المبحوثين لتطبيقات الهواتف الذكية، وذلك على النحو التالي:
- البعد الأول: مدى الاستخدام لتطبيقات الهواتف الذكية، وقد طُلب من المبحوثين أن يجيبوا بالاختيار بين بدليين متمثلين في: أستخدمها (3 درجات)، لا أستخدمها (صفر) من الدرجات.

- البعد الثاني: معدل عدد الساعات التي يستخدم فيها المبحوث تطبيقات الهواتف الذكية يوميا. وتم سؤال المبحوثين عن إجمالي عدد الساعات التي يقضيها يوميا على التطبيقات عبر الهاتف الذكي، وطلب من المبحوثين أن يجيبوا عن هذا البعد بالاختيار بين ثلاث خيارات متمثلة في: أكثر من ثلاث ساعات (3 درجات)، من ساعة إلى ثلاث ساعات (درجتان)، أقل من ساعة واحدة (درجة واحدة).

- البعد الثالث: معدل عدد المرات التي يستخدم فيها المبحوث تطبيقات الهواتف الذكية يوميا. وتم سؤال المبحوثين عن عدد المرات التي يقضيها يوميا على تطبيقات الهواتف الذكية، وطلب من المبحوثين أن يجيبوا عن هذا البعد بالاختيار بين ثلاثة خيارات متمثلة في: عدة مرات في اليوم الواحد (3 درجات)، مرة واحدة يوميا (درجتان)، بحسب الظروف (درجة واحدة).

وبناء عليه فإن أعلى درجة للمقياس هي (9) وأقل درجة هي (2)، وتم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات.

2- مقياس الدوافع: تم قياس دوافع استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية من خلال مقياس ليكرت للتقديرات التجميعية، وذلك بصياغة (11) عبارة تحدد الدوافع النفسية من حيث (التواصل مع الأهل والأصدقاء، التعرف على أحداث وأخبار العالم، معرفة خبرات ومعلومات ومهارات جديدة تفيدني، الاطلاع على ثقافات أخرى،

متابعة الأفلام والاستماع للصوتيات المتنوعة، تعزيز الثقة بالنفس، الحصول على المعلومات، مواكبة التقنيات المعاصرة التي تجتاح العالم، الإفادة من المعلومات التي تخص ذوي الهمم، اكتساب صداقات من استخدام الهاتف لم أجدها فيمن حولي، التعرف على السلع والخدمات الجديدة في الأسواق)، وقد تم صياغة العبارات بحيث تحصل موافق على (3 درجات)، وموافق إلى حد ما على (درجتين)، وغير موافق على (درجة واحدة)، وبناء على ذلك فإن أعلى درجة للمقياس هي (33) وأقل درجة هي (11)، وتم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات. كما تم صياغة (10) عبارات تحدد الدوافع الطوقسية من حيث (الترفيه والاسترخاء، التخلص من الملل، مساندة الحداثة والتطور، الشعور بالخصوصية عند الاستخدام، بدافع الفضول وكيفية الاستخدام، الهروب من المشاكل اليومية، حتى لا أشعر بالوحدة، لإبراز جوانب التميز عن الآخرين، أستخدامها لأن زملائي يستخدمونها، بحكم العادة والارتباط بأجهزة الهواتف الذكية واستخداماتها)، وبناء عليه فإن أعلى درجة للمقياس هي (30) وأقل درجة هي (10)، وتم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات.

3- مقياس الإشباع: تم قياس الإشباع المتحققة من استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية من خلال مقياس ليكرت للتقديرات التجميعية، وذلك بصياغة (8) عبارات تحدد إشباع الوسيلة من حيث (تملاً وقت الفراغ، تشعرني بالمتعة والسعادة، تجعلني أناقش موضوعات مختلفة مع الأصدقاء، تساعدني على ممارسة حرية الرأي والتعبير، لإشباع الفضول في التعرف على تطبيقات الهواتف الذكية، إجراء الحوارات مع من لا أعرفهم لتغيير الروتين والقلق، تعرفني على شخصيات شهيرة فأندمج معها، الانخراط مع العالم المحيط). بحيث تحصل موافق على (3 درجات)، وموافق إلى حد ما على (درجتين)، وغير موافق على (درجة واحدة)، وبناء على ذلك فإن أعلى درجة للمقياس هي (24) وأقل درجة هي (8)، وتم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات. كما تم صياغة (9) عبارات تحدد إشباع المحتوى من حيث (تساعدني في إرسال الرسائل عبر البرامج والتطبيقات، تحسن مستواي في اللغة العربية واللغات الأجنبية، تزيد من ثقافتي الشخصية، تعرفني بالقضايا التي تهتم ذوي الهمم، تعرفني على أصدقاء جدد، تبرز مواهبي الشخصية، تعزز من ثقفتي بنفسي، تسهل لي التواصل وتجعلني اجتماعياً أكثر، تعرفني على حلول للمشكلات التي تواجهني) وبناء عليه فإن أعلى درجة للمقياس هي (27)، وأقل درجة هي (9) وتم تقسيمها أيضاً إلى ثلاثة مستويات.

• مؤشرات صدق وثبات أداة الدراسة:

تم استخدام الصدق الظاهري لأداة جمع البيانات من خلال عرضها وبشكلها التفصيلي على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام وتكنولوجيا الهواتف الذكية، والمتخصصين في مجال الإعاقة، وكذلك الإحصاء، حيث طلب من السادة المحكمين إبداء آرائهم فيها، وتقديم الملاحظات لمعرفة مدى ملاءمتها لتساؤلات الدراسة وفروضها، وللكشف عما يكون في التصميم الأولي من قصور أو أخطاء علمية لكي يتم تداركها حتى لا تؤثر على الموضوعية.

وقد تم التحقق من مؤشر ثبات أدوات الدراسة من خلال حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ، وبلغت قيمته لمحور دوافع استخدام التطبيقات والبرامج عبر أجهزة الهواتف الذكية (0.89)، ومحور الإشباع المتحققة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية (0.94).

• مصطلحات الدراسة:

- الاستخدامات: نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة الفعل الذي يربط ذوي الإعاقة البصرية بتطبيقات الهواتف الذكية، أي تعاملهم وتفاعلهم معها، فالاستخدام بحد ذاته يمثل سلوكاً اتصالياً يحدث بفعل دوافع نفسية أو اجتماعية.

- الإعاقة البصرية: حالة من الضعف في حاسة البصر؛ بحيث يحد من قدرة الفرد على استخدام حاسة بصره بفعالية وكفاية واقتدار، الأمر الذي يؤثر سلباً في نموه وأدائه، وتشمل هذه الإعاقة ضعفاً أو عجزاً في الوظائف البصرية، وهي البصر المركزي والمحيطي والذي يكون ناتجاً عن تشوه تشريحي أو الإصابة بالأمراض أو الجروح في العين⁽²⁶⁾. ويصنف ذوو الإعاقة البصرية إلى فئتين:

- الفئة الأولى: هي فئة المكفوفين وهم الذين يعانون من العمى الكلي أو شبه الكلي⁽²⁷⁾، والذين لا تزيد حدة إبصارهم عن 20 / 200 قدم في أحسن العينين⁽²⁸⁾.

- الفئة الثانية: هي فئة المبصرين جزئياً (Partially Seeing) أي الأشخاص الذين يعانون من فقدان البصر في عين واحدة أو كلتا العينين، ولكنهم ليسوا بمكفوفين، وهم الذين لديهم حدة بصر أحسن من 20 / 200 قدم، ولكن أقل من 70 / 20 قدماً⁽²⁹⁾.

- تطبيقات الهواتف الذكية (Smartphones Applications): "تعرف تطبيقات الهواتف الذكية بالبرمجيات الصغيرة أو حزم برمجية بسيطة تصممها الشركات المصنعة للهواتف، أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف أو شركات أخرى متخصصة في صناعة التطبيقات. ويقوم المشترك بتزيلها على هاتفه من متاجر شركات الهواتف العالمية على حسب نوع

نظام تشغيل الهاتف، وتقدم هذه التطبيقات المتنوعة والمتعددة خدماتها للمشارك والتي تفيده في حياته اليومية كالتطبيقات الاجتماعية، الرياضية، الإخبارية، الدينية، العلمية، التعليمية، السياحية، الصحية، والتطبيقات الترفيهية، وغيرها⁽³⁰⁾.

• المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم تحليل البيانات في الدراسة الحالية من خلال الاعتماد على المعالجات الإحصائية التالية:

- 1- التكرارات والنسب المئوية: تم استخدامها لوصف خصائص العينة حسب المتغيرات الديموغرافية، وفي حساب تكرارات ونسب استجابات العينة على المقياس.
 - 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: تم استخدامها لحساب متوسطات ومدى انحرافات استجابات العينة على عبارات ومحاور المقياس.
 - 3- الوزن النسبي: تم استخدامها لحساب مستوى استجابات العينة على عبارات ومحاور المقياس.
 - 4- معاملات ارتباط بيرسون: وذلك للتحقق من طبيعة ودلالة العلاقة بين متغيرات الدراسة.
 - 5- اختبار (ت) للعينات المستقلة: تم استخدامه لتحديد دلالة الفروق في استجابات العينة حسب متغيرات الدراسة.
 - 6- اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA: وذلك لاختبار دلالة الفروق في معدل استخدام أفراد العينة بحسب متغيرات الدراسة.
 - 7- اختبار شافيه للمقارنات البعدية: لمصادر الفروق في معدل استخدام أفراد العينة بحسب متغيرات الدراسة.
- نتائج الدراسة:
- معدل استخدام تطبيقات الهواتف الذكية، وأنماط ذلك الاستخدام:
1. استخدام تطبيقات الهواتف الذكية:

جدول (3)

مدى استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية

ر	الاستجابة	ك	%
1	نعم	275	95.5
2	لا	13	4.5
ن = 288			

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن (95.5%) من عينة الدراسة تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية، وتعتبر هذه نسبة مرتفعة في استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية؛ مما قد يدل على أهمية هذه الهواتف في حياة ذوي الإعاقة البصرية، وأنهم يعتمدون عليها في الكثير من ممارساتهم اليومية. ويمكننا ملاحظة أن هذه النتيجة قد تدل أيضاً على أن ذوي الإعاقة البصرية يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية مثل الأشخاص العاديين من المبصرين، وأن هؤلاء الأفراد لديهم الرغبة والقابلية والمهارة إذا ما توفرت لهم الظروف الملائمة والمناسبة لاستخدام الهواتف الذكية. في حين أشارت نسبة (4.5%) أنهم لا يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية، حيث تم استبعادهم من الإجابة عن باقي أسئلة الاستبانة باستثناء السؤال التالي فقط.

2. أسباب عدم استخدام تطبيقات الهواتف الذكية:

جدول (4)

استجابات عينة الدراسة حول أسباب عدم استخدام تطبيقات الهواتف الذكية

ر	الاستجابة	ك	%
1	ليس لدي المهارات الكافية لاستخدام هذه التطبيقات	12	92.3
2	لا أملك هاتفاً ذكياً	9	69.2
3	ظروفي الصحية تحول دون استخدامها	8	61.5
4	لا تتناول مواضيع مهمة لي	6	46.2
5	قلق حول الخصوصية وإجراءات الأمان	6	46.2
6	ليس لدي الوقت الكافي	4	30.8
7	أخشى من التحدث مع الآخرين	4	30.8
8	لا أعرف بوجود تطبيقات مساعدة لي	2	15.4
9	غير مقتنع بأهميتها وجدواها	2	15.4
ن = 13			

* يمكن اختيار أكثر من بديل

* حيث إنهم المبحوثون الذين ذكروا أنهم لا يستخدمون الهواتف الذكية في السؤال رقم (1).

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أهم أسباب عدم امتلاك هذه الفئة من عينة الدراسة هاتف ذكي كانت بسبب أنه ليس لديهم المهارات الكافية لاستخدام هذه

التطبيقات بنسبة (92.3%)، ثم لعدم امتلاكهم لهاتف ذكي بنسبة (69.2%)، ثم "بسبب ظروفهم الصحية تحول دون استخدامها" بنسبة (61.5%). ويلاحظ من هذه النتائج أن نسبة الذين لا يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية لربما هو مرتبطٌ بشكل رئيس بعدم امتلاكهم لهاتف ذكي يمكنهم من الاستفادة من تلك التطبيقات في حياتهم اليومية. كما أن الغالبية منهم ليس لديهم المهارات الكافية لاستخدام هذه التطبيقات، وربما يعود ذلك لعدم وجود من يعلمهم أو يدرّبهم على استغلال تلك الأجهزة بالشكل الملائم والأمثل؛ ليتمكنوا من التعامل معها والإفادة من مزاياها.

3. نوع الهاتف الذكي الذي تستخدمه عينة الدراسة:

جدول (5)

استجابات عينة الدراسة حول نوع الهاتف الذكي الذي تستخدمه

ر	الاستجابة	ك	%
1	آيفون iPhone	250	90.9
2	سامسونج Samsung	32	11.6
3	هواوي Huawei	22	8
4	نوكيا Nokia	4	1.5
5	شاومي Xiaomi	2	0.7
ن=275			

* يمكن اختيار أكثر من بديل

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة يستخدمون هاتف آيفون iPhone بنسبة (90.9%)، وأن (11.6%) من العينة يستخدمون هاتف سامسونج Samsung، وأن (8%) من العينة يستخدمون هاتف هواوي Huawei، وجاء استخدام باقي الأنواع بنسبة قليلة جداً. ويظهر من النتيجة السابقة أن هاتف الآيفون من خلال نظام iOS هو الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسة، ولعلّ السبب في ذلك يرجع إلى قارئ شاشة جهاز الآيفون Voice over الذي يدعم اللغة العربية مباشرةً دون الحاجة إلى تحميل اللغات المختلفة أو الحاجة لتحديثات مستمرة، بالإضافة إلى مميزات الخصوصية في جهاز الآيفون.

4. أسباب امتلاك الهاتف الذكي:

جدول (6)

استجابات عينة الدراسة حول سبب امتلاك هاتف ذكي

ر	الاستجابة	ك	%
1	يحتوي على برنامج ناطق	265	96.4
2	الإفادة من الخصائص والمميزات الموجودة فيه	257	93.5
3	مواكبة التكنولوجيا الحديثة	248	90.2
4	ممارسة حياتي بشكل طبيعي مثل الآخرين	236	85.8
5	سهولة حمله في كل مكان	223	81.1
6	أستخدمه للدراسة	119	43.3
7	إمكانية تكبير محتويات الشاشة	38	13.8
8	أخرى/ استخدمه للعمل	4	1.5
ن=275			

* يمكن اختيار أكثر من بديل

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أهم أسباب امتلاك عينة الدراسة لهاتف ذكي كانت بسبب أنه يحتوي على برنامج ناطق بنسبة (96.4%)، ثم بسبب الإفادة من الخصائص والمميزات الموجودة فيه بنسبة (93.5%)، ثم "لمواكبة التكنولوجيا الحديثة" بنسبة (90.2%). ويمكننا ملاحظة أن السبب الرئيس لامتلاك عينة الدراسة لهاتف ذكي هو أنه يحتوي على برنامج ناطق، ولعلّ السبب في ذلك يرجع إلى أهمية البرنامج الناطق في حياة ذوي الإعاقة البصرية، والذي يساعد على الترجمة الصوتية لكل ما هو موجود على شاشة الهاتف الذكي؛ مما يسهل عملية التعامل معها وهذه يستفيد منها من لديهم الإعاقة البصرية بشكل كلي، ومن لديهم ضعف كبير في عملية الإبصار، كما سوف يتضح في نتائج الجدول التالي.

5. اعتماد العينة في التعامل مع الهاتف الذكي:

جدول (7)

استجابات عينة الدراسة حول اعتماد العينة في التعامل مع الهاتف الذكي

ر	الاستجابة	ك	%
1	على قارئ الشاشة	251	91.3
2	على تكبير الشاشة	24	8.7
ن=275			

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن (91.3%) من عينة الدراسة تعتمد على قارئ الشاشة في التعامل مع الهاتف الذكي، و(8.7%) منهم يعتمدون على تكبير الشاشة في التعامل مع الهاتف الذكي، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن غالبية أفراد العينة من فاقد البصر كلياً.

6. قارئ الشاشة الذي تستخدمه عينة الدراسة:

جدول (8)

استجابات عينة الدراسة حول قارئ الشاشة الذي تستخدمه عينة الدراسة

ر	الاستجابة	ك	%
1	تطبيق Voice Over	241	87.6
2	برنامج NVDA	96	34.9
3	تطبيق Shine Plus	59	21.5
4	تطبيق قارئ الشاشة Talk Back	55	20
5	برنامج قارئ الألوان الناطق	51	18.5
6	برنامج JAWS	37	13.5
7	برنامج Hal	29	10.5
8	برنامج "إبصار" التابع لشركة صخر	24	8.7
9	برنامج Home Page Reader IBM	19	6.9
10	أخرى / Siri	6	2.2
ن=275			

* يمكن اختيار أكثر من بديل

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن "تطبيق Voice Over" هو قارئ الشاشة الرئيس الذي تستخدمه عينة الدراسة بنسبة (87.6%)، وجاءت باقي البرامج والتطبيقات بنسب أقل بكثير، مثل برنامج NVDA بنسبة (34.9%)، وفي المرتبة الثالثة "تطبيق Shine Plus" بنسبة (21.5%)، ثم "تطبيق قارئ الشاشة Talk Back" بنسبة

(20%). ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى نوعية الهاتف الذكي المستخدم من قبل ذوي الإعاقة البصرية والذي يتوافق مع أنواع معينة من قارئات الشاشة، ومن الملاحظ أن أغلب أفراد العينة تستخدم هاتف الآيفون iPhone وبالتالي فهم يعتمدون على قارئ الشاشة Voice Over أو Shine Plus في أجهزة الهواتف الذكية، وبرنامج NVDA في أجهزة الحاسب الآلي.

7. ريقة الدخول إلى تطبيقات الهواتف الذكية:

جدول (9)

استجابات عينة الدراسة حول طريقة الدخول إلى تطبيقات الهواتف الذكية

ر	الاستجابة	التكرار	%
1	بمفرد	228	82.9
2	بمفرد وبمساعدة الآخرين	37	13.5
3	بمساعدة الآخرين	10	3.6
ن=275			

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة وبنسبة بلغت (82.9%) تدخل إلى تطبيقات الهواتف الذكية بمفردها، و(3.6%) فقط من عينة الدراسة تدخل إلى تطبيقات الهواتف الذكية بمساعدة الآخرين، أما بقية العينة يدخلون إلى تطبيقات الهواتف الذكية بمفردهم وبمساعدة الآخرين بنسبة (13.5%). وربما كان أحد أسباب ارتفاع نسبة من يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية بمفردهم هو حرص أفراد العينة على مبدأ الخصوصية أثناء الاستخدام، بالإضافة إلى إمكانياتهم وقدرتهم على استخدام الأجهزة الذكية حالهم حال الأفراد المبصرين.

8. فترة بدء استخدام العينة لتطبيقات الهواتف الذكية:

جدول (10)

استجابات عينة الدراسة حول فترة بدء الاستخدام لتطبيقات الهواتف الذكية

ر	الاستجابة	ك	%
1	منذ أكثر من ثلاث سنوات	231	84
2	منذ سنة إلى 3 سنوات	43	15.6
3	أقل من سنة واحدة	1	0.4
ن=275			

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة وبنسبة بلغت (84%) بدأت تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية منذ أكثر من ثلاث سنوات، و(15.6%)

من عينة الدراسة بدأت تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية منذ سنة إلى 3 سنوات، وهناك فرد واحد فقط من العينة بدأ يستخدم تطبيقات الهواتف الذكية منذ أقل من سنة واحدة شكّل نسبة (0.4%) فقط. ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى انتشار الهواتف الذكية لدى الأشخاص في مملكة البحرين بشكل عام، وفئة ذوي الإعاقة البصرية بشكلٍ أخصّ منذ وقت ليس بالقريب؛ وذلك نظراً لتوافرها وانخفاض أسعارها، حيث أصبحت في متناول الأفراد داخل المجتمع.

9. إجمالي الساعات التي تقضيها العينة يومياً على التطبيقات عبر الهاتف الذكي:

جدول (11)

استجابات عينة الدراسة حول طريقة إجمالي الساعات التي تقضيها العينة يومياً على التطبيقات عبر الهاتف

ر	الاستجابة	ك	%
1	أكثر من ثلاث ساعات	180	65.5
2	من ساعة إلى ثلاث ساعات	88	32
3	أقل من ساعة واحدة	7	2.5
ن=275			

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أنّ (65.5%) من عينة الدراسة تقضي أكثر من ثلاث ساعات يومياً على التطبيقات عبر هاتفك الذكي، و(32%) من العينة تقضي من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً على التطبيقات عبر هاتفك الذكي، ونسبة قليلة من العينة بلغت (2.5%) تقضي أقل من ساعة واحدة يومياً على التطبيقات عبر هاتفك الذكي. وربما ترجع أسباب ارتفاع عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون يومياً على تطبيقات الهواتف الذكية إلى أنّ أفراد العينة لديهم نفس النشاط والإقدام والدوافع مثلهم مثل بقية فئات المجتمع، كما أنّ لديهم القدرة العالية على الاستخدام، وأنّ هذا الاستخدام يحقق لهم الكثير من الإشباعات المختلفة.

10. عدد مرات استخدام عينة الدراسة للتطبيقات عبر الهاتف الذكي في اليوم الواحد:

جدول (12)

استجابات عينة الدراسة حول عدد مرات استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية في اليوم الواحد

ر	الاستجابة	ك	%
1	عدة مرات في اليوم الواحد	245	89
2	بحسب الظروف	26	9.5
3	مرة واحدة يومياً	4	1.5
ن=275			

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة وبنسبة بلغت (89%) تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية عدة مرات في اليوم الواحد، وهناك (4) أفراد وبنسبة (1.5%) من عينة الدراسة تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية مرة واحدة يومياً، وباقي أفراد العينة ونسبتها (9.5%) بحسب الظروف المؤاتية لها. وقد يدل ذلك على ارتباط ذوي الإعاقة البصرية ببرامج وتطبيقات الهواتف الذكية بشكلٍ واسع، وأنها تشكل حيزاً في برنامجهم اليومي.

11. المكان الذي تستخدم فيه عينة الدراسة التطبيقات عبر الهواتف الذكية:

جدول (13)

استجابات عينة الدراسة حول المكان الذي تستخدم فيه عينة الدراسة لتطبيقات الهواتف الذكية

ر	الاستجابة	ك	%
1	المنزل	275	100
2	الأماكن العامة	216	78.5
3	السيارة	193	70.2
4	مكان العمل أو الدراسة	185	67.3
5	المقهى	158	57.5
6	أماكن أخرى	10	3.6
ن=275			

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن المنزل هو أكثر مكان يُستخدم فيه تطبيقات الهواتف الذكية من قبل جميع أفراد العينة بنسبة (100%)، وربما يرجع ذلك إلى

الانفراد والحرية والخصوصية أثناء استخدام تطبيقات الهواتف الذكية. كما جاءت الأماكن العامة مثل: الحدائق والمجمعات التجارية والمستشفيات في الترتيب الثاني بنسبة (78.5%)، ثم في السيارة في الترتيب الثالث بنسبة (70.2%).

12. التطبيقات الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسة عبر الهواتف الذكية:
أ- التطبيقات المخصصة لذوي الإعاقة البصرية الأكثر استخداماً عبر الهواتف الذكية:

جدول (14)

استجابات عينة الدراسة حول أكثر التطبيقات المخصصة لذوي الإعاقة البصرية استخداماً عبر الهواتف الذكية

ر	التطبيقات	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوى
		%	ت	%	ت	%	ت				
1	تطبيق Envision AI	45.8%	126	34.2%	94	20%	55	2.258	0.771	75.3%	بدرجة متوسطة
2	تطبيق TapTap See	27.3%	75	31.3%	86	41.5%	114	1.858	0.818	61.9%	بدرجة متوسطة
3	تطبيق Be my eyes	20%	55	34.9%	96	45.1%	124	1.749	0.768	58.3%	بدرجة متوسطة
4	تطبيق الراوي Alrawi	16.7%	46	39.3%	108	44%	121	1.727	0.731	57.6%	بدرجة متوسطة
5	تطبيق Cash Reader	11.6%	32	46.2%	127	42.2%	116	1.695	0.668	56.5%	بدرجة متوسطة
6	تطبيق Seeing AI	10.2%	28	32%	88	57.8%	159	1.524	0.674	50.8%	بدرجة قليلة
7	تطبيق Sullivan+	1.5%	4	35.6%	98	62.9%	173	1.385	0.517	46.2%	بدرجة قليلة
8	تطبيق Google Assistant	6.5%	18	24%	66	69.5%	191	1.371	0.605	45.7%	بدرجة قليلة
9	تطبيق اقرأ لي Iqraaly	4.4%	12	28%	77	67.6%	186	1.367	0.566	45.6%	بدرجة قليلة
10	تطبيق Nearby Explorer	3.6%	10	29.1%	80	67.3%	185	1.364	0.553	45.5%	بدرجة قليلة

الاستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		أحيانا		دائما		التطبيقات	ر
				%	ت	%	ت	%	ت		
بدرجة قليلة	45.3%	0.531	1.360	66.5%	183	30.9%	85	2.5%	7	تطبيق Smart Braille	11
بدرجة قليلة	44.4%	0.557	1.331	71.3%	196	24.4%	67	4.4%	12	تطبيق Arabic Braille	12
بدرجة قليلة	42.5%	0.544	1.276	77.1%	212	18.2%	50	4.7%	13	تطبيق Braille Tutor	13
بدرجة قليلة	41.8%	0.520	1.255	78.5%	216	17.5%	48	4%	11	تطبيق Google Braille back	14
بدرجة قليلة	51.2%	0.371	1.537	ن=275						الدرجة الكلية	

يشير الجدول السابق إلى أن أعلى تطبيقات الهواتف الذكية المخصصة لذوي الإعاقة البصرية التي تستخدمها العينة كان "تطبيق Envision AI" بوزن نسبي (75.3%)؛ وقد يرجع السبب في ذلك إلى تنوع السمات والخصائص المميزة له، فهو يعمل على قراءة جميع أنواع النصوص والتعرف على الأشخاص والأشياء والصور من خلال خاصية الوصف الصوتي، بالإضافة إلى مسح النصوص والصفحات الكاملة وترجمتها صوتياً. ثم في الترتيب الثاني "تطبيق TapTap See"، بوزن نسبي (61.9%)؛ وقد يرجع ذلك إلى وصول بعض أفراد العينة للمميزات التي يقدمها التطبيق من خلال تقديم الوصف لأي صورة أو مقطع فيديو سواء كانت رموزاً، أو أشكالاً، أو علامات تجارية. وتلاه في الترتيب الثالث "تطبيق Be my eyes" بوزن نسبي (58.3%). ويعزو الباحث سبب عدم استخدام بعض أفراد العينة للتطبيق إلى آلية اعتماد التطبيق على استجابة متطوعين مبصرين، وبالتالي عدم شعور المستخدمين بالخصوصية، بالإضافة إلى استغراق وقت طويل للوصول إلى متطوعين مبصرين يتحدثون باللغة العربية.

ب- تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً عبر الهواتف الذكية:
جدول (15)

استجابات عينة الدراسة حول أكثر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً عبر الهواتف الذكية

المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		أحياناً		دائماً		التطبيقات	ر
				%	ت	%	ت	%	ت		
بدرجة مرتفعة	93.5%	0.416	2.804	0.7%	2	18.2%	50	81.1%	223	واتساب WhatsApp	1
بدرجة مرتفعة	88.6%	0.547	2.658	3.6%	10	26.9%	74	69.5%	191	يوتيوب YouTube	2
بدرجة متوسطة	74.7%	0.788	2.240	21.8%	60	32.4%	89	45.8%	126	إنستغرام Instagram	3
بدرجة متوسطة	62.7%	0.861	1.880	43.6%	120	24.7%	68	31.6%	87	تويتر Twitter	4
بدرجة متوسطة	62.5%	0.815	1.876	40%	110	32.4%	89	27.6%	76	تطبيق التيمز Teams	5
بدرجة متوسطة	61.6%	0.791	1.847	40%	110	35.3%	97	24.7%	68	زووم Zoom	6
بدرجة متوسطة	58.4%	0.809	1.753	48.0%	132	28.7%	79	23.3%	64	فيسبوك Facebook	7
بدرجة قليلة	53.6%	0.810	1.607	60%	165	19.3%	53	20.7%	57	سناپ شات Snapchat	8
بدرجة قليلة	45.6%	0.656	1.367	73.1%	201	17.1%	47	9.8%	27	تيك توك TikTok	9
بدرجة قليلة	41.3%	0.527	1.240	80.7%	222	14.5%	40	4.7%	13	تيليجرام Telegram	10
بدرجة قليلة	38.3%	0.414	1.149	87.3%	240	10.5%	29	2.2%	6	سكايب Skype	11
بدرجة متوسطة	61.9%	0.397	1.857	ن=275						الدرجة الكلية	

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أعلى تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية التي تستخدمها العينة كان تطبيق "واتساب WhatsApp"، بوزن نسبي (93.5%)؛ وقد يرجع السبب في ذلك إلى سهولة استخدام الواتساب، وانتشار استخدامه بين الأفراد في مملكة البحرين، بالإضافة إلى المميزات التي يحظى بها

التطبيق من خلال توفير خاصية الاتصال الصوتي والمرئي والتواصل الكتابي. وتلاه في الترتيب الثاني تطبيق "يوتيوب YouTube"، بوزن نسبي (88.6%)؛ ويعزو الباحث السبب إلى الخصائص والمميزات التي يوفرها تطبيق اليوتيوب من خلال احتوائه على مختلف أنواع الفيديوهات والمقاطع، بالإضافة إلى سهولة الوصول إليها ومتابعتها، مع إمكانية إنشاء المكتبة الخاصة بالمستخدم. وجاء في الترتيب الثالث تطبيق "إنستغرام Instagram"، بوزن نسبي (74.7%)؛ وقد لعل ذلك يرجع إلى سهولة دعم القارئ الصوتي سواءً Voice over أو Talk back لتطبيق الإنستغرام الذي يُمكن المستخدم من إنشاء الحساب، والتصفح، والمشاركة، والتفاعل.

- دوافع استخدام التطبيقات والبرامج عبر أجهزة الهواتف الذكية:

13. الدوافع النفسية لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية:

جدول (16)

استجابات عينة الدراسة حول الدوافع النفسية لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية

المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		لا أستطيع التحديد		موافق		الدوافع النفسية	ر
				%	ت	%	ت	%	ت		
بدرجة مرتفعة	99.5%	0.120	2.985	0%	0	1.5%	4	98.5%	271	التواصل مع الأهل والأصدقاء	1
بدرجة مرتفعة	97.7%	0.306	2.931	1.5%	4	4%	11	94.5%	260	الحصول على المعلومات	2
بدرجة مرتفعة	97.1%	0.382	2.913	3.3%	9	2.2%	6	94.5%	260	متابعة الأفلام والاستماع للصوتيات المتنوعة	3
بدرجة مرتفعة	96.8%	0.370	2.905	2.5%	7	4.4%	12	93.1%	256	مواكبة التقنيات المعاصرة التي تجتاح العالم	4
بدرجة مرتفعة	96.6%	0.388	2.898	2.9%	8	4.4%	12	92.7%	255	معرفة خبرات ومعلومات ومهارات جديدة تفيديني	5
بدرجة مرتفعة	95.8%	0.421	2.873	3.3%	9	6.2%	17	90.5%	249	التعرف على أحداث وأخبار العالم	6

المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		لا أستطيع التحديد		موافق		الدوافع النفسية	ر
				%	ت	%	ت	%	ت		
بدرجة مرتفعة	95%	0.448	2.851	3.6%	10	7.6%	21	88.7%	244	الإطلاع على ثقافات أخرى	7
بدرجة مرتفعة	92.6%	0.525	2.778	5.1%	14	12%	33	82.9%	228	الإفادة من المعلومات التي تخص ذوي الهمم	8
بدرجة مرتفعة	91.5%	0.580	2.745	7.3%	20	10.9%	30	81.8%	225	تعزيز الثقة بالنفس	9
بدرجة مرتفعة	89.9%	0.622	2.698	8.7%	24	12.7%	35	78.5%	216	التعرف على السلع والخدمات الجديدة في الأسواق	10
بدرجة مرتفعة	85.1%	0.792	2.553	18.9%	52	6.9%	19	74.2%	204	اكتساب صداقات من استخدام الهاتف لم أجدها فيمن حولي	11
بدرجة مرتفعة	94.8%	0.277	2.843	ن=275						الدرجة الكلية للدوافع النفسية	

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أعلى الدوافع النفسية لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية من قبل العينة هو "التواصل مع الأهل والأصدقاء"، بوزن نسبي (99.5%)؛ ويعزو الباحث ذلك إلى البحث عن طريقة تناسب حالتهم الصحية في التواصل مع الغير، حيث إنهم قد لا يتمكنون في بعض الأحيان من التواصل المباشر، فتكون تطبيقات التواصل الاجتماعي هي المتنافس لهم، والوسيلة التي يستطيعون من خلالها فتح أبواب التواصل مع الآخرين. وتلاه عبارة "الحصول على المعلومات" بوزن نسبي (97.7%)، وفي الترتيب الثالث "متابعة الأفلام والاستماع للصوتيات المتنوعة" بوزن نسبي (97.1%). ويلاحظ تقارب نسب دوافع "الحصول على المعلومات"، و"متابعة الأفلام والاستماع للصوتيات المتنوعة"؛ مما يدل على أن لدى أفراد العينة اهتمامات معرفية وترفيهية تمكنهم من التكيف الإيجابي مع واقعهم المعيشي، بالإضافة إلى امتلاكهم للدافعية الكبيرة نحو إثبات وجودهم في المجتمع، وأنهم لا يقلون شأنًا عن بقية الأفراد في مواكبة التطورات والتكيف مع الحياة.

14. الدوافع الطقوسية لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية:

جدول (17)

استجابات عينة الدراسة حول الدوافع الطقوسية لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية

ر	الدوافع الطقوسية	موافق		لا أستطيع التحديد		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوى
		%	ت	%	ت	%	ت				
1	مسايرة الحداثة والتطور	92.4%	254	6.5%	18	1.1%	3	2.910	0.319	97%	درجة مرتفعة
2	الترفيه والاسترخاء	90.5%	249	3.3%	9	6.2%	17	2.844	0.506	94.8%	درجة مرتفعة
3	التخلص من الملل	82.9%	228	8%	22	9.1%	25	2.738	0.614	91.3%	درجة مرتفعة
4	الشعور بالخصوصية عند الاستخدام	79.6%	219	13.5%	37	6.9%	19	2.727	0.581	90.9%	درجة مرتفعة
5	بحكم العادة والارتباط بأجهزة الهواتف الذكية واستخداماتها	76.7%	211	17.5%	48	5.8%	16	2.709	0.569	90.3%	درجة مرتفعة
6	لإبراز جوانب التميز عن الآخرين	57.8%	159	20.7%	57	21.5%	59	2.364	0.814	78.8%	درجة مرتفعة
7	بدافع الفضول وكيفية الاستخدام	61.1%	168	13.5%	37	25.5%	70	2.356	0.861	78.5%	درجة مرتفعة
8	حتى لا أشعر بالوحدة	56%	154	16.4%	45	27.6%	76	2.284	0.871	76.1%	درجة متوسطة
9	الهروب من مشاكل الحياة اليومية	53.8%	148	11.6%	32	34.5%	95	2.193	0.922	73.1%	درجة متوسطة
10	أستخدمها لأن زملائي يستخدمونها	26.5%	73	13.8%	38	59.6%	164	1.669	0.869	55.6%	درجة متوسطة
	الدرجة الكلية للدوافع الطقوسية	ن=275						2.500	0.360	83.3%	درجة مرتفعة

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أعلى الدوافع الطقوسية لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية من قبل العينة هو "مسايرة الحداثة والتطور" بوزن نسبي (97%)؛ ويعزو الباحث ذلك إلى ارتفاع دافعية أفراد العينة في إثبات وجودهم وإمكاناتهم داخل المجتمع، وأنهم ليسوا مجرد أرقام أو إحصائيات يمكن التحدث عنها، ولكنهم كسائر

الأشخاص في التأقلم والتكيف ومواكبة الحداثة والتطورات في جميع مجالات الحياة. كما جاء في الترتيب الثاني "الترفيه والاسترخاء" بوزن نسبي (94.8%). ثم تلاه في الترتيب الثالث "التخلص من الملل" بوزن نسبي (91.3%); وقد يرجع ذلك إلى تطور الهواتف الذكية وتطبيقاتها؛ حيث أخذت إمكاناتها وخصائصها المتجددة باستمرار في احتواء الأفراد من ذوي الإعاقات، فظهرت تطبيقات التواصل الاجتماعي والترفيه والألعاب التي تلائم كل فئة من الفئات الخاصة- لا سيما ذوي الإعاقة البصرية- كما في لعبة " A blind legend"، وبالتالي فقد تسهم في شغل وقت فراغهم وتخلصهم من الملل.

• مجموع الدوافع النفسية والطقوسية:

جدول (18)

مجموع الدوافع النفسية والطقوسية

الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوى العام
النفسية	2.843	0.277	94.8%	بدرجة مرتفعة
الطقوسية	2.500	0.360	83.3%	بدرجة مرتفعة
المجموع	2.663	0.287	88.8%	بدرجة مرتفعة

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن المتوسط الحسابي العام لدوافع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية من قبل العينة بلغ (2.663)، وبوزن نسبي (88.8%); مما يشير إلى أن المستوى العام لدوافع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية من قبل العينة جاءت بدرجة مرتفعة؛ ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن أفراد العينة يجدون في تطبيقات الهواتف الذكية وسيلة تمكنهم من التواصل مع الآخرين، بالإضافة إلى أنها تمدهم بالمعلومات والمعارف التي تمكنهم من التكيف الإيجابي مع واقعهم، فهم يتمتعون بقدرة كبيرة على مواجهة الإعاقة من خلال الإفادة من هذه التطبيقات في بناء شخصياتهم، وتحقيق رغباتهم.

• الإشباع المتحققة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية:
15. إشباع الوسيلة المتحققة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية:
جدول (19)

استجابات عينة الدراسة حول إشباع الوسيلة المتحققة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية

المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		لا أستطيع التحديد		موافق		إشباع الوسيلة	ر
				%	ت	%	ت	%	ت		
درجة مرتفعة	97%	0.346	2.909	2%	5	5.5%	15	92.7%	255	تشعرتني بالمتعة والسعادة	1
درجة مرتفعة	96.8%	0.370	2.905	2.8%	7	4.4%	12	93.1%	256	تجعلني أناقش موضوعات مختلفة مع الأصدقاء	2
درجة مرتفعة	94.9%	0.425	2.847	2.8%	7	10.2%	28	87.3%	240	الانخراط مع العالم المحيط	3
درجة مرتفعة	93.8%	0.489	2.815	4.8%	12	9.8%	27	85.8%	236	تساعدني على ممارسة حرية الرأي والتعبير	4
درجة مرتفعة	90.4%	0.652	2.713	12%	30	6.9%	19	82.2%	226	تملاً وقت الفراغ	5
درجة مرتفعة	88.5%	0.657	2.655	11.2%	28	14.2%	39	75.6%	208	لإشباع الفضول في التعرف على تطبيقات الهواتف الذكية	6
درجة مرتفعة	84.8%	0.774	2.545	19.2%	48	10.5%	29	72%	198	تعرفني على شخصيات شهيرة فأندمج معها	7
درجة مرتفعة	83.3%	0.794	2.498	20.8%	52	12.4%	34	68.7%	189	أجرى الحوارات مع من لا أعرفهم لتغيير الروتين والقلق	8
درجة مرتفعة	91.2%	0.378	2.736	ن=275						إشباع الوسيلة	

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أكثر إشباع الوسيلة المتحققة من استخدام العينة لتطبيقات الهواتف الذكية كانت "تشعرتني بالمتعة والسعادة" بوزن نسبي (97%). وربما كان أحد أسباب ارتفاع هذه النسبة هو ارتباط غالبية أفراد العينة بتكنولوجيا الهواتف الذكية وتطبيقاتها، من خلال استخدامها بشكل يومي؛ فهي بمثابة العين التي تربطهم بالعالم والمجتمع. وجاءت عبارة "تجعلني أناقش موضوعات مختلفة مع الأصدقاء" في الترتيب الثاني بوزن نسبي (96.8%)، وتلاها عبارة "الانخراط مع العالم"

المحيط" بوزن نسبي (94.9%)؛ ولعل ذلك يرجع إلى أن أغلب أفراد العينة يمكنهم الاستفادة من خصائص وسائل التواصل الاجتماعي كالواتساب، والانستغرام، وتويتر، بالإضافة إلى الاتصال الصوتي والمرئي في مناقشة مختلف المواضيع مع الأصدقاء، والانخراط مع أطياف المجتمع والعالم من خلال إبداء وجهات النظر وممارسة حرية الرأي والتعبير في سائر المواضيع والقضايا.

16. إشباعات المحتوى المتحققة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية:

جدول (20)

استجابات عينة الدراسة حول إشباعات المحتوى المتحققة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية

ر	إشباعات المحتوى	موافق		لا أستطيع التحديد		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوى
		%	ت	%	ت	%	ت				
1	تساعدني في إرسال الرسائل عبر البرامج والتطبيقات	97.8%	269	2.2%	6	0%	0	2.978	0.146	99.3%	بدرجة مرتفعة
2	تسهل لي التواصل وتجعلني اجتماعيا أكثر	94.2%	259	5.1%	14	0.8%	2	2.935	0.276	97.8%	بدرجة مرتفعة
3	تزيد من ثقافتى الشخصية	86.9%	239	8%	22	5.6%	14	2.818	0.502	93.9%	بدرجة مرتفعة
4	تبرز مواهبى الشخصية	85.5%	235	8.7%	24	6.4%	16	2.796	0.529	93.2%	بدرجة مرتفعة
5	تعزز من ثقتي بنفسى	85.1%	234	8.4%	23	7.2%	18	2.785	0.548	92.8%	بدرجة مرتفعة
6	تعرفنى على أصدقاء جدد	82.5%	227	10.2%	28	8%	20	2.753	0.577	91.8%	بدرجة مرتفعة
7	تعرفنى بالقضايا التى تهتم ذوى الهمم	75.6%	208	19.6%	54	5.2%	13	2.709	0.550	90.3%	بدرجة مرتفعة
8	تحسن مستواى في اللغة العربية واللغات الأجنبية	78.5%	216	13.1%	36	9.2%	23	2.702	0.615	90.1%	بدرجة مرتفعة
9	تعرفنى على حلول للمشكلات التى تواجهنى	70.9%	195	19.3%	53	10.8%	27	2.611	0.660	87%	بدرجة مرتفعة
	إشباعات المحتوى							2.787	0.329	92.9%	بدرجة مرتفعة

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أكثر إشباعات المحتوى المتحققة من استخدام العينة لتطبيقات الهواتف الذكية كانت "تساعدني في إرسال الرسائل عبر البرامج والتطبيقات" بوزن نسبي (99.3%)، وتلاها في الترتيب الثاني "تسهل لي التواصل وتجعلني اجتماعيا أكثر" بوزن نسبي (97.8%)؛ ويعزو الباحث ذلك إلى الدور

المهم التي تضطلع به تطبيقات التواصل الاجتماعي في تسهيل عملية إرسال الرسائل، والتواصل مع الآخرين، وتعزيز الحياة الاجتماعية لذوي الإعاقة البصرية، فضلاً عن التنوع الكبير في أنواع تلك التطبيقات مع تعدد سماتها وخصائصها. كما جاء في الترتيب الثالث "تزيد من ثقافتي الشخصية" بوزن نسبي (93.9%)، ثم في الترتيب الرابع "تبرز مواهبي الشخصية" بوزن نسبي (93.2%)، وقد يدل ذلك على نضج ووعي ذوي الإعاقة البصرية، وأهدافهم المدروسة في استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية، والتي تحقق إشباعاتهم في زيادة المخزون المعلوماتي والثقافي الذي يمتلكونه، بالإضافة إلى إبراز مواهبهم وطاقاتهم مع تعزيز ثققتهم بأنفسهم فهم لا يقلون شأنًا وإبداعًا عن الآخرين.

• مجموع الإشباعات (إشباعات الوسيلة/ إشباعات المحتوى):
جدول (21)

مجموع الإشباعات (إشباعات الوسيلة، وإشباعات المحتوى)

المستوى العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإشباعات
بدرجة مرتفعة	91.2%	0.378	2.736	الوسيلة
بدرجة مرتفعة	92.9%	0.329	2.787	المحتوى
بدرجة مرتفعة	92.1%	0.332	2.763	المجموع

كما يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن المتوسط الحسابي العام لمستوى الإشباعات المتحققة من استخدام العينة لتطبيقات الهواتف الذكية بلغ (2.763)، بوزن نسبي (92.1%)؛ مما يشير إلى أن المستوى العام لإشباعات المحتوى وإشباعات الوسيلة المتحققة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية جاءت بدرجة مرتفعة، وكانت إشباعات المحتوى أعلى بقليل من إشباعات الوسيلة، وقد يدل ذلك على نضج فئة ذوي الإعاقة البصرية في مملكة البحرين وقدرتها على مجابهة الصعوبات والتحديات المواجهة لها.

• نتائج اختبارات الفروض:

1. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية، ودوافع الاستخدام.
جدول (22)

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية ودوافع الاستخدام

الدلالة الإحصائية	قيمة ارتباط بيرسون	دوافع الاستخدام
0.01	0.326(**)	الدوافع النفسية
0.01	0.166(**)	الدوافع الطقوسية
0.01	0.259(**)	دوافع الاستخدام ككل
ن=275		

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha=0.05)$. ** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha=0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً (0.01) بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية ودوافع الاستخدام النفسية والطقوسية، وكانت العلاقة موجبة بين المتغيرين ($r=0.259$)، وهذا يشير إلى أنه كلما زاد معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية زادت دوافع الاستخدام لديهم؛ وربما يرجع ذلك إلى الحيز الذي تشغله تطبيقات الهواتف الذكية في حياة ذوي الإعاقة البصرية، حيث يتجلى ذلك في ممارساته اليومية لمختلف الأنشطة والمهام من خلال الاعتماد على إمكانات التطبيقات متعددة الفئات، وبالتالي ارتباطها الوثيق مع دوافع استخدامه لها سواء كانت نفسية أو طقوسية.

2. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية، والإشباع المتحقق.

جدول (23)

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية والإشباع المتحقق

الإشباع المتحقق	قيمة ارتباط بيرسون	الدلالة الإحصائية
إشباع الوسيلة	0.263(**)	0.01
إشباع المحتوى	0.344(**)	0.01
الإشباع ككل	0.322(**)	0.01
ن=275		

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$. ** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً (0.01) بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية والإشباع المتحقق، وكانت العلاقة موجبة بين المتغيرين $(r=0.322)$ ، وهذا يشير إلى أنه كلما زاد معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية زادت الإشباع المتحقق لديهم؛ ويعزو الباحث ذلك إلى أن مستخدمي تطبيقات الهواتف الذكية يعتبرون جمهوراً نشطاً ولديهم توقعات من استخدام تلك التطبيقات لإشباع رغباتهم، إذ تكون العلاقة إيجابية بينهما، وبذلك يتفق مع فرضية نظرية الاستخدامات والإشباع؛ حيث إن الجمهور من ذوي الإعاقة البصرية يعد فئة واعية لما تستخدمه، ومدرك لما يحقق حاجاته.

3. توجد فروق دالة إحصائية في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تعزى للمتغيرات الديموجرافية (النوع، الحالة البصرية، الخبرة أو التجربة البصرية، السن، المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

1) النتائج حسب متغير النوع:

جدول (24)

اختبار (T-Test) لدلالة الفروق في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية حسب متغير النوع

النوع	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	1.632	0.322	-2.954	273	0.003
أنثى	1.751	0.328			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تعزى لمتغير النوع، وكانت الفروق لصالح الإناث. حيث إن الوسط الحسابي لتلك الفئة (1.751).

2) النتائج حسب متغير الحالة البصرية:

جدول (25)

اختبار (T-Test) لدلالة الفروق في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية حسب متغير الحالة البصرية

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	الحالة البصرية
0.001	273	3.301	0.326	1.656	فقدان بصري كلي/ كفيف
			0.289	1.869	فقدان بصري جزئي/ محدود البصر

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تعزى لمتغير الحالة البصرية، وكانت الفروق لصالح فقدان البصري الجزئي، حيث إن الوسط الحسابي لتلك الفئة (1.869)؛ ولعل السبب في ذلك يرجع إلى استخدام التقنيات المساعدة بحسب الحالة البصرية لذوي الإعاقة البصرية سواء كانت كلية أو جزئية، ولكل منهما تقنيات تعينه على استخدام الهواتف الذكية، فأصحاب فقدان البصر الجزئي أو المحدود يستخدمون تطبيقات التكبير، والتي عادة ما تكون كافية بالنسبة لهم؛ لأنها تسهل عليهم عملية الاستخدام، بينما أصحاب فقدان البصر الكلي فإنهم يحتاجون إلى تطبيقات خاصة تتوافق مع برامج الناطق الصوتي الموجود في الأجهزة الذكية للتفاعل معها.

3) النتائج حسب متغير الخبرة أو التجربة البصرية:

جدول (26)

اختبار (T-Test) لدلالة الفروق في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية حسب متغير الخبرة أو التجربة البصرية

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	الخبرة/ التجربة البصرية
0.070	273	-1.822	0.307	1.640	توجد خبرة أو تجربة بصرية سابقة
			0.344	1.712	بدون خبرة أو بصرية سابقة

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha < 0.05$) في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تعزى لمتغير الخبرة البصرية؛ ولعلّ السبب في ذلك يرجع إلى أنّ بعض أفراد العينة فقدوا البصر في مرحلة مبكرة، بعد أن كانوا مبصرين، بالإضافة إلى أنّ غالبية أفراد سواء كانوا بتجربة بصرية سابقة أو بدون تجربة بصرية سابقة يعتمدون على تطبيقات الهواتف الذكية، لأنها التكنولوجيا التي يجدون فيها المتنفس للتفاعل مع تطورات العصر في الوقت الحاضر.

4) النتائج حسب لمتغير العمر:

جدول (27)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لدلالة الفروق في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية حسب متغير العمر

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	العمر
0.000	3	24.451	0.267	1.860	18 سنة فأقل
			0.270	1.786	30-19 سنة
			0.316	1.618	45-31 سنة
			0.301	1.369	46 سنة فأكثر

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha < 0.05$) في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تعزى لمتغير العمر. ولتحديد مصادر الفروق تم استخدام اختبار شافيه للمقارنات البعدية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (28)

اختبار شافيه لمصادر الفروق في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية حسب متغير العمر

المتوسطات الحسابية	العمر	18 سنة فأقل	30-19 سنة	45-31 سنة	46 سنة فأكثر
1.860	18 سنة فأقل				
1.786	30-19 سنة				
1.618	45-31 سنة				
1.369	46 سنة فأكثر	*	*		

يتضح من الجدول السابق أنّ الفروق في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تُعزى لمتغير العمر كانت بين العمر 18 سنة فأقل و30-19

سنة، والعمر 46 سنة فأكثر، لصالح العمر 18 سنة فأقل؛ حيث إنَّ الوسط الحسابي لهذه الفئة (1.860) بالإضافة إلى العمر من 19-30 سنة؛ حيث إنَّ الوسط الحسابي لهذه الفئة (1.786). وربما يعود السبب في ذلك إلى أنَّ الأغلبية التي تتصف بنسبة مرتفعة في استخدامها لتطبيقات الهواتف الذكية هم من فئة الشباب، وفئة الطلاب سواء طلاب المدارس، أو طلاب المرحلة الجامعية.

(5) النتائج حسب متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي:

جدول (29)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لدلالة الفروق في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية حسب متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
0.004	2	5.591	0.328	1.610	منخفض
			0.324	1.643	متوسط
			0.321	1.754	مرتفع

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تعزى لمتغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي؛ حيث يوضح اختبار المقارنات البعدية (شافيه) مصدر هذه الفروق:

جدول (30)

اختبار شافيه لمصادر الفروق في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية حسب متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي

مرتفع	منخفض	منخفض	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	المتوسطات الحسابية
			منخفض	1.610
			متوسط	1.643
	*	*	مرتفع	1.754

يتضح أنَّ الفروق ذات الدلالة الإحصائية في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تعزى لمتغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي كانت بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض، لصالح

المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع؛ ولعلَّ السبب في ذلك يرجع إلى الوصول المتيسر لأحدث البرامج والتطبيقات، بالإضافة إلى توفر إمكانية الاشتراك المدفوع في بعض التطبيقات المخصصة لذوي الإعاقة البصرية.

• مناقشة نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج يمكن الإشارة إلى أهمها، ومناقشتها، وتقديم تفسيرات لها على النحو التالي:

- 1- إنَّ غالبية أفراد عينة الدراسة من ذوي الإعاقة البصرية في مملكة البحرين يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكية؛ مما يدل على أهمية هذه الهواتف في حياة ذوي الإعاقة البصرية، وأنهم يعتمدون عليها في الكثير من ممارساتهم اليومية، وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة (Martiniello & et al., 2022).
- 2- الغالبية من عينة الدراسة يستخدمون هاتف "آيفون iPhone"، يليهم وبنسبة أقل من يستخدمون هاتف "سامسونج Samsung"، و"هاتف هواوي Huawei"، وجاء استخدام باقي الأنواع بنسبة قليلة جداً. وتتفق هذه النتيجة مع النتائج التي توصلت لها دراسة (Hollier, 2012)⁽³¹⁾، حيث كان هاتف الآيفون أكثر الهواتف الذكية استخداماً عند عينة الدراسة من ذوي الإعاقة البصرية.
- 3- أهم أسباب امتلاك عينة الدراسة للهاتف الذكي كانت بسبب احتوائه على برنامج ناطق، ثم بسبب الإفادة من الخصائص والمميزات الموجودة فيه، ولواكبة التكنولوجيا الحديثة، كما أنَّ غالبية عينة الدراسة تعتمد على قارئ الشاشة في التعامل مع الهاتف الذكي، ونسبة قليلة منهم يعتمدون على تكبير الشاشة في التعامل مع الهاتف الذكي، وقد تُعزى هذه النتيجة إلى أنَّ غالبية العينة من فاقد البصر كلياً. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Bennett & et al., 2018) التي أظهرت اعتماد غالبية أفراد العينة من ذوي الإعاقة البصرية على قارئ الشاشة للوصول إلى التطبيقات.
- 4- تطبيق "Voice Over" هو قارئ الشاشة الرئيس الذي تستخدمه عينة الدراسة، وجاءت بقية البرامج والتطبيقات بنسب أقل بكثير، مثل برنامج NVDA، ثم تطبيق Shine Plus، ثم "تطبيق قارئ الشاشة Talk Back". وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Hollier, 2012) حيث إنَّ قارئ الشاشة Voice Over هو الأكثر استخداماً بالنسبة لعينة الدراسة. كما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (Pandey & et al., 2022)، حيث أظهرت النتائج أنَّ قارئ الشاشة Talk Back هو الأكثر استخداماً من قبل الباحثين.

5- غالبية عينة الدراسة تدخل إلى تطبيقات الهواتف الذكية بمفردها، وأن غالبية بدأت في استخدام تطبيقات الهواتف الذكية منذ أكثر من ثلاث سنوات، كما أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة تقضي أكثر من ثلاث ساعات يوميا على التطبيقات عبر الهواتف الذكية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Della & Jurberg, 2017)، كما أن غالبيةهم يستخدمون التطبيقات عدة مرات في اليوم الواحد. وكان المنزل أكثر مكان تستخدم فيه تطبيقات الهواتف الذكية، حيث يستخدمه جميع أفراد العينة في المنزل، ثم الأماكن العامة، ثم في السيارة، ثم في مكان العمل أو الدراسة.

6- أكثر تطبيقات الهواتف الذكية المخصصة لذوي الإعاقة البصرية التي تستخدمها العينة "تطبيق Envision AI"، ثم "تطبيق TapTap See"، و"تطبيق Be my eyes". وكانت هذه النتائج مقارنة مع دراسة (Christy & Pillai, 2021) (32). في حين أن أكثر تطبيقات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العينة هو "واتساب WhatsApp"، ثم "يوتيوب YouTube"، و"إنستغرام Instagram". وكانت هذه النتائج مقارنة مع دراسة (Vashistha & et al., 2015) (33).

7- جاءت دوافع استخدام العينة لتطبيقات الهواتف الذكية النفسية والطقوسية بدرجة مرتفعة، وكانت الدوافع النفسية أعلى، من خلال "التواصل مع الأهل والأصدقاء"، و"الحصول على المعلومات"، و"متابعة الأفلام والاستماع للصوتيات المتنوعة". وتتفق هذه النتائج مع دراسة (المقبالية، 2016).

8- إن مستوى الإشباع المتحققة من استخدام العينة لتطبيقات الهواتف الذكية جاءت بدرجة مرتفعة، وتبين أن مستوى إشباع المحتوى المتحققة من استخدام العينة لتطبيقات الهواتف كانت أعلى بقليل من إشباع الوسيلة. ويتبين أن أكثر الإشباع المتحققة هي أنها "تساعد في إرسال الرسائل عبر البرامج والتطبيقات"، و"تسهل لي التواصل وتجعلني اجتماعيا أكثر"، و"تشعرنني بالمتعة والسعادة". وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Della & Jurberg, 2017).

9- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية ودوافع الاستخدام النفسية، ودوافع الاستخدام الطقوسية، وهذا يشير إلى أنه كلما زاد معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية أدى إلى زيادة دوافع الاستخدام لديهم.

10- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية والإشباع المتحققة سواء إشباع الوسيلة، أو إشباع

المحتوى؛ وهذا يشير إلى أنه كلما زاد معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية أدى إلى زيادة الإشباع المتحققة لديهم.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تُعزى لمتغير النوع، وكانت الفروق لصالح الإناث.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تُعزى لمتغير الحالة البصرية، وكانت الفروق لصالح فقدان البصر الجزئي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تُعزى لمتغير الخبرة أو التجربة البصرية.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تُعزى لمتغير العمر لصالح العمر 30 سنة فأقل.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية تُعزى لمتغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي لصالح المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع.

• مقترحات الدراسة:

في ضوء النتائج التي أسفر عنها البحث، تُورد جملة من المقترحات التي قُسمت إلى: مقترحات تطبيقية، ومقترحات بحوث ودراسات مستقبلية، والتي بدورها تعزز من استخدام ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية، وذلك على النحو التالي:

أ- مقترحات تطبيقية:

1. دعوة المجتمع بكافة مؤسساته إلى التركيز على التوعية والاهتمام بتمكين ذوي الإعاقة البصرية من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية، لرفع مستوى تطلعاتهم، وتحقيق أهدافهم، والإفادة من قدراتهم.

2. الاستفادة من التطبيقات والبرامج المستخدمة بالدراسة الحالية في تجاوز المشكلات والعقبات التي تواجه ذوي الإعاقة البصرية لاكتساب المعلومات وتطوير المهارات المختلفة، بالإضافة إلى إمكانية حصر وتصنيف تطبيقات الهواتف الذكية المُعينة لذوي الإعاقة البصرية وإعداد دليل لها؛ لمساعدتهم وحثهم على الاستفادة منها.

3. العمل على توفير اشتراكات مدفوعة في التطبيقات المخصصة لذوي الإعاقة البصرية والتي يتطلب استخدامها مَقابلاً مادياً من جانب الجهات المعنية الداعمة لهذه الفئات الخاصة.

4. ضرورة دمج ذوي الإعاقة البصرية في المدارس، والمعاهد، والجامعات، وتجهيز الفصول والإمكانات التي تسمح لهم باستخدام تكنولوجيا الهواتف الذكية؛ لتعويض فقد حاسة البصر.

5. إجراء دورات تدريبية محفزة ومستمرة لذوي الإعاقة البصرية؛ بهدف تطوير قدراتهم على استخدام تطبيقات الهواتف الذكية، وتعزيز إفاقتهم منها، بالإضافة إلى تدريب هيئات التدريس بالمدارس والمعاهد والجامعات على توظيف تلك التطبيقات والبرامج في تعليم ذوي الإعاقة البصرية.

ب- مقترحات بحوث ودراسات مستقبلية:

1. إجراء المزيد من البحوث لتسليط الضوء على ضرورة توظيف تطبيقات الهواتف الذكية لخدمة الفئات الخاصة بصورة عامة، وذوي الإعاقة البصرية على وجه الخصوص.

2. تحليل العقبات التي تواجه ذوي الإعاقة البصرية عند استخدام تطبيقات الهواتف الذكية.

3. إجراء الدراسات على فئات أخرى من ذوي الاحتياجات الخاصة، مثل ذوي الإعاقة السمعية.

• قائمة المراجع:

1- وزارة العمل والتنمية الاجتماعية (2022). *التقرير الإحصائي السنوي للربع الثاني من 2022م*. مملكة البحرين، ص78.

2-Pandey, Y., Lee, J., Banda, D. R., Griffin-Shirley, N., Nguyen, T., & Othuon, V. (2022). A survey of mobile app use among university students with visual impairment in India. *British Journal of Visual Impairment*. <https://doi.org/10.1177/02646196211067358>

3-Martiniello, N., Eisenbarth, W., Lehane, C., Johnson, A., & Wittich, W. (2022). Exploring the use of smartphones and tablets among people with visual impairments: Are mainstream devices replacing the use of traditional visual aids? *Assistive technology : the official journal of RESNA*, 34(1), 34-45. DOI: <https://doi.org/10.1080/10400435.2019.1682084>

4-Hanny, H., Priyo, S., & Aat, R. N. (2020). The mapping of smartphone usage by adolescent with visual impairment. *3rd International Conference on Economic and Social Science (ICON-ESS)*, Banda Aceh, EAI. Indonesia. DOI: <http://dx.doi.org/10.4108/eai.17-10-2018.2294314>

5- مروى عبد اللطيف (2020). استخدام المراهقين المكفوفين وضعاف البصر لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال وعلاقته بالتمكين الثقافي لديهم، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإنترنت. *مجلة البحوث الإعلامية*، 55: 3777-3847

- 6- Bennett, C.L., Jane, E., Mott, M.E., Cutrell, E., & Morris, M.R. (2018). How teens with visual impairments take, edit, and share photos on social media. In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '18)*. Association for Computing Machinery, New York, USA, Paper 76, 1–12.
- 7- سامي أبو غولة (2017). استخدامات ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها. *رسالة ماجستير، غير منشورة*. فلسطين: الجامعة الإسلامية في غزة.
- 8- Della, L. & Jurberg, C. (2017). Teenagers with visual impairment and new media: A world without barriers. *British Journal of Visual Impairment*, 35(3), 247–256. DOI: <https://doi.org/10.1177/0264619617711732>
- 9- حليلة المقبالية (2016). استخدامات المكفوفين في سلطنة عمان لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، *رسالة ماجستير، غير منشورة*. عُمان: جامعة السلطان قابوس.
- 10- Rukhsana, B., Ghulam, F., Misbah, M. & Mahwish, S. (2014). Social Networking as a Learning Resource for Persons with visual impairment. *Academic Research International*, 5(3), 223-230
[http://www.savap.org.pk/journals/ARInt./Vol.5\(3\)/2014\(5.3-25\).pdf](http://www.savap.org.pk/journals/ARInt./Vol.5(3)/2014(5.3-25).pdf)
- 11- Melvin, D. & Margaret, H. (2016). *Mass Communication Theories - Explaining Origins, Processes, and Effects*. 2nd Edition, Routledge New York. pp158-170
- 12- Meng, Y. (2020). Study on the Continuance Usage of Mobile Health Management Application based on Uses and Gratifications Theory. *Wuhan International Conference on e-Business*. 64, 7-11.
- 13- منال المزاهرة (2012). *نظريات الاتصال*. ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص172.
- 14- Jeffrey, T.C. & Paul, H. (2017). *Engaging Theories in Family Communication*, 2nd Edition. Routledge New York . pp175-188.
- 15- Dawn, O.B., Suter, E. & Kory, F. (2017). *Engaging Theories in Family Communication - Multiple Perspectives*. 2nd Edition, Routledge New York . pp356-368.
- 16- Littlejohn, S. & Foss, K. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publications, Inc. pp201-218.
- 17- Melvin, D. & Margaret, H. (2016). *Op.cit* . pp158-170
- 18- Detrani, J. (2011). *Mass Communication Issues- Perspectives and Techniques*. New York, Apple Academic Press, pp253-261.
- 19- Basilisco, R. & Kyung, C. (2015). Uses and Gratification Motivation for Using Facebook and the Impact of Facebook Usage on Social Capital and Life Satisfaction among Filipino Users. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*. 9(4), 183-194
- 20- Fortner, R. & Fackler, M. (2014). *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*. John Wiley & Sons, Inc . pp269-286.
- 21- Korhan, O. & Ersoy, M. (2015). Usability & Functionality factors of the social network site application users from the perspective of uses and gratification theory. *Quality & Quantity journal* . 50(4), 1799-1816.
- 22- حسني نصر (2015). *نظريات الإعلام*. العين، دار الكتاب الجامعي، ص270-273.
- 23- نور الدين بن سوله (2014). الاستخدامات والإشباع الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر. *مجلة الحوار الثقافي*، 3(2)، 239-244.
- 24- Wang, L. & Wong, A. (2019). Implications of Computer Vision Driven Assistive Technologies Towards Individuals with Visual Impairment. *ArXiv*, abs/1905.07844.

- 25- Recker, J. (2013) . *Scientific Research in Information Systems* . Springer-Verlag Berlin and Heidelberg GmbH & Co. pp65-72.
- 26- Rumelt, S. (2018). *Causes and Coping with Visual Impairment and Blindness* .Books on Demand (BOD). pp13-21.
- 27- سيد فهمي (2005). *التأهيل المجتمعي لذوي الاحتياجات الخاصة، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص112*.
- 28- Varma, R., Vajaranant, T., Bruce, B., Shuang, W., Torres, M., Chunyi, H., Farzana, C. & McKean, R. (2016). Visual Impairment and Blindness in Adults in the United States: Demographic and Geographic Variations From 2015 to 2050. *JAMA Ophthalmol.* 134 (7),802-809.
- 29- Varma R. & et al. (2016). *op .cit* . pp802-809.
- 30- Paulo A., Duarte, Felipe. M. B., Francisco A. A., Windson V., & Fernando. A. M. (2015). Critical: A Configuration Tool for Context Aware and mobile Applications. *In 2015 IEEE 39th Annual Computer Software and Applications Conference*, (2). 159-168
- 31- Hollier, S. (2012). *Sociability: social media For People with a Disability*. Media Access Australia, Sydney, pp.1-36 <https://mediaaccess.org.au/web/social-media-for-people-with-a-disability>
- 32- Christy, B., & Pillai, A. (2021). User feedback on usefulness and accessibility features of mobile applications by people with visual impairment. *Indian journal of ophthalmology*, 69(3), 555–558. DOI: https://doi.org/10.4103/ijo.IJO_1042_20
- 33- Vashistha, A., Cutrell, E., Dell, N. & Anderson, R. (2015). Social Media Platforms for Low-Income Blind People in India. *In Proceedings of the 17th International ACM SIGACCESS Conference on Computers & Accessibility (ASSETS '15)*. Association for Computing Machinery, New York, USA, 259–272.

References

- Wizarat aleamal waltanmiat aliajtimaeia (2022). altaqir al'ihhsaiyu alsanawiu lilrubue althaani min 2022. mamlakat AlBahrain.
- 2Pandey, Y., Lee, J., Banda, D. R., Griffin-Shirley, N., Nguyen, T., & Othuon, V. (2022). A survey of mobile app use among university students with visual impairment in India. *British Journal of Visual Impairment*.
<https://doi.org/10.1177/02646196211067358>
- 3Martiniello, N., Eisenbarth, W., Lehane, C., Johnson, A., & Wittich, W. (2022). Exploring the use of smartphones and tablets among people with visual impairments: Are mainstream devices replacing the use of traditional visual aids? *Assistive technology : the official journal of RESNA*, 34(1), 34-45. DOI:
<https://doi.org/10.1080/10400435.2019.1682084>
- 4Hanny, H., Priyo, S., & Aat, R. N. (2020). The mapping of smartphone usage by adolescent with visual impairment. 3rd International Conference on Economic and Social Science (ICON-ESS), Banda Aceh, EAI. Indonesia. DOI:
<http://dx.doi.org/10.4108/eai.17-10-2018.2294314>
- Abdel Latif, M. (2020). astikhdam almurahiqa almafufin wadaeaf albasar libaramij watatbiqat tiknulujia aliatisal waealaqatih bialtamkin althaqafii ladayhim, dirasat tatbiqat ealaa eayinat min mustakhdimi al'iintirnta. *majalat albuuth al'ielamiati*, 55(2):3777-3847
- 6Bennett, C.L., Jane, E., Mott, M.E., Cutrell, E., & Morris, M.R. (2018). How teens with visual impairments take, edit, and share photos on social media. In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '18)*. Association for Computing Machinery, New York, USA, Paper 76, 1–12.
- Abu Ghula, S. (2017). aistikhdamat dhawi al'ieaqat albasariat litatbiqat altawasul aliajtimaeii wal'iishbaeat almutahaqiqat minha. *risalat majistir, ghayr manshurtin. Filastin: aljamieat al'iislatiati fi Ghaza*.
- Della, L. & Jurberg, C. (2017). Teenagers with visual impairment and new media: A world without barriers. *British Journal of Visual Impairment*, 35(3), 247–256. DOI:
<https://doi.org/10.1177/0264619617711732>
- Almiqbalia, H. (2016). aistikhdamat almafufin fi saltanat euman lishabakat altawasul aliajtimaeii wal'iishbaeat almutahaqiqat minha, *risalat majistir, ghayr manshurtin. Oman: jamieat Alsultan Qabus*.
- 10Rukhsana, B., Ghulam, F., Misbah, M. & Mahwish, S. (2014). Social Networking as a Learning Resource for Persons with visual impairment. *Academic Research International*, 5(3),223-230 [http://www.savap.org.pk/journals/ARInt./Vol.5\(3\)/2014\(5.3-25\).pdf](http://www.savap.org.pk/journals/ARInt./Vol.5(3)/2014(5.3-25).pdf)
- 11Melvin, D. & Margaret, H. (2016). *Mass Communication Theories - Explaining Origins, Processes, and Effects*. 2nd Edition, Routledge New York. pp158-170

- 12Meng, Y. (2020). Study on the Continuance Usage of Mobile Health Management Application based on Uses and Gratifications Theory. Wuhan International Conference on e-Business. 64, 7-11.
- Almuzahara, M. (2012). nazariaat aliatisali. t 1 , Amman , dar Almasirat lilnashr waltawzie waltibaeat .
- 14Jeffrey, T.C. & Paul, H. (2017). Engaging Theories in Family Communication, 2nd Edition. Routledge New York . pp175-188.
- 15Dawn, O.B., Suter, E. & Kory, F. (2017). Engaging Theories in Family Communication - Multiple Perspectives. 2nd Edition, Routledge New York . pp356-368.
- 16Littlejohn, S. & Foss, K. (2009). Encyclopedia of Communication Theory. SAGE Publications, Inc. pp201-218.
- 17Melvin, D. & Margaret, H. (2016). Op.cit . pp158-170
- 18Detrani, J. (2011). Mass Communication Issues- Perspectives and Techniques. New York, Apple Academic Press, pp253-261.
- 19Basilisco, R. & Kyung, C. (2015). Uses and Gratification Motivation for Using Facebook and the Impact of Facebook Usage on Social Capital and Life Satisfaction among Filipino Users. International Journal of Software Engineering and Its Applications. 9(4),183-194
- 20Fortner, R. & Fackler, M. (2014). The Handbook of Media and Mass Communication Theory. John Wiley & Sons, Inc . pp269-286.
- 21Korhan, O. & Ersoy, M. (2015). Usability & Functionality factors of the social network site application users from the perspective of uses and gratification theory. Quality & Quantity journal . 50(4), 1799-1816.
- Nasr, H. (2015). nazariaat al'ielami. Alean, dar Alkitaab aljamieii.
- Sula, N. (2014). alaistikhdamat wal'iishbaeat al'ielamiat lidhawi alaihtiajat alkhassat bi Aljazayir. majalat Alhiwar althaqafii, 3(2),239-244.
- 24Wang, L. & Wong, A. (2019). Implications of Computer Vision Driven Assistive Technologies Towards Individuals with Visual Impairment. ArXiv, abs/1905.07844.
- 25Recker, J. (2013) . Scientific Research in Information Systems . Springer-Verlag Berlin and Heidelberg GmbH & Co. pp65-72.
- 26Rumelt, S. (2018). Causes and Coping with Visual Impairment and Blindness .Books on Demand (BOD). pp13-21.
- Fahmi, S. (2005). altaahil almujtamieiu lidhawi aliahtiajat alkhassati, Al'iiskandaria, almaktab aljamieii alhadith.
- 28Varma, R., Vajaranant, T., Bruce, B., Shuang, W., Torres, M., Chunyi, H., Farzana, C. & McKean, R. (2016). Visual Impairment and Blindness in Adults in the United States: Demographic and Geographic Variations From 2015 to 2050. JAMA Ophthalmol. 134 (7),802-809.
- 29Varma R. & et al. (2016). op .cit . pp802-809.

- 30 Paulo A., Duarte, Felipe. M. B., Francisco A. A., Windson V., & Fernando. A. M. (2015). Critical: A Configuration Tool for Context Aware and mobile Applications. In 2015 IEEE 39th Annual Computer Software and Applications Conference, (2). 159-168
- Hollier, S. (2012). Sociability: social media For People with a Disability. Media Access Australia, Sydney, pp.1-36 <https://mediaaccess.org.au/web/social-media-for-people-with-a-disability>
- Christy, B., & Pillai, A. (2021). User feedback on usefulness and accessibility features of mobile applications by people with visual impairment. Indian journal of ophthalmology, 69(3), 555–558. DOI: https://doi.org/10.4103/ijo.IJO_1042_20
- 33- Vashistha, A., Cutrell, E., Dell, N. & Anderson, R. (2015). Social Media Platforms for Low-Income Blind People in India. In Proceedings of the 17th International ACM SIGACCESS Conference on Computers & Accessibility (ASSETS '15). Association for Computing Machinery, New York, USA, 259–272.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 63 October 2022 - part 1

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.