

The Use of Digital Media in Scientific Research: A Field Study on Students of the Open University, Al-Marj Branch

Mohammed Ashour Mumin Emran*

Department of Radio and Television, Faculty of Media, University of Benghazi, Al-Marj Branch, Libya

استخدام الإعلام الرقمي في البحث العلمي دراسة ميدانية على طلبة الجامعة المفتوحة فرع المرج

محمد عاشور مؤمن عمران*

قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بنغازي، فرع المرج، ليبيا

*Corresponding author: malek5642313@gmail.com

Received: January 10, 2026

Accepted: February 15, 2026

Published: February 22, 2026

Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract:

The study aimed to explore the impact of using digital media on the preparation of scientific research among students at the Open University, Al-Marj branch. This study employed a descriptive methodology and utilized a questionnaire administered to a sample of 121 students. The results indicated that 87.6% of the students rely on computers, while 75.3% use smartphones, with significant engagement in social media platforms such as Facebook (79.3%). This reflects a strong reliance on digital resources, including search engines (90.1%) and online library websites (76.0%). Additionally, 72.7% of the students noted that digital media shortened the time required and increased the volume of information available. The study confirmed the importance of these media in fostering innovation and enhancing the quality of scientific research, with 95% of respondents indicating that digital media contributes to improving research preparation skills. Recommendations included enhancing the use of digital tools, organizing workshops, and developing educational programs to improve research quality and promote collaboration between universities, highlighting the role of digital media as a significant factor in higher education.

Keywords: Digital Media, Open University Students, Scientific Research.

المخلص:

هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير استخدام وسائل الإعلام الرقمي على إعداد البحوث العلمية لدى طلبة الجامعة المفتوحة، فرع المرج، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي، واستخدام أداة الاستبيان التي أجريت على عينة من طلبة الجامعة المفتوحة والبالغ عددها 121 مبحوث، حيث أظهرت النتائج أن 87.6% من الطلاب يعتمدون على الحاسوب، و75.3% على الهواتف الذكية، مع استخدام كبير لشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك (79.3%)، مما يعكس اعتماداً كبيراً على المصادر الرقمية مثل محركات البحث (90.1%) ومواقع المكتبات (76.0%). وأشار 72.7% من الطلاب إلى أن وسائل الإعلام الرقمي اختصرت الوقت وزادت من كثافة المعلومات، بينما أكدت الدراسة على أهمية هذه الوسائل في تعزيز الابتكار وتطوير جودة البحث العلمي، حيث أفاد 95% من المبحوثين بأن الإعلام الرقمي يساهم في تحسين مهارات إعداد البحوث، وتضمنت التوصيات تعزيز استخدام الأدوات الرقمية، وتنظيم ورش عمل، وتطوير برامج تعليمية لتحسين جودة البحث وتعزيز التعاون بين الجامعات، مما يبرز دور الإعلام الرقمي كعامل مؤثر في التعليم العالي.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام الرقمي، طلبة الجامعة المفتوحة، البحوث العلمية.

المقدمة:

تعتبر التكنولوجيا الرقمية من أبرز العوامل التي أحدثت تغييرات جذرية في مختلف مجالات الحياة، بما في ذلك التعليم والبحث العلمي. يشهد عالمنا اليوم تحولاً نحو الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية، مما يؤثر بشكل مباشر على كيفية وصول الطلاب إلى المعلومات والأبحاث. تعد الجامعات بؤراً حيوية لتطوير المعرفة، حيث يسعى الطلبة إلى استغلال هذه الوسائل لتعزيز قدراتهم البحثية.

وتتيح وسائل الإعلام الرقمية، مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، للطلاب الوصول إلى مصادر متنوعة من المعلومات بشكل سريع وفعال. يُمكن للطلبة اليوم البحث عن مقالات علمية، دراسات سابقة، ومعلومات متنوعة من خلال نقرة واحدة، مما يساهم في تحسين جودة أبحاثهم. علاوة على ذلك، تتيح هذه الوسائل للطلاب التفاعل مع باحثين آخرين ومشاركة أفكارهم، مما يعزز من روح التعاون والابتكار (العلي، 2020، 45).

ومع ذلك، يأتي هذا التحول مع تحدياته الخاصة. يواجه الطلبة صعوبة في التمييز بين المعلومات الدقيقة والمعلومات المضللة لذلك يُعتبر تطوير مهارات البحث النقدي والتفكير التحليلي من الأمور الضرورية للطلاب، لضمان استخدامهم الفعال للإعلام الرقمي في أبحاثهم.

وتعد وسائل الإعلام الرقمية من العناصر الأساسية التي غيرت ملامح التواصل والمعلومات في العصر الحديث، وقد أسهمت هذه الوسائل في توفير منصات واسعة للبحث العلمي، مما يتيح للطلاب والباحثين الوصول إلى مصادر متنوعة ومعلومات دقيقة بسرعة وسهولة. في سياق التعليم العالي، أصبح استخدام الإعلام الرقمي أداة حيوية لطلبة الجامعات، حيث يُتيح لهم التعاون والتفاعل ومشاركة المعرفة.

وتُظهر الدراسات أن الإعلام الرقمي يساهم في تعزيز التعلم الذاتي لدى الطلاب، حيث يمكنهم البحث عن المعلومات والمشاركة في النقاشات، واستخدام أدوات مثل المدونات، والمواقع الأكاديمية، ومواقع التواصل الاجتماعي لتبادل الأفكار والموارد. كما يُعتبر هذا الإعلام مصدراً مهماً لتحديث المعرفة وتطوير المهارات اللازمة للبحث العلمي، مما يعزز من جودة البحوث وإنتاجيتها (العلي، 2020، 67).

وعلى الرغم من الفوائد العديدة لاستخدام الإعلام الرقمي، إلا أن هناك تحديات تواجه الطلبة في هذا السياق، مثل المعلومات المضللة، وصعوبة التحقق من المصادر، والاعتماد المفرط على التكنولوجيا. لذا، يصبح من الضروري تطوير مهارات التفكير النقدي لدى الطلاب وتمكينهم من استخدام هذه الوسائل بفعالية.

ويهدف هذا البحث إلى استكشاف كيفية استخدام الإعلام الرقمي من قبل طلبة الجامعات في البحث العلمي، وتحديد العوامل التي تؤثر على فعالية هذا الاستخدام ومدى هذا الاستخدام ودرجة الاستخدام ودوافع هذا الاستخدام.

مشكلة الدراسة:

شهدت المجتمعات المعاصرة في العقدين الماضيين تطورات متسارعة في شتى مجالات الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، والمعلوماتية، وقد أفرزت تلك التطورات العديد من المفاهيم الجديدة، منها: مجتمع المعرفة، والثورة المعرفية، والثورة التكنولوجية، والتعليم الرقمي، وغيرها من المفاهيم ذات الدلالات والأبعاد، التي تعبر عن التقدم العلمي والتكنولوجي. ومع ظهور التكنولوجيا الرقمية تغير العالم بشكل كبير ومستمر، فقد حدثت تغييرات كبيرة في الحياة المهنية والشخصية للأفراد في جميع أنحاء العالم؛ مما أثر على جوانب المجتمع، وأصبحت الآن جزءاً لا يتجزأ من تفاعل الناس سواء أكان في العمل، أم التعليم، أم الوصول إلى المعرفة والمعلومات، وبدأت تلك التكنولوجيات الجديدة والناشئة في جعل الجامعات أكثر جودة عما قبل وأمام هذه الثورة العلمية والتكنولوجية الهائلة التي صاحبت مجتمع المعرفة، تسببت في تضاعف المعرفة الإنسانية، وفي مقدمتها المعرفة العلمية والتكنولوجية في فترات قصيرة جداً " وإذا كانت المعرفة من المراتب العليا في الهرم الفكري للبشرية، وعنها تتبلور الحكمة كأرقى مرحلة في هذا الهرم، فإن الوصول إلى هذه المعرفة يحتاج إلى توافر المعلومات المطلوبة بالقدر المناسب وفي الوقت المناسب؛ حتى يمكن للفرد والمجتمع الاستفادة منها متى أراد ذلك (حسن، 2015، 87)، وقد فرض التحول الرقمي على المؤسسات الاستفادة من التقنيات الحديثة لتكون أكثر إدراكاً ومرونة في العمل وقدرة على التجديد والابتكار، وبهذه السمات تتمكن من مواكبة العصر ومواءمة الاحتياجات المتجددة بشكل أسرع لتحقيق النتائج المرجوة من أعمالها والسير نحو النجاح، والتي دفعت الكثير من طلاب الجامعات وكذلك أعضاء هيئة التدريس من الاستفادة من التكنولوجيا في مجال البحث العلمي عن طريق الكتب والمراجع التي توفرها وسائل الإعلام الجديد ومن أجل النهوض بالجامعات في عصر المعرفة والتحول الرقمي فإن الأمر يقتضي تحسين وتطوير طرق البحث عبر الإعلام الرقمي وتقنيات التدريس والتدريب لتتوافق مع التطور العام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث إن هذا التطور فتح لميدان التعليم والتدريب أفاقاً جديدة وكبيرة في الوسائل المتاحة، والإمكانيات والتقنيات الجديدة المستعملة، والمضامين التعليمية المتطورة والحديثة وأصبحت الجامعات وكذلك الطلاب وأعضاء هيئة التدريس مطالبون بالبحث عن أساليب ونماذج تعليمية جديدة؛ لمواجهة العديد من التحديات على المستوى العالمي ومنها، زيادة الطلب على التعليم، وزيادة كم المعلومات في جميع فروع المعرفة المختلفة، إضافة إلى ضرورة الاستفادة من التطورات التقنية في مجال الإعلام الرقمي وأصبحت المواقع الإلكترونية والمنصات الرقمية كما لو أنها البديل الإلكتروني عن الكتاب والمجلة والمعجم لأن العديد من الباحثين يلجؤون لنشر بحوثهم ومؤلفاتهم وآرائهم الفكرية والعلمية في مختلف المواقع الإلكترونية وكذا المؤسسات والمراكز البحثية تتسارع في نشر إنتاجاتها العلمية، فهذه الأخيرة أكثر تنوعاً من المكتبات الورقية التي تنتوع في معارفها من حيث المستوى العلمي فقط، فالمواقع الإلكترونية أكثر استيعاباً للمستويات المعرفية

لما تتمتع به من فضاء حر وإمكانية غير متناهية للاستيعاب، والطالب الباحث أصبح يفضل وسائل الإعلام الرقمي كمصدر لإعداد البحوث الدراسية والورقات العلمية لما أتاحت له هذا التنوع في المستوى والمعرفة الانترنيتية وإمام ما توفره هذه الآلية المعلوماتية من خدمات أصبحت ملاذ كل باحث ومصدر جذب لهم ومن ذلك فإن مشكلة الدراسة تتبلور حوب استخدام الطلاب الجامعيين للإعلام الرقمي في البحوث العلمية والتواصل مع الأساتذة وكذلك أعضاء هيئة التدريس ومعرفة كيفية الاستخدام ومدى هذا الاستخدام وكذلك درجة الاستخدام والمسؤولية الأدبية تجاه توثيق البحوث العلمية ونسبها لمصادرهما.

الأهمية:

تتبع أهمية الدراسة من عدة اعتبارات نظرية وأخرى تطبيقية وهي كالتالي: القيمة النظرية التي تقدمها، فيما يتعلق بإلقاء الضوء على فلسفة التحول الرقمي وانعكاساته على البحوث العلمية في الجامعات الليبية - لاسيما بين فئة الشباب الجامعي، كذلك مساهمة هذا البحث في تعزيز الوعي بأهمية التحول الرقمي لدعم وفهم أبعاد هذا التحول ووقعه على جودة البحوث العلمية إضافة إلى أهمية العصر الرقمي، وما أضاف للطلاب الجامعي من تسهيلات لإنشاء وكتابة البحث العلمي دون الفئات العمرية الأخرى، وكذلك أهمية معرفة الكيفية التي يتم من خلالها البحث عبر الوسائل التقنية المختلفة المتوفرة عبر الاعلام الرقمي.

الأهداف:

تمثل الهدف الرئيسي للدراسة في الوقوف على مستوى استخدام منصات التواصل الاجتماعي كذلك محركات البحث للإعلام الرقمي من قبل الطلاب الجامعي في إعداد البحوث العلمية، كما يمكن تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية، يمكن إيجازها على النحو الآتي:

- التعرف على أهم تقنيات ووسائل الإعلام الرقمي المستخدمة من قبل الطلاب الجامعيين.
- التعرف على مدى قدرة الطلاب الجامعي على استخدام وسائل الإعلام الرقمي.
- التعرف على دور وسائل الإعلام الرقمي في إعداد وتطوير البحوث العلمية وتحسين الأداء

تساؤلات الدراسة:

وبناء على أهداف الدراسة يمكن تلخيص أهم التساؤلات تسعى هذه الخطة البحثية لمحاولة الإجابة عنها:

1. ما التقنيات الحديثة التي يستخدمها الطالب الجامعي في إعداد البحوث والورقات العلمية.
2. ما مدى قيام الطالب الجامعي بتوظيف وسائل الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية.
3. ما مستوى تقييم الطالب الجامعي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في توظيف وسائل الإعلام الرقمي واستخدامها.
4. ما دوافع استخدام الطلاب الجامعيين لوسائل الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية ودرجة ذلك الاستخدام.

نوع الدراسة:

تتصوي هذه الدراسة تحت إطار البحوث الوصفية التي تركز على وصف طبيعة وخصائص وسمات مجتمع معين، واستخدام هذا النوع في هذه الدراسة من شأنه التعرف إلى استخدام الطلاب الجامعيين لوسائل الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية وكذلك في التواصل فيما بينهم (حسين، 2005).

منهج الدراسة:

تم استخدام الأسلوب المسحي وهو أسلوب من أساليب المنهج الوصفي وذلك لأجل تحقيق أهداف الدراسة وأغراضها، هذا المنهج يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة أو تحديد المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات، أو التقييم والمقارنة، (القطاني، 2001: ص114).

وضمن هذا المنهج يستخدم الباحث أسلوب مسح أساليب الممارسة للطلاب الجامعيين في الجامعة المفتوحة - المرج، بهدف جمع بيانات ومعلومات عن توظيفهم واستخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي وأدواتها المختلفة.

مجتمع الدراسة:

يتمحور مجتمع الدراسة حول طلبة الجامعة المفتوحة فرع المرج حيث اختيرت الجامعة المفتوحة وذلك لقلّة البحوث التي تناولت الجامعة المفتوحة فرع المرج وكذلك الفروع الأخرى وتناول الباحث أغلب التخصصات التي تدرس في الجامعة مع الأخذ في الاعتبار أن الجامعة المفتوحة تستخدم نظام الدراسة عن بعد.

عينة الدراسة الميدانية:

وفي سياق تحقيق أهداف البحث ووصولاً للنتائج المرجوة فقد تم اختبار أسلوب العينة المتاحة" وهي البحوث التي تركز على فئات معينة متخصصة في المجال " (الدليمي وآخرون، 1995: 166)، حيث يتميز هذا النوع من البحوث بالبعد عن أخطاء التعميم كما أنه يعد " ضروريا كون المجتمع المبحوث محدود أو قليل العدد" (الدليمي وآخرون، 1995: 162)، وتتمثل عينة الدراسة في طلبة الجامعة المفتوحة فرع المرج ومقرها منطقة العويلية، والبالغ عددهم وقت إجراء الدراسة 121 مبحوثا، من أغلب التخصصات الأدبية.

المفاهيم والتعريفات

- **الطالب الجامعي:** الطالب الجامعي هو الفرد الذي يدرس في مرحلة التعليم العالي، حيث يسعى للحصول على شهادة أكاديمية في تخصص معين. يتضمن دور الطالب الجامعي التعلم الذاتي، المشاركة في الأنشطة الأكاديمية والاجتماعية، وبناء المهارات اللازمة لدخول سوق العمل (بن سعيد، 2020، 45).

- **الإعلام الرقمي:** وهو الإعلام الذي يقوم على استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة وتطبيقات النشر والبيث الإلكتروني متيحاً المشاركة للجميع كمنتجين، ومتلقين للمضامين التي تبث عبر هذا الفضاء ووسطاء لتداولها والتفاعل معها بحرية ومرونة وسمي بالإعلام الرقمي، وذلك لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل منصات التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث، وغيرها، أو بالإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.
- **البحث العلمي:** البحث العلمي: هو عملية منهجية تهدف إلى اكتشاف معلومات جديدة أو حل مشكلات قائمة من خلال جمع البيانات وتحليلها باستخدام أساليب علمية دقيقة. يتميز البحث العلمي بالموضوعية والدقة، ويعتمد على أسس نظرية وتجريبية لاستنتاج النتائج (عبد الرحمن، 2019، 30)

الدراسات السابقة:

- **الدراسة الأولى:** نوال بونة استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات التعليمية والبحثية: مذكرة الماجستير: بحيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الأساتذة والطلبة نحو استخدام الانترنت بالسلب أو بالإيجاب من خلال التساؤل الآتي: ما هي اتجاهات استخدام الأساتذة والطلبة نحو استخدام الانترنت كمصدر للمعلومة التعليمية والبحثية بجامعة باتنة؟ أجريت الدراسة على عينة من أساتذة وطلبة جامعة باتنة في الجزائر من جميع الكليات والتخصصات معتمدة على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: استخدام الأساتذة والطلبة للانترنت كمصدر للمعلومات التعليمية والبحثية كان إيجابياً؛ أي أن هناك إقبال كبير على الانترنت كتقنية معلوماتية لتحصيل ما يفيد من سد الجوع المعرفي لديهم. وقد اتضح أيضاً أن اتجاهات الأساتذة والطلبة نحو استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات يتأثر بتغيير الكلية والجنس. تجتمع هذه الدراسة مع دراستنا من حيث تشابه المتغيرات، وكذا عينة الدراسة، فقط هي تطرقت للأساتذة والطلبة بينما اكتفى الباحث في الدراسة الحالية بالطلبة فقط، وكلاهما يهدفان إلى معرفة دور الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية.
- **الدراسة الثانية:** إيمان حسيني، أمنة ساحالي: استخدام تطبيقات الإعلام الجديد في العملية التعليمية في الجامعة الجزائرية، مذكرة ماستر: قامت هذه الدراسة خلال التساؤل الآتي: ماهي استخدامات أساتذة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة أم البواقي لشبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية؟ أجريت هذه الدراسة على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية عن طريق استخدام أداة الاستبيان معتمدين على المنهج المسحي. توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: مهنة التعليم الجامعي أصبحت سهلة إلى حد ما بعد انتشار مواقع التواصل الاجتماعي. أثبتت الدراسة أنه توجد مجموعة من المعوقات تواجه الأساتذة خلال استخدامهم المواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في ضياع الوقت وانعدام الخصوصية والإشاعات. توصلت كذلك إلى أن أغلب المبحوثين لا يمكنهم الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي سواء في العملية التعليمية أولى حياتهم اليومية. وهذا راجع إلى التعود على استخدامها.
- **الدراسة الثالثة:** لعزري حنان ونعاس عدالة: أثر استخدام الطلبة الجامعيين الجانب المعلوماتي للانترنت في إعداد مذكرة تخرج، مذكرة الماستر تخصص العلوم الاجتماعية تهدف الدراسة إلى معرفة استخدام الجانب المعلوماتي للانترنت وأثرها على إعداد مذكرة التخرج لدى الطلبة الجامعيين من خلال التساؤل الآتي: ما أثر استخدام الطلبة الجامعيين للجانب المعلوماتي للانترنت في إعداد مذكرة التخرج، وكيفية تعاملهم مع المعطيات التي توفرها؟ أجريت الدراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة بالاعتماد على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان. توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: استخدام الطلبة للجانب المعلوماتي للانترنت في إعداد مذكرة التخرج له أثر إيجابي وفعال من خلال استخدام الطلبة للانترنت بنسبة 88.89%، حيث أصبح من الضروري التي يعتمد عليها الطلبة كمصدر أساسي للحصول على المعلومة وتوفيرها إضافة إلى توفير المراجع. عملية البحث أصبحت أكثر سهولة فهي تمكن من نسخ ولصق أي معلومة دون بذل أي جهد وهذه الطريقة ساعدت الطالب في اختصار وقته وإتمام عمله في ظرف قياسي.

النظرية المفسرة للدراسة:

نظرية الدراسة تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في مجالات الإعلام الجديد:

تركز نظرية الاستخدامات والإشباع على دراسة أسباب استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال والتعرض لها، في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام الذي يحققه الفرد، حيث تسهم نظرية الاستخدامات والإشباع في تقديم استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وكيفية تحقيق إشباعه، كما تفترض الاستخدامات والإشباع أيضاً، أن دوافع الأفراد وحاجاتهم عادة ما تتحدد بعوامل بيولوجية ونفسية واجتماعية، حيث يقوم الأفراد بإشباعها تبعاً لظروفهم، إما عن طريق الوسائل الطبيعية المتمثلة في التفاعل والاتصال وجها لوجه، أو عبر اللجوء إلى التعرض إلى وسائل الإعلام التي تحقق إشباعاً المحتوى الناتجة عن التعرض إلى محتوى وسائل الإعلام، وعن تحقيق إشباع العملية الاتصالية الناتجة عن عملية الاتصال والارتباط بالوسيلة ذاتها (بن عامر، 2019: 356-357).

وانطلقت دراسات عربية وأجنبية عديدة حول الإعلام الجديد، من نفس الأساس الذي انطلقت منه دراسات وسائل الإعلام التقليدية، وتمثلت في التعرف على أنماط ودوافع استخدام الإعلام الجديد لدى فئات معينة من الجماهير، واهتمت معظم الدراسات برصد طبيعة العلاقة بين الخصائص الديموغرافية لجمهور الإعلام الجديد ودوافع الاستخدام، وبذلك تمثلت أهم المداخل التي حاولت تقديم تفسيرات للظواهر المرتبطة بالإعلام الرقمي في مدخل الاستخدامات والإشباع، الذي تكيف مع طبيعة الإعلام الجديد ووسائله وتقنياته بالتأكيد على تعمد المستخدم البحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات

محددة، وهذا على النقيض من مستهلكي مضامين الوسائل التقليدية الذين يستخدمونها من باب الروتين والتعود بدون وجود دوافع محددة وترتب على ذلك اعتماد فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع (البديوي، 2015: ص4)، استحضانا من طرف الباحثين في مجال الإعلام والاتصال واعتبروها مناسبة لتطبيقها على الإعلام الجديد، حيث أصبح استخدام (الانترنت) بديلاً للحصول على المعلومات من وسائل الإعلام الأخرى كالصحف والتلفزيون، وزادت استخدامات الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات لمواكبة الأحداث العالمية والوصول إلى الصحف الإلكترونية، كما أن الإعلام الجديد مرشحاً لأن يكون المصدر الأول والرئيسي للمعلومات، لكنه لم يستخدم بعد كمصدر أساسي بديل للتسليّة إلا أنه مرشحاً لذلك في المستقبل القريب نظراً لتنامي التقنيات التكنولوجية في مجال عرض الفيديو وتحميل الموسيقى، في حين استغنت بعض الدراسات عن دافع الاسترخاء فتم التخلي عنه وذلك استناداً إلى أن الطبيعة التفاعلية لشبكة (الانترنت) تتطلب الاهتمام والمشاركة من الجمهور. كما هو معروف، فإن الأنشطة مثل الوصول إلى مواقع الويب، وتصفح، وقراءة وفهم المحتوى، واختيار الارتباطات التشعبية المناسبة عن طريق الإشارة والنقر على جعل (الانترنت) تجربة نشطة خالية من الراحة والاسترخاء وقد عززت الدراسات الحديثة المرتبطة بالإعلام الجديد مفهوم "المستخدم" من سياق مستهلك الوسائل الإعلامية. إلى دور المستخدم "الحر" والمستقل في تحركه (البديوي، 2015: ص5)، وفي تفاعلاته مع الآخرين. كما أنه يستهلك وينتقى بفاعلية المضامين الاتصالية ففي ضوء احتياجاته الذاتية. وفي هذا الإطار، يقدم المحتوى للاستهلك للفرد ويصبح أداة للتفكيك والتفتيت، من خلال جمع وانتقاء مستخدم الإعلام الجديد للمعلومة التي تهتمه، وتقديره بعد ذلك إما التعمق في مستوى المعلومة، أو الاكتفاء بالمعلومة "السطحية" التي توصل إليها. وحرية التحرك هذه مرتبطة بالعملية الفردية في الممارسات الاتصالية التي يتمتع بها مستخدم الإعلام الجديد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهنا يصبح المتواصل، وهو الشخص الذي وقع عليه الفعل الاتصالي، يقوم بدور مساوٍ للفعل الذي يقوم به المتصل ومن هنا اكتسب الإعلام الجديد قيمة كبيرة من خلال نظرية الاستخدامات والإشباع، من خلال توفير الاستخدامات والإشباع الإطار النظري الملائم لفهم الأسباب المحددة لاستخدام (الانترنت) (رايس، 2016: 501).

وذلك مع مراعاة ما يلي في دراسات الإعلام الجديد:

- أن جمهور مستخدمي وسائل الإعلام الجديد أكثر نشاطاً وأكثر تفاعلية.
- تتمثل اتجاهات الاستخدام في: الاتصال بالغير سواء كان المستخدم مرسل أو مستقبل، التجول بين المواقع المتعددة لتلبية الحاجات المستهدفة والتي يتصدرها الحاجات المعرفية.
- لا يعتبر عدد المواقع أو عدد الصفحات دليلاً على سعة الاستخدام وإشباع الحاجات، ولكن الذي يحدد العلاقة هو المستخدم بنفسه وليس الجهة أو المؤسسة المنشأة للموقع أو القائمون بالاتصال.
- يمكن المقارنة بين فئات المواقع، وتصنيفات المحتوى الذي تهتم بنشره، لتحديد الاهتمام والتفضيل وبناء العلاقة بين الحاجات
- لا تعتبر شدة استخدام الإعلام الجديد بصفة عامة دليلاً على إشباع الحاجات.
- يفرض استخدام شبكة (الانترنت) والتجول بين مواقعها دراسة مشكلات الاستخدام وقدرة المستخدم على تجاوزها وذلك للدلالة على قوة الاستخدام والارتباط بالمواقع ومحتواها أو وظائفها (رايس، 2016: 517).
- يجب أن يوضع في الاعتبار أن هناك تباين في شدة الاستخدام وعاداته وأنماطه السلوكية نظراً لأن هناك فجوة بين الفئات الاجتماعية المختلفة في استخدام (الانترنت).
- يجب أن نفرق بين الاستغراق في المحتوى والاستغراق في التجول في مجال قياس شدة الاستخدام. فالاستغراق في التجول قد لا يكون مدفوعاً بتلبية الحاجات بقدر الرغبة في اكتشاف الجديد في الوظائف أو المحتوى أو الاتجاهات.
- يجب أن يوضع في الاعتبار الحاجات المتجددة التي تظهر أثناء التجول والأخرى الدافعة إلى الدخول على المواقع واستخدامها.
- كما يجب أن يضع الباحث في اعتباره عند اختبار فروض هذه النظرية عزل العوامل المؤثرة في استخدام شبكة (الانترنت) ومواقعها، لأن الكشف عن المستحدثات الرقمية وتطبيقاتها وبصفة خاصة مواقع الشبكة قد يتصدر أسباب الاستخدام في البدايات الأولى للتعامل مع الشبكة، على سبيل المثال، ولذلك يفضل أن يدرس الباحث مدى علاقة المبحوث باستخدام الشبكة ومهارات التعامل معها.
- يجب الأخذ بعين الاعتبار أن الإشباع الذي يبحث عنه الفرد من خلال استخدامه للإنترنت ليس بالضرورة هو نفسه الإشباع الذي سوف يحصل عليه.
- ارتباط تصنيف دوافع استخدام الإعلام الجديد بتصنيف دوافع استخدام وسائل الإعلام الأخرى التقليدية مثل التلفزيون والصحف يفترض أنه مماثلاً لها ويتجاهل خاصية التفاعل التي تميز الإعلام الجديد والتي قد تقدم مجموعة مختلفة من الإشباع (البديوي، 2015: ص9).

وختاماً، يرى الباحث أن توظيف مدخل الاستخدامات والإشباع كنظرية لهذه الدراسة يحقق أهدافاً رئيسية هي:

1. شرح دوافع استخدام الطالب الجامعي في الجامعة المفتوحة لوسائل الإعلام الرقمي.
2. السعي إلى التعرف على كيفية توظيف الطالب الجامعي في الجامعة الليبية المفتوحة لوسائل الإعلام الرقمي، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط وهو الطالب الجامعي الذي يستطيع اختيار الوسيلة التي تشبع حاجاته المتعددة والمتنوعة.

3. معرفة مدى توظيف الإعلام الرقمي، ومجالات التوظيف، ودرجة استخدام هذه الوسائل وحدود الاستفادة منها، من قبل طلبة الجامعة المفتوحة في إعداد البحوث العلمية.

الإطار النظري:

يعد الإعلام الجديد من أهم المفاهيم والمصطلحات الإعلامية التي ظهرت في الفترة الأخيرة وانتشر استخدامها وتداولها بين الباحثين والمختصين في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري، إذ شاع تداول هذا المفهوم بعد ظهور الوسائل التقنية المتمثلة في أجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة والانترنت ثم بعد ذلك شبكات التواصل الاجتماعي وما أحدثته هذه الوسائل من تغييرات وتأثيرات في المستويات والمجالات جميعها، واستطاعت وسائل الإعلام الجديد أن تستحوذ على اهتمامات الباحث والمختصين وكذلك الجمهور وأن تحدث تغييرات وتحولات على المجالين الإعلامي والمجتمعي (العبدالله، 2014، 4).

وشهد مفهوم الإعلام الجديد في المدة الأخيرة جدلاً كبيراً بين الباحثين والمختصين في مجال الإعلام بشأن مدى مقبولية هذا المفهوم في مجال تطور وسائل الإعلام من التقليدي إلى الحديث، وأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري تشهد تطوراً مستمراً في الأدوات والوسائل وهذه الأبرز التباينات التي تظهر حول مفهوم الإعلام الجديد، وذلك أن وسائل الإعلام تحولت من تقليدية إلى جديدة عند ظهور التطبيقات الإعلامية والاجتماعية في شبكة (الانترنت) والتي أتاحت للجمهور أن يشارك في عملية إنتاج ونشر وتبادل المحتوى الإعلامي.

وتحول الإعلام من تقليدي إلى جديد عبر انتقالية مكنت الجمهور المستخدم لهذا النوع من الإعلام يصبح طرف في العملية الاتصالية، إذ أن عملية إنتاج المواد الإعلامية في وسائل الإعلام الجديد لم تقتصر على مؤسسات إعلامية معينة أو مرسل معين وإنما عامة الجمهور أصبح له دور كبير في إنتاج تلك المواد عبر التقاط الصور ومقاطع الفيديو بواسطة الكاميرات والهواتف المحمولة ونشرها في وسائل الإعلام الجديد، ولم تقتصر عملية الاتصال الجماهيري على وفق أنموذج أو عناصر معينة بين المرسل والمستقبل، وإنما أصبح الإعلام في عهده الجديد يمتاز بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل وفقاً لخاصية التفاعلية التي تتيحها وسائل الإعلام الجديد (العبدالله، 2014، 7).

ووضع العديد من الباحثين تعريفات للإعلام الجديد والناتجة من رؤية وتصورات كل واحد منهم لهذا الإعلام، وقد تباينت التعريفات بحسب الوظائف التي يقدمها الإعلام الجديد وبحسب التطورات التي يشهدها هذا المجال، ومن هذه التعريفات ما يأتي:

- فقد عرفته بعض الدراسات بأنه: مصطلح يضم تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية كافة التي جعلت من الممكن إنتاج واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده عبر الأجهزة الالكترونية الوسائط المتصلة بالانترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين أينما كانوا (عبد الحميد، 2013: 63).

- وهناك من عرفه بأنه: مصطلح يشير إلى وسائل الإعلام الرقمية التي تمتاز بالتفاعلية والتي يتم الاتصال فيها باتجاهين، وهي شكل يعتمد على الحاسبات والأجهزة الذكية في إنتاج موادها ومضامينها بحيث لا تنتجها وسائل الإعلام التقليدية مثل: (الراديو) و(التلفزيون)، إذ أن وسائل الإعلام التقليدية لا تحتاج إلى تكنولوجيا الحاسبات في الإنتاج (عبد الحميد، 2013: 65).

- كما يعرف بأنه: مصطلح يستخدم لوصف أشكال الاتصال الالكتروني التي أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام التقليدي الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والراديو والتلفزيون إلى حد ما (الهاشمي، 2012: 22).

- وعرف كذلك بأنه: كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، الذي يعتمد على اندماج النص مع الصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلة رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض ورغم اختلاف التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام الجديد إلا أنها تشير إلى أنه النوع الأحدث من الإعلام الذي ينتشر عبر شبكة (الانترنت)، والذي استطاع أن يخرج من النمط التقليدي لوسائل الإعلام، إذ يكون فيه الاتصال ثنائي الاتجاه عن طريق التفاعلية التي تميزه عن جميع وسائل الإعلام التقليدية من صحافة و(تلفزيون) وإذاعة (شقرة، 2014: 55).

وركزت التعريفات السابقة رغم تعدد الاتجاهات والرؤى حول وسائل الإعلام الجديد على عدة نقاط وهي:

1. أنه شكل من أشكال التواصل القائمة على العالم الرقمي والمشتتة على النشر من خلال الأقراص الممغنطة والفيديو الرقمي والانترنت وبالاعتماد على استعمال الحواسيب والشبكات اللاسلكية.

2. وهو مصطلح يشير إلى الطرق الجديدة في التواصل في الإعلام الرقمي التي تمكن المجموعات الصغرى من الأفراد من الاجتماع على شبكة واحدة واقتسام السلع وبيعها وتبادلها وأنها تسمح للأفراد بامتلاك صوت مجتمعهم والعالم.

3. وهو مصطلح يشير إلى التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال والبيث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته إلى جانب تسارع وتيرة معالجة المعلومات وتخزينها واسترجاعها في أوقات قياسية تولدت عنه تكنولوجيا الإعلام أو ما أصبح يسمى في الآونة الأخيرة بالإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي (حماد، 2017: 48).

4. وهو الإعلام الذي يقوم على استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة وتطبيقات النشر والبيث الالكترونية متيحاً المشاركة للجميع كمبتدئين، ومتلقين للمضامين الإعلامية ووسطاء لتداولها والتفاعل معها بحرية ومرونة (الشريطي، 2015: 94).

5. ويشير الإعلام الجديد إلى المحتوى الإعلامي الذي يبيث وينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية (الشريطي، 2015: 96).
 6. ويشير المفهوم أيضا إلى الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على (الانترنت) وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم للعالم أجمع (حماد، 2017: 50).
- ومن الملاحظ أيضا أن بعض التعريفات ركزت في الإعلام الجديد عبر الكمبيوتر، أي أنها ترى تحول الإعلام من التقليدي إلى الجديد بعد دخول الكمبيوتر في مراحل عملية إنتاج المضامين الإعلامية كافة من تحرير ومونتاج وعرض وتخزين، بينما ركزت التعريفات الأخرى في شبكة (الانترنت) كونها الوعاء الذي يحتوي الإعلام الجديد، فعلى الرغم من تأثير جهاز الكمبيوتر على عملية الإنتاج ومساهمته في اختصار الجهد والوقت، إلا أن ظهور شبكة (الانترنت) كان له أثر كبير في رسم معالم الإعلام الجديد لما له من خصائص ومميزات مكنت الجمهور من إنتاج ونشر وتبادل المحتوى الإعلامي.
- كما ركزت التعريفات على مفهوم التفاعلية والتي تتيحها شبكة (الانترنت) وهو سير العملية الاتصالية في اتجاهين والذي يوفر لمستخدميها نشر ومشاركة الأخبار والأحداث والتعليق عليها وتبادل الآراء والخبرات في القضايا والموضوعات كافة، كما أن شبكة (الانترنت) أتاحت للمستخدم أن يلعب دورا كبيرا في ممارسة العمل الإعلامي.
- خصائص الإعلام الرقمي في البحث العلمي:**
- اختص الإعلام الجديد بعدد من الخصائص التي ميزته عن أقرانه من وسائل الإعلام التقليدي الأخرى **تتمثل في:**
 - **التفاعلية:** والمقصود بالتفاعلية هو تعبير عن حجم لتبادلات في سلسلة ما من التبادلات الاتصالية إذ يكون أي إرسال أو رسالة مرتبطا بمدى إشارته إلى التبادلات السابقة، وحتى تلك التي قبلها، وعلى الرغم من اختلاف الباحثين في مجال الاتصال حول تحديد مفهوم التفاعلية، إلا أنها تعتبر سمة مفترضة لوسائل الإعلام الرقمي، واتصال تبادلي ذو اتجاهين بين المرسل والمستقبل الأمر الذي يحقق مستوى مرتفعا من التفاعل (نصر، 2017: 68).
 - **التنوع المعلوماتي:** يقدم الإعلام الجديد معلومات متنوعة، تتسم بضخامة في الكم والكيف غير مسبقة ويجعلها في متناول الجميع، سواء أكانوا فرادى أو جماعات، وينتج التعامل معها بالتفاعل من خلال إبداء الرأي أو حتى التحرير، ولكن عن طريق شبكة (الانترنت) أصبح كل من يود المشاركة عن طريق وسائل الإعلام الإلكتروني المختلفة (علاوة، 2007: 168).
 - **الاجماهيرية:** أصبحت الرسالة الاتصالية في وسائل الإعلام الرقمي تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما في الماضي، فبعد أن كان الاتجاه الرئيسي لوسائل الاتصال الجماهيرية حتى مطلع الثمانينات تقريبا يحرص على توجيه رسائل موحدة للجماهير العريضة وهو ما يسمى الجماهيرية، أصبح التوجه الجديد لوسائل الإعلام الرقمية الحديثة يميل إلى تفتيت الجماهير، أي الفردانية أو الشخصية، وذلك من خلال إتاحة عدد هائل من الرسائل الاتصالية لجماعات صغيرة وأفراد محددين فمع الإعلام الجديد تحولت الوسائل من توزيع رسائل جماهيرية إلى الميل لتحديد هذه الرسائل وتصنيفها لتلائم جماعات نوعية أكثر تخصصا (حجاب، 2003: 747).
 - **الرقمية:** قمت (الانترنت) البيئة اللازمة لظهور الإعلام الرقمي بشكل لم يكن متاحا بنفس القوة والفاعلية في وسائل الإعلام التقليدي، واستطاع نموذج الإعلام الرقمي على شبكة (الانترنت) أن يبتنى نظاما أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدم وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية، والتحكم في الاتصال لأن التكنولوجيا المستخدمة الآن هي تكنولوجيا رقمية، فأى إعلام لا يعتمد في تجهيزاته الفنية الانترنت يصنف تقليديا ذلك لأن أنظمة الحاسوب أنظمة الحواسيب وآلات الطباعة المستخدمة في المؤسسات الصحفية وتقنيات أجهزة البث السمي والبصري في المحطات الإذاعية والقنوات الفضائية وشبكات الجوال والانترنت لا تقوم الآن إلا على التكنولوجيا الرقمية (علاوة، 2007: 170).
 - **المرونة:** حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر، وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة، والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها، فأصبحت الوسيلة الواحدة تقدم المعلومة في أكثر من شكل أو قالب إما نصا، أو صورة، أو مسمعا، أو مشهدا.
 - **الحالية والفورية:** رسائل ومضامين الإعلام الجديد تقدم على مدار الساعة الأخبار والمعلومات الجديدة ففي التلفزيون لم يعد المشاهد كما كان في السابق مضطرا للانتظار حتى موعد النشرة ليقف على آخر الأنباء وتطورات الأحداث في العالم، ذلك لأن كل قناة تخصص الآن شريط أنباء متحركا أسفل الشاشة يقدم ما يجري من أحداث، أو اتجاه بعض القنوات لتفعيل قنوات عبر منصات التواصل الاجتماعي تبث المضامين على مدار الساعة (حافظ، 2006: 92).

- إتاحة الحرية للتلقي والاختيار: الانعتاق من قيود الاحتكار الرسمي للمعلومات وأهم سمات وخصائص الإعلام الجديد فأصبح المتلقي قادرا على الاختيار بين مصادر المعلومات المختلفة التي تقدم عبر الفضاء الرقمي، كما أصبح المتلقي قادرا على اختيار وانتقاء ما يريده وترك ما لا يريد من المحتوى العلمي الذي تعرضه هذه الوسائل (علاوة، 2017: 177).

وسائل الإعلام الرقمي المستخدمة في البحث العلمي:

وهي تطلق على العملية الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية، والشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام الجديد، وتضم هذه الوسائل تطبيقات ومدونات متنوعة فمن هذه الوسائل نجد الصحافة الإلكترونية، والبريد الإلكتروني وشبكة الويب ومنديات الحوار، والمدونات والمواقع الشخصية والمؤسسية ومقاطع (الفيديو)، والإذاعات الرقمية ومن أبرز هذه الوسائل:

1. **البريد الإلكتروني:** ظهرت هذه الشبكة بشكل عملي وفعال في عالم (الانترنت) في عام 1988م، وميزة البريد الإلكتروني أنك تستطيع أن تخاطب أو ترسل أي إنسان في أي مكان في الأرض في خلال ثواني وبأقل التكاليف (شقرة، 2014: 21)، وبمعنى أكثر تحديدا فإنه يمكن تعريف البريد الإلكتروني "بأنه من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تتيح تسهيل تبادل المعلومات فوراً، وحيث يتم بموجبها إرسال نص إلى جزء محدد من ذاكرة حاسب أو صندوق بريد إلكتروني يحمل عنواناً خاصاً" (شقرة، 2014: ص23)، ويمكن للطرف الذي تتم مخاطبته النفاذ إلى ذلك الموقع من أي مكان وفي أي وقت وذلك في ظرف ثواني معدودات.
2. **خدمة شبكة الويب:** وهي من أهم تطورات شبكة (الانترنت)، حيث أتيح استخدام برامج عارضات الويب كمرجع لبلابين الأرقام من المعلومات على الشبكة، وتستخدم الويب أسلوب النص الفائق القدرة المترابط لنشر النصوص (علي، 2012: 36).

منصات أو مواقع التواصل الاجتماعي:

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها: صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكات الاجتماعية الموجودة بالفعل على (الانترنت)، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام بأعضائها، والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء، ويمكن أن تشمل هذه الميزات، المراسلة الفورية، تبادل الملفات، الفيديو والصور، مجموعات النقاش (البياتي، 2014: ص359).

أبرز مواقع التواصل الاجتماعي:

- **موقع الفيس بوك:** أنشأ هذا الموقع عام 2004م على يد مارك زوكربيرج، الذي كان طالبا في جامعة "هارفرد": الهدف من الموقع في البداية هو إتاحة الفرصة للطلاب بالتعارف والتواصل مع بعضهم، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء، فكان الهدف من تأسيس الموقع الإلكتروني هو سهولة التواصل وكان بداية مقتصرًا على جامعة هارفرد، ثم انتشر استخدامه في بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات عام 2006م (البياتي، 2014: 80)
- **سكايب:** وهو برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي نيكولاس زنشروم والدنماركي يانوس فريس، مع مجموعة من مطوري البرمجيات، ويمكن هذا البرنامج مستخدميه من الاتصال صوتياً عبر (الانترنت) بشكل مجاني بالنسبة لمستخدميه، لكن مع تكلفه بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوال لها، إضافة إلى الكثير ممن يتوقع تعاملهم مع الشركة، ويستخدم هذا البرنامج في المؤسسات التعليمية للتدريس والمحاضرات، كما يستخدم في نقل الأخبار وإجراء المقابلات التلفزيونية مع مراسلي وكالات الأنباء مع المحللين وغيرهم (علي، 2012: 45).

محركات البحث:

تأتي محركات البحث كطوق نجاة لمستخدمي (الانترنت)، حيث تساعد في إيجاد كل ما يرغبون في الحصول عليه عن طريق نبش أعماق (الانترنت)، مما يوفر الوقت والجهد على المستخدم للوصول إلى المعلومة المطلوبة.

أنواع محركات البحث:

- **محركات البحث الأجنبية:** هي تلك المحركات التي عليها التعامل مع لغات إضافية غير الانجليزية، مثل اللغة الفرنسية أو الإسبانية أو الإيطالية وغير ذلك، ومن أمثلة هذه المحركات AltaVista، Google، Excite.
- **محركات البحث المتخصصة:** ويتمتع هذا النوع من المحركات بأهمية خاصة في مجال الأبحاث والأعمال التخصصية، وأصبح بفضل هذا النوع من المحركات، بإمكان الباحث التجول في شبكة (الانترنت) بشكل أسرع وأسهل ومن هذه المحركات [www.infinsource.com /search-engine.html](http://www.infinsource.com/search-engine.html) (علي، 2012: 45).
- **محركات البحث الذكية:** يجمع هذا النوع بين المحركات العادية والمتخصصة، ويزيد عليها بميزة هامة وهي إمكانية تجميع برامج مخصصة لهذه المحركات الذكية على جهاز الكمبيوتر ومنها:

أ. **نيوزفر:** ويعمل هذا البرنامج بشكل تلقائي بعد إعداده، حيث يقوم باستخدام المعلومات عن طريق المجموعات الإخبارية، وهو محرك يختص بعالم الصحافة والأخبار بكافة أنواعها، وتفرعاتها (الدليمي، 2011: 191).

ب. **إنفوماجنيث:** يسهل هذا البرنامج ترتيب وتصنيف نتائج البحث من خلال القنوات الذكية التي يتمتع بها وخاصة في المجال الصناعي، (الدليمي، 2011: 192)

الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية:

يتناول هذا الفصل عرضاً وتحليلاً للبيانات التي تم الحصول عليها من أداة الدراسة كميّار لقياس وتقييم البيانات من خلال استجابة المبحوثين البالغ عددهم 121 طالب وطالبة، تم اختيارهم من مجتمع الدراسة طلبة الجامعة المفتوحة فرع المرج، وباستخدام أسلوب العينة المتاحة.

نتائج الدراسة الميدانية:

أجريت هذه الدراسة على عدد من طلاب الجامعة المفتوحة فرع المرج والبالغ عددهم 121 مبحوث، وذلك للتعرف إلى وسائل الإعلام الجديد ودرجة الاستفادة منها في مجال البحوث العلمية، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

المحور الأول: السمات الشخصية والديمغرافية لعينة الدراسة:

جدول رقم (1): يوضح توزيع مفردات مجتمع الدراسة حسب النوع

ت	النوع	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكر	101	83.5
2	أنثى	20	16.5
	المجموع	121	%100

يوضح الجدول أعلاه عدد مجتمع الدراسة الذي قام الباحث بإجراء الدراسة عليه وفق النوع حيث كان عدد الذكور 101 وبنسبة مقدارها 83.5% مبحوثاً، وعدد الإناث 20 مبحوثة وبنسبة مقدارها 16.5% ويرجع تفوق عدد الذكور عن الإناث بسبب قدرة تواصل الباحث مع الذكور بصفة أكبر.

المحور الثاني: الوسائل التقنية المستخدمة في البحوث العلمية:

نص التساؤل الثاني في الدراسة الوسائل التكنولوجية الحديثة المستخدمة من قبل طلبة الجامعة المفتوحة فرع المرج داخل لإعداد البحوث العلمية حيث أفرزت عملية تحليل البيانات ما يلي:

جدول رقم (2): يوضح استخدام أدوات الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية

العبارة		دائماً		أحياناً		لا استخدم	
		ت	%	ت	%	ت	%
1	استخدام الهواتف الذكية	79	65.3	39	32.2	3	2.5
2	كاميرات الهواتف الذكية	50	41.3	61	50.4	10	8.3
3	تطبيقات الهواتف الذكية	75	61.2	45	37.2	2	1.7
4	استخدام أجهزة الحاسوب الثابتة والمحمولة	106	87.6	11	9.1	4	3.3
5	أجهزة لوحية	16	13.3	58	47.9	47	38.8

تشير البيانات الواردة في الجدول أعلاه بأن استخدام مجتمع الدراسة لأدوات الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية، كانت من خلال استخدام أجهزة الحاسوب الثابتة والمحمولة بشكل دائم بنسبة 87.6%، ويليهما جاءت استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها بنسب متقاربة وبشكل دائم بنسبة مقدارها على التوالي 65.3 - 61.2، ومن ثم جاءت كاميرات الهواتف الذكية استخدامها أحياناً بنسبة 50.4% من مجتمع موضع الدراسة، وأخيراً جاءت الأجهزة اللوحية استخدامها من قبل طلبة الجامعة أحياناً بنسبة مقدارها 47.9%.

ومن خلال النتائج السابقة تشير الدراسة بأن هناك إقبالاً كبيراً من قبل طلبة الجامعة المفتوحة في إعداد البحوث العلمية من خلال التقنيات والتكنولوجيا المتطورة المتمثلة في الأجهزة الذكية وتطبيقاتها.

جدول رقم (3): يوضح توظيف محركات البحث ومواقع المكتبات وتطبيق سكايب في إعداد البحوث العلمية

العبارة		دائماً		أحياناً		لا	
		ت	%	ت	%	ت	%
1	محركات البحث عن المعلومات	109	90.1	7	5.8	5	4.1
2	خدمة سكايب	13	10.7	66	34.7	42	54.5
3	مواقع المكتبات على الانترنت	92	76.0	20	16.5	9	7.4

تبين البيانات الواردة في الجدول أعلاه بأن طلبة الجامعة يقومون بتوظيف شبكة (الانترنت) في إعداد البحوث العلمية بشكل دائم من خلال محركات البحث ومواقع المكتبات على الانترنت وبنسبة عالية مقدارها على التوالي 90.1- 76.0، وبينما جاءت خدمة سكايب بنسب مئوية تدل على عدم توظيفها في إعداد البحوث العلمية بنسبة مقدارها على التوالي 54.5 وتشير الدراسة من خلال ما سبق أن الطالب الجامعي يستخدم محركات البحث ومواقع المكتبات على الانترنت للاطلاع المستمر على المضامين والمعلومات الجديدة.

جدول رقم (4): يوضح توظيف واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البحوث العلمية

الفقرات		دائماً		أحياناً		لا	
		ت	%	ت	%	ت	%
1	الفيس بوك	96	79.3	2	18.2	3	2.5
2	تويتر	35	28.9	63	52.1	23	19.0
3	إنستغرام	23	19.0	43	35.5	55	45.5
4	تيليجرام	85	70.2	32	26.4	4	3.3
5	الواتس اب	35	28.9	61	50.4	25	20.7

بين الجدول المذكور أعلاه درجة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البحوث العلمية والتواصل بين الطلاب، حيث كانت النسبة الأعلى فيس بوك، تيليجرام بشكل دائم بنسبة مقدارها على التوالي 79.3 - 70.2، يليها جاءت تويتر، الواتس أب بدرجة أحياناً وفق إجابات المبحوثين بنسبة مقدارها على التوالي 52.1- 50.4، وأخيراً جاءت إنستغرام كوسيلة لا تستخدم في التوظيف والاستخدام.

وتشير الدراسة بأن طلاب الجامعة المفتوحة يقومون بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في إعداد وتقديم البحوث العلمية مما يؤكد بأن هناك درجة استخدام كبيرة في إعداد البحوث العلمية فيتضح أن طلبة الجامعة المفتوحة يستخدمون الفيس بوك لمتابعة الصفحات المختصة بالجامعة وإنشاء مجموعات على الواتساب لمتابعة أهم المستجدات كذلك في تبادل المعلومات والتواصل مع بعضهم وكذلك أعضاء هيئة التدريس كذلك تطبيق تيليجرام.

جدول رقم (5): يوضح كيفية تطوير وسائل الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية

العبارة		موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
1	وفرت المعلومات اللازمة لإعداد البحوث العلمية والورقات البحثية	83	68.6	33	27.3	4	3.3	1	0.8	0	0
2	أسهمت في تعزيز وصقل البحوث العلمية	61	50.4	49	40.5	9	7.4	2	1.7	0	0
3	أكسبت البحث العلمي دقة أعلى وحضور أكبر	58	47.9	40	33.1	18	14.9	5	4.1	0	0
4	اختصرت وقت في إنجاز البحوث العلمية وإعدادها	88	72.7	27	22.3	2	1.7	4	3.3	0	0
5	رفعت مستوى البحوث العلمية	49	40.5	37	30.6	18	14.9	17	14.0	0	0
6	أثرت البحوث العلمية بالكثير من الشواهد	61	50.4	44	36.4	8	6.6	7	5.8	1	0.8
7	أسهمت في بلورة أفكار مبتكرة لإعداد بحوث علمية ذات طابع جديد	76	62.8	34	28.1	9	7.4	2	1.7	0	0
8	زادت من كثافة المعلومات التي تطور البحث العلمي	83	68.6	25	20.7	12	9.9	1	0.8	0	0

تبين البيانات في الجدول أعلاه أهمية وسائل الإعلام الجديد في تطوير إعداد البحوث العلمية حيث كانت النسبة الأعلى للخيار الذي ينص بأن هذه الوسائل اختصرت في إنجاز المادة العلمية وإعدادها بنسبة مقدارها 72.7%، يليها جاء الخياران اللذان ينصان على كل من وفرت معلومات جديدة لإعداد البحوث العلمية وزادت من كثافة المراجع والكتب العلمية بنسبة متساوية 68.6%، وبعدها جاءت مساهمة هذه الوسائل في بلورة أفكار مبتكرة لإعداد بحوث علمية ذات طابع جديد بنسبة مقدارها 62.8%، ومن ثم جاء بعدها مساهمة في تعزيز وصقل البحث العلمي وأثرت البحوث العلمية بكثير من الشواهد بنسبة متساوية بنسبة 50.4%، وأخيراً جاء كل من بأن المحتوى العلمي يكتسب دقة أعلى وحضور أكبر بنسبة مقدارها 47.9% وفق إجابات المبحوثين.

وقد أوضحت النتائج السابقة بأن وسائل الإعلام الرقمي ذات أهمية في تطوير فنون إعداد البحوث والورقات العلمية لدى طلبة الجامعة المفتوحة، وذلك من خلال إضافة مواد علمية جديدة ومعلومات فورية وأصفت خاصية جديدة وهي تنوع المعلومات وأعطت المستخدمين من طلبة الجامعة المفتوحة ميزة مهمة وهي وجود مجال واسع في انتقاء مضامين جديدة وذلك لما تتمتع به وسائل الإعلام الرقمي من غزارة في المعلومات وتجديد مستمر لهذه المعلومات.

جدول رقم (6): يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكيفية تطوير وسائل الاعلام الرقمي لإعداد البحوث العلمية

ت	الفقرات	الحد الأدنى	الحد الأعلى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	وفرت المعلومات اللازمة لإعداد البحوث العلمية والورقات البحثية	2.00	5.00	4.63	.591
2	أسهمت في تعزيز وصل البحوث العلمية	2.00	5.00	4.39	.7009
3	أكسبت البحث العلمي دقة أعلى وحضور أكبر	2.00	5.00	4.24	.859
4	اختصرت وقت في إنجاز البحوث العلمية وإعدادها	2.00	5.00	4.64	.681
5	رفعت مستوى موضوعية المادة العلمية	2.00	5.00	3.97	1.06
6	أثرت البحوث العلمية وعززت حضورها	2.00	5.00	4.29	.8911
7	أسهمت في بلورة أفكار جديدة لإعداد مواد علمية ذات طابع جديد	2.00	5.00	4.52	.708
8	زادت من كثافة المعلومات التي تطور البحث العلمي	2.00	5.00	4.57	.705
9	زادت من حجم تبادل المعلومات بين الطلاب لاستقاء أفكار جديدة	1.00	5.00	3.669	1.234
	الدرجة الكلية	2.78	5.00	4.32	.48

يتضح من النتائج الواردة في الجدول أعلاه ميل جميع فقرات الدراسة نحو الارتفاع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي 4.32 وهو أكبر من معيار الاختبار البالغ 3 درجات، وانحراف معياري 48. معبرا عن تشتت ضئيل في إجابات أفراد العينة.

وتشير هذه النتائج إلى اتجاه أفراد العينة بنسبة كبيرة إلى أن وسائل الإعلام الرقمي طورت من فنون إعداد البحوث العلمية. أما فيما يتعلق بفقرات التساؤل فقد أظهرت النتائج بأن الفقرة 4 والتي تنص بأنها اختصرت وقت في إنجاز البحوث العلمية وإعدادها جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.64 وانحراف معياري 68، ثم تلتها الفقرة الأولى والتي تنص وفرت المعلومات اللازمة لإعداد البحوث والورقات العلمية بنسبة متقاربة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.63، وانحراف معياري 59، ثم تلتها الفقرة الثامنة والتي تنص زادت من كثافة المواد العلمية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.57 وانحراف معياري 70، ثم تلت ذلك فقرات التساؤل كالاتي 7، 2، 6، 5 من الأعلى إلى لأقل متوسط حسابي، وجاءت الفقرة التاسعة كأقل متوسط حسابي والتي تنص زادت من حجم تبادل المعلومات بمتوسط حسابي 3.66 وانحراف معياري متوسط نسبيا 1.34.

وأشارت النتائج إلى أن المتوسط الحسابي للفقرات السابقة هي أكبر من معيار الاختبار البالغ 3 من أصل 5 درجات، مما يدل على أن استجابة أفراد عينة الدراسة كانت إيجابية، وأن وسائل الإعلام الرقمي طورت من فنون إعداد البحوث العلمية، وتتراوح بين المتوسط والقوي من وجهة نظر أفراد العينة.

جدول رقم (7): يوضح درجة استفادة طلبة الجامعة المفتوحة من وسائل الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية.

ت	العبارة	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		صغيرة		صغيرة جدا	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
1	استقاء أفكار جديدة	76	62.8	31	25.6	11	9.1	1	0.8	2	1.7
2	استعمال الهواتف الذكية في تسجيل المحاضرات وتحميل المراجع والكتب	35	28.8	32	26.4	27	22.3	21	17.4	6	5.0
3	الاستفادة من قواعد البيانات المتاحة عبر (الانترنت)	53	43.8	58	47.9	9	7.4	1	0.8	0	0
4	الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة المواضيع الجديدة	74	61.2	37	30.6	9	7.4	1	0.8	0	0
5	استقاء أفكار من شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة وصل البحوث العلمية	74	59.5	30	24.8	15	12.4	20	18.5	0	0
6	الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المواضيع الجديدة	72	53.7	39	32.2	10	8.3	1	0.8	0	0
7	استخدام وسائل الإعلام الرقمي التواصل مع باقي الزملاء وأعضاء هيئة التدريس.	65	48.5	22	18.2	32	26.4	5	4.1	1	0.8
8	تمثيل البيانات الرقمية في إعداد بعض الموضوعات.	47	38.8	52	43.0	16	13.2	27	22.3	1	0.8
9	استعمال البريد الالكتروني في إرسال واستقبال المعلومات	32	26.4	19	15.7	28	23.1	30	24.8	15	12.4
10	الاستفادة من مواقع الجامعات في إعداد البحوث العلمية	31	25.6	13	10.7	29	24.0	0	0	18	14.9

تشير البيانات الواردة في الجدول أعلاه إلى درجة استفادة وسائل الإعلام الجديد في إعداد البحث العلمي والورقات العلمية في الجامعة المفتوحة فرع المرج المراد دراستها، وفق إجابات المبحوثين بدرجة كبيرة، حيث كانت النسبة الأعلى لكل من الحصول على أفكار جديدة لإعداد البحوث العلمية بنسبة 62% بالإضافة إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة المواضيع المهمة واستقاء أفكار جديدة بنسبة مقدارها على التوالي 62.8 - 61.2، وبليها جاء الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة صقل البحث العلمي بنسبة مقدارها 59.5%، ومتابعة المواضيع والمضامين الجديدة في التواصل الاجتماعي بنسبة مقدارها 53.7%، وثم جاء استخدام وسائل الإعلام الجديدة في التواصل مع الزملاء وأعضاء هيئة التدريس بنسبة مقدارها 48.5%، ومن بعدها جاءت قواعد البيانات والمعلومات المتاحة عبر شبكة (الانترنت) تعزز مضمون البحث العلمي بنسبة مقدارها 47.9% ومن ثم البيانات الرقمية في إعداد بعض المواد المتعلقة بالبحث العلمي، وأخيراً كانت درجة استفادة البريد الإلكتروني ومواقع الجامعات الأخرى في تبادل المعلومات واستقبالها بنسبة مقدارها على التوالي 26.4% - 25.6%. وهذا مؤشر جيد يؤكد على الأهمية القصوى لهذه الوسائل ومالها من فوائد ومميزات في إعداد وتقديم بحوث علمية معدة إعداداً جيداً.

جدول رقم (8): يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة الاستفادة من وسائل الإعلام الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية

ت	الفقرات	الحد الأدنى	الحد الأعلى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	استقاء أفكار جديدة لإعداد البحوث العلمية	1.00	5.00	4.47	.827
2	الهواتف الذكية في تسجيل المحاضرات وتحميل المراجع	1.00	5.00	3.57	1.216
3	الاستفادة من قواعد البيانات المتاحة عبر (الانترنت)	2.00	5.00	4.34	.654
4	شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة أهم المواضيع العلمية الحديثة	1.00	5.00	4.51	.70
5	استقاء أفكار من شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة صقل البحوث العلمية	2.00	5.00	4.45	.774
6	شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المواضيع الجديدة	3.00	5.00	4.51	.646
7	استخدام وسائل الإعلام الجديد في التواصل مع الزملاء وأعضاء هيئة التدريس.	1.00	5.00	4.23	.928
8	تمثيل البيانات الرقمية في إعداد بعض الموضوعات.	1.00	5.00	4.148	.862
9	استعمال البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال المعلومات	1.00	5.00	3.21	1.379
10	الاستفادة من مواقع الجامعات في مشاركة وتبادل المعلومات	1.00	5.00	3.074	1.409
	الدرجة الكلية	2.60	5.00	4.0537	.50117

يتضح من النتائج الواردة في الجدول أعلاه ميل جميع فقرات الدراسة نحو الارتفاع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي 4.05 وهو أكبر من معيار الاختبار البالغ 2.60 درجات، وانحراف معياري 50. معبرا عن تشتت ضئيل في إجابات أفراد العينة. وتشير هذه النتائج إلى اتجاه أفراد العينة بنسبة كبيرة إلى أن وسائل الإعلام الرقمي طورت من فنون إعداد البحوث العلمية.

أما فيما يتعلق بفقرات التساؤل فقد أظهرت النتائج بأن الفقرة 4 والتي تنص على الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة أهم المواضيع موضع الدراسة جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.51 وانحراف معياري 70. مما يؤكد الاستخدام والتوظيف المستمر لشبكات التواصل الاجتماعية بشكل دائم، تليها بعد ذلك الفقرة 1 والتي تنص استقاء أفكار جديدة لإعداد البحوث العلمية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.47 وانحراف معياري 82.، ثم تلت ذلك فقرات التساؤل كالاتي 7، 5، 3، 8، 2 من الأعلى إلى لأقل متوسط حسابي، وجاءت الفقرة التاسعة والتي تنص البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال المعلومات بمتوسط حسابي 3.21 وانحراف معياري 1.3 ما يؤكد الاستعمال المتوسط نسبياً للبريد الإلكتروني، وجاءت الفقرة العاشرة كأقل متوسط حسابي 3.07 وانحراف معياري 1.4 والتي تنص على الاستفادة من مواقع الجامعات في تبادل المعلومات والمواقع في تبادل المعلومات ويوضح أن هناك عزلة تعاني منها الجامعة المفتوحة وعدم اتصالها بالجامعات الأخرى.

وأشارت النتائج إلى أن المتوسط الحسابي للفقرات السابقة هي أكبر من معيار الاختبار البالغ 2.60 من أصل 5 درجات، مما يدل على أن استجابة أفراد عينة الدراسة كانت إيجابية، وأن وسائل الإعلام الرقمي طورت من فنون إعداد البحوث العلمية، قد تتراوح بين المتوسط والقوي من وجهة نظر أفراد العينة.

جدول رقم (9): دوافع مواكبة مستجدات وسائل الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية.

ت	الفقرات	نعم		لا	
		ت	%	ت	%
1	تعزيز مهارات إعداد البحوث العلمية	110	90.9	11	9.1
2	الفضول والشغف بوسائل الإعلام الرقمي	77	63.6	44	36.4
3	زيادة انتشار التقنية	95	78.5	26	21.5
4	التميز عن الزملاء	74	61.2	47	38.8
5	استجابة لتعليمات الجامعة	54	44.6	67	55.4
6	مواكبة التطور والحدثة	109	90.1	12	9.9
7	تطوير البحوث العلمية التي أقوم بتقديمها	115	95	6	5

تبين النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن 95% من المبحوثين أجابوا بنعم للخيار الذي ينص على تطوير البحوث العلمية التي أقوم بتقديمها كأعلى نسبة يليها 90.9% من المبحوثين أجابوا بنعم للخيار الذي ينص على تعزيز مهارات إعداد البحوث العلمية و 9.1% بلا، وجاءت إجابات المبحوثين للخيار الذي ينص على مواكبة التطور والحدثة بنعم ونسبة 90.1% و 9.9% بلا، يليه بعد ذلك إجابة المبحوثين بنعم على الخيار الذي ينص على زيادة انتشار التقنية بنسبة 78.5% و 9.9% بلا، في حين جاءت إجابات المبحوثين للخيار الذي ينص على الفضول والشغف بوسائل الإعلام الرقمي بنعم بنسبة 63.6% و 36.4% بلا، في حين جاءت إجابات المبحوثين للخيار الذي ينص على التميز عن الزملاء بنعم بنسبة 61.2% و 38.8% بلا، وجاءت إجابات المبحوثين للخيار الذي ينص على الاستجابة لتعليمات الجامعة بنعم بنسبة 44.6% و 55.4% بلا.

وتشير الدراسة من خلال النتائج السابقة أن دوافع طلبة الجامعة المفتوحة لمواكبة المستجدات التي تطرأ على وسائل الإعلام الرقمي تتلخص في أن الطالب الجامعي يحرص على تطوير البحوث العلمية التي يقدمها وإخراجها بشكل أفضل بالإضافة إلى تعزيز مهاراته من خلال الاطلاع المستمر على مواد علمية جديدة عبر وسائل الإعلام الرقمي.

نتائج الدراسة:

1. تشير نتائج الدراسة أن استخدام أجهزة الحاسوب الثابتة والمحمولة جاءت في مقدمة النتائج الخاصة باستخدام أدوات الإعلام الرقمي في إعداد البحوث العلمية بنسبة 87.6% يليه استخدام الهواتف الذكية من خلال إجابات المبحوثين بالاستخدام دائماً بنسبة 75.3%، في جاء استخدام تطبيقات الهواتف الذكية والذي أجاب عليه المبحوثين دائماً بنسبة 61.2%، وجاءت إجابات المبحوثين لاستخدام كاميرات الهواتف الذكية، بينما أجاب المبحوثين أحياناً بنسبة 47.9% حول استخدام الهواتف الذكية.
2. توضح نتائج الدراسة بأن الفيس بوك جاء في مقدمة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كأكثر استخدام من قبل طلبة الجامعة المفتوحة حيث أجاب المبحوثين دائماً بنسبة 79.3% يليه اليوتيوب بنسبة 70.2% يليه تطبيق الواتساب بنسبة 50.4% يليه الانستغرام كأقل استخدام بنسبة 45.5% بينما أجاب المبحوثين أحياناً بنسبة 52.9% حول استخدامهم لتطبيق تيليجرام.
3. تشير البيانات إلى أن 90.1% من الطلاب يستخدمون محركات البحث عن المعلومات بشكل دائم، بينما 76.0% يعتمدون على مواقع المكتبات على الإنترنت، مما يدل على الاعتماد الكبير على هذه المصادر الرقمية في إعداد البحوث العلمية. في المقابل، 54.5% من الطلاب لا يستخدمون خدمة سكايب، مما يوضح ضعف الاعتماد على هذه الأداة في التواصل والتعاون الأكاديمي.
4. تؤكد البيانات أن وسائل الإعلام الرقمي تلعب دوراً حيوياً في تطوير إعداد البحوث العلمية، حيث أفاد 72.7% من الطلاب بأنها اختصرت في إنجاز المادة العلمية، و 68.6% ذكروا أنها وفرت معلومات جديدة وزادت من كثافة المراجع، بينما أشار 62.8% إلى أنها ساهمت في بلورة أفكار مبتكرة، مما يعكس تأثيرها الإيجابي في تحسين جودة البحث العلمي.
5. تشير النتائج إلى أن وسائل الإعلام الرقمي قد طورت فنون إعداد البحوث العلمية بشكل ملحوظ، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعينة 4.32، متجاوزاً معيار الاختبار 3. وكانت الفقرة 4، التي تشير إلى اختصار الوقت في إنجاز البحوث، الأعلى بمتوسط 4.64، تلتها الفقرة 1 بمتوسط 4.63، بينما كانت الفقرة 9 الأقل بمتوسط 3.66، مما يعكس استجابة إيجابية من أفراد العينة تجاه تأثير هذه الوسائل.
6. تشير البيانات إلى أن وسائل الإعلام الجديد تلعب دوراً مهماً في إعداد البحث العلمي، حيث حقق 62.8% من الطلاب فوائد من الحصول على أفكار جديدة، و 61.2% استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة المواضيع المهمة، بينما بلغت نسبة الاستفادة من هذه الوسائل في صقل البحث العلمي 59.5%، مما يعكس أهمية هذه الوسائل في تعزيز جودة البحوث العلمية.

7. تشير النتائج إلى أن وسائل الإعلام الرقمي قد طورت فنون إعداد البحوث العلمية، حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.05، متجاوزاً معيار الاختبار 2.60. وكانت الفقرة 4، المتعلقة بالاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي، الأعلى بمتوسط 4.51، تليها الفقرة 1 بمتوسط 4.47. في المقابل، كانت الفقرة 9 عن البريد الإلكتروني الأقل بمتوسط 3.21، بينما الفقرة 10 عن مواقع الجامعات كانت الأدنى بمتوسط 3.07.
8. وأما عن دوافع الاستخدام تشير النتائج إلى أن 95% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الرقمي تطور البحوث العلمية المقدمة، تليها 90.9% يرون أنها تعزز مهارات إعداد البحوث. كما أيد 90.1% منهم مواكبة التطور والحداثة، بينما أظهرت نسبة 78.5% زيادة انتشار التقنية. ومع ذلك، كانت النسبة الأقل في الاستجابة لتعليمات الجامعة، حيث بلغت 44.6%.

التوصيات:

1. تعزيز استخدام أجهزة الحاسوب والهواتف الذكية، وذلك توفير دورات تدريبية للطلبة حول استخدام أجهزة الحاسوب والهواتف الذكية بشكل فعال في إعداد البحوث العلمية.
2. تشجيع استخدام التطبيقات الرقمية، تقديم إرشادات حول التطبيقات المفيدة في البحث العلمي، مثل أدوات إدارة المراجع وتطبيقات كتابة الأبحاث.
3. توسيع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تنظيم ورش عمل لتعليم الطلبة كيفية استخدام الفيس بوك واليوتيوب بشكل إيجابي لتعزيز مهارات البحث وتعليمهم كيفية استقاء المعلومات.
4. تعزيز الاعتماد على محركات البحث ومواقع المكتبات، تطوير برامج تعليمية توضح كيفية البحث الفعال في المكتبات الرقمية ومحركات البحث، مما يساعد الطلبة في الوصول إلى معلومات دقيقة وموثوقة.
5. تحسين استخدام أدوات التواصل الأكاديمي، تشجيع استخدام أدوات مثل سكايب من خلال تنظيم جلسات تعريفية حول فوائدها في التواصل والتعاون بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس.
6. تطوير المحتوى الرقمي لتعزيز جودة البحث، العمل على توفير محتوى رقمي متنوع يتضمن معلومات جديدة ومبتكرة لدعم البحث العلمي، مما يساعد في تحسين جودة الأبحاث المقدمة.
7. تعزيز الابتكار، من خلال تشجيع الطلبة على استخدام وسائل الإعلام الرقمي لتوليد أفكار جديدة من خلال مسابقات أو منح بحثية.
8. تقييم فعالية وسائل الإعلام الرقمي، إجراء دراسات دورية لتقييم تأثير استخدام وسائل الإعلام الرقمي على جودة البحث العلمي وتعديل الاستراتيجيات بناءً على النتائج.
9. تعزيز التعاون بين الجامعات، إقامة شراكات مع مؤسسات أكاديمية أخرى لتبادل المعلومات والخبرات، مما يساهم في تحسين جودة التعليم والبحث.
10. توعية الطلبة بأهمية التعليم المستمر، تنظيم ندوات ومحاضرات توضح أهمية مواكبة التطورات التكنولوجية وكيفية تأثيرها على البحث العلمي.

قائمة المصادر:

1. حماد، أحمد سمير: 2017، مناهج البحث في الإعلام الجديد، شركة الوايل الصيب للتوزيع والنشر، ط4، القاهرة،
2. البدوي، ثريا أحمد: 2015 المعالجة التنظيرية والمنهجية لمشاركة المستخدم في المجال الرقمي " رؤية تحليلية نقدية للاتجاهات العلمية الحديثة"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
3. نصر، حسني محمد: 2017، وسائل الإعلام الجديدة "أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية"، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية.
4. بن عامر، سكيبة إبراهيم: 2019، دليل الباحث العلمي، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، بنغازي، ليبيا.
5. القحطاني، سالم: 2001، مناهج البحث في العلوم السلوكية مع تطبيقات على SPSS، المطابع الوطنية الحديثة، جامعة الرياض.
6. عبد الحميد صلاح: 2013، الإعلام والثورات العربية، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر
7. البلداوي، عبد الحميد حميد: 2007، أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.
8. شقرة، علي خليل: 2014، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن
9. الدليمي، علي عبد الرازق: 2011، الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر، ط1، عمان، الأردن.
10. الشريطي، فوزي: 2015، التدوين الالكتروني والاعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن.
11. علاوة، محمد: 2017، الإعلام الجديد " المفهوم، الخصائص والعوامل، التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة العلاقة بينهما " مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد الأول والثاني، الجزائر
12. الهاشمي، محمد: 2012، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن.
13. عبد الحميد، محمد: 2007، الاتصال والإعلام على شبكة (الانترنت)، عالم الكتب، ط1، القاهرة، مصر.
14. حجاب، محمد منير: 2003، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر.

15. الهاشمي، مجد: 2012، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.
16. العبد الله، مي: 2014، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ط1، بيروت، لبنان.
17. البياتي، خضير: 2014، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية، دار بداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان، الأردن.
18. علي، ابتسام: 2016، نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد "مدخل نظري" مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، السنة الثانية، العدد 25.
19. حسن، أحمد حسني محمد: 2005، مشكلات القائم بالأنشطة الإعلامية وعلاقتها بالرضا الوظيفي والاستفادة الطلابية، رسالة دكتوراه غير منشورة.
20. علاوة، محمد: 2007 مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول – العدد الأول والثاني، الجزائر.
21. منصور، حسن محمد حسن: 2007، الإعلام العربي في شبكة (الانترنت) أطروحة دكتوراه، جامعة الأزهر، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
22. العلي، أحمد: 2022، تأثير وسائل الإعلام الرقمية على التعليم العالي: دراسة حالة، مجلة البحوث التربوية، المجلد 12، العدد 3.