

2021

The Reality of Digital Media in the Bachelor of Traditional Media Program at Alyarmouk University of Jordan

Farhan Al Olaimat
farhan.olaimat@yu.edu.jo

Follow this and additional works at: https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe



Part of the [Education Commons](#)

Recommended Citation

Al Olaimat, Farhan (2021) "The Reality of Digital Media in the Bachelor of Traditional Media Program at Alyarmouk University of Jordan," *Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education (مجلة اتحاد الجامعات العربية (للبحوث في التعليم العالي)* Vol. 41: Iss. 4, Article 7.
Available at: https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol41/iss4/7

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education (مجلة اتحاد الجامعات العربية (للبحوث في التعليم العالي) by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aarj.edu.jo, marah@aarj.edu.jo, u.murad@aarj.edu.jo.

واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي في جامعة اليرموك الأردنية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام: دراسة حالة

The Reality of Digital Media in the Bachelor of Traditional Media Program at Alyarmouk University of Jordan

from the point of view of graduate students and the faculty members at college of Mass media/Alyarmouk University

Ghaleb Shatanawi
Faculty of Media
Yarmouk University
gh_shatanawi@yu.edu.jo

غالب محمد شطناوي
كلية الإعلام/جامعة اليرموك
gh_shatanawi@yu.edu.jo

Khalaf Lafae Alhammad
Faculty of Media
Yarmouk University
khalaf.alhammad@yu.edu.jo

خلف لافي الحماد
كلية الإعلام/جامعة اليرموك
khalaf.alhammad@yu.edu.jo

Sara Okor
Faculty of Media
University of Petra
sara.Okour@uop.edu.jo

سارة العكور
كلية الإعلام/جامعة البترا
sara.Okour@uop.edu.jo

Farhan Al Olaimat
Faculty of Media
Yarmouk University
farhan.olaimat@yu.edu.jo

فرحان راشد العليمات
كلية الإعلام/جامعة اليرموك
farhan.olaimat@yu.edu.jo

Ali Yahya Al Hadeed
Faculty of Media
Yarmouk University
hadeed@yu.edu.jo

علي يحيى الحديد
كلية الإعلام/جامعة اليرموك
hadeed@yu.edu.jo

Ismat Haddad
Faculty of Media
Yarmouk University
ismat.haddad@yu.edu.jo

عصمت ثلجي حداد
كلية الإعلام/جامعة اليرموك
ismat.haddad@yu.edu.jo

Muna Tubaishat
Faculty of Media
Yarmouk University
muna.tubaishat2@gmail.com

منى صالح طباشات
كلية الإعلام/جامعة اليرموك
muna.tubaishat2@gmail.com

Abstract

The study aimed to identify the reality of digital media in the Bachelor of Traditional Media program at Yarmouk University from the point of view of graduate students and faculty members at the College of Mass Communication. The study belongs to descriptive researches and in its framework was based on the case study approach through a study community made up of all graduate students in the College of Mass Communication / Yarmouk University of Jordan, the number of male and female students is (105) for the academic year 2021/2022. The questionnaire was used as a tool for collecting data and information, and an interview tool with a number of faculty members in the College of Mass Communication. The study reached several results, the most important of which are: there is an impact of digital media on traditional media, and the differences between digital and traditional media came to a high degree. It was found that faculty members at the Faculty of Mass Communication/ Yarmouk University teach digital media courses to a large extent. And that the Faculty of Mass Communication at Yarmouk University plays a role to significantly improve the process of media education. The name of the bachelor's program in the college to be changed from Bachelor of Mass Communication to Bachelor of Digital Media

Keywords: digital media, traditional media, bachelor's program, Faculty of Mass Communication / Yarmouk University.

المخلص

هدفت الدراسة التعرف إلى واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي في جامعة اليرموك من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية وفي إطارها قامت على منهج دراسة الحالة من خلال مجتمع دراسة مكون من جميع طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام/جامعة اليرموك الأردنية، وعددهم (105) طالبا وطالبة للعام الجامعي 2022/2021، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات والمعلومات، وأداة المقابلة مع عدد من أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تبين وجود أثر للإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام/جامعة اليرموك، وجاءت أوجه الاختلاف بين الإعلام الرقمي والتقليدي بدرجة عالية. وتبين أن أعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام / جامعة اليرموك يقومون بتدريس مساقات الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة. وأن كلية الإعلام في جامعة اليرموك تقوم بدور للارتقاء بعملية تعليم الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة. وتبين ضرورة تغيير مسمى برنامج البكالوريوس في الكلية من بكالوريوس في الإعلام إلى بكالوريوس في الإعلام الرقمي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الإعلام التقليدي، برنامج البكالوريوس، كلية الإعلام/جامعة اليرموك.

مقدمة

إنَّ تطور تكنولوجيا الاتصال كانَ وما زالَ يؤدي الدور الأساس في تحقيق الانتشار والتواصل والاتساع بين العالم، حيث نعيش اليوم مَرَحَلَةً جديدةً من مراحل التطور التكنولوجي، الذي كان لظهور شبكة الإنترنت الدور الكبير به، وتطورت على أثر ذلك الوسائل الإعلامية من حيث المضمون والشكل الفني، إذ أحدثت كل هذه التحولات نقلة نوعية في بيئة وسائل الإعلام والاتصال، مما أوقع أثره على وظائف الإعلام التقليديّة، وبتنا نشهد عصرًا يعتمد على التِقْنِيَّة الحَدِيثَة التي ألغَت الحدود وقَرَّبَت المَسَافَات وجعلت العالم قَرْبَةً صغيرة. ومع التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جاء الإعلام الرقّبيّ أو الحديث ليسيّط على حياة الناس، ويصبح جزءاً أساسياً من حياتهم، وضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، إذ استَطَاعَ أن يشكل أقوى أدوات التفاعل والتواصلية، ويجعل لنفسه أسلوباً مميزاً، حيث بدأت وسائل الإعلام الرقّبيّ بالهيمنة، وزادت فرص العمل في هذا المجال بشكل كبير، وانعكست الثورة الإتصالية بصورة كبيرة على ميدان الإعلام وكسرت النموذج التقليديّ له.

ومع تدفق التِقْنِيَّات والتطورات الإعلامية الجديدة فإنّ المفاهيم الإعلامية والاتصالية أخذت أشكالاً جديدةً وأجبرت الوسائل الإعلامية التقليديّة على التكيف والقبول مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الإنترنت، والتي أصبحت من خلالها معايير عالمية جديدة للاتصال الجماهيري، "وهنا يقول برودي دوغلاس بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإنّ الإعلام الرقّبيّ استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت". (لامية، وغزالي، 2017، ص 62).

وفي ظل التحول الراهن في تكنولوجيا المعلومات والاتصال استطاع الإعلام الرقّبيّ أن يجعل لنفسه مكاناً، فقد تم دمج تقنيات الاتصال الحديثة في عمل وسائل الإعلام، واتسع هذا المجال ليشمل أدوات كثيرة كإنتاج الأفلام والفيديو، وكتابة المحتوى الإلكتروني وغيرها، وأخذت المؤسسات الإعلامية في تطوير وإنتاج الأخبار وفقاً لبرامج رقمية، وأصبح بالإمكان الوصول إلى جميع المضامين بطريقة أسرع، والوصول إلى مختلف أنحاء العالم وبتكلفة منخفضة فقد تعددت مصادر الحصول على الخبر.

وبناءً على كلّ ذلك فإنّ النجاح في هذا المجال يقاس بدرجة المواكبة والتنوع والاحتراف والإرتقاء الإعلامي، فقد أصبح المطلوب من الإعلامي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانيات التقنية وبشروط الكتابة للإنترنت وللصحافة الإلكترونية، وتظهر مسؤولية كليات الإعلام في تخريج كفاءات متميزة قادرة على مواكبة المتغيرات المتسارعة في مجال الإعلام. وللكلية الإعلام في جامعة اليرموك دور رئيس وريادي؛ إذ تعد الكلية الجامعية الحكومية الوحيدة، ومن أوائل كليات الإعلام في الأردن، وقبل أن تتحول لكلية كان لقسم الإعلام في نطاق كلية الآداب الدور الكبير والرئيس في سد حاجة الدولة الأردنية والمنطقة العربية عموماً من خريجي الإعلام الذين أثروا العمل الإعلامي في مجالاته كافة، وكلية إعلام اليرموك تقوم بمنح درجة البكالوريوس تحت مسمى الإعلام فقط في تخصصات ثلاثة هي: الصحافة، والإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة والإعلان، ودرجة الماجستير في الإعلام، في الوقت الذي تبرز فيه مسميات إعلامية جديدة تعنى بالرقمنة، مثل الإعلام الرقمي، والعلاقات العامة الرقمية، والصحافة الرقمية في العديد من الجامعات العربية والعالمية. ولعلّ من الضروري البحث فيما إذا كان هناك فرق واختلاف بين ما يسمى بالإعلام الرقمي والإعلام التقليدي من وجهة نظر الطلبة والأساتذة، خاصة إذ ما علمنا أنّ فلسفة الإعلام الرئيسة تتمثل في محتوى الرسالة سواء كانت عن طريق الإعلام التقليدي أو الرقمي، وتبقى الأدوات هي التي تميزهما عن بعض، وقد يكون تضمين مساقات رقمية للخطط الدراسية يعزز استخدام الطلبة للوسائط المتعددة دون تغيير مسميات التخصصات، إذ أنّ تغيير المسميات يمر بمراحل بيروقراطية كثيرة، وتبقى حاجة السوق الإعلامي عاملاً رئيساً في مدى قناعتهم بمسمى الإعلام الرقمي أو الإعلام في برامج كلية الإعلام في جامعة اليرموك، وهذا على سبيل المثال لا الحصر، ويعمم على بقية كليات الإعلام.

إشكالية الدراسة:

تمثلت إشكالية الدراسة في تناول التحولات الحاصلة على الإعلام التقليدي في ظل القفزة النوعية في بنية وسائل الإعلام وظهور الإعلام الرقمي أو الجديد أو الحديث، حيث مع هذا التحول الحاصل بات لزاماً على كلية الإعلام في جامعة اليرموك وهي الكلية الوحيدة في الجامعات الأردنية الحكومية أن تتعامل وتستجيب لهذا التغير لمواكبة المستجدات التي طرأت على المشهد الإعلامي،

وزيادة استخدامها، حيث ساهم التطور التكنولوجي في تطوير التقنيات المستخدمة في العمل الإعلامي، وتعددت الوسائل وتنوعت، وتوسعت المنافسة الإعلامية، وزادت فرص العمل فيه بصورة ملحوظة.

- تسليط الضوء على واقع برنامج البكالوريوس في الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي في ظل التطورات المتسارعة التي نشهدها وأهمية إدخاله في العملية التعليمية الإعلامية.
- رصد أهم الانعكاسات في البيئة الإتصالية الجديدة على بيئة العمل الإعلامي، وتقديم إطار معرفي عن طبيعة ودرجة استخدام التعليم الرقمي في المساقات التي تدرس في كلية الإعلام في جامعة اليرموك.
- تشكّل إضافة للمكتبة الأردنية والعربية في مجال الإعلام الرقمي والتقليدي.
- تشكّل أهمية علمية بحثية لمزيد من الدراسات والأبحاث التي تناول تطور الإعلام والاتصال.

الأهمية العملية:

تمثل الأهمية العملية لهذه الدراسة في إمكانية تحقيق الفائدة للقائمين على تطوير العملية التعليمية في كلية الإعلام في جامعة اليرموك، من خلال تقديم التوصيات والحقائق العلمية التي تساعد في تطوير قدرات ومهارات الطلبة في مجال الإعلام الرقمي والإستجابة للمستجدات في ظل التحولات الملحوظة في بنية الإعلام التقليدي، وتقديم البرامج وتوفير بيئة تعليمية متكاملة وفق المعايير العالمية لإعداد الطلاب مهنيًا وفنيًا لتصميم وتنفيذ العملية الإعلامية، ومواكبة التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الإتصال.

تساؤلات الدراسة: جاءت هذه الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي: ما واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام في جامعة اليرموك من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام، ويتفرع عن هذا التساؤل عدد من الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما أثر الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام في جامعة اليرموك؟
2. ما أوجه الشبه والاختلاف بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام في جامعة اليرموك؟

والوقوف على واقع وآلية الدور الإعلامي في ظل هذه التغيرات لتأدية الدور المطلوب، وللارتقاء بالعملية التعليمية الإعلامية لتكون أكثر مرونة وتناسب متطلبات سوق العمل، وجودة مخرجات التعليم، وإن كانت كلية الإعلام في جامعة اليرموك تقوم بتدريس عدد كبير من المساقات ذات الطابع الرقمي في أقسامها الثلاثة، إلا أنها تمنح درجة البكالوريوس في الإعلام دون الإعلام الرقمي، وقد تختلف الرؤى والاجتهادات بين الطلبة والباحثين والمهتمين ومتلقي الخدمة فيما إذ كانت درجة البكالوريوس من الضرورة تمنح في الإعلام أو الإعلام الرقمي؛ خاصة إذ ما علمنا أن كلية الإعلام في اليرموك استحدثت خططاً جديدة، وراعت تلك الخطط تضمينها مساقات رقمية، ويظل التساؤل قائماً هل من الضرورة أن تقوم كلية الإعلام بتغيير مسمى منح درجة البكالوريوس ليصبح "الرقمي" في أقسامها أسوة ببعض الجامعات الخاصة الأردنية، وتبلي احتياجات الطلبة وأرباب العمل والمجتمع، أم أنها ترى أن تخصصاتها في مسماها الحالي تفي بالغرض، لذا تبرز إشكالية الدراسة في التعرف إلى واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي في جامعة اليرموك من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة التعرف إلى واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي في جامعة اليرموك من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام. ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي:

- 1- التعرف إلى أثر الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي.
- 2 - التعرف إلى أوجه الشبه والاختلاف بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.
- 3 - التعرف إلى واقع تدريس أعضاء هيئة التدريس لمساقات رقمية في كلية الإعلام في جامعة اليرموك.
- 4 - التعرف إلى الدور الذي تقوم به كلية الإعلام في جامعة اليرموك للارتقاء بعملية التعليم الإعلامي.
- 5 - التعرف إلى الحلول والاقتراحات للتهوض بتدريس الإعلام في جامعة اليرموك.

أهمية الدراسة: يتضمن موضوع الدراسة أهمية علمية وأخرى تطبيقية كما يلي:

الأهمية العلمية:

- تنطلق أهمية الدراسة من أهمية الإعلام و الاتصال الرقمي في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث

هناك شبه اتفاق على تميز الإعلام الرقمي عن التقليدي، إذ أنه يتميز من خلال تحرره من قيود واحتكار الجهات الإعلامية الحكومية والخاصة، كما يتميز بخاصية التفاعلية والحوار بين الأطراف، وبينت الدراسة أيضا أنّ الاتصال الرقمي بمستوياته المختلفة لا يحتاج إلى تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد، وإنّ مختلف الوسائل الإعلامية شهدت تطورا مهما بفضل وسائل الإعلام التفاعلي، وأنّ الإعلام الرقمي يؤدي دورا مهما بين الشعوب والحضارات

- وبحث الحماداني (2018) في دراسته المعنونة بـ "مفهوم التعليم الرقمي لدى طلبة الإعلام في الجامعات العراقية"، مفهوم التعليم الرقمي من وجهة نظر الطلبة والتعرف على مصادر التعليم الرقمي والوظائف الإعلامية التي تناولها، و الدور الذي قامت به التربية الإعلامية لإعداد شخصية المتعلم واكسابه المهارات الإعلامية، وتندرج هذه الدراسة ضمن المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت الباحثة عينة عشوائية بسيطة من طلبة كلية الإعلام في المرحلة الأولى المشمولين بدراسة مادة التربية الإعلامية الرقمية والبالغ عددهم 40 طالب وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها؛ اظهرت أنّ تركيز الاهتمام بمصادر الإعلام المقروءة في كتب منهجية، والمصادر المرئية يتم عرضها خلال المحاضرة .

- وقام الرمي (2018) بدراسة بعنوان: "توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني"، وهدفت التعرف إلى كيفية توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني، وتندرج ضمن المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الميداني، وتكونت عينة الدراسة من العاملين في إنتاج الأخبار في التلفزيون الأردني والبالغ عددهم 48 شخصا، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها، أنّ مستوى التطبيقات الرقمية المستخدمة حاليا لدى التلفزيون الأردني في مجال إنتاج الأخبار متوسطا، كما وبينت الدراسة بأن الآثار والإنعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية كانت مرتفعة.

- وأجرى خميس (2017) دراسة بعنوان: "تأثير الإعلام الجديد على واقع الصحافة التقليدية في ليبيا من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين"، هدفت التعرف على أثر الإعلام الجديد على الصحف التقليدية في ليبيا وذلك من خلال إستطلاع آراء

3. ما واقع تدريس أعضاء هيئة التدريس لمساقات رقمية في كلية الإعلام في جامعة اليرموك من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام في جامعة اليرموك؟

4. ما الدور الذي تقوم به كلية الإعلام في جامعة اليرموك للإرتقاء بعملية التعليم الإعلامي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام في جامعة اليرموك؟

5. ما الحلول والمعالجات المقترحة للنهوض بمستوى التعليم الإعلامي الرقمي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام في جامعة اليرموك؟

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

- أجرى الديبسي، والخصاونة (2020) دراسة بعنوان: "الإعلام الرقمي: إشكالية المفهوم وتحديد الوسائل في الدراسات الإعلامية" هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن إشكالية مفهوم الإعلام الرقمي وتحديد وسائله في الدراسات الإعلامية، وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية المسحية، وتكونت عينة الدراسة من أساتذة أقسام، وكليات الاتصال، والإعلام في الجامعات العربية والبالغ عددهم 57 مفردة، وطبق الباحثان عينة عمدية من خلال الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أنّ 82 % من أفراد العينة يرون وجود إشكالية في تحديد مفهوم الإعلام الرقمي في الدراسات الإعلامية، ويرى 43 % من أفراد العينة أهمية توحيد المفاهيم والمصطلحات في علوم الإعلام والاتصال في الجامعات العربية. كما توصلت الدراسة إلى صياغة مفهوم علمي لمصطلح الإعلام الرقمي، وكذلك تحديد وسائله، والتعريف بمفاهيمها العامة.

- وقامت فضل السيد (2019) بدراسة عن الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات، إذ هدفت الدراسة التعرف إلى انعكاسات الإعلام الرقمي على التعارف بين الحضارات، وفيما إذ كانت انعكاسات سلبية أم إيجابية، وجاءت الدراسة في إطار الدراسات الوصفية معتمدة على المنهج المسحي من خلال عينة من خبراء الإعلام والمختصين العاملين في شبكة الجزيرة، وتوصلت الدراسة لنتائج أهمها: أنّ

الدراسات الأجنبية:

- قامت الضمور (2019 AL Dmour) بدراسة بعنوان: "أثر الإعلام الرقمي في التوعية بالأزمات" للتعرف إلى أثر الإعلام الرقمي في التوعية بالأزمات، وجاءت الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وفي إطارها اعتمدت على المنهج المسحي من خلال أداة المقابلة والاستبيان مكونة من 30 بند، وخلصت الدراسة إلى نتائج من أهمها: هناك علاقة قوية بين الإعلام الرقمي واداء المؤسسات في التفاعل مع الأزمات، وإن المشكلة الرئيسة التي واجهت الإعلام الأزمات تمثلت في السياسة الإعلامية المركزية.
- واجرى الموسى (2019) دراسة بعنوان " الرقمنة وتطور الإعلام والاتصال العربي في القرن الحادي والعشرين " وجاءت الدراسة في إطار البحوث الكيفية، وخلصت إلى نتائج أهمها: خضوع وسائل الإعلام العربية منذ دخول البلاد العربية في مطلع القرن التاسع عشر للسلطة، سواء كانت أجنبية غير عربية (كالسلطة العثمانية أو القوى الغربية المستعمرة) وعملت تلك الوسائل على تقديم وجهة النظر الواحدة، وبينت أن الإعلام الرقمي والرسائل التي حملها عمل على كسر احتكار وجهة النظر الواحدة الرسمية وإحداث تغييرات ملموسة في نظام الإعلام والاتصال العربي ونتيجة ذلك بدأت تتشكل قيم وتوجهات جديدة .
- وقدم خان (Khan)، 2015، في دراسته المعنونة بـ "تغيير مساحة الإعلام وتطور الثقافة الرقمية " تحليلا وجيزا في مساحة وسائل الإعلام المتغيرة عبر التاريخ، وتطور الثقافة الرقمية مع التركيز على الدراسة المقارنة في الجانب الإيجابي والسلبي، وتوصلت الدراسة إلى أن قوة وسائل الإعلام الجديدة ساعد الهيئات والمؤسسات الحكومية والدوائر العلمية مثل الجامعات في خلق بيئة تشاركية بينها وبين السكان فيما يتعلق بنشر العلوم والمعرفة بصورة احسن واسرع وقت ممكن، وتوفير الفرص للتعليم مع الأقران بلا حدود الجغرافية، وتنمية المهارات الحديثة .
- أما هيلاري وباركر Hilary & Parker، (2012) فقد أجرتا دراسة بعنوان: "الوسائط المطبوعة في العصر الرقمي: خلق الحوار والمجتمع" لتبيان العلاقة بين التكنولوجيا الرقمية والمجتمع المتلقي لها متمثلة في العلاقة بين التكنولوجيا الرقمية والصحافة المطبوعة وما لحق بها من تطور، وتنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث استخدمت منهج المسح وفي إطاره مسح أساليب الممارسة الإعلامية معتمدة على صحيفة الاستقصاء الميدانية كأداة لجمع البيانات، والتي وزعت على عينة تضم مجموعة من الصحفيين
- القائمين بالاتصال في الصحف الليبية (رؤساء تحرير الصحف ومديري ورؤساء الأقسام والصفحات والمنفذون وغيرهم ممن تستدعي الحاجة إجراء مقابلة معهم) حول أهمية هذا التحول الجذري في الصحافة من عالم الورق إلى عالم النشر الإلكتروني، واتبعت هذه الدراسة المنهج المسحي لتحقيق أهداف الدراسة، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية من الإعلاميين مكونة من (125) صحفيا وصحفية . وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن الهاتف الذكي جاء في المرتبة الأولى كوسيلة لتصفح الإنترنت من قبل الإعلاميين الليبيين، وأن تصفح المواقع الإخبارية الليبية بهدف التعرف على أخبار العالم والأحداث الهامة جاء في المرتبة الأولى لاستخدام الإنترنت وبخصوص ميزات الإعلام الجديد، أظهرت الدراسة أن الإعلام الجديد يمتاز عن الصحف الورقية باستخدامه الوسائط المتعددة (الصوت والصورة والفيديو)، وبسعة انتشاره وبإمكانية التحديث المستمر والمباشر في نقل الأحداث الأخبارية.
- وقام طلابي (2016) بدراسة معنونة بـ "الإعلام الرقمي هو المستقبل"، بهدف رصد التغييرات السريعة نحو الإعلام الإلكتروني، وجاءت الدراسة ضمن البحوث الكيفية متبينة بنتائج من أهمها: تحول الآف المجالات والصحف إلى إلكترونية، وارتفاع منسوب الحرية في التعبير والقدرة على التأثير في صناعة القرار السياسي جراء التحولات في عالم الإعلام، كما دعت إلى تبني استراتيجيات تساعد على الانتقال من عصر الإعلام التقليدي إلى الرقمي .
- أما بوعلي (2014) فقام بدراسة عن استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، إذ هدفت الدراسة التعرف إلى العادات والأنماط المتعلقة باستخدام الطلبة في جامعة الشارقة لوسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد من خلال عينة قوامها (400) مفردة، وخلصت الدراسة إلى نتائج من أهمها: أن عادات القراءة للصحف والاستماع للراديو تراجعت بشكل كبير، في حين أن مشاهدة القنوات التلفزيونية الفضائية ارتفعت ولم تتأثر بالإنترنت أو تلفزيون الويب، وبينت أن أكثر استخدام وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والجديدة تركت آثارا سلبية أكثر من الإيجابية على مستويات التحصيل الدراسي للطلبة في جامعة الشارقة.

الملاحظة بمجموعة من المؤسسات الإعلامية الإمبريكية، وخلصت الدراسة إلى: أنَّ العصر الحالي يشهد نمواً متسارعاً وبشكل كبير فيما يخص تكنولوجيا المعلومات، كما أنَّ انتشار الأجهزة المحمولة باليد قادرة على الوصول إلى البيانات إلكترونياً في أي وقت وفي أي مكان أيضاً. التعليق على الدراسات السابقة والإضافة العلمية لهذه الدراسة:

دعمت الدراسات السابقة الاحساس بأهمية المشكلة موضوع هذه الدراسة، وأستفادت منها في دراسة زوايا جديدة ومشكلة بحثية مبتكرة بحيث لا تكون تكراراً لدراسات سابقة أو تتطابق في موضوعها الأساس مع غيرها حيث تم بحث واقع تخصص الإعلام الرقمي في بكالوريوس الإعلام التقليدي في كلية الإعلام/جامعة اليرموك من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس فيها.

تتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في مجال الإهتمام بالاتصال الرقمي بصفته ظاهرة اتصالية حديثة، ولقد وظفت هذه الدراسة الدراسات السابقة في عدة مجالات، منها ما تم الاستفادة منه في إعداد تصور علمي للموضوع من حيث:

- صياغة مشكلة الدراسة بشكل واضح ودقيق.
- تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها بشكل يتناسب مع موضوع الدراسة، ويغطي جوانبها المختلفة.
- الاستفادة في تكوين الإطار المنهجي والنظري والعملية.
- وتبين لهذه الدراسة من خلال استعراض الدراسات السابقة، ومن خلال استقراء بعض المناهج المستخدمة في هذه الدراسات وبعض أهدافها ونتائجها ما يلي: استخدمت جميع الدراسات السابقة الاستبانة أداة لجمع البيانات والمعلومات، أما فيما يتعلق بالمنهج المستخدم في هذه الدراسة فتتفق هذه الدراسة مع معظم الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي المسحي كما في دراسة (الدبيسي، 2020)، ودراسة (الرمحي، 2018) ودراسة (خميس، 2017)، ودراسة (صهيب، 2017)، ودراسة Hilary & Parker، (2012)، ودراسة (Hniff، 2012)، ودراسة kenne، (2011)، كما وردت عدة دراسات في نطاق البحوث الكيفية مثل دراسة (الموسى، 2019) و(طلابى، 2016) و(علي، 2014) و(Khan، 2015).

والناشرين ومجموعة من سكان بيلينجام - واشنطن كثفة القراء المستخدمين لشبكة التواصل الاجتماعي كالفيس بوك بالدرجة الأولى، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مقبولة ومعترف بها كوسيلة للتواصل بين وسائل الإعلام المطبوعة وبين القراء، وهو ما يشكل نقطة إنطلاق للمزيد من الاستفادة منها لاجتذاب القراء، والإحتفاظ بهم وتوسيع قاعد القراء بشكل عام ووجود قواسم مشتركة بين فئتي الصحفيين والجمهور أبرزها شعور كل فئة بأهمية الشبكات لهم في عملهم، بينما يعد الجمهور جزءاً من أنشطته اليومية.

- وقام هنف (Hniff، 2012) بدراسة بعنوان: "النظرية المتخصصة في الإعلام الجديد: هل تتفوق الرقمية على صناعة المجلات المطبوعة" هدفت هذه الدراسة التعرف على أثر دخول التكنولوجيا الرقمية إلى مجال صناعة المجلات، والتعرف على حجم تفضيلات استهلاك المجلات المطبوعة مقارنة بالرقمية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث استخدمت منهج المسح وفي إطاره تم أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة الإستبانة حيث تم توزيعها على 53 مبحوثاً بشكل عشوائي وتقسيمهم إلى خمس مجموعات مركزة تتراوح بين 10_11 مبحوثاً لكل مجموعة، وتراوح عمر المبحوثين ما بين (18_45 عاماً، 40 سيدة و13 رجل)، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: لا توجد أي اختلافات حقيقية بين وسيلتي الإعلام، حيث كانت تفضيلات استهلاك كلتا الوصيلتين متماثلة تقريباً، بالرغم من الإنجذاب المحدود اتجاه المجلات المطبوعة بنسبة (36.5%) مقابل (26.4%) للرقمية، ومقارنة مع الأجهزة الأخرى كان الإقبال على امتلاك الأجهزة الرقمية بما في ذلك الأجهزة اللوحية، وأجهزة القارئ الرقمي ضعيفة وأظهرت نتائج الإستبيان أنَّ 4.5% من المشاركين يملكون قارئاً رقمياً بينما يملك 80% جهازاً لوحياً.

- وجاءت دراسة كاني kenne، (2011) بعنوان: "ثورة وسائل الإعلام الرقمية" للتعرف على مبادئ وأسس الإعلام الرقمي، وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية بعيداً عن التحليلي، إذ استخدمت الدراسة مجموعة من المراجع المرتبطة بموضوع الدراسة، كما وتم استخدام أسلوب

وتميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة كونها من الدراسات العلمية القليلة التي بحثت برنامج الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي في الجامعات الأردنية. وتبرز الإضافة العلمية بوضوح في خضم الإشكالية بين مفهوم الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، وهل هناك فروق جوهرية بينهما، وفيما إذ يتطلب الأمر من الجامعات الأردنية والمؤسسات المعنية المؤاممة بينهما، أو التوجه نحو الإعلام الرقمي، وحسب ما تقتضيه المصلحة العامة.

المصطلحات والمفاهيم:

الإعلام الرقمي:

"الإعلام الذي يستخدم الوسائل الإتصالية كافة المتاحة للوصول إلى الجمهور أينما كان وكيفما يريد". وهو: "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي". (البدراني، 2017، ص 83) ويعرف إجرائياً: الإعلام الذي يدرس فلسفة الإعلام والتكنولوجيا الرقمية وتقنيات الحاسب الآلي والنصوص وغيرها في العملية التعليمية الإعلامية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام في جامعة اليرموك.

الإعلام التقليدي:

"هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة". (الشمالية، 2015، ص 36) ويعرف إجرائياً: بأنه برنامج بكالوريوس الإعلام الذي يدرس في كلية الإعلام/ جامعة اليرموك ويتم منح الشهادة في بكالوريوس الصحافة، وبكالوريوس الإذاعة والتلفزيون، وبكالوريوس العلاقات العامة والإعلان.

جامعة "اليرموك":

هي جامعة أردنية حكومية (عامة) تقع في مدينة إربد شمال الأردن وتتكون من 15 كلية رئيسية ويبلغ عدد الطلاب فيها 38492. (دائرة القبول والتسجيل)

طلبة الدراسات العليا يعرف إجرائياً: هم الطلاب المنتظمون في دراستهم في برنامج ماجستير الإعلام في جامعة اليرموك ويبلغ عددهم 105 طالب وطالبة خلال العام الجامعي 2022/2021. (دائرة القبول والتسجيل).

أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام في جامعة اليرموك:

هم أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام في جامعة اليرموك للعام الجامعي 2022/2021، وعددهم (27) وتتوزع رتبهم الأكاديمية بين أستاذ وأستاذ مشارك وأستاذ مساعد، ومحاضر متفرغ ومدرس (كلية الإعلام، جامعة اليرموك).

الإطار المنهجي:

نوع الدراسة:

تعدّ هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج دراسة الحالة، وذلك لأنها تستهدف التعرف إلى واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي في جامعة اليرموك من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية إعلام اليرموك. وتعرف البحوث الوصفية بأنها: "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد عبر فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة". (المزاهرة، 2014، ص 308).

منهجها: هي الطريقة التي تعين الباحث على أن يلتزم بإتباع مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العمل سيراً مقصوداً في البحث العلمي، ويسترشد بها الباحث في سبيل الوصول إلى الحلول الملائمة لمشكلة البحث. ويعرف منهج دراسة الحالة بأنه: البحث الإمبريقي الذي يستخدم مصادر متعددة من المعلومات لرصد ظاهرة معاصرة داخل سياقها الطبيعي، حيث لا يمكن الفصل بين الظاهرة والسياق المحيط بها، وتستخدم دراسة الحال في الدراسات التي تستهدف الكشف عن فشل أو نجاح البرامج الإعلامية خلال فترة زمنية محددة". (المزاهرة، مرجع سابق).

مجتمع وعينة الدراسة: ويقصد بمجتمع الدراسة: جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحثون.

ويتألف مجتمع الدراسة من طلبة الدراسات العليا في كلية إعلام اليرموك من كلا الجنسين، وبعد الانتهاء من تحديد مفردات الدراسة النهائية البالغة (105) فرداً ونظراً لمحدودية حجم هذا المجتمع؛ تم إجراء المسح الشامل لأفراده كافة للحصول على معلومات وبيانات مضبوطة ودقيقة، حيث تم اختيار مجموعة من العوامل الديموغرافية للمستجيبين، مثل (الجنس، المستوى الدراسي). وذلك من أجل بيان بعض الحقائق المتعلقة بهذه الفئة، وتم توزيع أفرادها حسب خصائصهم الشخصية، وعلى النحو الآتي:

جدول (1) توزيع مجتمع الدراسة

النسبة %	التكرار	الفئات
31.4%	33	ذكر
68.6%	72	أنثى
44.8%	47	سنة أولى
38.1%	40	سنة ثانية
17.1%	18	مستوى الرسالة
100%	105	المجموع

أشارت النتائج أنّ الغالبية من مجتمع الدراسة وبنسبة (68.6%) هم من الإناث، بينما كانت النسبة الأقل للذكور حيث بلغت (31.4%) من أفراد مجتمع الدراسة، وهذه النتيجة تتناسب مع الواقع الفعلي في كلية الإعلام؛ إذ أنّ الإناث يشكلن ما يقارب ثلثي الطلبة في برنامجي البكالوريوس والماجستير حسب ما أكدته إدارة كلية الإعلام في جامعة اليرموك. ويبيّن الجدول السابق أنّ مجتمع الدراسة قد توزعت حسب المستويات الدراسية لطلبة الماجستير، حيث بلغت نسبة طلبة السنة الأولى (44.8%)، ونسبة طلبة السنة الثانية (38.1%)، بينما نسبة الطلبة من مستوى الرسالة بلغت (17.1%) من أفراد مجتمع الدراسة.

أداة الدراسة:

هي مجموع الوسائل والتقنيات التي يستخدمها الباحث قصد الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، وتعرف الأداة بأنها: الوسيلة التي تمكنه من جمع المعلومات. وتم اعتماد الاستبانة كأداة بحثية لجمع البيانات والمعلومات عن واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي في كلية الإعلام من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا، والاستبانة هي: "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب". (المزاهرة، مرجع سابق)، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير الاستبانة بناءً على أدبيات التراث العلمي والدراسات السابقة ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة، كما تم إجراء مقابلات مع عدد من أعضاء الهيئة

التدريسية* للوقوف على وجهة نظرهم عن واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي في برامج كلية الإعلام.

تصحيح الأداة:

لقد تم اعتماد سلم ليكرت الخماسي (Likert Scale-5) لتحديد مستوى الإجابات في أداة الدراسة، باعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الخمس (أوافق بشدة، أوافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) وهي تمثل رقمياً (5، 4، 3، 2، 1) على الترتيب، وقد تمّ اعتماد المقياس التالي لتفسير تقديرات عينة الدراسة لكل فقرة و مجالها:

- الدرجة المنخفضة من 1.00 – 2.33

- الدرجة المتوسطة من 2.34 – 3.67

- الدرجة المرتفعة من 3.68 – 5.00

وقد تم احتساب المقياس من خلال استخدام المعادلة الآتية:

(الحد الأعلى للمقياس (5) - الحد الأدنى للمقياس (1)) / عدد

الفئات المطلوبة (3) = $3 / (5-1) = 1.33$

ومن ثم إضافة الجواب (1.33) الى نهاية كل فئة.

حدود الدراسة:

تتحدد الدراسة في الحدود التالية:

- الحدود الزمنية: تمّ تنفيذ هذه الدراسة خلال شهر أيار من عام

2021

- الحدود المكانية: كلية الإعلام/ جامعة اليرموك.

- الحدود البشرية: طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام وأعضاء

الهيئة التدريسية في كلية الإعلام/ جامعة اليرموك.

صدق أداة الدراسة: للتحقق من صدق مؤشرات الأداة تم عرضها على مجموعة من المحكمين البالغ عددهم (5) محكمين من الخبراء المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام؛ للتأكد من درجة ملائمة وقدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن المشكلة البحثية، كما وأرفقت أسئلة الدراسة وأهدافها مع الأداة، وتم تعديلها بناءً على كل الملاحظات والتعديلات المرفقة من قبل الأساتذة المحكمين؛ للخروج بأفضل أداة قادرة على تمثيل ما أعدت من أجله.

* د. خلف الطاهات / عميد كلية الإعلام، و أ. د عزام عنانزة / نائب عميد كلية الإعلام، ود. خلف الحماد / رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان، ود. زهير الطاهات / رئيس قسم الصحافة، و د. علي الحديدي / قسم العلاقات العامة والإعلان، و د. مارسيل جوينات / قسم الصحافة.

اليرموك؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسئلة محور أثر الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي والجدول (4) يوضح ذلك:

جدول رقم (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	3	تسبب تخصص الإعلام الرقمي بوجود مجموعة من التحديات في وجه تخصص الإعلام التقليدي	4.28	0.677	مرتفعة
2	1	يسهم تخصص الإعلام الرقمي في تطوير الإعلام التقليدي	4.24	0.769	مرتفعة
3	5	يؤثر تخصص الإعلام الرقمي على تخصص الإعلام التقليدي كونهما لا يقومان على المحتوى أو الرسالة الإعلامية كأساس.	3.80	1.361	مرتفعة
4	4	أثر تخصص الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي في المفهوم والأداء	3.76	0.914	مرتفعة
5	2	أصبح تخصص الإعلام الرقمي بديلاً عن الإعلام التقليدي	3.76	1.042	مرتفعة
		المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ككل	3.96	0.576	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (4) أنّ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة بما يتعلق بأثر الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي جاءت مرتفعة وبمتوسط حسابي (3.96)، حيث يشير الجدول إلى أنّ تخصص الإعلام الرقمي تسبب بوجود مجموعة من التحديات في وجه تخصص الإعلام التقليدي، وقد جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.28)، تلاه في المرتبة الثانية أنّ تخصص الإعلام الرقمي يسهم في تطوير الإعلام التقليدي بمتوسط حسابي (4.24)، وفي المرتبة الأخيرة كانت الفقرة التي نصت على أنّ تخصص الإعلام الرقمي أصبح بديلاً عن الإعلام التقليدي بمتوسط حسابي بلغ (3.76). يتضح من أجوبة عينة الدراسة أنّ للإعلام الرقمي تأثير واضح على الإعلام التقليدي؛ ذلك إنّ فلسفة الإعلام التقليدي وتحديدًا في الأردن ودول العالم الثالث محكومة بأطر تشريعية، وسياسات تحريرية وفنية ابقت فجوة واضحة بين الإعلام التقليدي والرقمي

ثبات أداة الدراسة: للتأكد من ثبات الأداة، تم حساب الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، واعتبرت هذه النسب مناسبة لغايات هذه الدراسة.

جدول (3): معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا

المحور	عدد الفقرات	معامل الفا
أثر الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي	5	0.882
أوجه الشبه والاختلاف بين تخصص الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي	6	0.896
واقع تدريس أعضاء هيئة التدريس لمساقات رقمية.	4	0.897
حاجة سوق العمل الأردني إلى خريجين في تخصص الإعلام الرقمي	3	0.620
الدور الذي تقوم به كلية إعلام اليرموك للارتقاء بتدريس الاعلام	5	0.803
الحلول والمقترحات للنهوض بمستوى تدريس الإعلام	4	0.673
المقياس ككل	27	0.795

يتضح لنا من خلال تحليل معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا أنّ معظم المحاور المتعلقة بواقع الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي كتخصص أكاديمي في جامعة اليرموك أعلى من الحد الأدنى المطلوب لمثل هذا النوع من الاختبارات، وللتأكد من تأثير كل محور من محاور الاستبانة على القيمة النهائية للإختبار؛ تم استخراج قيمة كرونباخ ألفا وقد تبين أنّ معامل الاتساق الداخلي للمحاور و أنّ القيم أعلى من (60%) وتتراوح قيمة ألفا ما بين 0 و 1 وكلما اقتربت من 1 دلت على وجود اتساق وثبات عال، وهذا يدل على أنّ اقسام الاستبيان تتمتع بدرجة موثوقية عالية، وهذا يدل على وجود أثر قوي بين متغيرات الدراسة، حيث بلغت نسبة الثبات للأداة الكلية (79,5%).

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد الانتهاء من عملية جمع بيانات المتغيرات المطلوبة للدراسة، تم إدخالها إلى البرمجية الإحصائية للحصول على النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الدراسة إذ تم تطبيق بعض الأساليب الإحصائية المتوافرة في برامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بهدف معالجة البيانات إحصائياً حيث تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية، وكما يظهر في النتائج.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

السؤال الأول: ما أثر الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام في جامعة

الرتبة	الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		من ناحية الادوار التي يقدمها			
6	1	يختلف تخصص الإعلام التقليدي عن تخصص الإعلام الرقمي من حيث التقنيات المستخدمة فقط	4.22	0.950	مرتفعة
		المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ككل	4.35	0.648	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (5) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة بما يتعلق بأوجه الشبه والاختلاف بين تخصص الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي جاءت مرتفعة وبمتوسط حسابي (4.35)، حيث يشير الجدول إلى أن الإعلام الرقمي لا يعد داعماً ومكملاً للإعلام التقليدي وقد جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.44)، تلاه في المرتبة الثانية أن تخصص الإعلام الرقمي يختلف عن الإعلام التقليدي بالعمق المعرفي وإمكانية النشر غير المحدود بمتوسط حسابي (4.41)، وفي المرتبة الأخيرة كانت الفقرة التي نصت على أن يختلف تخصص الإعلام التقليدي عن تخصص الإعلام الرقمي من حيث التقنيات المستخدمة فقط بمتوسط حسابي بلغ (4.22). يتبين من أجوبة عينة الدراسة ومن خلال المتوسط الحسابي الاجمالي لجميع الفقرات، أن هنالك اختلافاً واضحاً بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي؛ فالإعلام الرقمي يتميز باستخدام الوسائط المتعددة، والتحديث المستمر للمحتوى الإعلامي، ويسمح بخاصية التفاعلية، كما يتميز بخاصية الانتشار والشيوع وعلى مستوى العالم؛ يضاف إلى ذلك أن طبيعة الإعلام الرقمي عالمية، بخلاف الإعلام التقليدي المحلي الذي تسيطر عليه الأنظمة والحكومات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الحمداني (2018) التي رأت تركيز طلبة الإعلام على مصادر الإعلام الرقمي، وتتفق أيضاً مع دراسة الموسى (2019) بأن الإعلام الرقمي سيكون هو المسيطر في مختلف المجالات، ومع دراسة طلابي (2016) بأن الإعلام الرقمي هو المستقبل، ومع دراسة الرمعي (2018) بضرورة توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية، وتشابه مع دراسة الديبسي والخصاونة (2020) فيما يتعلق بإشكالية الإعلام الرقمي من حيث المفهوم وتحديد الوسائل، ويتفق الباحثون في هذا المجال مع أوجه الاختلاف بين الإعلام الرقمي والتقليدي من

. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة فضل السيد (2018) بأن للإعلام الرقمي انعكاسات على الإعلام التقليدي. ومع دراسة (Kanne، 2012) بثورة وسائل الإعلام الرقمية، ومع دراسة Hniff، (2012) بتفوق الرقمية في صناعة المجالات، ودراسة خميس (2017) بتأثير الإعلام الجديد على الصحافة، ويرى الباحثون أن أثر الإعلام الرقمي جاء كبيراً على الإعلام التقليدي؛ ذلك أن الكثير من وسائل الإعلام التقليدية تواجه تحديات تتعلق بانهاة وجودها، في حين لجأ بعضها للنسخ الإلكترونية حفاظاً على استمرارية وجودها، ويتضح أثر الإعلام الرقمي في سقف الحرية والتفاعلية وسعة الانتشار، واستخدام الوسائط المتعددة.

السؤال الثاني: ما أوجه الشبه والاختلاف بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام في جامعة اليرموك؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسئلة محور أوجه الشبه والاختلاف بين تخصص الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي والجدول (5) يوضح ذلك.

جدول رقم (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	6	لا يعد الإعلام الرقمي داعماً ومكملاً للإعلام التقليدي	4.44	0.779	مرتفعة
2	3	يختلف تخصص الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي بالعمق المعرفي وإمكانية النشر غير المحدود	4.41	0.744	مرتفعة
3	4	يختلف تخصص الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي بتعدد مصادر المعلومات وسهولة الحصول عليها	4.37	0.764	مرتفعة
4	2	يختلف تخصص الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي بإمكانية التحديث المستمر للمحتوى الإعلامي	4.34	0.731	مرتفعة
5	5	لا يتشابه تخصص الإعلام الرقمي مع الإعلام التقليدي	4.31	0.833	مرتفعة

حسابي (3.80)، حيث يشير الجدول إلى أن أعضاء هيئة التدريس يبذلون جهدهم لتقديم تقنيات جديدة ومفيدة للطلبة، وقد جاء هذه الفقرة بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.88)، تلاه في المرتبة الثانية أن أعضاء هيئة التدريس يحرصون على استخدام تكنولوجيا الاتصال والحاسب الآلي في العملية التعليمية بمتوسط حسابي (3.87)، وفي المرتبة الأخيرة كانت الفقرة التي نصت على أن أعضاء هيئة التدريس يهتمون بتدريب الطلبة على استخدام وسائل الاتصال الحديثة بمتوسط حسابي بلغ (3.69). وتدل هذه النتيجة على حرص أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام على تفعيل تدريس مساقات في الإعلام الرقمي؛ ذلك أنهم الأولي بمواكبة كل جديد، ويبقى التدريب المستمر ومواكبة كل ما هو جديد في عالم الإعلام والاتصال ووسائله من الأهمية بمكان لعضو هيئة التدريس، وفي هذا الجانب فإن إدارة الجامعة تحرص على تقديم الدورات المختلفة لأعضاء الهيئة التدريسية في مختلف التطورات والمستجدات في عالم التكنولوجيا وتقنياته، وفي هذا الصدد بين عميد كلية الإعلام د. خلف الطاهات أن كلية الإعلام تحرص على مراعاة تضمين الخطة لمرحلة البكالوريوس مساقات ذات طابع نظري ومساقات ذات طابع عملي، مؤكداً في الوقت ذاته حرص الكلية على عقد الدورات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس بصورة مستمرة سواء الدورات التي تعقدها الكلية أو الدورات من خلال مركز الاعتماد والجودة التابع للجامعة. وذهب نائب عميد الكلية د. عزام عنانزة إلى أن الإعلام الرقمي يدرس في العديد من المساقات، وتظل قضية مسعى التخصص تختلف من جامعة إلى أخرى، وأعرب عن رضاه لدرجة استخدام أعضاء هيئة التدريس لمساقات تراعي التطور في عالم الإعلام والاتصال. وقد ادركت بعض الجامعات الأردنية الخاصة هذا الأمر، وبادرت إلى فتح تخصص الإعلام الرقمي، أو تحويل تخصصات الإعلام إلى تخصصات في الإعلام الرقمي مثل جامعة البترا، وجامعة العلوم التطبيقية. ويرى د. خلف حماد رئيس قسم العلاقات والإعلان أن فلسفة الإعلام تقوم على محتوى الرسالة، مؤكداً أن الإعلام الرقمي اتاح وصول تلك الرسالة بسرعة عالية، وأكد من الضرورة مواكبة التطورات الجديدة في عالم تكنولوجيا الاتصال. فيما رأى د. زهير الطاهات رئيس قسم الصحافة أن علوم الإعلام تتطور شأنها في ذلك شأن بقية العلوم، وأن حاجة السوق تتطور أيضاً بمقدار تطور تلك العلوم، وبالتالي على كليات الإعلام مواكبة التطورات وتلبية حاجة السوق من خريجين يحملون مهارات عالية.

ناحية الوسائط، وسقف الحرية والتفاعلية، فيما تبقى الرسالة الإعلامية، أي المحتوى ذاتها؛ أي أن فلسفة الإعلام التي تركز على المحتوى هي ذاتها، وأن مكنت أدوات الإعلام والاتصال الرقمي من زيادة تأثيرها وأثرها، أما فيما يتعلق باهتمام هذه الدراسة، فيرى الباحثون ضرورة وأهمية الإعلام الرقمي، وأهمية تضمين مساقات رقمية للخطط الدراسية لطلبة كلية الإعلام

السؤال الثالث: ما واقع تدريس أعضاء هيئة التدريس لمساقات رقمية في كلية الإعلام في جامعة اليرموك من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام في جامعة اليرموك؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسئلة محور درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام في جامعة اليرموك للإعلام الرقمي في تدريس المساقات والجدول (6) يوضح ذلك.

جدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	2	يبذل أعضاء هيئة التدريس جهدهم لتقديم تقنيات جديدة ومفيدة للطلبة	3.88	0.851	مرتفعة
2	3	يحرص أعضاء هيئة التدريس على استخدام تكنولوجيا الاتصال والحاسب الآلي في العملية التعليمية	3.87	0.882	مرتفعة
3	1	ينوع أعضاء هيئة التدريس في استراتيجيات التدريس الحديثة	3.74	0.892	مرتفعة
4	4	يهتم أعضاء هيئة التدريس بتدريب الطلبة على استخدام وسائل الاتصال الحديثة	3.69	0.956	مرتفعة
		المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ككل	3.80	0.782	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (6) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بواقع تدريس أعضاء هيئة التدريس مساقات رقمية جاءت مرتفعة وبمتوسط

السؤال الرابع: هو الدور الذي تقوم به كلية الإعلام في جامعة اليرموك للارتقاء بعملية التعليم الإعلامي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام في جامعة اليرموك. للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسئلة محور الدور الذي تقوم به كلية إعلام اليرموك للارتقاء بتدريس الاعلام والجدول (7) يوضح ذلك.

جدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	4	تنظيم دورات تدريبية للطلبة في مجال صياغة الإعلام بشكل دوري	4.06	0.802	مرتفعة
2	3	توفر معدات متطورة بشكل دائم تساعد في التدريب العملي	4.02	0.832	مرتفعة
3	5	تحتوي المقررات التعليمية على المعارف النظرية والتطبيقية الكاملة في مجال تخصص الإعلام المعاصر	3.74	0.964	مرتفعة
4	2	تطوير الخطط الدراسية بشكل مستمر، بما يواكب التطور في مجال الإعلام	3.52	1.075	متوسطة
5	1	تقوم كلية الإعلام بالمؤامة لتدريس الإعلام التقليدي والرقمي	3.43	1.228	متوسطة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ككل			3.75	0.741	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (7) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة بما يتعلق بالدور الذي تقوم به كلية إعلام اليرموك للارتقاء بتدريس الإعلام جاءت مرتفعة وبمتوسط حسابي (3.75)، حيث يشير الجدول إلى أنه يتم تنظيم دورات تدريبية للطلبة في مجال صياغة الإعلام بشكل دوري وقد جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.06)، تلاه في المرتبة الثانية أنه يتم توفير معدات متطورة بشكل دائم تساعد في التدريب العملي بمتوسط حسابي (4.02)، وفي المرتبة الأخيرة كانت الفقرة التي نصت على أنه تقوم كلية الإعلام بالمؤامة لتدريس الإعلام التقليدي والرقمي بمتوسط حسابي بلغ (3.43).

يتضح من إجابات عينة الدراسة ومن خلال تجربتهم كطلبة في الكلية أنها تبذل جهوداً طيبة في سبيل الارتقاء بتدريس الإعلام، وهذا يوجب على الكلية التفكير بتحويل برامجها الثلاثة على مستوى البكالوريوس وهي (الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة والإعلان) لبرامج في الإعلام الرقمي، إضافة إلى زيادة عدد المبتعثين للجامعات المرموقة في الإعلام والاتصال، والعمل على زيادة الدورات، وتطوير الخطط الدراسية، بما يمكن الطلبة الخريجين من امتلاك مهارات الإعلام الرقمي سواء من ناحية المحتوى وصياغته، أو من ناحية إجادته استخدام التقنيات الجديدة والوسائط المتعددة. وتؤكد د. مارسيل جوينات الأستاذ المساعد في قسم الصحافة في كلية إعلام اليرموك أن الكلية دأبت على التطوير المستمر في الخطط الدراسية، ووضع الاستراتيجيات اللازمة للنهوض بتدريس الإعلام مستندة إلى رؤية ورسالة وفلسفة الكلية نحو تخريج إعلاميين مؤهلين قادرين على تلبية احتياجات أبناء مجتمعهم. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة

السؤال الخامس: ما الحلول والاقتراحات للنهوض بتدريس الإعلام في كلية الإعلام/ جامعة اليرموك من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا وأعضاء الهيئة التدريسية ؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسئلة محور الحلول التي تقترحها للنهوض بمستوى تدريس الاعلام والجدول (8) يوضح ذلك.

جدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	4	طرح الإعلام الرقمي كتخصص مستقل في كلية الإعلام	4.36	0.835	مرتفعة
2	3	زيادة مساقات رقمية على الخطط التدريسية	4.31	0.681	مرتفعة
3	2	تنظيم دورات تدريبية بشكل مستمر في مجال الإعلام الرقمي	4.13	0.746	مرتفعة
4	2	عقد ورش تأهيلية عن تكنولوجيا المعلومات من قبل متخصصين بصورة دورية	4.08	0.779	متوسطة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ككل			4.22	0.540	مرتفعة

المحور	1	2	3	4	5	6
أوجه الشبه والاختلاف بين تخصص الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي	**0.53	1	0.171	*0.247	0.078	0.180
درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام في جامعة اليرموك للإعلام الرقمي في تدريس المساقات	0.154	0.171	1	0.007-	**0.345	0.133
الدور الذي تقوم به كلية إعلام اليرموك للارتقاء بعملية التعليم الاعلامي	0.094	0.078	**0.345	0.102	1	**0.260
حلول تقترحها عينة الدراسة للنهوض بمستوى التعليم الاعلامي الرقمي	0.059	0.150	0.133	**0.388	**0.260	1

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول رقم (9) أن معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة معنوية عند مستوى دلالة (0.01) بين (واقع الإعلام الرقمي في برنامج بكالوريوس الإعلام التقليدي وأوجه الشبه والاختلاف بين تخصص الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي)، (أوجه الشبه والاختلاف بين تخصص الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي وحاجة سوق العمل الأردني إلى خريجين في تخصص الإعلام الرقمي)، (درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام في جامعة اليرموك للإعلام الرقمي في تدريس المساقات والدور الذي تقوم به كلية إعلام اليرموك للارتقاء بتدريس الإعلام)، (بالإضافة إلى (الدور الذي تقوم به كلية إعلام اليرموك للارتقاء بتدريس الإعلام وحلول تقترحها للنهوض بمستوى تدريس الإعلام)، وهذا يشير إلى وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين هذه المتغيرات.

خلاصة نتائج الدراسة:

- تبين وجود أثر للإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام / جامعة اليرموك.
- جاءت أوجه الاختلاف بين الإعلام الرقمي والتقليدي بدرجة عالية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام / جامعة اليرموك.
- تبين أن أعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام / جامعة اليرموك يقومون بتدريس مساقات الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة.

يظهر من الجدول رقم (8) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة بما يتعلق بالحلول التي تقترحها عينة الدراسة للنهوض بمستوى التعليم الإعلامي الرقمي حيث جاءت مرتفعة وبمتوسط حسابي (4.22)، حيث يشير الجدول إلى ضرورة طرح الإعلام الرقمي كتخصص مستقل في كلية الإعلام وقد جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.36)، تلاه في المرتبة الثانية ضرورة زيادة مساقات رقمية على الخطط التدريسية بمتوسط حسابي (4.31)، وفي المرتبة الأخيرة كانت الفقرة التي نصت على عقد ورش تأهيلية عن تكنولوجيا المعلومات من قبل متخصصين بصورة دورية بمتوسط حسابي بلغ (4.08). وجاءت أجوبة عينة الدراسة على هذا المحور وعلى جميع فقراته بدرجة عالية، إذ أن لا شك حاجة الكلية لمواكبة التطورات الناتجة في علم الإعلام والاتصال ووسائله، وهذا يتطلب وجود خطة استراتيجية تهدف لقدرة الكلية على مواكبة تلك المستجدات، ولعل أهمها الإيفاد، والدورات التدريبية لأعضاء هيئة التدريس، والتشبيك مع المؤسسات الإعلامية الرائدة في مجال تطبيقات الإعلام الرقمي، ويبدو مطلب عينة الدراسة جدير بالاهتمام بضرورة طرح برنامج في الإعلام الرقمي كتخصص مستقل، أو تحويل التخصصات الحالية إلى تخصصات في الإعلام الرقمي، وفي حدود علم الباحثين أن هناك جهود لإضافة الإعلام الرقمي إلى تخصص الصحافة ليصبح التخصص الجديد الصحافة والإعلام الرقمي حسب ما ذكر عميد الكلية د. خلف الطاهات. ويرى د. علي الحديد الأستاذ المساعد في قسم العلاقات العامة والإعلان ضرورة مواكبة احتياجات الطلبة واحتياجات السوق الإعلامي في تخصص الإعلام الرقمي، ويذكر أن عدداً من الجامعات الأردنية الخاصة استحدثته منذ فترة، ويشهد إقبالاً جيداً، مؤكداً أن الخطط الدراسية في تخصص الإعلام الرقمي لا تختلف عنها في تخصص الإعلام، ولكن علينا أن نتجاوب مع المسميات التي يتطلبها السوق.

نتائج تحليل معامل الارتباط:

جدول (9) معاملات الارتباط بين محاور الدراسة

المحور	1	2	3	4	5	6
أثر الإعلام الرقمي على الإعلام التقليدي	٣	**0.503	0.154	0.120	0.094	0.059

محددات الدراسة:

بعد ذكر نتائج الدراسة وتوصياتها لا بد لنا أن نذكر أبرز صعوبات الدراسة:

- عدم وجود دراسات كافية حول واقع برامج الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي الأكاديمية في الأردن.
- صعوبة توزيع الاستبيان الإلكتروني على المبحوثين من طلبة الدراسات العليا في كلية إعلام اليرموك في ظل جائحة كورونا.
- عدم القدرة على إجراء مقابلات مع جميع أعضاء الهيئة التدريسية في كلية إعلام اليرموك بسبب الحظر الناتج عن الوباء العالمي.

المراجع:

المراجع العربية:

- البدراي، فاضل محمد. (2017). الإعلام الرقمي في عصر التدفق، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان: منتدى المعارف.
- بو علي، نصير صالح. (2014). استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، دراسة حالة، مركز الأزمات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، مج 2، ع 7، ص 37_8.
- الحماد، بشرى حسين. (2018). مفهوم التعليم الرقمي لدى طلبة الإعلام الجامعات العراقية. المجلة العربية للإعلام وثقافة الطف، (5)، 68-82.
- خميس، طارق المبروك الصادق. (2017). تأثير الإعلام الجديد على واقع الصحافة التقليدية في ليبيا من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الإعلام: جامعة الشرق الأوسط.
- الديبسي، عبد الكريم علي جبر، و الخصاونه، إبراهيم. (2020). الإعلام الرقمي: إشكالية المفهوم وتحديد الوسائل في الدراسات الإعلامية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، (1)، (47)، 944-961.
- الرمحي، تمارا محمد. (2018). توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية الإعلام: جامعة الشرق الأوسط.
- الشميلة، ماهر و، اللحام، عزت، وكافي، مصطفى. (2015). الإعلام الرقمي الجديد (الطبعة الأولى)، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع: الأردن، عمان، الأردن

- تبين أن سوق العمل الأردني يحتاج خريجين في تخصص الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة من وجهة نظر الطلبة وأعضاء الهيئة التدريسية.

- تبين أن كلية الإعلام في جامعة اليرموك تقوم بدور للإرتقاء بعملية تعليم الإعلام بدرجة كبيرة من وجهة نظر الطلبة وأعضاء هيئة التدريس.

- تبين أن هنالك حلولاً من شأنها النهوض بمستوى تعليم الإعلام الرقمي في كلية الإعلام / جامعة اليرموك من وجهة نظر الطلبة وأعضاء هيئة التدريس.

توصيات الدراسة:

من خلال ما سبق ذكره من نتائج توصي الدراسة بما يلي:

- أن تقوم كلية الإعلام في جامعة اليرموك بتطوير إستراتيجية متكاملة خاصة بتدريس الإعلام بهدف الارتقاء بنوعية التعليم لدى طلبة الكلية وزيادة مهاراتهم وقدراتهم.
- أن تعمل كلية الإعلام في جامعة اليرموك على تكثيف الدورات والورش التدريبية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والإعلام الرقمي بهدف زيادة القدرات الإبداعية والثقافية والمهنية.
- أن يزيد أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام في جامعة اليرموك من التركيز على إدخال الإستراتيجيات والتقنيات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والإنترنت في العملية التعليمية.
- العمل على تطوير البنية التحتية بشكل مستمر لتطوير الإعلام التقليدي ودمجه مع الإعلام الرقمي بكل تقنياته.
- ضرورة الاهتمام بطرح الإعلام الرقمي تخصصاً مستقلاً في كلية الإعلام وتضمين المناهج الدراسية والمقررات الجامعية مساقات خاصة بالإعلام الرقمي.
- العمل على تخريج كوادر إعلامية مؤهلة في تخصص الإعلام الرقمي قادرة على تلبية احتياجات سوق العمل في هذا المجال الذي أصبح من المجالات الواعدة.
- تعزيز مستوى التفاعل والتعاون بين جامعة اليرموك والمجتمع المحلي والعربي الذي يحتاج إلى خريجين بمستوى متميز في مجال الإعلام الرقمي.
- عمل دراسات مشابهة من قبل الباحثين عن إشكالية الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي كتخصص في جامعات أخرى.

edition) Dar Al-Issan Al-Alami for Publishing and Distribution: Jordan, Amman, Jordan
Talabi, Muhammad (2016). Digital media is the future, Al-Furqan Magazine, p. 77, p. 37.

المراجع الأجنبية:

- AL-Dmour, Ashwaq, The impact of digital media on crisis, master degree, 2019, hashimite university.
Hilary, E. Parker, (2012). Print Media in the Digital Age: Creating Conversation and Community (Unpublished Master Thesis). Gonzage University, Washington.
Hniff, Z. (2012). Theory in New Media: Is Digital Overtaking the Print Magazine Industry? (Unpublished Master Thesis). Green College of Urban Affairs, the Graduate College, University of Nevada, Las Vegas.
Issam, Al-musa (2019). Digitalism and Development of Arab Media in the 21st century, Jordan Of Social Science, vol, 12, N, 2, PP. 273-286
Khan, Irfan (2015) Changing Media of Digital Culture, Humman and Society Journal, vol 14, pp 3-20
Kanne, J, (2011), The Digital Media Revolution, American Journal of Roentgenology, 197 (1): 6-27.

صابر، لامية و غزالي، محمد. (2017). دراسات في الإعلام الجديد، (الطبعة الأولى)، عمان، الأردن: دار الأعصار العلمي للنشر والتوزيع.

طلابي، امحمد (2016). الإعلام الرقمي هو المستقبل، مجلة الفرقان، ع 77، ص 3_7.

فضل السيد، معزة مصطفى. (2018). الإعلام الرقمي وإنعكاساته على التعارف بين الحضارات، مجلة الكلمة للدراسات والابحاث، ع 26، ص 183-193

مzahرة، منال. (2014). مناهج البحث الإعلامي (الطبعة الأولى)، عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

المراجع العربية مترجمة:

- Al Ramahi, Tamara Mohammed. (2018). Employing digital media in the production of news programs on Jordanian television (unpublished master's thesis) College of Mass Communication: Middle East University.
Al-Dubaisi, Abdul Karim Ali Jabr, and Al-Khasawneh, Ibrahim. (2020). Digital media: the problem of concept and identification of means in media studies, Journal of Human and Social Sciences Studies, (1), (47), 944-961.
Al-Hamdani, Bushra Hussein. (2018). The concept of digital education for media students in Iraqi universities. The Arab Journal of Media and Culture of Tuff, (5), 68-82.
Badrani, Fadel Mohammed. (2017). Digital media in the era of streaming, first edition, Beirut, Lebanon: Knowledge Forum.
Bou Ali, Nasir Salih. (2014) University youth's use of traditional and new media, a case study, Crisis Center for Strategic Studies and Research, Vol. 2, p. 7, p. 8_37.
Fadel El-Sayed, Moaza Mustafa. (2018). Digital media and its reflections on the acquaintance between civilizations, Al-Kalima Journal for Studies and Research, p. 26, pp. 183-193
Khamis, Tariq Al-Mabrouk Al-Sadiq. (2017). The impact of the new media on the reality of the traditional press in Libya from the point of view of Libyan media professionals (unpublished master's thesis), Faculty of Mass Communication: Middle East University.
Mazhara, Manal. (2014). Media Research Methods (first edition), Amman, Jordan: Dar Al Masirah for Publishing and Distribution.
Saber, Lamiya and Ghazali, Muhammad. (2017). Studies in New Media, (first edition), Amman, Jordan: Dar Al-Assar Al-Alami for Publishing and Distribution.
Shamayleh, Maher, Al-Lahham, Ezzat, and Kafi, Mustafa. (2015). The new digital media (first

