



The Impact of Digital Media on Shaping an Electronic Audience Base for Traditional Media: The Case of Al-Mamlaka Channel

Razan Almomany^{1,*}, Mohammed Habes²

(Type: Full Article) Received: 26 January 2025, Accepted: 21 December 2025

Accepted Manuscript, First Online

Abstract: Objectives: The study primarily aimed to determine the impact of digital media on shaping an electronic audience base for traditional media and to ascertain whether production technologies play a role in attracting audiences to follow the Al-Mamlaka Channel digitally. Additionally, it sought to assess the extent to which the information available on Al-Mamlaka Channel electronically meets the audience's information needs.

Methodology: The study adopted a descriptive survey approach to obtain results and utilized a questionnaire distributed to 217 individuals from the Jordanian community who follow the Al-Mamlaka Channel.

Key Findings: The results indicate that Al-Mamlaka Channel meets its audience's desire for information, with the majority leaning towards following its social media pages and website more than television screens. Furthermore, the results illustrate that the digital production technologies used by the Al-Mamlaka Channel play a significant role in attracting audiences alongside the news value.

Conclusion: The study highlights the Jordanian community's interest in obtaining information digitally more than through traditional media. It also demonstrates that the use of digital production technologies and media in news templates, in addition to the credibility considered among the key professional media standards, makes the media institution a focal point for the audience despite the presence of competitors.

Recommendations: The study recommends that traditional media organizations give greater attention to their presence on digital media platforms by establishing a dedicated team responsible for managing, supervising, and continuously updating their digital platforms. Furthermore, the study emphasizes the integration of artificial intelligence technologies into media practices to improve the speed and efficiency of news production and to keep pace with the demands of digital news competition and timeliness.

Keywords: Digital media, Traditional media, Audience base, Al-Mamlaka Channel, Media reliance, Technology acceptance model.

أثر الإعلام الرقمي في تشكيل قاعدة جماهيرية إلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية: قناة المملكة أنموذجاً

رزان المومني^{1,*}، محمد حابس²

تاريخ التسليم: (2025/01/26)، تاريخ القبول: (2025/12/21)

ملخص: الهدف: هدفت الدراسة بصورة أساسية لمعرفة أثر الإعلام الرقمي في تشكيل قاعدة جماهيرية إلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية. ومعرفة إن كانت التقنيات الإخراجية تلعب دوراً كأسلوب جذب للجمهور لمتابعة قناة المملكة رقمياً، ومعرفة إلى أي درجة تلبي المعلومات المتاحة على قناة المملكة إلكترونيًا رغبات الجمهور في الحصول على المعلومات، بالإضافة إلى استنتاج القواعد المهنية الإعلامية التي تعتمدها قناة المملكة والتي بدورها تجعلها محط أنظار الجمهور على الرغم من وجود منافسين لها.

المنهجية: تم الاعتماد على المنهج الوصفي المسحي في الحصول على النتائج واستخدام أداة الاستبيان التي وُزعت على (217) مفردة من أفراد المجتمع الأردني متابعي قناة المملكة.

أهم النتائج: تظهر النتائج أن قناة المملكة تلبي رغبة جمهورها بالحصول على المعلومات، وأن غالبيتهم يميلون لمتابعة صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وموقعها الإلكتروني أكثر من شاشة التلفاز، كما أوضحت النتائج أن التقنيات الإخراجية الرقمية المستخدمة في قناة المملكة تؤدي دوراً هاماً في جذب الجمهور لمتابعتها إلى جانب القيمة الإخبارية.

الاستنتاجات: خلصت الدراسة إلى إبراز اهتمام المجتمع الأردني في الحصول على المعلومات رقمياً بشكل أكبر من الإعلام التقليدي، كما بينت أن استخدام التقنيات الإخراجية والوسائط الرقمية في القوالب الإخبارية بالإضافة إلى المصداقية التي تعد من أبرز قواعد المهنية الإعلامية تجعل المؤسسة الإعلامية محط أنظار الجمهور بالرغم من وجود منافسين لها.

التوصيات: توصي الدراسة مؤسسات الإعلام التقليدية بالاهتمام بمواقعها على منصات الإعلام الرقمي وتخصيص فريق عمل مختص للإشراف والعمل عليه وتحديثه باستمرار. بالإضافة إلى إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي لإنجاز أسرع ومواكبة السبق الصحفي رقمياً.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الإعلام التقليدي، قاعدة جماهيرية، قناة المملكة، الاعتماد على وسائل الإعلام، نموذج التقبل التكنولوجي.

1 Department of Animation & Multimedia, Faculty of Architecture and Design, Philadelphia University, Amman, Hashemite Kingdom of Jordan.
Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-3304-3079>

* Corresponding author email: rmomany@philadelphia.edu.jo

2 Department of Radio and Television, Faculty of Mass Communication, Yarmouk University, Irbid, Hashemite Kingdom of Jordan.

mohammad.habes@yu.edu.jo

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3790-7303>

1 قسم التحريك والوسائط المتعددة، كلية العمارة والتصميم، جامعة فيلادلفيا، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.

* الباحث المراسل: رزان المومني

2 قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، المملكة الأردنية الهاشمية.

من هنا جاءت ضرورة إجراء دراسة وصفية مسحية لمعرفة أثر الإعلام الرقمي في تشكيل قاعدة جماهيرية إلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية ويتفرع منه الأهداف التالية:

1. فهم دور التقنيات الإخراجية في جذب الجمهور لمتابعة مؤسسات الإعلام التقليدي على منصاتها الرقمية.
 2. تحليل قدرة المنصات الرقمية للمؤسسات الإعلامية التقليدية على تحقيق رغبات الجمهور في الحصول على المعلومات المتنوعة.
 3. تحديد أهمية السلوك المهني الإعلامي وانعكاسه على تفضيل الجمهور متابعة مؤسسة إعلامية عن أخرى .
 4. التأكيد على أهمية وسائل الإعلام الرقمية كأثر الوسائل متابعة من قبل الجمهور للحصول على المعلومات.
- مشكلة الدراسة:**

حددت مشكلة الدراسة وفقاً للدراسات الاجتماعية والإعلامية على وجه الخصوص الباحثة حول الإعلام الرقمي والتي كشفت عن زيادة مؤشرات اعتماد الأفراد على منصات التواصل الاجتماعي في متابعة الصفحات الإلكترونية لمؤسسات الإعلام التقليدية (عبدالله وفاضل، 2018) وإقبال المستخدمين الواسع لوسائل الإعلام الرقمية باعتبارها مصدر المعلومات والأخبار بسهولة ويسر التعامل معها واتاحتها باستمرار على الهواتف الذكية ما توفر على المستخدمين وقتاً وجهداً في متابعتها (عزوز، 2021) بالإضافة إلى الدور الذي قام به الإعلام الرقمي في دعم مؤسسات الإعلام التقليدية وزيادة تطورها بفضلها (ناموس، 2020). وفي ظل عصر الرقمنة ينظر الباحثون اليوم إلى تلاشي دور المؤسسات التقليدية بالتزامن مع نشأة الإعلام المعاصر الذي تخطى الحدود الزمانية والمكانية وأصبح منافساً حقيقياً لتلك المؤسسات (عيسوي، 2017) ما دفعها لاستثمار شعبية تلك المواقع في بناء ركيزة إعلامية رقمية لها لتبقى مصدر المعلومات الأول للمستخدم بغض النظر عن الوسيلة.

فاليوم هناك قضية تثار تكمن في قدرة المؤسسات الإعلامية التقليدية على تشكيل اتجاه الجمهور نحوها والمحافظة عليه وكسب ثقته في ضوء منافسة المواقع الإخبارية الإلكترونية وتعدد صفحات المؤسسات الإعلامية الأخرى (الحازمي، 2023) إلا أن معظم الدراسات ركزت على تأثيره النفسي والصحي على الأفراد بينما لم تول اهتماماً كافياً لأثره في تشكيل قاعدة جماهيرية إلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية. ومن هذا المنطلق تتمثل مشكلة الدراسة وتتفرع منها الأسئلة الآتية:

1. ما دور الرؤية الإخراجية الرقمية في جذب الجمهور لمتابعة قناة المملكة على مواقعها الإلكترونية؟

منذ نشأتها، حققت شبكات الإعلام الرقمي نجاحاً شاسعاً في مختلف النطاقات، ولعلّ وصول الجماهير للمعلومة بكل سهولة ويسر وفي أي زمان ومكان كان أبرزها (Ali et al., 2020) ذولعلّ متطلبات الإنسان المعرفية واهتماماته المختلفة وسعيه للحصول على المعلومة بأي شكل كان ومراجعتها وقتما احتاج ومحاولة الوصول باستمرار لمؤسسات إعلام تتفق معه في توجه معين ومتابعة بسياسة تحريرية محددة؛ دعت لكيونة إعلام رقمي متاحاً بين أيدي جميع المستخدمين على تعددهم واختلافهم.

وفي الحين الذي فقدت فيه مؤسسات الإعلام التقليدية ثقة جمهورها خاصة تلك المملوكة للقطاع العام في الدولة (صولي، 2022) وبدأت الأنظار تتوجه نحو الإعلام الإلكتروني الذي فتحت أمامه الوسائل الرقمية ليصبح في ما بعد منابر "الكلمة الحرة" المجيدة لمفهوم الخدمة الإعلامية العامة، ونشأت كمنافساً لمؤسسات الإعلام التقليدية (محمد وريحاب، 2020) وتماشياً مع ما آلت إليه المجتمعات إلكترونياً، ارتأت وسائل الإعلام التقليدية ضرورة بل وأهمية مواكبة كلّ السبل اليسيرة للوصول إلى فئاتها المستهدفة فانطلقت بتقديم رسائلها الإعلامية رقمياً كإجراء مكمل للوسائل التقليدية المعتادة ليتاح في ذلك للجمهور تلقي المعلومات والتفاعل معها وسهولة فهمها بفضل تعزيزها بالوسائط المتعددة، ما بات من المعتاد تردد لمسامعنا مؤسسات وخدمات رقمية عدة (جميلة ويوسف، 2019) ولعلّ أبرزها التحول الرقمي الذي طال مؤسسات الإعلام التقليدية في الأردن حتى أنها بدت خطوة أساسية حال استحداث أي وسيلة إعلامية تقليدية. تفسر (محمد، 2019) ذلك لتكون المؤسسة على تواصل مباشر دائم مع جمهورها بالإضافة إلى مواكبتها أحدث التطورات التكنولوجية فتراها تلمع أسماء في الفضاء الرقمي مضيفة لنشاطها الإعلامي التقليدي رقمنة مُلبية فيها اهتمامات كافة جمهورها. ثم أنه لا يمكن إنكار شعبية مواقع التواصل الاجتماعي (Alghizzawi et al., 2019) التي أضحت إحدى وسائل الإعلام الرقمي، فيرى المستخدمون اليوم أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت تلبى رغباتهم المعرفية (الدريبي، 2020). وفي صدد بحث الناس دوماً عن المعلومة أياً كان نوعها في كل الأوقات تسعى كافة المؤسسات الإعلامية التقليدية لتقديمها بشكل يوازي ويرفع نسبة ثقتهن بها، علّه يسهم في تشكيل اتجاه الجمهور نحو متابعتها رقمياً، من جميع فئات المجتمع وخاصة الشباب بكونهم أكثر تفاعلاً مع التطورات التكنولوجية (شميسة، 2020)، خصوصاً وأنه من السهل الوصول للصفحات الرقمية الخاصة بمؤسسات الإعلام التقليدي عبر تلك المواقع بحكم توثيقها الرقمي رسمياً كمؤسسات إعلامية ما يحقق لها قاعدة شعبية كبيرة وهائلة تفتح لها أبواباً عدة أهمها الديمومة والاستمرارية وزيادة الإيرادات المادية.

(الفروخ، 2022)

مؤسسات الإعلام التقليدي (إجرائياً): أداة ممنهجة لإيصال المعلومات لها علاقة في تشكيل اتجاه الجمهور نحو متابعتها رقمياً من خلال وسائل الإعلام الرقمي..

منهج الدراسة ونوعها

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، الذي ينطوي إلى وصف الظواهر المراد البحث فيها من خلال منهجية علمية صحيحة معتمدة على الأسلوب المسحي (مسح جمهور وسائل الإعلام) الذي يعتمد على جمع المعطيات الأساسية المتعلقة بمجتمع الدراسة بغرض وصف الظاهرة المدروسة (طواهر وبلال، 2022) بما يخدم المشكلة البحثية المتمركزة حول العلاقة بين وسائل الإعلام وتشكيل اتجاه الجمهور نحو متابعة وسائل الإعلام التقليدية رقمياً.

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة، وقد تم توزيعه إلكترونياً عبر منصات التواصل الاجتماعي لضمان وصوله إلى أكبر عدد ممكن من الفئات المستهدفة.

إجراءات الصدق والثبات

تم العمل على إجراءات الصدق والثبات (الصدق الظاهري) و (صدق الاتساق الداخلي) للتأكد من كفاءة أداة الدراسة لقياس ما وُضعت لأجله.

الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

كأكثر الطرق شيوعاً واستخداماً لدى الباحثين، التي تتم بواسطة عرض أداة الدراسة على محكمين مختصين في المجال البحثي أو موضوع الدراسة بهدف التأكد من نجاحها لقياس الموضوع الذي صممت لأجله أو تصويب الفقرات المُتضمنة فيه (حنان ونعيم، 2020)، طُرحت أسئلة أداة الدراسة (الإستبيان) بصورتها الأولية على 4 محكمين مختصين في الدراسات الإعلامية وبعد الإطلاع على آراءهم تم حذف سؤال وإعادة صياغة سؤالين.

صدق الاتساق الداخلي/ ثبات المقياس: ألفا كرونباخ (α)

يعتبر معامل ثبات ألفا كرونباخ، معامل الثبات الأكثر انتشاراً واستخداماً في دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية التطبيقية. وباستخدامه تم التحقق من مدى ثبات الأداة بتجربتها على أفراد من مجتمع الدراسة وتم حساب معامل ثبات ألفا كرونباخ لنتائجهم وأشارت إلى وقوف معامل الثبات الكلي عند 0.881 ما يدل على وجود اتساق داخلي مرتفع لأداة الدراسة وإتمامها لدرجة كبيرة من الثبات. بالتالي مناسبتها لإجراء الدراسة. والجدول رقم (1) يظهر تفاصيل نتائج ألفا كرونباخ في كل محور من محاور

2. كيف تلبي المعلومات المتاحة على منصات قناة المملكة

الرقمية رغبات الجمهور في الحصول على المعلومات؟

3. ما أخلاقيات العمل الإعلامي التي مكّنت قناة المملكة من كسب ثقة الجمهور على منصاتها الرقمية على رغم من وجود منافسين؟

4. ما الوسيلة الإعلامية الأكثر اعتماداً من قبل الجمهور للحصول على المعلومات؟

الفروض:

1. لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والنوع الاجتماعي والمؤهل التعليمي.

2. يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين اهتمام الجمهور بالتقنيات الاخبارية وحجم تعرضهم لقناة المملكة رقمياً.

3. يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين مصادر المعلومات ومقدار التعرض للمواقع الإلكترونية.

4. يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مقدار التعرض لقناة المملكة رقمياً يومياً وأنواع المحتويات الإعلامية المتابعة على قناة المملكة إلكترونياً

مصطلحات الدراسة

الإعلام الرقمي (اصطلاحاً): "يقصد به تلك الوسائل التي تولدت من خلال التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام التقليدية، والمتمثلة بشبكات التواصل الاجتماعي" (القعاري، 2020).

الإعلام الرقمي (إجرائياً): مجموعة مواقع إعلامية الكترونية يوجد علاقة بينها وبين تشكيل اتجاه الجمهور نحو متابعة وسائل الإعلام التقليدية رقمياً.

مؤسسات الإعلام التقليدي (اصطلاحاً): "مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر، الغاية الإعلامية منها تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل ومدى مساهمته لروح العصر والفاعلية الموضوعية"

الدراسة.

الجدول (1): نتائج ألفا كرونباخ في محاور الدراسة

المحور	العناصر	ألفا كرونباخ
ثقة الجمهور بالأداء الإعلامي	المصادقية	0.926
	الموضوعية	
	الحيادية	
	تغطية فورية	
	توظيف التقنيات الإخراجية	
	قوالب إخبارية متنوعة	
التعرض الرقمي للمعلومات	السهولة	0.945
	اتاحة المعلومة باستمرار	
	السرعة	
	التفاعلية	
	الوصول للتفاصيل	
مواقع التواصل الاجتماعي	تلبية الرغبة في الحصول على المعلومة	0.587
	أهمية القيمة الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي	
معامل الثبات الكلي		0.881

مجتمع الدراسة وعينتها

تألف مجتمع الدراسة من أفراد المجتمع الأردني المتابعين لقناة المملكة رقمياً ممن أتمت أعمارهم 18 عاماً؛ وذلك لأن قناة المملكة تعتبر قناة خدمة عامة إخبارية يتسم خطابها بالرسمية والجمود قد لا تلبي احتياجات الفئات الأقل عمراً في التسلية والترفيه.

عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من عدد من أفراد المجتمع الأردني المتابعين لقناة المملكة رقمياً ممن أتمت أعمارهم 18 عاماً، تم تحديدهم باستخدام العينة المتاحة لضخامة حجم مجتمع الدراسة الذي يتجاوز المليون. ثم تم توزيع استبيان الكتروني للعينة فبلغ مجموع المستجيبين (239) مستجيب. كما يبين الجدول (2):

الجدول (2): توزيع عينة الدراسة وفقاً لسماتهم الديموغرافية

المتغيرات	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	110	46%
	أنثى	129	54%
العمر	28_18	118	49.4%
	39_29	65	27.2%
	40_أكثر	56	23.4%

ثانوي فأدنى	14	5.9%
دبلوم	19	7.9%
بكالوريوس	140	58.6%
دراسات عليا	65	27.2%
إقليم الشمال	88	36%
إقليم الوسط	130	54.4%
إقليم الجنوب	21	8.8%
دائماً	25	10.5%
غالباً	59	24.7%
أحياناً	82	34.3%
نادرأ	51	21.3%
لا أتعرض	22	9.2%
المجموع	239	100%

التحليل الإحصائي إلى أن هنالك 10.5% فقط من العينة يتابعون قناة المملكة بشكل دائم بالمقابل 34.3% منهم أحياناً ما يتابعونها في حين أن هنالك 9.2% أي ما يعادل 22 مفردة منهم لا يتعرضون أبداً لقناة المملكة وبحكم أن الدراسة تُعنى بالمتعرضين لقناة المملكة فقط فقد تم إقصاء الذين لا يتعرضون لها من إكمال إجراء الاستبانة ما يعني إقصاءهم من الدراسة، ليصبح عدد مستكملي الاستبانة 217 صالحة لاستكمال التحليل الإحصائي. الجدول (3) استكمال المتغيرات الديموغرافية بعد الإقصاء.

توضح بيانات الجدول أن غالبية أفراد العينة كانت من الإناث بنسبة 54% في حين لم يشكل الذكور من العينة إلا 46% يعود ذلك لعدة اعتبارات منها أن وصول الباحثة للإناث كان أيسر من وصولها للذكور. كما غلبت الفئة العمرية 18_28 لتشكل ما نسبته 49.4% منها وتمركزت في المرحلة الدراسية العليا الأولى (بكالوريوس) بنسبة 58.6% تلاها فئة الدراسات العليا بنسبة 27.2% كما توضح البيانات أن غالبية الأفراد كانت من قاطني إقليم الوسط حيث جاءت بنسبة 54.4% وبنسبة 36% من إقليم الشمال فقط 8.8% من إقليم الجنوب ويأتي ذلك بسبب ارتفاع عدد سكان إقليمي الوسط والشمال أكثر من إقليم الجنوب وأن الباحثة تمكنت من الوصول لإقليمي الوسط والشمال بحكم القرب المكاني منهم. كما أظهر

الجدول (3) يوضح المتغيرات الديموغرافية بعد إقصاء 22 من المستجيبين

المتغيرات	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
مستوى التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي	دائماً	171	78.8%
	أحياناً	39	18%
	لا أتعرض	7	3.2%
المجموع		217	100%

الإجتماعي. وهذا ما يشكل ورقة رابحة للمؤسسات الإعلامية للحوز على ثقة الجمهور رقمياً وزيادة متابعتها.

بعدما تم إقصاء الذين لا يتعرضون لقناة المملكة أبداً تم استكمال اجراءات الاستبيان والتحليل الإحصائي بمجموع 217 مفردة، يبين البيانات أعلاه أن غالبية الأفراد العظمى دائماً ما يتعرضون لوسائل التواصل المختلفة بنسبة 71.5% وأن فقط ما قيمته 2.9% لا يتعرضون لمواقع التواصل

الإطار النظري والدراسات السابقة:

تعد خطوة مراجعة الأدب النظري إحدى أساسيات كتابة الأبحاث التطبيقية (Habes, 2019). ويشتمل هذا الإطار الحديث عن الخلفية النظرية المعتمدة في البحث وأبرز الدراسات السابقة الباحثة في مجال الإعلام التقليدي والرقمي.

1_ الدراسات السابقة

تمت مراجعة مجموعة دراسات وأبحاث سابقة وإجراء مسح على عينة منها طرحت موضوع العلاقة بين الإعلام الرقمي وتشكيل اتجاه الجمهور نحو متابعة وسائل الإعلام وبينت نتائج المسح شح الدراسات التي طرحت الموضوع بمتغيريه الإثنيين وما يربطهما ما دفع للبحث عن دراسات اقتربت من الموضوع أو تناولت إحدى المتغيرين.

- (إبراهيم ومكاوي، 2025) تأثير منصات المشاهدة الرقمية على التلفزيون التقليدي في إطار مفهوم التكامل الإعلامي.

تهدف الدراسة لتوضيح مدى تأثير المشاهدة الرقمية على التلفزيون التقليدي من جانب تحديد التغيرات التي أحدثتها المنصات الرقمية والوقوف على دور الإخراج الفني والإبداعي للمنصات الرقمية لجذب الجمهور. وقراءة السيناريوهات المحتملة لمستقبل الإعلام التقليدي (التلفزيون) في ظل التطور الرقمي. وذلك بالإعتماد على المنهج الكيفي واستخدام أداة المقابلة المتعمقة لمجموعة من الخبراء والمختصين العاملين في مجال الدراما والمنصات الرقمية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن المنصات الرقمية كان لها تأثير واضح على العمل الإعلامي ككل فقد أحدثت تغييرات جوهرية على الصعيدين الإنتاج والمتابعة. كما اتضح حجم تأثيرها على التسويق للمحتوى الرقمي، من جهة أخرى تنوعت آراء المختصين فيما يتعلق بمستقبل التلفزيون واتفق غالبيتهم على التكاملية بين المنصات الرقمية ووسائل الإعلام التقليدية.

- (منصور، 2024) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الإعلام المرئي في الجزائر: الفضائيات الجزائرية أنموذجاً.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسات الصحفية في الإعلام التقليدي وبيان مدى اعتماد الصحفيين عليها باعتبارها مصدراً للمعلومات وصناعة المحتوى. وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي الوصفي وباستخدام أداتي الملاحظة والاستبيان الموزعة على عدد من الصحفيين العاملين في مؤسسة صحفية محلية. وجاءت النتائج تشير إلى أن منصات التواصل الاجتماعي باتت إحدى الوسائل الإعلامية بالنسبة للإعلاميين

الجزائريين، حيث أصبح السبق الصحفي عاملاً من عوامل ضرورة استخدامها بل وجعلها أيضاً الخيار الأول. كما أوضحت النتائج مبدأ التكاملية بينها وبين وسائل الإعلام التقليدية من عدة جوانب كالتقريب عن المعلومات ونشرها بسلاسة ووضوح.

- (العتيبي، 2023) تحولات وتأثيرات الإعلام وتكنولوجيا المعلومات على وسائل الإعلام التقليدية.

جاءت هذه الدراسة بهدف معرفة مدى تأثير الرقمنة على وسائل الإعلام التقليدية والتحديات التي فرضتها على نقل المعلومات وأنماط استهلاكها من قبل الجمهور. بالإضافة إلى معرفة كيفية مساهمة الإعلام الرقمي في تعزيز تفاعل المؤسسات الإعلامية مع جمهورها. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً كبيراً في نقل المعلومات حتى أن وسائل الإعلام التقليدية باتت تعتمد عليها في نشر المحتوى الإعلامي والتفاعل مع الجمهور. كما اتضح أن المؤسسات الصحفية استفادت من الوسائل الرقمية في فهم اهتمامات الجمهور وتفضيلاتهم واحتياجاتهم المعرفية من خلال أدوات التحليل الرقمية. وأشارت إلى أنه وعلى الرغم من دورها الفاعل لكنها بذات الوقت فرضت تحولات عدة تطلبت من الصحفيين تحديث وتطوير مهاراتهم والتكيف مع بيئة الإعلام الحديثة. وبناءً على ذلك توصي الدراسة المؤسسات الإعلامية بتدريب الصحفيين لديهم وتطوير مهاراتهم. وتكاملية الأداء الصحفي مع الوسائل الرقمية. وتعزيز التفاعل مع الجمهور رقمياً.

- (الفروخ، 2022) العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين في الضفة الغربية وغزة.

جاءت هذه الدراسة لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين ومدى اعتمادهم على المنصات الرقمية كمصدر لمعرفة الأخبار. وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. وباستخدام أداة الاستبيان التي وزعت على عينة من الصحفيين بلغ عددهم (200) صحفي/ة. وتوصلت النتائج إلى اعتماد الصحفيين الكبير على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة مختلف أنواع الأخبار. وأوضحت النتائج أن العلاقة ما بين وسائل التواصل الاجتماعي والمؤسسات التقليدية هي علاقة إحصائية بمعنى أن المنصات الرقمية باتت محل اهتمام المؤسسات الإعلامية التقليدية. ووفقاً لذلك فقد أوصت الدراسة الصحفيين بضرورة التحقق من المعلومات المنشورة على المنصات الرقمية والالتزام بالقوانين والأخلاقيات الصحفية التي تنظم عملية البحث والنشر. كما أوصت المؤسسات الإعلامية بالاهتمام بتطويرها والعمل على تحديثها باستمرار لمواكبة التقدم التكنولوجي.

- (سويح، 2020) بعنوان استخدام الشباب لصفحات الجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيديو نموذجاً)

هدفت للاطلاع على دواعي لجوء الشباب لصفحات الصحف التقليدية على فيس بوك والاشباع المتحققة منها، بالاعتماد على المنهج الوصفي المسحي وأداة الاستبيان التي طبقت على مستخدمي صفحات الصحف على فيس بوك للحصول على المعلومات، وأظهرت النتائج تفضيل المستخدمين متابعة الصحف على فيس بوك وأنهم لا يتابعونها بشكل يومي، كما اتضح أن الأفراد يفضلون متابعة المواضيع الاجتماعية وأن ما يشد الانتباه للمنشورات الموجودة للصحف على فيس بوك استخدامها للوسائط المتعددة، كما تمثل الدافع وراء متابعتها في الوصول للأخبار المحلية وحب الإطلاع على آخر المستجدات، وبناءً على ما سلف أوصى الباحث بمتابعة صفحات الصحف على فيس بوك للوصول للمعلومة بكل يسر وسهولة، كما دعا لاستثمار الإمكانيات التي يقدمها فيس بوك لتعزيز المادة الخبرية فيها.

- (ناموس، 2020) انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية

يأتي مقصد هذه الدراسة لبيان انعكاسات الإعلام الرقمي وأثره على عمل الصحفيين، متخذةً المنهج الوصفي المسحي منهجاً معتمداً للدراسة وأداة الاستبيان أداة معتمدة لجمع المعلومات من عينة قوامها (63) صحفياً و(31) صحيفة، وتوصلت إلى أن المواقع الإخبارية من أولويات اهتمامات الصحفيين، كما أشارت لما يتمتع به الصحفي بمعرفة كاملة وتوظيف تطبيقات الهاتف في إنتاجه الصحفي، بالإضافة لاعتماده على المواقع الرقمية في الحصول على المعلومات وأن فيس بوك من أولى اهتماماتهم، بالإضافة لما أظهرته حول دعم الإعلام الحديث لمؤسسات الإعلام التقليدية وما شهد من تطورات مستمرة بفضلها، كما تبين لما يتمتع به الإعلام الجديد من مصداقية، ما أفضت لاهتمام تلك المؤسسات بالإعلام الحديث بنسبة كبيرة، بينما كان له أثر على الصحافة الورقية خاصة مع مواكبتها للتطورات المستمرة، موصياً بتدريب الصحفيين على كفية من خلال إقامة الدورات وورشات العمل، وتشجيع المؤسسات الصحفية التقليدية الصحفيين على اعتماد على شبكة الإعلام الرقمي.

- (العويوي، 2020) المصداقية ما بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين

تهدف الدراسة لقياس مصداقية الإعلام التقليدي والجديد، معتمداً المنهج الوصفي وأداتي المقابلة والاستبيان للحصول على النتائج من عينة الدراسة المتمثلة بـ 125 صحفياً وأظهرت وجود علاقة طردية تكمن بين الفئة العمرية سنوات الخبرة العملية ودرجة الثقة وأن تدخل الجمهور في المادة الصحفية تدخل في مصداقيتها في الإعلام الحديث من حيث استقبالهم

للمعلومة وإعادة نشرها بصياغة مختلفة ما يجعلها في شكوك حول مصداقيتها، وبناءً على ذلك أوصت الدراسة بضرورة ذكر المصدر عند كتابة أي نمط من أنماط الصحافة واختتمها بمقترح إنشاء مراكز أبحاث تعنى بالأبحاث الإعلامية.

- (محمد، 2019) مستقبل الإعلام التقليدي في ظل فاعلية الإعلام الجديد

جاءت هذه الدراسة بهدف التوصل لطبيعة العلاقة بين الإعلام التقليدي والجديد، والسعي لتقديم تصورات علمية لدمج النمطين الإعلاميين ومعرفة إلام وصل إليه حال الإعلام التقليدي في ظل تطور الإعلام الحديث، معتمدة المنهج الوصفي وأداتي الملاحظة والاستبيان لجمع المعلومات من عينة قوامها 80 إعلامياً وأساتذة جامعات سودانية التي أدلت بنتائج أبرزها: الأخبار تجذب الاهتمام بالإعلام التقليدي والتغطيات الحية في الإعلام الحديث، كما اتضح ما للإعلام الحديث من تأثيرات على الصعيد الإيجابي والسلبي، وأن محافظة الإعلام التقليدي على جمهوره يكمن في استقلاليته واطاحة حرية أكبر وفقاً لذلك أوصى الباحث بتطوير أسلوب التغطيات في الإعلام التقليدي مثل الإعلام الحديث، والعمل على تعزيز واستثمار الآثار الإيجابية للإعلام الحديث على التقليدي، ضرورة المحافظة على جمهور الإعلام التقليدي من خلال تمكينه ومحاولة اكساب سمات الإعلام الجديد للتقليدي ودعا لضرورة تأسيس بناء تكاملي بدوره يثمر إيجاباً في الإعلام التقليدي.

- التعليق على الدراسات السابقة:

ساهمت الدراسات السابقة بتوضيح تكاملية دور الإعلام بشقيه الرقمي والتقليدي في آلية إنتاج المعلومات وبثها للجمهور المستهدف. كما تؤكد غالبيتها على مسألة تفاعلية المؤسسات الإعلامية مع جمهورها من خلال منصاتها الرقمية. بالإضافة إلى أن عدد من الدراسات السابقة أشارت إلى أن الإخراج الصحفي الرقمي واستخدام الوسائط المتعددة ساهم بشكل مباشر في رفع نسبة وصول المنشورات للجمهور وجذبهم لمتابعتها باستمرار. ومما لا شك فيه أن هذه الدراسات أدت دوراً محورياً في فهم كيفية محاولة المؤسسات الإعلامية المحافظة على جمهورها بمختلف الطرق وتأتي هذه الدراسة مكملتها لما سبقها لدراسة تأثير الإعلام الرقمي على تشكيل قاعدة جماهيرية للإعلام التقليدي رغم عدد المنافسين المتزايد من المواقع الإخبارية الإلكترونية المستقلة.

- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

استفادت الباحثة وبشكل أساسي من استعراض الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وصوغها بناءً على النتائج والتوصيات التي قدمتها الدراسات من قبل، كما ساهمت في تحديد منهجية البحث وتحديد نوعها والأداة المستخدمة فيه لتحقيق نتائج واقعية، كما أنها أوضحت الرؤية لمتغيرات

وسيلة لها أثر في مجريات البحث، إضافة لذلك ساهمت في توظيف النظريات المعززة لمضمون الدراسة وتسوية نهج استعراض الأدب النظري خلالها.

- ما يميز هذه الدراسة

جاءت هذه الدراسة بحدائقها مكملة لما سبقها من الدراسات السابقة مستعينة بالتوصيات والنتائج التي خرجوا بها، متفردة ببعض النقاط التي تجعل منها دراسة غاية في الأهمية، فمع كثرة الدراسات الباحثة في مجال الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي أو أحدهما إلا أنها لم تتطرق أبداً منها لمسألة تشكيل قاعدة جماهيرية، ثم أن الأسمى من ذلك لم تتعامل أبداً منها مع جمهور المؤسسات الإعلامية مجتمعاً للدراسة ويعود هذا الفرد تبعاً لاختلاف متغيرات الدراسة وأهدافها في محاولة للوصول لنتائج والخروج بتوصيات دقيقة قابلة للتنفيذ على أرض الواقع، وبصفة أخرى يعتبر هذا البحث كأهم البحوث التطبيقية الإعلامية لاعتماده على الجمهور التابع لمؤسسات الإعلام مجتمعاً للدراسة أي قربها من أبناء المجتمع كافة بمختلف مستوياته العلمية وغيرها وهذا ما يميزها عن سواها من الدراسات.

الخلفية النظرية للدراسة

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

في مطلع سبعينيات القرن السابق على يد ملفين ديفلير وساندرا روكيتش بعدما وجدوا أن نظرية الاستخدامات والإشباع لم تحقق البحث في تأثير وسائل الإعلام (صالحية وبوطورة، 2020) وتتطرق النظرية إلى ازدياد اعتماد الأفراد على تلك الوسائل للحصول على المعلومات والأخبار، خاصة لو وجد الفرد أن وسائل الإعلام تلبي له حاجات وتحقق أهدافه وغاياته (أحمد، 2019) ويمكن القول أن هناك عاملان يؤطران عملية الاعتماد هذه يمكن شملهما كما يلي (محمد، 2020):

العامل الأول: أنَّ الفرد يلجأ للاعتماد على وسائل الإعلام عندما يطمح منها إشباع عديداً من احتياجاته بينما لا يعتمد على التي تلبي بعضاً محدداً منها وتختلف الاهتمامات من شخص لآخر.

العامل الثاني: يتمثل هذا العامل في حالة الاستقرار العام الاجتماعي والصراعات فعندما تكون بنسبة مرتفعة، تبحث المؤسسات في محاولة إيجاد خطط جديدة تُعنى في الاستهلاك الإعلامي لها.

- علاقة النظرية بالدراسة:

تفترض النظرية أنه كلما تنامي اعتماد الأشخاص على الإعلام لتلقي المعلومات، زاد انعكاس أثرها المعرفي والنفسي لديهم كما تفترض أن العوامل المؤثرة في استقرار المجتمع تؤثر بدرجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام؛ فكلما زاد مقدار

عدم الاستقرار في المجتمع زاد معدل الاعتماد، بالإضافة لافتراضها تباين الجمهور باعتمادهم على وسائل الإعلام تبعاً لتفاوت الأهداف والحاجات المراد تحقيقها. وانطلاقاً من أن هذه النظرية تهتم ببحث ما يجعل الأشخاص تعتمد على وسائل الإعلام وتأثيرها عليهم فقد أثبتت نجاحها في مجموعة عديدة من الأبحاث التي استخدمتها (أحمد، 2019، (Ali et al., 2020)، ثم أن رغبة الفرد في تحصيل المعلومات تدفعه للحصول عليها بمختلف الطرق لكنه يفضل السبيل الأسير لها من خلال الإعلام الرقمي ما يشكل اتجاه جمهور لمتابعة وسائل الإعلام التقليدية رقمياً.

- نموذج التقبل التكنولوجي (TAM)

طرح نموذج تقبل التكنولوجيا في نهاية ثمانينيات القرن الماضي عام 1989 من قبل (Davis)) واعتُبر من أكثر النماذج المفسرة للعوامل المؤثرة لتقبل المستخدمين للتكنولوجيا من حيث سهولة الاستخدام المتوقعة والفائدة المتصورة (Alghizzawi et al., 2019) وهذان العاملان يؤثران بشكل أساسي على عامل نية الاستخدام ثم أن العوامل الخارجية تعمل كعوامل وسيطة تؤثر في النية السلوكية للاستخدام من خلال الفائدة المحتملة وسهولة الاستخدام ومن هنا فإن هذه النظرية تدرس البحث في العوامل المؤثرة قبول واتباع نظام معلومات محدد من عدمها.

2_1 علاقة نموذج التقبل التكنولوجي بالدراسة

ينظر نموذج تقبل التكنولوجيا لمنهجية استخدام الأفراد للتكنولوجيا فهو يفترض أن سهولة استخدام نظاماً معيناً يشكل لديهم موقفاً إيجابياً تجاه استخدامه وأنه عندما يروون أن هذا النظام يفيد عملهم فإنه يكون لديهم رد فعل إيجابي تجاهه فيعودون استخدامه تكراراً ما يعني نجاحه (أبو نمر، 2021). وقد أثبت هذا النموذج نجاحه عملياً في اعتماده بعدد الدراسات الإعلامية الباحثة في مجال التكنولوجيا وتقبلها (Elareshi et al., 2022) وبحسب النموذج يقصد بسهولة الاستخدام المتوقعة مدى شعور الفرد بأن التكنولوجيا سهلة الاستخدام وأن الفائدة المتصورة تكمن في مدى تعزيز نتائج أداء وظيفة الفرد وهذان العاملان يؤثران في استخدام أنظمة التكنولوجيا. ثم أن للإعلام الحديث أثر في الوسائل التقليدية لكن تكمن أهميته في قبوله على أنها أداة سهلة في الوصول للمعلومات وبما أن نموذج يحاول قياس قبول التكنولوجيا تم اعتماده في تشكيل قاعدة جماهيرية إلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية رقمياً من خلال الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام، وقد أظهرت نتائج سابقة عن أن سهولة استخدام الإعلام الحديث والفائدة المرجوة منه أدت إلى زيادة نية اعتماده ومفاضلته من قبل الأفراد للحصول على المعلومات (ناموس، 2020)

قناة المملكة

قناة المملكة (الموقع الرسمي لقناة المملكة)

انطلقت قناة المملكة منتصف عام 2018 كقناة خدمة عامة أردنية ويتجسد هذا المفهوم في الإعلام العام المستثنى عن تدخل السلطات والمصالح الخاصة ويعكس المصلحة المجتمعية العامة. تعود ملكية القناة للقطاع العام وتُمَوَّل من موازنة الدولة العامة. تقدم القناة محتواها الإعلامي كخدمة إخبارية في كلِّ من الحقول الإقتصادية، الثقافية، السياسية، الصحية، الرياضية والبيئية، بالإضافة لقضايا المرأة والشباب وغيرها من الموضوعات.

وبرزت قناة المملكة كأول وسيلة إعلامية في الأردن تطلق "لجان الجمهور" التي تقوم بشكل أساسي على متابعة محتوى القناة على الشاشة والمنصات الإلكترونية وتقييمه من قبل جمهور القناة بتعديته وتنوعه بالإضافة لمتابعة الالتزام بالسياسة التحريرية المعلنة على الموقع الخاص بالقناة. وفي مساع الوصول لأكبر شريحة من المشاهدين أطلقت القناة بثها الإلكتروني كإجراء مكمل للشاشة التلفزيونية فأطلقت مجموعة حسابات رقمية خاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي إضافة لشبكة الانترنت فكانت حصيلة متابعاتها رقمياً كما يبين الجدول التالي: ** علماً أنَّ هذه الإحصائيات ليست ثابتة فهي معرضة للزيادة أو النقصان باستمرار **

الجدول (4): يبين منصات قناة المملكة الرقمية وعدد متابعيها حتى تاريخ 2022 /9/25 الساعة 5 AM

عدد المتابعين	المنصة الرقمية
3,637,123M	فيس بوك
795.8K	تويتر
1.2M	انستغرام
328K	يوتيوب
515.7K	تلك توك
813,292K	موقع قناة المملكة على تطبيق "نبض"
أكثر من 100,000 عملية تنزيل من Google App store / play	التطبيق الإلكتروني الخاص بها "قناة المملكة"
* لا يظهر حجم التفاعل عليه *	الموقع الإلكتروني

نتائج الدراسة:

يحتوي هذا الإطار على عرض لنتائج أسئلة الدراسة والفرضيات حسبما بيّن التحليل الإحصائي، كما يتضمن على التوصيات التي خرجت بها الدراسة على النحو التالي:

أولاً: نتائج أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: هل تؤدي التقنيات الإخراجية دوراً في جذب للجمهور لمتابعة قناة المملكة رقمياً؟

الجدول (5): دور التقنيات الإخراجية في جذب الجمهور لمتابعة المنصات الرقمية التابعة لقناة المملكة

القيمة	التكرار	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة التراكمية
نعم	109	50.2	50.2	50.2
لا	33	15.2	15.2	65.4
إلى حد ما	75	34.6	34.6	100.0
المجموع	217	100.0	100.0	

تبين بيانات الجدول السالف ذكره إلى أنّ التقنيات الإخراجية المستخدمة في قناة المملكة رقمياً تؤدي دوراً بآزاً في جذب الجمهور لمتابعتها، حسبما أشارت له أغلب أفراد العينة إذ بلغت نسبة القبول قرابة ثلاثة أرباع العينة ما نسبته 84.8% في حين أنّ فقط نسبة 15.2% لم يعتبروها مهمة لمتابعة قناة المملكة رقمياً.

السؤال الثاني: إلى أي درجة تلبي المعلومات المتاحة على قناة المملكة إلكترونياً رغبات الجمهور في الحصول على المعلومات؟

الجدول (6): درجة تلبية المنصات الرقمية التابعة لقناة المملكة رغبات الجمهور في الحصول على المعلومات

العبارة	درجة المتابعة				المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
	دائماً	أحياناً	نادراً	لا تلبي			
تلبية رغبة الحصول على معلومات	63	121	24	9	1.903	0.748	متوسط
	29%	55.8%	11.1%	4.1%			

تشير البيانات إلى أن قناة المملكة تلبي رغبة غالبية العينة في التوصل لمعلومات تصل إلى 84.8% من مجموع النسب في حين أنها نادراً ما تلبي رغبة 11.1% من العينة ولا تلبي مطلقاً رغبة فقط 4.1% من ذات العينة في الحصول على المعلومات ويستقر المتوسط الحسابي عند مستوى متوسط بلغ قيمته 1.903.

السؤال الثالث: ما هي أبرز القواعد المهنية الإعلامية التي تعتمد عليها قناة المملكة التي بدورها تجعلها محط أنظار الجمهور بالرغم من وجود منافسين لها؟

الجدول (7): أبرز القواعد المهنية الإعلامية التي تعتمد عليها قناة المملكة من وجهة نظر جمهورها

الفئة	درجة المتابعة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
	ممتاز	جيد جداً	جيد	ضعيف	ضعيف جداً				
مصادقية	66	82	59	8	2		2.069	0.897	متوسط

			%0.9	%3.7	%27.2	%37.8	%30.4	%	
مرتفع	0.968	2.414	5	20	75	77	40	ك	حيادية
			%2.3	%9.2	%34.6	%35.5	%18.4	%	
متوسط	0.904	2.248	1	15	71	80	50	ك	موضوعية
			%0.5	%6.9	%32.7	%36.9	%23	%	
متوسط	0.921	2.046	2	12	49	85	69	ك	التغطية الفورية
			%0.9	%5.5	%22.6	%39.2	%31.8	%	
متوسط	0.902	2.115	1	15	51	91	59	ك	توظيف التقنيات الإخراجية
			%0.5	%6.9	%23.5	%41.9	%27.2	%	
ممتوسط	0.898	2.198	2	12	65	86	52	ك	استخدام القوالب الإخبارية المتنوعة
			%0.9	%5.5	%30	%39.6	%24	%	
متوسط	0.782	2.182	المستوى الكلي للبعد						

تبين معطيات الجدول أعلاه أنّ كافة القواعد المهنية الإعلامية التي تتبعها قناة المملكة تجعلها تحوز على ثقة المواطنين ومتابعيهم لها رقمياً وفيما يلي تفصيل لما ورد:

1_ بلغت المصادقية على أعلى نسبة سبب اعتماد الجمهور على قناة المملكة إلكترونياً للحصول على المعلومات حيث شكلت نسبة 95.4%.

2_ تلاها التغطية الإخبارية الفورية واستخدام القوالب الإخبارية المتنوعة بنسبة تساوت بين كليتهما بلغت 93.6%.

3_ وحصلت الموضوعية وتوظيف التقنيات الإخراجية على رابع أسباب اعتماد الجمهور على قناة المملكة إلكترونياً للحصول على المعلومات حيث شكّل نسبة متساوية بلغت 92.6%.

4_ في حين حصلت الحياد على أقل نسبة سبب اعتماد الجمهور على قناة المملكة إلكترونياً للحصول على المعلومات حيث شكلت نسبة 88.5%.

نستنتج مما سبق أنّ المصادقية هي أبرز القواعد المهنية الإعلامية التي تعتمد عليها قناة المملكة التي بدورها تجعلها محط أنظار الجمهور بالرغم من وجود منافسين لها

السؤال الرابع: ما هي أكثر وسائل الإعلام متابعة للحصول على المعلومات؟

الجدول (8) أكثر وسائل الإعلام متابعة من قبل الجمهور الأردني

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة المتابعة					الفئة	
			أبداً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً		
متوسط	0.941	1.921	0	17	37	75	88	ك	المواقع الإلكترونية
			0	%7.8	%17.1	%34.6	%40	%	
متوسط	0.941	1.921	0	17	37	75	88	ك	الصفحات الإلكترونية للصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون
			0	%7.8	%17.1	%34.6	%40.6	%	
مرتفع	1.196	2.717	18	44	47	73	34	ك	التطبيقات الإلكترونية
			%8.3	%20.3	%21.7	%33.6	%15.7	%	
مرتفع	1.145	3.778	60	96	30	15	16	ك	الصحف الورقية
			%27.6	%44.2	%13.8	%6.9	%7.4	%	
مرتفع	1.045	2.695	7	43	75	61	31	ك	قنوات التلفاز
			%3.2	%19.8	%34.6	%28.1	%14.3	%	
مرتفع	1.115	3.216	26	67	70	36	18	ك	الإذاعات المسموعة
			%12	%30.9	%32.3	%16.6	%8.3	%	
مرتفع	.642	2.705	المستوى الكلي للبعد						

تبين معطيات الجدول أعلاه توزع حجم التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية والصفحات الإلكترونية الخاصة بالصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون الرسمية حيث يشكل التعرض لهما قرابة ثلث العينة مقابل 7.8% نادراً ما يتابعونها بينما لا يوجد من لا يتابعها قط!. وتتعدى متابعتهم للتطبيقات الإلكترونية أكثر من ربعي النسبة العامة مقابل 20.3% أحياناً ما يتابعونها في حين أن هنالك 8.3% لا يتابعونها أبداً على التطبيقات الإلكترونية. تشير البيانات أيضاً إلى انحدار نسب متابعة وسائل الإعلام التقليدي لذات عينة الدراسة ففي الصحف الورقية لا يكاد يتابعها سوى أقل من ربع عدد العينة وتتجاوز عدم متابعتها عن ثلث عدد العينة الكلي وكذلك الحال في الإذاعات حيث لا تتعدى نسبة متابعتها عن ربعي حجم العينة إلا أنها تتجاوز الثلاثة أرباع في نسبة عدم التعرض لها. لكن الحال يختلف قليلاً على متابعة شاشة التلفاز الذي ظل محافظاً على نسبة من جمهوره فكانت حصيلة متابعاته ما يزيد عن ربعهم في حين أن هناك قرابة الربع لا يتابعونه وبنسبة 34.6% أحياناً ما يتابعونه.

تشير هذه النسب والأرقام إلى ميول المجتمع الأردني للحصول على المعلومات رقمياً بشكل أكبر من الإعلام التقليدي واتفقت هذه النتيجة مع (حفناوي، 2021) التي أظهرت تراجع الاعتماد على القنوات الفضائية لصالح الإعلام الرقمي كما اتفقت مع (عبدالله، 2019) التي أظهرت الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة الاحتجاجات الشعبية على السودان.

ثانياً: نتائج تحليل الفرضيات

الفرض الأول: لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والنوع الاجتماعي والمؤهل التعليمي.

الجدول (9): توضيح الفروق بين مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والنوع الاجتماعي

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	
.481	.49	.449	1	.449	مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي * النوع الاجتماعي
	8				
		.903	215	194.048	
			216	194.498	

تشير البيانات لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي والنوع الاجتماعي حسبما أظهرت قيمة $(F) = (0.449)$ بقيمة دلالة إختبار ANOVA ($(Sig.) = (0.481)$) وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).
الجدول (10): توضيح الفروق بين مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمؤهل التعليمي

Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares	
.264	1.319	1.181	4	4.724	مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي * المؤهل التعليمي
		.895	212	189.774	
			216	194.498	

وفيما يخص المؤهل التعليمي فيتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمؤهل التعليمي حسبما أظهرت قيمة $(F) = (1.319)$ بقيمة دلالة إختبار ANOVA ($(Sig.) = (0.264)$) وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

وبناءً على كل ما سبق تُقبل الفرضية القائلة: لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والنوع الاجتماعي والمؤهل التعليمي.

الفرض الثاني: يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين اهتمام الجمهور بالتقنيات الخارجية وحجم تعرضهم لقناة المملكة رقمياً.

الجدول (11): توضيح العلاقة بين اهتمام الجمهور بالتقنيات الخارجية وحجم تعرضهم لقناة المملكة رقمياً

العبارة	اهتمام الجمهور بالتقنيات الخارجية	حجم التعرض لقناة المملكة رقمياً
التكرارات	217	217
المتوسط الحسابي	0.1843	1.129

0.453	0.909	الانحراف المعياري
0.55		مستوى الدلالة (Sig. (2-tailed)
-0.130		معامل الارتباط Pearson Correlation

تشير البيانات إلى ارتفاع مقدار المتوسط الحسابي فيما يتعلق باهتمام الجمهور بالتقنيات الإخراجية ليصل إلى 0.184 مقارنة بالمتوسط الحسابي لحجم التعرض لقناة المملكة رقمياً الذي بلغ 1.129 . ووصل معامل الارتباط بيرسون بين المتغيرات إلى -0.130- وسجل عند مستوى الدلالة 0.55

ما يفضي لنتيجة مفادها قبول الفرضية القائلة: يوجد علاقة عكسية تامة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين اهتمام الجمهور بالتقنيات الإخراجية وحجم تعرضهم لقناة المملكة رقمياً.

الفرض الثالث: يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مصادر الحصول على المعلومات ومقدار التعرض للمواقع الإلكترونية.

الجدول (12): توضيح العلاقة بين مصادر الحصول على المعلومات ومقدار التعرض للمواقع الإلكترونية

العبارة	مستوى الدلالة (Sig. (2-tailed)					
	مصادر المعلومات					
	المواقع الإلكترونية	الصفحات الإلكترونية الخاصة بمؤسسات الإعلام التقليدي	التطبيقات الإلكترونية	الصحف الورقية	التلفاز	الإذاعة
مقدار التعرض للمواقع الإلكترونية	0.996	0.538	0.077	0.009	0.344	0.128

العبارة	معامل الارتباط Spearman's rho Correlation					
	مصادر المعلومات					
	المواقع الإلكترونية	الصفحات الإلكترونية الخاصة بمؤسسات الإعلام التقليدي	التطبيقات الإلكترونية	الصحف الورقية	التلفاز	الإذاعة
مقدار التعرض للمواقع الإلكترونية	0.000	-0.037	-0.121	-0.176	-0.064	-0.104

تظهر معاملات ارتباط سبيرمان بين المتغيرات السابقة على النحو التالي:

1. لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المواقع الإلكترونية كمصدر للمعلومات ومقدار التعرض للمواقع الإلكترونية حيث بلغ معامل الارتباط بينهما (0.000) ومستوى الدلالة (0.996).
2. يوجد علاقة عكسية قوية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الصحف الورقية كإحدى مصادر المعلومات ومقدار التعرض للمواقع الإلكترونية حيث بلغ معامل الارتباط بينهما (-0.176) ومستوى الدلالة (0.009).
3. يوجد علاقة عكسية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الإذاعات المسموعة كإحدى مصادر المعلومات ومقدار التعرض للمواقع الإلكترونية حيث بلغ معامل الارتباط بينهما (-0.104) ومستوى الدلالة (0.128).
4. يوجد علاقة عكسية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين شاشة التلفاز كإحدى مصادر المعلومات ومقدار التعرض للمواقع الإلكترونية حيث بلغ معامل الارتباط بينهما (-0.064) ومستوى الدلالة (0.344).
5. يوجد علاقة عكسية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التطبيقات الإلكترونية كإحدى مصادر المعلومات ومقدار التعرض للمواقع الإلكترونية حيث بلغ معامل الارتباط بينهما (-0.121) ومستوى الدلالة (0.077).
6. يوجد علاقة عكسية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الصفحات الإلكترونية الخاصة بمؤسسات الإعلام التقليدي كإحدى مصادر المعلومات ومقدار التعرض للمواقع الإلكترونية حيث بلغ معامل الارتباط بينهما (-0.037) ومستوى الدلالة (0.538).

الفرض الرابع: يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مقدار التعرض لقناة المملكة رقمياً يومياً وأنواع المحتويات الإعلامية المتابعة على قناة المملكة إلكترونياً

الجدول (13): توضيح العلاقة بين مقدار التعرض للمنصات الرقمية التابعة لقناة المملكة يومياً وأنواع المضامين الإعلامية المتابعة عليها

أنواع المحتويات الإعلامية المتابعة على قناة المملكة إلكترونياً						العبرة	
سياسي	اقتصادي	اجتماعي	ثقافي	رياضي	منوعات	مقدار التعرض لقناة المملكة إلكترونياً	معامل الارتباط Spearman's rho
0.079_	0.010-	0.025	0.037-	0.005	0.056		
0.249	0.884	0.709	0.590	0.937	0.411		مستوى الدلالة Sig. (2-tailed)

تشير بيانات الجدول أعلاه بلوغ قيمة معامل ارتباط سبيرمان بين المتغيرات:

حيث بلغت قيمته بين مقدار التعرض لقناة المملكة إلكترونياً والتعرض للمحتوى السياسي بقيمة -0.079 ومستوى الدلالة 0.249. و -0.010 للمحتوى الاقتصادي ومستوى الدلالة 0.884 كما بلغ سبيرمان 0.025 للمحتوى الاجتماعي ومستوى دلالة بلغ 0.709 و -0.037 للثقافي ومستوى دلالة بلغ 0.590 و 0.005 للرياضي ومستوى دلالة بلغ 0.937 وبلغ سبيرمان 0.056 للمنوعات ومستوى دلالة بلغ 0.411

ونستنتج من ذلك:

- وجود علاقة عكسية تامة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مقدار التعرض لقناة المملكة رقمياً يومياً والتعرض للمحتوى السياسي والاقتصادي والثقافي.

- يوجد علاقة طردية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مقدار التعرض لقناة المملكة رقمياً يومياً والتعرض للمحتوى الاجتماعي والرياضي والمنوعات.

النتائج العامة للدراسة

توصلت الدراسة إلى ما يلي:

1. كانت معظم عناصر العينة من الإناث فبلغت ما نسبته 54%. وكانت الفئة العمرية للعينة (18_28) لتشكل ما نسبته 49.4% منها وتمركزت في المرحلة الدراسية (بكالوريوس) بنسبة 58.6%. وغالبيتهم من قاطني إقليم الوسط حيث جاءت بنسبة 54.4%.
2. كما أظهر التحليل الإحصائي إلى أن هنالك 10.5% فقط من العينة يتابعون قناة المملكة بشكل دائم بالمقابل 34.3% منهم أحياناً ما يتابعونها في حين أن هنالك 9.2% أي ما يعادل 22 مفردة منهم لا يتعرضون أبداً لقناة المملكة وبحكم أن الدراسة تُعنى بالمُعترضين لقناة المملكة فقط فقد تم إقصاء الذين لا يتعرضون لها من إكمال إجراء الاستبانة ما يعني إقصاءهم من الدراسة، ليصبح عدد مستكملي الاستبانة 217 صالحة لاستكمال التحليل الإحصائي.
3. كما أوضحت أن أكثرية العينة دائماً ما يتعرضون لوسائل التواصل المختلفة بنسبة 71.5%.
4. ومن الجانب التطبيقي للدراسة فقد أشارت النتائج لأن التقنيات الإخراجية المستخدمة في قناة المملكة رقمياً يبرز دورها الهام في جذب الجمهور لمتابعتها إلى جانب القيمة الإخبارية.
5. تلبي قناة المملكة رغبة أكثرية جمهورها من أفراد العينة في الحصول على المعلومات.
6. وجاءت المصادقية في التصنيف الأول كأبرز قواعد المهنية الإعلامية التي تعتمد عليها قناة المملكة والتي بدورها تجعلها محط أنظار الجمهور بالرغم من وجود منافسين لها على الصعيد المحلي.
7. ميول المجتمع الأردني للحصول على المعلومات رقمياً بشكل أكبر من الإعلام التقليدي إذ شكّل التعرّض للمواقع الإخبارية الإلكترونية والصفحات الإلكترونية الخاصة بالصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون الرسمية قرابة ثلاثة أرباع أفراد العينة ولا يوجد من لا يتابعها قطاً، وتعدت متابعتهم للتطبيقات الإلكترونية أكثر من ربعي النسبة العامة وأشارت البيانات أيضاً إلى انحدار نسب متابعة وسائل الإعلام التقليدي لذات عينة الدراسة.

التوصيات

بناءً على ما سبق توصي الدراسة:

1. اهتمام مؤسسات الإعلام التقليدية بمواقعها على منصات الإعلام الرقمي وتخصيص فريق عمل مختص للإشراف والعمل عليه وتحديثه باستمرار.
2. التنوع في استخدام التقنيات الإخراجية والوسائط الرقمية كمنهج مكمل للقيمة الإخبارية لتشجيع الجمهور نحو متابعتها رقمياً.
3. دراسة احتياجات الجمهور المعرفية والتكنولوجية باستمرار ووضع خطط تنظيمية واستراتيجية لتطوير أداء الإعلام التقليدي بناءً عليها.
4. إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي لإنجاز أسرع ومواكبة السبق الصحفي رقمياً.

بيان الإفصاح:

1 -الموافقة الأخلاقية والموافقة على المشاركة:

يؤكد المؤلفان أن هذا البحث قد أجري وفقاً للمبادئ الأخلاقية المتعارف عليها في البحث العلمي. ولم يتضمن البحث أي تجارب أو تدخلات على البشر أو الحيوانات تستوجب الحصول على موافقة لجنة أخلاقيات البحث أو موافقات خاصة للمشاركة.

2 -توافر البيانات والمواد:

البيانات التي تم جمعها وتحليلها خلال هذه الدراسة متاحة عند الطلب من المؤلف المراسل، مع مراعاة الضوابط الأخلاقية ومتطلبات النشر.

3 -مساهمة المؤلفين:

ساهم المؤلفان في وضع فكرة الدراسة وتصميمها، ومراجعة الأدبيات ذات الصلة، وإعداد منهجية البحث، وتحليل البيانات وتفسير النتائج، وكتابة مسودة البحث، ومراجعته علمياً ولغوياً، واعتماد الصيغة النهائية للمخطوط والموافقة على نشره. ويتحمل المؤلفان المسؤولية الكاملة عن محتوى البحث.

4 -تضارب المصالح:

يؤكد المؤلفان عدم وجود أي تضارب في المصالح، سواء كان مالياً أو مهنيًا أو شخصيًا، يمكن أن يؤثر في نتائج البحث أو تفسيرها.

5 -التمويل:

لم يتم تلقي أي تمويل من مؤسسات أو جهات خارجية لدعم هذا البحث. وقد تم تنفيذه كاملاً بجهود ذاتية.

6 -الشكر والتقدير:

يتقدم الباحثان بجزيل الشكر والعرفان لكل من ساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في إنجاح هذا العمل البحثي.

بيان الاستلال:

يؤكد المؤلفان أن هذه الدراسة ليست مسئلة كلياً أو جزئياً من رسالة علمية (ماجستير أو دكتوراه)، ولم يسبق نشرها أو تقديمها للنشر في أي جهة أخرى، وهي عمل بحثي أصيل أعد خصيصاً للنشر العلمي.

المراجع

المراجع العربية

إبراهيم، أ. ع، ومكاوي، ح. ع. (2025). تأثير منصات المشاهدة الرقمية على التلفزيون التقليدي في إطار مفهوم التكامل الإعلامي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*.

<https://doi.org/10.21608/ejsc.2025.432223>

أبو نمر، إ. ن. (2021). الكفاءة الذاتية في التعليم الإلكتروني وعلاقتها بقبول التكنولوجيا لدى معلمي المرحلة الأساسية العليا بالمحافظات الجنوبية في فلسطين، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى. <https://scholar.alaqsa.edu.ps/7482/>.

البار، و. (2020). دور الاعلام الجديد في صناعة الاقتصاد المعرفي. *المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل*.

<https://doi.org/10.12816/jacc.2020.73402>

بنت محمود بن عودة أحمد، ح. (2019). مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العُمانية في مجال القضايا المجتمعية بسلطنة عمان. *مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الإتصال*.

<https://doi.org/10.21608/jcts.2019.102772>

بوسفت، م. كرو، م.، وعباس، س. (2018). الإعلام الجديد و تأثيره على العملية الإعلامية- <http://dspace.univ-jijel.dz:8080/xmlui/handle/123456789/3133>.

جميلة، س.، و يوسف، ب. (2019). التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر. *مجلة العلوم القانونية والسياسية*, 10(2), 967-944.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/101691>

الحازمي، م. ب. و. (2023). إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. <https://doi.org/10.21608/joa.2023.333345>.

حنان، ب.، ونعيم، ب. (2020). الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية. *دراسات في علوم الانسان والمجتمع*, 3(2), 133-117.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/158969>

الدريبي ب. ع. ا. (2020). استخدام أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي. *مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال*.

<https://doi.org/10.21608/jcts.2020.107067>

سامي لطيف محمد، ر. وريحاب. (2020). اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه. *مجلة البحوث الإعلامية*, 55(5-ج), 3172-3089.

<https://doi.org/10.21608/jsb.2020.126428>

سويح، و. (2020). استخدام الشباب لصفحات الجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك نموذجاً) [جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية].

[https://depot.univ-](https://depot.univ-msila.dz/handle/123456789/21111)

[msila.dz/handle/123456789/21111](https://depot.univ-msila.dz/handle/123456789/21111)

شميسة، ب. ا. (2020). علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالاغتراب الثقافي عند الشباب.

[https://archives.univ-](https://archives.univ-eloued.dz/handle/123456789/8387)

[eloued.dz/handle/123456789/8387](https://archives.univ-eloued.dz/handle/123456789/8387)

صوالحية، غ.، وبوطورة، أ. (2020). اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات—دراسة ميدانية بقسم العلوم الإنسانية بجامعة تبسة. *مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي*, 7(2), 263-282.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/122874>

صولي، م. (2022). توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة كوفيد 19 بالجزائر: تحليل مضمون عينة من الأخبار الكاذبة على الفيسبوك. *مجلة الإعلام والمجتمع*, 6(1), 188-168.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/194737>

طواهير، ع. ا.، وبلال، ع. (2022). مناهج البحث العلمي وطرق الاختيار. *رؤى في الآداب والعلوم الإنسانية*, 1(4), 32-22.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/200153>

الفروخ، م. ف. (2022). العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة. *مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية*، 6(3)، 161-138.

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.R201021>

القماري، د. م. ع. (2020). المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي: علوم الاتصال، 5(1)، 44-1.

<https://doi.org/10.52981/cs.v2i6.577>

محمد، أ. ا. (2019). مستقبل الإعلام التقليدي في ظل فاعلية الإعلام الجديد.

<https://www.alazhar.edu.ps/journal/detailsr.asp?seqq1=3529>

محمد، س. ل.، وريحاب. (2020). اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه. *مجلة البحوث الإعلامية*.

<https://doi.org/10.21608/jsb.2020.126428>

محمد، م. ك. ع. (2019). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات: دراسة ميدانية بالتطبيق على حملة 100 مليون صحة. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، 321-387 (2356-9131)، 321-387.

<http://search.mandumah.com/Record/1123585>

ناموس، م. د. ج. ع. (2020). انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية: (دراسة ميدانية على الصحفيين العاملين في صحف الزمان والمدى والصباح والمشرق والزوراء والصباح الجديد). *المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية* 204-204 (13)، 225.

<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.13.2020.95>

يوسف، ح. ه. (2021). مصادقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية دراسة ميدانية. *مجلة البحوث*

عبدالله فلحان العتيبي، د. س. (2023). تحولات وتأثيرات الإعلام وتكنولوجيا المعلومات على وسائل الإعلام التقليدية، *مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية*

<https://doi.org/10.21608/hiss.2023.327343>

عبدالله، إ. س. (2019). استطلاع رأي النخبة المصرية حول الخطاب الإعلامي بشأن الاحتجاجات الشعبية بالسودان. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان*.

<https://doi.org/10.21608/sjocs.2019.127823>

عبدالله، ر. ش. وفاضل، ع. ع. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي للفضائيات العراقية في ترتيب أولويات الجمهور ((دراسة ميدانية على جمهور محافظة ذي قار)) بحث مستقل من رسالة ماجستير. 179-200، 10(42)،

<https://doi.org/10.33282/abaa.v10i42.225>

عزوز، ه. م. ا. (2021). العوامل المؤثرة في مستقبل الممارسة الإعلامية بشبكات التواصل الاجتماعي. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*.

<https://doi.org/10.21608/sjsj.2021.212797>

العويوي، م. ر. ع. ا. (2020). المصادقية ما بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين (جامعة القدس)

<https://dspace.alquds.edu/handle/20.500.12213/5869>

عيسوي، أ. س. (2017). استخدام الشباب السعودي للإعلام التفاعلي للمؤسسات الرسمية الإسلامية وعلاقته بالوسائل التقليدية دراسة ميدانية على عينة من طلاب وطالبات جامعة أم القرى. *مجلة البحوث الإعلامية*.

<https://doi.org/10.21608/jsb.2017.22077>

فرغلي علي محمود، ه. (2021). رؤية مقترحة لمتطلبات تطوير برامج التنمية المهنية للمعلمين في ضوء الثورة الصناعية الرابعة. *مجلة كلية التربية (أسيوط)*.

<https://doi.org/10.21608/mfes.2021.101992.11>

96

Al-Duraibi, B. A. A. (2020). Use of social media by media professors at Saudi universities. *Journal of the Association of Arab Universities for Research in Media and Communication Technology*.

<https://doi.org/10.21608/jcts.2020.107067>

Al-Farroukh, M. F. (2022). The relationship between traditional media and social networking sites from the perspective of Palestinian journalists in the West Bank and Gaza Strip. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(3), 138–161.

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.R201021>

Al-Hazmi, M. B. W. (2023). The problematic relationship between digital media and traditional media. *Egyptian Journal of Public Opinion Research*.

<https://doi.org/10.21608/joa.2023.333345>

Al-Otaibi, S. F. (2023). Transformations and impacts of media and information technology on traditional media. *Journal of the Higher Institute for Qualitative Studies*.

<https://doi.org/10.21608/hiss.2023.327343>

Al-Qa'ari, M. A. (2020). Theoretical approaches in digital media studies. *Communication Sciences*, 5(1), 1–44.

<https://doi.org/10.52981/cs.v2i6.577>

Azzouz, H. M. A. (2021). Factors influencing the future of media practice on social media networks. *Scientific Journal of Press Research*.

<https://doi.org/10.21608/sjsj.2021.212797>

<https://doi.org/10.21608/JSB.2021.184179>

References

Abdullah, I. S. (2019). A survey of Egyptian elite opinion regarding media discourse on popular protests in Sudan. *Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*.

<https://doi.org/10.21608/sjocs.2019.127823>

Abdullah, R. Sh., & Fadel, A. A. (2018). The role of Iraqi satellite channels' social media sites in setting audience priorities (A field study on the audience of Dhi Qar Governorate) [Research derived from a Master's thesis], 10(42), 179–200.

<https://doi.org/10.33282/abaa.v10i42.225>

Abu Namr, I. N. (2021). E-learning self-efficacy and its relationship to technology acceptance among upper basic stage teachers in the southern governorates of Palestine [Master's thesis, Al-Aqsa University].

<https://scholar.alaqsa.edu.ps/7482/>

Al-Awiwi, M. R. A. A. (2020). Credibility between traditional media and new media from the perspective of Palestinian journalists (Al-Quds University).

<https://dspace.alquds.edu/handle/20.500.12213/5869>

Al-Bar, W. (2020). The role of new media in shaping the knowledge economy. *Arab Journal of Child Media and Culture*.

<https://doi.org/10.12816/jacc.2020.73402>

Journal of Media Research.

<https://doi.org/10.21608/jsb.2017.22077>

Jamila, S., & Youssef, B. (2019). Digital transformation: Between necessity and risks.

Journal of Legal and Political Sciences, 10(2), 944–967.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/101691>

Mohamed, A. A. (2019). The future of traditional media in light of the effectiveness of new media.

<https://www.alazhar.edu.ps/journal/detailsr.asp?seqq1=3529>

Mohamed, M. K. A. (2019). The role of social media sites in providing information to the Egyptian public: A field study applied to the "100 Million Healthy Lives" campaign.

Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research, 321–387.

<http://search.mandumah.com/Record/1123585>

Mohamed, S. L., & Rihab. (2020). Egyptian audience reliance on new media as a source of information and news regarding the Coronavirus (COVID-19) pandemic and its role in enhancing their health awareness.

Journal of Media Research.

<https://doi.org/10.21608/jsb.2020.126428>

Namous, M. D. J. A. (2020). The implications of the digital environment and its effects on journalists working in the Iraqi press: (A field study on journalists working for *Azzaman*, *Al-Mada*, *Al-Sabah*, *Al-Mashriq*, *Al-Zawraa*, and *Al-Sabah Al-Jadeed* newspapers). *International Journal of

Bint Mahmoud bin Awda Ahmed, H. (2019).

The extent of public reliance on Omani media regarding societal issues in the Sultanate of Oman. *Journal of the Association of Arab Universities for Media and Communication Technology Research*.

<https://doi.org/10.21608/jcts.2019.102772>

Bousfat, M., Kerroud, M., & Abbas, S. (2018). New media and its impact on the media process.

<http://dspace.univ-ijel.dz:8080/xmlui/handle/123456789/3133>

Farghali Ali Mahmoud, H. (2021). A proposed vision for the requirements of developing teacher professional development programs in light of the Fourth Industrial Revolution.

Journal of the Faculty of Education (Assiut). <https://doi.org/10.21608/mfes.2021.101992.1196>

Hanan, B., & Naeem, B. (2020). Validity and reliability in social research. *Studies in Human and Social Sciences*, 3(2), 117–133.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/158969>

Ibrahim, A. A., & Makkawi, H. A. (2025).

The impact of digital streaming platforms on traditional television within the framework of media integration. *Egyptian Journal of Media Research*.

<https://doi.org/10.21608/ejsc.2025.432223>

Issawi, A. S. (2017). Saudi youth's use of interactive media from official Islamic institutions and its relationship with traditional media: A field study on a sample of male and female students at Umm Al-Qura University.

Sciences]. <https://depot.univ-msila.dz/handle/123456789/21111>

Tawahir, A. A., & Bilal, A. (2022). Scientific research methodologies and selection methods. **Insights in Arts and Humanities**, 1(4), 22–32.

<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.13.2020.95>

Youssef, H. H. (2021). The Credibility of Arab Satellite Channels and Social Media in Addressing Family Crises among Saudi Female University Students: A Field Study. **Journal of Media Research**, Al-Azhar University.

<https://doi.org/10.21608/JSB.2021.184179>

المراجع الأجنبية

Alghizzawi, M., Habes, M., Salloum, S. A., Ghani, M. A., Mhamdi, C., & Shaalan, K. (2019). The effect of social media usage on students' e-learning acceptance in higher education: A case study from the United Arab Emirates. *International Journal of Information Technology and Language Studies*, 3(3). <https://ijitls.journals.publicknowledgeproject.org/ijitls/index.php/ijitls/article/view/109>

Ali, Sana & Habes, Mohammed & Qamar, Ayesha. (2020). Accessing the Political Information through New Media: A Review Study. 2020-894. <https://journal.kinnaird.edu.pk/wp-content/uploads/2024/07/8.-Sana-Ali.pdf>

Elareshi, M., Habes, M., Youssef, E., Salloum, S. A., Alfaisal, R., & Ziani, A. (2022). SEM-

Humanities and Social Sciences* (13), 204–225.

<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.13.2020.95>

Sami Latif Mohamed, R., & Rihab. (2020). Egyptian audience reliance on new media as a source of information and news regarding the Coronavirus (COVID-19) pandemic and its role in enhancing health awareness. **Journal of Media Research**, 55(55-Part 5), 3089–3172.

<https://doi.org/10.21608/jsb.2020.126428>

Sawahlia, G., & Boutoura, A. (2020). University professors' reliance on social media as a source of information: A field study at the Department of Humanities, University of Tébessa. **Journal of Humanities – University of Oum El Bouaghi**, 7(2), 263–282.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/122874>

Shamisa, B. A. (2020). The relationship between social media usage and cultural alienation among youth. <https://archives.univ-eloued.dz/handle/123456789/8387>

Souli, M. (2022). The use of fabricated news in media disinformation during the COVID-19 pandemic in Algeria: A content analysis of a sample of fake news on Facebook. **Media and Society Journal**, 6(1), 168–188.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/194737>

Suwaih, W. (2020). Youth usage of newspaper pages on social media (Facebook as a case study) [Mohamed Boudiaf University of M'Sila, Faculty of Humanities and Social

ANN-based approach to understanding students' academic-performance adoption of YouTube for learning during Covid. *Heliyon*, 8(4), e09236.

<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09236>

Habes, M. (2019). The influence of personal motivation on using social TV: A Uses and Gratifications Approach. *International Journal of Information Technology and Language Studies*, 3(1).

<https://ijitls.journals.publicknowledgeproject.org/index.php/ijitls/article/view/69>

المواقع الإلكترونية

الموقع الرسمي لقناة المملكة

[/https://www.almamlakatv.com](https://www.almamlakatv.com)

الموقع الرسمي لهيئة الإعلام المرئي والمسموع،

<https://2u.pw/NtLMg>