

دور المحتوى الرقمي في تغيير المشهد الإعلامي في ليبيا

"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين الليبيين"

د- سعد عبدالسلام المبري رجب

قسم الإعلام كلية الآداب جامعة طبرق دولة ليبيا

saad.ragab20162016@gmail.com

ملخص البحث:

تعتبر ليبيا مسرحاً معقداً للأحداث الإعلامية، نظراً للتحويلات السياسية والاجتماعية التي شهدتها البلاد في السنوات الأخيرة. ومن خلال دراسة دور المحتوى الرقمي في هذا السياق، يمكن أن نكتشف كيف يمكن للتكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي أن تلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وتعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان، ويتضمن البحث تحليلاً للتطورات الحالية في المشهد الإعلامي الليبي وتأثيراتها على المجتمع، بالإضافة إلى دراسة النقاط القوية والضعف في استخدام وتطبيق التكنولوجيا الرقمية في هذا السياق. كما سيتم التركيز على دور المحتوى الرقمي في تشكيل الرأي العام وتعزيز التواصل والتفاعل بين أفراد المجتمع الليبي.

وأظهرت النتائج تفضيل الإعلاميين الليبيين في العينة المدروسة لاستخدام حسابات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كأداة رئيسية لنشر المحتوى الرقمي، وأفادت النتائج إلى وجود أهمية كبيرة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية كأدوات فعالة لتحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي في المجتمع الليبي، ويظهر مدى التفاعل الإيجابي والاستجابة لهذه الوسائل في مجالات متعددة مثل نشر المعلومات، تنظيم الحملات، ودعم الأنشطة الخيرية والتعليم والتوظيف، وأن استخدام منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون فعالاً في نقل المعلومات الهامة وتنظيم الحملات التوعوية والتفاعل مع الحكومة والجهات الحكومية. كما يظهر الاستجابة الإيجابية لفكرة استخدام هذه الوسائل لدعم الحملات الخيرية ونشر فرص العمل والتعليم عن بعد.

الكلمات المفتاحية: - المحتوى الرقمي، المشهد الإعلامي، الإعلام الليبي

Abstract

Libya represents a complex arena for media events, given the political and social transformations the country has witnessed in recent years. Through examining the role of digital content in this context, we can discover how technology and social media can play a crucial role in shaping public opinion, promoting democracy, and human rights. The research includes an analysis of current developments in the Libyan media landscape and their impact on society, in addition to studying the strengths and weaknesses in the use and implementation of digital technology in this context. Furthermore, the focus will be on the role of digital content in shaping public opinion and enhancing communication and interaction among members of the Libyan society. The results showed a preference among Libyan journalists in the studied sample for using social media accounts as a primary tool for disseminating digital content. The

findings indicated the significant importance of using social media platforms and digital channels as effective tools for achieving social communication and interaction in Libyan society. The extent of positive interaction and response to these platforms is evident in various areas such as disseminating information, organizing campaigns, supporting charitable activities, education, and employment. Additionally, the positive response to the idea of using these platforms to support charitable campaigns and promote employment and distance learning is apparent.

Key words: Digital content, media landscape, Libyan media

مقدمة

تشهد ليبيا، كغيرها من الدول، تحولاً هاماً في المشهد الإعلامي نتيجة للتقدم التكنولوجي وانتشار استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ومن أبرز العوامل التي ساهمت في هذا التحول هو المحتوى الرقمي، الذي أصبح له دور كبير في تشكيل الرأي العام وتغيير الديناميات الإعلامية في البلاد.

ويعد المحتوى الرقمي، بمفهومه الشامل، جزءاً لا يتجزأ من الثقافة الرقمية الحديثة، وهو الذي يمكن أن يعبر عن الثقافة والهوية والقيم في المجتمعات المختلفة. وفي سياق ليبيا، فإن دور المحتوى الرقمي يظهر بوضوح في تحديث المشهد الإعلامي، وذلك من خلال تأثيره على الطريقة التي يتم فيها تبادل المعلومات والتواصل في المجتمع.

تسعى الدراسات والأبحاث إلى فهم تأثير المحتوى الرقمي على المشهد الإعلامي في ليبيا، وما إذا كانت هذه التأثيرات إيجابية أم سلبية، وكيف يمكن الاستفادة القصوى من الفرص المتاحة بهذا السياق. ومن هذا المنطلق، يهدف هذا البحث إلى استكشاف دور المحتوى الرقمي في تغيير المشهد الإعلامي في ليبيا، وتحليل تأثيراته على الإعلام والمجتمع، وتسليط الضوء على التحديات والفرص المترتبة عن هذا التغيير.

وتعتبر ليبيا مسرحاً معقداً للأحداث الإعلامية، نظراً للتحويلات السياسية والاجتماعية التي شهدتها البلاد في السنوات الأخيرة. ومن خلال دراسة دور المحتوى الرقمي في هذا السياق، يمكن أن نكتشف كيف يمكن للتكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي أن تلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وتعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان.

وسيتضمن البحث تحليلاً للتطورات الحالية في المشهد الإعلامي الليبي وتأثيراتها على المجتمع، بالإضافة إلى دراسة النقاط القوية والضعف في استخدام وتطبيق التكنولوجيا الرقمية في هذا السياق. كما سيتم التركيز على دور المحتوى الرقمي في تشكيل الرأي العام وتعزيز التواصل والتفاعل بين أفراد المجتمع الليبي.

من خلال هذا البحث، يمكن أن نكتشف كيف يمكن للمحتوى الرقمي أن يكون عاملاً فعالاً في تعزيز الحوار وبناء المجتمع وتحقيق التغيير الإيجابي في ليبيا.

مشكلة البحث

ترتكز مشكلة البحث على استكشاف تأثير المحتوى الرقمي على المشهد الإعلامي في ليبيا والتحويلات التي نجمت عنه، مع التركيز على التحديات والفرص المترتبة عن هذا التأثير وتوضيح المشكلة الرئيسية للبحث الحاجة إلى فهم أعمق للتأثيرات السلبية والإيجابية للمحتوى الرقمي على الإعلام الليبي وكيفية تحسين استخدامه لتعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان. المشكلة الرئيسية يمكن تقسيمها إلى عدة نقاط فرعية تشمل:

- التحديات التي تواجه استخدام وتطبيق التكنولوجيا الرقمية في المشهد الإعلامي الليبي.
 - الفرص المتاحة لتعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان من خلال المحتوى الرقمي.
 - دور وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية في تغيير الديناميات الإعلامية في ليبيا.
 - كيفية مواجهة التحديات الأمنية والتهديدات الرقمية المتزايدة في سياق الإعلام الليبي.
- حيث تبحث هذه المشكلة في توجيه البحث نحو فهم عميق لكيفية تغيير المحتوى الرقمي المشهد الإعلامي في ليبيا وتحليل التحديات والفرص الناجمة عن هذا التغيير.

أهمية البحث

- 1- يساهم البحث في فهم التحويلات الكبرى التي طرأت على المشهد الإعلامي في ليبيا نتيجة للتطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يساعد على توجيه الجهود نحو تحسين الأداء الإعلامي وتطوير السياسات ذات الصلة.
- 2- تحليل دور المحتوى الرقمي عن طريق تحديد التحديات التي تواجه المشهد الإعلامي في ليبيا، وكذلك الفرص المتاحة لتحسين الإعلام وتعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان.
- 3- يساهم في تعزيز الحوار والتفاعل الاجتماعي في المجتمع الليبي، وذلك من خلال فهم أفضل لدور المحتوى الرقمي في تشكيل الرأي العام وتعزيز التواصل بين الأفراد.
- 4- استخدام نتائج البحث لتطوير السياسات الإعلامية في ليبيا، وضمان استخدام المحتوى الرقمي بطريقة فعالة لتحقيق أهداف إعلامية واجتماعية محددة.
- 5- توجه نتائج البحث الجهود البحثية المستقبلية في مجال دراسة تأثير التكنولوجيا الرقمية على المشهد الإعلامي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وتحديد النواحي التي تحتاج إلى دراسة وتطوير أكثر.

أهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في تحليل دور المحتوى الرقمي في تغيير المشهد الإعلامي في ليبيا وتحديد تأثيراته على الديناميات الإعلامية والاجتماعية والسياسية في البلاد وينبثق من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية تتمثل في: -

1. تحليل تأثير المحتوى الرقمي على المشهد الإعلامي في ليبيا وكيفية تغييره وتشكيله.
 2. تحديد التحديات التي تواجه استخدام وتطبيق التكنولوجيا الرقمية في المشهد الإعلامي الليبي.
 3. استكشاف الفرص المتاحة لتعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان من خلال المحتوى الرقمي في ليبيا.
 4. تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية في تغيير الديناميات الإعلامية والتواصل في المجتمع الليبي.
 5. تحديد النقاط القوية والضعف في استخدام وتطبيق التكنولوجيا الرقمية في تعزيز الإعلام والتواصل في ليبيا.
 6. توضيح كيف يمكن للمحتوى الرقمي أن يساهم في تعزيز الحوار وبناء المجتمع وتحقيق التغيير الإيجابي في ليبيا.
 7. تقديم توصيات عملية ومنطقية للسياسات والإجراءات التي يمكن اتخاذها لتحسين استخدام المحتوى الرقمي في المشهد الإعلامي الليبي وتعزيز دوره في تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان.
- الدراسات السابقة: -**

تناولت دراسة نشوى اللواتي (2024)⁽¹⁾ فاعلية المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم التوافق لاتجاهات الشباب المصري نحو حملات المقاطعة الشعبية (فترة ما بعد عملية طوفان الأقصى نموذجًا) و سعت الدراسة الحالية إلى تحقيق هدف رئيس، يتمثل في قياس فاعلية المحتوى الرقمي المُقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التوافق لاتجاهات الشباب المصري نحو حملة المقاطعة الشعبية التي بدأت بعد أحداث طوفان الأقصى أكتوبر 2023م، والعوامل المؤثرة في تحقيق الاستجابة لتلك الحملات، في ضوء نظرية التنافر المعرفي ونموذج التنافر البديل، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة من خلال استخدام استمارة الاستقصاء الإلكتروني على عينة قوامها 500 مفردة من الجمهور المصري الذين تتراوح أعمارهم بين 18 : 35 عامًا، وذلك بالتطبيق على أحداث ما بعد طوفان الأقصى 2023م. كشفت النتائج عن ارتفاع تفاعل عينة الدراسة مع مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 85% بشكل دائم، حيث ثبت أن عينة الدراسة منفتحة على التفاعل مع الوسائل الرقمية وتطبيقاتها لاستثمار خصائصها التفاعلية والتعبير عن آرائهم عبرها والتواصل مع الأصدقاء والعائلة، فضلًا عن اتجاههم نحو مشاركة تعليقاتهم والمحتوى مع الآخرين وكسر دوامة الصمت والظهور العلني على المواقع الافتراضية، حيث ثبت أن نسبة 91.2% من عينة الدراسة تتابع مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاثة أيام فأكثر، وأن نسبة 73.8% من العينة تستخدم هذه المواقع لأكثر من ثلاث ساعات يوميًا. كما ثبت من التحليل أن عينة الدراسة تتابع المعلومات عن المقاطعة الخاصة بالقضية الفلسطينية بشكل دائم بنسبة 61.2% منهم، وثبت أن نسبة 77.2%

من العينة تتابع القضية الفلسطينية بشكل دائم؛ مما يعكس اهتمامًا بالتطورات والأحداث المتعلقة بالقضية، كما كشفت النتائج عن تصدر ثلاثة مواقع اجتماعية من حيث المتابعة للمعلومات عن المقاطعة، ف جاء موقع الفيس بوك في الصدارة، ثم الانستجرام، ثم موقع اليوتيوب.

وتناولت دراسة سمر سمير حسن (2024)⁽²⁾ التعرض للمحتوى الإخباري عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي لدى الجمهور المصري وسعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لأخبار تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي عبر وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي بتلك التقنيات بالنسبة للجمهور المصري، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح بالعينة، وقد تم تطبيق الاستقصاء الإلكتروني لجمع البيانات المتعلقة بجمهور المبحوثين عينة الدراسة، ويتشكل مجتمع دراستنا من الجمهور المصري الذي يتعرض للمحتوى الإخباري عبر وسائل الإعلام الرقمي، ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، تم سحب عينة عشوائية قوامها 200 مفردة، وكان التوزيع إلكترونياً مستهدفاً العينة المبحوثة من الجمهور المصري. وتوصلت دراستنا لمجموعة من النتائج منها: وجود نسبة ضئيلة من المبحوثين الذين لديهم درجة منخفضة من الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، ولكن النسبة الأكبر لدرجة الوعي المتوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي. تتأثر النسبة الأكبر من عينة البحث بالأخبار الخاصة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي عبر تصفحهم لمختلف الأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمي المتنوعة، كما توجد فروق بين أفراد العينة من حيث مكان سكنهم سواء ريف أو حضر في متوسط كل من مدى التأثيرات الناتجة عن التعرض لأخبار تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ومتوسط درجة الوعي بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

وتناولت دراسة Sanjay Jain (2024)⁽³⁾ عن انشاء المحتوى الرقمي وهدفت الدراسة إلى فهم تأثير نظام التوصية في منصات المحتوى الرقمي، مثل يوتيوب، على سلوك مبدعي المحتوى وأرباحهم ورفاهيتهم، بالإضافة إلى تأثيره على تجربة المستخدمين. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية تبين أن منصة المحتوى الرقمي يمكنها استفادة من تحيز نظام التوصية لصالح بعض المحتوى، حتى إذا كان هذا المحتوى ليس مطابقاً تماماً لتفضيلات المستخدمين، وذلك لتحفيز مبدعي المحتوى على إنتاج محتوى عالي الجودة، كما وجدت الدراسة أن هذه الإستراتيجية المحايدة للتوصية قد تؤدي في بعض الأحيان إلى فوز مشترك، حيث يمكن للمنصة والمستخدمين ومبدعي المحتوى الاستفادة منها، و أظهرت الدراسة أيضاً أن المستخدمين قد يكونون أسوأ حالاً عندما يكونون أكثر معرفة وأقل اعتماداً على نظام التوصية، وهذا يعني أن المستخدمين الأكثر معرفة قد يفضلون التصفح الذاتي عن استخدام التوصيات.

بينما تناولت دراسة هدى عبد الغفار صالح وعبد المسيح سمعان وصالح أحمد (2024)⁽⁴⁾ دور الإعلام الرقمي في تنمية المواطنة البيئية لدى ساكني المناطق المستحدثة المنقولين من

العشوائيات وهدف البحث إلى التعرف على مدى اهتمام المواقع الإلكترونية باعتبارها إحدى وسائل الإعلام الرقمي في تضمين القضايا البيئية، بالإضافة إلى تنمية المواطنة البيئية لدى سكان المناطق المستحدثة والمنقولين من العشوائيات، وذلك باستخدام صفحة على موقع الفيس بوك. لتحقيق ذلك، تم استخدام منهجين: الأول هو منهج وصفي باستخدام استمارة تحليل المضمون للتعرف على الدور الفعلي الذي يؤديه موقع الأهرام الإلكتروني واليوم السابع في تناول قضايا المواطنة البيئية (المسؤولية الشخصية البيئية-المشاركة البيئية-العدالة البيئية). أما المنهج الثاني، فهو منهج تجريبي يتضمن إجراءات شبه تجريبية باستخدام نموذج مُقترح يتمثل في صفحة على موقع الفيس بوك تحتوي على محتوى إعلامي بيئي. تم إعداد مقياس للمواطنة البيئية لقياس تأثير النموذج المقترح على تنمية المواطنة البيئية لدى مجموعة من سكان حي الأسمرات المكونة من (40) فرداً، وتم التحقق من صدقه وثباته. ثم تم تطبيقه مسبقاً قبل تطبيق النموذج المقترح على مجموعة البحث، ثم عرض المحتوى الإعلامي الخاص بالنموذج المقترح ثم تطبيق المقياس بعد تطبيق النموذج المقترح، انتهى البحث لعدد من النتائج من أهمها؛ وجود قصور في تغطية قضايا المواطنة البيئية في موقعي الأهرام الإلكتروني واليوم السابع، فضلاً عن فاعلية النموذج المقترح في تنمية المواطنة البيئية لدى الفئة المستهدفة، حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نتائج التطبيق القبلي والبعدي للمقياس بشكل عام لصالح التطبيق البعدي. وأوصى البحث بأهمية تطوير صفحات متخصصة في الشأن البيئي على موقع الفيس بوك، وتضمين أبعاد المواطنة البيئية بطريقة تفاعلية من خلال التطبيقات الحديثة المتاحة على الفيس بوك.

الإطار النظري للدراسة: -

يعتمد هذا البحث على نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام وهي نظرية تقترح أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات وتوجيه سلوكهم واتخاذ القرارات وتم تطوير هذا النموذج في الستينيات والسبعينيات من قبل علماء الاتصال كيتشنر وجيدنس، وقد تم تطبيقه وتطويره ويشير نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام إلى ثلاثة أنواع رئيسية من الاعتماد⁽⁵⁾:

- **الاعتماد المباشر:** حيث يتم الحصول على المعلومات مباشرة من وسائل الإعلام، مثل الأخبار والمجلات والتلفزيون والإذاعة.
- **الاعتماد الغير مباشر:** وهو الاعتماد على مصادر غير رسمية مثل الأصدقاء والعائلة أو الخبراء للحصول على توجيهات حول كيفية تفسير المعلومات التي تم الحصول عليها من وسائل الإعلام.
- **الاعتماد الانتقائي:** حيث يتم اختيار الأفراد للوثائق الإعلامية التي تتماشى مع آرائهم وقيمهم المسبقة⁽⁶⁾.

يفترض نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام أن الأفراد يتقون في المصادر الإعلامية ويعتبرونها موثوقة في تقديم المعلومات الموضوعية والدقيقة، ويقترح النموذج أن الوسائل الإعلامية لها تأثير كبير على معتقدات الأفراد واتجاهاتهم وسلوكهم، ويمكن أن تؤثر على شكل الرأي العام وتوجيه السياسات العامة، ويعتبر السياق الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي يعيش فيه الفرد عاملاً مهماً يؤثر على تأثير الوسائل الإعلامية عليه واستجابته لها⁽⁷⁾

فروض النظرية

في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، هناك عدة فروض تشكل أساس فهم كيفية تأثير الوسائل الإعلامية على سلوك الفرد واعتقاداته. إليك بعض الفروض الرئيسية:

- يفترض أن الأفراد يعتمدون على الوسائل الإعلامية للحصول على المعلومات وتوجيه سلوكهم، وذلك بناءً على الثقة في مصادر الإعلام وموثوقيتها.
- كما تفترض النظرية أن الوسائل الإعلامية لديها تأثير كبير على الرأي العام وقدرة كبيرة على توجيه سلوك الأفراد واعتقاداتهم⁽⁸⁾.
- كما تفترض أن الأفراد يمتلكون القدرة على اختيار وسائل الإعلام التي يرغبون في الاعتماد عليها والتي تلبي احتياجاتهم الشخصية.
- وتفترض النظرية أن الأفراد قد يعتمدون على وسائل الإعلام مباشرة للحصول على المعلومات أو قد يعتمدون على مصادر غير رسمية لتفسير المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام⁽⁹⁾.

أوجه الاستفادة من نموذج الاعتماد

استخدام نموذج نظرية الاعتماد في البحث المتعلق بدور المحتوى الرقمي في تغيير المشهد الإعلامي في ليبيا يمكن أن يوفر فهماً عميقاً لكيفية تأثير المحتوى الرقمي على سلوك الفرد واعتقاداته في هذا السياق الخاص. إليك كيف يمكن تطبيق نموذج نظرية الاعتماد في البحث المقترح:

- دراسة كيفية استخدام الأفراد للمحتوى الرقمي في ليبيا، سواء كان ذلك عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مواقع الأخبار الرقمية، مدونات، أو منصات الفيديو على الإنترنت.
- رصد مدى ثقة الأفراد في المحتوى الرقمي المقدم ومصادره، وكيفية تأثير هذه الثقة على استجاباتهم وتفاعلهم مع هذا المحتوى.
- تحليل كيفية تأثير المحتوى الرقمي على سلوك الأفراد، مثل آراءهم السياسية أو معتقداتهم الاجتماعية، وكيفية توجيه هذا المحتوى سلوكهم.
- رصد كيفية اختيار الأفراد للمحتوى الرقمي، وما إذا كانوا يفضلون محتوى يتماشى مع آرائهم المسبقة أو يبحثون عن محتوى يتحدث عن قضايا محددة.

- رصد كيفية تفاعل الأفراد مع المحتوى الرقمي وتأثيره على التغيرات الثقافية والاجتماعية في المجتمع الليبي.
- تحليلي كيفية تأثير السياق الثقافي والسياسي في ليبيا على استجابة الأفراد للمحتوى الرقمي وكيفية تشكيل معتقداتهم وسلوكهم.

تساؤلات البحث:

- يتمثل التساؤل الرئيسي لهذا البحث هو "ما هو دور المحتوى الرقمي في تغيير المشهد الإعلامي في ليبيا؟، وينبثق من هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية وتتمثل في؟
1. كيف يؤثر المحتوى الرقمي على تشكيل الرأي العام في ليبيا؟
 2. ما هي التحديات التي تواجه اعتماد واستخدام التكنولوجيا الرقمية في المشهد الإعلامي الليبي؟
 3. هل يمكن للمحتوى الرقمي أن يكون عاملاً في تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان في ليبيا؟
 4. كيف يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية في تعزيز التواصل والتفاعل الاجتماعي في المجتمع الليبي؟
 5. ما هي الفرص المتاحة لتحسين دور المحتوى الرقمي في تحقيق التغيير الإيجابي في ليبيا؟
 6. كيف يمكن قياس تأثير المحتوى الرقمي على المشهد الإعلامي والمجتمع في ليبيا؟
 7. ما هي السياسات والإجراءات التي يمكن اتخاذها لتعزيز وتطوير الاستخدام الفعال للمحتوى الرقمي في ليبيا؟

الإطار المعرفي للدراسة

يشكل التطور التكنولوجي المتسارع في العصر الحالي ثورة في طبيعة الاتصال والمعلومات، مما أدى إلى تغيرات جذرية في طرق توليد واستهلاك المحتوى. تسارع التطور التكنولوجي وتوسع استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي قاد إلى ظهور مفهوم المحتوى الرقمي الذي أصبح له دور بارز في مختلف المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية. ومفهوم المحتوى الرقمي يشير إلى أي نوع من المحتوى الذي يتم توليده وتوزيعه باستخدام وسائل رقمية، مثل الإنترنت، وسائل التواصل الاجتماعي، التلفزيون الرقمي، الأجهزة الذكية، وغيرها. يشمل المحتوى الرقمي مجموعة واسعة من الأشكال مثل النصوص، الصور، الفيديوهات، الصوتيات، التطبيقات، الألعاب، المواقع الإلكترونية⁽¹⁰⁾.

- ويتميز المحتوى الرقمي بعدة خصائص منها⁽¹¹⁾:
- قابلية الاستمرارية والتحديث: يمكن تحديث المحتوى الرقمي بسهولة وسرعة مقارنة بالوسائل التقليدية مثل الطباعات المطبوعة.
 - سهولة الوصول: يمكن الوصول إلى المحتوى الرقمي من أي مكان وفي أي وقت باستخدام أجهزة متنوعة مثل الهواتف الذكية والحواسيب اللوحية.
 - التفاعلية: يمكن للمستخدمين التفاعل مع المحتوى الرقمي بطرق مختلفة مثل التعليقات، والتصويت، والمشاركة في المنصات الاجتماعية.
 - إمكانية النسخ والتوزيع: يمكن نسخ وتوزيع المحتوى الرقمي بسهولة ودقة دون فقدان جودته.
 - تخصيص وتصميم مرن: يمكن تخصيص المحتوى الرقمي لتلبية احتياجات المستخدمين المختلفة بسهولة، وذلك من خلال التصميم المرن واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات.
- وتتجلى أهمية المحتوى الإعلامي الرقمي في عدة جوانب تتمثل في: -
- توسيع نطاق الوصول: يُمكن المحتوى الإعلامي الرقمي من وصول الأخبار والمعلومات إلى جمهور أوسع، حيث يمكن للأفراد الوصول إليها من خلال الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في أي وقت وفي أي مكان⁽¹²⁾.
 - التفاعلية والمشاركة: يُسهم المحتوى الإعلامي الرقمي في تفاعل الجمهور مع الأخبار والمحتوى الإعلامي عبر التعليقات والمشاركات والتصويتات، مما يُعزز التفاعل الاجتماعي ويزيد من شمولية النقاش والحوار العام.
 - توفير تحديثات فورية: يمكن للمحتوى الإعلامي الرقمي توفير تحديثات فورية للأخبار والمستجدات، مما يُمكن الجمهور من البقاء على اطلاع دائم بآخر التطورات⁽¹³⁾.
 - تنوع الوسائط: يتيح المحتوى الإعلامي الرقمي استخدام مجموعة متنوعة من الوسائط مثل النصوص والصور والفيديوهات والصوتيات، مما يُعزز جاذبية الأخبار ويسهم في فهم أفضل للمحتوى.
 - تخصيص المحتوى: يمكن للمحتوى الإعلامي الرقمي تخصيص الأخبار والمعلومات بناءً على اهتمامات واحتياجات الجمهور المستهدف، مما يزيد من قوة الرسالة وفعاليتها⁽¹⁴⁾.
 - القدرة على البقاء موجودًا: في مواجهة التغيرات السريعة في الصناعة الإعلامية، يمكن للإعلام الرقمي التكيف بسرعة مع التطورات والتحولات، مما يُسهم في البقاء موجودًا ومواكبة احتياجات الجمهور⁽¹⁵⁾.

ويُعتبر المحتوى الإعلامي الرقمي أحد العناصر الأساسية في تطور صناعة الإعلام والاتصال في العصر الرقمي، ويمثل نقلة نوعية في طريقة توليد واستهلاك الأخبار والمعلومات. ويؤثر المحتوى الإعلامي الرقمي على المجتمع بعدة أشكال ويشمل هذا التأثير عدد من الجوانب تتمثل فيما يلي: -

- توسيع دائرة الوصول وتبني الثقافة الرقمية: يساهم المحتوى الإعلامي الرقمي في توسيع دائرة الوصول إلى المعلومات والثقافة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. يمكن للأفراد الوصول إلى مجموعة واسعة من المحتوى الثقافي والمعرفي بسهولة وفي أي وقت ومن أي مكان، مما يساهم في بناء وتبني الثقافة الرقمية وتطوير المهارات الرقمية⁽¹⁶⁾.
 - تعزيز التواصل وتبادل المعرفة: يمكن للمحتوى الإعلامي الرقمي أن يساهم في تعزيز التواصل وتبادل المعرفة بين أفراد المجتمع من خلال المنتديات الاجتماعية، والمدونات، ومواقع التواصل الاجتماعي. يُمكن للأفراد تبادل الأفكار والآراء والخبرات، وتوسيع دائرة التفاعل الاجتماعي بشكل أوسع⁽¹⁷⁾.
 - تغيير أنماط الاستهلاك والشراء: يؤثر المحتوى الإعلامي الرقمي في أنماط الاستهلاك والشراء للمستهلكين، حيث يمكن للإعلانات الرقمية والتسويق عبر الإنترنت أن تؤثر في قرارات الشراء وتوجيه الاهتمام نحو منتجات معينة، مما يؤدي إلى تغيير في سلوك المستهلك واختياراته⁽¹⁸⁾.
 - تطوير القدرات والمهارات الرقمية: يمكن للمحتوى الإعلامي الرقمي أن يساهم في تطوير قدرات ومهارات الأفراد في مجالات مثل التكنولوجيا والإعلام الرقمي، مما يعزز قدرتهم على التفاعل مع التكنولوجيا واستخدامها بشكل فعال في حياتهم اليومية وفي مجالات العمل⁽¹⁹⁾.
 - تعزيز الابتكار والريادة: يمكن للمحتوى الإعلامي الرقمي أن يشجع على الابتكار والريادة في مجالات مختلفة، حيث يُمكن للأفراد والشركات الناشئة تطوير محتوى إعلامي رقمي جديد ومبتكر يلبي احتياجات وتوجهات الجمهور⁽²⁰⁾.
- وهناك عدد من التحديات التي تواجه المحتوى الإعلامي الرقمي بشكل عام ، من بينها:
- مصداقية المحتوى: تشكل انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تحدياً كبيراً لمصداقية المحتوى الإعلامي الرقمي. قد يؤدي هذا إلى نقص الثقة في وسائل الإعلام الرقمية وتشويه سمعتها⁽²¹⁾.
 - قوانين الإعلام الرقمي: قد تفرض بعض الحكومات قيوداً على حرية التعبير ونشر المحتوى عبر الإنترنت، مما يعيق نشر المعلومات والتحليلات السياسية والاجتماعية.

- الأمان الرقمي: يتعرض المحتوى الإعلامي الرقمي والصحفيون والناشطون لتهديدات الأمن الرقمي مثل الاختراقات الإلكترونية والتجسس الإلكتروني والهجمات السيبرانية. (22)
 - انعدام البنية التحتية: تواجه بعض المناطق في ليبيا نقصاً في البنية التحتية الرقمية مثل انتشار الإنترنت وتوفير الاتصالات السلكية واللاسلكية، مما يعيق الوصول إلى المحتوى الرقمي بشكل فعال.
 - التحديات الاقتصادية: تواجه المؤسسات الإعلامية الرقمية تحديات مالية تتعلق بتمويل العمل وتحقيق الدخل المستدام، مما قد يؤثر على جودة المحتوى وقدرته على المنافسة.
 - التحديات الثقافية واللغوية: يواجه المحتوى الإعلامي الرقمي تحديات في توصيل الرسائل والمفاهيم بشكل فعال للمستخدمين في بعض الأحيان، خاصة عندما يتعلق الأمر بالثقافة واللغة المحلية (23).
- وتتطلب مواجهة هذه التحديات تبني سياسات وإجراءات فعالة لحماية حرية التعبير والتواصل الرقمي وتعزيز الأمان الرقمي، بالإضافة إلى دعم البنية التحتية الرقمية وتشجيع الابتكار والتنوع في المحتوى الإعلامي الرقمي.
- وهناك مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات المستخدمة في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي الرقمي، وتتضمن بعضها:
- منصات النشر والمدونات: مثل ووردبريس وبلوجر ومدونة تمبلر، التي تسمح بنشر المحتوى النصي والصور والفيديوهات بسهولة.
 - وسائل التواصل الاجتماعي: مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام ولينكد إن وغيرها، التي توفر منصات لنشر المحتوى والتفاعل مع الجمهور بشكل فعال. (24)
 - منصات الفيديو: مثل يوتيوب وفيميو وتيك توك وغيرها، التي تسمح بنشر مقاطع الفيديو والبث المباشر والتفاعل مع الجمهور من خلال التعليقات والمشاركات.
 - المواقع الإخبارية الرقمية: مثل مواقع الأخبار المحلية والعالمية التي تقدم محتوى إخباري متنوع وشامل.
 - التطبيقات الرقمية: مثل التطبيقات الخاصة بالصحف والمجلات والمواقع الإخبارية التي توفر محتوى مخصص للمستخدمين على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية. (25)
 - أدوات تحرير الفيديو والصور: مثل Adobe Premiere Pro و Final Cut Pro و Photoshop وغيرها، التي تسمح بإنشاء وتحرير وتنسيق مقاطع الفيديو والصور بشكل احترافي.
 - تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز: تستخدم في إنتاج محتوى تفاعلي وغامر يسمح للمستخدمين بالمشاركة والتفاعل بشكل أكبر مع المحتوى.

- نظم إدارة المحتوى (CMS) مثل WordPress و Drupal و Joomla وغيرها، التي تسهل إدارة ونشر المحتوى الرقمي على الويب بشكل فعال ومنظم. (26)

هذه بعض الأدوات والتقنيات الشائعة التي تستخدم في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي الرقمي، وهناك العديد من الأدوات الأخرى المتاحة حسب احتياجات ومتطلبات كل منظمة إعلامية أو صانع محتوى.

المحتوى الإعلامي الرقمي بليبيا

تطور المحتوى الإعلامي الرقمي في ليبيا يعكس التحولات الكبيرة التي شهدتها البلاد على مدى السنوات الأخيرة، وتأثير التكنولوجيا ووسائل الإعلام الرقمية على الساحة الإعلامية والثقافية والاجتماعية ففي بداية انتشار الإنترنت في ليبيا في أواخر التسعينيات وبداية الألفية الجديدة، بدأ الاهتمام بالمحتوى الرقمي في البلاد يتزايد تدريجياً وبدأت المدونات والمواقع الإلكترونية الصغيرة تظهر لتقديم محتوى إعلامي وثقافي واجتماعي مختلف.

ومع توسع استخدام الإنترنت وظهور شبكات التواصل الاجتماعي في العقد الأول من الألفية الجديدة، بدأ الناس يستخدمون هذه الوسائل للتواصل وتبادل المحتوى الرقمي وزادت الطلب على المحتوى الإخباري الرقمي، وظهرت بعض المواقع الإخبارية الرقمية التي تقدم محتوى إخباري متنوع وشامل، وشهدت ليبيا زيادة كبيرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام. يستخدم الليبيون هذه الوسائل للتعبير عن آرائهم، مشاركة الأخبار، وبناء العلاقات الاجتماعية (27).

ومع تطور التكنولوجيا وانتشار الهواتف الذكية، زادت وسائل الوصول إلى المحتوى الرقمي، وشهدت السنوات الأخيرة زيادة في عدد المدونات والمواقع الإخبارية الرقمية، وتطور في محتواها لتشمل مجموعة واسعة من المواضيع والقضايا ونمت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير في ليبيا، وأصبحت مهمة في نشر المحتوى الإعلامي والتواصل مع الجمهور.

وقد شهدت ليبيا نمواً في عدد المواقع الإخبارية الرقمية التي تقدم محتوى متنوعاً وشاملاً للأخبار والتحليلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وزادت وسائل الإعلام الرقمية في ليبيا بما في ذلك المدونات والبودكاست والقنوات على مواقع مشاركة الفيديو مثل يوتيوب، مما يسمح بتبادل المعرفة والتفاعل مع المحتوى بشكل أكبر. (28)

وقد بدأت العديد من الصحف الليبية في تطوير تطبيقاتها الخاصة للهواتف الذكية لتوفير محتوى إخباري سهل الوصول ومتاح في أي وقت ومن أي مكان، وشهدت ليبيا زيادة في الإنتاج الإعلامي المستقل، حيث يقوم الأفراد والمجموعات المجتمعية بإنشاء محتوى رقمي على الإنترنت للتعبير عن آرائهم ومشاركة أفكارهم.

وشهدت ليبيا تطوراً في مجال المحتوى الإعلامي الرقمي على مر السنين، وازدادت أهميته في توفير المعلومات وتبادل الأفكار والآراء في البلاد. ومع استمرار التقدم التكنولوجي وتوسع وسائل الاتصال الرقمية، من المتوقع أن يستمر التطور والنمو في مجال المحتوى الإعلامي الرقمي في ليبيا. قد يتضمن ذلك زيادة التنوع في المحتوى المقدم عبر مختلف الوسائط الرقمية، مع التركيز على الفيديو والمحتوى التفاعلي والبودكاست والمحتوى الصوتي (29).

مع تطور التكنولوجيا مثل الذكاء الاصطناعي وتقنيات الواقع المعزز، قد تظهر فرص جديدة لإنتاج محتوى إعلامي مبتكر وتفاعلي يتيح للجمهور تجربة مميزة. كما يمكن أن يؤدي التركيز المتزايد على تحليل البيانات والتقنيات اللامركزية إلى تعزيز الشفافية وتقديم محتوى أكثر دقة وأماناً.

ومع استمرار الطلب على المحتوى الرقمي من قبل الجمهور، قد يزداد التركيز على تطوير مهارات الإنتاج الرقمي والتسويق الرقمي لدى الصحفيين والمنتجين والناشرين، مما يساهم في تعزيز جودة وتنوع المحتوى الإعلامي الرقمي في ليبيا.

الإجراءات المنهجية للدراسة

■ نوع الدراسة:

ينتمي البحث إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف رصد وتحليل وتقييم خصائص مجموعة معينة تجاه موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف معين أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، كما تعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها للوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة، وتسعى الدراسة إلى دور المحتوى الرقمي في تغيير المشهد الإعلامي في ليبيا.

■ منهج الدراسة:

يوظف البحث منهج المسح الإعلامي بشقه (الميداني)، الذي يمثل جهداً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة الإعلامية في وضعها الآني؛ بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال التخصص، وكونه يمثل الطريقة والأسلوب الأمثل لجمع المعلومات وعرض البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها.

■ أدوات جمع البيانات:

استبانة ميدانية: صمم الباحث استبانة لقياس ما يلي:

- دراسة كيفية استخدام الأفراد للمحتوى الرقمي في ليبيا، سواء كان ذلك عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مواقع الأخبار الرقمية، مدونات، أو منصات الفيديو على الإنترنت.

- رصد مدى ثقة الأفراد في المحتوى الرقمي المقدم ومصادره، وكيفية تأثير هذه الثقة على استجاباتهم وتفاعلهم مع هذا المحتوى.
- تحليل كيفية تأثير المحتوى الرقمي على سلوك الأفراد، مثل آراءهم السياسية أو معتقداتهم الاجتماعية، وكيفية توجيه هذا المحتوى لسلوكهم.
- **مجتمع الدراسة:**
- مجتمع الدراسة الميدانية: جميع الإعلاميين الليبيين بالمؤسسات الإعلامية والصحفية الليبية المختلفة.
- **عينة الدراسة:**
- عينة الدراسة الميدانية: تمثلت في عدد من المفردات التي تعبر عن المجتمع الكلي وقد بلغت العينة (150) مفردة من الإعلاميين بالمؤسسات الليبية التي تمثل أنماط ملكية وتوجهات إدارية وفكرية متباينة ويوضح الجدول الآتي السمات الشخصية لعينة الدراسة الميدانية من الصحفيين

جدول (1)

السمات الشخصية لعينة الدراسة الميدانية

| النوع | السمات الشخصية | ك | % |
|-------------------------|-------------------------|-----|------|
| النوع | ذكر | 121 | 80.7 |
| | أنثى | 29 | 19.3 |
| العمر | من 21 أقل من 25 | 20 | 13.3 |
| | من 25 أقل من 35 | 17 | 11.3 |
| | من 35 أقل من 45 | 74 | 49.3 |
| | من 45 سنة فأكثر | 39 | 18.9 |
| المؤهل العلمي | جامعي تخصص إعلام | 67 | 44.7 |
| | جامعي غير متخصص إعلام | 55 | 36.7 |
| | حاصل على درجة الماجستير | 23 | 15.3 |
| | حاصر على درجة الدكتوراه | 5 | 3.3 |
| عدد سنوات الخبرة | أقل من 5 | 42 | 28.0 |
| | 5-10 | 37 | 24.7 |
| | 10-15 | 23 | 15.3 |
| | 15-20 | 18 | 12.0 |
| | 20-25 | 12 | 8.0 |
| | 25-30 | 15 | 10.0 |
| | 30 فما فوق | 3 | 2.0 |
| إجمالي عدد العينة = 150 | | | |

اختبار الصدق والثبات فيما يتعلق بالدراسة الميدانية:

صمم الباحث صحيفة استبيان للمبحوثين من الإعلاميين الليبيين، وذلك بالرجوع إلى التراث النظري، والإطار التصوري الموجه للبحث، والدراسات المتصلة لتحديد العبارات التي ترتبط بكل متغير من متغيرات الدراسة.

وبالإطلاع على الأدبيات والكتب، والأطر النظرية، والدراسات والبحوث السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة، وتحليل تلك الأدبيات والبحوث والدراسات، وذلك للوصول إلى الأبعاد المختلفة والعبارات والأبعاد ذات الارتباط بمشكلة الدراسة.

الصدق الإحصائي (الصدق الذاتي):

بالإشارة إلى نتائج جدول (2)، يمكن تحديد قيمة معاملات الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين، ويُعرف معامل الصدق الإحصائي بأنه الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وذلك كما يلي:

جدول (2) معاملات الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين

| م | المتغيرات | معامل الثبات المعتمد عليه | معامل الصدق الإحصائي |
|---|-----------------------------|---------------------------|----------------------|
| 1 | صحيفة استقصاء المبحوثين ككل | معامل (ألفا . كرونباخ) | 0.921 |
| | | معادلة سبيرمان براون | 0.934 |

يوضح الجدول السابق أن قيم معامل الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين مرتفعة ومقبولة وتفي بأغراض الدراسة.

ثبات الأداة:

تم حساب ثبات الأداة باستخدام معامل ثبات (ألفا . كرونباخ) لقيم الثبات التقديرية لصحيفة استقصاء المبحوثين، وذلك بتطبيقها على عينة قوامها (10) مفردات من المبحوثين مجتمع الدراسة، وقد جاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

جدول (3) نتائج الثبات باستخدام معامل (ألفا . كرونباخ) لاستبانة المبحوثين

| م | المتغيرات | معامل (ألفا . كرونباخ) |
|---|----------------------------------|------------------------|
| 1 | ثبات صحيفة استقصاء المبحوثين ككل | 0.92 |

يوضح الجدول السابق أن مستويات الثبات مقبولة، ويمكن الاعتماد على النتائج التي تتوصل إليها الأداة، وللوصول إلى نتائج أكثر صدقاً وموضوعية لصحيفة استقصاء المبحوثين، فقد استُخدمت طريقة ثانية لحساب ثبات المقياس، وذلك باستخدام معادلة سبيرمان براون Brown-Spearman للتجزئة النصفية Split – half.

■ أساليب التحليل المستخدمة بالدراسة:

تعتمد الدراسة في تحليل البيانات على الأساليب الآتية

1. أسلوب التحليل الكمي: بمعالجة البيانات من خلال الحاسب الحي باستخدام برنامج (SPSS.V. 17.0)، الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وقد طبقت الأساليب الإحصائية الآتية:
 2. التكرارات والنسب المئوية.
 3. المتوسط الحسابي: وتم حسابه للمقياس الثلاثي عن طريق: (ك موافق) $3 \times + ك$ (محايد) $2 \times + ك$ (معارض) $1 \times / ن$.
 4. الانحراف المعياري: ويفيد في معرفة مدى تشتت استجابات المبحوثين أو عدم تشتتها، كما يساعد في ترتيب العبارات مع المتوسط الحسابي، حيث إنه في حالة تساوي العبارات في المتوسط الحسابي فإن العبارة التي انحرافها المعياري أقل تأخذ ترتيباً أعلى.
 5. الصدق الإحصائي: ويتم حسابه من خلال الجذر التربيعي لمعامل الثبات.
 6. معامل ثبات (ألفا. كرونباخ): لقيم الثبات التقديرية لأدوات الدراسة.
 7. معادلة سبيرمان - براون Brown-Spearman للتجزئة النصفية Split - half: وذلك لقياس ثبات أدوات الدراسة.

نتائج الدراسة الميدانية

جدول رقم (4)

يوضح أبرز قنوات توصيل المحتوى الرقمي من الوسيلة إلى الجمهور من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة

| ك ن=150 | % | قنوات توصيل المحتوى |
|------------|------|--|
| 74 | 49.3 | حسابات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي |
| 55 | 36.7 | الموقع الإلكتروني |
| 38 | 25.3 | توزيع الأخبار عبر الهواتف |
| 32 | 21.3 | تقنيات الواقع المعزز Augmented Reality |
| 18 | 12.0 | أكواد الاستجابة السريعة QR Code |
| 12 | 8.0 | الخرائط التفاعلية والتطبيقات الرقمية |

تشير النتائج أن الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة يُعتبرون حسابات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كأبرز قناة لتوصيل المحتوى الرقمي إلى الجمهور، حيث اختار 49.3% منهم هذه القناة. يأتي بعدها الموقع الإلكتروني بنسبة 36.7%. وتأتي توزيع الأخبار عبر الهواتف في المرتبة الثالثة بنسبة 25.3%.

وأشارت النتائج أن تقنيات مثل الواقع المعزز (Augmented Reality) ورموز الاستجابة السريعة (QR Code) تحظى بنسب استخدام أقل، حيث اختار 21.3% من الإعلاميين تقنيات الواقع المعزز، و12.0% اختاروا رموز الاستجابة السريعة. الخرائط التفاعلية والتطبيقات الرقمية تظهر كقناة أقل استخدامًا بنسبة 8.0%.

تلك النتائج تعكس تفضيل الإعلاميين الليبيين في العينة المدروسة لاستخدام حسابات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كأداة رئيسية لنشر المحتوى الرقمي. يُظهر هذا التفضيل أهمية الوجود على منصات التواصل الاجتماعي في الوصول إلى الجمهور وتفاعله مع المحتوى.

من جهة أخرى، يظهر التفضيل الثاني لاستخدام الموقع الإلكتروني، وهو ما يعكس أهمية الحفاظ على وجود رقمي قائم وموثوق للوصول إلى الجمهور الذي قد لا يكون متواجدًا على منصات التواصل الاجتماعي، وتظهر تقنيات مثل الواقع المعزز ورموز الاستجابة السريعة والخرائط التفاعلية والتطبيقات الرقمية نسب استخدام أقل، مما يشير إلى أن الإعلاميين لا يولون لها نفس الاهتمام أو الاعتماد الذي يولونه للوسائل الأخرى. هذا قد يكون بسبب عدم انتشارها بشكل واسع أو قدرتها الأقل على الوصول إلى الجمهور بالنسبة لهذه العينة الخاصة من الإعلاميين الليبيين.

جدول رقم (5)

يوضح مدى إحداث المحتوى الإعلامي الرقمي تحسنا في المشهد الإعلامي الليبي من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة

| الاستجابات | ك | % |
|-------------|-----|------|
| إلى حد كبير | 93 | 62.0 |
| إلى حد ما | 47 | 31.3 |
| لم يتغير | 10 | 6.7 |
| الإجمالي | 150 | 100% |

تشير النتائج أن الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة يرون أن المحتوى الإعلامي الرقمي قد أحدث تحسناً ملحوظاً في المشهد الإعلامي الليبي، حيث أشار 62.0% منهم إلى أنه أحدث تحسناً "إلى حد كبير"، و31.3% أشاروا إلى أنه أحدث تحسناً "إلى حد ما". هذا التحسن يُعكس على الأرجح جهود الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية في تطوير محتوهم الرقمي لتلبية احتياجات الجمهور الليبي المتزايدة. كما يمكن أن يرتبط هذا التحسن بزيادة انتشار الإنترنت واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ليبيا، مما يتيح للمحتوى الإعلامي الرقمي فرصاً أكبر للوصول إلى الجمهور وتأثيره عليه.

جدول رقم (6)

يوضح رؤية الإعلاميين الليبيين-عينة الدراسة-لأي مدى ساعد ظهور المحتوى الإعلامي الرقمي على نقل الأحداث بصورة حية

| الاستجابات | ك | % |
|-------------|-----|------|
| إلى حد كبير | 66 | 44.0 |
| إلى حد ما | 74 | 49.3 |
| لم تساعد | 10 | 6.7 |
| الإجمالي | 150 | 100% |

تشير النتائج أن نسبة كبيرة من الإعلاميين الليبيين يرون أن ظهور المحتوى الإعلامي الرقمي قد ساعد إلى حد ما أو إلى حد كبير في نقل الأحداث بصورة حية. مع ملاحظة أن هناك نسبة صغيرة جداً من الإعلاميين الذين يرون أن المحتوى الرقمي لم يساعد في ذلك. وتشير هذه النتائج إلى تباين في وجهات النظر بين الإعلاميين، مما يشير إلى وجود تحديات وتفاوت في استخدام التقنيات الرقمية في المجال الإعلامي. يمكن أن تشمل هذه التحديات مشكلات مثل الوصول إلى التكنولوجيا، وتدريب العاملين في الإعلام على استخدام التقنيات الرقمية بشكل فعال، ومقاومة التغيير من بعض الأفراد داخل المجتمع الإعلامي، وبشكل عام تشير هذه النتائج إلى أهمية الاستثمار في تطوير مهارات الإعلاميين وتوفير البنية التحتية الرقمية اللازمة لتعزيز قدرتهم على نقل الأحداث بصورة حية وفعالة باستخدام التكنولوجيا الحديثة.

جدول رقم (7)

يوضح كيف يؤثر المحتوى الإعلامي الرقمي على تشكيل الرأي العام في ليبيا من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة

| التأثيرات | ك ن=150 | % |
|--|------------|------|
| زيادة التواصل وتبادل المعلومات | 85 | 56.7 |
| توفير وجهات نظر متنوعة | 70 | 46.7 |
| نشر الأخبار بسرعة | 70 | 46.7 |
| تعزيز المشاركة السياسية | 61 | 40.7 |
| مواجهة الانحياز الإعلامي | 61 | 40.7 |
| تعزيز الوعي السياسي | 54 | 36.0 |
| توسيع نطاق الوصول وزيادة تأثير الرسائل الإعلامية. | 53 | 35.3 |
| تحفيز الابتكار والإبداع | 47 | 31.3 |
| تعزيز التفاعل والمشاركة. | 33 | 22.0 |
| تحقيق التغيير الاجتماعي من خلال تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية الهامة وتعزيز الوعي حولها وتشجيع النقاش والحوار حول سبل حلها. | 30 | 20.0 |

تعكس نتائج الجدول رؤية الإعلاميين الليبيين بشأن تأثير المحتوى الإعلامي الرقمي على تشكيل الرأي العام في ليبيا، حيث جاء زيادة التواصل وتبادل المعلومات في الترتيب الأول بنسبة (56.7%) ويعكس هذا تفضيل الإعلاميين الليبيين للإعلام الرقمي كوسيلة لتعزيز التواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد والجماعات في المجتمع، مما يسهم في تعميق الفهم وتوسيع آفاق النقاش، يليه توفير وجهات نظر متنوعة بنسبة (46.7%) حيث يركز الإعلام الرقمي على توفير مجموعة متنوعة من الآراء والوجهات النظرية، مما يساعد على تعميق الفهم وتحليل القضايا بشكل أكثر شمولاً، يليه نشر الأخبار بسرعة بنسبة (46.7%) ويعكس هذا قدرة الإعلام الرقمي على نشر الأخبار والمعلومات بسرعة أكبر مما يسهم في توفير المعرفة الفورية والرد السريع على الأحداث، يليها تعزيز المشاركة السياسية بنسبة (40.7%) ويظهر هذا اعتقاد الإعلاميين بأن الإعلام الرقمي يمكن أن يلعب دوراً مهماً في تعزيز المشاركة السياسية من خلال توفير المعرفة وتشجيع النقاش العام حول القضايا السياسية، وداء في الترتيب الأخير تحقيق التغيير الاجتماعي بنسبة (20.0%) ويشير هذا إلى أن هناك حاجة إلى تعزيز جهود الإعلام الرقمي لتحقيق التغيير

الاجتماعي من خلال تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية الهامة وتشجيع الحوار والتفاعل حولها.

وبشكل عام تشير النتائج عي أهمية الإعلام الرقمي في ليبيا ودوره في تشكيل الرأي العام وتعزيز المشاركة السياسية والاجتماعية فأن الإعلام الرقمي لديه القدرة على توفير محتوى متنوع وسريع الانتشار، مما يجعله أداة فعالة لنقل المعلومات وتشجيع الحوار العام. ومع ذلك، فإن هناك حاجة مستمرة لمواجهة التحديات المتعلقة بالانحياز الإعلامي وضمان توفير معلومات دقيقة وموثوقة للجمهور.

جدول رقم (8)

يوضح التحديات التي تواجه اعتماد واستخدام التكنولوجيا الرقمية في المشهد الإعلامي الليبي من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة

| التحديات | ك ن=150 | % |
|---|------------|------|
| ضعف البنية التحتية التقنية في ليبيا وأنها غير كافية لدعم تطبيقات الإعلام الرقمي بشكل كامل | 80 | 53.3 |
| وجود بعض القيود على حرية الصحافة وحرية التعبير في ليبيا | 74 | 49.3 |
| واجه وسائل الإعلام الرقمي في ليبيا تحديات فيما يتعلق بالأمان السيبراني، بما في ذلك تهديدات القرصنة والاختراقات الإلكترونية | 65 | 43.3 |
| نقص في المهارات التقنية لدى العاملين في مجال الإعلام في ليبيا، مما يعيق قدرتهم على استخدام التكنولوجيا الرقمية بشكل فعال | 55 | 36.7 |
| تواجه وسائل الإعلام الرقمي في ليبيا صعوبات في التوزيع والوصول إلى الجمهور بسبب التحديات اللوجستية والبنية التحتية | 45 | 30.0 |
| تواجه وسائل الإعلام الرقمي في ليبيا صعوبات في تأمين التمويل اللازم لتطوير وصيانة البنية التحتية التقنية وإنتاج المحتوى الرقمي بجودة عالية | 30 | 20.0 |

هذا الجدول يوضح مجموعة متنوعة من التحديات التي تواجه اعتماد واستخدام التكنولوجيا الرقمية في المشهد الإعلامي الليبي، فمن خلال النظر إلى نتائج الجدول السابق، يمكننا ملاحظة أن ضعف البنية التحتية التقنية يعتبر التحدي الرئيسي، حيث أن 80% من الإعلاميين يرونه كتحدي أساسي. يليه بعض القيود على حرية الصحافة وحرية التعبير بنسبة 74%، ومن ثم التحديات الأمنية السيبرانية بنسبة 65%.

بالإضافة إلى ذلك، يظهر الجدول أن نقص المهارات التقنية لدى العاملين في مجال الإعلام وتحديات التمويل تعتبر أيضاً عوامل مهمة تعيق تطوير الإعلام الرقمي في ليبيا، حيث يبلغ النسب المئوية المتعلقة بهما 55% و 30% على التوالي.

وتشير النتائج إلى ضعف البنية التحتية التقنية وهذا يعكس حاجة ماسة إلى استثمارات في البنية التحتية التقنية لتطوير الإعلام الرقمي في ليبيا. وجود بعض القيود على حرية الصحافة والتعبير يمكن أن يكون عائقاً كبيراً أمام تطوير واعتماد الإعلام الرقمي في ليبيا، في حين أن التحديات السيبرانية تشكل تهديداً لأمان وسائل الإعلام الرقمي. النقص في المهارات التقنية لدى العاملين في مجال الإعلام يعيق القدرة على استخدام التكنولوجيا الرقمية بشكل فعال، وتواجه وسائل الإعلام الرقمي صعوبات في التوزيع والوصول إلى الجمهور بسبب التحديات اللوجستية والبنية التحتية. وأخيراً، صعوبة تأمين التمويل اللازم لتطوير وصيانة البنية التحتية التقنية وإنتاج المحتوى الرقمي بجودة عالية تعكس التحدي الاقتصادي الذي يواجه وسائل الإعلام الرقمي في ليبيا.

جدول رقم (9)

يوضح إلى أي مدى يمكن للمحتوى الرقمي أن يكون عاملاً في تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان في

ليبيا من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة

| الاستجابات | ك | % |
|-------------|-----|------|
| إلى حد كبير | 62 | 41.3 |
| إلى حد ما | 70 | 46.7 |
| لم تؤثر | 18 | 12.0 |
| الإجمالي | 150 | 100% |

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجهات نظر الإعلاميين الليبيين حول إمكانية دور المحتوى الرقمي في تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان في ليبيا، ويظهر أن نسبة كبيرة من الإعلاميين، بلغت 41.3%، يرون أن المحتوى الرقمي يمكن أن يكون عاملاً مهماً إلى حد كبير في تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان في البلاد. مع ذلك، يبدو أن هناك نسبة مماثلة من الإعلاميين (46.7%) يرون أن المحتوى الرقمي يمكن أن يكون له تأثير إيجابي إلى حد ما، دون أن يكون له تأثير كبير، وأشارت النتائج أن هناك نسبة صغيرة نسبياً من الإعلاميين (12%) يرون أن المحتوى الرقمي لم يؤثر بشكل كبير في تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان في ليبيا.

وتعكس هذه النتائج وجود توجهًا إيجابيًا نحو دور المحتوى الرقمي في تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان في ليبيا، ولكنه يشير أيضًا إلى أهمية تطوير استراتيجيات فعالة للاستفادة القصوى من الإمكانيات الكامنة في هذا المجال.

جدول (10)

يوضح استجابات الإعلاميين الليبيين-عينة الدراسة-حول العبارات المتعلقة ب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية في تعزيز التواصل والتفاعل الاجتماعي في المجتمع الليبي

| الترتيب | الوزن النسبي | معارض | | محايد | | موافق | | العبارات |
|---------|--------------|-------|----|-------|----|-------|----|---|
| | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 84.0 | 1.3 | 2 | 45.3 | 68 | 53.3 | 80 | استخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام لنشر المعلومات والأخبار الهامة التي تهتم المجتمع الليبي |
| 2 | 82.4 | 7.3 | 11 | 38.0 | 57 | 54.7 | 82 | إنشاء صفحات ومجموعات على منصات التواصل الاجتماعي، يمكن للمجتمع الليبي التفاعل مع بعضهم البعض وتبادل الآراء والأفكار حول قضايا محددة. هذا يمكن أن يعزز التفاهم والتسامح بين أفراد المجتمع. |
| 3 | 82.4 | 4.7 | 7 | 43.3 | 65 | 52.0 | 78 | استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتنظيم حملات توعية وتحسيس حول مختلف القضايا الاجتماعية والمشاكل التي تواجه المجتمع الليبي |
| 4 | 81.1 | 3.3 | 5 | 50.0 | 75 | 46.7 | 70 | استخدام الحكومة والجهات الحكومية وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع المواطنين، والاستماع |

| | | | | | | | | |
|---|------|------|----|------|----|------|----|---|
| | | | | | | | | لمشكلاتهم واقتراحاتهم، وتقديم الخدمات والمعلومات بشكل أفضل وأكثر فعالية. |
| 5 | 79.3 | 2.0 | 3 | 58.0 | 87 | 40.0 | 60 | استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لجمع التبرعات ونشر الوعي حول الحملات الخيرية والأنشطة التطوعية المختلفة التي تهدف إلى دعم المحتاجين في المجتمع. |
| 6 | 75.3 | 12.7 | 19 | 48.7 | 73 | 38.7 | 58 | نشر فرص العمل والتدريب، وهذا يمكن أن يساهم في تعزيز التواصل والتفاعل الاجتماعي من خلال تحسين فرص الحياة والمستقبل للأفراد في المجتمع. |
| 7 | 72.0 | 12.0 | 18 | 60.0 | 90 | 28.0 | 42 | استخدام منصات التواصل الاجتماعي والموارد الرقمية لتوفير فرص التعليم والتعلم عن بعد، وذلك من خلال مشاركة محتوى تعليمي مفيد وتنظيم دورات وورش عمل عبر الإنترنت. |

تشير نتائج الجدول السابق أن جميع العبارات المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية في تعزيز التواصل والتفاعل الاجتماعي في المجتمع الليبي تحظى بموافقة مرتفعة.

فتصدر الاستخدام الأكثر موافقة هو "إنشاء صفحات ومجموعات على منصات التواصل الاجتماعي"، حيث يتفق عليها 82.4% من الإعلاميين كما يأتي الاستخدام في "تنظيم حملات التوعية والتحسيس" و "استخدام الحكومة والجهات الحكومية للتواصل مع المواطنين" بوزن نسبي متساوي 82.4%.

يليه "استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات والأخبار الهامة" و "جمع التبرعات ونشر الوعي حول الحملات الخيرية" بوزن نسبي يبلغ 79.3% و 75.3% على التوالي.

وأخيراً، تظهر العبارتان المتبقيتان "نشر فرص العمل والتدريب" و "استخدام المنصات الرقمية لتوفير فرص التعليم والتعلم عن بعد" بوزن نسبي 72.0% و 72.0% على التوالي. وتشير هذه النتائج إلى وجود أهمية كبيرة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية كأدوات فعالة لتحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي في المجتمع الليبي، ويظهر مدى التفاعل الإيجابي والاستجابة لهذه الوسائل في مجالات متعددة مثل نشر المعلومات، تنظيم الحملات، ودعم الأنشطة الخيرية والتعليم والتوظيف، وأن استخدام منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون فعالاً في نقل المعلومات الهامة وتنظيم الحملات التوعوية والتفاعل مع الحكومة والجهات الحكومية. كما يظهر الاستجابة الإيجابية لفكرة استخدام هذه الوسائل لدعم الحملات الخيرية ونشر فرص العمل والتعليم عن بعد.

جدول رقم (11)

يوضح الفرص المتاحة لتحسين دور المحتوى الرقمي في تحقيق التغيير الإيجابي في ليبيا من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة

| الفرص المتاحة | ك ن=150 | % |
|---|------------|------|
| تعزيز التوعية والتثقيف | 90 | 60.0 |
| تعزيز الحوار والتواصل بين أفراد المجتمع الليبي من خلال إثراء النقاشات حول المواضيع المختلفة وتقديم منصة للتفاعل وتبادل الآراء. | 78 | 52.0 |
| تعزيز الشفافية ومكافحة الفساد من خلال نشر المعلومات والبيانات الهامة ومراقبة أداء الحكومة والمؤسسات العامة. | 53 | 35.3 |
| التشجيع على المشاركة المجتمعية والتفاعل من خلال دعم المبادرات الاجتماعية والحملات الخيرية وتحفيز الأفراد على المشاركة في النقاشات والأنشطة ذات الصلة. | 46 | 30.7 |
| التشجيع على الابتكار وريادة الأعمال من خلال تقديم المعرفة والموارد والدعم للشباب الراغبين في بدء مشاريعهم الخاصة وتطوير الأفكار الإبداعية. | 41 | 27.3 |

تشير نتائج الجدول السابق الفرص المتاحة لتحسين دور المحتوى الرقمي في تحقيق التغيير الإيجابي في ليبيا جاء في الترتيب الأول تعزيز التوعية والتثقيف هو الفرصة الأكثر إشارة في الجدول، حيث يوافق عليها 60% من الإعلاميين. هذا يظهر أهمية استخدام المحتوى الرقمي في توسيع نطاق الوعي وثقافة الجمهور حول القضايا المختلفة، وجاء تعزيز الحوار والتواصل في

المرتبة الثانية، حيث يرون 52% من الإعلاميين أنه يمكن للمحتوى الرقمي أن يساهم في إثراء النقاشات وتقديم منصة للتفاعل وتبادل الآراء، بينما تعزيز الشفافية ومكافحة الفساد تظهر بنسبة أقل من الإعلاميين الذين يرون أنها فرصة متاحة، إلا أنها لا تزال تحظى بتأييد 35.3%، مما يعكس الاعتقاد في دور المحتوى الرقمي في تحقيق الشفافية ومكافحة الفساد، وجاء في الترتيب الأخير تشجيع المشاركة المجتمعية والتفاعل، وتعزيز الابتكار وريادة الأعمال. على الرغم من أن نسبة الإيجابية لهذه الفرص أقل بقليل، إلا أنها تعكس فرصاً مهمة لدعم التفاعل المجتمعي والابتكار من خلال المحتوى الرقمي.

بشكل عام، تشير هذه النتائج على الدور المحوري الذي يمكن أن يلعبه المحتوى الرقمي في تحقيق التغيير الإيجابي في ليبيا، ويظهر أيضاً على أن هناك توافقاً بين الإعلاميين حول الفرص المتاحة لتحسين هذا الدور وتعزيز تأثيره.

جدول (12)

يوضح استجابات الإعلاميين الليبيين- عينة الدراسة- حول تأثير المحتوى الرقمي على المشهد الإعلامي والمجتمع في ليبيا

| الترتيب | الوزن النسبي | معارض | | محايد | | موافق | | العبارات |
|---------|--------------|-------|----|-------|----|-------|----|--|
| | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 1 | 81.8 | 9.3 | 14 | 36.0 | 54 | 54.7 | 82 | تحديد الأهداف المرجوة من المحتوى الرقمي وتحديد المؤشرات الرئيسية التي ستستخدم لقياس تأثيره، مثل عدد المشاهدات، والتفاعلات (مثل الإعجابات والتعليقات والمشاركات)، ونسبة التغطية الإعلامية |
| 2 | 79.8 | 14.0 | 21 | 32.7 | 49 | 53.3 | 80 | تقييم الوصول والتفاعل عن طريق قياس مدى وصول المحتوى الرقمي إلى الجمهور المستهدف ومدى تفاعله معه، مثل عدد المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي ومعدل التفاعل بها. |

| | | | | | | | | |
|---|------|------|----|------|----|------|----|--|
| 3 | 79.1 | 15.3 | 23 | 32.0 | 48 | 52.7 | 79 | تحليل نوعية المحتوى المنشور ومدى تأثيره على الجمهور، وذلك من خلال دراسة الملاحظات والتعليقات والانتقادات والاقتراحات التي يتلقاها. |
| 4 | 78.0 | 16.0 | 24 | 34.0 | 51 | 50.0 | 75 | مراقبة التغيرات في سلوك ومواقف الجمهور، مثل زيادة الوعي بقضايا معينة أو تغيير في الاتجاهات والمعتقدات. |
| 5 | 77.3 | 14.7 | 22 | 38.7 | 58 | 46.7 | 70 | إجراء استطلاعات لقياس ردود فعل الجمهور تجاه المحتوى الرقمي وتقييم تأثيره على وجهة نظرهم وسلوكهم. |
| 6 | 76.9 | 11.3 | 17 | 46.7 | 70 | 42.0 | 63 | تحليل البيانات بانتظام وإعداد تقارير دورية لتقييم أداء المحتوى الرقمي وتحديد النقاط القوية والضعيفة واتخاذ التدابير التصحيحية اللازمة. |

يظهر هذا الجدول استجابات الإعلاميين الليبيين حول تأثير المحتوى الرقمي على المشهد الإعلامي والمجتمع في ليبيا، جاء في الترتيب الأول تحديد الأهداف المرجوة والمؤشرات الرئيسية بوزن نسبي (81.8) مما يشير إلى أهمية تحديد الأهداف المحددة والمؤشرات القياسية لقياس تأثير المحتوى الرقمي، وجاء في الترتيب الثاني تقييم الوصول والتفاعل (بوزن نسبي: 79.8) مما يعكس أهمية قياس ومراقبة الوصول والتفاعل مع المحتوى الرقمي وتحليله.

يليه تحليل نوعية المحتوى المنشور وتأثيره (بوزن نسبي: 79.1) يأتي في المرتبة الثالثة، مما يدل على أهمية فهم جودة المحتوى وتأثيره على الجمهور، يليها مراقبة التغيرات في سلوك الجمهور (بوزن نسبي: 78.0) يأتي في المرتبة الرابعة، مشيراً إلى أهمية مراقبة التغيرات في سلوك الجمهور وتحليلها، وجاء في الترتيب الخامس استخدام استطلاعات الرأي والتقييم الدوري (بوزن

نسبي: 77.3) يأتي في المرتبة الخامسة، مما يظهر أهمية استخدام استطلاعات الرأي والتقييمات الدورية في فهم ردود فعل الجمهور.

وجاء في الترتيب الأخير تحليل البيانات وإعداد التقارير الدورية (بوزن نسبي: 76.9) مما يعكس أهمية استخدام البيانات وتحليلها لتقييم أداء المحتوى الرقمي واتخاذ الإجراءات اللازمة.

جدول رقم (13)

يوضح السياسات والإجراءات التي يمكن اتخاذها لتعزيز وتطوير الاستخدام الفعال للمحتوى الرقمي في ليبيا من وجهة نظر الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة

| السياسات والإجراءات | ك ن=150 | % |
|---|------------|------|
| تحسين البنية التحتية الرقمية في ليبيا من خلال توفير إنترنت سريع ومتاح للجميع، وتطوير الشبكات اللاسلكية وتوسيع تغطية الإنترنت الجوال | 125 | 83.3 |
| وضع سياسات وقوانين تحفز على إنتاج ونشر المحتوى الرقمي بطريقة مبتكرة ومثيرة للاهتمام، وتوفير الحماية لحقوق الملكية الفكرية. | 113 | 75.3 |
| تطوير محتوى رقمي محلي متميز وتشجيع ودعم إنتاج المحتوى الرقمي المحلي بجودة عالية ومتميزة، تعكس الهوية والثقافة الليبية. | 97 | 64.7 |
| وفير التمويل والدعم المالي للمبادرات والمشاريع الرقمية التي تهدف إلى تطوير وتعزيز استخدام المحتوى الرقمي | 82 | 54.7 |
| تطوير برامج تعليمية وتدريبية لزيادة المهارات الرقمية لدى السكان، بما في ذلك التعلم عن بُعد والتدريب عبر الإنترنت | 74 | 49.3 |
| تشجيع التنوع في المحتوى الرقمي المنتج لتمثيل مختلف الآراء والمنظورات في المجتمع الليبي. | 61 | 40.7 |
| وضع سياسات وإجراءات لتعزيز الأمان الرقمي للمحتوى الرقمي، بما في ذلك حماية البيانات الشخصية ومكافحة الجرائم السيبرانية | 49 | 32.7 |
| تشجيع الشفافية والمساءلة في نشر المحتوى الرقمي لضمان دقة وموضوعية المعلومات المنشورة. | 42 | 28.0 |
| تقديم دعم مالي وفني للشباب الراغبين في بدء مشاريعهم الرقمية وتطوير الأفكار الإبداعية. | 33 | 22.0 |

تظهر نتائج الجدول السابق أن هناك نسبة كبيرة من الإعلاميين الليبيين يرون أهمية وضع سياسات وإجراءات لتحسين البنية التحتية الرقمية، حيث وافق 83.3% من العينة على هذه السياسة. كما أظهر الجدول أن 75.3% من الإعلاميين يرون ضرورة وضع سياسات وقوانين

لتحفيز إنتاج المحتوى الرقمي بطريقة مبتكرة وجذابة، مع توفير الحماية لحقوق الملكية الفكرية. بالإضافة إلى ذلك، يدعم 64.7% من العينة تطوير محتوى رقمي محلي متميز يعكس الهوية والثقافة الليبية، ويعتبر 54.7% ضرورة توفير التمويل والدعم للمبادرات الرقمية التي تهدف إلى تطوير وتعزيز استخدام المحتوى الرقمي.

وتشير هذه النتائج أن هناك تركيزاً كبيراً على تحسين البنية التحتية الرقمية وتشجيع إنتاج المحتوى الرقمي المبتكر. وهذه السياسات والإجراءات تظهر الاهتمام بتوفير البيئة الملائمة لنمو وتطور القطاع الرقمي في ليبيا، والذي يمكن أن يسهم بشكل كبير في تعزيز التواصل والتفاعل في المجتمع الليبي وتحقيق التغيير الإيجابي. من خلال هذه السياسات والإجراءات، يمكن توفير الدعم والحوافز اللازمة للمبادرات الرقمية والشباب الراغب في الانخراط في مجالات الابتكار وريادة الأعمال الرقمية. وبالتالي، يعكس هذا الجدول الاهتمام ببناء مستقبل رقمي مستدام في ليبيا، يعتمد على التكنولوجيا والابتكار في تحقيق التنمية الشاملة وتحسين جودة حياة المواطنين.

النتائج العامة للبحث

- أظهرت النتائج تفضيل الإعلاميين الليبيين في العينة المدروسة لاستخدام حسابات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كأداة رئيسية لنشر المحتوى الرقمي. يُظهر هذا التفضيل أهمية الوجود على منصات التواصل الاجتماعي في الوصول إلى الجمهور وتفاعله مع المحتوى، ويظهر التفضيل الثاني لاستخدام الموقع الإلكتروني، وهو ما يعكس أهمية الحفاظ على وجود رقمي قائم وموثوق للوصول إلى الجمهور الذي قد لا يكون متواجداً على منصات التواصل الاجتماعي، وتظهر تقنيات مثل الواقع المعزز ورموز الاستجابة السريعة والخرائط التفاعلية والتطبيقات الرقمية نسب استخدام أقل، مما يشير إلى أن الإعلاميين لا يولون لها نفس الاهتمام أو الاعتماد الذي يولونه للوسائل الأخرى. هذا قد يكون بسبب عدم انتشارها بشكل واسع أو قدرتها الأقل على الوصول إلى الجمهور بالنسبة لهذه العينة الخاصة من الإعلاميين الليبيين.

- كما أشارت النتائج أن الإعلاميين الليبيين عينة الدراسة يرون أن المحتوى الإعلامي الرقمي قد أحدث تحسناً ملحوظاً في المشهد الإعلامي الليبي وهذا التحسن يُعكس على الأرجح جهود الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية في تطوير محتوهم الرقمي لتلبية احتياجات الجمهور الليبي المتزايدة. كما يمكن أن يرتبط هذا التحسن بزيادة انتشار الإنترنت واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ليبيا، مما يتيح للمحتوى الإعلامي الرقمي فرصاً أكبر للوصول إلى الجمهور وتأثيره عليه.

- أشارت النتائج إلى تباين في وجهات النظر بين الإعلاميين، مما يشير إلى وجود تحديات وتفاوت في استخدام التقنيات الرقمية في المجال الإعلامي. يمكن أن تشمل هذه التحديات مشكلات مثل الوصول إلى التكنولوجيا، وتدريب العاملين في الإعلام على استخدام التقنيات الرقمية بشكل فعال، ومقاومة التغيير من بعض الأفراد داخل المجتمع الإعلامي، وبشكل عام تشير هذه النتائج إلى أهمية الاستثمار في تطوير مهارات الإعلاميين وتوفير البنية التحتية الرقمية اللازمة لتعزيز قدرتهم على نقل الأحداث بصورة حية وفعالة باستخدام التكنولوجيا الحديثة.
- كما أفادت النتائج أهمية الإعلام الرقمي في ليبيا ودوره في تشكيل الرأي العام وتعزيز المشاركة السياسية والاجتماعية فأن الإعلام الرقمي لديه القدرة على توفير محتوى متنوع وسريع الانتشار، مما يجعله أداة فعالة لنقل المعلومات وتشجيع الحوار العام. ومع ذلك، فإن هناك حاجة مستمرة لمواجهة التحديات المتعلقة بالانحياز الإعلامي وضمان توفير معلومات دقيقة وموثوقة للجمهور.
- وأشارت النتائج إلى ضعف البنية التحتية التقنية وهذا يعكس حاجة ماسة إلى استثمارات في البنية التحتية التقنية لتطوير الإعلام الرقمي في ليبيا. وجود بعض القيود على حرية الصحافة والتعبير يمكن أن يكون عائقاً كبيراً أمام تطوير واعتماد الإعلام الرقمي في ليبيا، في حين أن التحديات السيبرانية تشكل تهديداً لأمان وسائل الإعلام الرقمي. النقص في المهارات التقنية لدى العاملين في مجال الإعلام يعيق القدرة على استخدام التكنولوجيا الرقمية بشكل فعال، وتواجه وسائل الإعلام الرقمي صعوبات في التوزيع والوصول إلى الجمهور بسبب التحديات اللوجستية والبنية التحتية. وأخيراً، صعوبة تأمين التمويل اللازم لتطوير وصيانة البنية التحتية التقنية وإنتاج المحتوى الرقمي بجودة عالية تعكس التحدي الاقتصادي الذي يواجه وسائل الإعلام الرقمي في ليبيا.
- كما أفادت النتائج إلى وجود أهمية كبيرة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية كأدوات فعالة لتحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي في المجتمع الليبي، ويظهر مدى التفاعل الإيجابي والاستجابة لهذه الوسائل في مجالات متعددة مثل نشر المعلومات، تنظيم الحملات، ودعم الأنشطة الخيرية والتعليم والتوظيف، وأن استخدام منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون فعالاً في نقل المعلومات الهامة وتنظيم الحملات التوعوية والتفاعل مع الحكومة والجهات الحكومية. كما يظهر الاستجابة الإيجابية لفكرة استخدام هذه الوسائل لدعم الحملات الخيرية ونشر فرص العمل والتعليم عن بعد.

توصيات البحث

- 1- توفير التمويل والدعم للمبادرات الرقمية عن طريق تخصيص التمويل اللازم لدعم المشاريع والمبادرات الرقمية التي تهدف إلى تطوير وتعزيز استخدام المحتوى الرقمي في ليبيا.
- 2- وضع سياسات تحفز على الإبداع والإنتاجية الرقمية فينبغي وضع سياسات وقوانين تشجع على إنتاج ونشر المحتوى الرقمي بطريقة مبتكرة ومثيرة للاهتمام، مع توفير الحماية لحقوق الملكية الفكرية.
- 3- العمل على تشجيع التنوع في المحتوى الرقمي وتعزيز الشفافية والمساءلة في نشر المحتوى الرقمي لضمان دقة وموضوعية المعلومات المنشورة.
- 4- وضع سياسات وإجراءات لتعزيز الأمان الرقمي للمحتوى الرقمي، بما في ذلك حماية البيانات الشخصية ومكافحة الجرائم السيبرانية.
- 5- تحفيز الاستثمار في القطاع الرقمي عن طريق تهيئة البيئة الملائمة للاستثمار في القطاع الرقمي من خلال توفير الحوافز المالية والقوانين التشجيعية.
- 6- تعزيز الشراكات الدولية والاستفادة من التجارب والمعرفة الدولية في تطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز الاستخدام الفعال للمحتوى الرقمي.
- 7- تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي عن طريق تطوير استراتيجيات تسويقية رقمية فعالة لتعزيز ونشر المحتوى الرقمي وزيادة التفاعل معه.

المراجع والمصادر

- 1- نشوي يوسف اللواتي، فاعلية المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم التوافق لاتجاهات الشباب المصري نحو حملات المقاطعة الشعبية (فترة ما بعد عملية طوفان الأقصى نموذجًا)، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري العدد 1، 2024*
- 2- سمر سمير حسن، التعرض للمحتوى الإخباري عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي لدى الجمهور المصري، *المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام العدد 1 المجلد 1، 2024، صص 192-265*
- 3- Kun Qian & Sanjay Jain, Digital Content Creation: An Analysis of the Impact of Recommendation Systems, **Published Online**, 2024, available in <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.2022.03655>
- 4- هدى عبد الغفار صالح وعبد المسيح سمعان وصلاح أحمد، دور الإعلام الرقمي في تنمية المواطنة البيئية لدى ساكني المناطق المستحدثة المنقولين من العشوائيات، *مجلة العلوم البيئية المجلد 53، العدد 1، 2024، صص 96-126*
- 5- Tsfati, Yariv, and Cappella, Joseph N. "Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure." **Communication Research**, vol. 39, no. 6, 2012, pp. 750-769.

- 6- Ball-Rokeach, Sandra J. "A theory of media power and a theory of media use: Different stories, questions, and ways of thinking." **Mass Communication & Society**, vol. 10, no. 4, 2007, pp. 375-400.
- 7- Morgan, Michael. "Mass media effects revisited: Some old and new problems." **Media Psychology**, vol. 4, no. 4, 2002, pp. 297-322.
- 8- Rimal, Rajiv N., and Real, Kim. "How behaviors are influenced by perceived norms: A test of the theory of normative social behavior." **Communication Research**, vol. 32, no. 3, 2005, pp. 389-414.
- 9- Knobloch-Westerwick, Silvia. "Selective exposure to biased media: Moderators and mediators of media effects." **Journal of Communication**, vol. 58, no. 4, 2008, pp. 690-707.
- 10- Zemzem Oruç & Mehmet N Aydın, THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA CONTENT ON CONSUMER BEHAVIOR: THE CASE OF INSTAGRAM, **Journal of Research in Business**, vol. 8, no. 2, 2022, pp. 45-60.
- 11- Rajesh Patel, Digital Media Content Creation: Strategies for Engaging Online Audiences. **Journal of New Media Studies**, vol. 12, no. 1, 2018, pp. 30-45.
- 12- Sarah A. Jones, The Evolution of Digital Media Content: From Traditional to Interactive Platforms., **International Journal of Communication**, vol. 12, 2018, pp. 134-149.
- 13- Liang Wang, User-generated Content in Digital Media: Opportunities and Challenges. **Journal of Media Studies**, vol. 8, no. 2, 2019, pp. 56-70.
- 14- محمود السيد، دور وسائل الإعلام الرقمية في تغيير العملية التعليمية، **مجلة التعليم العالي**، المجلد 10، العدد 2، 2018، ص. 45-60.
- 15- حسين عبد الوهاب، التأثيرات الاجتماعية والثقافية للمحتوى الرقمي في السعودية: دراسة استطلاعية لسلوكيات المستخدمين. رسالة ماجستير غير منشورة، (المملكة العربية السعودية - جامعة الملك سعود، 2016)، ص 38
- 16- Wei Chen, Data Privacy Issues in Digital Media Content: A Comparative Analysis, **Journal of Information**, vol. 17, no. 1, 2017, pp. 32-46.
- 17- Smith, A. M., & Johnson, B. R, Digital Media Content Creation and User Engagement: An Analysis of Instagram Influencers. **Journal of Interactive Advertising**, vol. 18, no. 2, 2018, pp. 93-105.
- 18- Taylor, C., & Lee, K, Ethical Considerations in Digital Journalism: Perspectives from Journalists and News Consumers, **Digital Journalism**, vol. 5, no. 3, 2017, pp. 372-389.

- 19- محمد علي، تأثير المحتوى الرقمي على تغيير الثقافة الشعبية: دراسة حالة مواقع الفيديو على الإنترنت في المغرب، رسالة دكتوراه غير منشورة، (المغرب- جامعة الرباط، 2020)، ص36
- 20- Lee, J., & Kim, Y, The Impact of User-Generated Content on Brand Perception: A Meta-Analysis of Online Reviews, **Journal of Marketing Research**, vol. 35, no. 1, 2021, pp. 50-65.
- 21- هدى عبد الغفار وآخرون، مرجع سابق، ص105
- 22- Johnson, E., & Patel, R, The Role of Artificial Intelligence in Personalizing Digital Media Content: A Case Study of Netflix, **Journal of Information Technology**, vol. 28, no. 3, 2020, pp. 120-135.
- 23- سمر سمير حسن، مرجع سابق، ص203
- 24- Lee, J., & Kim, Y, The Impact of User-Generated Content on Brand Perception: A Meta-Analysis of Online Reviews, **Journal of Marketing Research**, vol. 35, no. 1, 2021, pp. 50-65.
- 25- Brown, M., & Garcia, A, Privacy Concerns in Digital Media Content Consumption: A Cross-Cultural Perspective, **Journal of Cross-Cultural Psychology**, vol. 42, no. 4, 2019, pp. 220-235.
- 26- Rodriguez, M., & Martinez, L, The Influence of Digital Media Content on Consumer Decision Making: A Study of Online Product Reviews, **Journal of Consumer Behavior**, vol. 20, no. 2, 2019, pp. 180-195.
- 27- سليمان رابح الشريف صالح و نزار محمد إبراهيم الزبير، واقع صناعة المحتوى الإعلامي في ليبيا وتحدياته -دراسة استكشافية لعينة من صناعات محتوى الإعلام الرقمي، **مجلة جامعة بنغازي العدد الأول مجلد 35** ، 2022، ص ص85-94
- 28- مسعود حسين النائب، اتجاهات النخبة نحو معالجة وسائل الإعلام الليبية لقضية المصالحة الوطنية ، دراسة ميدانية، **مجلة الجامعة الأسمرية مجلد 19** ، 2013، ص ص 437-463.
- 29- سليمان رابح ونزار الزبير، مرجع سابق، ص ص 85-94