

مصادقية المحتوى الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الليبي.

"دراسة ميدانية".

حمزة مسعود سعد عبدالونيس^{1*}، حنان محمد بالقاسم الشباح²

¹ الإعلام، الآداب، جامعة عمر المختار، البيضاء، ليبيا

² الإعلام، الآداب، جامعة عمر المختار، البيضاء، ليبيا

^{1*} البريد الإلكتروني hmztmswdsdalkmlyshy43@gmail.com

² البريد الإلكتروني Hanan.alshabah@omu.edu.ly

The Credibility of Digital Content on Social Media and Its Role in Shaping Public Opinion Among the Libyan Public.

"Field study"

HAMZA MASOUD ABU BAKR ^{1*}, Hanan Mohammed Belqasem Youssef²

¹ Department of Media, Faculty of Arts, Omar Al-Mukhtar University, Libya.

² Department of Media, Faculty of Arts, Omar Al-Mukhtar University, Libya.

تاريخ الاستلام: 5-9-2026، تاريخ القبول: 28-9-2026، تاريخ النشر: 29-9-2026.

الملخص:

هدف هذا البحث إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور الليبي على المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ومتابعة القضايا المختلفة، والتعرف على مستوى مصادقية المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور الليبي، والكشف عن دور المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الليبي، اعتمد البحث على منهج المسحي بشقه الوصفي على عينة قوامها (384). وتوصل البحث الى النتائج الآتية: أن أغلبية المبحوثين أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، ويتضح أن أغلبية المحتوى يقضون وقت طويل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت وقت المتابعة أكثر من ثلاث ساعات، وتبين لنا أن أفراد العينة يثقون في المحتوى الرقمي المنشور في الصفحات الإخبارية المعروفة حيث جاءت في المرتبة الأولى بمعدل مرتفع.

الكلمات المفتاحية: مصادقية، المحتوى، الرقمي، مواقع، التواصل، الاجتماعي، الرأي.

Abstract:

This research aims to determine the extent to which the Libyan public relies on digital content via social media platforms to obtain information and follow various issues, as well as to assess the perceived credibility of such content from the perspective of the Libyan public. To examine the role of digital content on social media in shaping public opinion among the Libyan audience, the study employed a descriptive survey methodology with a sample size of 384 participants. The study yielded the following results: the majority of respondents follow social media platforms consistently, and a significant portion spends a substantial amount of time—exceeding three hours—on these sites. Furthermore, the findings indicate that respondents place a high level of trust in digital content published by well-known news pages, which ranked first among sources.

Keywords: credibility; Digital; Websites; Media; Social; Opinion.

أحدثت الثورة الرقمية تحولات جوهرية في بيئة الاتصال والإعلام، حيث أصبح المحتوى الرقمي على مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر فضاءً رئيساً لتداول المعلومات والأخبار وتبادل الآراء حول القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والرياضية والثقافية وغيرها من مصادر المعلومات، وقد أدى هذا الانتشار الواسع لهذه المنصات وسهولة الوصول إليها إلى زيادة اعتماد الجمهور عليها كمصدر أساسي للمعلومات، في ظل تجاوزها في الكثير من الأحيان لوسائل الإعلام التقليدية.

حيث أسهمت الطبيعة التفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الأفراد في إنتاج المحتوى ونشره والتعليق عليه، الأمر الذي أعطاه دور محوري في تشكيل الوعي المجتمعي والتأثير في اتجاهات الرأي العام.

ومن هذا المنطلق وجدنا ضرورة البحث حول هذه القضية لما لها من أهمية خاصة لدى الجمهور الليبي، باعتبارها من يعتبر مستخدم دائم لمواقع التواصل الاجتماعي ومعتمد عليها في متابعة الأحداث والقضايا العامة. ومن هنا جاء عنوان البحث دور مصداقية المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، من خلال الكشف عن طبيعة العلاقة بين مستوى مصداقية المعلومات المتداولة ومدى تأثيرها في تكوين الاتجاهات والآراء لدى الشباب الجامعي، استناداً إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تؤكد أن قوة تأثير الوسيلة الإعلامية ترتبط بدرجة اعتماد الجمهور عليها في الحصول على المعلومات وتفسير الواقع.

مشكلة البحث:

أن التطور الملحوظ في تقنيات الاتصال الرقمي أدت إلى زيادة حجم المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت هذه المنصات بيئة خصبة لإنتاج ونشر وتبادل المعلومات والأخبار والآراء بين المستخدمين بصورة فورية ومتواصلة. وقد أسهم هذا التدفق الكبير للمحتوى الرقمي في جعل مواقع التواصل الاجتماعي من أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الأفراد، في متابعة الأحداث والقضايا المختلفة وتكوين تصورات وآراء نحوها.

تتمحور مشكلة البحث نحو التساؤل الرئيسي الآتي:
ما مدى مصداقية المحتوى الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الليبي؟

أهمية البحث:

- 1_ إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بمصداقية المحتوى الرقمي والرأي العام.
- 2_ الإسهام في دراسة العلاقة بين الإعلام الرقمي وتشكيل الاتجاهات والآراء.
- 3_ المساهمة في تعزيز الوعي بأهمية التحقق من المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أهداف البحث:

1. التعرف على مدى اعتماد الجمهور الليبي على المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ومتابعة القضايا المختلفة.
2. التعرف على مستوى مصداقية المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور الليبي.

3. الكشف عن دور المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الليبي.
4. تحديد العلاقة بين درجة الاعتماد على المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تشكيل الرأي العام.
5. التعرف على مدى إسهام الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز تأثير المحتوى الرقمي على اتجاهات وآراء الجمهور الليبي.

تساؤلات البحث:

1. ما مدى اعتماد الجمهور الليبي على المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ومتابعة القضايا المختلفة؟
2. ما مستوى مصداقية المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور الليبي؟
3. ما دور المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الليبي؟
4. ما العلاقة بين درجة الاعتماد على المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تشكيل الرأي العام؟
5. ما مدى إسهام الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز تأثير المحتوى الرقمي على اتجاهات وآراء الجمهور الليبي؟

فرضيات البحث:

- 1_ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور الليبي على المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ومستوى تشكيل الرأي العام لديهم.
- 2_ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة اعتماد الجمهور الليبي على هذه المنصات.
- 3_ توجد فروق فردية بين درجة اعتماد الجمهور الليبي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وزيادة تأثير المحتوى الرقمي في تشكيل الرأي العام.
- 4_ توجد فروق فردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى مصداقية المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام بين فئات الجمهور الليبي.

منهج البحث وأداته:

وهذا البحث يعتمد على منهج المسحي بشقه الوصفي، لمعرفة مصداقية المحتوى الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الليبي.

معرفة مصداقية المحتوى الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الليبي، ومعرفة مدى اعتماد الجمهور الليبي على المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ومتابعة القضايا المختلفة، والكشف عن دور المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الليبي، حيث تم تطبيقها على عينه قوامها (380) مفردة من (الجمهور الليبي)، وذلك في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

مجتمع البحث:

في بحثنا هذا " مصداقية المحتوى الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور الليبي"، قمنا بدراسة ميدانية على عينة من (الجمهور الليبي المتابع للمحتوى الرقمي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي) فهم المجتمع المتاح للبحث، وعليه تم اختيار عينة البحث من بين مجموع مفرداته.

عينة البحث:

تم الاعتماد في هذا البحث على العينة العشوائية غير المنتظمة، هذه العينة يتم "فيها اختيار أفراد المجتمع على "أساس إعطاء فرص متكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع الأصلي". (بوحوش: الذنبيات: 2007: 56).

وقد تم اختيار (الجمهور الليبي المتابع للمحتوي الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي) لتطبيق الاستمارة الميدانية، وقد بلغ حجم العينة (384)، والعدد الاجمالي النهائي لاستمارة الاستبانة بعد عرضها على التحليل الاحصائي بلغ العدد (370) والفارق (14 أي أقل من 25%)، من واقع (384) مفردة؛ ويرجع ذلك إن منها لم يسترد ومنها غير صالحة للتحليل الاحصائي.

حدود البحث:

1. الحدود المكانية والبشرية:

تتمثل الحدود المكانية داخل دولة ليبيا، (الجمهور الليبي).

2. الحدود الزمنية:

إن الحدود الزمنية للبحث أجريت من نهاية شهر يوليو إلى غاية تجميع البيانات لشهر فبراير من تاريخ 24 يوليو إلى 2 أغسطس 2026.

اختبار الصدق والثبات:

اختبار الصدق:

قامت الباحثة والباحث بعرض استبانة مصداقية المحتوى الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام لدي الجمهور الليبي. على عدد من المحكمين بقسم الإعلام بجامعة عمر المختار وبنغازي البالغ عددهم (2)؛ وذلك لمعرفة مدي ملائمة وصلاحيه فقرات هذه الاستبانة لقياس الغرض الذي صممت من أجله، وقد أتفق المحكمين على صلاحية فقرات الاستبانة مع بعض الملحوظات على بعض الفقرات، وكذلك تعديل بعضها من حيث الصياغة من طرف المحكمين، وبناءً عليه أخذت بعين الاعتبار جميع التعديلات التي وضعت.

اختبار الثبات:

"يقصد بالثبات الموثوقية، ولفظ الثبات أساساً يشير إلى نفس الشيء بالنسبة للقياس، معنى الحصول على النتائج نفسها عند تطبيق الأداة أكثر من مرة على الأفراد أنفسهم" (عبد العزيز، 2012: 190).

الثبات باستخدام معامل Alpha Cronbach.

قد قام الباحث والباحثة بإعادة تطبيق أداة البحث على عدد من نفس المبحوثين بعد فترة زمنية من إجراء التطبيق، وذلك من أجل التأكد من قدرة الأداة على القياس وجمع المعلومات. فقد تبين أن نسبة الصدق في نتائج استخدام اختبار المرحلة الثانية من التطبيق عالية، حيث أن قيمة الثبات التي بلغت (0.780). فإنها يمكن أن يعول عليه في البحث العلمي، ويمكن الاعتماد في تحليل النتائج.

المفاهيم الإجرائية للبحث:

1- مصداقية:

يقصد بها في هذا البحث هي درجة ثقة الجمهور الليبي في المحتوى الرقمي الذي ينشر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

2- المحتوى الرقمي:

المقصود به هنا هو الرسائل الإعلامية والمعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي يتعرض لها الجمهور الليبي.

3- مواقع التواصل الاجتماعي:

يقصد بها المنصات الرقمية التي يستخدمها الجمهور الليبي للتفاعل وتبادل الآراء والمعلومات من خلالها مثل الفيس بوك والأنستغرام والتيك توك.

4- الرأي العام:

يقصد بالرأي العام في هذا البحث بأنه مجموعة الاتجاهات والآراء والمواقف التي يكونها الجمهور الليبي تجاه الموضوعات والقضايا التي يتم عرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

5- الجمهور الليبي:

هو المواطنون الليبيون الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

"قد وضع كل من ساندرا بول روكيتش وميلغين ديلغير 1976 إطاراً للنظرية، حيث تتبع نظرية الاعتماد العديد من الجذور الفكرية المشابهة لنظرية الاستخدامات والإشباع، فكلاهما يركز على العلاقة بين الأهداف الفردية، والنظام الإعلامي، وهما نظريتان تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية، يمكن القول أن نظرية الاعتماد هي (نظرية بيئية)، تنظر إلى المجتمع باعتباره مركباً تسود بين أجزائه ارتباطات، ومن ثم تحاول تفسير هذه الارتباطات والعلاقات". "الحاج: 2020: 145".

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية: (الدليمي: 2016: 234).

1- "الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعليم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها".

2- "التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة".

3- "التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسلية الاجتماعية".

فرضيات النظرية:

ترتكز نظرية الاعتماد على فرضية أساسية مفادها أن الفرد يعتمد في إشباع احتياجاته من خلال استخدام وسائل الإعلام، وكلما زاد أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في حياة الفرد، كلما زاد تأثير هذه الوسائل على الفرد". (ميلود: 2026: 166).

كما أمكن من رصد عدة فروض لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وهي: (ميلود: 2026: 166).

1- تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، ويزداد التأثير بشكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغير".

2- "كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها وسيلة إعلامية معينة كبيرة، كلما كان الاعتماد على تلك الوسيلة كبيراً، وكلما زادت هذه الوسيلة كمية المعلومات ودرجة أهميتها ازداد اعتماد الجمهور عليها".

3- "ترتبط كثافة علاقات الاعتماد للأفراد إيجابياً بإدراك التهديدات البيئية والاجتماعية، حيث يزداد الاعتماد على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي، وفي المجتمعات ذات النظم الإعلامية النامية يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند ازدياد حالات الصراع وعدم الاستقرار".

4- "يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة الغموض والالتباس، المتسبب من نقص المعلومات أو عدم كفايتها أو وجود الصعوبة في التفسير الصحيح للأحداث".

5- "يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام يجب أن يكون في إطار سياق بيئة المعلومات الكلية الشاملة للمصادر الوسيطة، ومصادر الاتصال الشخصي للمعلومات".

الدراسات السابقة:

_ دراسة الصالحة محمد مسعود الدرامي، (2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام. دراسة على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعية.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

تتنمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي.

عينة الدراسة طبقت بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات الجامعة الليبية.

من أهم نتائج هذه الدراسة، الآتي:

1- "أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً هي الفيس بوك وأغلبهم يعتبرون أن شبكات التواصل مصدر مهم للمعلومات".

2- "أظهرت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر عنصر بديل أنسب لمعرفة ومتابعة الأحداث الجارية، وأغلبهم يناقشون كل ما تتابعونه في شبكات التواصل الاجتماعي".

3- "أظهرت نتائج الدراسة أن يمكن أن تغيروا نظرتهم وآرائهم من خلال مناقشتهم للقضايا على شبكات التواصل الاجتماعي".

_ بحث أنمار وحيد فيضي، (2020)، واقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل الرأي العام إزاء القضايا السياسية. دراسة مسيحية لجمهور مدينة بغداد وللمدة من (1\1\2019) إلى (10\2\2019).

يسعى هذا البحث لتسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل على تأطير عملية التواصل بين فئات المجتمع الكبير وصناعة رأي عام متفاعل.

قد استخدم الباحث هنا المنهج المسحي لدراسة مجتمع البحث بواسطة الاستبانة.

أجريت العينة على (400) مبحوث من سكان محافظة بغداد، وتم توزيع الاستبانة وفق العينة العشوائية وبأسلوب التوزيع العشوائي.

من أهم النتائج التي توصل إليها هذا البحث، الآتي:

1- "وجود اهتمام من أغلبية المبحوثين باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الفيس بوك وبشكل يومي وأكثر من المواقع الأخرى".

2- "يري المبحوثون أن موقع الفيس بوك يمكن أن يوفر لهم تواصلاً معرفياً أكثر من غيره بسبب استعمال العرض الصوري أكثر من القراءة".

_دراسة محمد البكاي، (2026)، محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي. دراسة ميدانية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي في ظل التحولات التي أحدثتها منصات التواصل الاجتماعي في أنماط إنتاج الأخبار وتداولها واستهلاكها.

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع البيانات.

طبقت على عينة مكون من (200) مفردة من مستخدمي التواصل الاجتماعي في ليبيا.

من أهم النتائج التي توصلت إليه هذه الدراسة، أن:

1- "مستوي الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي جاء بدرجة متوسطة".

2- "المصادر الإعلامية الرسمية تحظى بدرجة ثقة أعلى مقارنة الفردية".

3- "التفاعل الرقمي يؤثر بدرجة معينة في إدراك مصداقية الأخبار".

_دراسة توفيق علي الدهشور، (2026)، دور شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، في تشكيل الرأي العام العربي نحو القضايا الليبية. دراسة ميدانية لعينة من طلاب الجامعة الأسمرية الإسلامية.

أثبتت هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي عنصر إعلامي بامتياز لتناولها القضايا التي تتعلق بالرأي العام، والتي تمس حال الأفراد والجماعات داخل المجتمع. استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي.

من أهم نتائجها، الآتي:

1- "انتهت الدراسة إلى أن أهم القضايا التي يتابعها الجمهور هي القضايا المتعلقة بالأوضاع الأمنية".

2- "أن التواصل مع الأصدقاء والآخرين من أهم الدوافع والأنماط التي جعلت الجمهور يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي".

_دراسة Gabriella Pasi and Marco Viviani، (2020)، مصداقية المعلومات في الشبكة الاجتماعية: السياقات والأساليب والقضايا المفتوحة.

سيناريو الشبكة الاجتماعية، تنتشر كميات كبيرة من المحتوى الذي ينشئه المستخدمون (UGC)، عبر وسائل التواصل الاجتماعي غالباً دون أي شكل تقريباً من أشكال الوسطاء التقليديين الموثوق بهم. اعتمدت هذا الدراسة على العديد من المناهج التي تعتمد على الرسوم البيانية وتركز على نشر المصداقية، تم التطبيق على العينة العشوائية لأخذ الآراء.

من أهم النتائج التي توصل إليها الدراسة، ما يلي:

1- "الكشف عن الأخبار المزيفة في التدوين المصغر".

2- "تقييم مصداقية المعلومات الصحية المنتشرة عبر الإنترنت".

_دراسة Ahmed sharaf Eldin, Ayman E.Khedr، وآخرون، (2019) مصداقية المحتوى الذي ينشئه المستخدمون على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام تصنيف المشاعر.

شهدت تقنيات الويب تطوراً كبيراً مؤخراً، مما أدى إلى وجود كمية هائلة من المحتوى غير الموثوق والمضلل لانفتاح المحتوى الذي يتم انتشاره عبر منصات التواصل الاجتماعي وانخفاض حواجز النشر فيه.

التعقيب على الدراسات السابقة:

_من خلال الدراسات السابقة استطاع الباحثان أن يقوموا بتحديد مشكلة البحث ومتغيراته وأهدافه وظروفه.

_صياغة أداة البحث وتصميمها.

_تحديد نوع النظرية المناسبة للبحث.

تحديد نوع العينة التي تناسب البحث.

تحديد نوع التكرارات الإحصائية المناسبة للبحث، وكيفية التعليق وتحليل نتائج البحث بدقة وموضوعية.

الإطار المعرفي للبحث:

مفهوم المحتوى الرقمي:

"يقصد بالمحتوي كل ما يتعلق بالإنتاج الفكري الإنساني من المعلومات والأفكار والخبرات التي تحزن في مختلف الوسائط، العقل البشري والوسائط الرقمية والورقية والإعلامية والتطبيقات البرمجية وقواعد البيانات، كما يشمل المحتوى كل ما في مختلف الوسائط الورقية والإلكترونية والإعلامية محتوى الوسائط المتعددة والبرمجيات الإنتاجية، ألعاب فيديو وغيرها من الإنتاج الإبداعي للفكر الإنساني بما في ذلك المواد الخام المعلوماتية والإحصاءات". (زوايمية: 2022: 38).

خصائص المحتوى الرقمي: (المبري: 2023: 259).

1- "قابلية الاستمرارية والتحديث: يمكن تحديث المحتوى الرقمي بسهولة وسرعة مقارنة بالوسائل التقليدية مثل الطباعات المطبوعة".

2- "سهولة الوصول: يمكن الوصول إلى المحتوى الرقمي من أي مكان وفي أي وقت باستخدام أجهزة متنوعة مثل الهواتف الذكية والحواسيب اللوحية".

3- "التفاعلية: يمكن للمستخدمين التفاعل مع المحتوى الرقمي بطرق مختلفة مثل التعليقات، والتصويت، والمشاركة في المنصات الاجتماعية".

4- "إمكانية النسخ والتوزيع: يمكن نسخ وتوزيع المحتوى الرقمي بسهولة ودقة من دون فقدان جودته".

5- "تخصيص وتصميم مرن: يمكن تخصيص المحتوى الرقمي لتلبية احتياجات المستخدمين المختلفة بسهولة، وذلك من خلال التصميم المرن واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات".

المحتوي الرقمي وتشكيل الرأي العام:

المحتوي الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي أصبح اليوم أحد المصادر الهامة والمرجع الأول للجمهور الليبي في الحصول على المعلومات التي يرغبون في الحصول عليها لتكوين صورة حول القضايا التي يبحثون حولها، هذا الأمر الذي ساعدهم على تشكيل رأي عام حول أبرز القضايا التي تهمهم، والتي تتكون عدد من الاتجاهات من حولها.

يعتبر المحتوى الرقمي هو المحرك الأساسي للجمهور الليبي عبر ما يبث ويعرض خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فهو يلعب دوراً جوهرياً ومهماً في تشكيل الرأي العام، ذلك الأمر يؤثر في طريقة تلقي المعلومات من فرد لآخر، ويؤثر في طريقة إدراك الجمهور للمعلومات والقضايا التي يتفاعلون معها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

"تعرف بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون، وفي أي مكان من العالم، وهذه المواقع ظهرت على الشبكة منذ السنوات، وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقات الاجتماعية بينهم". (الصادق: 2025: 124).

تتسم مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من السمات التي تتميز بها، منها: (بني صالح: 2021: 7).

1- "خلق جو افتراضي ممتع يجمع مجموعة من الأفراد الذين يشتركون في اهتمامات وتوجهات واحدة ويسمح للأفراد بإقامة علاقات مع أعضاء آخرين قد ينحدرون من ثقافات مختلفة، ويتحدثون بلغات أخرى مما يسمح بتبادل الثقافات وتبادل الخبرات والمعارف".

2- "الهدف الأساسي من هذه الشبكات التواصلية هو التعارف أو التشاور أو إقامة العلاقات الجديدة أو الترفيه أو التسلية".

3- "الأعضاء الذين يستخدمون هذه المنصات يتمكنون من إرسال واستقبال الرسائل، كما أنهم قادرين على مشاركة المعلومة، وتشارك الملفات والصور والفيديوهات، وبالتالي دور المستخدم يقتصر على جانب معين، وإنما هو عنصر فاعل قادر على الاطلاع والتوجيه والإرشاد والاستماع والتعبير عن الرأي ووجهات النظر".

الإطار الميداني للبحث:

الجدول رقم 1
تصحيح المقياس لكل محور من محاور الدراسة:

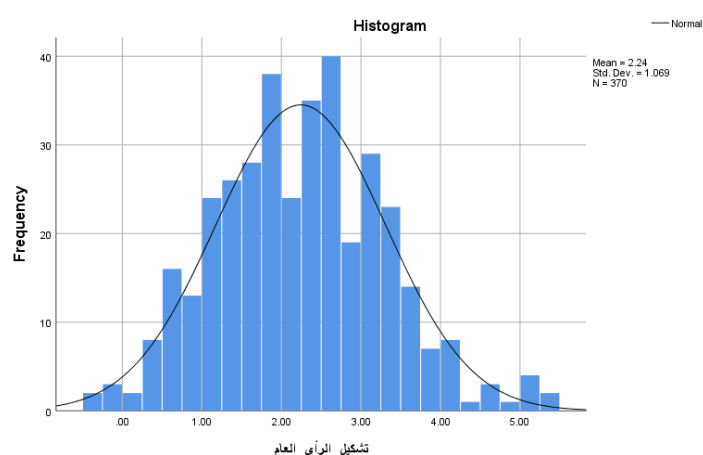
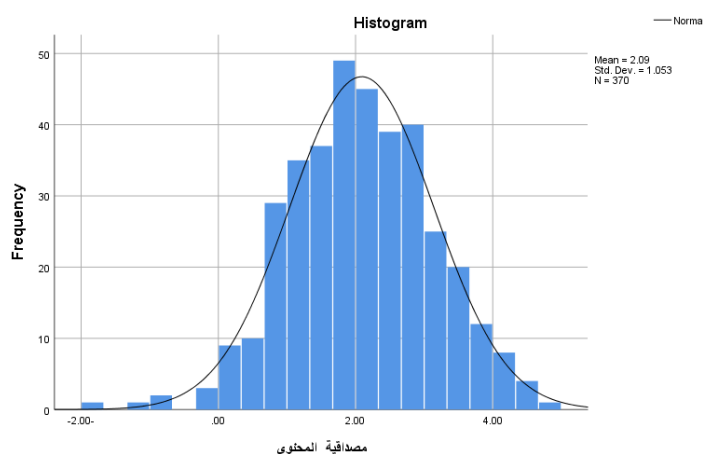
الوصف	الوزن	المحاور	القياس	الوسط المرجح
منخفض	1	غير موافق	الاعتماد على مواقع التواصل/ مصداقية المحتوى/ دور المحتوى في تشكيل الرأي/ تأثير المحتوى في تشكيل الرأي/ اسهام الاعتماد في تعزيز التأثير	≤ 1.50
متوسط	2	إلى حد ما		1.51 - 2.25
مرتفع	3	موافق		2.26+

الجدول رقم 2
حساب ثبات المقياس باستخدام اختبار ألفا كرونباخ:

الصدق الذاتي	ألفا كرونباخ	العبارات	المقياس
0.883	.780	35	الثبات الكلي للمقياس
0.863	.744	7	الاعتماد على مواقع التواصل
0.847	.718	7	مصداقية المحتوى
0.861	.741	7	دور المحتوى في تشكيل الرأي
0.846	.716	7	تأثير المحتوى في تشكيل الرأي
0.872	.761	7	اسهام الاعتماد في تعزيز التأثير

الجدول رقم 3
اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات محاور الدراسة:

Kolmogorov-Smirnova			توزيع بيانات محاور الدراسة
Sig.	df	Statistic	
.200*	370	.024	مصادقية المحتوى
.200*	370	.034	تشكيل الرأي العام
*. دالة عند مستوى معنوية 05.			



الجدول رقم 4 النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	233	63.0
إناث	137	37.0
المجموع	370	100

الجدول رقم 5 العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 18	129	34.9
18 – 24	58	15.7
25 فأكثر	183	49.5
المجموع	370	100

الجدول رقم 6 المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	60	16.2
جامعي	251	67.8
دراسات عليا	59	15.9
المجموع	370	100

الجدول رقم 7 محل الإقامة

المنطقة	التكرار	النسبة المئوية
المنطقة الشرقية	125	33.8
المنطقة الغربية	170	45.9
المنطقة الجنوبية	75	20.3
المجموع	370	100

الجدول رقم 8

إجابة السؤال: ما مدي متابعتك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

ما مدي متابعتك لمواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	250	67.6
أحياناً	91	24.6
نادراً	29	7.8
المجموع	370	100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 8 والذي يمثل ما مدي متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي أن المبحوثين أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم حيث بلغت نسبة المتابعة الدائمة 67.6%.

ولعل يرجع سبب ارتفاع النسب الأكبر في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم ي إلى سهولة الحصول على المعلومات ومشاهدة ما يرغبون به في الوقت المناسب لهم. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (أنمار وحيد فيضي 2020)، التي أثبتت وجود اهتمام واسع من المبحوثين أفراد العينة باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي بصفة يومية وبشكل مكثف يزيد عن باقي وسائل الاتصال.

الجدول رقم 9

إجابة السؤال: ما الوقت الذي تقضيه يومياً في متابعة المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية	التكرار	ما الوقت الذي تقضيه يومياً في متابعة المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
12.7	47	أقل من ساعة
34.6	128	من ساعة إلى ثلاث ساعات
52.7	195	أكثر من ثلاث ساعات
100	370	المجموع

يظهر لنا من خلال هذا الجدول والذي يتمثل في الوقت الذي يقضيه المبحوثين في متابعة المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت أكثر من ثلاث ساعات النسبة الأكبر بنسبة 52.7%.

ولعل ذلك يرجع لوقت الفراغ لدى المبحوثين أفراد العينة، أو يرجع لسبب اعتمادهم الكامل على متابعة ومشاهدة ما يفضلون من محتوى رقمي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في أي مكان هم متواجدين فيه.

الجدول رقم 10

إجابة السؤال: هل تتابع المحتوى الرقمي بشكل كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية	التكرار	هل تتابع المحتوى الرقمي بشكل كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
51.1	189	دائماً
23.5	87	أحياناً
25.4	94	نادراً
100	370	المجموع

يتبين لنا من خلال هذا الجدول والذي يتمثل في متابعة المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، حيث احتلت دائماً المرتبة الأولى بنسبة بلغت 51.1%، وهي النسبة الأعلى من بين كل الخيارات الأخرى.

جدول رقم (11)

مدى اعتماد الجمهور الليبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ومتابعة القضايا المختلفة.

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
أعتمد بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات من خلال ما تقدمه من محتوى رقمي من خلالها.	2.42	.710	80.7	مرتفع	2
ألجأ إلى المحتوى الرقمي لمعرفة آخر المستجدات بشكل يومي.	2.29	.649	76.3	مرتفع	5
أعتمد على المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من وسائل الإعلام التقليدية.	2.24	.755	74.7	متوسط	7
أصبحت تمثل لي مصدراً مهماً في حياتي اليومية.	2.28	.661	76.0	مرتفع	6
أعتمد عليها في فهم ما يحدث في المجتمع الليبي.	2.30	.817	76.7	مرتفع	4
باعقادي أنه يصعب عليا الاستغناء عن المحتوى الرقمي الذي يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	2.33	.755	77.7	مرتفع	3
أري أن المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون لدي صورة أولية وواضحة عن القضايا العامة.	2.46	.732	82.0	مرتفع	1
المجموع	2.3320	.42599		مرتفع	

يتضح لنا من خلال هذا الجدول رقم (11)، والذي يتمثل في معرفة مدى اعتماد الجمهور الليبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ومتابعة القضايا المختلفة.

قمنا بترتيب نتائج هذا المحور ترتيباً تنازلياً، وذلك حسب توجه استجابات المبحوثين انطلاقاً من المتوسطات الحسابية كالآتي:

الفقرة السابعة والتي تنص على (أري أن المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون لدي صورة أولية وواضحة عن القضايا العامة) حيث جاءت في الرتبة الأولى بمعدل مرتفع، وبمتوسط حسابي 2.46 في حين بلغ الانحراف المعياري 0.732، فظهر الوزن النسبي بنسبة 82.0 نلاحظ في هذه الفقرة بأنه يوجد انسجاماً في إجابات المبحوثين حول آرائهم في مدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفقرة الأولى والتي نصت على (أعتمد بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات من خلال ما تقدمه من محتوى رقمي من خلالها)، جاءت في المرتبة الثانية بمعدل مرتفع، وبمتوسط حسابي 2.42، أما الانحراف المعياري بلغ 0.710، فظهر الوزن النسبي بنسبة 80.7 في هذه الفقرة الإجابات تميل إلى الانسجام، وهذه النتيجة مقاربة للفقرة السابعة، وهنا نؤكد أن اعتماد

المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما يقدمه من محتوى رقمي) يحظى باهتمام عدد لا بأس به من قبل المبحوثين.

الفقرة السادسة والتي تنص على (باعتقادي أنه يصعب عليا الاستغناء عن المحتوى الرقمي الذي يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي)، حازت على الرتبة الثالثة بمعدل مرتفع، بمتوسط حسابي 2.33، في حين بلغ الانحراف المعياري 755. فظهر الوزن النسبي بنسبة 77.7، ويظهر في هذه الفقرة وجود التششت والانسجام في آراء المبحوثين.

الفقرة الخامسة والتي تنص على (أعتمد عليها في فهم ما يحدث في المجتمع الليبي)، جاءت في المرتبة الرابعة بمعدل مرتفع، وبمتوسط حسابي 2.30 وقد بلغ الانحراف ال معياري 817. فظهر الوزن النسبي بنسبة 76.7 هذه الفقرة تعني أن هناك تششتاً وانسجاماً في آراء المبحوثين.

الفقرة الثانية والتي تنص على (ألجأ إلى المحتوى الرقمي لمعرفة آخر المستجدات بشكل يومي)، جاءت هذه الفقرة في المرتبة الخامسة بمعدل مرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 2.29، أما الانحراف المعياري قد بلغ 649. فظهر الوزن النسبي بنسبة 76.3؛ حيث ظهر هناك التششت والانسجام في آراء المبحوثين نحو مدي لجؤهم إلى المحتوى الرقمي الذي يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة آخر المستجدات.

الفقرة الرابعة والتي نصت على (أصبحت تمثل لي مصدرا مهم في حياتي اليومية)، جاءت في المرتبة السادسة بمعدل مرتفع بلغ المتوسط الحسابي فيها بنسبة 2.28 ، وبلغ الانحراف المعياري 661. فظهر الوزن النسبي بنسبة 76.0 نلاحظ هنا تششتاً في آراء المبحوثين أفراد العينة نحو إجاباتهم لهذه الفقرة.

الفقرة الثالثة والتي تنص على (أعتمد على المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من وسائل الإعلام التقليدية) حيث قدرت بمعدل متوسط بمتوسط حسابي 2.24، أما الانحراف المعياري فقد بلغ 755. فظهر الوزن النسبي بنسبة 74.7 تعني هذه الفقرة أن هناك تششت أيضاً في آراء المبحوثين تجاه الإجابات.

تتفق النتائج هنا مع دراسة (الصالحه الدرامي، 2019)، التي أكدت أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدر من المصادر الأولي والأهم للحصول على المعلومات لمتابعة الأحداث والقضايا ومناقشتها.

جدول رقم (12)

مستوى مصداقية المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور الليبي.

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الترتبة
أري أن كل ما يتم تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي 80% يتمتع بالمصداقية.	2.28	.759	76.0	مرتفع	2
أثق بالمحتوى الرقمي المنشور في الصفحات الإخبارية المعروفة.	2.30	.728	76.7	مرتفع	1
يوفر المحتوى الرقمي معلومات دقيقة حول الموضوعات التي أتابعها باستمرار.	2.28	.770	76.0	مرتفع	2
أجد أن معظم المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي دقيقة.	2.09	.767	69.7	متوسط	3
تتوافق المعلومات المنشورة مع الواقع الذي نعيشه في أغلب الأحيان.	1.76	.736	58.7	متوسط	5
تؤثر أغلب التفاعلات والتعليقات على تقديري لمصداقية المحتوى الرقمي.	1.99	.836	66.3	متوسط	4
يلتزم المحتوى الرقمي الذي أقوم بمشاهدته بالمصداقية والموضوعية.	1.78	.719	59.3	متوسط	6
المجموع	2.0691	.46326	متوسط		

يظهر لنا من خلال هذا الجدول رقم (12)، والذي يتمثل في مستوى مصداقية المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور الليبي.

قمنا بترتيب نتائج هذا المحور ترتيباً تنازلياً، وذلك حسب توجه استجابات المبحوثين انطلاقاً من المتوسطات الحسابية كالآتي:

الفقرة الثانية والتي تنص على (أثق بالمحتوى الرقمي المنشور في الصفحات الإخبارية المعروفة) حيث جاءت في المرتبة الأولى بمعدل مرتفع، وبمتوسط حسابي 2.30 في حين بلغ الانحراف المعياري 728، فظهر الوزن النسبي بنسبة 76.7 نلاحظ في هذه الفقرة بأنه يوجد انسجاماً في إجابات المبحوثين حول آرائهم في ثقتهم في المحتوى الرقمي المنشور في الصفحات الإخبارية.

الفقرة الثالثة والتي نصت على (يوفر المحتوى الرقمي معلومات دقيقة حول الموضوعات التي أتابعها باستمرار)، جاءت في المرتبة الثانية بمعدل مرتفع، وبمتوسط حسابي 2.28، أما الانحراف المعياري بلغ 770، فظهر الوزن النسبي بنسبة 76.0 في هذه الفقرة إجابات تميل إلى درجة من الانسجام.

الفقرة الأولى والتي تنص على (أري أن كل ما يتم تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتمتع بالمصداقية)، حازت على المرتبة الثالثة بمعدل مرتفع، وبمتوسط حسابي 2.28، في حين بلغ الانحراف المعياري 759. فظهر الوزن النسبي بنسبة 76.0، هذه الفقرة مشابهة في درجة الانسجام للفقرة الثالثة من حيث إجابات المبحوثين أفراد العينة.

الفقرة الرابعة والتي تنص على (أجد أن معظم المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي دقيقة)، جاءت في المرتبة الرابعة بمعدل متوسط، وبمتوسط حساب 2.09 وقد بلغ الانحراف المعياري 767. فظهر الوزن النسبي بنسبة 69.7 هذه الفقرة تعني أن هناك تشتتاً وانسجاماً في آراء المبحوثين.

الفقرة السادسة والتي تنص على (تؤثر أغلب التفاعلات والتعليقات على تقديري لمصداقية المحتوى الرقمي)، جاءت هذه الفقرة في المرتبة الخامسة بمعدل متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 1.99، أما الانحراف المعياري قد بلغ 836. فظهر الوزن النسبي بنسبة 76.3؛ حيث ظهر هناك التشتت والانسجام في آراء المبحوثين أفراد العينة.

الفقرة السابعة والتي تنص على (يلتزم المحتوى الرقمي الذي أقوم بمشاهدته بالمصداقية والموضوعية) حيث قدرت بمعدل متوسط بمتوسط حسابي 1.78، أما الانحراف المعياري فقد بلغ 719. فظهر الوزن النسبي بنسبة 59.3 تعني هذه الفقرة أن هناك تشتت أيضاً في آراء المبحوثين تجاه الإجابات.

الفقرة الخامسة والتي نصت على (تتوافق المعلومات المنشورة مع الواقع الذي نعيشه في أغلب الأحيان)، جاءت في المرتبة السابعة بمعدل متوسط بلغ المتوسط الحسابي فيها بنسبة 1.76، وبلغ الانحراف المعياري 736، فظهر الوزن النسبي بنسبة 58.7 نلاحظ هنا تشتتاً في آراء المبحوثين أفراد العينة نحو إجاباتهم لهذه الفقرة.

النتائج هنا ت بصورة متطابقة مع دراسة (محمد البكاي، 2026)، التي أظهرت أن مستوى الثقة في الإخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي جاء بدرجة متوسطة، وأن المصادر الرسمية هي التي تحظى على القدر الأعلى من الثقة مقارنة بغيرها.

جدول رقم (13)

دور المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الليبي.

الترتبة	النتيجة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
7	متوسط	56.3	.834	1.69	يؤثر المحتوى الرقمي في آرائني واتجاهات نحو بعض القضايا العامة.
5	متوسط	67.0	.870	2.01	يساعدني المحتوى الرقمي في زيادة الوعي لدي تجاه القضايا المجتمعية.
6	متوسط	61.7	.762	1.85	يلعب المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام حول القضايا المختلفة في المجتمع الليبي.
1	مرتفع	83.0	.703	2.49	يساعدني المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولوياتي تجاه القضايا المختلفة.
3	متوسط	73.7	.792	2.21	يسهم المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وتغيير بعض المواقف.
2	متوسط	76.3	.786	2.29	أسهمت متابعة المحتوى الرقمي في تعزيز مشاركتي في النقاشات المتعلقة بالشأن العامة.
4	متوسط	68.7	.839	2.06	أسهم المحتوى الرقمي في بناء تصورات جديد حول المحتوى الذي أرغب في متابعته.
متوسط			.35916	2.0865	المجموع

يتبين لنا من خلال هذا الجدول رقم (13)، والذي يتمثل في دور المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الليبي.

قام الباحثان بترتيب نتائج هذا المحور ترتيباً تنازلياً، وذلك حسب توجه استجابات المبحوثين انطلاقاً من المتوسطات الحسابية كالآتي:

الفقرة الرابعة والتي تنص على (يساعدني المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولوياتي تجاه القضايا المختلفة) حيث جاءت في المرتبة الأولى بمعدل مرتفع، وبمتوسط حسابي 2.49 في حين بلغ الانحراف المعياري 703.7، فظهر الوزن النسبي بنسبة 83.0 نلاحظ في هذه الفقرة بأنه يوجد انسجاماً في إجابات المبحوثين حول آرائهم في دور المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

الفقرة السادسة والتي نصت على (أسهمت متابعة المحتوى الرقمي في تعزيز مشاركتي في النقاشات المتعلقة بالشأن العامة)، جاءت في المرتبة الثانية بمعدل مرتفع، وبمتوسط حسابي 2.29، أما الانحراف المعياري بلغ 786.7، فظهر الوزن النسبي بنسبة 76.3 في هذه الفقرة إجابات تميل إلى درجة من التشتت في إجابات المبحوثين نحو هذه الفقرة.

الفقرة الخامسة والتي تنص على (يسهم المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وتغيير بعض المواقف)، حازت على الرتبة الثالثة بمعدل متوسط، بمتوسط حسابي 2.21، في حين بلغ الانحراف المعياري 792.7، فظهر الوزن النسبي بنسبة 73.7، هذه الفقرة إجابات تميل إلى درجة من التشتت والانسجام في إجابات المبحوثين نحو هذه الفقرة.

الفقرة السابعة والتي تنص على (أسهم المحتوى الرقمي في بناء تصورات جديد حول المحتوى الذي أُرغب في متابعته)، جاءت بمعدل متوسط، وبمتوسط حساب 2.06 وقد بلغ الانحراف المعياري 839.6، فظهر الوزن النسبي بنسبة 68.7، هناك تشتتاً في آراء المبحوثين نحو إجاباتهم حول هذه الفقرة. الفقرة الثانية والتي تنص على (يساعدني المحتوى الرقمي في زيادة الوعي لدي تجاه القضايا المجتمعية)، جاءت هذه الفقرة بمعدل متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 2.01، أما الانحراف المعياري قد بلغ 870.8. فظهر الوزن النسبي بنسبة 67.0؛ حيث ظهر هناك تشتتاً في آراء المبحوثين.

الفقرة الثالثة والتي تنص على (يلعب المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام حول القضايا المختلفة في المجتمع الليبي) حيث قدرت بمعدل متوسط بمتوسط حسابي 1.85، أما الانحراف المعياري فقد بلغ 762.7. فظهر الوزن النسبي بنسبة 61.7 تعني هذه الفقرة أن هناك تشتت أيضاً في آراء المبحوثين تجاه الإجابات.

الفقرة الأولى والتي نصت على (يؤثر المحتوى الرقمي في آرائ واتجاهات نحو بعض القضايا العامة)، جاءت في المرتبة السابعة بمعدل متوسط بلغ المتوسط الحسابي فيها بنسبة 1.69، وبلغ الانحراف المعياري 834.8. فظهر الوزن النسبي بنسبة 56.3 نلاحظ هنا تشتتاً في آراء المبحوثين.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (توفيق الدهشور، 2026، ودراسة الصالحة الدرماي، 2019)، التي توصلت كل منهما إلى أن النقاشات عبر المنصات الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، تسهم في مناقشة القضايا، وبناء وتعديل الآراء والاتجاهات.

جدول رقم (14)

تأثير المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الليبي.

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الترتبة
يؤدي التعرض المتكرر للمحتوى الرقمي إلى تعزيز قناعاتي اتجاه بعض الموضوعات.	2.20	.826	73.3	متوسط	6
تؤثر المعلومات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مواقف الجمهور الليبي من الأحداث والقضايا العامة.	2.03	.792	67.7	متوسط	7
تساعد سرعة انتشار المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على توجهات الرأي العام.	2.25	.767	75.0	مرتفع	4
تؤثر طبيعة المعالجة الإعلامية للمحتوى الرقمي المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل مواقف الجمهور الليبي.	2.32	.769	77.3	مرتفع	2
ألاحظ أن المحتوى الرقمي يساهم بشكل كبير في تغيير بعض العادات والتقاليد ويؤثر في الوعي المجتمعي وآراء الجمهور الليبي.	2.27	.739	75.7	مرتفع	3
أرى أن المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبح الأداة الأقوى لتوجيه قرارات الشباب الليبي مقارنة بالمؤسسات التقليدية.	2.45	.720	81.7	مرتفع	1
أرى أن النقاشات في التعليقات عبر الصفحات العامة تعكس بدقة التوجهات الحقيقية للشارع الليبي.	2.21	.768	73.7	متوسط	5
المجموع	2.2475	.46778	متوسط		

يتبين لنا من خلال هذا الجدول رقم (14)، والذي يتمثل في تأثير المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الليبي.

قام الباحثان بترتيب نتائج هذا المحور ترتيباً تنازلياً، وذلك حسب توجه استجابات المبحوثين انطلاقاً من المتوسطات الحسابية كالتالي:

الفقرة السادسة والتي تنص على (أرى أن المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبح الأداة الأقوى لتوجيه قرارات الشباب الليبي مقارنة بالمؤسسات التقليدية) حيث جاءت في المرتبة الأولى بمعدل مرتفع، وبمتوسط حسابي 2.45 في حين بلغ الانحراف المعياري 720، فظهر الوزن النسبي بنسبة 81.7 نلاحظ في هذه الفقرة بأنه يوجد انسجاماً في إجابات المبحوثين حول آرائهم في مدى تأثير المحتوى الرقمي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الليبي.

الفقرة الرابعة والتي نصت على (تؤثر طبيعة المعالجة الإعلامية للمحتوى الرقمي المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل مواقف الجمهور الليبي)، جاءت في المرتبة الثانية بمعدل مرتفع،

وبمتوسط حسابي 2.32، أما الانحراف المعياري بلغ 769.7، فظهر الوزن النسبي بنسبة 77.3 في هذه الفقرة الإجابات تميل إلى درجة من الانسجام في إجابات المبحوثين نحو هذه الفقرة.

الفقرة الخامسة والتي تنص على (ألاحظ أن المحتوى الرقمي يساهم بشكل كبير في تغيير بعض العادات والتقاليد ويؤثر في الوعي المجتمعي وآراء الجمهور الليبي)، حازت على الرتبة الثالثة بمعدل مرتفع، بمتوسط حسابي 2.27، في حين بلغ الانحراف المعياري 739.7. فظهر الوزن النسبي بنسبة 75.7، هذه الفقرة الإجابات تميل إلى درجة من الانسجام في إجابات المبحوثين نحو هذه الفقرة.

الفقرة الثالثة والتي تنص على (تساعد سرعة انتشار المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على توجهات الرأي العام)، جاءت بمعدل مرتفع، وبمتوسط حساب 2.25 وقد بلغ الانحراف المعياري 767.7. فظهر الوزن النسبي بنسبة 75.0، هناك تشتتاً في آراء المبحوثين نحو إجاباتهم حول هذه الفقرة.

الفقرة السابعة والتي تنص على (أري أن النقاشات في التعليقات عبر الصفحات العامة تعكس بدقة التوجهات الحقيقية للشارع الليبي)، جاءت هذه الفقرة بمعدل متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 2.21، أما الانحراف المعياري قد بلغ 768.7. فظهر الوزن النسبي بنسبة 73.7؛ حيث ظهر هناك تشتتاً في آراء المبحوثين.

الفقرة الأولى والتي تنص على (يؤدي التعرض المتكرر للمحتوى الرقمي إلى تعزيز قناعاتي اتجاه بعض الموضوعات) حيث قدرت بمعدل متوسط بمتوسط حسابي 2.20، أما الانحراف المعياري فقد بلغ 826. فظهر الوزن النسبي بنسبة 73.3 تعني هذه الفقرة أن هناك تشتت أيضاً في آراء المبحوثين تجاه الإجابات.

الفقرة الثانية والتي نصت على (تؤثر المعلومات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مواقف الجمهور الليبي من الأحداث والقضايا العامة)، جاءت في المرتبة السابعة بمعدل متوسط بلغ المتوسط الحسابي فيها بنسبة 2.06، وبلغ الانحراف المعياري 792.7. فظهر الوزن النسبي بنسبة 67.7 نلاحظ هنا تشتتاً في آراء المبحوثين.

تتفق دراسة (عبلة زوايمية، 2022، ودراسة الصالحة الدرامي 2019)، من حيث تفوق الإعلام الرقمي والمحتوي الإلكتروني على وسائل الإعلام والمؤسسات التقليدية في التأثير وتوجيه السلوك والآراء.

جدول رقم (5)

اسهام الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المحتوى الرقمي على اتجاهات وآراء الجمهور الليبي.

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
أري أن لجوء الجمهور الليبي المستمر للمحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على التحديثات اليومية يعزز من قدرة هذا المحتوى على توجيه آرائهم.	2.11	759.7	70.3	متوسط	4
أري أن تراجع ثقة الجمهور الليبي في وسائل الإعلام التقليدية زاد من اعتماده على المحتوى الرقمي وبالتالي ضاعف من تأثيره على قناعاته.	2.23	808.7	74.3	متوسط	1
أري أن سهولة الوصول للمحتوى الرقمي يرسخ من اعتماده كمرجعية أولى لتكوين الرأي العام لدي الجمهور الليبي.	2.19	744.7	73.0	متوسط	3

7	متوسط	61.3	.834	1.84	كلما زاد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد تأثيري بالمحتوي الرقمي المعروض من خلالها.
5	متوسط	70.0	.807	2.10	يثير الاعتماد المتزايد على مواقع التواصل الاجتماعي اهتمام الجمهور الليبي بالمضامين الرقمية المتعلقة بالقضايا العامة.
6	متوسط	63.3	.696	1.90	يثير المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي استجابات معرفية ووجدانية لدى الجمهور الليبي تجاه القضايا المختلفة.
2	متوسط	73.3	.784	2.20	يدفعني المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للانخراط في القضايا والنقاشات المختلفة.
متوسط			.44602	2.0807	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول رقم (15)، والذي يتمثل في اسهام الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المحتوى الرقمي على اتجاهات وآراء الجمهور الليبي.

قام الباحثان بترتيب نتائج هذا المحور ترتيباً تنازلياً، وذلك حسب توجه استجابات المبحوثين انطلاقاً من المتوسطات الحسابية كالآتي:

الفقرة الثانية والتي نصت على (أري أن تراجع ثقة الجمهور الليبي في وسائل الإعلام التقليدية زاد من اعتماده على المحتوى الرقمي وبالتالي ضاعف من تأثيره على قناعاته)، جاءت في المرتبة الأولى بمعدل متوسط، وبمتوسط حسابي 2.23، أما الانحراف المعياري بلغ 0.808، فظهر الوزن النسبي بنسبة 74.3 في هذه الفقرة الإجابات تميل إلى درجة من الانسجام في إجابات المبحوثين نحو هذه الفقرة.

الفقرة السابعة والتي تنص على (يدفعني المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الانخراط في القضايا والنقاشات المختلفة) حيث جاءت في المرتبة الثانية بمعدل متوسط، وبمتوسط حسابي 2.20 في حين بلغ الانحراف المعياري 0.784، فظهر الوزن النسبي بنسبة 73.3 نلاحظ في هذه الفقرة بأنه يوجد انسجاماً في إجابات المبحوثين حول آرائهم تجاه هذه الفقرة.

الفقرة الثالثة والتي تنص على (أري أن سهولة الوصول للمحتوي الرقمي يرسخ من اعتماده كمرجعية أولى لتكوين الرأي العام لدي الجمهور الليبي)، حازت على الرتبة الثالثة بمعدل متوسط، وبمتوسط حسابي 2.19، في حين بلغ الانحراف المعياري 0.744. فظهر الوزن النسبي بنسبة 73.0، هذه الفقرة الإجابات تميل إلى درجة من الانسجام في إجابات المبحوثين أفراد العينة.

الفقرة الأولى والتي تنص على (أري أن لجوء الجمهور الليبي المستمر للمحتوي الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على التحديثات اليومية يعزز من قدرة هذا المحتوى على توجيه آرائهم)، جاءت بمعدل متوسط، وبمتوسط حساب 2.11 وقد بلغ الانحراف المعياري 0.759. فظهر الوزن النسبي بنسبة 70.3، هناك تشتتاً في آراء المبحوثين نحو إجاباتهم حول هذه الفقرة.

الفقرة الخامسة والتي تنص على (يثير الاعتماد المتزايد على مواقع التواصل الاجتماعي اهتمام الجمهور الليبي بالمضامين الرقمية المتعلقة بالقضايا العامة)، جاءت هذه الفقرة بمعدل متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 2.10، أما الانحراف المعياري قد بلغ 0.870. فظهر الوزن النسبي بنسبة 70.0؛ حيث ظهر هناك تشتتاً في آراء المبحوثين.

الفقرة السادسة والتي نصت على (يثير المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي استجابات معرفية ووجدانية لدي الجمهور الليبي تجاه القضايا المختلفة)، جاءت في المرتبة السابعة بمعدل متوسط بلغ المتوسط الحسابي فيها بنسبة 1.90، وبلغ الانحراف المعياري 0.696. فظهر الوزن النسبي بنسبة 63.3 نلاحظ هنا تشتتاً في آراء المبحوثين.

الفقرة الرابعة والتي تنص على (كلما زاد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد تأثيري بالمحتوي الرقمي المعروف من خلالها) حيث قدرت بمعدل متوسط متوسط بمتوسط حسابي 1.84، أما الانحراف المعياري فقد بلغ 0.834. فظهر الوزن النسبي بنسبة 61.3 تعني هذه الفقرة أن هناك تشتت أيضاً في آراء المبحوثين تجاه الإجابات.

تتفق النتائج هنا بشكل كبير مع دراسة (محمد البكاي 2026، ودراسة الصالحة الدرامي 2019)، اللتان أكدتا على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت البديل الأكثر ملائمة لمعرفة الأحداث نتيجة التحولات وتراجع الدور التقليدي للإعلام الرسمي.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالفرضيات

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين المتوسطات الحسابية لمحاور الدراسة وبين الوسط الفرضي لمقياس ليكرت الثلاثي المستخدم في الدراسة والمقدر بالقيمة 2

الجدول رقم (16)

يظهر دلالة اختبار One-Sample T-Test في المتوسط الحسابي لمحاور الدراسة مقارنة بالوسط الفرضي.

محاور الدراسة	القيم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	قيمة الدلالة	النتيجة
الاعتماد على مواقع التواصل	370	2.3320	.42599	14.993	369	.000	دالة
مصادقية المحتوى	370	2.0691	.46326	2.870	369	.004	دالة
دور المحتوى في تشكيل الرأي	370	2.0865	.35916	4.632	369	.000	دالة
تأثير المحتوى في تشكيل الرأي	370	2.2475	.46778	10.177	369	.000	دالة
اسهام الاعتماد في تعزيز التأثير	370	2.0807	.44602	3.480	369	.001	دالة
الوسط الفرضي للمقياس = 2 / مستوى المعنوية 0.05							

لا يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين مستوى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي وبين محاور الدراسة.

أن أفراد العينة في هذه الفرضية يتجهون نحو الموافقة إلى مستوي أعلى من الوسط الفرضي على كافة المحاور، مع تصدر محور الاعتماد على مواقع التواصل كأعلى المحاور استجابة وتأثيراً مقارنة ببقية العوامل.

الجدول رقم (17)

معاملات الارتباط بين عدد ساعات التعرض للبرامج الاجتماعية يومياً وبين محاور الدراسة.

مصادقية مواقع التواصل			محاور الدراسة
قوة الارتباط	اتجاه الارتباط	قيمة الارتباط	
متوسط	موجب	.430**	الاعتماد على مواقع التواصل
ضعيف	موجب	.224**	دور المحتوى في تشكيل الرأي
متوسط	موجب	.444**	تأثير المحتوى في تشكيل الرأي
ضعيف	موجب	.226**	اسهام الاعتماد في تعزيز التأثير

*. Correlation is significant at the 0.05 level

(2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level

(2-tailed).

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير المحتوى الرقمي في تشكيل الرأي العام للجمهور الليبي بحسب متغير النوع.

أن معاملات الارتباط هنا في هذه الفرضية تشير إلى أنه كلما زادت درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدي المبحوثين، ارتفعت معدلات اعتمادهم عليها وزاد تأثير المحتوى الرقمي ودوره في تشكيل آراء المبحوثين أفراد العينة.

الجدول رقم (18)

يظهر دلالة اختبار Independent Samples Test تأثير المحتور الرقمي على تشكيل الرأي العام بحسب متغير النوع.

النوع	القيم	المتوسطات	الانحرافات	قيمة "T"	درجة الحرية	الدلالة	النتيجة
ذكور	233	2.3023	.46080	2.968	368	.003	دال
إناث	137	2.1543	.46648				

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير المحتوى الرقمي في تشكيل الرأي العام للجمهور الليبي بحسب معدل المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي.

يتبين لنا هنا من خلال هذه الفرضية أن المحتوى الرقمي يتأثر به الذكور أكثر من الإناث في تشكيل الرأي العام بدرجة أعلى من الإناث بفارق دال إحصائياً.

تتفق هذه النتيجة إحصائياً مع ما طرحته دراسة (Ahmed Sharaf Eldin et al, 2019)، من أن تقييم إدراك المصدقية يعد الحاكم والشرط الأساسي لتوجيه التأثير ومضاعفة اعتماد المستخدمين على المضامين الرقمية.

تتمايز وتختلف النتائج هنا مع دراسة فيضي (2020، والدرامي 2019)، على أخذ العينات ككتلة واحدة دون إبراز الفروق النوعية من ناحية التأثير بالرأي العام الرقمي في الوسط الليبي.

الجدول رقم (19)

يظهر دلالة اختبار ANOVA في تأثير المحرور الرقمي على تشكيل الرأي العام بحسب متغير معدل المتابعة

المتغير	العمر	القيم	المتوسطات	الانحرافات	قيمة "F"	درجة الحرية	الدلالة	النتيجة
تأثير المحتوى	نادراً	29	2.3793	.27605	1.443	2	.237	غير دال
	أحياناً	91	2.2104	.41586				
	دائماً	250	2.2457	.50067				
	المجموع	370	2.2475	.46778				

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 من مستوى مصداقية المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام الليبي.

يتضح لنا من خلال نتائج هذه الفرضية أنه لا يختلف مستوي تأثير المحتوى الرقمي في تشكيل الرأي العام باختلاف معدل متابعة الجمهور.

جدول رقم (20)

يوضح حساب حجم تأثير مصداقية المحتوى الرقمي على تشكيل الرأي العام الليبي باستخدام معادلة الانحدار الخطي البسيط

اختبار الانحدار بين المتغيرات	المتغيرات	قيمة الارتباط	دلالة الارتباط	المساهمة النسبية	دلالة ANOVA	معلمتي الانحدار B
مصدقية المحتوى الرقمي	تشكيل الرأي العام الليبي	.444	.000	.197	.000	1.279
	تشكيل الرأي العام الليبي					.466

كلما زادت مصداقية المحتوى الرقمي بمقدار 1.279 كلما زاد مستوى تشكيل الرأي العام الليبي بنسبة 47% تقريباً.

المساهمة النسبية تعني أن الارتباط يفسر 20 % تقريباً من تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.

أن مصداقية المحتوى الرقمي تؤثر بشكل إيجابي وبشكل دال إحصائياً في تشكيل الرأي العام.

تختلف هذه النتيجة مع الفرضيات الضمنية الواردة في دراسة فيضي (2020)، التي أشارت إلى أن كثافة التعرض اليومي تترجم دائماً إلى زيادة طردية في التأثير.

نتائج البحث:

1- أن أغلبية المبحوثين أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم.

2- يتضح أن أغلبية المحتوى يقضون وقت طويل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت وقت المتابعة أكثر من ثلاث ساعات.

3- تبين لنا أن أفراد العينة يثقون في المحتوى الرقمي المنشور في الصفحات الإخبارية المعروفة حيث جاءت في في المرتبة الأولى بمعدل مرتفع.

4- نستنتج أن المبحوثين أفراد العينة يرون أن المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون لديهم صورة أولية وواضحة عن القضايا العامة التي يهتمون بمتابعتها.

5- من خلال نتائج البحث نستنتج أيضاً أن المبحوثين أفراد العينة يعتمدون بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات من خلال ما تقدمه من محتوى رقمي من خلالها.

6- أتضح لنا أن المحتوى الرقمي يوفر معلومات دقيقة حول الموضوعات التي يتابعها المبحوثين أفراد العينة باستمرار، حيث جاءت في المرتبة الثانية بمعدل مرتفع.

7- تبين لنا من خلال نتائج البحث أن أغلبية المبحوثين تراجعوا ثقتهم في وسائل الإعلام التقليدية، حيث زادت نسبة اعتمادهم على المحتوى الرقمي وبالتالي ضاعف من تأثيره على قناعاته، جاءت في المرتبة الأولى بمعدل متوسط.

نتائج فرضيات البحث:

1- أن غالبية أفراد العينة في يتجهون نحو الموافقة إلى مستوي أعلى من الوسط الفرضي على كافة المحاور، مع تصدر محور الاعتماد على مواقع التواصل كأعلى المحاور استجابة وتأثيراً مقارنة ببقية العوامل.

2- نستنتج أن غالبية المبحوثين أفراد العينة ارتفعت معدلات اعتمادهم عليها وزاد تأثير المحتوى الرقمي ودوره في تشكيل الآراء.

3- من خلال نتائج الفرضيات نلاحظ أنه لا يختلف مستوي تأثير المحتوى الرقمي في تشكيل الرأي العام باختلاف معدل متابعة الجمهور.

توصيات البحث:

- 1- يجب على المؤسسات الإعلامية في الدولة التركيز على تعزيز المصداقية ورفع مستويات الشفافية، وموثوقية المضامين الرقمية التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- العمل على استغلال كثافة التعرض بشكل إيجابي، وإعداد استراتيجيات تستهدف المتابعين بشكل دائم ومنظم للمحتوي الرقمي المعروض من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- يجب مراعاة الفروق الفردية والنوعية في الخطاب الإعلامي.
- 4- العمل على تصميم مضامين إعلامية وتوعوية تستهدف فئات الشباب في كيفية تقليل الفجوة في مستوى التأثير تلاقيهم للمعلومات المعروضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- التركيز على بناء جسر من الثقة والاعتماد الإيجابي على المحتوى الرقمي المعروض.
- 6- تطوير البرامج المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تتماشى مع الفكر الإعلامي الصحيح البعيد عن التضليل والمخالف للقيم الاجتماعية للشباب الليبي.
- 7- محاولة عمل ندوات وورش عمل بشكل دائم ومتكرر حول كيفية اختيار القنوات المناسبة لمتابعة المحتوى الرقمي الهادف من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 8- إضافة مقرر التربية الإعلامية لكل الكليات العلمية بالجامعات الليبية، وإجراء دراسات مستقبلية استشرافية متعمقة.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

1. الحاج، كمال الحاج. (2020). نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية.
2. الدليمي، عبد الرازق الدليمي. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
4. الدرماي، الصالحة محمد مسعود. (2019). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام (بحث علمي منشور). مجلة الإعلام والفنون، العدد، 1 المجلد 1.

Amj.academy.edu.ly

3. الدهشور، توفيق علي. (2026). دور شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، في تشكيل الرأي العام العربي نحو القضايا الليبية (بحث علمي منشور). جامعة الزيتونة، كلية الإعلام، مجلة بحوث الاتصال، العدد الثامن عشر.

ISSN : 2702-871X

4. البكاي، محمد البكاي. (2026). محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي (بحث علمي منشور. جامعة الزاوية، مجلة كلية الآداب، العدد الأول).

DOI: 10.26629/uzfaj.2026.25

5. الصادق، ربيعة الصادق أحمد الأطرش. (2025). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير ثقافة الاستهلاك (بحث علمي منشور). طرابلس، مجلة كلية الآداب، العدد 41، شهر مارس.

6. بوحوش، عمار، والذنيبات، محمد محمود. (2007). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث (الطبعة الرابعة). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

7. ميلود، جمال عيسى ميلود. (2026). تطور النظريات الإعلامية واتجاهات الحديثة (الطبعة الأولى). ليبيا: دار جين للطباعة والنشر والتوزيع.

8. بركات، عبد العزيز. (2012). مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق (الطبعة الأولى). القاهرة: دار الكتاب الحديث.

9. بني صالح، أروي سعيد بني صالح. (2021). أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن (بحث علمي منشور). الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد السادس والثلاثون، شهر مايو.

10. زوايمية، عبلة زوايمية. (2022). تأثير صناع المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الطلبة (رسالة ماجستير منشورة). الجزائر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

11. فيضي، أنمار وحيد. (2020). واقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل الرأي العام إزاء القضايا السياسية (بحث علمي منشور). مجلة الآداب، جامعة بغداد، العدد 134.

DOI: 10.31973/aj.v0134.107

ثانياً: المراجع الأجنبية: (Foreign References).

13. Pasi, Gabriella Pasi, Viviani, Marco Viviani. (2020). Information Credibility in the Social Web : Contexts, Approaches, and Open Issues (Published Scientific Research). University of Milano-Bicocca, Department of Information, Systems and Communication.

ArXiv.2001.09473

14. Eldin, Ahmed sharaf Eldin, E.Khedr, Ayman E.Khedr, et al. (2019) User Generated Content (UGC) Credibility on Social Media Using Sentiment Classification (Published Scientific Research). FCI- H Information Bulletin, Faculty of Computers and Information, Helwan University, Vol 1, No 1.