

**The role of digital media platforms in shaping public opinion
among Jordanian university students**

Yousef Auad Al-mashagba *

yalmashaqbeh@zu.edu.jo

Received: 21/1 /2026

Accepted: 15/4 /2026

Abstract:

This study aimed to explore the role of digital media platforms in shaping public opinion among Jordanian university students by integrating the agenda-setting and uses-and-gratifications frameworks with contemporary concepts such as algorithm awareness and trust in news. The study employed a descriptive-analytical approach using a cross-sectional design. A stratified random sample of 420 male and female students were selected from various academic disciplines and study levels. A questionnaire based on a five-point Likert scale was developed to measure usage intensity, algorithm awareness, trust in news content, exposure to misinformation, and issue salience, in addition to indicators of behavioral and attitudinal outcomes.

The results revealed a high level of digital engagement among Jordanian university students. Usage intensity emerged as the highest-rated indicator, followed by issue salience, whereas algorithm awareness and trust in news were found to be at a moderate level. Correlation analyses indicated a strong positive relationship between issue salience and public opinion formation, followed by usage intensity. In contrast, exposure to misinformation demonstrated a statistically significant negative relationship with public opinion formation. The regression model further showed that all independent variables made significant contributions to explaining public opinion formation, accounting for approximately 61% of the variance. These findings underscore the central role of digital platforms in shaping the attitudes and orientations of university students and highlight the need to promote digital media literacy, enhance awareness of algorithmic recommendation mechanisms, and foster a culture of fact-checking to reduce the impact of misinformation.

Keywords: Digital media platforms, public opinion, Jordanian university students, usage intensity, algorithm awareness, trust in news, misinformation, issue salience, civic engagement, political participation.

* Department of Journalism and Digital Media, Faculty of Media, Zarqa Private University, Jordan •



دور منصات الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية

يوسف عوض المشاقبة*

yalmashaqbeh@zu.edu.jo

تاريخ القبول: 2026/4/15

تاريخ الاستلام: 2026 /1/21

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف دور منصات الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية من خلال مزج إطراري وضع الأجندة والاستخدامات والإشباع مع مفاهيم حديثة مثل وعي الخوارزميات والثقة في الأخبار. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بتصميم مقطعي على عينة مكونة من 420 طالبًا وطالبة مختارة بطريقة العينة الطبقية العشوائية، شملت تخصصات ومستويات دراسية متعددة. تم تطوير استبانة مبنية على مقياس ليكرت الخماسي لقياس كثافة الاستخدام، ووعي الخوارزميات، والثقة في المحتوى الإخباري، والتعرض للمعلومات المضللة، وبروز القضايا، إضافة إلى مؤشرات المخرجات السلوكية والاتجاهية.

أظهرت النتائج ارتفاع مستوى الانخراط الرقمي لدى الطلبة في الجامعات الأردنية، وتصدّرت كثافة الاستخدام المؤشرات المقاسة، تليها بروز القضايا، بينما جاء وعي الخوارزميات والثقة في الأخبار في مستوى متوسط. بيّنت معاملات الارتباط دلالة إيجابية قوية بين بروز القضايا وتشكيل الرأي العام، تليها كثافة الاستخدام، في حين ارتبط التعرّض للمعلومات المضللة بعلاقة عكسية دالة مع تشكيل الرأي العام. وأوضح نموذج الانحدار أن جميع المتغيرات المستقلة تسهم بشكل دال في تفسير تشكيل الرأي العام، حيث فسّر النموذج نحو 61% من التباين. تؤكد هذه النتائج مركزية المنصات الرقمية في بناء المواقف والاتجاهات لدى الجيل الجامعي، وتبرز في المقابل الحاجة إلى تنمية التربية الإعلامية الرقمية، وتعزيز الوعي بآليات التوصية الخوارزمية، وترسيخ ثقافة التحقق للحد من تأثير المعلومات المضللة.

الكلمات المفتاحية: منصات الإعلام الرقمي، الرأي العام، طلبة الجامعات الأردنية، كثافة الاستخدام، وعي الخوارزميات، الثقة في الأخبار، المعلومات المضللة، بروز القضايا، المشاركة المجتمعية، المشاركة السياسية.

* قسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن.

المقدمة:

شهدت البيئة الإعلامية خلال العقد الأخيرين تحولات جوهرية بفعل التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، حيث أصبحت المنصات الرقمية إحدى أهم الوسائل المؤثرة في تشكيل أنماط التلقي والتفاعل لدى الجمهور، وبخاصة فئة الشباب الجامعي. فقد باتت هذه المنصات فضاءً عامًا بديلاً يوفر فرصاً متزايدة للتعبير عن الرأي، وتبادل المعلومات، والمشاركة في النقاشات العامة، وهو ما جعلها أداة أساسية في تشكيل الرأي العام داخل المجتمعات المعاصرة (الدويري، 2022؛ الصالح، 2022؛ العتيبي، 2021).

إن التحول من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي لا يقتصر على تغير الوسيلة، بل يشمل إعادة صياغة كاملة لعملية الاتصال ذاتها، حيث لم يعد المتلقي مجرد مستقبل سلبي للرسائل الإعلامية، بل أصبح طرفاً فاعلاً في إنتاج وتداول المحتوى. هذه التفاعلية جعلت الإعلام الرقمي بيئة خصبة لبناء المواقف والاتجاهات، كما عمقت دوره في إعادة تشكيل وعي الطلبة الجامعيين، باعتبارهم الفئة الأكثر استخداماً لهذه الوسائط (النقمة، 2018؛ حسني، 2022؛ الغوانمة، 2021).

وعلى المستوى النظري، تتيح الأدبيات الكلاسيكية في دراسات الاتصال إطاراً ملائماً لفهم هذه الظاهرة. فقد أشارت نظرية وضع الأجندة إلى قدرة وسائل الإعلام على تحديد القضايا الأكثر بروزاً في وعي الجمهور من خلال التركيز على موضوعات بعينها (McCombs & Shaw, 1972). كما أكدت نظرية الاستخدامات والإشباع أن الجمهور يختار الوسيلة الإعلامية التي تحقق حاجاته، سواء كانت معرفية أو ترفيهية أو اجتماعية (Katz, Blumler, Gurevitch, 1973). وفي السياق الرقمي، يكتسب هذان الإطاران أهمية خاصة في تفسير دوافع طلبة الجامعات لاستخدام المنصات الرقمية، وطبيعة التأثير الناتج عنها.

وتدعم الدراسات الأجنبية الحديثة هذا الاتجاه، حيث بيّنت أبحاث أن طبيعة الشبكات الاجتماعية قد تعزز من التعرض لوجهات نظر متباينة أو تحد منه، وهو ما ينعكس على مستوى التعددية أو الانغلاق داخل "غرف الصدى" الرقمية (Bakshy, 2015؛ Cinelli et al., 2021). كما أظهرت دراسات أخرى أن الأخبار الكاذبة تنتشر على المنصات الرقمية بسرعة أكبر من الأخبار الصحيحة، الأمر الذي يثير إشكاليات تتعلق بالمصادقية وبناء الثقة (Vosoughi, Roy, & Aral, 2018). ومن ناحية أخرى، أكدت المراجعات وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الرقمي والمشاركة السياسية والمدنية، وإن كان حجم هذا الأثر متفاوتاً عبر الدراسات والسياقات (Boulianne, 2015).

في ضوء ما سبق، تبرز الحاجة إلى دراسات عربية حديثة تقيس بصورة منهجية دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين. فهذه الفئة لا تمثل مجرد شريحة مستهلكة للمحتوى، بل تشكل قوة مؤثرة في المجتمع عبر قدرتها على تداول الأفكار والمواقف داخل الحرم الجامعي وخارجه. كما أن استكشاف تأثير المنصات الرقمية على وعي الطلبة وقناعاتهم يسهم في تقديم توصيات عملية للجامعات وصنّاع القرار بهدف تعزيز التربية الإعلامية الرقمية، وتنمية ثقافة التحقق، وضمان الاستخدام المسؤول لهذه الوسائط (عبد الغني، 2022؛ العمري، 2022؛ السمان، 2025).

الإطار النظري:

يمثل الإطار النظري الأساس الذي تُبنى عليه هذه الدراسة في تفسير العلاقة بين استخدام منصات الإعلام الرقمي وتشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات. ويهدف إلى توفير إطار تفسيري يربط بين المتغيرات المدروسة ويُسهّم في فهم الآليات التي تؤثر من خلالها البيئة الإعلامية الرقمية في إدراك الطلبة للقضايا العامة واتجاهاتهم نحوها. وانطلاقاً من طبيعة الظاهرة المدروسة، اعتمدت الدراسة على مجموعة من المداخل النظرية التي تفسّر تأثير وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام في البيئة الرقمية، وهي: نظرية وضع الأجندة، ونظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية غرس المحتوى، ونظرية دوامة الصمت، إضافة إلى نظرية البيئة الإعلامية التي تفسّر البعد التكنولوجي للوسائط الرقمية.

تُعدّ نظرية وضع الأجندة (Agenda Setting Theory) من أبرز النظريات المفسّرة لتأثير وسائل الإعلام في تحديد القضايا التي يولّيها الجمهور اهتماماً أكبر، حيث تشير إلى أن وسائل الإعلام تسهم في ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور من خلال التركيز المتكرر على موضوعات معينة (McCombs & Shaw, 1972). وقد تم اختيار هذه النظرية في الدراسة الحالية لأنها تساعد في تفسير كيفية بروز بعض القضايا لدى الطلبة الجامعيين نتيجة كثافة تعرضهم للمحتوى عبر المنصات الرقمية، خصوصاً في ظل خوارزميات هذه المنصات التي تتحكم في ترتيب ظهور الأخبار والمعلومات. وقد استفادت الدراسة من هذه النظرية في تفسير العلاقة بين كثافة استخدام المنصات الرقمية وبين إدراك الطلبة لأهمية القضايا المطروحة في الفضاء الرقمي.

أما نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory) فتؤكد على فاعلية الجمهور ودوره في اختيار الوسيلة الإعلامية التي تلبّي حاجاته المعرفية والاجتماعية والترفيهية (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). وقد تم الاستناد إلى هذه النظرية لتفسير دوافع الطلبة الجامعيين لاستخدام المنصات الرقمية، مثل البحث عن المعلومات، والتفاعل الاجتماعي، والتعبير عن الرأي، والحصول على الترفيه. كما أسهمت هذه النظرية في تفسير نتائج الدراسة المتعلقة بكثافة استخدام المنصات الرقمية وعلاقتها بمستويات المشاركة والتفاعل مع القضايا العامة.

وفي السياق نفسه، تقدم نظرية غرس المحتوى (Cultivation Theory) تفسيراً للتأثيرات التراكمية للتعرض المستمر للمضامين الإعلامية، حيث تقترض أن التعرّض المتكرر للمحتوى الإعلامي يسهم في تشكيل تصورات الأفراد عن الواقع الاجتماعي (Gerbner et al., 2002). وقد تم توظيف هذه النظرية في الدراسة لتفسير الكيفية التي قد يؤدي بها التعرض المستمر للمحتوى الرقمي، بما في ذلك الأخبار والمعلومات المتداولة عبر المنصات الرقمية، إلى تشكيل تصورات الطلبة واتجاهاتهم تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية.

كما تستند الدراسة إلى نظرية دوامة الصمت (Spiral of Silence Theory) التي تقترض أن الأفراد قد يترددون في التعبير عن آرائهم إذا شعروا بأن هذه الآراء تتعارض مع الرأي السائد في المجتمع (Noelle-Neumann, 1974). وفي بيئة الإعلام الرقمي، يمكن أن يتأثر الطلبة بالمناخ العام للآراء المتداولة عبر المنصات الرقمية، مما قد يؤثر في استعدادهم للتعبير عن مواقفهم تجاه القضايا العامة، خصوصاً في الموضوعات الخلافية. وقد أسهمت هذه النظرية في تفسير نتائج الدراسة المتعلقة بالتعبير عن الرأي والمشاركة في النقاشات الرقمية.

إضافة إلى ذلك، تستند الدراسة إلى نظرية البيئة الإعلامية (Media Ecology Theory) التي تؤكد أن الوسائط الإعلامية ليست مجرد أدوات لنقل الرسائل، بل تمثل بيئات تكنولوجية تؤثر في أنماط التفكير والتفاعل الاجتماعي (Postman, 1970؛ McLuhan, 1964). وتكتسب هذه النظرية أهمية خاصة في سياق الإعلام الرقمي، حيث تعتمد المنصات الرقمية على خوارزميات وتقنيات متقدمة تعيد تشكيل طبيعة الاتصال بين الجمهور والمحتوى الإعلامي. وقد تم اختيار هذه النظرية لتفسير التحولات التي أحدثتها التكنولوجيا الرقمية في آليات تشكيل الرأي العام، مثل دور الخوارزميات في تنظيم تدفق المعلومات، وظهور ظواهر مثل غرف الصدى الرقمية وانتشار الأخبار المضللة.

ومن خلال التكامل بين هذه المداخل النظرية، تسعى الدراسة إلى تقديم تفسير شامل لدور منصات الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات، حيث توضح نظرية وضع الأجندة كيفية بروز القضايا لدى الجمهور، بينما تفسر نظرية الاستخدامات والإشباع دوافع استخدام المنصات الرقمية، وتكشف نظرية غرس المحتوى عن التأثيرات التراكمية للتعرض الإعلامي، وتوضح نظرية دوامة الصمت ديناميات التعبير عن الرأي، في حين تفسر نظرية البيئة الإعلامية الدور الذي تؤديه التكنولوجيا الرقمية في إعادة تشكيل عملية الاتصال المعاصر. إن الجمع بين هذه المؤشرات يتيح بناء صورة متكاملة حول كيفية مساهمة الإعلام الرقمي في صياغة الرأي العام الجامعي، ويؤسس لقراءة علمية تجمع بين الأبعاد النظرية والمقاييس التجريبية الحديثة (Dogruel et al., 2022؛ Zarouali et al., 2021؛ Reuters Institute, 2024؛ الغوانمة، 2021؛ السمان، 2025). ويمكن توضيحها كم يلي:

كثافة الاستخدام (Usage Intensity) :

تُعد كثافة الاستخدام أحد المؤشرات الجوهرية في دراسة دور الإعلام الرقمي، إذ تكشف عن المدى الزمني والتكراري لتفاعل الطلبة مع المنصات، وعن مستوى اندماجها في أنماط حياتهم اليومية. لا يقتصر هذا البُعد على قياس عدد الساعات اليومية أو الأسبوعية فحسب، بل يشمل أيضًا عدد المنصات المستخدمة وتنوع أنشطتها، مثل التصفح والتفاعل والمشاركة. وقد أوضحت دراسات حديثة أن الاستخدام المكثف يُفضي إلى زيادة احتمالية التعرض المتكرر للأجندات الإعلامية وإلى ترسيخ قضايا معينة في أذهان الطلبة (Dogruel et al., 2022). كما أظهرت (Huang (2025 أن الارتباط بين كثافة الاستخدام ومستويات الانخراط يتضاعف عندما تتراكم ساعات الاستخدام الطويلة مع تنوع المنصات، مما يزيد من احتمالية التعرض لوجهات نظر متباينة أو متعارضة. وتشير أبحاث عربية مماثلة (الغوانمة، 2021؛ البقمي، 2018) إلى أن كثافة الاستخدام بين طلبة الجامعات الأردنية والخليجية تتجاوز في الغالب أربع ساعات يوميًا، مما يعكس اعتمادًا واسعًا على هذه الوسائط في تشكيل المواقف والاتجاهات.

وعي الخوارزميات (Algorithm Awareness) :

يمثل وعي الخوارزميات عنصرًا حديثًا نسبيًا في دراسات الإعلام، ويشير إلى إدراك المستخدمين لآليات التخصيص الآلي وترتيب المحتوى. هذا الوعي مهم لفهم كيفية إدراك الطلبة للعدالة، والشفافية، والسيطرة على تدفق المعلومات. فقد طور Zarouali et al. (2021) مقياس AMCA-Scale الذي يقيس أربعة أبعاد رئيسية: إدراك التصفية، القرارات المؤتمتة، التفاعل الإنساني-الخوارزمي، والاعتبارات الأخلاقية. وأكدت دراسات لاحقة أن ارتفاع مستوى الوعي بالخوارزميات يعزز من ميل الطلبة إلى التحقق من المعلومات ويحد من تقبلهم السلبي للتوصيات (Eder, 2025). على الصعيد العربي، أشار لعنبي (2021) إلى أن

غياب إدراك الطلبة لآليات الخوارزميات قد يؤدي إلى تشكيل "فقاعات معلوماتية" تحد من تنوع المصادر. كما أظهر (الدويري، 2022) أن ضعف الوعي بآليات العرض الخوارزمية يفاقم من مخاطر الانحياز في الصحافة الإلكترونية الأردنية.

الثقة في المحتوى الإخباري (Trust in News) :

تُعد الثقة في الأخبار أحد أبرز المحددات التي تفسر مدى تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام. فهي تشمل دقة المعلومات، وحيادية المعالجة، ومصداقية المصادر، وشفافية النوايا التحريرية. وقد صُمم مقياس Trust in News Media (Kohring & Matthes, 2007) لقياس أبعادًا متعددة تشمل اختيار القضايا، اختيار الحقائق، ودقة التصوير. وأظهرت بيانات (Reuters Institute Digital News Report (2024) أن الثقة في الأخبار الرقمية في تراجع نسبي بين فئة الشباب الجامعي، مقابل ارتفاع الاعتماد على الأخبار المتداولة عبر شبكات التواصل الشخصي. وتؤكد أبحاث عربية مثل بوزيان (2019) وحسني (2022) أن ضعف الثقة في الإعلام الرقمي يرتبط بغياب الأطر التنظيمية والمهنية، مما يفتح الباب أمام تمدد الأخبار غير الدقيقة. ومن هنا، فإن قياس مستوى الثقة لا يُعد مجرد مؤشر وصفي، بل هو مدخل لتفسير استعداد الطلبة لاستخدام هذه الأخبار كأساس لتشكيل مواقفهم.

التعرض للمعلومات المضللة (Exposure to Disinformation) :

أصبح التعرض للأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة سمة مركزية في البيئة الإعلامية الرقمية. فقد أظهرت دراسة (Vosoughi, Roy, & Aral, 2018) في Science أن الأخبار الزائفة تنتشر أسرع وأكثر عمقًا من الأخبار الصحيحة بسبب طبيعتها الجديدة والمثيرة للانتباه. أما الدراسات الحديثة مثل (Pennycook et al., 2021) فقد أثبتت أن "لفت الانتباه إلى الدقة" يقلل من احتمال مشاركة الأخبار المضللة. كما طوّرت (Maertens et al., 2023) أداة MIST التي تقيس قدرة الأفراد على التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة. على المستوى العربي، يشير (الداغر، 2016) إلى أن غياب التربية الإعلامية الرقمية يعزز من قابلية الطلبة لتبني الأخبار غير الدقيقة. بينما يؤكد (عبد الغني، 2022) أن رفع الوعي بممارسات التحقق يُعد من أقوى العوامل التي تحد من انتشار التضليل بين الطلبة الجامعيين.

بروز القضايا (Issue Salience) :

يُعنى هذا المؤشر بقياس مدى إدراك الطلبة لأهمية قضايا معينة مقارنة بغيرها، وهو مرتبط مباشرة بفرضيات نظرية وضع الأجندة. حيث يُفترض أن تكرار تغطية القضايا عبر الإعلام الرقمي يزيد من بروزها في ذهن الجمهور (McCombs & Shaw, 1972). وقد بينت دراسة (Cinelli et al., 2021) أن شبكات التواصل الاجتماعي تُعيد تشكيل الأولويات العامة بطريقة أكثر ديناميكية من الإعلام التقليدي، نتيجة التفاعل الشبكي والخوارزميات. وفي السياق العربي، أوضحت دراسة (السبيعي، 2021) أن الإعلام الرقمي يعيد ترتيب أولويات الطلبة تجاه قضايا اجتماعية وسياسية داخل المملكة العربية السعودية. كما بينت (السمان، 2025) أن تزايد حضور قضايا المشاركة المجتمعية عبر الإعلام الرقمي في مصر انعكس على ارتفاع الوعي والميل للمشاركة المدنية لدى الشباب الجامعي.

المخرجات السلوكية والاتجاهية (Behavioral and Attitudinal Outcomes) :

تمثل المخرجات السلوكية والاتجاهية النتيجة الطبيعية لتفاعل الطلبة مع الإعلام الرقمي، إذ تنعكس في ميولهم نحو المشاركة المدنية والسياسية، والانخراط في أنشطة التطوع، والمساهمة في النقاشات العامة، بل وتمتد لتشمل النية في التصويت والمشاركة في صناعة القرار العام. وتشير براهين بولوين (Boulianne, 2015) إلى أن استخدام وسائل الإعلام الرقمية يسهم في تعزيز أشكال المشاركة السياسية غير الرسمية من خلال توفير فضاءات جديدة للتفاعل والتعبير عن الرأي. كما توضح دراسة (Tafesse, 2020) أن الطلبة الذين يوظفون المنصات الرقمية في الأطر الأكاديمية يظهرون مستويات أعلى من الاندماج المجتمعي والتواصل الإيجابي داخل الوسط الجامعي. وفي السياق الأردني، بينت دراسة الطراونة (2020) أن الاستخدام المكثف للإعلام الرقمي في العملية التعليمية يرتبط بزيادة المشاركة في النقاشات الأكاديمية والسياسية، بما يعكس أثر البيئة الرقمية في تنشيط الحوار والتفاعل الطلابي. أما (العمرى، 2022) فقد أشار إلى أن الإعلام الجديد أصبح وسيلة فاعلة ل طرح قضايا حقوق الإنسان، الأمر الذي يعكس دوره في التأثير على منظومة القيم والاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمراجعة عدد من الدراسات العربية والأجنبية الحديثة ذات الصلة بدور منصات الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات والشباب، وذلك بهدف الاستفادة منها في بناء الإطار النظري للدراسة، وتحديد المتغيرات ومؤشرات القياس، والكشف عن الفجوات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها. وقد تم عرض هذه الدراسات وفق تقسيمها إلى دراسات عربية وأخرى أجنبية.

أولاً: الدراسات العربية

تناولت دراسة (Alkhudari et al., 2024) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، وهدفت إلى استقصاء مدى تأثير شبكات التواصل في تشكيل الاتجاهات والمواقف لدى الشباب الجامعي. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وطبقت استبانة على عينة مكونة من (832) طالبًا وطالبة من أربع جامعات أردنية. أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا مهمًا في تكوين الآراء والمعتقدات لدى الطلبة، وأن استخدامها الكثيف يسهم في تبادل المعلومات والحوار وتبني الأفكار الجديدة. وأكدت الدراسة أن هذه المنصات تمثل عاملاً رئيسًا في تشكيل الرأي العام بين الشباب الجامعي.

كما هدفت دراسة (Al Subaihi, 2023) إلى رصد أنماط استهلاك الأخبار لدى الشباب الأردني في ظل التحول نحو الإعلام الرقمي بعد جائحة كوفيد-19. اعتمدت الدراسة المنهج الكمي المسحي، وطبقت استبانة على عينة من (147) طالبًا وطالبة من جامعات الأردن. أظهرت النتائج أن الإنترنت والمنصات الرقمية تمثل المصدر الرئيس للأخبار لدى الطلبة، وأن نسبة كبيرة منهم يشاركون الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يعزز دور الإعلام الرقمي في التأثير في مواقف الشباب واتجاهاتهم.

وفي السياق نفسه، هدفت دراسة (العموش، 2021) إلى التعرف إلى دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وطبقت استبانة على عينة طبقية قوامها (400)

طالب وطالبة. أظهرت النتائج وجود دور ملحوظ لوسائل الإعلام في تعزيز المعرفة السياسية لدى الطلبة، كما أوصت الدراسة بضرورة تعزيز مهارات القراءة النقدية للمحتوى الإعلامي لدى الشباب الجامعي.

كما تناولت دراسة (السبيعي، 2021) اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي، حيث اعتمدت المنهج المسحي على عينة مكونة من (211) طالبًا وطالبة. وأظهرت النتائج وجود اتجاهات إيجابية لدى الطلبة نحو استخدام الإعلام الرقمي، مع وجود فروق مرتبطة بالخبرة الدراسية، حيث كان طلبة السنوات المتقدمة أكثر إدراكًا لأهمية الإعلام الرقمي في الحصول على المعلومات.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

تناولت دراسة (Habes et al., 2023) دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات المضللة في الأردن خلال جائحة كوفيد-19. استخدمت الدراسة تصميمًا مقطعيًا من خلال استبانة إلكترونية طبقت على عينة من (350) مستخدمًا لوسائل التواصل الاجتماعي. أظهرت النتائج أن هذه المنصات تمثل مصدرًا رئيسًا للمعلومات، لكنها في الوقت ذاته تسهم في انتشار الأخبار غير الدقيقة، مما يؤثر في اتجاهات المستخدمين ومواقفهم.

كما هدفت دراسة (Brodsky et al., 2020) إلى قياس مستوى وعي طلبة الجامعات بالحوارزيمات التي تتحكم في ترتيب المحتوى على المنصات الرقمية. شارك في الدراسة (286) طالبًا من جامعات أمريكية، وأظهرت النتائج أن غالبية الطلبة يمتلكون معرفة محدودة بكيفية عمل الحوارزيمات وتأثيرها في تشكيل البيئة المعلوماتية المحيطة بهم. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الوعي الحوارزمي لدى الطلبة من خلال برامج التربية الإعلامية الرقمية.

وفي دراسة (Boulianne, 2020) التي اعتمدت التحليل التلوي لعدد كبير من الدراسات الدولية، تم فحص العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الرقمية والمشاركة المدنية والسياسية. وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين استخدام الوسائط الرقمية ومستويات المشاركة المجتمعية، إلا أن قوة هذا التأثير تختلف باختلاف نوع المنصة وطبيعة الاستخدام.

كما أظهرت دراسة (Cinelli et al., 2021) من خلال تحليل شبكي لعدة منصات اجتماعية أن المستخدمين يميلون إلى التفاعل مع المحتوى المتوافق مع آرائهم داخل ما يُعرف بـ"غرف الصدى"، الأمر الذي قد يسهم في تعزيز الاستقطاب وتشكيل إدراك انتقائي للقضايا العامة.

يتضح من خلال مراجعة الدراسات السابقة أن معظمها ركز على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات والآراء لدى الشباب، كما تناول بعضها دور الإعلام الرقمي في نشر المعلومات أو تعزيز المشاركة المجتمعية. ومع ذلك، تشير المراجعة إلى وجود فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التي تناولت العلاقة بين استخدام المنصات الرقمية ومؤشرات تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات ضمن نموذج تحليلي يجمع بين كثافة الاستخدام، والوعي بالحوارزيمات، والثقة في الأخبار، والتعرض للمعلومات المضللة، وبرز القضايا، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى معالجته.

مشكلة الدراسة:

شهدت البيئة الإعلامية خلال العقدین الأخيرین تحولًا ملحوظًا تمثل في الانتقال المتسارع من وسائل الإعلام التقليدية إلى المنصات الرقمية، التي أتاحت مستويات عالية من التفاعلية وسرعة تداول المعلومات، وأصبحت تمثل المصدر الرئيس للأخبار والآراء لدى فئات واسعة من المجتمع، ولا سيما فئة الشباب الجامعي التي تُعدّ الأكثر حضورًا في الفضاء الرقمي (الصالح، 2022؛ لعنتيبي، 2021؛ عبد الحميد، 2018).

وفي ظل هذا التحول، برزت مجموعة من التحديات المرتبطة بطبيعة المحتوى الرقمي وآليات عرضه، مثل انتشار المعلومات المضللة، وتأثير خوارزميات التخصيص التي تتحكم في تدفق الأخبار والمضامين الإعلامية، إضافة إلى تراجع مستويات الثقة في المحتوى الإخباري الرقمي. وتشير الدراسات إلى أن هذه العوامل قد تسهم في تشكيل إدراك انتقائي للقضايا العامة، وتؤثر في اتجاهات الأفراد ومواقفهم تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية، خصوصًا لدى الطلبة الجامعيين الذين يعتمدون على المنصات الرقمية بوصفها مصدرًا رئيسًا للمعلومات (Vosoughi, Roy, & Aral, 2018؛ عبد الغني، 2022؛ الدويري، 2022).

وعلى الرغم من تنامي الدراسات التي تناولت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الرأي العام، فإن كثيرًا من هذه الدراسات ركزت على قياس معدلات الاستخدام أو الاتجاهات العامة نحو المنصات الرقمية، دون تحليل متكامل للأبعاد الإدراكية والاتصالية المرتبطة بها، مثل الوعي بالخوارزميات، والثقة في المحتوى الرقمي، والتعرض للمعلومات المضللة، وعلاقتها بتشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين (Habes et al., 2023؛ العموش، 2021). كما أن الدراسات في السياق الأردني ما تزال محدودة في تناول هذه العلاقة ضمن نموذج تحليلي يدمج بين مؤشرات الاستخدام الرقمي وتأثيراتها الإدراكية والسلوكية.

ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم طبيعة العلاقة بين استخدام منصات الإعلام الرقمي ومؤشرات تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، من خلال تحليل مجموعة من العوامل المرتبطة ببيئة الإعلام الرقمي، مثل كثافة الاستخدام، والوعي بالخوارزميات، والثقة في الأخبار الرقمية، والتعرض للمعلومات المضللة، وبروز القضايا، ومدى انعكاسها على اتجاهات الطلبة ومشاركتهم في القضايا المجتمعية.

أسئلة الدراسة:

1. ما أنماط الاستخدام والمنصات الإعلامية الأكثر حضورًا لدى طلبة الجامعات الأردنية؟
2. ما مستوى كثافة استخدام طلبة الجامعات لمنصات الإعلام الرقمي؟
3. إلى أي مدى يمتلك طلبة الجامعات وعيًا بخوارزميات المنصات الرقمية وآثارها على عرض المحتوى؟
4. ما درجة الثقة في المحتوى الإخباري الذي يتلقاه الطلبة عبر المنصات الرقمية؟
5. ما مدى تعرض الطلبة للمعلومات المضللة عبر الإعلام الرقمي؟
6. ما القضايا التي تحظى بأعلى مستويات البروز (الأهمية) لدى الطلبة الجامعيين نتيجة تكرار تداولها عبر المنصات الرقمية؟
7. ما العلاقة بين استخدام المنصات الرقمية والمخرجات السلوكية والاتجاهية مثل المشاركة المجتمعية والسياسية لدى الطلبة؟
8. ما مدى قدرة مؤشرات الاستخدام (الكثافة، الوعي، الثقة، التعرض، البروز) على التنبؤ بتوجهات الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور منصّات الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، من خلال استقصاء أبعاد الاستخدام المختلفة ومستويات التأثير الناتجة عنها. ولتحقيق هذا الهدف الرئيس، تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف إلى أنماط استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمنصّات الإعلام الرقمي وتحديد أكثر المنصّات حضورًا وتفاعلاً في حياتهم اليومية.
2. قياس مستوى كثافة استخدام الإعلام الرقمي من حيث المدة الزمنية، وتنوّع المنصّات، وطبيعة الأنشطة التي يمارسها الطلبة من خلالها.
3. تحليل مستوى وعي الطلبة بالخوارزميات التي تتحكم في عرض وترتيب المحتوى على المنصّات الرقمية، واستكشاف مدى إدراكهم لتأثير هذه الآليات على تشكيل آرائهم واتجاهاتهم.
4. تحديد درجة الثقة في المحتوى الإخباري الرقمي من حيث مصداقية المصادر، ودقّة المعلومات، وحيادية المعالجة الإخبارية، وانعكاس ذلك على مواقف الطلبة تجاه القضايا العامة.
5. دراسة مدى تعرّض الطلبة للمعلومات المضلّلة والأخبار الكاذبة عبر المنصّات الرقمية، وتحليل أثرها على وعيهم بمفاهيم التحقق الإعلامي والمسؤولية الرقمية.
6. استكشاف القضايا الأكثر بروزاً وأولوية لدى الطلبة الجامعيين نتيجة تكرار تناولها وتداولها عبر المنصّات الرقمية، في ضوء فرضيات نظرية وضع الأجندة الإعلامية.
7. تحليل العلاقة بين استخدام المنصّات الرقمية والمخرجات السلوكية والاتجاهية لدى الطلبة، مثل المشاركة المجتمعية والسياسية والنقاشات العامة.
8. اختبار قدرة مؤشرات الاستخدام الرقمية (كثافة الاستخدام، الوعي بالخوارزميات، الثقة في الأخبار، التعرّض للمعلومات المضلّلة، بروز القضايا) على التنبؤ بتوجهات الرأي العام الجامعي.
9. تقديم توصيات عملية للجامعات وصنّاع القرار تساهم في تعزيز التربية الإعلامية الرقمية، وتنمية مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات، وضمان الاستخدام المسؤول للمنصّات الرقمية.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية

تتبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من كونها تسعى إلى توسيع الفهم العلمي لدور المنصّات الرقمية في تشكيل الرأي العام داخل البيئة الجامعية، وهي بيئة تتميز بخصوصية فكرية وثقافية تجعلها مرآة لاتجاهات المجتمع المستقبلية. فالدراسة تضيف بعداً نظرياً جديداً إلى الأدبيات العربية في دراسات الاتصال والإعلام من خلال دمج عدد من الأطر النظرية

الكلاسيكية، مثل نظرية وضع الأجندة (McCombs & Shaw, 1972) ونظرية الاستخدامات والإشباع (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973) مع المفاهيم الحديثة كوعي الخوارزميات والثقة الرقمية.

كما تمثل الدراسة محاولة لتفسير التفاعل بين أنماط الاستخدام الرقمي، ومستوى الوعي بالخوارزميات، ومصداقية المحتوى الإخباري، وبروز القضايا العامة، بما يعمق فهم الكيفية التي تتشكل بها الاتجاهات والمواقف داخل الجيل الجامعي. وبذلك، فهي تسد فجوة معرفية واضحة في الدراسات العربية التي غالبًا ما تناولت الإعلام الرقمي بوصفه وسيلة للتواصل الاجتماعي فقط، دون تحليل تأثيراته الإدراكية والسلوكية على تشكيل الرأي العام (الدويري، 2022؛ الغوانمة، 2021؛ عبد الغني، 2022).

علاوة على ذلك، تسهم الدراسة في تطوير مؤشرات تحليلية كمية ونوعية لقياس العلاقة بين استخدام الإعلام الرقمي ومخرجات الرأي العام، بما يوفر نموذجًا بحثيًا يمكن الاستفادة منه في دراسات لاحقة داخل مجالات الإعلام الرقمي، والتربية الإعلامية، والعلوم الاجتماعية.

ثانيًا: الأهمية التطبيقية

على الصعيد التطبيقي، تكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة لأنها تقدّم نتائج يمكن توظيفها في تطوير السياسات الإعلامية والبرامج التوعوية داخل الجامعات. ففهم طبيعة تفاعل الطلبة مع المنصات الرقمية ومستوى وعيهم بآلياتها يساعد إدارات الجامعات وصنّاع القرار على تصميم مبادرات تُعزّز التربية الإعلامية الرقمية، وتدعم ثقافة التحقق من المعلومات، وتحدّ من انتشار الأخبار الكاذبة والمحتوى المضلل (عبد الغني، 2022؛ حسني، 2022).

كما تمكّن النتائج المرتقبة من رسم ملامح الرأي العام الجامعي وتحديد العوامل التي تؤثر فيه، مما يفيد المؤسسات الأكاديمية والإعلامية في وضع استراتيجيات أكثر فاعلية للتواصل مع الشباب الجامعي، وتحفيز مشاركتهم في النقاشات والقضايا المجتمعية. وتسهم هذه الدراسة أيضًا في دعم الجهود الوطنية في تعزيز المواطنة الرقمية والوعي الإعلامي بما يتوافق مع التحول الرقمي الشامل في التعليم والإعلام. فهي لا تكتفي بوصف الظاهرة، بل تسعى إلى تقديم رؤية عملية لمعالجة تحديات الثقة والمصداقية في الفضاء الرقمي، انطلاقًا من فهم سلوكيات وتوجهات فئة تعد الأكثر تفاعلًا مع الإعلام الرقمي في العالم العربي.

نموذج وفرضيات الدراسة:

يستند النموذج المفاهيمي المقترح إلى مجموعة من الأطر النظرية التي تفسّر آليات التأثير الإعلامي، وفي مقدمتها نظرية وضع الأجندة (Agenda Setting Theory) التي توضّح دور وسائل الإعلام في تحديد أولويات الجمهور من خلال إبراز قضايا معينة، ونظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory) التي تفسّر الدوافع الفردية لاستخدام الوسائط الإعلامية، ونظرية غرس المحتوى (Cultivation Theory) التي تبيّن التأثير التراكمي للتعرّض المستمر للمضامين الإعلامية.

وانطلاقًا من هذه الأطر، يقوم النموذج المقترح على فرضية أن استخدام المنصات الرقمية بمختلف أنماطها يسهم مباشرة في تشكيل الرأي العام والمخرجات السلوكية والاتجاهية لدى طلبة الجامعات الأردنية، من خلال مجموعة من المتغيرات المستقلة التي تؤثر بصورة مباشرة في المتغير التابع.

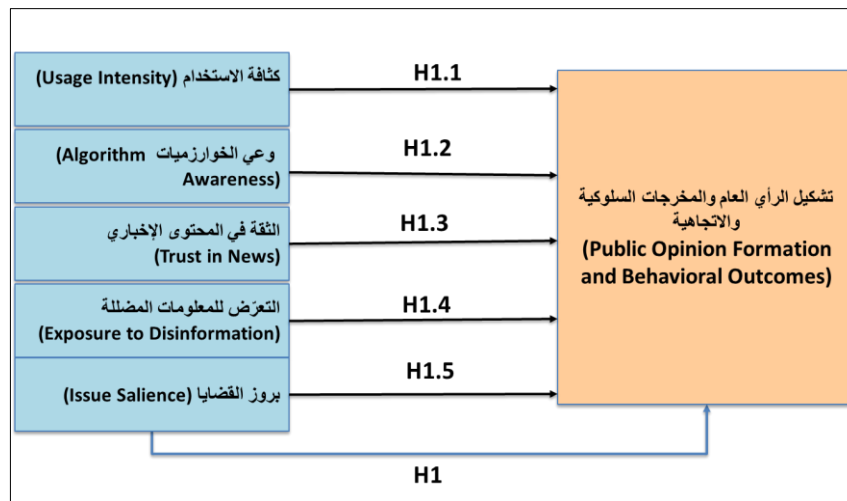
المتغيرات المستقلة:

1. كثافة الاستخدام (Usage Intensity) تمثل المدى الزمني والتكراري لتفاعل الطلبة مع المنصات الرقمية، وعدد المنصات التي يستخدمونها، ونوعية الأنشطة التي يمارسونها عليها.
2. وعي الخوارزميات (Algorithm Awareness) يقيس إدراك الطلبة للآليات التي تتحكم في تخصيص المحتوى وترتيبه، ومدى فهمهم لتأثير هذه الآليات على ما يُعرض لهم من معلومات.
3. الثقة في المحتوى الإخباري (Trust in News) تعكس مدى ثقة الطلبة بمصداقية الأخبار المنشورة عبر المنصات الرقمية، من حيث دقة المعلومات وحيادية المعالجة ومصدرها.
4. التعرّض للمعلومات المضللة (Exposure to Disinformation) يقيس مدى تعرض الطلبة للأخبار الكاذبة أو المشكوك بصحتها، وتأثير ذلك على إدراكهم للواقع.
5. بروز القضايا (Issue Salience) يعكس درجة الاهتمام بالقضايا التي تتكرر تغطيتها على المنصات الرقمية، ومدى أهميتها في وعي الطلبة واتجاهاتهم نحو الشأن العام.

المتغير التابع:

تشكيل الرأي العام والمخرجات السلوكية والاتجاهية (Public Opinion Formation and Behavioral Outcomes) : ويشمل الاتجاهات الفكرية والمواقف السلوكية الناتجة عن التفاعل مع الإعلام الرقمي، مثل المشاركة المجتمعية، والميل للمناقشة في القضايا العامة، ومستوى الوعي الرقمي لدى الطلبة الجامعيين.

يفترض النموذج -كما يظهر في الشكل (1) - أن كلاً من المتغيرات المستقلة يمارس تأثيراً مباشراً على المتغير التابع، بحيث يُتوقع أن تزداد فاعلية تشكيل الرأي العام والمخرجات السلوكية بارتفاع مستويات كثافة الاستخدام، والوعي بالخوارزميات، والثقة في الأخبار، وانخفاض التعرض للمعلومات المضللة، مع تزايد بروز القضايا في البيئة الرقمية.



الشكل (1) نموذج الدراسة

واستناداً للنموذج في الشكل (1)، تم تصميم الفرضيات التالية:

أولاً: الفرضية الرئيسية

H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات الإعلام الرقمي وتشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.

ثانياً: الفرضيات الفرعية

H1.1: تؤثر كثافة استخدام المنصات الرقمية تأثيراً إيجابياً في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.

H1.2: يرتبط مستوى وعي الطلبة بالخوارزميات بعلاقة طردية مع قدرتهم على إدراك طبيعة المحتوى الإعلامي وفهم آليات عرضه.

H1.3: تؤثر الثقة في المحتوى الإخباري الرقمي تأثيراً مباشراً في اتجاهات الطلبة نحو القضايا العامة ومستوى تقبلهم للمعلومات.

H1.4: يؤدي التعرض المتكرر للمعلومات المضللة إلى انخفاض الثقة بالمصادر الرقمية وإضعاف المواقف الإيجابية تجاه الإعلام الرقمي.

H1.5: يساهم بروز القضايا في الإعلام الرقمي في رفع مستوى أهميتها في وعي الطلبة وترتيب أولوياتهم الاتصالية والاجتماعية.

المنهجية:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بوصفه أحد المناهج الشائعة في الدراسات الإعلامية والاجتماعية التي تهدف إلى جمع البيانات من عينة ممثلة لمجتمع الدراسة وتحليلها للوصول إلى تعميمات علمية. وتم تنفيذ الدراسة ضمن تصميم وصفي تحليلي مقطعي (Cross-Sectional Design)، نظراً لملاءمته في دراسة الظواهر كما هي في الواقع في فترة زمنية محددة، ووصف خصائصها وتحليل العلاقات بين متغيراتها. ويهدف هذا التصميم إلى قياس العلاقة بين استخدام منصات الإعلام الرقمي ومؤشرات تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية في نقطة زمنية محددة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من طلبة مرحلة البكالوريوس في عدد من الجامعات الأردنية، حيث تم اختيار ثلاث جامعات هي: جامعة آل البيت، والجامعة الهاشمية، وجامعة الزرقاء. وقد جاء اختيار هذه الجامعات لعدة اعتبارات علمية ومنهجية، إذ تمثل هذه الجامعات أنماطاً مختلفة من مؤسسات التعليم العالي في الأردن؛ حيث تضم جامعات حكومية وأخرى خاصة، كما تستقطب طلبة من تخصصات أكاديمية متنوعة تشمل التخصصات الإنسانية والعلمية والصحية. إضافة إلى ذلك، تتميز هذه الجامعات بتنوعها الجغرافي واحتوائها على أعداد كبيرة من الطلبة، مما يجعلها بيئة مناسبة لإجراء الدراسة وتحقيق قدر مناسب من التمثيل لطلبة الجامعات الأردنية.

وبلغ حجم مجتمع الدراسة في الجامعات الثلاث وفق الإحصاءات الصادرة عن عمادات القبول والتسجيل في هذه الجامعات ما يقارب (530461) طالباً وطالبة في مرحلة البكالوريوس.

ونظرًا لكبر حجم مجتمع الدراسة وتنوع خصائصه الديموغرافية والأكاديمية، فقد اعتمدت الدراسة أسلوب العينة الطبقية العشوائية (Stratified Random Sampling)، وذلك بهدف ضمان تمثيل مختلف فئات مجتمع الدراسة تمثيلًا مناسبًا وتقليل احتمالية التحيز في اختيار العينة.

وقد تم تطبيق أسلوب العينة الطبقية العشوائية من خلال مجموعة من الخطوات المنهجية، تمثلت فيما يأتي:
في الخطوة الأولى، تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى عدد من الطبقات بناءً على مجموعة من المتغيرات الديموغرافية والأكاديمية التي يُتوقع أن يكون لها دور في الدراسة، وهي: الجنس، والجامعة، والتخصص الأكاديمي (إنساني / علمي صحي)، والمستوى الدراسي.

وفي الخطوة الثانية، تم تحديد حجم العينة المطلوب من كل طبقة بما يضمن تمثيل جميع الفئات الرئيسة في مجتمع الدراسة. أما في الخطوة الثالثة، فقد تم اختيار أفراد العينة من داخل كل طبقة بطريقة العينة العشوائية البسيطة، بحيث أُتحت الفرصة المتساوية لجميع أفراد المجتمع للدخول في العينة.

وبناءً على ذلك، بلغ حجم العينة النهائية (420) طالبًا وطالبة، حيث تم توزيعهم على الجامعات الثلاث بواقع (140) طالبًا وطالبة من كل جامعة، وذلك بهدف تحقيق قدر من التوازن في تمثيل الجامعات محل الدراسة وإتاحة إمكانية المقارنة بينها. كما تم توزيع أفراد العينة وفق متغيرات الجنس، والتخصص الأكاديمي، والمستوى الدراسي بما يعكس الخصائص الرئيسة لمجتمع الدراسة.

أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة استبانة مبنية على مقياس ليكرت الخماسي (من 1 = لا أوافق بشدة إلى 5 = أوافق بشدة)، وقد صُممت لقياس محاور متعددة تشمل:

1. كثافة الاستخدام والتفاعل مع المنصات الرقمية.

2. الثقة في المحتوى الإخباري وسلوكيات التحقق من المعلومات.

3. التعرض للمعلومات المضللة والأخبار الكاذبة.

4. مؤشرات تشكيل الرأي العام والمخرجات السلوكية.

5. بروز القضايا.

تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من الخبراء في الإعلام والاتصال للتحقق من صدق المحتوى (Content Validity)، كما جرى اختبار ثبات الأداة باستخدام معامل كرونباخ ألفا، وجاءت القيم جميعها أعلى من (0.70)، وهو ما يُعدّ مؤشرًا مقبولًا للثبات في الدراسات الاجتماعية.

أساليب التحليل الإحصائي:

تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، عبر مجموعة من الأساليب التحليلية التي شملت:

- الإحصاءات الوصفية (المتوسطات والانحرافات المعيارية) لوصف خصائص العينة.

- معاملات الارتباط) بيرسون وسبيرمان) لدراسة العلاقة بين المتغيرات.
- نماذج الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتنبؤ بالنية السلوكية واتجاهات تشكيل الرأي العام بناءً على متغيرات الاستخدام والثقة والتعرض وبروز القضايا.

النتائج:

يُعدّ توصيف خصائص العينة الإحصائية خطوة أساسية في أي دراسة ميدانية، إذ يوفّر خلفية ضرورية لفهم طبيعة المشاركين في البحث ومدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة. ويسهم هذا التوصيف في تفسير الفروق المحتملة بين المتغيرات وفهم تأثير الخصائص الديموغرافية والأكاديمية في استجابات الأفراد تجاه موضوع البحث. وفي ضوء ذلك، تناولت هذه الدراسة توزيع أفراد العينة وفق عدد من المتغيرات الرئيسة، شملت: الجنس، والجامعة، والمستوى الدراسي، والتخصص الأكاديمي، بهدف التأكد من توازن العينة وشمولها لمختلف فئات المجتمع الجامعي الأردني.

يوضّح الجدول (1) التوزيع التكراري والنسب المئوية لهذه المتغيرات، بما يمكن من بناء تصور مبدئي عن هيكل العينة قبل الانتقال إلى التحليل الإحصائي الوصفي والاستنتاجي الذي يختبر فرضيات الدراسة.

الجدول (1) التوزيع التكراري والنسب المئوية لخصائص أفراد عينة الدراسة:

المتغير	الفئات	التكرار (n)	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكور	206	49.0
	إناث	214	51.0
الجامعة	آل البيت	140	33.3
	الهاشمية	140	33.3
	الزرقاء	140	33.3
	أولى	98	23.3
المستوى الدراسي	ثانية	112	26.7
	ثالثة	120	28.6
	رابعة	90	21.4
	إنساني	190	45.2
التخصص الأكاديمي	علمي/صحي	230	54.8

جدول (2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة

الترتيب	مستوى الاستجابة	الانحراف المعياري (SD)	المتوسط الحسابي (M)	المحور
1	مرتفع	0.63	4.18	كثافة الاستخدام (Usage Intensity)
4	متوسط	0.71	3.46	وعي الخوارزميات (Algorithm Awareness)
5	متوسط	0.79	3.11	الثقة في المحتوى الإخباري (Trust in News)
3	مرتفع	0.68	3.82	التعرض للمعلومات المضللة (Exposure to Disinformation)
2	مرتفع	0.65	3.97	بروز القضايا (Issue Salience)
٠	مرتفع نسبيًا	0.69	3.71	المتوسط العام

تُشير النتائج إلى أن طلبة الجامعات الأردنية يتميزون بمستوى مرتفع من الانخراط الرقمي، إذ بلغ المتوسط العام (3.71) بدرجة مرتفعة نسبيًا. جاءت كثافة الاستخدام في المرتبة الأولى ($M=4.18$)، مما يعكس اندماج الطلبة في البيئة الرقمية لأغراض ترفيهية ومعلوماتية وتعبيرية.

كما أظهرت النتائج ارتفاع بروز القضايا في المحتوى الذي يتعرض له الطلب ($M=3.97$)، ما يشير إلى قدرة الإعلام الرقمي على ترتيب أولوياتهم الاتصالية وفقًا لمنطق الأجندة الإعلامية. في المقابل، كان الوعي بالخوارزميات والثقة بالمحتوى الإخباري في مستوى متوسط، وهو ما يعبر عن إدراك جزئي لطبيعة عمل المنصات وخطورة المحتوى غير الموثوق. وتؤكد هذه النتائج أهمية تعزيز مهارات التربية الإعلامية الرقمية والوعي النقدي في أوساط الشباب الجامعي.

جدول (3) نتائج معاملات الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

الفرضية	العلاقة	معامل الارتباط (r)	قيمة الدلالة (Sig.)	القرار
كثافة الاستخدام → تشكيل الرأي العام	H1.1: طردية دالة	0.68	0.000	مقبولة
وعي الخوارزميات → تشكيل الرأي العام	H1.2: طردية دالة	0.57	0.001	مقبولة
الثقة في المحتوى الإخباري → تشكيل الرأي العام	H1.3: طردية دالة	0.49	0.004	مقبولة
التعرض للمعلومات المضللة → تشكيل الرأي العام	H1.4: عكسية دالة	-0.41	0.009	مقبولة
بروز القضايا → تشكيل الرأي العام	H1.5: طردية دالة	0.73	0.000	مقبولة
الفرضية الرئيسية: H1	كلية دالة	0.72	0.000	مقبولة

أظهرت معاملات الارتباط أن جميع المتغيرات المستقلة ترتبط دلاليًا بتشكيل الرأي العام لدى الطلبة. وقد كانت أقوى علاقة بين بروز القضايا وتشكيل الرأي العام ($r=0.73$)، تلتها كثافة الاستخدام ($r=0.68$)، مما يؤكد أن زيادة التعرض وتكرار الموضوعات عبر المنصات يعزز من بروزها في وعي الطلبة. أما التعرض للمعلومات المضللة، فقد أظهر علاقة عكسية دالة ($r=-0.41$)، مما يعني أن كثرة التعرض للمحتوى غير الموثوق تقلل من ثقة الطلبة بالمصادر الرقمية، وتضعف تكوين المواقف المستقرة لديهم.

تُظهر هذه النتائج دعماً قوياً للنموذج المفاهيمي القائم على نظرية وضع الأجندة ونظرية الاستخدامات والإشباع، حيث تؤثر المنصات في ترتيب القضايا وفي توجيه الاتجاهات العامة عبر آليات التكرار والتفاعل والمصادقية.

جدول (4): نتائج تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتنبؤ بتشكيل الرأي العام

المتغير المستقل	قيمة β (Standardized Beta)	قيمة t	Sig.	القرار
كثافة الاستخدام	0.311	6.72	0.000	دالة
وعي الخوارزميات	0.224	4.15	0.001	دالة
الثقة في الأخبار	0.193	3.58	0.002	دالة
التعرض للمعلومات المضللة	-0.162	-3.12	0.004	دالة عكسية
بروز القضايا	0.347	7.84	0.000	دالة قوية
القيمة التفسيرية للنموذج (R^2)	0.61			

يُظهر نموذج الانحدار المتعدد أن جميع المتغيرات المستقلة مجتمعة تُفسّر نحو (61%) من التباين في تشكيل الرأي العام والمخرجات السلوكية والاتجاهية لدى الطلبة. وكان أقوى متنبئ هو متغير بروز القضايا ($\beta=0.347$)، يليه كثافة الاستخدام ($\beta=0.311$)، ثم وعي الخوارزميات ($\beta=0.224$) وتدل النتائج على أن المنصات الرقمية تمارس تأثيراً مركباً يجمع بين كمّ التعرض (كثافة الاستخدام) وكيفه (مضمون القضايا وطريقة عرضها)، مما يسهم في بناء مواقف فكرية وسلوكية متأثرة بالبيئة الرقمية.

جميع الفرضيات الفرعية ($H1.1 - H1.5$) والفرضية الرئيسية ($H1$) تم قبولها إحصائياً، مما يعني أن استخدام المنصات الرقمية يؤثر بصورة مباشرة ودالة في تشكيل الرأي العام الجامعي. وتُبرز النتائج أهمية المنصات الرقمية بوصفها فضاءً اتصالياً فعالاً في التعبير وتكوين الاتجاهات، لكنها في الوقت نفسه تكشف الحاجة إلى تعزيز الثقة والوعي بالخوارزميات للحد من تأثير المعلومات المضللة وضمان جودة المشاركة الرقمية.

مناقشة النتائج:

تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن منصات الإعلام الرقمي أصبحت أحد المكونات الرئيسية في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، وهو ما يتسق مع ما طرحته نظرية وضع الأجندة (McCombs & Shaw, 1972) التي تقترح أن وسائل الإعلام تؤثر في ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور. وقد أظهرت النتائج أن متغير بروز القضايا كان الأكثر تأثيراً في تشكيل اتجاهات الطلبة، الأمر الذي يعكس الدور الذي تؤديه خوارزميات المنصات الرقمية في إبراز موضوعات معينة وتكرار ظهورها أمام المستخدمين. ويشير ذلك إلى أن آليات التوصية الرقمية قد أصبحت تمارس وظيفة مشابهة لوظيفة وسائل الإعلام التقليدية

في تحديد أجندة القضايا، غير أنها تتميز بدرجة أعلى من التخصيص والتفاعلية، مما يزيد من تأثيرها في إدراك المستخدمين للقضايا العامة. وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسات سابقة مثل دراسة (الدويري، 2022) و(Dwyer & Martin, 2017)، إلا أن الدراسة الحالية تضيف بعدًا تحليليًا يتمثل في الربط بين بروز القضايا وآليات الخوارزميات الرقمية، وهو جانب لم يُبحث بعمق في معظم الدراسات العربية.

كما تتوافق نتائج الدراسة مع نظرية الاستخدامات والإشباعات (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973)، إذ أظهرت أن الطلبة يستخدمون المنصات الرقمية بدوافع متعددة تشمل الحصول على المعرفة والتفاعل الاجتماعي والتعبير عن الرأي. وقد جاء متغير كثافة الاستخدام في المرتبة الثانية من حيث التأثير في تشكيل الاتجاهات، وهو ما يشير إلى أن الاستخدام المتكرر والمتنوع للمنصات الرقمية يوسع من دائرة التعرض للمعلومات والقضايا العامة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات العربية مثل (البقي، 2018) و(السمان، 2025)، إلا أن الدراسة الحالية تُظهر أن تأثير كثافة الاستخدام لا يعمل بصورة مستقلة، بل يتداخل مع عوامل أخرى مثل الثقة في الأخبار والوعي بالخوارزميات، وهو ما يعكس طبيعة البيئة الرقمية المعقدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

وفيما يتعلق بمتغير التعرض للمعلومات المضللة، فقد كشفت النتائج عن وجود علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين هذا المتغير ومستوى الثقة بالمصادر الرقمية، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسات عديدة مثل (Vosoughi et al., 2018) و(Tandoc et al., 2018) التي أكدت أن انتشار الأخبار الزائفة عبر المنصات الرقمية يؤدي إلى تراجع الثقة في المحتوى الإعلامي. غير أن هذه النتيجة تشير أيضًا إلى أن الطلبة الجامعيين قد أصبحوا أكثر وعيًا بوجود المعلومات المضللة، الأمر الذي قد يدفعهم إلى التعامل بحذر مع المحتوى المتداول عبر المنصات الرقمية. وتختلف هذه النتيجة جزئيًا عن بعض الدراسات العربية التي أشارت إلى ارتفاع مستوى الثقة بالمحتوى الرقمي لدى الشباب، مما قد يعكس تطورًا تدريجيًا في وعي الطلبة الجامعيين بطبيعة البيئة الإعلامية الرقمية.

أما متغير وعي الخوارزميات فقد أظهر علاقة موجبة متوسطة بتشكيل الرأي العام، وهو ما يشير إلى وجود إدراك متزايد لدى الطلبة بأن المحتوى الذي يظهر لهم عبر المنصات الرقمية ليس عشوائيًا، بل يعتمد على آليات توصية خوارزمية موجهة. وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسات مثل (Zarouali et al., 2021) و(العتيبي، 2021) التي بينت أن ارتفاع مستوى الوعي بالخوارزميات يساهم في تعزيز التفكير النقدي تجاه المحتوى الرقمي. إلا أن الدراسة الحالية توضح أن هذا الوعي ما يزال في مستوى متوسط، مما يدل على الحاجة إلى تعزيز برامج التربية الإعلامية الرقمية داخل الجامعات لرفع مستوى الفهم النقدي لآليات عمل المنصات الرقمية.

كما أظهرت النتائج أن الثقة في الأخبار الرقمية تؤثر بصورة مباشرة في توجهات الطلبة نحو القضايا العامة، وهو ما يتوافق مع ما أشار إليه (Johnson & Kaye, 2002) من أن مصداقية الوسيلة الإعلامية تمثل عاملًا حاسمًا في اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات. وتتسجم هذه النتيجة أيضًا مع ما توصلت إليه دراسة (الطراونة، 2020) التي أكدت أن الثقة تعد من العوامل الأساسية في تبني التقنيات الإعلامية واستخدامها.

وعلى المستوى السلوكي، بينت النتائج وجود علاقة إيجابية بين كثافة استخدام الإعلام الرقمي والمشاركة المجتمعية والسياسية لدى الطلبة الجامعيين. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عدد من الدراسات السابقة مثل (السمان، 2025) و(الداغر، 2016)

و(الغوانمة، 2021)، التي أكدت أن المنصات الرقمية أصبحت فضاءً مهمًا للتفاعل حول القضايا العامة والمشاركة في النقاشات المجتمعية. إلا أن الدراسة الحالية تشير إلى أن هذا التأثير يرتبط بدرجة كبيرة بنوعية المحتوى المتعرض له ومستوى الثقة بالمصادر الرقمية، وهو ما يعكس أن المشاركة الرقمية لا تعتمد على كثافة الاستخدام فحسب، بل على طبيعة البيئة المعلوماتية التي يتفاعل معها المستخدم.

بوجه عام، تشير نتائج الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي يؤدي دورًا مزدوجًا في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين؛ فمن جهة يوفر فضاءً واسعًا للتعبير عن الرأي والتفاعل الاجتماعي وتبادل المعلومات، ومن جهة أخرى يطرح تحديات تتعلق بالمصداقية وانتشار المعلومات المضللة وتأثير الخوارزميات في توجيه تدفق المعلومات. ويؤكد ذلك أهمية تطوير برامج التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات، بما يساعد الطلبة على فهم البنية التكنولوجية للمنصات الرقمية والتعامل النقدي مع محتواها، وهو ما أشارت إليه دراسات عديدة مثل (الصالح، 2022) و(عبد الحميد، 2018).

التوصيات:

1. تعزيز التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات الأردنية: ضرورة إدماج برامج تدريبية ومقررات أكاديمية تُنمّي مهارات الطلبة في التحقق من الأخبار وفهم الخوارزميات، بما يعزّز التفكير النقدي والوعي بالتحيزات الرقمية.
2. تنمية الثقة والمصداقية في الإعلام الرقمي: تشجيع وسائل الإعلام الوطنية والجامعية على تبني سياسات تحقق وشفافية تضمن موثوقية المحتوى وتحّد من انتشار الأخبار المضللة التي أظهرت الدراسة أثرها السلبي في بناء الرأي العام.
3. إطلاق مبادرات طلابية للمشاركة الواعية: تأسيس أندية رقمية جامعية تتيح للطلبة التعبير المسؤول، والمشاركة في النقاشات العامة عبر المنصات الرقمية، بما يساهم في تكوين رأي عام شبابي واعٍ ومسؤول.
4. تعزيز الوعي بالخوارزميات وآليات التوصية: عقد ورش عمل ومحاضرات تثقيفية توضح كيفية عمل الخوارزميات في توجيه المحتوى وترتيب القضايا، لتمكين الطلبة من فهم منطق التأثير الخفي للمنصات الرقمية في تشكيل المواقف والاتجاهات.
5. استثمار المنصات الرقمية في دعم المشاركة المجتمعية: استغلال الانتشار الواسع للإعلام الرقمي لتشجيع الطلبة على العمل التطوعي والمبادرات الوطنية، وترسيخ قيم المواطنة الرقمية والمشاركة الإيجابية في القضايا العامة.

قائمة المصادر والمراجع

- النقمي، ش.، "اتجاهات الجمهور الجامعي نحو تكنولوجيا الاتصال الرقمي للمركز الإعلامي وعلاقتها بمستوى الأداء"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (65)، 2018، 1-41. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2020.86825>
- بوزيان، ف.، "تفاعلية الصحافة الإلكترونية في البيئة الرقمية"، *مجلة علوم الاتصال (جامعة الجزائر)*، (1)12، 2019، 210-230.
- حسني، إ.، "رؤية مستقبلية لتطوير بحوث الصحافة الرقمية والأمن المعلوماتي"، *مجلة الإعلام والدراسات البيئية*، (2)1، 2022، 5-58. <https://doi.org/10.21608/jmis.2022.289847>
- خدام، ع.، "اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة والمعرفة السياسية"، *مجلة العلوم الاجتماعية*، (1)51، 2023، 110-136.
- الداغر، ف.، "تأثير الإعلام الجديد على الاتجاهات الفكرية لدى طلبة الجامعات السعودية"، *المجلة السعودية للإعلام*، (1)12، 2016، 27-53.
- الدويري، ر. ف. س.، "واقع الصحافة الإلكترونية في الأردن وتحديد التحديات التي تواجهها"، *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، (2)8، 2022، 217-238. <https://doi.org/10.21608/jcts.2022.234485238>
- السيبي، س.، "اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإعلام الرقمي في محافظة حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية"، *مجلة الإرشاد النفسي*، (68)63، 2021، 187-204. <https://doi.org/10.21608/cpc.2019.42925>
- السمان، أ.، "علاقة استخدام الشباب لوسائل الإعلام الرقمي بتعزيز قيم المشاركة المجتمعية في إطار رؤية مصر 2030: دراسة ميدانية وتحليلية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (90)، 2025، 143-186. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2025.418090>
- الصالح، ب.، "الصحافة الرقمية وتحديات التحول في البيئة الإعلامية"، *دار جامعة الملك سعود للنشر*، 2022.

الطراونة، ر.، "استخدام الإعلام الرقمي في التعليم الجامعي: دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا"، *مجلة العلوم التربوية*، (2)46، 2020، 88-112.

عبد الحميد، م.، *الإعلام الجديد: المفاهيم والاتجاهات الحديثة*، القاهرة، دار الفجر، 2018.

عبد الغني، ش.، "علاقة تعرض طلبة الجامعات للإعلام الرقمي بمستوى معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية"، *المجلة المصرية*

لبحوث الإعلام، (80)، 2022، <https://doi.org/10.21608/ejsc.2022.2682581775> .1813-

العتيبي، خ.، "التطور التقني والتحول الرقمي في المؤسسات الصحفية العربية"، *مجلة البحوث الإعلامية (جامعة القاهرة)*،

(3)55، 2021، 112-130.

العمري، م.، "الإعلام الجديد وحقوق الإنسان لدى طلبة الجامعات الأردنية"، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الأردن، 2022.

الغوانمة، س.، "الإعلام الجديد واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية"، *المجلة الأردنية في العلوم الاجتماعية*، (3)18، 2021،

44-60.

References

- Abdel-Ghani, Sh., “The relationship between university students’ exposure to digital media and their knowledge level of media education concepts”, *Egyptian Journal of Media Research*, (80), 2022, 1775–1813. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2022.268258>
- Abdel-Hamid, M., “New media: Concepts and modern trends”, *Cairo: Dar Al-Fajr*, 2018.
- Al Subaihi, S. S., “Online News Use Habits of University of Jordan Students”, *Dirasat: Human and Social Sciences*, 50(5), 2023, 365-375.
- Albakhmi, Sh., ”University audience trends towards digital communication technology of the media center and its relation to performance level”, *Egyptian Journal of Media Research*, 2018(65), 2018, 1–41. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2020.86825>
- Al-Dagher, F., “The impact of new media on intellectual trends among Saudi university students”, *Saudi Journal of Media*, 12(1), 2016, 27–53.
- Al-Ghawanmeh, S., “New media and the trends of Jordanian university students”, *Jordanian Journal of Social Sciences*, 18(3), 2021, 44–60.
- Al-Menayes, J. J., “Dimensions of social media use: A uses and gratifications approach”, *Psychology and Behavioral Sciences*, 4(1), 2015, 23–28.
- Al-Omari, M., “*New media and human rights among Jordanian university students*”, Master’s thesis, Yarmouk University, Jordan, 2022.
- Al-Otaibi, K., “Technological development and digital transformation in Arab press institutions”, *Journal of Media Research (Cairo University)*, 55(3), 2021, 112–130.
- Al-Rahmi, W. M., Yahaya, N., & Alamri, M. M., “Predicting student use of online learning systems through the technology acceptance model”, *Education and Information Technologies*, 27, 2022, 567–585.
- Al-Sabii, S., “University youth attitudes toward digital media in Hafr Al-Batin, Saudi Arabia”, *Journal of Psychological Counseling*, 63(68), 2021, 187–204. <https://doi.org/10.21608/cpc.2019.42925>
- Al-Saleh, B., “Digital journalism and the challenges of transformation in the media environment”, *Riyadh: King Saud University Publishing House*, 2022.

- Al-Samman, A., “The relationship between youth use of digital media and strengthening community participation values within Egypt’s Vision 2030: A field and analytical study”, *Egyptian Journal of Media Research*, (90), 2025, 143–186.
<https://doi.org/10.21608/ejsc.2025.418090>
- Al-Tarawneh, R., “The use of digital media in university education: A study within the framework of the Technology Acceptance Model”, *Journal of Educational Sciences*, 46(2), 2020, 88–112.
- Ameen, R. A., “Electronic journalism (1st ed.)”, *Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution*, 2007.
- Amjad, Sfori, “prespectives and attitudes on the credibility of news on social networks”, *urgent need of research work*, 2019.
- Bouzyan, F., “Interactivity of electronic journalism in the digital environment”, *Journal of Communication Sciences (University of Algiers)*, 12(1), 2019, 210–230.
- Brodsky, J. E., Zomberg, D., Powers, K. L., & Brooks, P. J., “Assessing and fostering college students’ algorithm awareness across online contexts”, *Journal of Media Literacy Education*, 12(3), 2020, 43–57.
- Cantwell, J., & Salmon, J., “The effects of global connectivity on knowledge complexity in the information age”, *In International business in the information and digital age*, pp. 123-137. Emerald Publishing Limited, 2018.
- Davis, F. D., “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”, *MIS Quarterly*, 13(3), 1989, 319–340.
- Dwyer, T., & Martin, F., “Sharing news online: Social media news analytics and their implications for media pluralism policies”, *Digital journalism*, 5(8), 2017, 1080-1100.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N., “Growing up with television: Cultivation processes In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.)”, *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 43–67), 2002, Lawrence Erlbaum.

- Habes, M., Elareshi, M., Mansoori, A., Pasha, S., Salloum, S. A., & Al-Rahmi, W. M. , “Factors indicating media dependency and online misinformation sharing in Jordan”, *Sustainability*, 15(2), 2023, 1474.
- Harper, C., “Online newspaper: Going somewhere or going nowhere?”, *Newspaper Research Journal*, 17(3-4), 1996, 2-13.
- Husni, I., “A prospective vision for developing digital journalism and information security research”, *Journal of Media and Interdisciplinary Studies*, 1(2), 2022, 5–58. <https://doi.org/10.21608/jmis.2022.289847>
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K., “Web credibility: A path model examining how online credibility and reliance affect news media use”, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(3), 2002, 619-642.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M., “Uses and gratifications research”, *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 1973, 509–523.
- Lazarevich, A. A., “Informational and digital world in the mirror of processes of globalization. In Futurity designing”, *Digital reality problems*, (Vol. 5, pp. 66-75), 2022.
- Iduwairi, R. F. S., “The reality of electronic journalism in Jordan and identifying the challenges it faces”, *Journal of the Union of Arab Universities for Media Research and Communication Technology*, 8(2), 2022, 217–238. <https://doi.org/10.21608/jcts.2022.234485>
- McLuhan, M., “Understanding media: The extensions of man”, *McGraw-Hill*, 1964.
- Mishleh, A. M., “Internet use among students of the Faculty of Dentistry at Damascus University”, *Damascus University Journal for Health Sciences*, 26(1), 2010, 249.
- Postman, N., “The reformed English curriculum”. In A. C. Eurich (Ed.), *High school 1980: The shape of the future in American secondary education* (pp. 160–168), 1970. Pitman.
- Pumptow, M., & Brahm, T., “Students’ digital media self-efficacy and its importance for higher education institutions: Development and validation of a survey instrument”, *Technology, Knowledge and Learning*, 26, 2021, 555–575. DOI: 10.1007/s10212-020-00500-4.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J., “MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to social networking sites”, *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 2008, 169–174.
- Smart, P., & Shadbolt, N., “The world wide web”, *The Routledge Handbook of Applied Epistemology*, 15-27, 2018.