



تأثير وسائل الاعلام في بناء الهوية الوطنية للطلاب الجامعي الليبي دراسة استطلاعية لطلبة كلية التربية زوارة

دارين صالح ميلود شلغم
قسم الخدمة الاجتماعية كلية التربية الزاوية
d.shalgam@zu.edu.ly

تاريخ الاستلام: 2025/12/8 - تاريخ المراجعة: 2025/12/12 - تاريخ القبول: 2025/12/19 - تاريخ النشر: 2026 /1/17

ملخص البحث

هدف البحث إلى التعرف على الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في بناء الهوية الوطنية لدى الطلاب الجامعيين الليبيين، وتحديد وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب كلية التربية بجامعة زوارة. اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، إذ يُمكن من وصف واقع متابعة الطلاب لوسائل الإعلام وتحليل أثرها على الهوية الوطنية. تكون مجتمع البحث من جميع طلبة كلية التربية بجامعة زوارة، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية مكونة من 80 طالباً لضمان تمثيل الفئات المختلفة (الجنس، السنة الدراسية، التخصص). استخدم البحث استبياناً مكوناً من أربعة أبعاد رئيسية (الوسائل الإعلامية التقليدية والرقمية، مستوى الوعي والاتجاهات الوطنية، والهوية الوطنية والسلوكيات)، واعتمدت صحة الأداة من خلال تحكيم الخبراء وثباتها باستخدام معامل ألفا كرونباخ.

أظهرت النتائج تنوع أعمار الطلبة بين 19 و 21 عاماً، وغالبية من ذوي الدخل المتدني والمتوسط، وأكثر من 80% غير متزوجين. كما تبين متابعة يومية لوسائل الإعلام لأكثر من ثلاث ساعات، مع تفوق الإعلام الرقمي والتلفزيون في التأثير. ورأى معظم الطلبة أن الإعلام يؤدي دوراً كبيراً في تعزيز الهوية الوطنية، خصوصاً عبر منصات إنستغرام وتيك توك، حيث يتفاعل 62.5% بشكل مكثف. كما اعتبر 62.3% أن الإعلام ناجح جداً في تعزيز الهوية الوطنية، بينما أبدى 10.6% انتقادات لعدم نجاحه.

أوصى البحث بزيادة إنتاج محتوى وطني ثقافي وتعليمي، وتعزيز الموضوعية والشفافية، واستثمار منصات التواصل في حملات وطنية، وإشراك الطلاب في صناعة المحتوى، وإجراء بحوث دورية لتقييم التأثير الإعلامي.

Research Abstract

The study aimed to identify the functions performed by media in building the national identity of Libyan university students and to determine the most influential media channels in strengthening national identity among students of the Faculty of Education at the University of Zuwara. The study adopted the descriptive-analytical approach, which allows for describing the reality of students' media consumption and analyzing its impact on national identity. The research population consisted of all students of the Faculty of Education at the University of Zuwara, and a stratified random sample of 80 students was selected to ensure representation of different categories (gender, academic year, and specialization). A questionnaire was used, consisting of four main dimensions (traditional and digital media, level of awareness and

national attitudes, national identity, and behaviors). The validity of the instrument was confirmed through expert judgment, and its reliability was verified using Cronbach's alpha coefficient.

The results showed that students' ages ranged between 19 and 21 years, with the majority belonging to low and middle income groups, and more than 80% being unmarried. The findings also revealed that students followed media for more than three hours daily, with digital media and television being the most influential. Most students believed that media plays a significant role in enhancing national identity, especially through Instagram and TikTok platforms, with 62.5% engaging intensively. Additionally, 62.3% considered the media to be very successful in strengthening national identity, while 10.6% criticized its lack of success. The study recommended increasing the production of national cultural and educational content, enhancing objectivity and transparency, utilizing social media platforms for national campaigns, involving students in content creation, and conducting periodic research to evaluate media influence.

مقدمة

تُعد الهوية الوطنية من أهم الركائز التي تُبنى عليها استمرارية المجتمعات وتماسكها، فهي تعكس القيم المشتركة والانتماء والولاء للوطن، وتسهم في توحيد الفرد مع المجتمع في إطار رؤية مشتركة نحو المستقبل. وفي العصر الحديث، أصبحت وسائل الإعلام من أقوى المؤثرات في تشكيل الهوية لدى الأفراد، خاصة لدى فئة الشباب والطلاب الجامعيين، الذين يعيشون في بيئة معرفية واجتماعية متسارعة ومتغيرة.

وتتمثل أهمية الإعلام في كونه وسيلة أساسية لنقل المعلومات والأفكار والقيم، كما يؤدي دورًا محوريًا في تشكيل الرأي العام وبناء الصورة الذهنية عن المجتمع والوطن. ولا يقتصر تأثير الإعلام على المجتمعات المتقدمة فقط، بل يمتد إلى المجتمعات النامية التي تمر بمرحلة بناء وتأسيس، حيث يصبح الإعلام أداة فاعلة في توجيه السلوك وتشكيل الاتجاهات، ويُسهم في تعزيز الهوية الوطنية أو إضعافها حسب طبيعة المحتوى الإعلامي المقدم.

وفي ليبيا، التي تشهد تحولات اجتماعية وسياسية وثقافية متسارعة، يتجلى دور وسائل الإعلام في التأثير على قيم الشباب وانتمائهم، خاصة الطلبة الجامعيين الذين يمثلون شريحة مهمة في بناء المستقبل. لذلك، تأتي هذه الدراسة لتستكشف مدى تأثير وسائل الإعلام في بناء الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي الليبي، من خلال دراسة استطلاعية لطلبة كلية التربية بوزارة، وذلك بهدف فهم طبيعة هذا التأثير وتحديد اتجاهاته ومدى إيجابيته أو سلبه.

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في تراجع أو تشتت الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي الليبي، نتيجة التأثير المتزايد لوسائل الإعلام المختلفة، وما تفرضه من تحديات فكرية وثقافية وتبرز أهمية التربية الإعلامية بوصفها وسيلة فاعلة في مواجهة الخطاب الإعلامي الموجه من أطراف خارجية، والذي يسهم في إرباك وعي الطلبة والتأثير في انتمائهم الوطني، وعليه يركز البحث على دور الإعلام في بناء وتعزيز الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي الليبي أما إشكاليته فتتعلق من تأثير وسائل الإعلام في بناء الهوية الوطنية للطلبة الجامعي .

وانطلاقاً من هذا التساؤل الرئيس، تتفرع مجموعة من الأسئلة الآتية :

- 1- هل يؤثر تنوع وسائل الإعلام واختلاف توجهاتها وانتماءاتها في الهوية الوطنية للطلاب الجامعي الليبي؟
- 2- ما أكثر وسائل الإعلام تأثيراً في تشكيل الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي الليبي ؟

أهمية البحث

يمتلك كل فرد هوية خاصة تتشكل نتيجة مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية التي تعكس شخصيته وسماته ومشاعره ، مثل شعوره بالانتماء إلى وطنه وفي مجتمع متعدد الانتماءات الفكرية ، مثل المجتمع الليبي ، بحيث لا يجب أن تتغلب هذه الانتماءات على الولاء الوطني كما تؤدي وسائل الإعلام الحديثة دوراً كبيراً في تشكيل وعي الأفراد وتعزيز هويتهم الوطنية .

الأهمية العلمية :

يكن في هذا البحث الحصول على معلومات ونتائج دقيقة وموضوعية تعتمد على منهج علمي منظم، مما يسمح بفهم كيفية توظيف هذه النتائج في مواجهة التحديات التي تفرضها التطورات التكنولوجية الحديثة، واستخدام التقنيات العالمية المعتمدة لتوجيه المستفيدين، بما يسهم في تعزيز الهوية الوطنية.

الأهمية المجتمعية :

يساعد البحث على التعرف على مضامين الرسائل الإعلامية وتحليلها ، ووضع استراتيجيات تهدف إلى تعزيز وعي الطلاب الجامعيين، بما يسهم في الوقاية من العوامل التي تهدد مستقبل المجتمع ويضمن لهم حياة كريمة وأمنة .

الأهمية التطبيقية :

يقدم البحث مرجعاً عملياً للمهنيين في المجال الإعلامي ، خاصة فيما يتعلق بإدارة الحملات التوعوية وتوجيهها بشكل فعال لضمان تحقيق أهدافها.

أهداف البحث

1. التعرف على الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في بناء الهوية الوطنية لدى الطلاب الجامعيين الليبيين.
2. دراسة وسائل الإعلام التي لها التأثير الأكبر في تعزيز الهوية الوطنية للطلاب الجامعيين في ليبيا.

الإجراءات المنهجية

1. المنهج المستخدم

اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث يتيح هذا المنهج وصف واقع تأثير وسائل الإعلام على الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي الليبي وتقييم درجة تأثيرها، بالإضافة إلى تحليل العلاقة بين متغيرات البحث (وسائل الإعلام، الهوية الوطنية، مستوى الوعي، الاتجاهات السلوكية) يعد هذا المنهج مناسباً لدراسة العلاقات بين المتغيرات واستخلاص استنتاجات موضوعية حول دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية لدى طلاب كلية التربية زوارة.

2. مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من جميع طلبة كلية التربية بجامعة زوارة (جميع السنوات والتخصصات) خلال فترة جمع البيانات، حيث يمثلون الفئة المستهدفة من البحث والمرتبطة بموضوع الهوية الوطنية وتأثير وسائل الإعلام عليها.

3. العينة

أ- نوع العينة:

تم اختيار العينة بطريقة عشوائية طبقية لضمان تمثيل جميع الفئات (السنوات الدراسية، التخصصات، الجنس) بشكل متوازن.

ب- حجم العينة:

تم اختيار (77) طالبًا وطالبة كعينة تمثل مجتمع البحث، مع توزيعهم بشكل متناسب على مختلف السنوات الدراسية والتخصصات لضمان دقة النتائج وموضوعيتها.

4. الأداة المستخدمة

تم تصميم استبيان مكون من أربعة أبعاد رئيسية:

1. أثر وسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون، الراديو، الصحف)
2. أثر وسائل الإعلام الحديثة (الإنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات)
3. مستوى الوعي والاتجاهات الوطنية لدى الطالب
4. الهوية الوطنية والسلوكيات المرتبطة بها

يتضمن الاستبيان أسئلة بنمط اختيار من متعدد (لا، أحيانًا، نعم) لتسهيل جمع البيانات وتحليلها إحصائيًا. وقد تم اعتماد صحة الاستبيان من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة وتجربة أولية على عينة صغيرة لضمان وضوح الأسئلة ودقتها.

5. الأسلوب الإحصائي

تم استخدام أساليب التحليل الإحصائي التالية:

أ- التحليل الوصفي:

لتحديد نسب التكرار والنسب المئوية لكل بند من بنود الاستبيان وعرض توزيع العينة حسب الخصائص الديموغرافية (الجنس، العمر، السنة الدراسية، التخصص، عدد ساعات استخدام وسائل الإعلام يوميًا).

ب- اختبار الفرضيات:

باستخدام نسب الموافقة وعدم الموافقة على الفقرات المختلفة لاختبار صحة الفرضيات المقترحة حول تأثير وسائل الإعلام على الهوية الوطنية.

ج- الجداول التكرارية والنسبية:

لعرض النتائج بشكل منظم وسهل الفهم، مع استخدام الرسوم البيانية عند الحاجة لتوضيح النتائج الرئيسية.

6. الصدق والثبات

أولاً: الصدق

للتأكد من صدق أداة البحث، تم الاعتماد على الصدق الظاهري وصدق المحتوى، حيث عُرضت الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام، علم الاجتماع، والعلوم التربوية، وذلك للتأكد من:

1. وضوح العبارات وصياغتها اللغوية الصحيحة
2. مدى ارتباط العبارات بأبعاد البحث (وسائل الإعلام، الوعي، الهوية الوطنية)
3. شمولية الأداة لمتغيرات البحث
4. ملاءمة مقياس الاستجابة المستخدم

وبناءً على ملاحظاتهم تم إجراء التعديلات اللازمة حتى وصلت الأداة إلى صورتها النهائية، مما يعكس تمتعها بدرجة مناسبة من الصدق.

ثانيًا: الثبات

للتأكد من ثبات أداة البحث، تم استخدام معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لقياس مدى الاتساق الداخلي لأسئلة الاستبيان على مستوى الأبعاد ككل، حيث تشير القيم القريبة من الواحد الصحيح إلى ارتفاع درجة الثبات.

وأظهرت النتائج أن الاستبانة تتمتع بدرجة ثبات مقبولة إحصائيًا لكل بعد، مما يدل على إمكانية الاعتماد عليها في جمع البيانات وتحليل النتائج.

جدول (1) صدق أداة البحث من خلال تحكيم الخبراء (صدق المحتوى)

م	البعد	عدد العبارات	عدد العبارات قبل التحكيم	عدد العبارات بعد التحكيم	نسبة الاتفاق بين المحكمين	القرار
1	أثر وسائل الإعلام التقليدية	8	8	8	مرتفعة	مقبول
2	أثر وسائل الإعلام الحديثة	8	8	8	مرتفعة	مقبول
3	مستوى الوعي والاتجاهات الوطنية	8	8	8	مرتفعة	مقبول
4	الهوية الوطنية والسلوكيات	8	8	8	مرتفعة	مقبول
—	المجموع	32	32	32	—	—

المجتمع وعينته

اعتمد الباحث في هذا البحث على طلاب كلية التربية ، وحدد عينة البحث بعينة قصدية من طلبة الكلية التابعة لجامعة الزاوية للفصول الدراسية من الأول إلى الثامن بعدد 80 طالب وطالبة، وزعت عليهم 80 استمارة ، استُعيدت منها 75 استمارة.

نوع البحث ومنهجه وأدواته

يعد البحث من البحوث الوصفية، واعتمد على منهج المسح الميداني الذي يعد أحد أهم فروع المنهج المسحي، حيث تتيح دراسات المسح الاجتماعي جمع بيانات كمية حول الظواهر والأحداث الاجتماعية وتعد هذه الدراسات أداة فعالة لفهم الواقع الاجتماعي ومكوناته البشرية بهدف وضع خطط للتطوير والتحديث ، وعلى الرغم من الانتقادات التي توجه لها لاهتمامها بالشمولية أكثر من العمق.

وقد اعتمد الباحث على استمارة استبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات نظراً لفعاليتها في قياس السلوكيات والاتجاهات وخصائص الشخصية المتعلقة بموضوع البحث و تم إعداد الاستمارات وفق أسس علمية ومفاهيم منهجية، وتم تعبئتها من قبل أفراد العينة ، اعتمد الباحث على النسبة المئوية في التحليل الإحصائي.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

مع تعقيد الحياة في المجتمعات الحديثة والتطور المستمر في تكنولوجيا الإعلام ، تزداد أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات وتأدية وظائف متعددة ، من بينها تقديم الأخبار الحكومية والعامة ، وإتاحة برامج ترفيهية متنوعة ، بالإضافة إلى كونها مصدراً رئيساً لفهم المواطن للأحداث اليومية على المستويات المحلية والإقليمية والوطنية.

وعلى الرغم من كثرة الدراسات حول تأثير وسائل الإعلام ، إلا أنه لا توجد تعريفات دقيقة لقوة وسائل الإعلام أو التأثير المطلوب لجعلها فعالة حيث تشير النظرية إلى وجود علاقة متبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام؛ فالجمهور يعتمد على هذه الوسائل للحصول على المعلومات ، وفي المقابل تعتمد وسائل الإعلام على تفاعل الجمهور لنشر المعلومات.

تسعى النظم السياسية الحديثة من خلال وسائل الإعلام إلى تحقيق الآتي (أبو الحسن ، 2007 ، ص 89 - 90):

1. تعزيز القيم والمعايير الأساسية مثل الحرية والمساواة واحترام القانون والمشاركة الانتخابية.
 2. الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي، وتشكيل الرأي العام.
 3. تعزيز الشعور بالمواطنة وتشجيع المشاركة في الأنشطة الأساسية، مثل التصويت الانتخابي.
- من خلال اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وتحقق الأخيرة ثلاثة أنواع من التأثير (المفلح ، 2015 ، ص 69) :

1- التأثير المعرفي :

يؤثر الإعلام على المعرفة والفهم لدى الأفراد، مثل إزالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات حول حدث معين عن طريق تقديم معلومات وتفسيرات واضحة، ما يعزز وعي الجمهور بالحدث ويؤكد الوظائف التوجيهية والتثقيفية للإعلام (الرفاعي ، 2011 ، ص 687) .

أ- إزالة الغموض :

وهو نوع من التأثير العقلي المعرفي الذي يمارسه الإعلام ويحصل نتيجة لنقص المعلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الواضح للحدث من قبل المجتمع وتكشف وسائل الاعلام الغموض عن طريق تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات كما التأثير يكون من خلال تنوع مصادر جمعها للمعلومات بالاعتماد على المراسلين ثم بعدها تبدأ بتنسيقها بصورة اعلامية مما يعطي مصداقية للخبر والتأثر به (الرفاعي ، 2011،ص687).

ب - تكوين الاتجاهات:

تسهم وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور، مع مراعاة دور الفرد الانتقائي في تبني هذه الاتجاهات ويتم ذلك بشكل تراكمي عبر المعارف المتراكمة حول الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها، مما يؤدي إلى ظهور آثار الرسائل الإعلامية بمرور الوقت (عكاشة ، 2009 ، ص 209 - 210) .

ج- ترتيب الأولويات

تسهم وسائل الإعلام في إبراز قضايا معينة وإخفاء أخرى ، مما يؤثر على مدى اهتمام الأفراد بهذه القضايا، فعلى سبيل المثال ، يولي الاعلام في الوقت الحالي اهتماماً أكبر بالتحويلات السياسية في المنطقة العربية مقارنة بالقضية الفلسطينية ، مما يجعل وسائل الإعلام تحدد أولويات الجمهور تجاه الأحداث والأشخاص والموضوعات المختلفة (الموسى ، 2003 ، ص 164) .

د- اتساع الاهتمامات

تعمل وسائل الإعلام على تعليم الأفراد أشياء ومعارف لم يكونوا يدركونها من قبل، فتخلق لديهم أهمية جديدة لموضوعات معينة. ويكون التأثير هنا مباشراً وسريعاً من خلال الرسائل الإعلامية الموجهة للجمهور، مما يجعل العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد تلقائية ودون وسيط، ويؤدي ذلك إلى تغييرات واضحة في السلوك والاتجاهات (الحراني ، 2009 ، ص 40) .

2- التأثيرات الوجدانية :

تركز التأثيرات الوجدانية على المشاعر الإنسانية مثل الخوف والعاطفة، وتشمل ثلاثة عناصر رئيسة (الجبور ، 2010 ، ص 93) :

أ- الفتور العاطفي :

كثرة التعرض لوسائل الإعلام ، خاصة مشاهد العنف ، قد يؤدي إلى شعور الأفراد بالفتور العاطفي وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين فعلى سبيل المثال متابعة الأخبار اليومية ومشاهد الحروب تولد لدى الأفراد شعوراً بالخوف والبرود النفسي نتيجة التعرض المستمر ، ويُفسر ذلك من خلال ما يعرف بنظرية "الرصاصه السحرية" ، حيث يكون التأثير مباشراً وفردياً.

ب- القلق والخوف :

التعرض لمشاهد العنف أو الأخبار المقلقة يمكن أن يسبب شعوراً بالخوف والقلق لدى الأفراد، نتيجة تخوفهم من الوقوع ضحايا لتلك الأحداث أو التعرض لها.

ج- الدعم المعنوي :

تسهم وسائل الإعلام في رفع الروح المعنوية لدى أفراد المجتمع من خلال إحساسهم بالاندماج الاجتماعي، بينما يؤدي غياب هذا الدور إلى ضعف الإحساس بالانتماء والتفاعل المجتمعي، بالإضافة إلى ذلك تساعد وسائل الإعلام على توسيع الثقافة العامة، والتعرف على العادات والتقاليد المختلفة، مما يعزز قيم الانتماء والولاء للوطن.

3- التأثيرات السلوكية

وتتمثل في :

أ- التنشيط:

يحدث عندما يقوم الأفراد بأنشطة معينة نتيجة التعرض للوسائل الإعلامية، نتيجة الجمع بين التأثيرات المعرفية والوجدانية (الجور ، مرجع سابق ، ص 149) .

ب- الخمول:

يشير إلى العزوف عن المشاركة أو العمل نتيجة التغطية الإعلامية المملة أو المتكررة، خاصة من قبل بعض القنوات الإخبارية، مما يقلل من تفاعل الأفراد مع القضايا المطروحة (الحمداني ، مرجع سابق ، ص 43) .

مصطلحات ومفاهيم البحث

1- وسائل الإعلام:

وهي جميع الوسائل التي يستخدمها الشباب لأخذ المعلومات، وتشمل الوسائل المقروءة، والمسموعة، والمرئية، بالإضافة إلى الإعلام الرقمي.

2- الهوية الوطنية:

تمثل الإدراك الحضاري المميز للمجتمع، وتظهر من خلال شعور الفرد بالانتماء والتعبير عنه سياسياً واجتماعياً، كونه تجسيدا للارتباط النفسي والحضاري للفرد بالمجتمع (الحمداني ، 2009 ، ص 40) .

3- كلية التربية :

وهي مؤسسات تعليمية تهدف إلى تأهيل الطلاب أكاديمياً بعد المرحلة الثانوية ، ويحصل المتخرج منها على شهادة السانس أو البكالوريوس في التخصص الذي يدرسه.

4- الطالب الجامعي:

ويقصد به الفرد الدارس في كلية التربية زوارة .

الدراسات السابقة

1. دراسة محمد مفتاح الفلاح (2019) بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التنشئة السياسية والهوية

الوطنية لدى طلاب الجامعة الليبية - دراسة ميدانية على جامعة سرت دور مواقع التواصل الاجتماعي، وبخاصة موقع فيسبوك، في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب الجامعة الليبية. هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام هذه المواقع ومستوى الانتماء الوطني لدى الطلبة. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي، وطبق استبياناً على عينة عمدية قوامها 125 طالباً من طلاب جامعة سرت. وأظهرت نتائج الدراسة أن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً إيجابياً في تعزيز الوعي والانتماء الوطني لدى الطلبة، إلا أنها في بعض الأحيان تسهم في تعزيز الانتماءات الفرعية مثل القبلية والجهوية. وأوصت الدراسة بضرورة توجيه المحتوى الإعلامي الرقمي

نحو دعم القيم الوطنية الجامعة وتفعيل دور المؤسسات الجامعية في نشر ثقافة الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام الجديدة.

2. دراسة سالم أحمد الزروق (2021) بعنوان دور وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الليبي، هدفت إلى التعرف على إسمهم وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل الهوية الوطنية لدى الشباب الليبي، مع التركيز على فئة طلبة الجامعات. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على استبيان وُرِعَ على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 200 طالب جامعي. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة ومستوى الشعور بالهوية الوطنية، حيث أسهمت هذه الوسائل في نشر الوعي الوطني، في حين ظهر لها تأثير سلبي عند غياب الرقابة وضعف المحتوى الوطني. وأوصت الدراسة بدعم الإعلام الوطني الرقمي وإدراج برامج للتربية الإعلامية داخل الجامعات الليبية.

3. دراسة Mohammad Ahmed Hammad وHuda Shaaban Awed (2023) بعنوان Social Media and Its Impact on Promoting the National Identity of أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب الجامعات السعودية. هدفت الدراسة إلى قياس مدى إسمهم هذه الوسائل في تنمية الشعور بالانتماء الوطني، واعتمدت المنهج الوصفي الكمي، حيث تم تطبيق استبيان إلكتروني على عينة عشوائية بلغت 283 طالبًا وطالبة. وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي قوي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية، خاصة في جوانب الفخر بالوطن والاعتزاز بالثقافة الوطنية. وأوصت الدراسة بضرورة استثمار منصات التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الوطني الهادف ودعم المبادرات الإعلامية الشبابية.

4. دراسة Hassan Al-Saify وآخرين (2022) بعنوان The Use of Social Media and Its Relationship to National Identity among University Students إلى استكشاف العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتكوّن الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعات. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على استبيان طُبّق على عينة عشوائية مكونة من 386 طالبًا جامعيًا. وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الهوية الوطنية، حيث أسهمت هذه الوسائل في تعزيز الوعي بالرموز الوطنية والتاريخ الوطني والانتماء للوطن. وأوصت الدراسة بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات التربوية والوطنية داخل الجامعات وتعزيز التعاون بين المؤسسات التعليمية والإعلامية.

من خلال استعراض الدراسات السابقة المحلية الليبية والأجنبية، يتضح وجود اتفاق عام حول الدور المؤثر الذي تؤديه وسائل الإعلام، وخاصة وسائل الإعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي، في تشكيل وبناء الهوية الوطنية لدى فئة الشباب وطلبة الجامعات. وقد أكدت معظم الدراسات وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل الإعلام ومستوى الانتماء الوطني، لاسيما في الجوانب المرتبطة بالفخر بالوطن والاعتزاز بالرموز الوطنية والثقافة المشتركة. كما أشارت بعض الدراسات إلى وجود تأثير مزدوج لوسائل الإعلام، إذ يمكن أن تسهم في تعزيز الهوية الوطنية في حال توظيفها بصورة إيجابية، في حين قد تؤدي إلى إضعافها أو تعزيز الانتماءات الفرعية عند غياب الضبط المهني للمحتوى الإعلامي. وتشابهت الدراسات السابقة في اعتمادها على المنهج الوصفي المسحي واستخدام أداة الاستبيان، مع تركيزها بشكل أساسي على وسائل التواصل الاجتماعي دون التوسع في دراسة دور وسائل الإعلام التقليدية. كما يلاحظ محدودية الدراسات الليبية التي تناولت موضوع الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي بشكل مباشر، خاصة في ظل التحولات السياسية والاجتماعية التي يشهدها المجتمع الليبي. ومن هنا تتميز الدراسة الحالية بسعيها إلى تناول تأثير وسائل الإعلام في بناء

الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي الليبي بصورة أكثر شمولية، من خلال الجمع بين الإعلام التقليدي والرقمي، وتحليل أبعاد الهوية الوطنية المختلفة، بما يسهم في سد الفجوة البحثية وتقديم نتائج وتوصيات عملية قابلة للتطبيق في البيئة الجامعية الليبية.

المبحث الثاني : وسائل الإعلام وبناء الهوية الوطنية

أولاً - تأثير وسائل الإعلام

لفتت الثورة العلمية الانتباه إلى الدور الكبير الذي تؤديه وسائل الإعلام الجماهيري في مختلف مجالات الحياة ، ما أدى إلى ما يعرف بالثورة الرابعة ، وللتغيير الجذري في مفهوم الجمهور والمتلقي فقد أصبح هناك تمييز بين المتلقي المتوسط والعادي ، وهو ما انعكس على طبيعة الوسائل الإعلامية نفسها ، إذ أصبح الإعلام الحديث مرتبطاً بالتطورات العلمية والتكنولوجية التي أعادت صياغة نظرياته وتنوعت مجالاته (الشيخ ، 1993 ، ص 48) .

تستطيع وسائل الإعلام أن تسهم بقدر ملموس في توسيع آفاق الأفراد ، وتعزيز التعاطف ، وجذب الانتباه إلى القضايا الأساسية ، إذا أحسن استخدامها ويظهر ذلك بشكل خاص عند الشباب الجامعيين ، الذين يتعرضون أحياناً لغزو ثقافي لا يتوافق مع السياق التاريخي والثقافي والاجتماعي ، مما يجعل تأثير وسائل الإعلام عليهم مساوياً أو أكبر من تأثير الجامعة حيث تتناول وسائل الإعلام مواضيع متنوعة دينية وسياسية وأدبية وفلسفية واجتماعية وترفيهية، تسيطر على إنتاجها شبكات إعلامية كبيرة مرتبطة برؤوس أموال عالمية وبذلك فالإعلام قادر على توجيه الرأي العام نحو القضايا العامة أو المساهمة في بناء الوطن، كما يمكن أن يستخدم لنشر آثار اجتماعية تؤثر على فئة الشباب الجامعي بشكل خاص، كونهم النواة المستقبلية للجيل الإعلامي .

تمثل وسائل الإعلام مجالاً معرفياً مهماً لتكوين الفرد، بخاصة طلبة الجامعات، إذ تسهم في تحديد هويتهم وانتماءاتهم (مجموعة مؤلفين ، 2013 ، ص 97) وقد منحت النظريات الإعلامية وظائف عدة ، أبرزها وظيفة الاتصال الاجتماعي، لتعزيز الاحتكاك المتبادل بين الأفراد وتعمق الصلات الاجتماعية، مما يسهم في تنمية الشعور بالانتماء للوطن والتعبير عن الهوية الوطنية.

ثانياً - الهوية الوطنية

تُعرف الهوية بأنها الكيان الذي يجمع بين الانتماءات المتكاملة في مجتمع معين ، ويمنح أفراد مشاعر الأمن والاستقرار والطمأنينة ومع ذلك ، فوجود انتماءات متعددة داخل المجتمع قد يسبب إشكاليات ويؤدي إلى عدم الاستقرار بخاصة في المجتمعات التي تضم جماعات عرقية أو دينية أو سياسية مختلفة ولضمان شعور أفراد الأمة بالأمان والثقة ، لا بد من وجود هوية مشتركة توحد هذه الانتماءات وتدمجها ضمن إطار واحد، بحيث تتلاشى الهويات الفرعية أو تتصادم معها بشكل محدود (صالح ، 2016 ، ص 46) .

تعد الهوية الوطنية الإطار الأشمل ضمن مفهوم الهوية، لأنها تشمل هوية جغرافية وتاريخية وثقافية ودينية، إضافة إلى الهويات الفرعية مثل الهوية القومية والدينية والثقافية ، والتي تعمل على جمع مصالح أفراد الوطن الواحد ضمن قيم ومقومات ثابتة تتوارثها الأجيال عبر الزمن، إذ ترتبط الهوية الوطنية بالولاء والانتماء من خلال روابط فكرية ونفسية قوية، تجعل الأفراد يتفاعلون معها تلقائياً وبوعي، فتكون بذلك المحدد الأساس لسلوك الدولة وسياساتها الخارجية، وتعكس تاريخها الثقافي والديني واللغوي (بن وزة ، وغرغوط ، 2018 ، ص 79 - 80) .

تعد الهوية الوطنية هوية اجتماعية ذات بنية ديناميكية ، تتسم بالمرونة وتعدد الأبعاد ، وتسهم في تحقيق الاستقرار النفسي والانفعالي للأفراد ، وتعزيز شعورهم بالاحترام والكرامة ، من خلال إيجاد صورة ذاتية إيجابية ترتبط بالرموز الوطنية والمجتمعية (الخفاجي محمد والغراوى ، 2013 ، ص 5) .

وتعرف الباحثة الهوية الوطنية إجرائياً بأنها مجموعة من القيم والأعراف والتقاليد والمحفزات الدينية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تتشكل قبل ولادة الفرد ، ويعتقها ضمن إطار جغرافي محدد يجمعه بأقرانه في مجتمع يتسم بالاتجاهات والسلوك الفردي والجمعي الواضح.

المبحث الثالث : تأثير وسائل الإعلام في بناء الهوية الوطنية للطالب الجامعي الليبي

أجريت الباحثة دراسة على عينة مكونة من 77 طالب وطالبة من كلية التربية زوارة جامعة الزاوية ، موزعين على أقسامها العلمية وزعت الاستثمارات يدوياً على أفراد العينة خلال الفترة من 2025/11/11 م وحتى 2025/11/15 م وفيما يلي عرض خصائص العينة .

أولاً : الخصائص الديموغرافية

1- النوع الاجتماعي

يوضح الجدول (1) والشكل (1) التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي ، حيث بلغت نسبة الذكور 50.6% بينما شكلت نسبة الإناث 49.4% وهذا يشير إلى التوازن النسبي بين الجنسين في عينة البحث ويعكس تنوعاً في التمثيل الاجتماعي للطلبة الجامعيين المشاركين في البحث ويتيح إمكانية دراسة تأثير وسائل الإعلام على بناء الهوية الوطنية بشكل شامل دون تحيز جنسي ويظهر هذا التوازن في أخذ كل من الذكور والإناث عند تحليل كيفية تأثير المحتوى الإعلامي على إدراكهم لهويتهم الوطنية ووعيهم بقيمتها حيث من المتوقع أن تتفاعل كل مجموعة بطريقة تختلف حسب تجاربهم الشخصية ومواقفهم الثقافية والاجتماعية ، لذلك يوفر هذا التوزيع قاعدة متينة لفهم مدى مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية للطالب الجامعي الليبي في كلية التربية زوارة .

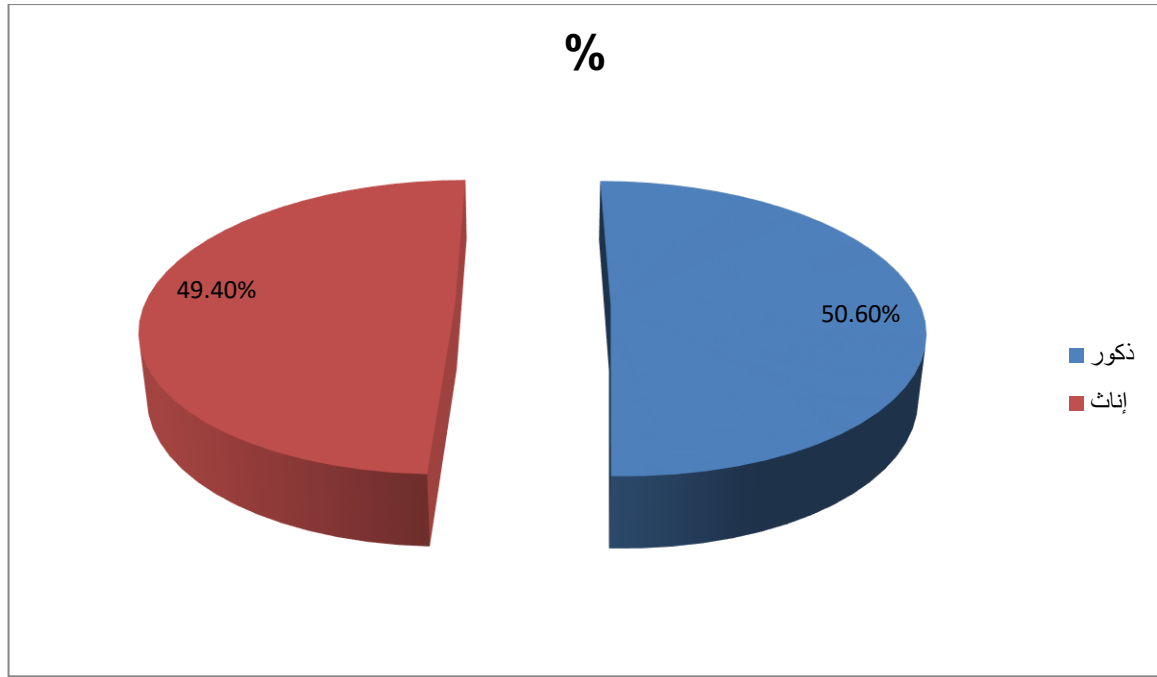
الجدول (1)

التوزيع التكراري والنسبي لأفراد العينة وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
50.6 %	39	ذكور
49.4 %	38	إناث
100.00 %	77	المجموع

شكل (1)

التوزيع النسبي لأفراد العينة وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي



المصدر: بيانات الجدول (1)

2- التوزيع حسب العمر

يوضح الجدول (2) والشكل (2) توزيع أفراد العينة وفق العمر حيث 39.4 % من الطلبة في العمر 21 سنة تليها الفئة من العمر 20 سنة بنسبة 30.9% ثم الفئة من سن 19 سنة بنسبة 29.7% حيث يشير هذا التوزيع إلى أن غالبية أفراد العينة تقع ضمن الفئة العمرية الناضجة مما يعني أن المشاركين يمتلكون القدرة على استيعاب وفهم المحتوى الإعلامي والتفاعل معه وتحليل المعلومات المقدمة عبر وسائل الإعلام ويتيح هذا التوزيع فرصة جيدة لدراسة تأثير وسائل الإعلام في بناء الهوية الوطنية للطلاب الجامعي الليبي حيث يمكن ملاحظة كيف يؤثر التعرض المستمر للمحتوى الإعلامي على وعي الطلبة بالقيم الوطنية والانتماء للوطن كما يساعد هذا التنوع في الفئات العمرية على فهم الفروق في الاستجابة الإعلامية بين المراحل العمرية المختلفة داخل الكلية ويعكس أيضاً قدرة البحث على تمثيل التجربة الجامعية بشكل عام لطلبة كلية التربية زوارة مما يعزز من مصداقية النتائج المتعلقة بدور وسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية للطلبة .

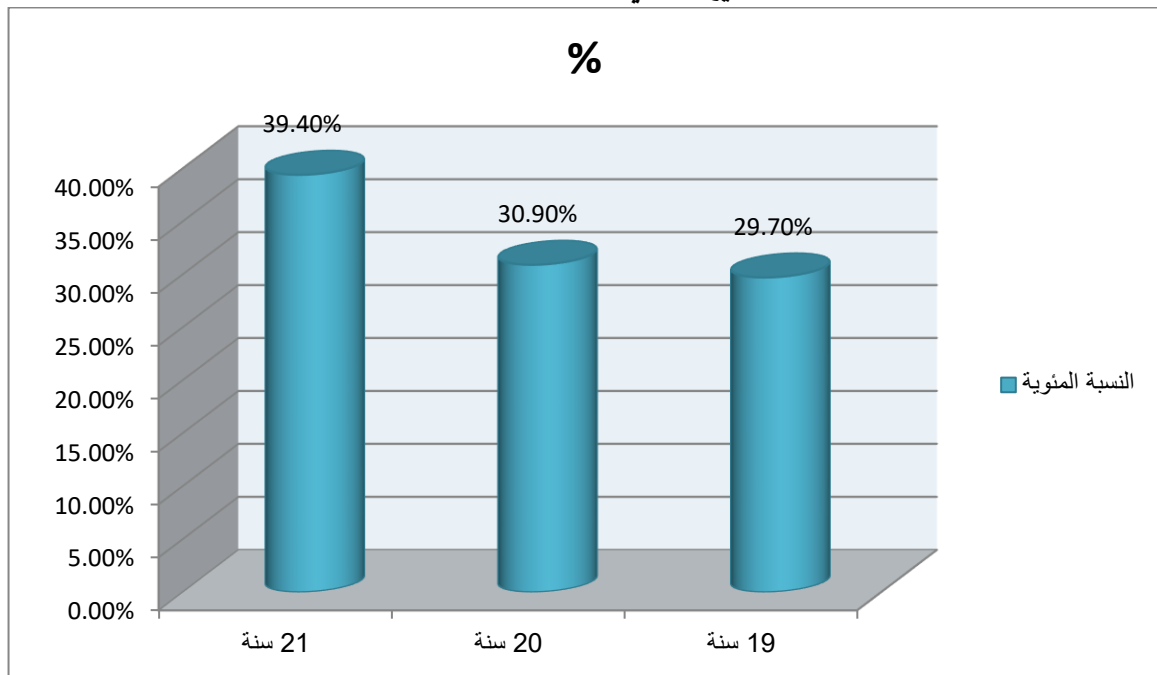
جدول (2)

توزيع التكراري والنسبي لأفراد العينة وفق الاعمار

العمر	التكرار	النسبة المئوية
21 سنة	30	39.4%
20 سنة	24	30.9%
19 سنة	23	29.7%
المجموع	77	%100

شكل (2)

توزيع النسبي لأفراد العينة وفق الاعمار



المصدر: بيانات الجدول (2)

3- الحالة الاجتماعية

يوضح جدول (3) والشكل (3) التوزيع التكراري والنسبي حسب الحالة الاجتماعية لعينة البحث حيث أن الغالبية العظمى من الطلبة عزاب بنسبة 64.9% تليهم الفئة المتروجة بنسبة 16.9% فئة غير شكلت بنسبة 3.9% ويشير هذا التوزيع إلى أن غالبية أفراد العينة تتمتع بمرحلة عمرية واجتماعية تسمح بالتركيز على الدراسة والانخراط في الأنشطة الجامعية والإعلامية دون انشغالات كبيرة بالمسؤوليات الأسرية ، كما أن ارتفاع نسبة الطلبة العزاب يعزز احتمالية تفاعلهم مع وسائل الإعلام

المختلفة ومتابعاتهم للمحتوى الإعلامي بشكل أكبر مما يجعلهم أكثر عرضة لتلقي الأفكار والقيم المتعلقة بالهوية الوطنية ويتيح هذا الوضع الاجتماعي للباحثة إمكانية دراسة مدى تأثير وسائل الإعلام في تكوين الوعي الوطني والانتماء للوطن لدى الطلبة تعكس النتائج قدرة وسائل الإعلام على الوصول إلى فئة شبابية متفرغة نسبياً وتوظيف محتواها في بناء الهوية الوطنية وتعزيز الانتماء لمجتمعهم الوطني بشكل فعال .

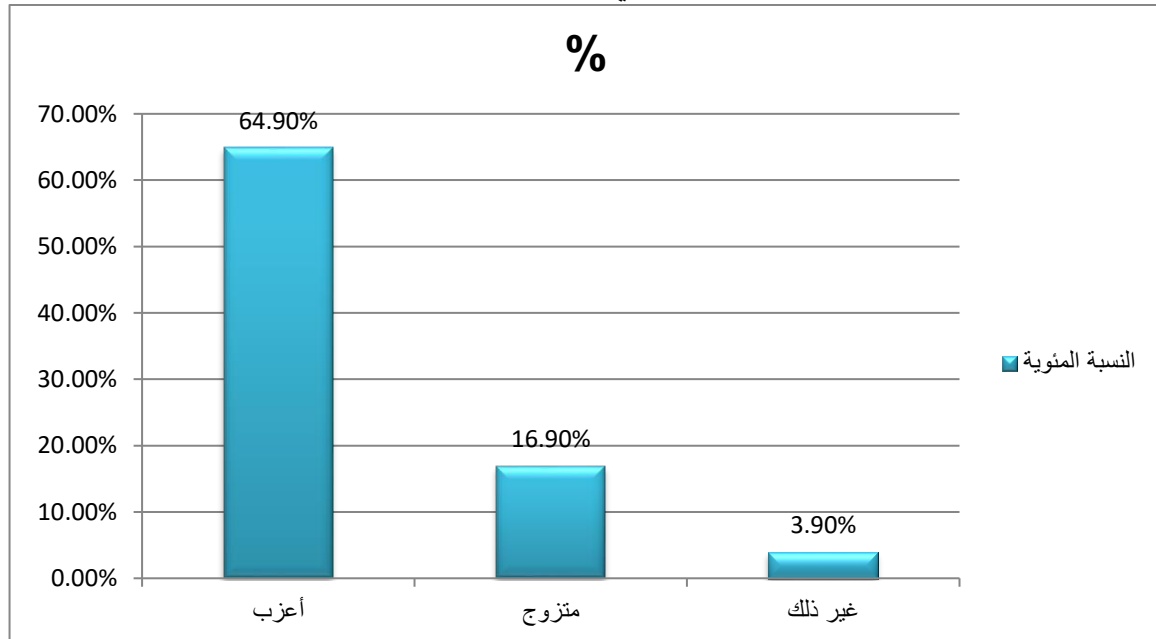
جدول (3).

التوزيع التكراري والنسبي حسب الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
64.9%	60	أعزب
16.9%	7	متزوج
3.9%	3	غير ذلك
%100	77	المجموع

شكل (3).

التوزيع النسبي حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: بيانات الجدول (3)

4- التوزيع حسب الدخل الشهري

يوضح الجدول (4) والشكل (4) توزيع أفراد العينة وفقاً لفئة الدخل الشهري ، حيث شكلت الفئة ذات الدخل المتدني نسبة 57.1% تلتها الفئة ذات الدخل المتوسط بنسبة 38.9% في حين كانت الفئة ذات الدخل المرتفع الأقل تمثيلاً بنسبة 3.9% ويشير هذا التوزيع إلى أن غالبية الطلبة يعتمدون على موارد مالية محدودة مما قد يؤثر على أنماط استهلاكهم الإعلامي ويفسح المجال لوسائل الإعلام العامة والرقمية لتصبح المصدر الرئيس للمعلومات والمعرفة وتكوين الانطباعات والقيم المتعلقة بالهوية الوطنية ، كما أن ارتفاع نسبة الطلبة من ذوي الدخل المتدني والمتوسط يعكس قدرة وسائل الإعلام على الوصول إلى شرائح واسعة من الشباب الجامعي في كلية الآداب زوارة وتمكينها من التأثير في وعيهم الوطني وبناء شعور الانتماء والهوية الوطنية بطريقة تراعي قدراتهم الاقتصادية ومتطلبات حياتهم اليومية مما يعزز أهمية دراسة أثر وسائل الإعلام في بناء الهوية الوطنية لدى هذه الفئة الشبابية في المجتمع الليبي.

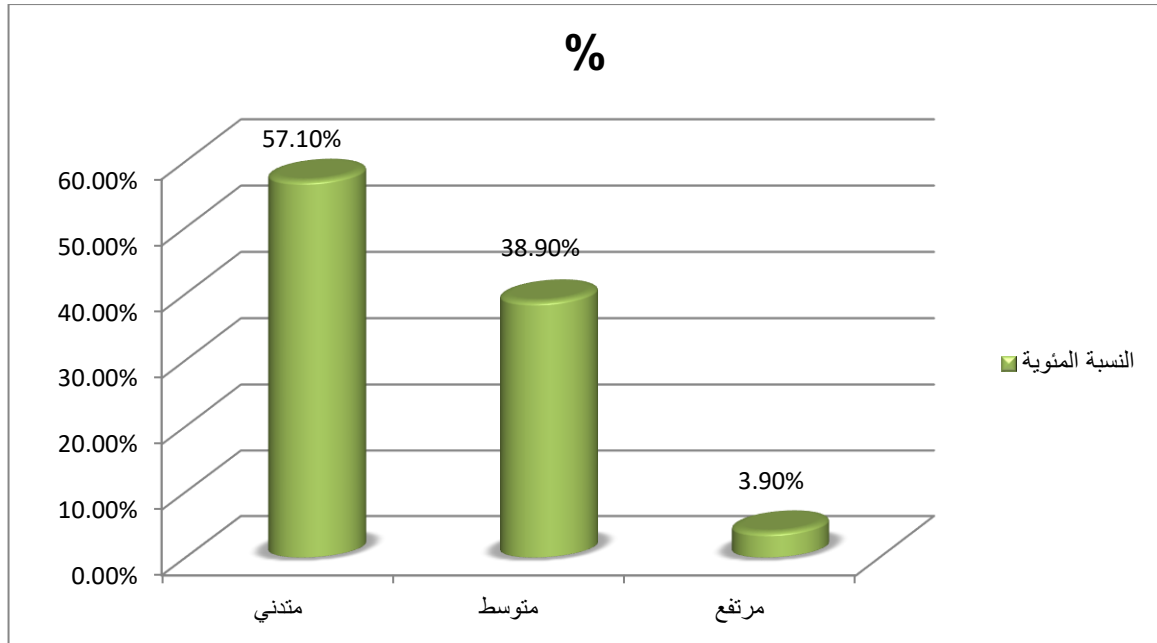
جدول (4)

التوزيع التكراري والنسبي حسب الدخل الشهري

النسبة المئوية	التكرار	فئة الدخل الشهري
57.1%	44	متدني
38.9%	30	متوسط
3.9%	3	مرتفع
% 100	77	المجموع

شكل (4)

التوزيع النسبي حسب الدخل الشهري



المصدر: بيانات الجدول (4)

ثانياً- متابعة وسائل الإعلام

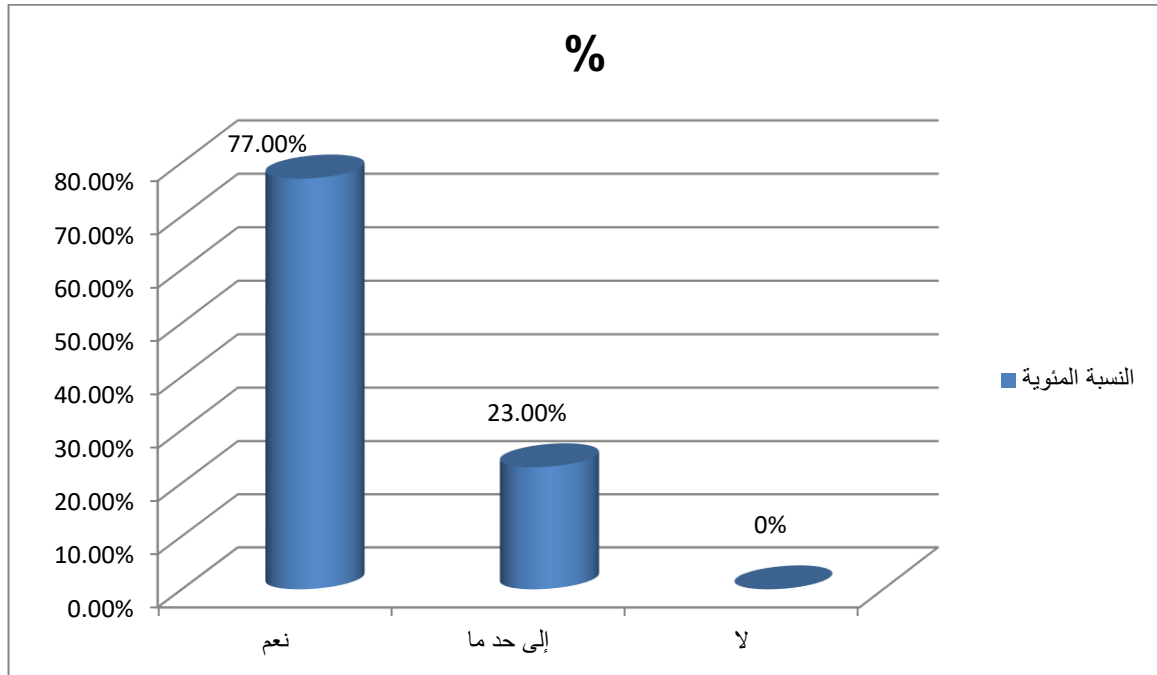
يوضح الجدول (5) والشكل (5) أن جميع أفراد العينة بنسبة 100% يتابعون وسائل الإعلام بشكل يومي ولم يُسجل أي طالب من العينة لا يتابعها مما يعكس الدور المحوري لوسائل الإعلام في حياة الطلبة الجامعيين بكلية التربية زوارة ، ويشير التوزيع أيضاً إلى أن وسائل الإعلام تشكل المصدر الرئيس للمعلومات والثقافة والقيم لدى الطلبة مما يتيح لها التأثير المباشر في تشكيل وعيهم الوطني وبناء الهوية الوطنية لديهم ، كما أن التغطية الشاملة للوسائل الإعلامية الرقمية والتقليدية تضمن وصول الرسائل الإعلامية إلى جميع الطلاب بشكل متساوٍ مما يعزز من قدرة وسائل الإعلام على ترسيخ المفاهيم الوطنية وغرس قيم الانتماء والولاء للوطن لدى الشباب الجامعي الليبي .

جدول (5)

متابعة وسائل الإعلام

الدرجة	النسبة المئوية (%)	التردد	متابعة وسائل الإعلام
نعم	77.0 %	70	
إلى حد ما	23.0 %	7	
لا	0 %	0	

شكل (5)
متابعة وسائل الإعلام



المصدر : بيانات الجدول (5)

5- الوقت اليومي لمتابعة وسائل الإعلام

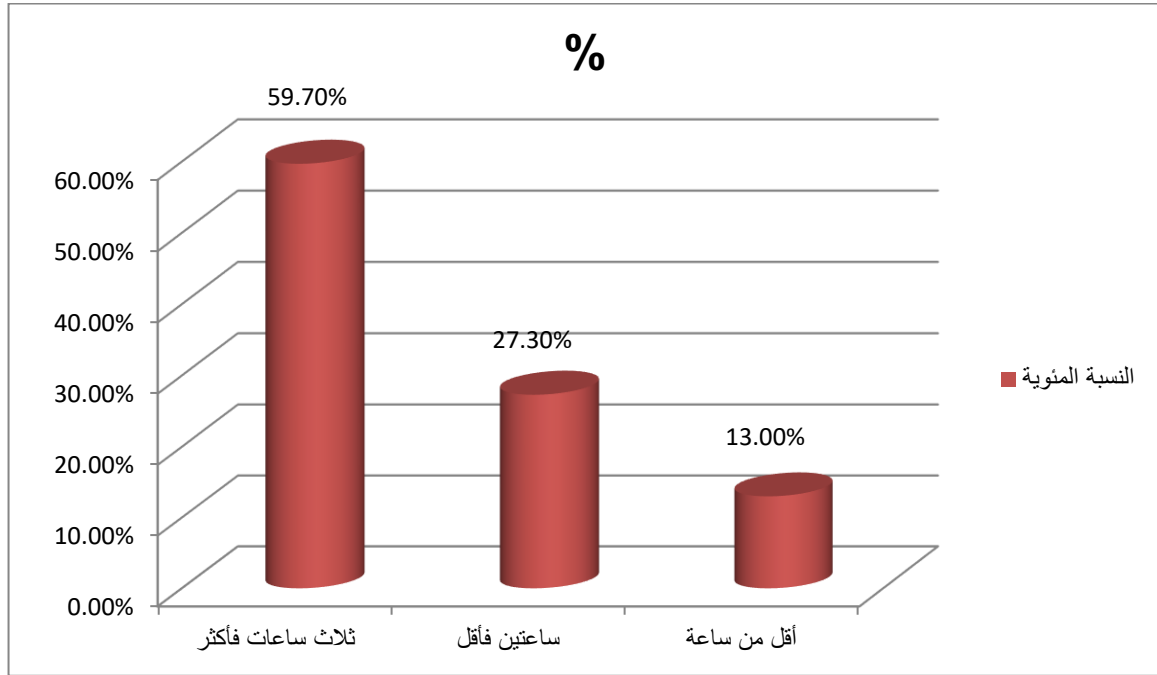
من خلال الجدول (6) والشكل (6) يظهر توزيع الوقت اليومي الذي يقضيه الطلاب في متابعة وسائل الإعلام ، حيث أن هناك تباين واضح في الوقت الذي يقضيه الطلاب في متابعة وسائل الإعلام فنمو **59.7%** من الطلاب يقضون أكثر من ثلاث ساعات يومياً في متابعة وسائل الإعلام، وهو ما يعكس بشكل واضح أن شريحة كبيرة من الطلاب تشهد تأثراً كبيراً بوسائل الإعلام في حياتهم اليومية ، ومن جهة أخرى يظهر أن **27.3%** من الطلاب يخصصون ساعتين أو أقل يومياً، بينما هناك **13.0%** فقط من الطلاب يقضون أقل من ساعة في متابعة هذه الوسائل ، فهذا التوزيع يبرز تبايناً في مستوى الانغماس والتفاعل مع وسائل الإعلام بين الطلاب، ويبدو أن الفئة الأكبر منهم تميل إلى قضاء وقت طويل في متابعة الأخبار والمحتوى الإعلامي .

جدول (6) الوقت اليومي لمتابعة وسائل الإعلام

المتابعة اليومية	التكرار	النسبة المئوية
ثلاث ساعات فأكثر	46	59.7%
ساعتين فأقل	21	27.3%
أقل من ساعة	10	13.0%

شكل (6)

الوقت اليومي لمتابعة وسائل الإعلام



المصدر: بيانات الجدول (6)

7- الوسائل الإعلامية الأكثر متابعة

من خلال بيانات الجدول (7) والشكل (7)، يتضح أن أغلب الطلاب يفضلون متابعة الإعلام المرئي والإعلام الرقمي، حيث بلغت النسبة 62.5% وهذا يعكس تزايد الاعتماد على الوسائل الرقمية مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، وهي منصات تؤثر بشكل كبير في بناء الرأي العام وتوجهات الأفراد، ويعد الإعلام الرقمي والمرئي من أبرز أدوات تشكيل الهوية الوطنية، حيث يمكنها أن يعززان أو يشوهان الفهم لدى الشباب تجاه هويتهم الوطنية والثقافية. أما الإعلام المقروء فقد جاء في المرتبة الثانية بنسبة 26.8%، مما يشير إلى أن الصحف والمجلات لا تزال لها بعض الأهمية لكن تأثيرها أقل مقارنة بالإعلام الرقمي وهذا يمكن أن يعكس انخفاض الاهتمام بوسائل الإعلام التقليدية لصالح الإعلام الرقمي، حيث يجد الطلاب سهولة أكبر في الوصول إلى الأخبار والمحتوى من خلال هواتفهم المحمولة والأجهزة الإلكترونية وفي المرتبة الثالثة جاء الإعلام المسموع بنسبة 10.7% مما يعكس تراجع تأثير الراديو والصوتيات مقارنة بالإعلام المرئي والإلكتروني.

هذا التوزيع في تفضيلات وسائل الإعلام يعكس تحولاً كبيراً في طريقة تلقي المعلومات وتأثير الهوية الوطنية للشباب الليبي فإذا كان الإعلام الرقمي والإلكتروني هو الأكثر تأثيراً، فهذا يعني أن هذه الوسائل تؤدي دوراً حيوياً في تشكيل المفاهيم الوطنية وتوجيه الشباب الليبي نحو قيم معينة قد تكون مشوشة أو محكومة بتوجهات خارجية، مما يضع على عاتق الجامعات والمؤسسات الإعلامية مسؤولية تعليم الطلاب كيفية التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة والمحتوى الذي يسهم في تعزيز هويتهم الوطنية بطريقة إيجابية.

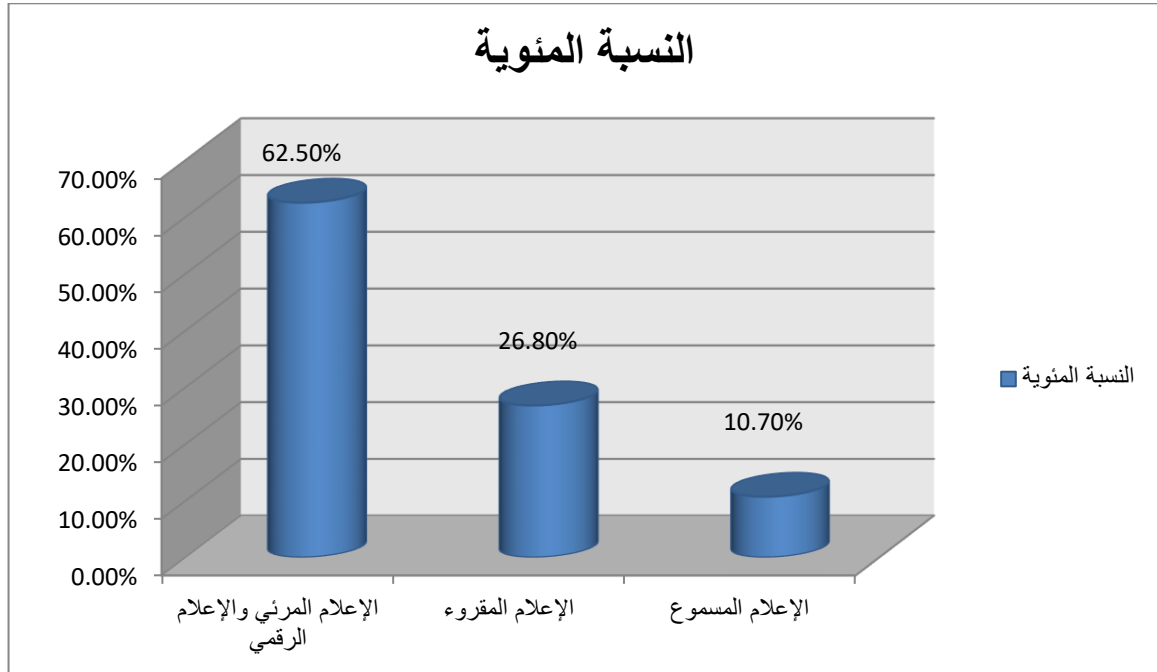
جدول (7)

الوسائل الإعلامية الأكثر متابعة

الوسائل الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
الإعلام المرئي والإعلام الرقمي	48	62.5%
الإعلام المقروء	21	26.8%
الإعلام المسموع	8	10.7%
المجموع	77	100%

شكل (7)

الوسائل الإعلامية الأكثر متابعة



المصدر: بيانات الجدول (7)

8- أنواع الإعلام الرقمي الأكثر متابعة

يظهر من خلال بيانات الجدول (8) والشكل (8) أن (إنستغرام) يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 19.8% يليه (تيك توك) بنسبة 18.6% (ويوتيوب) في المرتبة الثالثة بنسبة 18.0% فهذه النسب تشير إلى تزايد تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي الليبي، حيث يعد (إنستغرام و تيك توك) من أبرز الوسائل التي تشكل اهتماماتهم اليومية وتوجهاتهم الثقافية والاجتماعية فهذه المنصات توفر محتوى متنوعاً وسريعاً، مما يعزز التأثير الفوري في بناء التصورات حول الهوية

الوطنية، حيث يتعرض الطلاب لمحتوى عالمي قد يؤثر في فهمهم لثقافتهم وهويتهم ويأتي (واتساب) في المرتبة الرابعة بنسبة 14.2% وهذا يشير إلى أن هذه الوسيلة لا تقتصر على التواصل الشخصي فقط، بل أصبحت أيضًا مصدرًا رئيسًا للحصول على المعلومات بين الشباب أما (تليغرام وفايبر)، رغم تراجع تأثيرهما مقارنة بالمنصات الأخرى، فإنهما يعكسان تقضيلات متعددة داخل البيئة الرقمية التي يرتبط بها الطلاب في المقابل، فإن منصات مثل (فيسبوك والإيميل) تأتي في المرتبتين السابعة والثامنة، ما يدل على تراجع تأثيرها بين الشباب الجامعي الليبي، خاصة في ظل التوجهات الحديثة نحو منصات أكثر تفاعلية وسرعة فمن خلال هذا التحليل يستنتج أن الإعلام الرقمي يؤدي دورًا حاسمًا في تشكيل الهوية الوطنية للطلاب، حيث أن تأثير المنصات مثل (إنستغرام وتيك توك) في الحياة اليومية يسهم في تشكيل رؤاهم حول الثقافة الوطنية.

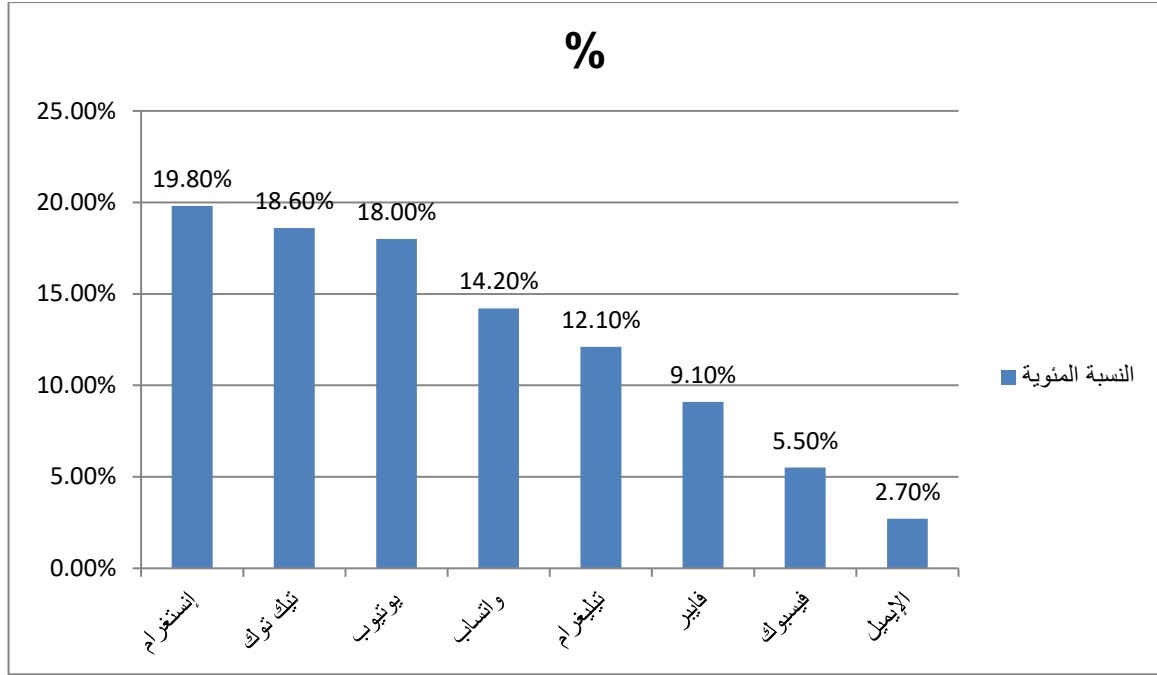
جدول (8)

أنواع الإعلام الرقمي الأكثر متابعة

نوع الإعلام الرقمي	التكرار	النسبة المئوية
إنستغرام	15	19.8%
تيك توك	14	18.6%
يوتيوب	14	18.0%
واتساب	11	14.2%
تليغرام	9	12.1%
فايبر	7	9.1%
فيسبوك	5	5.5%
الإيميل	2	2.7%
المجموع	77	100%

شكل (8)

أنواع الإعلام الرقمي الأكثر متابعة



المصدر: بيانات الجدول (8)

9- آراء أفراد العينة حول نجاح وسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية

يظهر من خلال محتويات الجدول (9) والشكل (9) أن غالبية الطلاب يرون أن وسائل الإعلام تؤدي دورًا إيجابيًا في تعزيز الهوية الوطنية، حيث أن 62.3% من الطلاب يعتقدون أن وسائل الإعلام كانت "ناجحة جدًا" وهذه النسبة العالية تشير إلى أن وسائل الإعلام، سواء كانت مرئية أو رقمية، تؤدي دورًا مهمًا في نشر الوعي الثقافي الوطني وتعزيز الانتماء الوطني لدى الشباب الجامعي، وأن 25.9% يرون أن الإعلام كان "ناجحًا جزئيًا" في هذا الدور، مما يعكس وجود نوع من التباين بين الطلاب في تقديرهم لمدى فعالية الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية، وهذا قد يدل على أن بعض الطلاب قد لا يرون أن الإعلام يعكس بشكل كامل قيمهم الوطنية أو يساهم بشكل كافٍ في بناء فهم متكامل عن الهوية الليبية. أما 11.7% من الطلاب فيعتقدون أن الإعلام "غير ناجح" في تعزيز الهوية الوطنية، وأن هذا الرأي قد يعكس إحباطًا من المحتوى الإعلامي السائد أو انتقادًا لعدم تغطيته للقضايا الوطنية بشكل عميق أو متوازن.

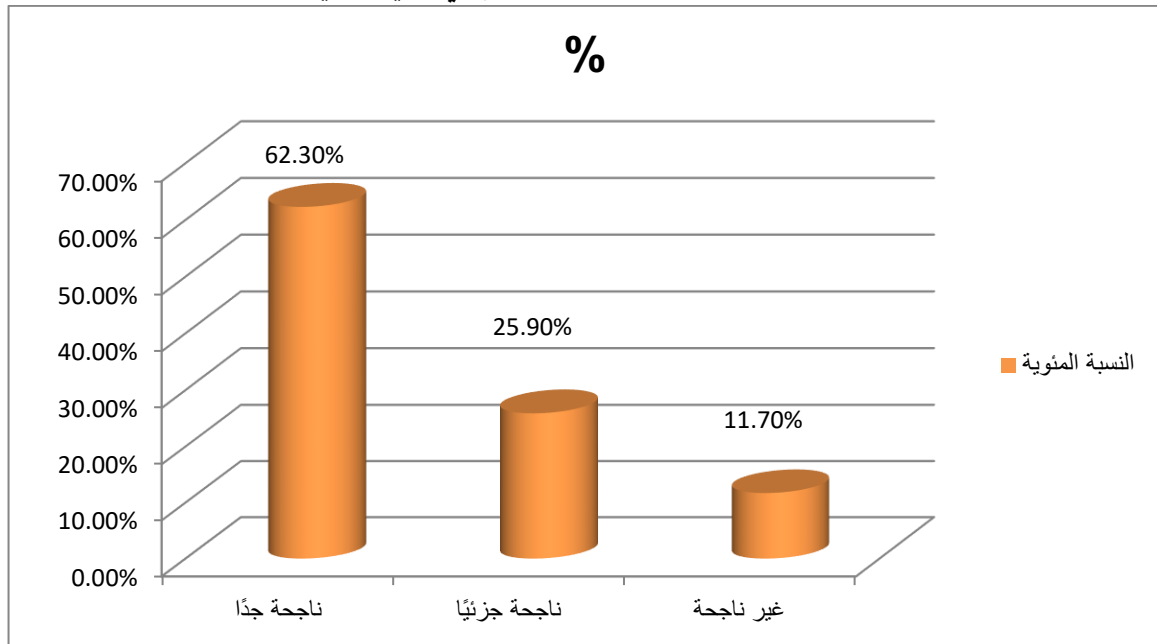
جدول (9)

آراء أفراد العينة حول نجاح وسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية

النسبة المئوية	التكرار	تقييم نجاح الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية
62.3%	48	ناجحة جدًا
25.9%	20	ناجحة جزئيًا
11.7%	9	غير ناجحة
% 100.00	77	المجموع

جدول (9)

آراء أفراد العينة حول نجاح وسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية



المصدر: بيانات الجدول (9)

آراء أفراد العينة حول مساهمة وسائل الإعلام في تأكيد امتلاك المواطن للهوية الوطنية

يظهر من خلال بيانات الجدول (10) والشكل (10) أن 54.2% من الطلاب يوافقون على أن وسائل الإعلام تسهم في تعزيز الهوية الوطنية ، مما يعكس إدراكًا إيجابيًا لدور الإعلام في بناء الهوية الوطنية وهذا الرأي يعكس إيمانًا قويًا بقدرة وسائل الإعلام على توجيه الرأي العام ونقل الرسائل الثقافية والوطنية، وهو أمر يمكن أن يكون ذا تأثير مشابه في ليبيا، حيث يعد الإعلام أداة رئيسة في نشر القيم والمفاهيم الوطنية لدى الشباب الجامعي، وأن 35.2% من الطلاب قالوا إنهم "أحيانًا" يشعرون أن وسائل الإعلام تسهم في تعزيز الهوية الوطنية، ما يعكس تباينًا في الرؤى حول مدى فعالية الإعلام في هذا الدور ، وهذه الفئة ربما ترى أن الإعلام له دور جزئي أو مشروط في بناء الهوية الوطنية، وهو ما يعكس بعض التحديات

التي قد يواجهها الإعلام في تقديم محتوى يعكس الهوية الوطنية بشكل كامل أما ما نسبة 10.6% فلا يوافقون على مساهمة الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية، بسبب عدم كفاية الجهود الإعلامية أو شعورًا بعدم تمثيل الهوية الوطنية بشكل صحيح.

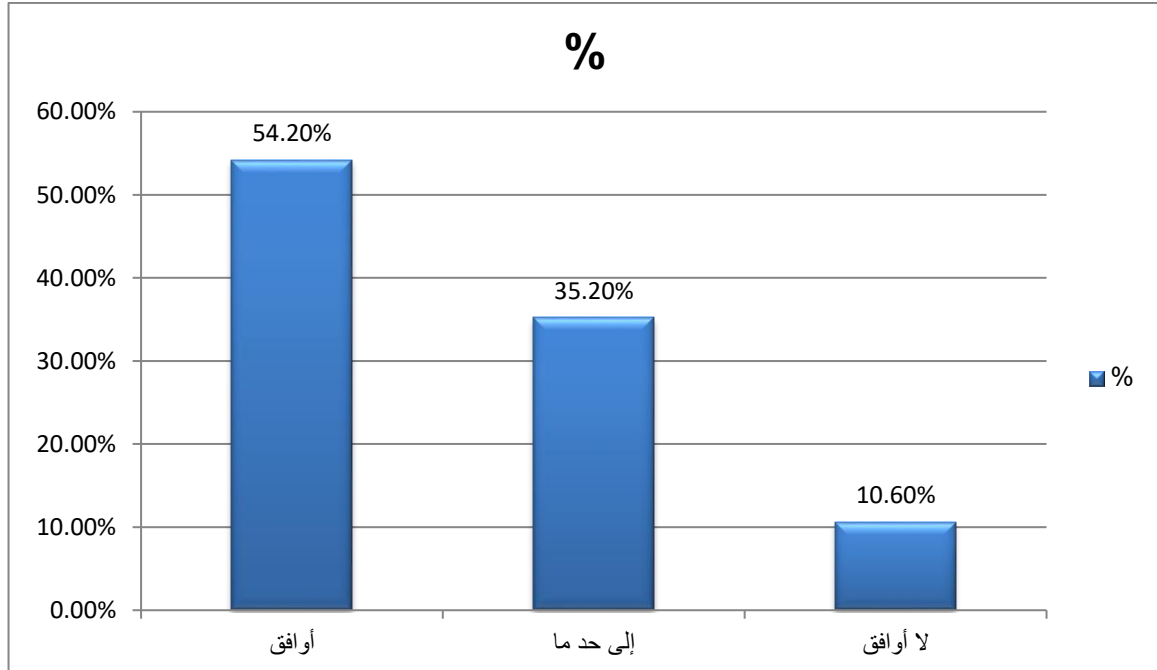
جدول (10)

آراء أفراد العينة حول مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية الليبية

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
54.2 %	42	أوافق
35.2 %	27	إلى حد ما
10.6 %	8	لا أوافق
100 %	77	المجموع

شكل (10)

آراء أفراد العينة حول مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية الليبية



المصدر : بيانات الجدول (10)

آراء أفراد العينة حول الثقة في وسائل الإعلام في تأكيد أمتلاك المواطن الهوية الوطنية

يظهر من خلال بيانات الجدول (11) والشكل (11) أن 54.2% من الطلاب يعتقدون أن وسائل الإعلام تسهم أحيانًا في تأكيد الهوية الوطنية، مما يعكس درجة من الثقة المشروطة في الإعلام، حيث يقرون بدوره في تأكيد الهوية لكن مع تحفظات قد تكون ناتجة عن عدم الاستمرارية أو نقص التغطية الكافية في بعض الأحيان ، وهذه النسبة تشير إلى أن الطلاب يدركون

تأثير وسائل الإعلام على الهوية الوطنية، لكنهم قد يشكون في مدى جدية الإعلام في تعزيز الهوية بشكل مستمر وواقعي. أما 35.2 % فيؤكدون أنهم يوافقون على دور وسائل الإعلام في تأكيد الهوية الوطنية، وهو ما يدل على أن هؤلاء الطلاب يثقون في أن الإعلام يعكس الهوية الوطنية بشكل إيجابي ويؤدي دوراً مهماً في ترسيخ الهوية في أذهانهم ، وأن 10.6 % لا يوافقون على أن وسائل الإعلام تؤكد الهوية الوطنية، مما يشير إلى وجود انتقادات من بعض الطلاب تجاه الإعلام، ربما بسبب المحتوى غير الدقيق أو التقديم الغير متوازن للقضايا الوطنية .

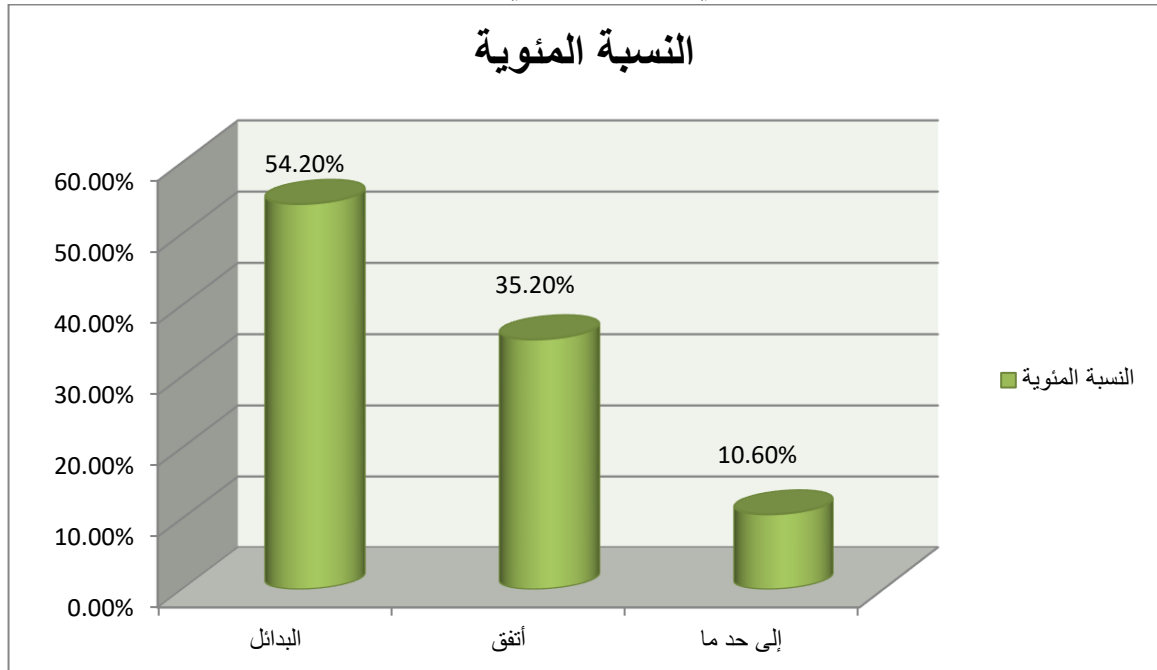
جدول (11)

آراء أفراد العينة حول الثقة في وسائل الإعلام في تأكيد أملاك المواطن الهوية الوطنية

المرتبة	التكرار	النسبة المئوية
البدايل	42	54.2%
أُتفق	27	35.2%
إلى حد ما	8	10.6%
المجموع	77	% 100.00

جدول (11)

آراء أفراد العينة حول الثقة في وسائل الإعلام في تأكيد أملاك المواطن الهوية الوطنية



المصدر: بيانات الجدول (11)

النتائج :

1. تباينت أعمار أفراد العينة حيث تراوحت من 19 - 21 سنة ينتمون إلى طبقات اجتماعية متعددة، معظمهم من ذوي الدخل المتدني والمتوسط، وأكثر من 80% منهم غير متزوجين ويعتمدون على أولياء أمورهم كمصدر دخل أساس .
2. أن الطلبة يتابعون وسائل الإعلام بشكل يومي ولمدة زمنية تتجاوز ثلاث ساعات، حيث تجاوزت نسبة المتابعة 50%، ولم يلاحظ وجود من يعزف عن متابعة وسائل الإعلام إلا من يضطر لذلك بسبب العمل.
3. أن الوسائل الأكثر متابعة بين الطلبة كانت الإعلام الرقمي والتلفزيون، باعتبارهما الأكثر تأثيراً في الحصول على المعلومات .
4. أن غالبية الطلبة يرون أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً كبيراً في تعزيز الهوية الوطنية، سواء من خلال الإعلام المرئي أو الرقمي، بينما يرى البعض أنها تؤثر بشكل محدود أو "أحياناً"، وهناك نسبة قليلة لم تعترف بتأثيرها.
5. أن غالبية الطلاب الجامعيين يفضلون متابعة وسائل الإعلام الرقمية، مثل إنستغرام وتيك توك، التي تشكل دوراً بارزاً في بناء فهمهم للهوية الوطنية، حيث أظهرت النسب أن 62.5% من الطلاب يتفاعلون بشكل مكثف مع هذه الوسائل.
6. أن نسبة 62.3% من الطلاب يرون أن وسائل الإعلام كانت "ناجحة جداً" في تعزيز الهوية الوطنية، مما يشير إلى أن الإعلام يؤدي دوراً مهماً في تعزيز الانتماء الوطني بين الشباب الجامعي.
7. أن 54.2% من الطلاب يثقون في الإعلام أحياناً في تأكيد الهوية الوطنية، بينما 35.2% يوافقون بشكل كامل على دوره، مما يعكس وجود تحفظات لدى بعض الطلاب على مصداقية الإعلام.
8. أن منصات مثل إنستغرام وتيك توك تحتل المرتبة الأولى في متابعة الطلاب، مما يبرز تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام للطلاب وتعزيز الهوية الوطنية من خلال وسائط مرئية وتفاعلية.
9. أن 10.6% من الطلاب أظهروا انتقادات حول عدم نجاح الإعلام في تأكيد الهوية الوطنية، مما يشير إلى ضرورة تحسين جودة المحتوى الوطني وتطويره بما يتماشى مع قيم المجتمع.

التوصيات والمقترحات:

1. ينبغي على وسائل الإعلام الليبية، سواء الرقمية أو التقليدية، تكثيف إنتاج المحتوى الذي يعزز الهوية الوطنية من خلال تسليط الضوء على القيم الثقافية والاجتماعية الليبية وتعليم الطلاب عن تاريخهم وحضارتهم.
2. أن تسعى وسائل الإعلام إلى تقديم تقارير أكثر موضوعية وشفافية حول القضايا الوطنية، بالإضافة إلى تعزيز الحوارات والنقاشات التي تعكس التنوع الثقافي داخل ليبيا.
3. أن منصات مثل إنستغرام وتيك توك هي الأكثر متابعة بين الطلاب، يمكن استثمار هذه المنصات في إنشاء حملات إعلامية تهدف إلى تعزيز الهوية الوطنية، باستخدام الفيديوهات القصيرة والمحتوى التفاعلي.
4. ينبغي إشراك الطلاب في خلق محتوى إعلامي يعكس واقعهم وتجاربهم الثقافية الوطنية، مثل إجراء مسابقات إعلامية أو إنشاء محتوى يروج للقيم الوطنية ويعزز الانتماء الوطني.
5. إجراء دراسات استطلاعية دورية لتقييم مدى تأثير وسائل الإعلام على الهوية الوطنية لدى الطلاب الجامعيين في ليبيا، بهدف تعديل الاستراتيجيات الإعلامية وفقاً لاحتياجات الجيل الحالي.

المصادر المراجع

1. الفلاح، محمد مفتاح. (2019). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التنشئة السياسية والهوية الوطنية لدى طلاب الجامعة الليبية: دراسة ميدانية على جامعة سرت. مجلة الإعلام والاتصال، جامعة سرت، ليبيا.
2. الزروق، سالم أحمد. (2021). دور وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الليبي. مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، إحدى الجامعات الليبية.
3. رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام، ط2، القاهرة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، 2009.
4. رفيق يونس صالح، تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية - دراسة حالة فضائية فلسطين، القدس: جامعة النجاح الوطنية، 2016.
5. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي وبحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب، 1995.
6. سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
7. طالب محمود الخفاجي، ابتسام سعدون محمد، منال عبد الله العزاوي، مستوى شعور طلبة كلية التربية بالهوية الوطنية، المؤتمر الدولي الخامس لكلية العلوم الاجتماعية، الكرك، الجزائر: مجلة التراث، 2013.
8. عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي، القاهرة: دار الكتب الحديثة، 2012.
9. عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، القاهرة: دار القلم، 1963م.
10. عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، عمان: الأردن: مكتبة الكتاني للنشر والتوزيع، 2003م.
11. علاء حسين عبد، تسويق الهوية الوطنية عبر وسائل الاتصال أثناء الاحتجاجات لدى الجمهور العراقي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2021م.
12. علي محمد الجرجاني، معجم التعريفات، الفترة: دار الفضيلة، 1993م.
13. مجموعة مؤلفين، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2013م.
14. محمد جلال الغندو، البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، 2015م.
15. محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية: دراسة تحليلية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العددان 1-2، 2011م.
16. محمد منصور، المواطنة والهوية في عالم متغير، القاهرة: المكتبة الأنجلو مصرية، 2016م.
17. منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، القاهرة: دار النشر للجامعات، 2007م.
18. Ibrahim Abdul Rahman Rajab, Research Methods in the Social Sciences, Riyadh: World of Books, 2003 AD.
19. Hammad, M. A., & Awed, H. S. (2023). Social media and its impact on promoting the national identity of university students in Saudi Arabia. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 23(5), 45–60.
20. Al-Saify, H., Alshammari, A., & Alotaibi, S. (2022). The use of social media and its relationship to national identity among university students. *International Journal of Learning and Development*, 12(2), 112–128.