Arabian Gulf Journal of Humanities and Social Studies

ISSN: 3080-4086

الإصدار السابع - العدد العشرون || تاريخ الإصدار 2026-11-20

مصادر الاخبار بين الإعلاميين التقليدي والرقمي في ضوء نظرية المجال العام

News Sources between Traditional and Digital Media in Light of the Public Sphere Theory

دانا حسام النجار

Dana Hussam AL Najjar

كلية الإعلام، جامعة البترا، عمان، الأردن

الدكتور محمد خير بني دومي

Dr. Mohammed Kher Bani Doomi

قسم الإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة البترا، عمان، الأردن.

DOI: https://doi.org/10.64355/agjhss72025

مجلة خليج العرب للدراسات الإنسانية والاجتماعية || هذه المقالة مفتوحة المصدر موزعة بموجب شروط وأحكام ترخيص مؤسسة المشاع الإبداعي(CC BY-NC-SA)

الملخص:

الأهداف: هدفت الدراسة الكشف عن إتجاهات طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر أخبار الإعلام التقليدي والرقمي، وكذلك الوسيلة الإعلامية التقليدية والرقمية المفضلة من قبل العينة.

المنهجية: اعتمدت الدراسة الوصفية منهج المسح بفرعه الكمي، وباستخدام "الاستبانة" أداةً منهجية لجمع البيانات من عينة متاحة، وبلغ قوامها (400) طالباً وطالبة .

النتائج: كشفت النتائج عن ايجابية اتجاهات طلبة كلية الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية، وكذلك تصدرت شبكات التواصل الاجتماعي الوسيلة الرقمية الأكثر شعبية بين الوسائل الإعلامية الرقمية المفضلة للحصول على الأخبار، كما أن درجة التوافق بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك قد جاءت متوسطة، وبنسبة (86%)، كما وجاءت درجة التنافر (الاختلاف) بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية أيضاً متوسطة، لكن بنسبة أقل من نسبة التوافق (82.75%).

الكلمات المفتاحية: مصادر الأخبار، الإعلام التقليدي، الإعلام الرقمي، نظرية المجال العام.

Abstract:

Objectives: The study aimed to reveal the Mass Communication's students' attiudes at towards traditional and digital media news sources, and the traditional and digital media means preferd by the sample.

Methodology: The descriptive study adopted the survey method in its quantitative branch, and used the questionnaire as a methodological tool to collect data from an available sample, which consisted of (400) male and female students.

Results: The results revealed positive attitudes of media students at Petra and Yarmouk Universities towards news sources in digital media. Social media networks also topped the list of the most popular digital media outlets preferred for obtaining news. The degree of compatibility between traditional media and digital media from the perspective of media students at Petra and Yarmouk Universities was average, at (86%). The degree of dissonance (difference) between traditional media and digital media was also average, but at a lower rate than the degree of compatibility (82.75%).

Keywords: News sources, Traditional media, Digital media, Public Sphere Theory.

المقدمة:

إن الإعلام الرقمي خلاصة اجتماع ثورات شهدها العالم خلال العقدين الماضيين، وهي: ثورة المعلومات والإنفجار المعرفي، وثورة الإتصال، وثورة الحاسبات الإلكترونية، كما وأفرزت كل ثورة نماذج جديدة بأنظمة تماثلية تنقل الخبر/المعلومة على هيئة موجات متسلسلة، وتعتمد على الإتصال عن بعد وتعدد الوسائط (عبد الفتاح، 2014).

وتفوق الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي في مجموعة من السمات، على الرغم من أن العلاقة التي تجمع بينهما تكاملية، وعلى رأس هذه السمات التفاعلية، كما ومس أطراف العملية الإتصالية، وأضفى مرونته عليها، وارتقى بدور المتلقي، وألغى حدود الزمان والمكان، وزاوج المقروء والمسموع والمرئي في وسيلة واحدة.

كما وأتاح الإعلام الرقمي المشاركة المجانية للأفراد على نحو العموم، واختزال جزء من التكاليف على مؤسس الموقع الإعلامي على نحو الخصوص، كما وفرض الإعلام الرقمي نفسه، وأتاح الانفتاح على الثقافات الأخرى بشكل موسع، ومكن الأفراد من الدخول الى معترك التجربة الإعلامية بمنأى عن الضغوط البيروقراطية التي يفرضها الإعلام التقليدي، ومنح المحتوى الإعلامي صبغة جديدة أكثر تنوعاً وأعمق انتشاراً وأحدث تقديماً، وكسر القيود المطبقة على الأفراد من خلال منحهم الحرية الفردية لنشر الآراء والتعبير عن الأفكار، ومن هنا جاءت الدراسة للكشف عن إتجاهات طلبة الإعلام نحو أخبار الإعلام التقليدي والرقمي، وكذلك الوسيلة الإعلامية التقليدية والرقمية المفضلة لدى الطلبة.

مشكلة الدراسة

تنطوي طبيعة المرحلة الانتقالية للتطورات التكنولوجية الحديثة على تداخل الإعلام التقليدي بالإعلام الرقمي فيما يتعلق بمصادر الأخبار، ومن المضامين الجديدة التي أفرزها التطور التكنولوجي الرقمي والتي يتعرض لها الجمهور بشكل عام، وطلبة كليات الإعلام بشكل خاص، لذلك تمحورت مشكلة الدراسة حول الإجابة عن التساؤل الآتي: **ما اتجاهات طلبة كليات الإعلام نحو مصادر الأخبار بين الإعلامين التقليدي والرقمي؟**

أهداف الدراسة

- الكشف عن اتجاهات طلبة كليات الإعلام نحو مصادر الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية، والرقمية.

- الكشف عن الوسيلة الإعلامية التقليدية والرقمية المُفضلة من قبل الطلبة للحصول على الأخبار.

- التعرف إلى أوجه الإختلاف بين مصادر الأخبار في الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام.

- الكشف عن درجة التوافق والتنافر بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام.

تساؤلات الدراسة

1. ما اتجاهات طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية؟
2. ما الوسيلة الإعلامية التقليدية التي يفضلها طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك للحصول على الأخبار؟
3. ما اتجاهات طلبة كلية الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية؟
4. ما الوسيلة الإعلامية الرقمية التي يفضلها طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك للحصول على الأخبار؟
5. ما أوجه الإختلاف بين مصادر الأخبار في الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك؟
6. ما درجة التوافق والتنافر بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كل مما يلي:

أ. الأهمية النظرية: تنبع الأهمية النظرية من التطرق لحقيقة واضحة في ظل الثورة الرقمية، وموضوع من المواضيع الرائدة في المجتمعات المعاصرة، وكذلك الكشف عن دور التطورات التكنولوجية الهائلة في تكوين اتجاهات فئة الشباب على نحو خاص.

ب. الأهمية العملية: إن هذه الظاهرة حقيقية معاصرة تحت مظلة التقدم التكنولوجي الذي يلعب دوراً كبيراً في تكوين إتجاهات الشريحة المثقفة، والتي تتقن استخدام مختلف وسائل الإعلام، الأمر الذي يستدعي المزيد من الدراسات التي توضح أبعاد هذه الظاهرة، وتعالجها.

مفاهيم الدراسة

- مصادر الأخبار: الوسائل التي من خلالها يتم الحصول على معلومات ذات صلة بالأخبار (الهيتي، 2008). وتعرف **إجرائياً** على أنها الوسائل التي يستقي منها الطلبة الأخبار المتعلقة بالأحداث المختلفة التي تجري حولهم.

- الإعلام التقليدي: هو الإعلام القديم (الموروث) الذي كان يسبق ظهور شبكة الإنترنت، وضم كافة وسائل الإتصال والتعبير التقليدي؛ كالإذاعة، والسينما، والصحف، والمجلات، والتلفزيون، والنشرات المطبوعة (شعبان، 2002). ويعرف **إجرائياً** بأنه وسائل الإعلام الجماهيرية التي تسبق الثورة التكنولوجية وظهور الإنترنت، وهي: الوسائل المرئية مثل التلفزيون، أو الوسائل المكتوبة مثل الصحيفة، أو الوسائل المسموعة مثل الإذاعة، والتي تمكن الجمهور من الحصول على الأخبار.

- الإعلام الرقمي: هو جميع أشكال الإعلام الرقمي التفاعلي الذي يعتمد على إندماج الوسائط المتعددة؛ كالنصوص، والصور، والفيديو (العبدالله ، 2014). ويعرف **إجرائياً** بأنه مختلف التقنيات الحديثة التي يعتمد عليها طلبة كلية الإعلام في جامعتي البترا واليرموك للحصول على المعلومات المتنوعة، والتي تتماشى واهتماماتهم؛ كشبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات، والمواقع الإخبارية الإلكترونية، وإذاعة الإنترنت، وتلفزيون الإنترنت الرقمي.

حدود الدراسة

تحددت الدراسة في كل مما يلي:

- **الحدود البشرية**: إقتصرت هذه الدراسة على طلبة كلية الإعلام في جامعة البترا في العاصمة عمان، وطلبة كلية الإعلام في جامعة اليرموك في محافظة إربد.

- **الحدود الزمانية**: تم إجراء الدراسة خلال الفترة (كانون الأول 2022- تشرين الثاني 2023).

- **الحدود المكانية**: تم توزيع الاستبانة إلكترونياً على طلبة البكالوريوس والماجستير في جامعة البترا في العاصمة الأردنية "عمان"، وجامعة اليرموك في محافظة "إربد" من خلال تطبيق (WhatsApp).

الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة

نظرية المجال العام

استندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية المجال العام التي برزت في كتاب "التحول البنيوي للمجال العام" للفيلسوف وعالم الاجتماع الألماني "يورغن هابرماس" كنظرية سياسية واجتماعية، وأشار مصطلح المجال العام في بادئ الأمر الى مجموعة الأفراد التي تجتمع في الأماكن العامة بغية مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية؛ أي أنه الفضاء الاجتماعي الذي يحتضن الآراء المتعددة ذات الإهتمام العام، والمساحات الاجتماعية التي تمكن الأفراد من مناقشة الشؤون العامة، وحصر هابرماس تعريف المصطلح بثلاثة مظاهر تُبرز سمات المجال العام، وهي: المشاركة المفتوحة لكافة الأطراف، وتساوي أدوار الأطراف المشاركة، وقابلية القضية موضه الإهتمام العام للنقاش، وقدم هابرماس تحليلاً لطبيعة المجال العام من خلال اعتباره شبكة إتصالية تشمل كافة شبكات المجتمع المدنية لتداول المعلومات ووجهات النظر، ومناقشة الميول والإهتمامات المشتركة ضمن فضاء إتصالي يمنح الحرية والمساواة لكافة أطراف الشبكة (حافظ، 2016).

ويعرف هابرماس المجال العام بأنه "فضاء للتوسط يقوم فيه الأشخاص بالإستخدام العمومي للعقل من أجل بناء توافق فيما بينهم"، إضافةً الى أنه ميدان منطقي لتداول الأراء والاتجاهات والسلوكيات التي تعبر عن ديمقراطية المشاركة بين الأفراد، كما وبسط مفهوم المجال العام من خلال اعتباره عالم الحياة الاجتماعية، والذي يتيح للأفراد تبادل أطراف الحديث حول الشؤون العامة والميول المشتركة (عبد الهادي، 2021).

ويستند السوق الحر الذي يوفره المجال العام الديمقراطي لتبادل الأفكار والآراء الى خمسة أركان، وهي: ضمان الحريات المدنية في الدساتير، وحرية وسائل الإعلام واستقلاليتها، وضمان تدفق المعلومات العامة وحرية تبادلها بشفافية وتوسع، وإقبال الأفراد على المشاركة في المجال العام، وإقبالهم أيضاً على أن يكونوا جزءاً من التواصل اليومي عن القضايا العامة بما يتماشى وأخلاقيات التواصل (صفرار، 2017).

وأسهمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في إعادة إحياء مصطلح المجال العام، كما وأسهم ظهور التطبيقات الإعلامية الرقمية الى إضفاء المرونة على طبيعة المجال العام، وتوسيع نطاقه، وظهور ممارسات ومفاهيم جديدة ذات صلة بالتقدم التكنولوجي، الأمر الذي أدى استحداث مفهموم الفضاء العمومي الافتراضي. والفضاء العمومي الافتراضي هو عبارة عن تجمعات اجتماعية من أقطار جغرافية من جميع أنحاء العالم، وتتفاعل فيما بينها عبر شاشات وتطبيقات رقمية بغية تبادل المعارف، ومشاركة الآراء، وتكوين الصدقات (أبو دوج، 2010).

كما وتقضي نظرية المجال العام على القيود التي تفرضها السلطة، والتي تعيق العملية التفاعلية التشاركية، وهذه القيود تتعارض مع رسالة الإعلام التنويرية، لذا جاءت هذه النظرية بأربعة افتراضات على النحو الآتي (السعيدي، 2019):

- الفرض الأول: إتاحة مساحة مفتوحة تمكن الأفراد من تبادل المعارف والآراء ووجهات النظر بناءً على مبدأ المساواة، كما أن المستويين الاجتماعي والاقتصادي شرطان من شروط الحوار.

- الفرض الثاني: إن تعدد الجماهير في المجالات العامة المختلفة يبتعد عن مبدأ وجود مجال عام ديمقراطي شامل يربط بين أفراد المجتمع.

- الفرض الثالث: ينبغي أن تقتصر المناقشة على القضايا العامة المعنية بالصالح العام.

- الفرض الرابع: يتطلب العمل الديمقراطي الانفصال التام بين المجتمع المدني والدولة.

وتفترض النظرية وجود خصائص أساسية للاتصال تميز المجال العام، وحدد "هابرماس" هذه الخصائص بقدرة الوصول لدائرة الاتصال بغية المناقشة، وطرح خطابات مبررة وفقاً لأدلة وفي نطاقٍ من الحرية والمساواة، وانتاج افتراضات ذات صلة بالممارسات الاتصالية من خلال تصور تنويري (المهدي، 2018).

مصادر الاخبار بين الإعلاميين التقليدي والرقمي

ساهمت تكنولوجيا الاتصال والثورة المعلوماتية في توسيع مدارك فئة الشباب على نحو عام، وطلبة كليات الإعلام على نحو خاص، وزيادة وعيهم جراء تنوع مصادر الأخبار الرقمية، وتعرضهم لكم هائل من المعلومات والمضامين، وتوجيه أنظارهم نحو الوسائل التي من شأنها أن تمدهم بالأخبار المحلية والعالمية بسرعة تتخطى كل الحواجز والحدود، الأمر الذي مكنهم من تكوين اتجاهات جديدة تحاكي الوضع الراهن، وتتماشى وفكرة البقاء للأكثر استجابة لاحتياجاتهم، وهنا يكمن دور فروض النظرية، والتي تم الاستعانة بها لصياغة تساؤلات وأهداف الدراسة.

كما أن الاتصال الإنساني قديم قدم الوجود الإنساني؛ حيث مارس البدائي العملية الاتصالية من خلال اصدار الأصوات المختلفة؛ كالصراخ والزمجرة والهمهمة، وتحريك الأيدي والأرجل للإشارة، وذلك بغية إشباع الاحتياجات المباشرة، ثم أخذ البدائيون يقطعون أشواطاً نحو التطور والحضارة بعد إزدياد أعداد الجماعات الإنسانية، الأمر الذي دفعهم لنقش الرسوم والرموز التصويرية على الحجارة، وهذه الخطوة التي عُرفت باسم الكتابة الهيروغليفية كانت تمهيداً لوجود اللغة المنطوقة والمكتوبة (طبي، 2020).

وتُقسم الثورات الإعلامية التي قطعتها العملية الاتصالية وصولاً للوسائل الإعلامية التقليدية الى (صبيحة، 2018):

1) الثورة الأولى المتعلقة بظهور الطباعة؛ حيث اكتشف الألماني جوتنبرج فكرة مزج الرصاص بالمعادن الأخرى بهدف صناعة السبائك، وعمل على تطويرها الى أن نحج في تشغيل هذه الآلة الضخمة المطورة عام (1436)، ثم أخذت الصحافة الورقية المطبوعة بالانتشار معلنةً ميلاد الصحافة الجماهيرية، أما ميلاد جمع الأخبار؛ فقد شهدته بداية القرن السابع عشر الميلادي، وطبع "ابراهام فيرهوتن" أول صحيفة للنشرات الاخبارية، واكتمل نمو ثورة الاتصالات الجماهيرية في القرن العشرين بعد قيام الثورة الصناعية، وما رافقها من توسعٍ وأسواقٍ جديدة تقتضي الإتصال خارج نطاق الحدود (اللحام وصلاح، 2015).

2) الثورة الثانية المتعلقة بالإختراعات؛ حيث قام طابع ألماني يدعى "فريدريك كوينج" باستخدام محرك بخاري يعمل على تزويد آلة الطباعة بالقوة، وبهذا يكون صاحب أول طابعة غير يدوية، الأمر الذي دفع جريدة التايمز وغيرها من الجرائد لإستخدام هذا الاختراع في طباعة أعدادٍ كبيرةٍ بتكلفةٍ أقل، مما وسع نطاق عملية التوزيع، وتم اختراع البرق الكهربائي أو ما يعرف بالتلغراف في أوائل القرن التاسع عشر الميلادي، وهو جهاز يرسل الرسائل من خلال الأسلاك بسرعة فائقة، ويؤخذ على هذا الجهاز صعوبة الاستخدام، والافتقار لمصدر كهربائي ثابت، الأمر الذي شجع الرسام والمخترع الأمريكي "صامويل مورس" للعمل على جهاز كهربائي خاص بالبرق أو التلغراف، ثم طور مورس وصديقه فييل جهازاً ينتج تياراً كهربائياً ثابتاً بالاستناد الى البطاريات والمغناطيس الكهربائي، وقاما بتسجيل الاختراع عام (1840)، الأمر الذي أدى الى انتقال الأخبار والرسائل بسرعة الكهرباء وعلى هيئة نقاط وخطوط تدعى شفرات مورس، وأصبح البرق بذلك وسيلةً اتصاليةً عابرةً للمسافات الطويلة (اللحام وصلاح، 2015).

3) الثورة الثالثة المتعلقة بظهور الوسائل الإعلامية التقليدية؛ حيث أتاح توسع الصحافة انتشار الإعلام، وتفجُر ثورة إعلامية كبرى نتج عنها افتتاح أول دار للسينما في باريس عام (1895)، ثم سُمعت أولى الاذاعات في الولايات المتحدة، وفرنسا، وانجلترا، وصدرت أول صحيفة ناطقة من قبل محطة برج ايفل في فرنسا، أما بالنسبة لأول شريط تلفزيوني للأخبار؛ فقد ظهر عام (1949)، ويعود تاريخ التلفزيون الى عام (1884)؛ حيث قام المخترع الألماني "بول نبكو" بتصميم قرص دوار بفتحات تتخذ الشكل الحلزوني، وعند تركيز الضوء على القرص يبدأ التسرب من الفتحات ليمنح الصور المسجلة على القرص الحركة السريعة، وبهذا أصبح هذا القرص أساس التجارب التي هدفت نقل الصورة المتحركة من مكان لآخر، وأشار (طبي، 2020) الى تجارب البث التلفزيوني الأولى في العالم، وهي: شركة سي بي إس والإذاعة القومية في الولايات المتحدة، وهيئة الإذاعة البريطانية، وهذه الهيئة هي الرائدة في مجال تقديم التصوير والبحث الحي خارج نطاق الأستوديوهات.

وتعود ملكية وسائل الإعلام التقليدي إما للدولة أو للقطاع الخاص، وقد تكون الملكية مشتركة بين الدولة والقطاع الخاص، وتصنف الوسائل الإعلامية الى مسموعة كالإذاعة، ومرئية كالتلفزيون، ومقروءة كالصحف سواء كانت جرائد أم مجلات، كما أن الأنظمة الإعلامية تختلف من دولة لأخرى نظراً لتباين الإمكانيات المادية والتقنية، وامتلاك الدولة للموارد البشرية المؤهلة، كما أن مواكبة المجتمع للتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية يؤثر على طبيعة عمل وسائل الإعلام، وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية (غيطاس، 2011).

ويرى المختص الألماني في الإعلام (أوتوجروث) أن الإعلام هو تعبير موضوعي وانعكاس لروح الجماهير، وتوجهاتها، وأفكارها. تجسد هذه الرؤية واقع الإعلام القائم على بث الحقائق التي لا يعتريها الغموض، والمعلومات الصادقة، والمعارف الثقافية والسلوكية من خلال قنوات تمكن هذه المعلومات من الإنسياب الى عقول الجماهير بغية تثقيفهم، والتأثير عليهم (العنزي، 2020).

كما وأشار (الصالحي، 2015) الى المصادر التي تستند اليها المؤسسات الإعلامية لإستقاء الأخبار والمعلومات، وهي على النحو الآتي:

- وكالات الأنباء: وهي المنظمات التي تقوم بجمع وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات الإعلامية في العالم، كما وتتمتع هذه المنظمات بشبكة واسعة من المراسلين في معظم أنحاء العالم، وهي المنظمة التي تقدم الأخبار الأولى للعالم، والشرق الأوسط.

وتعد وكالات الأنباء نقطة التقاء الصحافة بالمعلومات الإعلامية، ولها دور مهم في نشر الأخبار والمعلومات في العالم، ومن المعروف أن هناك العديد من الصحف التي تعتمد على وكالات الأنباء للحصول على المعلومات والأخبار المتميزة، ومن أبرز هذه الوكالات: الوكالات المحلية؛ مثل وكالة أنباء الشرق الأوسط، والوكالات الإقليمية؛ مثل وكالة الانباء الاسلامية ووكالة أنباء الخليج، والوكالات العالمية؛ كوكالة رويتزر ووكالة الأنباء الفرنسية.

- الفضائيات: هي وسيلة للإعلام تتيح للناس الإطلاع على الأحداث والمعلومات في الوقت الحقيقي عبر الهواء مباشرةً، كما وتعد الفضائيات أحد أهم وسائل الإعلام المتوفرة حالياً، وتلعب دوراً هاماً في نقل الأحداث والمعلومات الحية، ومع تطور التكنولوجيا أصبحت الفضائيات قادرة على التعاون مع الإنترنت وشبكاتالتواصل الإجتماعي لنقل الأحداث بشكل أكثر تفاعلية.

ولا شك في أن الفضائيات يمكن أن تقدم معلومات كثيرة ومفصلة عن الأحداث المتعلقة بالأعمال السياسية والدبلوماسية العالمية، ولكن يمكن أن يكون هناك بعض المعلومات التي لا يتم نقلها عبر الفضائيات، مثل اللقاءات الجانبية، والمحادثات الخاصة مع المسؤولين، الأمر الذي يقتضي التعامل مع المعلومات المقدمة من الفضائيات بعناية، وبعد التحقق من صحتها من مصادر أخرى (صبيحة، 2018).

- الإذاعات المسموعة والمرئية: تعتبر الإذاعات المسموعة والمرئية من المصادر الهامة للأخبار المحلية والإقليمية والدولية، وتلعب دوراً مهمأًفي متابعة الأحداث العاجلة والتطورات المهمة عن طريق مندوبيها و مراسليها، وساعدت التكنولوجيا على تسهيل التواصل الفعال بين الإذاعات والقنوات التلفزيونية والقنوات الدولية والإقليمية، والمواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) (الشمالية واللحام والكافي، 2015).

كما أن مبدأ عمل الإذاعة يقوم على التقاط الأخبار والمواد الإعلامية التي تبثها المحطات المختلفة من الإذاعات، وترجمتها إلى لغة البلد الذي تصدر الصحفية فيه، وهذا يتم عن طريق مجموعة من المحررين يقيم كل منهم في غرفة أو بناية عازلة للصوت، ومجهزة بجهاز لاستقبال الإرسال الإذاعي الذي يمتلك درجة حساسية كبيرة للتقاط الإرسال الخاص بهذه الإذاعات، وبجهاز دقيق للتسجيل (صبيحة، 2018).

- الصحف الأجنبية والمحلية: تعد الصحف الاجنبية و المحلية مصدرا قيماً للمعلومات والأخبار المتعلقة بالعديد من المجالات، مثل:السياسة، والاقتصاد، والعلوم، والفن، والرياضة، والتكنولوجيا، ويقوم الصحفيون العاملون في هذه الصحف على تحرير الأخبار، وتحديد ما يعتبر مهماً للنشر، كما ويمكن للصحف المحلية الإشتراك في الصحف الأجنبية للحصول على المزيد من المعلومات والاخبار الحصرية، و تقديم خدمات الترجمة والنقل للجمهور المحلي. في الوقت نفسه، قد تلجأ الصحف الاجنبية إلى التعاون مع الصحف المحلية للحصول على المعلومات والأخبار المحلية للنشر في الصحف الخارجية.

وعزز بروز الجيل الثاني والثالث والرابع من تطبيقات الإنترنت الإعلام الرقمي، وأتاح للدول الولوج الى مجال الصناعة البرمجية، والإنخراط فيه؛ حيث وظفت سنغافورة التطورات الرقمية والمعلوماتية لتعزيز دخلها القومي، الأمر الذي ساهم في تنميتها اقتصادياً واجتماعياً، ومنحها موقعاً على خريطة التقدم التكنولوجي، وكذلك حصدت الهند المرتبة الثالثة بين دول العالم في ميدان الصناعة البرمجية (اللبان، 2011).

وكذلك أُفرز الإعلام الرقمي من تزاوج الوسائل التقليدية بالتكنولوجيا وفضائها الرقمي؛ فصناعة الأخبار قد بدأت من تلك الوسائل التقليدية، لكن آليات المعالجة وأساليب عرض الأخبار للجماهير قد تبنت النهج الرقمي نظراً للمرونة والتفاعلية التي يتمتع بها مقارنةً بنظيره (الساري، 2015).

وصنف الباحثان ديفس وأوين في كتابهما المشترك الإعلام الرقمي في ضوء تصنيفاتٍ ثلاثة، وهي (بن عبو، 2020):

1. الإعلام الرقمي بتكنولوجيا قديمة؛ إذ يرى الباحثان أن الوسيلة الإعلامية التقليدية قد جددت نفسها وتبنت النهج الحديث؛ حيث لجأ التلفزيون على سبيل المثال لتطبيق أساليب مستحدثة في بناء رسائله وعرضها.

2. الإعلام الرقمي بتكنولوجيا حديثة، وتمثل هذه التكنولوجيا الوسائل والتطبيقات الحديثة المختلفة كشبكات الحاسب الآلي المختلفة، وعلى رأسها شبكة الانترنت، والبريد الالكتروني.

٣. الإعلام الرقمي بتكنولوجيا مختلطة، وهنا تحديداً تختفي الفوارق بين التقليدي والرقمي، ويظهر التبادل المنفعي بين القديم والجديد؛ حيث يمارس الإعلاميون عملهم في المؤسسات الإعلامية باستخدام الوسائل التقليدية والرقمية؛ فعلى سبيل المثال تمتلك واشنطن بوست ونيويورك تايمز مواقع إخبارية على شبكة الانترنت، وتواصل أيضاً بث النشرات الإخبارية والبرامج التلفزيونية لإكمال مشروعها الإعلامي بفرعيه.

وأشار (بن عبو، 2020) الى أهداف الإعلام الرقمي المتبلورة نتيجةً للتقدم التكنولوجي في الإعلام المعاصر، ووضح أن أبرز الأهداف ترتبط بسمات الإعلام الرقمي، والإمكانيات المتطورة التي أتاحتها الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، وهي: توسيع رقعة التطلعات للمستقبل من خلال تسهيل عمليات النشر، وتمكين الأفراد من التعبير عن هذه التطلعات والآمال وإنزالها منزلة الواقع، وتشكيل الإتجاهات من خلال كسب التأييد الجماعي للعمل في إتجاه معين ولتحقيق هدف ما، وتدعيم التقارب الدولي بين الشعوب، وتعزيز التخطيط القومي، والمساهمة في تأسيس قاعدة المعايير الاجتماعية الموضحة للسلوكيات التنموية، وإشراك الأفراد في عمليات صناعة السياسات واتخاذ القرارات من خلال آليات الإتصال الحديثة

التي تعمل كوسيط بين الحكومات والشعب، كما أنها تغذي المعلومات، وتزيل اللبس عن المسائل الاجتماعية، الأمر الذي يؤدي الى توسيع نطاق الحوار السياسي، وبالتالي تنامي فرص المشاركة في عمليات صناعة السياسات واتخاذ القرارات.

كما وأفرز عصر المعلومات أشكالاً إعلاميةً جديدة، وأكسبها طابعاً دولياً وخصائص رقمية تختلف عن النظم الإعلامية التقليدية، كما وزودها بكفاءات خاصة بالوظيفة الإعلامية والإخبارية، وأشار (برمضان وحناشي، 2020) الى أبرز مصادر الأخبار الرقمية على النحو الآتي:

- شبكة الإنترنت: برزت هذه الشبكة بصورة جماهيرية في العقد الأخير من القرن العشرين كأساس للعمليات الإتصالية الحديثة، وعلى نحو ينافس الأوعية الإتصالية التقليدية نظراً لخدماتها التقنية المتطورة، ووفرة معلوماتها التي تغطي كافة المجالات، وشموليتها من حيث قدرتها على أداء وظائف الصحيفة والراديو والتلفزيون والهاتف في الوقت ذاته، ويمكن تلخيص خدمات شبكة الانترنت، والتي جعلت منها مصدراً رقمياً إخبارياً، على النحو الآتي (مليك، 2018):

أ. إذاعة الإنترنت: وهي ظاهرة تكنولوجية تشير لتوظيف شبكة الإنترنت في تقديم الخدمات الإذاعية، وتتخذ صورتين؛ صورة إذاعة الراديو الأثيري، والتي تقوم ببث الإرسال عبر مواقعها على شبكة الإنترنت، وصورة المحطات الإذاعية (Web Radio)، والتي تقوم ببث الإرسال من خلال الشبكة فقط (جاد، 2015).

كما وأشار (بوحوالي، 2022) الى أن راديو الإنترنت هو وسيلة إعلامية رقمية أفرزتها التطورات التكنولوجية المتلاحقة، والتي يتم من خلالها تقديم الفنون الإذاعية والبرامج المسموعة عبر آلية وتوصيلات معينة؛ حيث يستخدم هذا الراديو الفضاء الناقل للموجات الكهرومغناطيسية عبر جهاز الحاسب الآلي، كما ويقدم أفقاً عريضاً من الخدمات الحوارية، والإخبارية، والأرشيفية.

ب. تلفزيون الإنترنت الرقمي: ويعرف أيضاً باسم التلفزيون التفاعلي، وتقوم تقنيته على فكرة وجود الخط الراجع، والتي تمنح المُشاهِد الصلاحية المطلقة للتحكم في المَشاهِد المعروضة من خلال هذا التلفزيون؛ كالحصول على بيانات تفصيلية متصلة بالواقعة، والحصول على خدمات معلوماتية ذات صلة بأحدث الأخبار، وإرسال المعلومات والطلبات واستقبالها بصفة شخصية، فضلاً عن اختيار توقيت العرض، وإمكانية تسجيل المادة الإخبارية المعروضة (حمود، 2013).

وعرفه قاموس التلفزيون التفاعلي على أنه نظام حاسوبي يوفر خدمة متابعة البرامج التلفزيونية من خلال شبكة الإنترنت، ويعتمد على برمجة معينة تتيح عرض مضمون وسائل الإعلام عبر شاشة جهاز الحاسوب أو أي من الأجهزة اللوحية الأخرى (نصير، 2014).

والتأثير الإيجابي للتلفزيون الرقمي ناتجٌ عن إندماج تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الإنترنت وتكنولوجيا الأفلام؛ فتجربة متابعة الأخبار والأحداث على التلفزيون التقليدي هي "الجلوس المسترخي"، والتي تؤثر بشكل سلبي على من يتقلى دفعات الأحداث، أما تجربة المتابعة من خلال التلفزيون الرقمي فتوصف "بالجلوس المُتأهل"، والتي تؤثر بشكل إيجابي؛ إذ يستطيع متلقي الأحداث التفاعل مع ما يتم عرضه بالتخزين أو الحذف أو طلب المعلومات التفصيلية أو تقديم وتأخير وإيقاف العرض التلفزيوني (عقيلة، 2017).

وأزالت تقنية تلفزيون الإنترنت الرقمي الحدود التي تفصل بين جهاز الحاسوب والتلفزيون؛ إذ مكنت التلفزيون من القيام بوظائف جهاز الحاسوب، ومكنت جهاز الحاسوب من أداء وظائف التلفزيون، وقدمت خدمات وسائط متعددة تشمل الصورة والصوت والنص، وخدمات تفاعلية متنوعة؛ كخدمة البريد الإلكتروني وتصفح شبكة الإنترنت (بهاء الدين وحسام الدين، 2022).

الدراسات السابقة

- هدفت دراسة **(مرواني، 2019)** التعرف الى أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب في ظل ظهور ملامح إعلام رقمي مفتوح وغير مُؤطر أو مُختزل، واعتمد الباحث المنهج الوصفي، كما واستخدم الإستبانة لجمع المعلومات، وبلغ قوام العينة (120) جامعياً في كلية العلوم الاجتماعية (تخصص الإعلام والإتصال) في جامعة مستغانم. توصلت نتائج الدراسة الى ميل الشباب الجامعي للوسيلة الإعلامية التقليدية "التلفاز" على نحو أكبر من ميلهم للصحافة المكتوبة والإذاعة المسموعة، وإقبالهم على الإعلام الجديد على النحو العموم، وشبكات التواصل الاجتماعي على نحو الخصوص للحصول على الأخبار واكتساب المعرفة، كما أن هذا الإقبال على الإعلام الجديد بوسائطه المعتددة هو أبرز الأسباب التي تقف خلف تراجع أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي.

- هدفت دراسة **(صبيحة، 2018)** الكشف عن الوسائل التي يهتم و يميل إليها الشباب الجزائري لإنتقاء الأخبار من بين الوسائل التقليدية و الجديدة، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي أجريت على عينة قوامها (100) طالباً وطالبة من طلبة البكالوريوس والدراسات العليا في قسم علوم الإعلام والإتصال، واعتمد الباحث على إستمارة مقياس الإتجاه. توصلت نتائج الدراسة الى أن إتجاهات الطلبة نحو وسائل الإعلام الجديدة كانت إيجابية، وذلك لأنها تتيح لهم التفاعل الفوري مع المضامين المطروحة، في حين أنها كانت سلبية فيما يتعلق

بالوسائل التقليدية، كما وأشارت النتائج الى أن اتجاهات غالبية العينة كانت ايجابية نحو التلفزيون، وسلبية نحو الصحف المطبوعة، وأن شبكات التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الإعلامية الرقمية الأكثر إشباعاً لرغباتهم من الناحية الإخبارية.

- هدفت دراسة **(عقيلة، 2017)** الكشف عن درجة استخدام الشباب الجامعي لكل من التلفزيون التقليدي وتلفزيون الإنترنت، وبلغ قوام العينة (400) جامعياً من الذكور والإناث، واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، والإستبانة كأداة لجمع المعلومات. كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة طردية تجمع بين استخدام الشباب الجامعي والإشباعات المتحققة من مشاهدة التلفزيون التقليدي وتلفزيون الإنترنت، وعن تأثير تلفزيون الإنترنت السلبي على درجة مشاهدة العينة موضوع البحث للتلفزيون التقليدي، كما وأظهرت النتائج تفوق تلفزيون الإنترنت على نظيره التقليدي في فئات الإشباع، ووجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات التلفزيون التقليدي وتلفزيون الإنترنت في (إشباعات المحتوى، إشباعات العملية، الإشباعات الإجتماعية) لصالح تلفزيون الإنترنت.

- هدفت دراسة **(مبروك وعبد الرحمن، 2017)** التعرف إلى اتجاهات الطلبة الجامعيين وتحديداً طلبة الإعلام والإتصال في جامعة أدرار نحو الصحافة الإلكترونية، والإشباعات المتحققة منها، واستعانت الدراسة بالمنهج المسحي الوصفي، وتكونت العينة من (100) طالباً وطالبة، كما وتم استخدام الإستبانةكأداة لجمع البيانات. توصلت النتائج الى أن معظم العينة تطالع الصحف الإلكترونية كبديل عن الورقية، وذلك لسرعة الحصول عليها، وتناولها للأخبار المحلية والوطنية على نحو موسع، وتحديثها المستمر للمعلومات.

- هدفت دراسة **(Mesole, 2016)** الكشف عن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية، واستندت الدراسة الى منهج البحث الكمي من خلال الإستبانة، وبلغ قوام العينة (200) طالباً وطالبة من جامعة شرق المتوسط في قبرص، وأظهرت النتائج أن منصة فيسبوك قد احتلت المرتبة الأولى كمصدر للأخبار سواء كانت عالمية أم إقليمية أم محلية، أما المرتبة الثانية؛ فكانت من نصيب منصة تويتر، كما وكشفت النتائج عن وجود تأثير سلبي وعلاقة عكسية تجمع بين وسائل الإعلام الجديد ووسائل الإعلام التقليدية.

- هدفت دراسة **(Stefanone, Lackaff and Rosen, 2016)** التعرف الى السلوك التأثيري لمواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعات مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، واعتمدت الدراسة المنهج الكمي والنوعي، وتكونت عينة الدراسة من (456) طالباً وطالبة من جامعة كورنيل، وأسفرت النتائج عن وجود علاقة عكسية بين تعرض الطلبة للمواقع وإستهلاك الإعلام التقليدي، الأمر الذي يوضح التأثير السلبي للمواقع على الإعلام التقليدي؛ حيث بينت النتائج إنخفاض مستويات تعرض الطلبة للإعلام التقليدي، وكذلك إنخفاض درجات تأثرهم بالمحتوى التقليدي والتفاعل معه.

- هدفت دراسة **(Paine, 2015)** الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تطور وسائل الإعلام التقليدية من وجهة نظر طلبة الجامعات، واستندت الدراسة الى المنهج النوعي من خلال تصميم استطلاع الرأي، وبلغ قوام العينة (449) طالباً وطالبة من جامعة سيدني الأسترالية، وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الطلبة لمواقع التواصل والإعلام التقليدي لصالح مواقع التواصل، كما وأظهرت إمكانية تأثير المواقع على تطور الإعلام التقليدي من ناحية الشكل، والمضمون، وعناصر الجذب.

- هدفت دراسة **(Rogers, 2014)** التعرف الى دور منصة تويتر كأداة لنشر المعلومات السريعة أثناء الأزمات، واستندت الدراسة الى منهج تحليل مضمون (15000) تغريدة خلال الأزمات الآتية: إعصار إيرين، وإعصار ساندي، والقبض على أسامة بن لادن، والإنتخابات الرئاسية لعام (2012)، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن المنصة قد ساهمت بدرجة كبيرة في نشر المعلومات الواقعية عن الحوادث وبسرعة تفوق سرعة الوسائل الإعلامية التقليدية، كما ومكنت مستخدميها من التواصل والتفاعل أثناء الكوارث على نحو يفوق المنصات الأخرى.

التعقيب على الدراسات السابقة

ناقشت الدراسات السابقة مختلف المفاهيم ذات الصلة بمصادر أخبار الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، وتنوعت أهداف الدراسات السابقة، الا انها كانت تصب في نفس السياق، وهدفت دراسة (مرواني، 2019) في السياق ذاته الكشف عن أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة، كما وهدفت دراسة شتيفانون ولاكاف وروزن (Stefanone, Lackaff and Rosen, 2016) التعرف إلى السلوك التأثيري لمواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تُعنى بتقديم تصور دقيق للعلاقات المتبادلة بين المجتمع والإتجاهات والميول والرغبات والتطور (محجوب، 2005)، كما واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وذلك بغية تحديد الظاهرة الواقعية المستجدة والمتمثلة بالإعلام الرقمي، وإتجاهات طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والرقمي، ووصفها وصفاً دقيقاً.

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من طلبة البكالوريوس والماجستير في كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك في المملكة الأردنية الهاشمية

عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (400) مفردة من طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك بإستخدام العينة المتاحة، والتي تندرج ضمن العينات غير الاحتمالية/ غير العشوائية.

والجدول الآتي يعرض عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية:

جدول (1): التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات عينة الدراسة الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	177	44.25%
	أنثى	223	55.75%
الجامعة	جامعة البتراء	218	54.50%
	جامعة اليرموك	182	45.50%
المستوى الدراسي	سنة أولى	62	15.5%
	سنة ثانية	83	20.75%
	سنة ثالثة	80	20%
	سنة رابعة	85	21.25%
	ماجستير	90	22.5%
التخصص	الإذاعة والتلفزيون	40	10%
	الإعلام الترويجي الرقمي	61	15.25%
	الصحافة والإعلام	136	34%
	الصحافة والإعلام الرقمي	86	21.50%
	العلاقات العامة والإعلان	77	19.25%
مدى الاطلاع على الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية على نحو عام	نادراً	101	25.25%
	احياناً	157	39.25%
	دائماً	142	35.50%
عدد الساعات التي يقضيها المشارك يومياً للاطلاع على الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية	أقل من ساعة	174	43.50%
	من ساعة الى أقل من ساعتين	81	20.25%
	من ساعتين الى أقل من ثلاث ساعات	41	10.25%
	ثلاث ساعات فأكثر	104	26.00%
عدد الساعات التي يقضيها المشارك يومياً للاطلاع على الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية	أقل من ساعة	92	23.00%
	من ساعة الى أقل من ساعتين	93	23.25%
	من ساعتين الى أقل من ثلاث ساعات	104	26.00%
	ثلاث ساعات فأكثر	111	27.75%

أشارت بيانات الجدول رقم (1) الى التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالمتغيرات الديموغرافية للعينة المستخدمة في الدراسة، حيث تُظهر أن الإناث تمثل النسبة الأكبر بـ (55.75%) مقارنة بالذكور الذين يشكلون (44.25%)، كما ان الطلاب من جامعة البترا يشكلون أغلبية العينة بنسبة (54.50%) مقارنة بجامعة اليرموك. فيما يتعلق بالمستوى الدراسي، طلاب الماجستير هم الأكثر بنسبة (22.5%)، مما يدل على تركيز الدراسة

على طلاب الدراسات العليا، أما التخصصات الممثلة ترتبط بشكل أساسي بالإعلام وتتراوح بين الإذاعة والتلفزيون والصحافة الرقمية والعلاقات العامة، مع أكبر نسبة للصحافة والإعلام (34%)، كما وتُظهر بيانات الجدول أيضًا أن الأغلبية تطلع على الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية أحياناً (39.25%) وغالباً ما يقضون أقل من ساعة في ذلك (43.50%). فيما يخص وسائل الإعلام الرقمية، يوجد توزيع متقارب للساعات اليومية المخصصة للاطلاع على الأخبار.

أداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على الإستبانة كأداة لجمع بيانات طلبة كلية الإعلام، وعرفت (المزاهرة، 2020) الإستبانة على أنها "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق إستمارة يجري تعبئتها من قبل العينة".

صدق الأداة (الاستبانة) وثباتها

تمّ التحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، الذي يعكس قدرة أداة الدراسة على تحقيق أهدافها وعلى قياس ما وضعت من أجله، من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين تألفت من (9) من أعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات الأردنية، والمتخصصين في مجال الصحافة والإعلام، وكذلك الإعلام الرقمي. كما تم التحقق من ثبات أداة الدراسة من خلال احتساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من الفقرات في الاستبانة لمعرفة ثبات الاتّساق الداخلي للفقرات (Cronbach's alpha) باستخدام معادلة كرونباخ ألفا بوصفها أداة القياس لكل محور من محاور أداة الدراسة، ولأداة الدراسة ككل، كذلك لمعرفة إمكانية الأداة المستخدمة في جمع البيانات من قياس الهدف والغرض المراد منها، والجدول (2) يوضح ذلك:

جدول (2): معاملات الثبات الفا كرونباخ

المجال	عدد الفقرات	معامل الفا كرونباخ
اتجاهات المشاركين نحو مصادر أخبار وسائل الإعلام التقليدية	4	0.81
الوسيلة الإعلامية التقليدية التي يفضلونها للحصول على الأخبار	4	0.92
اتجاهات المشاركين نحو مصادر أخبار وسائل الإعلام الرقمية؟	5	0.76
الوسيلة الإعلامية الرقمية التي يفضلونها للحصول على الأخبار	6	0.70
أوجه الشبه بين الإعلام التقليدي والرقمي	5	0.87
أوجه الاختلاف بين الإعلام التقليدي والرقمي	10	0.92
مدى الاعتماد على الإعلام التقليدي والرقمي لمعرفة الأخبار	3	0.86
التأثيرات المعرفية المتحققة جراء استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار	8	0.81
التأثيرات الوجدانية المتحققة جراء استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار	6	0.72
التأثيرات السلوكية المتحققة جراء استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار	4	0.77

بينت بيانات الجدول (2) معاملات الثبات لأداة الدراسة وفق معامل الفا كرونباخ، والذي يُستخدم في البحوث النفسية والاجتماعية لتقييم مدى اتساق الاستجابات على مجموعة من البنود التي تُشكل مقياساً لمفهوم معين. القيم التي تُظهرها بيانات الجدول تتراوح بين (0.70 و 0.92) ، مما يشير إلى مستوى جيد جدًا من الثبات في أغلب المجالات، وهذا يعزز من الثقة في صحة الأداة المستخدمة لجمع البيانات. إن الاتجاهات نحو مصادر الأخبار الإعلامية التقليدية وأوجه الاختلاف بين الإعلامين التقليدي والرقمي يمتلكان أعلى معامل ثبات، بقيمة (0.92)، ما يدل على اتساق عالي في الاستجابات وتجانس في فهم المشاركين للبنود المقاسة. بلغت أدنى قيمة ثبات مسجلة هي للوسيلة الإعلامية الرقمية التي يفضلونها للحصول على الأخبار (0.70) ما قد يشير إلى تنوع أكبر في الاستجابات أو عدم تجانس في فهم المشاركين للبنود. بشكل عام، تُظهر بيانات جدول (2) أن الأداة تمتلك موثوقية كافية لاستنباط النتائج حول اتجاهات الأفراد وتأثيرات استخدام وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية.

نتائج الدراسة ومناقشتها

فيما يأتي عرض للنتائج التي خلصت إليها الدراسة الحالية، ومناقشتها في ضوء تساؤلاتها:

نتائج التساؤل الأول: اتجاهات طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية.

جدول (3): اتجاهات المشاركين نحو مصادر أخبار وسائل الإعلام التقليدية مرتبة تنازليا

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
تحتل وسائل الإعلام التقليدية المرتبة الأولى في نشر الأخبار المحلية والدولية	3.11	1.312	متوسطة
يستطيع الطلبة على اختلاف مستوياتهم الحصول على الأخبار من وسائل الإعلام التقليدية	3.11	1.304	متوسطة
تتوافق أخبار وسائل الإعلام التقليدية واهتماماتي كطالب في كلية الإعلام	3.00	1.258	متوسطة
أستطيع الحصول على الأخبار فور وقوعها من خلال وسائل الإعلام التقليدية	2.96	1.296	متوسطة
المتوسط الحسابي لجميع الفقرات	3.05	.98894	متوسطة

أشارت نتائج الجدول رقم (3) إلى أن آراء العينة المدروسة تجاه وسائل الإعلام التقليدية تصنف بدرجة متوسطة بشكل عام، حيث يبلغ المتوسط الحسابي لجميع الفقرات (3.05)، وإن أعلى تقدير يعود لفقرتين تتعلقان بريادة وسائل الإعلام التقليدية في نشر الأخبار وإمكانية الطلبة على مختلف مستوياتهم في الحصول على الأخبار من هذه الوسائل، كليهما بمتوسط حسابي قدره (3.11)، كما وحصدت فقرة " تتوافق أخبار وسائل الإعلام التقليدية واهتماماتي كطالب في كلية الإعلام" المرتبة الثانية، وبتموسط حسابي قدره (3.00). من جهة أخرى، أدنى تقدير كان للفقرة التي تقيم سرعة وسائل الإعلام التقليدية في توفير الأخبار فور وقوعها، بمتوسط حسابي (2.96)، وهذا يوضح وجود تصور معتدل نسبيًا تجاه فعالية وسائل الإعلام التقليدية في إيفاء احتياجات الطلبة في كلية الإعلام.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Stefanone, Lackaff and Rosen, 2016) التي أسفرت نتائجها عن وجود علاقة عكسية بين تعرض الطلبة للمواقع وإستهلاك الإعلام التقليدي، الأمر الذي يوضح التأثير السلبي للمواقع على الإعلام التقليدي، كما وبينت إنخفاض مستويات تعرض الطلبة للإعلام التقليدي، وكذلك إنخفاض درجات تأثرهم بالمحتوى التقليدي والتفاعل معه، وتباينت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Mesole, 2016) التي أظهرت أن منصة فيسبوك احتلت المرتبة الأولى كمصدر للأخبار سواء كانت عالمية أم إقليمية أم محلية، أما المرتبة الثانية؛ فكانت من نصيب منصة تويتر، وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة الدراسة الحالية، والمتعلقة بريادة وسائل الإعلام التقليدية في نشر الأخبار.

كما واختلفت أيضاً مع نتيجة دراسة (صبيحة، 2018) التي كشفت عن سلبية اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار في الإعلام التقليدي مقارنةً بالإعلام الجديد.

نتائج التساؤل الثاني: الوسيلة الإعلامية التقليدية التي يفضلها طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك للحصول على الأخبار.

جدول (1): الوسيلة الإعلامية التقليدية التي يفضلونها للحصول على الأخبار مرتبة تنازليا

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
القنوات التلفزيونية	3.90	1.292	مرتفعة
الإذاعات	3.29	1.379	مرتفعة
الصحف المطبوعة	2.54	1.258	متوسطة
المجلات المطبوعة	2.33	1.160	متوسطة
متوسط جميع الفقرات	3.02	.76543	متوسطة

أشارت نتائج جدول (4) الى أن المتوسط الحسابي لتفضيلات العينة المدروسة تجاه الوسائل الإعلامية التقليدية المختلفة للحصول على الأخبار قد جاء بدرجة عامة متوسطة، والقنوات التلفزيونية تتصدر القائمة بأعلى تقدير (متوسط حسابي 3.90) وتعتبر الأكثر تفضيلًا بين الوسائل المدروسة، تليها الإذاعات بتقدير مرتفع نسبيًا (متوسط حسابي 3.29). في المقابل، المجلات المطبوعة حصلت على أدنى تقدير (متوسط حسابي 2.33)، مما يشير إلى أنها الأقل تفضيلًا لدى العينة، وتعكس هذه النتائج اهتمام العينة بوسائل الإعلام التي توفر محتوى سريع ومرئي مثل التلفزيون والإذاعات على حساب الوسائل المطبوعة التي قد تكون أقل تفاعلية وفورية.

وتعكس هذه النتيجة اهتمام العينة بوسائل الإعلام التي توفر محتوى سريع ومرئي مثل التلفزيون والإذاعات على حساب الوسائل المطبوعة التي قد تكون أقل تفاعلية وفورية، واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (مرواني، 2019) التي توصلت الى ميل الشباب الجامعي للوسيلة الإعلامية التقليدية "التلفاز" على نحو أكبر من ميلهم للصحافة المكتوبة، كما وتشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (صبيحة، 2018) التي أشارت الى أن اتجاهات غالبية العينة كانت ايجابية نحو التلفزيون، وسلبية نحو الصحف المطبوعة.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (عقيلة، 2017) التي أسفرت نتائجها عن تأثير تلفزيون الإنترنت السلبي على درجة مشاهدة العينة موضوع البحث للتلفزيون التقليدي، وتفوق تلفزيون الإنترنت على نظيره التقليدي في فئات الإشباع (إشباعات المحتوى، إشباعات العملية، الإشباعات الإجتماعية).

نتائج التساؤل الثالث: اتجاهات طلبة كلية الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية.

جدول (5): اتجاهات المشاركين نحو مصادر أخبار وسائل الإعلام الرقمية مرتبة تنازليا

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
أستطيع الإطلاع على الأخبار المنشورة بواسطة وسائل الإعلام الرقمية بواسطة هاتفي المحمول، وفي اي مكان	3.97	1.246	مرتفعة
تحتل وسائل الإعلام الرقمية المرتبة الأولى في نشر الأخبار	3.88	1.264	مرتفعة
أستطيع التفاعل بشكل فوري مع الأخبار المنشورة بواسطة وسائل الإعلام الرقمية	3.73	1.293	مرتفعة
أطلعتني وسائل الإعلام الرقمية كطالب في كلية الإعلام على الأحداث بصورة دائمة، ومكنتني من الحصول على الأخبار بوقت أقل	3.62	1.351	متوسطة
تتماشى أخبار الإعلام الرقمي واهتماماتي كطالب في كلية الإعلام	3.57	1.294	متوسطة
متوسط جميع الفقرات	3.76	1.04918	مرتفعة

أشارت نتائج جدول (5) الى مواقف العينة الإيجابية تجاه وسائل الإعلام الرقمية، مع تسجيل درجات مرتفعة عمومًا. القدرة على الوصول إلى الأخبار من خلال الهواتف المحمولة في أي مكان هي الأكثر تقديرًا (متوسط حسابي 3.97)، مما يعكس أهمية الحرية الجغرافية والمرونة التي تقدمها الأجهزة المحمولة، وتحظى القدرة على التفاعل الفوري مع الأخبار المنشورة رقميًا أيضًا بتقدير مرتفع (متوسط حسابي 3.73). في حين أن التوافق بين أخبار الإعلام الرقمي واهتمامات الطلبة في كلية الإعلام تلقى التقدير الأدنى ضمن الفئة المرتفعة (متوسط حسابي 3.57)، وهذه النتائج تبرز القيمة التي تولى لسرعة الوصول والتفاعلية في استهلاك الأخبار من قبل المستخدمين، وهو ما تتميز به الوسائل الرقمية مقارنةً بالتقليدية.

واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (صبيحة، 2018) التي أسفرت عن ايجابية إتجاهات الطلبة نحو وسائل الإعلام الجديدة، وذلك لأنها تتيح لهم التفاعل الفوري مع المضامين المطروحة، كما وتشابهت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Rogers, 2014) التي أشارت الى مساهمة المنصة بدرجة كبيرة في نشر المعلومات الواقعية عن الحوادث وبسرعة تفوق سرعة الوسائل الإعلامية التقليدية، وتمكين مستخدميها من التواصل والتفاعل أثناء الكوارث.

نتائج التساؤل الرابع: الوسيلة الإعلامية الرقمية التي يفضلها طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك للحصول على الأخبار.

جدول (6): الوسيلة الإعلامية الرقمية التي يفضلونها للحصول على الأخبار مرتبة تنازليا

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
شبكات التواصل الاجتماعي	4.22	1.135	مرتفعة
تلفزيون الإنترنت الرقمي	3.10	1.305	متوسطة
إذاعة الإنترنت	2.96	1.288	متوسطة
المدونات الإلكترونية	2.86	1.289	متوسطة
الصحف الرقمية	2.82	1.327	متوسطة
المجلات الرقمية	2.64	1.264	متوسطة
متوسط جميع الفقرات	3.10	.85054	متوسطة

أشارت نتائج جدول (6) الى أن شبكات التواصل الاجتماعي هي الأكثر شعبية بين الوسائل الإعلامية الرقمية المفضلة للحصول على الأخبار، حيث حصلت على أعلى تقدير بمتوسط حسابي (4.22) وتصنيف "مرتفعة"، ويليها تلفزيون الإنترنت الرقمي بتموسط حسابي قدره (3.10). في المقابل، المجلات الرقمية تُعتبر الأقل تفضيلاً بمتوسط حسابي (2.64) وتصنيف "متوسطة"، مما يعكس ربما تناقص الاهتمام بمحتوى المجلات في البيئة الرقمية مقارنةً بالتفاعلية والفورية التي توفرها منصات كشبكات التواصل الاجتماعي. كما ويشير المتوسط العام لجميع الفقرات إلى تقدير "متوسطة" بمتوسط حسابي (3.10).

وتشابهت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مرواني، 2019) التي أظهرت إقبال الشباب الجامعي على الإعلام الجديد على النحو العموم، وشبكات التواصل الاجتماعي على نحو الخصوص للحصول على الأخبار واكتساب المعرفة، كما واتفقت مع نتيجة دراسة (صبيحة، 2018) التي وضحت أن شبكات التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الإعلامية الرقمية الأكثر إشباعاً لرغبات العينة من الناحية الإخبارية، كما واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Paine,2015) التي كشفت عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي لصالح مواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج التساؤل الخامس: ما أوجه الإختلاف بين مصادر الأخبار في الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك.

جدول (7): أوجه الاختلاف بين الإعلام التقليدي والرقمي مرتبة تنازليا

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
يتفوق الإعلام الرقمي على التقليدي في فرصة التفاعل الفوري مع المضامين المنشورة	3.81	1.295	مرتفعة
يتسم الإعلام الرقمي بقدرته على دمج الوسائط المتعددة قياساً الى الإعلام التقليدي	3.79	1.301	مرتفعة
يتميز الإعلام الرقمي عن التقليدي بسرعة نشر الخبر	3.77	1.315	مرتفعة
يتجاوز الإعلام الرقمي الحدود الزمانية والمكانية	3.71	1.327	مرتفعة
يتفوق الإعلام الرقمي على التقليدي في المشاركة في صنع الخبر	3.68	1.335	مرتفعة
يلجأ الإعلام الرقمي لتغذية بصر المتلقي على حساب المضمون	3.34	1.367	متوسطة
ينشر الإعلام الرقمي الأخبار التي تشجع على الجريمة	3.24	1.325	متوسطة
يثير الإعلام الرقمي النعرات العنصرية/الطائفية	3.19	1.322	متوسطة
يستخدم الإعلام الرقمي بعض المحتويات الإخبارية الأرشيفية دون تحديد تواريخها	3.19	1.301	متوسطة
يسيئ الإعلام الرقمي الى قيم المجتمع نظراً لغياب الرقابة مقارنةً بالتقليدي	3.13	1.312	متوسطة
متوسط جميع الفقرات	3.48	.89013	متوسطة

بينت تقديرات عينة الدراسة في بيانات جدول (7) وجود اختلافات بارزة بين الإعلام التقليدي والرقمي، حيث يُنظر إلى الإعلام الرقمي على أنه يتفوق في توفير التفاعل الفوري مع المحتوى المنشور (بمتوسط حسابي 3.81)، ويُعد هذا الجانب الأعلى تقديرًا بين جميع البنود، كما ويتفوق بالمرتبة الثانية بقدرته على دمج الوسائط المتعددة قياساً الى الإعلام التقليدي، وبمتوسط حسابي قدره (3.79). من ناحية أخرى، يُنظر إلى الإعلام الرقمي على أنه قد يُسيء إلى قيم المجتمع بسبب غياب الرقابة مقارنة بالإعلام التقليدي، وهو ما يُمثل أدنى تقدير في الجدول (بمتوسط حسابي 3.13). الدرجة العامة "متوسطة" وبمتوسط (3.48) تعكس نظرة معتدلة للعينة حول هذه الفروقات، مع تقدير أعلى لقدرات الإعلام الرقمي وتأثيراته المتنوعة.

واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مرواني، 2019) التي أظهرت إقبال الشباب الجامعي على الإعلام الجديد بوسائطه المعتددة، الأمر الذي أدى تراجع أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب، وهذا أحد أبرز أوجه الاختلاف بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي وفقاً لنتائج الدراسة الحالية، كما وتشابهت مع نتائج دراسة (Rogers, 2014) التي أشارت الى مساهمة منصة تويتر في نشر المعلومات الواقعية عن الحوادث وبسرعة تفوق سرعة الوسائل الإعلامية التقليدية، وتمكين مستخدميها من التواصل والتفاعل أثناء الكوارث، واتفقت أيضاً من نتائج دراسة (صبيحة، 2018) التي أظهرت ايجابية إتجاهات الطلبة نحو وسائل الإعلام الجديدة، وذلك لأنها تتيح لهم التفاعل الفوري مع المضامين المطروحة.

نتائج التساؤل السادس: ما درجة التوافق والتنافر بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك.

جدول (8): درجة التوافق والتنافر بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
درجة التوافق بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية	منخفضة	35	8.75%
	متوسطة	344	86.00%
	كبيرة	21	5.25%
درجة التنافر (الاختلاف) بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية	منخفضة	14	3.50%
	متوسطة	331	82.75%
	كبيرة	55	13.75%

أشارت بيانات جدول (8) الى أن درجة التوافق بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك قد جاءت متوسطة، وبنسبة (86%)، كما وجاءت درجة التنافر (الاختلاف) بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية أيضاً متوسطة، لكن بنسبة أقل من نسبة التوافق (82.75%).

واختلفت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (عقيلة، 2017) التي توصلت الى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات التلفزيون التقليدي وتلفزيون الإنترنت في (إشباعات المحتوى، إشباعات العملية، الإشباعات الإجتماعية) لصالح تلفزيون الإنترنت، وهذا يوضح أن درجة التوافق والتنافر بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية كبيرة.

كما وتباينت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مبروك وعبد الرحمن، 2017) التي أظهرت أن معظم العينة تطالع الصحف الإلكترونية كبديل عن الورقية، وذلك لسرعة الحصول عليها، وتناولها للأخبار المحلية والوطنية على نحو موسع، وتحديثها المستمر للمعلومات، واختلفت أيضاً ودراسة (Mesole, 2016) التي أسفرت نتائجها عن وجود تأثير سلبي وعلاقة عكسية تجمع بين وسائل الإعلام الجديد ووسائل الإعلام التقليدية.

التوصيات

يوصي الباحثان في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة بالآتي:

- تفعيل دور كليات الإعلام في عقد الندوات التثقيفية لتعزيز الاتجاهات الايجابية لاستخدام الوسائل الإعلامية الرقمية.

- تأهيل طلبة كليات الإعلام في المؤسسات التعليمية للتعامل مع مصادر الأخبار، وانتقاء الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباتهم من الناحية الإخبارية.

- توسيع التفاعل التكنولوجي في المناهج الدراسية، وتخصيص دورات تقنية للطلبة لإرساء أسس التعامل مع أخبار شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها الوسيلة الرقمية المفضلة لديهم للحصول على الأخبار.

قائمة المصادر والمراجع

أبو دوج، خ. (2010). المجال العام الافتراضي وإعادة انتاج السلفية، *مجلة الديمقراطية*، ع 38.

برمضان، ر. وحناشي، س. (2020). الإعلام الرقمي وتأثيره في الأمن اللغوي – الصحافة الإلكترونية أنموذجاً، *رسالة ماجستير منشورة*، كلية الآداب واللغات، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر.

بن عبو، و. (2020). الإعلام الجديد: المفهوم، المداخل النظرية، نظرة في الخصائص والعوامل، *مجلة الراصد العلمي*، مج 7، ع 1.

بهاد الدين، س. وحسام الدين، ف. (2022). أنماط الشخصية كمتغير معدل في العلاقة بين التسويق بالمحتوى لمنصات المشاهدة الرقمية والقيمة المدركة للخدمة، *مجلة البحوث الإدارية*، مج 40، ع 4.

بوحوالي، م. (2022). اتجاهات الصحافة الجزائرية نحو وسائل الإعلام الجديدة – دراسة وصفية تحليلية لواقع راديو الإنترنت في الجزائر- ، *مجلة الإتصال والصحافة*، مج 9، ع2.

جاد، س. (2015). دوافع استخدام الجمهور المصري لمحطات راديو الإنترنت والإشباعات المتحققة منه، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، مج 2015، ع 1.

حافظ، أ. (2016). صحافة المواطن في ضوء نظرية المجال العام، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، مج 2016، ع 6.

حمود، ط. (2013). التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول – التقنية.. المضمون.. الجمهور.. دراسة مقارنة، *مجلة الباحث الإعلامي*، ع 19.

الساري، ف. (2015). وسائل الإعلام النشأة والتطور، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

السعيدي، ح. (2019). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز أبعاد المواطنة لدى الشباب، *مجلة كلية التربية*، مج 43، ع3، ص 111-131.

شعبان ، خ. (2002). مصطلحات في الإعلام و الإتصال، ط١، الجزائر: دار اللسان العربي.

الشمالية، م. واللحام، م. والكافي، م. (2015). الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

الصالحي، أ. (2015). فن الخبر الصحفي، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

صبيحة، ص. (2018). إتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد – دراسة ميدانية على من طلبة جامعة العربي بن مهيدي – ام البواقي -، *رسالة ماجستير*، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي – ام البواقي - .

صفرار، ع. (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

طبي، م. (2020). وسائل الإعلام والاتصال عبر التاريخ الحديث.. كرونولوجيا التطور من الاتصال غير اللفظي الى الميديا الجديدة، *مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية*، مج 6، ع 3.

العبدالله ، م. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والإتصال، بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ص 37.

عبد الفتاح، ع. (2014). إدارة الإعلام، ط1، عمان: دار اليازوري.

عبد الهادي، ص. (2021). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع 57, جامعة الأزهر.

عقيلة، ع. (2017). استخدامات الشباب الجامعي للتلفزيون التقليدي وتلفزيون الإنترنت والإشباعات المتحققة – دراسة مقارنة-، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ع 11.

العنزي، ف. (2020). مصادر الأخبار في الإعلام الجديد وتأثيراتها على أمن المجتمع السعودي : دراسة ميدانية، *أطروحة دكتوراه*، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

غيطاس، ج. (2011). الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات: الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح، *مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي*، كوالالمبور، ماليزيا.

اللبان، ش. (2011). مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، ط1، القاهرة: دار العالم العربي للنشر.

اللحام، م. وصلاح، م. (2015). الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية، ط1، عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.

مبروك، ع. وعبد الرحمن، ح. (2017). إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الصحافة الإلكترونية والإشباعات المحققة منها: دراسة على عينة من طلبة الإعلام والإتصال بجامعة أدرار، *رسالة ماجستير منشورة*، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، الجامعة الافريقية أحمد دراية- أدرار-، الجزائر.

محجوب، و. (2005). أصول البحث العلمي و مناهجه، ط2، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

مرواني، م. (2019). أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة، *أطروحة دكتوراه منشورة*، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم -، الجزائر.

المزاهرة، م. (2020). مناهج البحث الإعلامي، ط2، عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر.

مليك، م. (2018). تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة: رؤية تحليلية لواقع القائم بالإتصال بين البيئتين، *مجلة الإعلام والمجتمع*، مج 2، ع 2.

المهدي، أ. (2018). المجال العام من الواقع الفعلي الى العالم الافتراضي: معايير التشكل والمعوقات، *ورقة بحثية منشورة*، المركز الديمقراطي العربي، برلين.

نصير، ص. (2014). استخدامات الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، *مجلة رؤى استراتيجية*، مج 2، ع 7، ص 8-26.

الهيتي، ه. (2008). الإعلام السياسي و الإخباري في الفضائيات، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

References

Mesole, F. (2016). The impact of social media sites on traditional mass media as a news sources among university students, *MA thesis*, Eastern Mediterranean University, Cyprus.

Paine, E. (2015). The next step: Social media sites effect on traditional mass media evolution from college students' perspective**,** *MA thesis*, Salem State University: Australia.

Rogers, Ch. (2014). Information Diffusion: A study of Twitter during large scale events, University of Maryland-College Park.

Stefanone, M. A., Lackaff, D., and Rosen, D. (2016). The effective behavior of social media on traditional mass media: A model for social network site usage among students*, journal of broadcasting & electronic media,* 54(3).