

Arabian Gulf Journal of Humanities and Social Studies

ISSN: 3080-4086

الإصدار السادس - العدد السابع عشر || تاريخ الإصدار 2026-08-20



اتجاهات طلبية الإعلام نحو مصادر أخبار الإعلام التقليدي والرقمي

(كليتيّ الإعلام في جامعتيّ البترا واليرموك أنموذجاً)

Mass Communication's Students' Attitudes Towards Traditional and Digital Media News Sources

(Faculties of Mass Communication at University of Petra and Yarmouk University as Models)

دانا حسام النجار

Dana Hussam Al-Najjar

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

د. محمد خير بني دومي

Dr. Mohammed Khair Bani Doumi

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

DOI: <https://doi.org/10.64355/agjhss61712>

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

Clarivate | ProQuest

Ulrichsweb™



Crossref

ISSN

INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE



Google Scholar

معرفة
e-Marefa



شبكة المعلومات العربية
Arab Educational Information Network

AskZad



Scilit

INTERNATIONAL
Scientific Indexing

CC creative commons

الملخص:

الأهداف: هدفت الدراسة الكشف عن اتجاهات طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر أخبار الإعلام التقليدي والرقمي، وكذلك التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

المنهجية: اعتمدت الدراسة الوصفية منهج المسح، وباستخدام الاستبانة أداة منهجية لجمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من (400) مفردة من طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك باستخدام العينة المتاحة، والتي تندرج ضمن العينات غير الاحتمالية/ غير العشوائية.

النتائج: توصلت الدراسة الى عدد من النتائج، كان أهمها ايجابية اتجاهات الطلبة نحو مصادر الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية، وتمثلت أبرز التأثيرات المعرفية بالقدرة على تحديد الأولويات في التعامل مع القضايا المطروحة بنسبة (3.70)، كما وتمحورت أبرز التأثيرات الوجدانية حول الرغبة المتزايدة في متابعة الأخبار بشكل مستمر بنسبة (3.37)، وكان التحفيز على دعم حقوق الآخرين أبرز التأثيرات السلوكية بنسبة (3.31)، كما وأسفرت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائية تُعزى للمتغيرات الديموغرافية.

الخلاصة: خلصت النتائج النهائية للدراسة الى اعتبار القدرة على تحديد الأولويات في التعامل مع القضايا المطروحة أبرز التأثيرات المعرفية، والرغبة المتزايدة في متابعة الأخبار بشكل مستمر أبرز التأثيرات الوجدانية، وكذلك التحفيز على دعم حقوق الآخرين أبرز التأثيرات السلوكية.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات، طلبة الإعلام، جامعة البترا، جامعة اليرموك، مصادر الأخبار، الإعلام التقليدي، الإعلام الرقمي.

Abstract:

Objectives: To reveal the Mass Communication's students' attitudes at towards traditional and digital media news sources, and the cognitive, emotional and behavioral influences.

Methodology: The descriptive study based on the survey method, and used the questionnaire tool for collecting data, the study sample consisted of (400) individuals from the students of the Faculties of Media at Petra and Yarmouk Universities, using the available sample, which falls within the non-probability/non-random samples.

Results: The study reached a number of results, the most important of which was the positive attitudes of students towards news sources in digital media. The most prominent cognitive influences were the ability to determine priorities in dealing with the issues at hand in the rate of (3.70). Furthermore, the most prominent emotional influences revolved around the increasing desire to follow the news continuously in the rate of (3.37), and motivation to support the rights of others was the most prominent behavioral influence in the rate of (3.31). The results also resulted in statistically significant differences attributed to demographic variables.

Conclusion: The final results of the study concluded that the ability to set priorities in dealing with the issues raised is the most prominent cognitive influence, and the increasing desire to follow the news continuously is the most prominent emotional influence. Furthermore, the motivation to support the rights of others is the most prominent behavioral influence.

Keywords: Attitudes, Students' of Mass Communication, University of Petra, Yarmouk University, news sources, traditional media, digital media.

المقدمة

أحدثت الثورة المعلوماتية وتكنولوجيا الإتصال نقلة نوعية في عالم الإعلام، وأتاحت تقنياتها صناعة الأخبار وتنقلها بسرعة ومرونة، الأمر الذي أدى الى بزوغ ما يعرف بالإعلام الرقمي الذي ينبثق من الإعلام التقليدي، وفتح الأبواب الرقمية أمام وسائل الإتصال الجماهيري.

ويعتبر الجمهور العمود الفقري للوسائل الإعلامية، وأصبح في ظل الثورة المعلوماتية أكثر تعرضاً وتفاعلاً مع المضامين التي تقدمها، وطال هذا التأثير طلبه كليات الإعلام؛ إذ كان لتداخل الإعلام التقليدي والرقمي تأثير واضح على أساليب تفكيرهم، وأنماط سلوكهم، مما انعكس على اتجاهاتهم نحو المواضيع الإخبارية التي تطرحها الوسائل الإعلامية التقليدية والرقمية؛ فالطالب يميل للوسيلة التي يرى أنها تحقق اشباعه من استخدامها والتعرض لمضامينها.

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.

كما أن التقدم التكنولوجي الجديد في مجال الاتصالات والمعلومات في ميدان الإعلام أدى إلى إدماج الكثير من البيانات والمعلومات من مصادر مختلفة؛ كوكالات الأنباء، والصحف المحلية والأجنبية، والإنترنت في شكل نصوص وصور وفيديوهات، كما وهدف هذا التقدم الى تطوير وسائل الاتصال المتعددة التفاعلية ودفع المستخدم للاستعانة بها، الأمر الذي أدى إلى انتقال المستخدم على نحو العموم من الوسائل التقليدية للاتصال نحو الوسائل الجديدة (درويش، 2018).

ويتمثل هذا التحول في استخدام التطبيقات الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي؛ كمنصة فيسبوك وتويتر ويوتيوب وغيرها للحصول على المعلومات والتحليلات الإخبارية، كما وتمتلك فئة الشباب معدلات استخدام أعلى من المتوسط للمدونات الإلكترونية والمواقع الإخبارية المدعومة بالإعلانات، وبدأت هذه الفئة الانتقال إلى مصادر الأخبار الرقمية كأداة أساسية للحصول على المعلومات الإخبارية بدلا من الاعتماد على الإعلام التقليدي (الحمامي، 2020)، ومن هنا جاءت الدراسة للكشف عن اتجاهات طلبه الإعلام أخبار الإعلام التقليدي والرقمي.

مشكلة الدراسة

تتطوي 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 الرئيس الآتي: ما اتجاهات طلبه الإعلام نحو مصادر أخبار الإعلام التقليدي والرقمي؟

تساؤلات الدراسة

1. ما مدى الاعتماد على الإعلام التقليدي والرقمي لمعرفة الأخبار من وجهة نظر طلبه كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك ؟
2. ما التأثيرات المعرفية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار من وجهة نظر طلبه كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك؟
3. ما التأثيرات الوجدانية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار من وجهة نظر طلبه كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك؟
4. ما التأثيرات السلوكية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار من وجهة نظر طلبه كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كل ما يلي:

أ. الأهمية النظرية:

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

- الاهتمام المتزايد والمستمر بدراسة اتجاهات الشباب نحو مصادر أخبار الاعلام التقليدي والرقمي.

ب. الأهمية العملية:

تأتي أهمية الدراسة في توظيفها نظرية الإتساق المعرفي الوجداني والتي تندرج ضمن النظريات المفسرة للاتجاهات؛ حيث يتأثر استخدام طلبة كليات الإعلام لوسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية للحصول على الأخبار باتجاهاتهم التي تنتج عن اتساق المشاعر والسلوكيات.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس من الدراسة الحالية في التعرف الى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار من وجهة نظر الطلبة.

فرضية الدراسة

- هناك فروق ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة (الجامعة، المستوى الدراسي).

مفاهيم الدراسة

- **الإتجاه:** حالة الإستعداد التي تؤثر على ديناميكية إستجابة الفرد نحو موضوع أو مشكلة أو موقف معين سواء كان بالرفض أو القبول (حجاب، 2004).

ويعرف إجرائياً على أنه ميل الطلبة لتقييم مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والرقمي بالقبول أو الرفض.

- **مصادر الأخبار:** الوسائل التي من خلالها يتم الحصول على معلومات ذات صلة بالأخبار (الهيبي، 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 الدراسة الحالية 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 رقمياً 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

استندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية الإتساق المعرفي الوجداني، والتي تعتبر إحدى النظريات الرئيسية التي توضح آلية تكون الاتجاه، وآلية تغيره؛ حيث وضح "روزنبرخ" أن الاتجاه هو بمثابة محصلة للمكونات المعرفية والوجدانية، كما أن التغير الذي يطرأ على المكون المعرفي المتمثل بالمعتقدات يؤدي بالضرورة إلى تغير المكون الوجداني المتمثل بالمشاعر؛ فالإتجاه يُبنى للحفاظ على نسق متوازن بين المكونين (سليم، 2022).

كما ويتألف الإتجاه النفسي من ثلاثة عناصر أساسية تتفاعل مع بعضها البعض لتعطي الشكل العام للإتجاه النفسي، وهي: **المكون المعرفي** الذي يشمل المعتقدات والآراء والأفكار، والعمليات الإدراكية، والحجج المؤدية لقبول إتجاه معين، و**المكون الوجداني** الذي يشمل أحاسيس الفرد وانفعالاته، ويعبر عنه من خلال رغبات الفرد المؤيدة أو المعارضة لقبول إتجاه معين، وكذلك **المكون السلوكي**، والذي يعكس الإستجابة العملية نحو إتجاه معين بطريقة ما، والميل للتصرف بطريقة معينة بإعتبار الإتجاهات موجّهات لسلوك الفرد (Feldman, 1999).

وتندرج هذه النظرية ضمن المنحنى المعرفي المفسر للإتجاهات، والذي يفترض بحث الأفراد الدائم عن التوازن والإتساق بين المعارف والإتجاهات والسلوكيات؛ الأمر الذي يهيئ كل فرد لتقبل الإتجاهات التي تتماشى والبناء المعرفي الخاص به، ومحاولة إعادة التناغم في حال وجود قيم ومعتقدات غير متسقة لديه، كما ويتخذ هذا المنحنى ثلاثة نماذج أساسية، وهي: نظرية التوازن، ونظرية الإتساق المعرفي الوجداني، ونظرية التنافر المعرفي (خليفة وعبدالله، 2011).

كما ويرهن روزنبرج نشأة التغيرات المعرفية، والناجمة عن تغيرات وجدانية من خلال دراسة إتجاهات عينة من الأفراد (الببيض) نحو الإقامة مع الأفراد (السود)؛ حيث قام بتتويع المجموعة التجريبية من (الببيض) تتويماً اصطناعياً، وإخبارهم أن مشاعرهم واتجاهاتهم قد تغيرت إلى النقيض وعلى عكس السائد في المجتمع نحو الإقامة مع (السود)، الأمر الذي أدى إلى تغير مشاعرهم دون إطلاعهم على معرفة جديدة، وبالتالي تبنيهم الإتجاه الذي تم إكتسابه وجدانياً بالرغم من عدم وجود معارف قوية ومباشرة تؤيد هذا الإتجاه (بني يونس، 2009).

ويتأثر استخدام طلبة كليات الإعلام لوسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية للحصول على الأخبار بإتجاهاتهم التي تنتج عن اتساق المشاعر والسلوكيات؛ حيث أن شعور الطالب الإيجابي نحو مصدر الأخبار لا يكفي لتكوين اتجاهه، وإنما يتطلب الأمر أن تنعكس هذه الإيجابية على سلوكه المتحقق من التعرض لمصادر الأخبار ومضامينها، وكذلك الأمر في حال وجود شعور سلبي، وبهذا يتكون الإتجاه بالإيجاب لاستخدام وسائل إعلامية معينة للحصول على الأخبار، أو يتكون الإتجاه بالسلب للعزوف عن استخدام وسيلة إعلامية معينة للحصول على الأخبار.

ومنح الإعلام التقليدي الإعلام الرقمي أرضية ثابتة للإنتلاق، كما وصفت العلاقة التي تجمع بين الإعلامين بالتكاملية؛ حيث يعتمد كل منهما على الآخر؛ فالرغم من أن الإصدارات الرقمية تستقي محتواها من الإصدارات التقليدية، إلا أن تقنية الوسائط المتعددة التي تتيحها تمكنها من جذب الجماهير، وتغذية حاسة البصر والسمع واللمس من خلال عملية بسيطة واحدة، وهذه فرصة يقدمها الإعلام الرقمي للتقليدي ليطور محتواه (الدبيسي، 2021).

وأشارت موسوعة الويب المعروفة باسم ويبيديا (Webopedia) إلى أن تعبير الإعلام الرقمي يعكس الأنماط المستحدثة من نظم الإتصال الإلكتروني المتاحة بفضل الكمبيوتر، كما وعرف قاموس الكمبيوتر الإعلام الرقمي عبر مدخلين؛ المدخل الأول يصف تطبيقات الإتصال الرقمي، وتطبيقات النشر الإلكتروني، والمدخل الثاني يصف آليات وسمات الإتصال المستحدثة في البيئة الرقمية (صادق، 2008).

وتراوحت مسميات الإعلام المستحدث بين الإعلام الرقمي المعتمد على وصف طبيعة تطبيقاته الرقمية المدمجة مع جهاز الحاسوب، والإعلام التفاعلي المعتمد على خلق حالة من الاستجابة المتكافئة بين مستخدمي الشبكات الرقمية، والإعلام السيبراني الذي يصف فضاء المعلومات في شبكة الإنترنت (سمباوه، 2022).

كما وأشار (الدبيسي، 2021) إلى أن حصيلة المسميات المرادفة للإعلام الرقمي؛ كالإعلام التفاعلي، والإعلام السيبروني، والإعلام الشبكي الحي على خطوط الإتصال تعكس الوسائل الاتصالية الرقمية المتاحة، والتي تُعنى بالتفاعل مع الجمهور، وتمكينه من التوصل إلى المعلومات والأخبار والرسائل الإعلامية في أي زمان ومكان، وبالألية التي يفضلها، مثل: شبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات، والإذاعات الرقمية.

واستحدثت قفزة الوسائل الاتصالية التناظرية إلى الرقمية، والأساليب الهرمية إلى الشبكية بيئةً جديدةً للاتصال والإعلام؛ حيث أصبحت المعلومات في ظل هذه البيئة مورداً اقتصادياً وقطاعاً متكاملأ قادراً على إنتاج المعلومات، الأمر الذي دفع عالم الاجتماع الأمريكي دانيال بيل إلى تتبع نشأة نظام اجتماعي ذي قدرات فكرية متقدمة ومختلفة في الاستجابة، وذلك استناداً إلى التحليل السوسيولوجي لمجتمع المعلومات؛ فالمجتمع من منظوره خاضع لتأثير الاستخدام الرقمي في الاتصال والتواصل اليومي، ووثق هذا التحليل في كتابه "المجتمع ما بعد الصناعي" (شناف، 2011).

أما العوامل التي تقف خلف ظاهرة الإعلام الرقمي؛ فهي: العامل التقني المتمثل بتكنولوجيا الحاسب الآلي، وبرمجيات الاتصالات على نحو العموم، والأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية على نحو الخصوص، والعامل الاقتصادي المتمحور حول عولمة الاقتصاد وما تقتضيه من تدفق معلوماتي باعتبار المعلومات سلعة اقتصادية في ظل التطورات التكنولوجية، والعامل السياسي المستند الى توظيف الوسائل الإعلامية الجديدة للحفاظ على سيادة القوى السياسية، كما وأشار الى عامل غياب الثقة بالوسائل الإعلامية التقليدية من قبل الجمهور، وإقباله على الشبكات والمدونات الإلكترونية للحصول على الأخبار المحلية والإقليمية والعالمية (منصور، 2022).

وأقر العالم مارشيل ماكلوهان بالتحتمية التكنولوجية، إذ إن العصور المتعاقبة تفرض أساليب الاتصال والتواصل، والوسائل الإعلامية المناسبة في ضوء ما يحتم التطور والتقدم تبنيه، كما أن الانتقالات التكنولوجية في الميدان الإعلامي أحدثت انقلاباً ضرب جذور النظم الاتصالية المحلية والدولية، واعتُبر الإعلام الرقمي نتاج ذلك (السهلي، 2021).

ويهدف الإعلام الرقمي بإعتباره بناء إعلامي إلى إحداث التأثير من خلال تقنيات مستوحاة من العصر الرقمي بوسائطه، وتطبيقاته الذكية، وآلياته الإلكترونية، وشبكاته الاجتماعية، وبين "ليف مانوفيتش" أن استيعاب آلية عمل الوسائل الإعلامية الجديدة يتوقف على إدراك خمسة مداخل، وهي: التمثيل العددي الذي يعكس الطبيعة الآلية للوسائل، وقابلية تحويل التماثلية إلى النمط الرقمي ونموذج الوسائط المتعددة، وحالة الانتقال التي تتمثل بإمكانية دمج الأجسام الإعلامية في حال كونها وحدات منفصلة مع احتفاظ كل جسم بمميزاته وهويته، وحالة الأتمتة التي تقتضي إخضاع الإعلام للمعالجة الحسابية من خلال الحاسب الآلي، سواء أكانت هذه المعالجة معقدة أم شبه معقدة؛ فالمواقع الإلكترونية تتجدد وتتحرك بصفة دورية لتتمكن من التفاعل مع المستخدم، والقابلية للتغيير التي تتمثل بقابلية الأجسام الإعلامية للتنوع، وتندرج التفاعلية، وقابلية التعديل، وقابلية فصل المحتوى ضمن القابلية للتنوع، بالإضافة الى الترميز الثقافي بوصفه عملية من عمليات التأثير الثقافي (إبراهيم، 2017).

الدراسات السابقة

عرضت الدراسة عدداً من الدراسات التي أجريت في هذا المجال بعد الإطلاع على الأدب النظري والدراسات المتعلقة بالدراسة موضوع البحث على النحو الآتي:

أشارت دراسة (القحطاني، 2020) إلى الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية، وتحديد طبيعة المعلومات التي يبحث عنها أفراد العينة، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة، كما واستخدم المنهج الوصفي التحليلي على عينة عشوائية مكونة من (378) طالباً وطالبة. توصلت النتائج الى أن تأثير وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية قد جاء بدرجة كبيرة، كما أن المعلومات المحلية هي أكثر المعلومات التي يبحث عنها أفراد العينة.

وتناولت دراسة (العنزي، 2020) مصادر الأخبار في الإعلام الجديد، ودرجة مساهمة مصادر الأخبار في الإعلام الجديد على تحقيق أمن المجتمع السعودي، وتكونت عينة الدراسة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، والذين بلغ عددهم (60000) طالباً وطالبة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واعتمد الباحث على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة. توصلت النتائج الى أن تصريحات المسؤولين ومواقع الوزارات والهيئات الحكومية ومواقع وكالات الأنباء على الإنترنت تشكل أهم مصادر الأخبار في الإعلام الجديد، كما وأن مصادر الأخبار في الإعلام الجديد تساهم في سرعة انتشار المعلومات بين المواطنين عن الأحداث الداخلية والخارجية، وتوجه الرأي العام نحو بعض القضايا الداخلية والخارجية.

كما وقام (السعيد، 2020) بدراسة هدفت التعرف الى حجم استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي، والأهداف المتحققة منها، والشبكات الرقمية الأكثر استخداماً من قبل الشباب السعودي، وتكونت عينة الدراسة من (325) شاباً سعودياً، واتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي، كما واستخدم الباحث إستبانة من إعداد لجمع البيانات. أشارت النتائج الى أن متابعة الأخبار بشكل شامل جاءت في المرتبة الأولى ضمن المحتويات التي يحرص الشباب السعودي على متابعتها في وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (50.46%).

وتناولت دراسة (جفات، 2019) دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح في المجتمع العراقي، واعتمد الباحث المنهج المسحي على عينة مكونة من (395) صحفياً عراقياً في مدينة بغداد، وتوصلت النتائج الى أن الموضوعات الأكثر انتشاراً فيما يتعلق بثقافة التسامح هي الموضوعات التي تصب اهتمامها على الجانب الإنساني وتقديم المساعدات للمحتاجين، وإحداث تغييرات في السلوك العاطفي والوجداني بشكل إيجابي.

وكذلك أشارت دراسة ميسولي (Mesole, 2016) إلى 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، 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.

وقام شتيفانون ولاكاف وروزن (Stefanone, Lackaff and Rosen, 2016) بدراسة هدفت 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 انخفاض مستويات تعرض الطلبة للإعلام التقليدي، وكذلك انخفاض درجات تأثرهم بالمحتوى التقليدي والتفاعل معه.

التعقيب على الدراسات السابقة

ناقشت الدراسات السابقة مختلف المفاهيم ذات الصلة بمصادر أخبار الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، واعتمدت الدراسات المناهج الآتية: المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج الوصفي المسحي الكمي، ومنهج البحث النوعي للتوصل الى النتائج.

وتنوعت أهداف الدراسات السابقة، الا انها كانت تصب في نفس السياق؛ حيث هدفت دراسة (السعيد، 2020) التعرف الى استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي، كما وكشفت دراسة شتيفانون ولاكاف وروزن (Stefanone, Lackaff and Rosen, 2016) عن السلوك التأثيري لمواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية، وتميزت الدراسة الحالية بتوظيف نظرية الإتساق المعرفي الوجداني والتي تندرج ضمن النظريات المفسرة للاتجاهات في تفسير تأثر استخدام طلبة كليات الإعلام لوسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية للحصول على الأخبار باتجاهاتهم التي تنتج عن اتساق المشاعر والسلوكيات، وكذلك الاستعانة بفروض نظرية المجال العام لصياغة التساؤلات والأهداف.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تُعنى بتقديم تصور دقيق للعلاقات المتبادلة بين المجتمع والاتجاهات والميول والرغبات والتطور (محجوب، 2005)، كما واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وذلك بغية تحديد الظاهرة الواقعية المستجدة والمتمثلة بالإعلام الرقمي، واتجاهات 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 باستخدام العينة المتاحة، والتي تندرج ضمن العينات غير الاحتمالية/ غير العشوائية.

وبيانات الجدول الآتي تعرض 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 البترا	218	54.50%
	جامعة اليرموك	182	45.50%
المستوى الدراسي	سنة أولى	62	15.5%
	سنة ثانية	83	20.75%
	سنة ثالثة	80	20%

21.25%	85	سنة رابعة	التخصص
22.5%	90	ماجستير	
10%	40	الإذاعة والتلفزيون	
15.25%	61	الإعلام الترويجي الرقمي	
34%	136	الصحافة والإعلام	
21.50%	86	الصحافة والإعلام الرقمي	
19.25%	77	العلاقات العامة والإعلان	

أشارت بيانات الجدول رقم (1) إلى 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 أن 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%).

أداة جمع البيانات

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

صدق الأداة (الاستبانة) وثباتها

يُقصد بصدق الأداة أن تقيس أسئلتها ما وُضعت لقياسه، تم التحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة 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 للتأكد من مدى ملائمة الفقرات للأهداف المنشودة، وتم التحقق من ثبات الأداة من خلال احتساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من الفقرات في الاستبانة باستخدام معامل "ألفا كرونباخ" على عينة الدراسة، وذلك لمعرفة ثبات الإتساق الداخلي لفقرات 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، وذلك كالاتي:

جدول (2)

معاملات الثبات ألفا كرونباخ

المجال	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا
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

0.81	8	التأثيرات المعرفية المتحققة جراء استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار
0.72	6	التأثيرات الوجدانية المتحققة جراء استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار
0.77	4	التأثيرات السلوكية المتحققة جراء استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار

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 جداً 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 الإعلاميين 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

والآتي يعرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية في ضوء تساؤلاتها وفرضياتها، ويناقشها:

نتائج التساؤل الأول: مدى الاعتماد على الإعلام التقليدي والرقمي لمعرفة الأخبار من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك.

جدول (3)

مدى الاعتماد على الإعلام التقليدي والرقمي لمعرفة الأخبار مرتبة تنازلياً

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
إن العلاقة بين الإعلام التقليدي والرقمي تكاملية، لذا لا يمكن الاعتماد على إعلام واحد فقط للحصول على الأخبار	3.62	1.306	متوسطة
أستطيع الاعتماد على الإعلام الرقمي فقط للحصول على الأخبار	3.13	1.420	متوسطة
أستطيع الاعتماد على الإعلام التقليدي فقط للحصول على الأخبار	2.69	1.421	متوسطة
متوسط جميع الفقرات	3.15	.80613	متوسطة

عكست نتائج جدول (3) وجهة نظر عينة الدراسة حول مدى الاعتماد على الإعلام التقليدي والرقمي للحصول على الأخبار، حيث حصلت العلاقة التكاملية بين الإعلاميين على المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي (3.62)، مما يشير إلى إدراك العينة للحاجة إلى استخدام كلا النوعين لمتابعة الأحداث الجارية. من ناحية أخرى، يُظهر الاعتماد على الإعلام التقليدي فقط أدنى تقدير بمتوسط (2.69)، ما يعكس تنامي الثقة في الإعلام الرقمي أو على الأقل الحاجة لتنويع مصادر الأخبار. بشكل عام، تصنف الدرجة المتوسطة بقيمة (3.15) كدليل على نهج متوازن في الاعتماد على كلا النوعين من الإعلام.

واختلفت هذه النتيجة مع نتائج دراسة ميسولي (Mesole, 2016) التي كشفت وجود تأثير سلبي وعلاقة عكسية تجمع بين وسائل الإعلام الجديد ووسائل الإعلام التقليدية، كما واختلفت أيضاً من نتائج (Stefanone, Lackaff and Rosen, 2016) التي أظهرت وجود علاقة عكسية بين تعرض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وإستهلاك الإعلام التقليدي، الأمر الذي يوضح التأثير السلبي للمواقع على الإعلام التقليدي؛ حيث بينت النتائج انخفاض مستويات تعرض الطلبة للإعلام التقليدي، وكذلك انخفاض درجات تأثرهم بالمحتوى التقليدي والتفاعل معه.

نتائج التساؤل الثاني: التأثيرات المعرفية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك.

جدول (4)

التأثيرات المعرفية المتحققة جراء استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار مرتبة تنازليا

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1.302	3.70	مكنتني وسائل الإعلام الرقمية من تحديد أولوياتي في التعامل مع القضايا المطروحة
متوسطة	1.320	3.67	كشفت وسائل الإعلام الرقمية عن غموض بعض الأحداث
متوسطة	1.355	3.57	ساعدتني وسائل الإعلام الرقمية في تكوين معارف صحيحة حول بعض المفاهيم
متوسطة	1.359	3.55	ساعدتني وسائل الإعلام الرقمية على تشكيل اتجاهاتي نحو القضايا
متوسطة	1.330	3.43	ساهمت وسائل الإعلام الرقمية في تنمية قدرتي على تفسير الأحداث
متوسطة	1.293	3.35	طورت وسائل الإعلام الرقمية قدرتي على إقناع الآخرين بأرائي الشخصية
متوسطة	1.298	3.34	نمت وسائل الإعلام الرقمية التفكير والتحليل المنطقي لدي
متوسطة	1.325	3.31	ساهمت وسائل الإعلام الرقمية في تنمية قدرتي على المناقشة
متوسطة	.98750	3.49	متوسط جميع الفقرات

أشارت نتائج جدول (4) الى تصورات عينة الدراسة حول التأثيرات المعرفية الناجمة عن استخدام وسائل الإعلام الرقمية، ويُعتبر تحديد الأولويات في التعامل مع القضايا المطروحة الأكثر تأثيراً بمتوسط حسابي (3.70)، وتصنيف "مرتفعة"، مما يشير إلى قدرة وسائل الإعلام الرقمية على إحداث تغيير معرفي استراتيجي في سلوكيات المتلقين، كما وحصدت قدرة وسائل الإعلام الرقمية على كشف غموض بعض الأحداث المرتبة الثانية، وبمتوسط حسابي قدره (3.67). في المقابل، أقل تأثير مسجل يتعلق بتنمية قدرة المتلقين على المناقشة بمتوسط حسابي قدره (3.31)، مما يشير إلى التأثير المعتدل للإعلام الرقمي في هذا الجانب. بشكل عام، يشير المتوسط العام لجميع الفقرات البالغ (3.49) ومع الانحراف المعياري البالغ (.98750) إلى وجود تأثير معرفي متوسط القوة لوسائل الإعلام الرقمية على المتلقين فيما يخص الحصول على الأخبار وتفسيرها.

واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (العنزي، 2020) التي ابتغت الكشف عن تأثير مصادر الأخبار في الإعلام الجديد على أمن المجتمع السعودي، حيث توصلت نتائجها الى مساهمة مصادر الأخبار في الإعلام الجديد بتوجيه الرأي العام نحو بعض القضايا الداخلية والخارجية، كما واختلفت نتائج الدراسة مع دراسة (القحطاني، 2020) التي هدفت التعرف الى دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية، حيث جاء تأثير وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية بدرجة كبيرة.

نتائج التساؤل الثالث: التأثيرات الوجدانية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك.

جدول (5)

التأثيرات الوجدانية المتحققة جراء استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار مرتبة تنازليا

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
متوسطة	1.363	3.37	استخدامي لوسائل الإعلام الرقمية جعلني أرغب في متابعة الأخبار والمستجدات بشكل مستمر
متوسطة	1.349	3.34	أشعر بالرضا حيال الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام الرقمية

متوسطة	1.295	3.32	ترفع وسائل الإعلام الرقمية الروح المعنوية لأنها تتيح الاندماج في قضايا المجتمع
متوسطة	1.361	3.28	تحتفي وسائل الإعلام الرقمية على التعبير عن رأيي
متوسطة	1.355	3.06	تثير وسائل الإعلام الرقمية الشعور بالإحباط واللامبالاة لدي
متوسطة	1.297	3.02	تثير وسائل الإعلام الرقمية مشاعر الخوف والقلق لدي
متوسطة	.79380	3.23	متوسط جميع الفقرات

أشارت نتائج جدول (5) الى التأثيرات الوجدانية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية، وجاءت الرغبة المتزايدة في متابعة الأخبار بشكل مستمر في المرتبة الأولى، وكأعلى التأثيرات الوجدانية بمتوسط حسابي قدره (3.37)، مما يشير إلى تأثير إيجابي ومحفز لوسائل الإعلام الرقمية على الاهتمام المستمر بالمستجدات. أما المرتبة الثانية؛ فكانت من نصيب شعور الطالب بالرضا حيال الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام الرقمية، وبمتوسط حسابي قدره (3.34)، وكان أدنى التأثيرات الوجدانية الشعور بالخوف والقلق الذي يثيره الإعلام الرقمي بمتوسط (3.02)، مما ينبئ بوجود تأثير سلبي ناتج عن التعرض لبعض المحتويات. بشكل عام، مع متوسط عام لجميع الفقرات يبلغ (3.23) وانحراف معياري (.79380)، يمكن القول إن الأثر الوجداني لوسائل الإعلام الرقمية متوسط، ويتضمن تأثيرات مختلطة تتراوح بين تحفيز الانخراط والمتابعة وبين إثارة مشاعر سلبية مثل القلق والإحباط.

واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (السعيد، 2020) التي ابتغت التعرف الى استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي، حيث أشارت نتائجها الى أن متابعة الأخبار بشكل شامل جاءت في المرتبة الأولى ضمن المحتويات التي يحرص الشباب السعودي على متابعتها في وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (50.46%)، وهذا يوضح تأثير وسائل الإعلام الرقمية المحفز للإطلاع على الأخبار بصفة مستمرة.

نتائج التساؤل الرابع: التأثيرات السلوكية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار من وجهة نظر طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك.

جدول (6)

التأثيرات السلوكية المتحققة جراء استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار مرتبة تنازليا

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
تحتفي وسائل الإعلام الرقمية على دعم حقوق الآخرين	3.31	1.295	متوسطة
تدفعني وسائل الإعلام الرقمية للمشاركة في الفعاليات والنشاطات والحملات التوعوية	3.29	1.281	متوسطة
تؤثر وسائل الإعلام الرقمية ايجابياً على تفاعلي مع الأخبار	3.24	1.362	متوسطة
تؤثر وسائل الإعلام الرقمية سلبياً على تفاعلي مع الأخبار	2.89	1.337	متوسطة
متوسط جميع الفقرات	3.18	.81835	متوسطة

أشارت نتائج جدول (6) الى التأثيرات السلوكية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية، حيث يعكس التحفيز على دعم حقوق الآخرين أعلى التأثيرات بمتوسط حسابي قدره (3.31)، مما يدل على دور إيجابي للإعلام الرقمي في تنمية السلوك المدني والمشاركة الاجتماعية، كما وتحتل فقرة " تدفعني وسائل الإعلام الرقمية للمشاركة في الفعاليات والنشاطات والحملات التوعوية" المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.29)، وأظهرت النتائج تأثير سلبي بمتوسط حسابي (2.89) لفقرة التأثير السلبي على التفاعل مع الأخبار، ما يشير إلى وجود تحديات قد تؤثر على السلوكيات المتعلقة بتلقي الأخبار والتفاعل معها. وبمتوسط عام لكل الفقرات يبلغ (3.18) وانحراف معياري (.81835). أظهرت نتائج الجدول درجة متوسطة للتأثير العام، ما يعني أن وسائل الإعلام الرقمية لها تأثير معتدل على سلوكيات المتابعين فيما يخص الأخبار.

وتشابهت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (جفات، 2019) التي ابتغت التعرف الى دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين، حيث أسفرت نتائجها عن الموضوعات الأكثر انتشاراً، والتي تصب اهتمامها على الجانب الإنساني وتقديم المساعدات للمحتاجين، وإحداث تغييرات في السلوك العاطفي والوجداني بشكل إيجابي.

اختبار فرضية الدراسة: توجد فروقات ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين اتجاهات طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك والمتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة (الجامعة، المستوى الدراسي).

جدول (7)

اختبار التباين (MANOVA) للفروقات في إجابات المشاركين حول اتجاهات طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والرقمي حسب الجامعة

المتغير التابع	نوع III المربعات	مجموع درجات الحرية	مربع المتوسط	قيمة ف الدلالة
ما اتجاهاتك نحو مصادر أخبار وسائل الإعلام التقليدية؟	1.607	1	1.607	.141
ما الوسيلة الإعلامية التقليدية التي تفضلها للحصول على الأخبار؟	.010	1	.010	.890
ما اتجاهاتك نحو مصادر أخبار وسائل الإعلام الرقمية؟	1.136	1	1.136	.238
ما الوسيلة الإعلامية الرقمية التي تفضلها للحصول على الأخبار؟	.095	1	.095	.715
ما درجة التوافق بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية؟	.735	1	.735	.017
ما درجة التنافر بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية؟	1.237	1	1.237	.005
ما أوجه الشبه بين الإعلام التقليدي والرقمي؟	1.612	1	1.612	.212
ما أوجه الاختلاف بين الإعلام التقليدي والرقمي؟	1.207	1	1.207	.219
ما مدى اعتمادك على الإعلام التقليدي والرقمي لمعرفة الأخبار؟	.008	1	.008	.912
ما التأثيرات المعرفية المتحققة جراء استخدامك لوسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار؟	.282	1	.282	.585
ما التأثيرات الوجدانية المتحققة جراء استخدامك لوسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار؟	.290	1	.290	.498
ما التأثيرات السلوكية المتحققة جراء استخدامك لوسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار؟	.095	1	.095	.705

في دراسة الفروقات في إجابات طلبة الإعلام من جامعتي البترا واليرموك حول اتجاهاتهم تجاه مصادر الأخبار، ومع مراعاة انتمائهم الجامعي، يكشف اختبار التباين (MANOVA) عن وجود اختلافات مهمة إحصائياً. أولاً، يتبين من بيانات جدول (7) وجود فروق دالة إحصائية في تصورات الطلاب حول التوافق بين وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، حيث توضح قيمة F البالغة (5.733) ومستوى دلالة p البالغ (0.17) وجود تباين في الرؤى بين طلاب الجامعتين لصالح جامعة البترا، وهذا يعني أن طلاب جامعة البترا يشعرون بوجود توافق أكبر بين الوسائل التقليدية والرقمية مقارنة بطلاب جامعة اليرموك.

ثانياً، بالنسبة لدرجة التنافر بين الإعلام التقليدي والرقمي، تشير قيمة F البالغة (8.140) ومستوى دلالة p البالغ (0.05) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الطلاب في كلا الجامعتين، وهذا يدل على أن طلاب إحدى الجامعتين قد يلاحظون اختلافاً أكبر بين الوسائل التقليدية والرقمية مقارنة بالطلاب في الجامعة الأخرى.

هذه النتائج تشير إلى أن الانتماء الجامعي يمكن أن يلعب دوراً في تشكيل تصورات واتجاهات الطلاب نحو الإعلام التقليدي والرقمي، كما وتدل هذه البيانات على أن الخلفية التعليمية والثقافية داخل كل جامعة لها تأثير على كيفية تفاعل الطلاب مع مختلف وسائل الإعلام وفهمهم لهذه الوسائل.

جدول (8)

اختبارا التباين (MANOVA) للفروقات في اجابات المشاركين حول اتجاهات طلبة كليتي الإعلام في جامعتي البترا واليرموك نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والرقمي حسب المستوى الدراسي

المتغير التابع	نوع III المربعات	مجموع درجات الحرية	مربع المتوسط	قيمة ف الدالة
ما اتجاهاتك نحو مصادر أخبار وسائل الإعلام التقليدية؟	8.054	5	1.611	2.182
ما الوسيلة الإعلامية التقليدية التي تفضلها للحصول على الأخبار؟	5.450	5	1.090	2.116
ما اتجاهاتك نحو مصادر أخبار وسائل الإعلام الرقمية؟	16.601	5	3.320	4.088
ما الوسيلة الإعلامية الرقمية التي تفضلها للحصول على الأخبار؟	1.359	5	.272	.381
ما درجة التوافق بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية؟	.369	5	.074	.575
ما درجة التنافر بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية؟	.405	5	.081	.534
ما أوجه الشبه بين الإعلام التقليدي والرقمي؟	3.433	5	.687	.665
ما أوجه الاختلاف بين الإعلام التقليدي والرقمي؟	2.417	5	.483	.607
ما مدى اعتمادك على الإعلام التقليدي والرقمي لمعرفة الأخبار؟	3.048	5	.610	.941
ما التأثيرات المعرفية المتحققة جراء استخدامك لوسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار؟	2.954	5	.591	.627
ما التأثيرات الوجدانية المتحققة جراء استخدامك لوسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار؟	2.322	5	.464	.737
ما التأثيرات السلوكية المتحققة جراء استخدامك لوسائل الإعلام الرقمية في الحصول على الأخبار؟	5.632	5	1.126	1.695

في دراسة الفروقات الدالة إحصائيًا في ردود فعل طلبة الإعلام من جامعتي البترا واليرموك، مع التركيز على المستوى الدراسي وتأثيره على اتجاهاتهم تجاه مصادر الأخبار الرقمية والتقليدية، يتبين أن المستوى الدراسي عاملاً مؤثراً في الاتجاهات نحو مصادر أخبار وسائل الإعلام الرقمية، وفقاً للبيانات من جدول اختبار التباين (MANOVA)، يظهر وجود فروق دالة إحصائية في هذا الجانب، حيث بلغت قيمة F قرابة (4.088)، ووصل مستوى دلالة p إلى (0.01)، وتشير هذه النتيجة إلى تأثير المستوى التعليمي بشكل واضح على تفاعل الطلاب مع وسائل الإعلام الرقمية واتجاهاتهم تجاهها. كما ويتبين موقف الطلاب تجاه الإعلام الرقمي بناءً على المراحل التعليمية المختلفة، مما قد يرتبط بالاختلاف في تعرضهم للتكنولوجيا وخبراتهم في استخدام وسائل رقمية متنوعة. على سبيل المثال، من المحتمل أن يكون الطلاب في المستويات التعليمية العليا أكثر اعتياداً وراحة في استعمال وسائل الإعلام الرقمية مقارنة بزملائهم في المستويات الأدنى. أما بالنسبة للمتغيرات الأخرى المتعلقة بمصادر الأخبار التقليدية، الوسائل الإعلامية المفضلة، والتوافق والتنافر بين الإعلامين التقليدي والرقمي، فلم تُظهر البيانات وجود فروق دالة إحصائية ترتبط بالمستوى التعليمي للطلاب. وهذه النتائج تدل على أن المستوى الدراسي يؤثر بشكل مهم على تشكيل اتجاهات الطلاب نحو الإعلام الرقمي، مما يعكس تأثيره على طريقة استقبالهم وتفاعلهم مع المحتوى الإخباري الرقمي.

التوصيات

توصي الدراسة في ضوء النتائج التي توصلت إليها بالآتي:

- توعية طلبة كليات الإعلام بدور وسائل الإعلام الرقمية في إحداث تغيير معرفي استراتيجي في سلوكياتهم.
- قيام القائمين بالإتصال برفد الوسائل الإعلامية التقليدية بأساليب متطورة تمكنها من مواكبة العصر في ظل المنافسة الإعلامية الرقمية، وتمكن الشباب الجامعي من الاعتماد عليها نظراً لطبيعة العلاقة التكاملية، والتي تجمع بين الإعلام التقليدي والرقمي.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم، علي حجازي (2017). التكامل بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، عمان: دار المعزز للنشر والتوزيع.
- بني يونس، محمد محمود (2009). سيكولوجية الدافعية والإنفعالات، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- جفات، حميد شهيد (2019). دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين، رسالة ماجستير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، المملكة الأردنية الهاشمية.
- حجاب، محمد منير (2004). المعجم الإعلامي، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ص8.
- الحمامي، هاشم نعيمش (2020). اتجاهات الجمهور الأردني نحو مصداقية الأخبار في الإعلام الإلكتروني الرقمي (الصحافة الإلكترونية)، مجلة بحوث العلوم الإنسانية، مج 28، ع 3.
- خليفة، عبداللطيف وعبدالله، معتز سيد (2011). الدوافع والإنفعالات، ط1، الرياض: دار الزهراء للنشر والتوزيع.
- الدبيسي، عبد الكريم علي (2021). الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي، ط1، عمان: دار المسيرة.
- درويش، أحمد عادل (2018). النفاذية والاندماج الرقمي في الإعلام الجديد، ط1، القاهرة: المكتبة العصرية.
- السعيد، مصعب بن ابراهيم (2020). استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي، مجلة البحوث الإعلامية، مج 5، ع 55، جامعة الأزهر.
- سليم، حنان (2022). الاتجاهات الحديثة في نظريات الإعلام، الرياض: مكتبة الرشد.
- سمبلوه، مياسر وليد (2022). تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي - دراسة ميدانية على القائم بالإتصال، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 6، ع 5.
- السهلي، بلقاسم (2021). الإعلام الرقمي الجديد بين المثالية الذكية و متغيرات الواقع، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام و الرأي العام، مج 4، ع 1.
- شعبان، خيفر (2002). مصطلحات في الإعلام و الإتصال، ط1، الجزائر: دار اللسان العربي، ص1.
- شناف، شريف (2011). الانسان التداولي و المواطنة الافتراضية، مجلة المستقبل العربي، ع 394، بيروت.
- صادق، عباس مصطفى (2008). الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، عمان: دار الشروق.
- العبدالله، مي (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والإتصال، بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
- العنزي، فيصل بن عيد علي السبيعي (2020). مصادر الأخبار في الإعلام الجديد وتأثيراتها على أمن المجتمع السعودي : دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- القحطاني، عبد الله (2020). دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، مج 28، ع 4، ص 223-301.
- محجوب، وجيه (2005). أصول البحث العلمي و مناهجه، ط2، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

- المزاهرة، منال (2020). مناهج البحث الإعلامي، ط2، عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر.
 - المنصور، محمد (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجاً، رسالة ماجستير منشورة، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك.
 - الهيتي، هيثم (2008). الإعلام السياسي و الإخباري في الفضائيات، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

- Feldman R. S., (1999). Understanding Psychology, (5th) Edition. Boston: McGraw-Hill College.
- 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.
- 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).