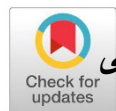


Research Article

Open Access



تحولات أنماط المشاهدة بين المنصات الرقمية والقنوات التلفزيونية الفضائية: دراسة ميدانية على الجمهور الليبي

سعيد مفتاح حمد شناني*

الباحث الأول*: قسم الاعلام،
جامعة عمر المختار، ليبيا

المستخلص: تناولت الدراسة التحولات في أنماط المشاهدة الإعلامية لدى الجمهور الليبي في ظل الانتشار المتزايد للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي الميداني، مستخدمة الاستبانة لجمع البيانات من عينة طبقية قوامها (400) مفردة. واستندت إلى مدخل الاستخدامات والإشباع ونموذج تقبل التكنولوجيا لتفسير دوافع التحول نحو المنصات الرقمية. أظهرت النتائج تزايد اعتماد الشباب على الهواتف الذكية والإنترنت لمتابعة المحتوى الإعلامي، مقابل تراجع متابعة القنوات الفضائية التقليدية. كما تبين أن منصات مثل فيسبوك ويوتيوب وتلفيكس وشاهد وتيك توك أصبحت الخيار المفضل؛ لما توفره من سهولة الوصول، والتفاعلية، وتنوع المحتوى، وإمكانية المشاهدة عند الطلب. وأشارت النتائج إلى تأثير هذا التحول في العادات الاجتماعية المرتبطة بالمشاهدة الجماعية للتلفزيون، لصالح المشاهدة الفردية عبر الأجهزة الذكية. وأوصت الدراسة بتطوير محتوى القنوات الفضائية الليبية وتعزيز تكاملها مع المنصات الرقمية لمواكبة المنافسة المتزايدة.

الكلمات المفتاحية: أنماط المشاهدة، القنوات الفضائية، المنصات الرقمية، الجمهور الليبي، التحول الإعلامي.

*Corresponding author:

Saeed Muftah Shanani,
saeid.shanani@omu.edu.ly
Department of Media,
Omar Al-Mukhtar University,
Libya

Received:
25/04/2026

Accepted:
12/07/2026

Publish online:
31/08/2026

Shifts in Viewing Patterns Between Digital Platforms and Satellite TV Channels: A Field Study of the Libyan Audience

Abstract: This study examines the changes in media consumption patterns among Libyan audiences in light of the growing spread of digital platforms and social media. The research employed a descriptive-analytical field approach, using a questionnaire to collect data from a stratified sample of 400 respondents. The theoretical framework was based on the Uses and Gratifications Theory and the Technology Acceptance Model to explain the shift toward digital platforms. The findings revealed that younger age groups increasingly rely on smartphones and the Internet for media consumption, while viewership of traditional satellite television channels has declined. Platforms such as Facebook, YouTube, Netflix, Shahid, and TikTok have become the preferred choice due to their accessibility, interactivity, content diversity, and on-demand viewing features. The study also found that digital transformation has influenced social viewing habits, with individual viewing through smart devices becoming more common than collective television viewing. The study recommends enhancing Libyan satellite channel content and adopting integrated digital strategies to remain competitive in the evolving media landscape.

Keywords: viewing patterns, satellite channels, digital platforms, Libyan audience, media transformation.



The Author(s) 2024. This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.

المقدمة:

شهدت ليبيا خلال السنوات الأخيرة تحولات عميقة في المشهد الإعلامي، مدفوعة بالانتشار الواسع للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي. هذه المنصات لم تعد مجرد أدوات للتواصل الشخصي، بل أصبحت فضاءً رئيساً لاستهلاك الأخبار والمحتوى الترفيهي، وهو ما انعكس بشكل مباشر على معدلات مشاهدة القنوات التلفزيونية الفضائية التقليدية.

لقد أدى هذا التحول إلى إعادة تشكيل أنماط المشاهدة لدى الجمهور الليبي، إذ باتت الفئات العمرية الشابة أكثر اعتماداً على الهواتف الذكية والإنترنت لمتابعة المحتوى، في حين تراجعت نسب متابعة القنوات الفضائية المحلية والدولية. هذا التراجع لا يرتبط فقط بتغير الوسيلة، بل يعكس أيضاً تحولات في تفضيلات الجمهور، ومستوى التفاعلية، وسهولة الوصول إلى المحتوى الرقمي، مقارنة بالبحث الفضائي التقليدي (المبري، 2025).

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تسعى إلى تحليل التحولات في أنماط المشاهدة الإعلامية لدى الجمهور الليبي، من خلال دراسة ميدانية تستند إلى بيانات واقعية، بهدف الكشف عن حجم التأثير الذي أحدثته المنصات الرقمية في القنوات الفضائية، وتحديد العوامل الاجتماعية والتقنية التي تقف وراء هذا التحول. كما تستهدف تقديم قراءة معمقة تساعد الباحثين وصانعي القرار على فهم السياق المحلي، واستشراف مستقبل الإعلام الفضائي في ظل المنافسة الرقمية المتزايدة.

مشكلة الدراسة

على الرغم من الانتشار الواسع للقنوات التلفزيونية الفضائية في ليبيا، وما تمثله من مصدر رئيس للأخبار والترفيه لعقود طويلة، فإن السنوات الأخيرة شهدت تحولاً ملحوظاً في أنماط المشاهدة لدى الجمهور الليبي باتجاه المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، هذا التحول يثير تساؤلات حول مدى تأثير المنصات الرقمية في معدلات متابعة القنوات الفضائية، خاصة في ظل تزايد اعتماد الفئات العمرية الشابة على الهواتف الذكية والإنترنت للحصول على المحتوى الإعلامي.

وعلى الرغم من وجود دراسات عربية عامة تناولت العلاقة بين الإعلام التقليدي والرقمي، فإن السياق الليبي ما يزال يعاني من ندرة البحوث الميدانية التي ترصد بدقة حجم هذا التحول، وتحدد العوامل الاجتماعية والتقنية التي تقف وراءه. ومن هنا تتبع مشكلة الدراسة في غياب بيانات علمية موثقة حول انعكاسات المنصات الرقمية على نسب مشاهدة القنوات الفضائية لدى الجمهور الليبي، ما يخلق فجوة معرفية تحتاج إلى معالجة عبر دراسة ميدانية منهجية.

أهمية الدراسة

1- الأهمية العلمية

- تسد هذه الدراسة فجوة معرفية في الأدبيات الليبية والعربية، إذ تندر البحوث الميدانية التي ترصد بدقة أثر المنصات الرقمية في معدلات مشاهدة القنوات الفضائية.
- تقدم إطاراً تحليلياً لفهم التحولات في أنماط المشاهدة الإعلامية، وهو ما يثري الدراسات المستقبلية في مجال الإعلام والاتصال.
- تسهم في تطوير أدوات قياس جديدة تربط بين المتغيرات الرقمية (الاستخدام، التفاعلية، المحتوى) والمتغيرات التقليدية (المشاهدة الفضائية، العادات الإعلامية).

2- الأهمية التطبيقية

- تساعد القنوات الفضائية الليبية والعربية على فهم أسباب تراجع نسب المشاهدة، وتطوير استراتيجيات للتكيف مع المنافسة الرقمية (مثل البث عبر الإنترنت أو إنتاج محتوى قصير وتفاعلي).
- تقدم مؤشرات عملية لصانعي القرار الإعلامي حول كيفية إعادة هيكلة السياسات الإعلامية بما يتناسب مع التحولات الرقمية.
- توفر بيانات ميدانية يمكن أن يستفيد منها الباحثون والجامعات في تطوير مناهج الإعلام والاتصال بما يتماشى مع الواقع الرقمي الجديد.

3- الأهمية المجتمعية

- تكشف عن تأثير التحول الرقمي في العادات الاجتماعية المرتبطة بالمشاهدة الجماعية للتلفزيون، مقابل المشاهدة الفردية عبر الأجهزة الذكية.
- تساعد على فهم انعكاسات هذا التحول على الهوية الثقافية والإعلامية في ليبيا، خصوصاً في ظل المنافسة بين المحتوى المحلي والدولي.

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً- الإطار النظري:

يسعى هذا الإطار إلى تقديم الأسس النظرية التي تفسر تحول أنماط المشاهدة من القنوات الفضائية التقليدية إلى المنصات الرقمية، من خلال استعراض أهم النظريات الإعلامية والاتصالية التي تُسهم في فهم الظاهرة محل الدراسة، ثم توظيفها في سياق الجمهور الليبي.

1- نظرية الاستخدامات والإشباع:

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أكثر النظريات ملائمة لدراسة السلوك الإعلامي النشط للجمهور، إذ تركز على ما يفعله الناس بوسائل الإعلام، بدلاً مما تفعله وسائل الإعلام بالناس، وترتكز هذه

النظرية على افتراض أن الجمهور يختار وسائل الإعلام ومحتواها بشكل واعٍ وهادف؛ لإشباع حاجات معينة ودوافع نفسية واجتماعية (كانز، بلومر، وغورفيتش، 1973).

في سياق هذه الدراسة، يمكن تفسير تحول الجمهور الليبي نحو المنصات الرقمية من خلال البحث عن إشباع لم تتحقق عبر التلفزيون التقليدي، مثل:

- المرونة الزمنية والمكانية: إشباع الرغبة في التحكم بوقت ومكان المشاهدة (مشاهدة المحتوى عند الطلب).

- التفاعلية: إشباع الحاجة إلى التفاعل مع المحتوى والآخرين، عبر التعليقات والمشاركة.
- تجنب الإعلانات: إشباع الرغبة في مشاهدة متواصلة دون انقطاع.
- تنوع المحتوى: إشباع الاحتياجات الفردية المتخصصة التي لا تلبيها القنوات العامة.

وبذلك، تساعد النظرية على الإجابة عن التساؤل المتعلق بـ "الدوافع" (التساؤل الثالث والفرض الثالث)، إذ يُنظر إلى الهجرة نحو المنصات الرقمية على أنها استجابة عقلانية لتحقيق إشباع أعلى جودة.

2- نظرية تقبل التكنولوجيا:

طوّرها ديفيس (Davis, 1989) لشرح سلوك قبول المستخدمين للتكنولوجيات الجديدة، وتفترض النظرية أن هناك عاملين رئيسيين يحددان نية الفرد لاستخدام تكنولوجيا معينة:

- المنفعة المدركة: (Perceived Usefulness) وهي درجة اعتقاد الفرد أن استخدام التكنولوجيا سيحسن أدائه أو يمنحه فوائد إضافية.

- سهولة الاستخدام المدركة: (Perceived Ease of Use) وهي درجة اعتقاد الفرد أن استخدام التكنولوجيا لن يتطلب مجهودًا كبيرًا

في هذه الدراسة، تُعد المنصات الرقمية (مثل يوتيوب، فيسبوك، نتفليكس) نظامًا تكنولوجيًا جديدًا نسبيًا، مقارنة بالتلفزيون التقليدي. وتشير نتائج الدراسة الميدانية (الجدول 6) إلى أن "سهولة الوصول للمحتوى في أي وقت" مثّلت أقوى دافع للتحول، وهو ما يعكس بوضوح المنفعة المدركة العالية، في حين تمثّل واجهات المستخدم البسيطة في الهواتف الذكية سهولة استخدام مدركة عالية، خاصة لدى الفئات الشابة. وعليه، تفسّر النظرية سبب تحول الجمهور تقنيًا وليس محتوى فقط.

3- توظيف النظريات في الدراسة الحالية

لا تعمل نظرية الاستخدامات والإشباع ونموذج تقبل التكنولوجيا في هذه الدراسة بوصفها أطرًا منفصلة، بل يتكاملان لتقديم تفسير شمولي للتحول الجذري في أنماط المشاهدة لدى الجمهور الليبي. ويمكن رصد هذا التوظيف من خلال النقاط الآتية:

- تفسير الدوافع النفسية والتقنية: بينما تفسر نظرية الاستخدامات والإشباع "لماذا" يختار الجمهور الليبي المنصات الرقمية (البحث عن التنوع والهروب من ضعف المحتوى المحلي)، يفسر نموذج تقبل التكنولوجيا "كيف" ساهمت خصائص الوسيلة (السهولة والمنفعة) في تسريع هذا الاختيار.
- تأكيد "نشاط الجمهور" في البيئة الرقمية: أثبتت نتائج الدراسة أن الجمهور الليبي جمهور "نشط" بامتياز؛ فهو يتخذ قرارًا عقليًا بالهجرة نحو المنصات؛ لتحقيق إشباع عجز التلفزيون التقليدي عن توفيرها. ويتجلى ذلك في حصول "سهولة الوصول" و"المرونة الزمنية" على أعلى المتوسطات الحسابية. (4.36)
- تفسير الفجوة العمرية (الفروق الديموغرافية): ساعدت النظريات في تفسير سبب كون فئة الشباب (20-30 سنة) هي الأكثر اندفاعًا نحو الرقمية؛ إذ يمتلك الشباب "سهولة استخدام مدركة" أعلى تجاه التكنولوجيا، ولديهم احتياجات لإشباع "تفاعلية" و"قرئية" لا يوفرها النمط التقليدي للمشاهدة الجماعية.
- تفسير العلاقة التنافسية: من خلال عدسة "المنفعة المدركة"، يتبين أن تراجع القنوات الفضائية الليبية يعود إلى عدم قدرتها على منافسة "الفائدة" التي تقدمها المنصات. فالجمهور يوازن بين جهد التعرض للفضائيات (قيود زمنية وإعلانات مزعجة) وبين منفعة المنصات (حرية الاختيار وجودة التجربة)، ويميل إلى الطرف الأكثر نفعًا.

ثانيًا- الدراسات السابقة

1- عادات وأنماط استخدام الجمهور لمنصات المشاهدة الرقمية - دراسة على "شاهد نت" (2025):

استهدفت الباحثة لمام فتيحة البحث في التغيرات الملموسة في عادات استهلاك الجمهور العربي للمحتوى الرقمي عبر منصة "شاهد. نت". اعتمدت الدراسة الميدانية على تحليل تجربة الجمهور مع المنصة بوصفها ظاهرة جديدة في تلقي البرامج التلفزيونية عبر الإنترنت. وتوصلت الدراسة إلى أن الإقبال المتزايد على المنصات الرقمية يعود إلى ارتفاع معدلات استخدام الإنترنت وجودة المضامين المقدمة مقارنة بالتلفزيون التقليدي وتنوعها. وأشارت النتائج إلى أن تجربة المشاهدة الرقمية تمنح المستخدم مرونة عالية وسهولة في الوصول للمحتوى، وهو ما ساهم في تشكيل ممارسات ثقافية جديدة تعتمد على التكنولوجيا الرقمية في الحياة اليومية للفرد العربي.

2- استخدامات الجمهور لمنصات المشاهدة الرقمية وعلاقتها بتغير أنماط التعرض للمضامين الدرامية (2025)

استهدفت هذه الدراسة التي أعدها سالي ماهر نصار تحليل ظاهرة "المشاهدة المفرطة" للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية لدى الجمهور المصري. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبانة، واستندت إلى نموذج تقبل التكنولوجيا ومدخل الاستخدامات والإشباع. وتوصلت النتائج إلى أن

المشاهدة المفردة أصبحت سلوكاً شائعاً، خاصة بين الشباب، مدفوعة بعوامل تقنية، مثل: سهولة الاستخدام، وجودة المحتوى. كما أظهرت أن الدوافع الرئيسة تشمل: التسلية، والهروب من ضغوط الحياة، والتحكم الكامل في وقت المشاهدة. وأشارت الدراسة إلى وجود فروق عمرية، إذ يميل الشباب إلى استخدام الهواتف الذكية للمتابعة، في حين تظل الفئات الأكبر سناً أكثر ارتباطاً بالتلفزيون التقليدي.

3- تحول القنوات التلفزيونية إلى منصات البث المباشر واتجاهات الجمهور نحوه (2025)

بحث عبد الله الفردي في ظاهرة تحول القنوات التلفزيونية التقليدية نحو منصات البث المباشر الرقمية واتجاهات الجمهور السعودي نحوها. وركزت الدراسة على تطور تكنولوجيا البث الرقمي، وكيفية توظيف القنوات لمواقع التواصل الاجتماعي؛ لتعزيز التفاعل مع المشاهدين. وأوضحت الدراسة أن الإنترنت أصبح وسيلة إعلامية جذابة للإعلانات والتسويق، وهو ما دفع المؤسسات الإعلامية التقليدية لتبني التقنيات الرقمية لضمان انتشار محتواها. كما بينت النتائج أن الجمهور ينجذب إلى هذه المنصات لسهولة الوصول إليها وتوافر المحتوى في أي وقت، مع وجود رغبة متزايدة في استبدال البث التقليدي بمنصات البث المباشر التي تمنح المشاهد استقلالية أكبر في الاختيار.

4- تأثير منصات المشاهدة الرقمية على التلفزيون التقليدي في إطار مفهوم التكامل الإعلامي

(2025)

تناولت الباحثة أماني عزت إبراهيم مدى تأثير المنصات الرقمية في مستقبل التلفزيون التقليدي من وجهة نظر الخبراء. وطبقت الدراسة أداة المقابلة مع 16 خبيراً في مجال الإعلام والدراما؛ لاستشراف السيناريوهات المستقبلية. وخلصت النتائج إلى أن المنصات الرقمية أحدثت تغييراً جوهرياً في أنماط الاستهلاك الإعلامي وصناعة الإعلان. وطرحت الدراسة ثلاثة سيناريوهات للتلفزيون التقليدي: البقاء والاستمرار (وهو الأرجح)، أو التكامل مع المنصات، أو الاختفاء التدريجي. وفي المقابل، يتوقع الخبراء للمنصات الرقمية مزيداً من الانتشار والتخصص أو الدمج والاستحواذ، مؤكدين أن الغلبة ستكون للوسيلة الأكثر قدرة على جذب الجمهور وتقديم محتوى متميز.

5- تحولات المشاهدة من التلفزيون إلى نتفليكس: تجديد الخطاب النهايات أم تقارب للميديا

(2023)

ركزت هذه الدراسة التي أعدتها سوهيلة بضياف على تحليل العلاقة التنافسية والتكاملية بين منصة "نتفليكس" والتلفزيون التقليدي. وسعت الباحثة إلى تفكيك خطاب "نهاية التلفزيون" الذي تروج له المنصات الرقمية، وبحثت في جوانب الالتقاء والتنافر بينهما. وخلصت الدراسة إلى أن ظهور نتفليكس لم يكن بالضرورة بديلاً نهائياً للتلفزيون، بل أدى إلى تحول في ممارسات المشاهدة، عبر تحرير المشاهد من قيود الجدولة الزمنية

للمحتوى. وأكدت النتائج أن ما يحدث هو "تقارب ميديولوجي"، إذ تتداخل السياقات التكنولوجية والاجتماعية لتشكيل أنماط مشاهدة جديدة، تجمع بين مرونة الرقمي، وعراقة المحتوى التلفزيوني.

- التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها

تتفق الدراسات السابقة في تناولها للتحويلات التي طرأت على أنماط المشاهدة؛ نتيجة الانتشار الواسع للمنصات الرقمية، وأكدت جميعاً أن الجمهور أصبح أكثر ميلاً إلى المشاهدة المرنة التي تتيح التحكم في وقت التعرض للمحتوى ومكانه، مقارنة بالنمط التقليدي المرتبط بالبث التلفزيوني المحدد زمنياً. كما أجمعت الدراسات على أن التطور التكنولوجي، وسهولة الوصول إلى الإنترنت، وتنوع المحتوى، يعد من أبرز العوامل التي أسهمت في زيادة الاعتماد على المنصات الرقمية، خاصة لدى فئة الشباب.

وأظهرت الدراسات أن العلاقة بين المنصات الرقمية والقنوات التلفزيونية التقليدية ليست علاقة إلغاء تام، بل علاقة تنافس وتكامل في الوقت نفسه. فقد بينت دراسة أمانى عزت إبراهيم، ودراسة سوهيلة بضياف، أن التلفزيون التقليدي ما زال قادراً على الاستمرار، إذا تمكّن من التكيف مع البيئة الرقمية، عبر دمج خدمات البث المباشر، والتفاعل الرقمي مع محتواه.

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة، يتضح أن معظمها ركّز على المجتمعات العربية المختلفة مثل مصر والسعودية، في حين لا تزال البيئة الليبية بحاجة إلى مزيد من الدراسات الميدانية التي تبحث في طبيعة التحول في عادات المشاهدة لدى الجمهور الليبي، وهو ما يمنح الدراسة الحالية أهميتها العلمية.

وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في عدة جوانب، من أهمها:

- تحديد الإطار النظري المناسب المرتبط بالاستخدامات والإشباع وتقبل التكنولوجيا.
- صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها بصورة أكثر دقة.
- الاستفادة من أدوات جمع البيانات، خاصة الاستبانة المستخدمة في الدراسات الميدانية.
- التعرف على أهم المتغيرات المؤثرة في تحول الجمهور نحو المنصات الرقمية، مثل: سهولة الاستخدام، وجودة المحتوى، والمرونة الزمنية.
- المقارنة بين نتائج الدراسة الحالية ونتائج الدراسات السابقة، بما يساعد على تفسير الظاهرة في السياق الليبي.

• دعم الجانب التحليلي للدراسة من خلال الوقوف على أوجه التشابه والاختلاف بين البيئات الإعلامية العربية المختلفة.

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها تركز بصورة مباشرة على الجمهور الليبي، وتسعى إلى رصد تحولات أنماط المشاهدة بين المنصات الرقمية والقنوات الفضائية في البيئة الليبية، في ظل التغيرات التقنية والاجتماعية المتسارعة، بما يسهم في إثراء الدراسات الإعلامية العربية في هذا المجال.

- المفاهيم الإجرائية

1- المشاهدة الفضائية التقليدية

تُعرّف إجرائياً بأنها عدد الساعات التي يقضيها المبحوث يومياً في متابعة القنوات التلفزيونية الفضائية عبر جهاز التلفزيون، سواء بشكل فردي أو جماعي.

2- المشاهدة الرقمية عبر المنصات

تُعرّف إجرائياً بأنها عدد الساعات التي يقضيها المبحوث يومياً في متابعة المحتوى عبر منصات البث الرقمي (مثل فيسبوك، يوتيوب، نتفليكس، شاهد.نت)، باستخدام الأجهزة الذكية (هواتف، حواسيب، تلفزيون ذكي).

3- دوافع التحول نحو المنصات الرقمية

تُعرّف إجرائياً بأنها مجموعة الأسباب التي يذكرها المبحوث (سهولة الوصول، تنوع المحتوى، ضعف جودة الفضائيات، التفاعلية، مجانية المحتوى، المرونة الزمنية).

4- الانعكاسات الاجتماعية

تُعرّف إجرائياً بأنها التغيرات في العادات الاجتماعية المرتبطة بالمشاهدة الجماعية للتلفزيون، مقابل المشاهدة الفردية عبر الأجهزة الذكية.

5- تقييم جودة القنوات الفضائية

يُعرّف إجرائياً بأنه رأي المبحوث حول جودة البرامج الفضائية مقارنة بالمحتوى الرقمي.

- أهداف الدراسة

أولاً- الأهداف العامة

تحليل أثر المنصات الرقمية على معدلات مشاهدة القنوات التلفزيونية الفضائية لدى الجمهور الليبي، ورصد التحولات في أنماط المشاهدة الإعلامية.

ثانياً- الأهداف الخاصة

1- قياس معدلات المشاهدة: تحديد حجم متابعة القنوات الفضائية مقارنة بالمنصات الرقمية (عدد الساعات، ونوع المحتوى، وتكرار الاستخدام).

2- تحليل الفروق الديموغرافية: دراسة تأثير العمر، والجنس، والمستوى التعليمي في أنماط المشاهدة والتحول نحو المنصات الرقمية.

3- تحديد دوافع التحول: الكشف عن الأسباب التي تدفع الجمهور الليبي لتفضيل المنصات الرقمية (سهولة الوصول، التفاعلية، تنوع المحتوى، ضعف القنوات المحلية).

4- رصد انعكاسات التحول: دراسة أثر التحول في العادات الاجتماعية المرتبطة بالمشاهدة الجماعية للتلفزيون، مقابل المشاهدة الفردية عبر الأجهزة الذكية.

5- استشراف مستقبل الإعلام الفضائي: تقديم توصيات عملية للقنوات الفضائية الليبية حول كيفية التكيف مع المنافسة الرقمية.

- تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيس

• إلى أي مدى أثرت المنصات الرقمية في معدلات مشاهدة القنوات التلفزيونية الفضائية لدى الجمهور الليبي؟

التساؤلات الفرعية

1- ما حجم متابعة الجمهور الليبي للقنوات الفضائية مقارنة بالمنصات الرقمية، من حيث عدد الساعات ونوع المحتوى؟

2- هل توجد فروق دالة إحصائية في أنماط المشاهدة بين الفئات العمرية المختلفة (الشباب، متوسط العمر، كبار السن)؟

3- ما العوامل والدوافع التي تفسر تحول الجمهور نحو المنصات الرقمية (سهولة الوصول، التفاعلية، تنوع المحتوى، ضعف القنوات المحلية)؟

4- كيف أثرت المنصات الرقمية في العادات الاجتماعية المرتبطة بالمشاهدة الجماعية للتلفزيون، مقابل المشاهدة الفردية عبر الأجهزة الذكية؟

5- ما انعكاسات هذا التحول على مستقبل القنوات الفضائية الليبية، وما الاستراتيجيات الممكنة للتكيف مع المنافسة الرقمية؟

- فروض الدراسة

1- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المنصات الرقمية وانخفاض معدلات مشاهدة القنوات التلفزيونية الفضائية لدى الجمهور الليبي.

2- تختلف أنماط المشاهدة الإعلامية (التلفزيون الفضائي مقابل المنصات الرقمية) باختلاف الفئة العمرية للجمهور الليبي.

3- جودة البرامج في القنوات الفضائية الليبية تؤثر بشكل مباشر في قرار الجمهور في التحول نحو المنصات الرقمية.

- نوع الدراسة

دراسة وصفية تحليلية ميدانية، تستهدف جمع بيانات مباشرة من الجمهور الليبي عبر الاستبانة، ثم تحليلها إحصائياً لتفسير الظاهرة.

- منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الميداني، الذي يُستخدم لرصد الظاهرة كما هي في الواقع، ثم تحليلها إحصائياً وتفسيرها.

- مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور الليبي من الفئات العمرية المختلفة.

- عينة الدراسة

اختيرت العينة بطريقة طبقية؛ لضمان التمثيل العادل لجميع الفئات العمرية، وبلغ حجم العينة (400) مفردة؛ لضمان قوة إحصائية كافية، جرى تطبيق الاستبانة خلال الفترة الزمنية الممتدة من شهر فبراير 2026 إلى شهر مارس 2026، ما أتاح الحصول على بيانات حديثة تعكس واقع أنماط المشاهدة الإعلامية في ليبيا، في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.

- أدوات جمع البيانات

جُمعت البيانات باستخدام الاستبانة الإلكترونية التي صُممت وفق أهداف الدراسة وتساؤلاتها، ووُزعت عبر المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي.

- صدق وثبات أداة الدراسة

أولاً- الصدق

- **الصدق الظاهري:** عُرِضت الاستبانة على مجموعة من الخبراء في الإعلام والاتصال، وقد تأكدوا من أن الأسئلة تقيس فعلياً ما وضعت لقياسه، وأنها مناسبة لسياق الجمهور الليبي.
- **صدق المحتوى:** رُوجعت محاور الاستبانة؛ للتأكد من شمولها جميع أبعاد الظاهرة (أنماط المشاهدة، الدوافع، الانعكاسات الاجتماعية، التقييم العام).

ثانياً- الثبات

- **اختبار إعادة التطبيق (Test-Retest):** طُبِّقت الاستبانة على عينة صغيرة مرتين، بفواصل زمني قصير، ثم قورنت النتائج للتأكد من استقرارها.
- **معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha):** حُسب باستخدام برنامج SPSS لقياس الاتساق الداخلي بين بنود الاستبانة، وقد عُدَّ معاملًا مقبولاً عندما تجاوز (0.70).

– المعالجة الإحصائية

التحليل الوصفي: استُخرجت التكرارات والنسب المئوية للبيانات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية).

- حُسبت المتوسطات والانحرافات المعيارية لعدد ساعات مشاهدة الفضائية والرقمية.
- عُرِضت النتائج في جداول ورسوم بيانية لتوضيح أنماط المشاهدة.

– اختبارات الفروق

- استُخدم اختبار T-test لقياس الفروق بين مجموعتين (مثل الذكور والإناث في أنماط المشاهدة).
- طُبِّق اختبار ANOVA لتحليل الفروق بين أكثر من فئة (مثل الفئات العمرية المختلفة في استخدام المنصات الرقمية).

نتائج الدراسة الميدانية

الجدول (1): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	192	48%
أنثى	208	52%
المجموع	400	100%

يتضح من الجدول (1) أن توزيع العينة متوازن نسبياً بين الذكور (48%) والإناث (52%)، مع تمثيل طفيف لصالح الإناث، وهذا التوازن جيد من الناحية المنهجية، إذ يقلل من احتمالية وجود انحياز في النتائج بسبب جنس معين. كما أنه يعكس إمكانية تعميم النتائج على المجتمع الليبي الذي تتقارب فيه نسب الجنسين، كما يسمح هذا التوزيع بإجراء مقارنات دالة إحصائية بين الذكور والإناث في أنماط المشاهدة (كما في الجدول 10).

الجدول (2): توزيع العينة حسب العمر.

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20	60	15%
20–30	140	35%
31–40	120	30%
أكثر من 40	80	20%
المجموع	400	100%

يُظهر الجدول (2) أن الفئة العمرية الشابة (20–30 سنة) هي الأكبر بنسبة 35%، تليها فئة (31–40 سنة) بنسبة 30%. في حين تمثل الفئات الأقل من 20 سنة (15%) والأكبر من 40 سنة (20%) أقلية في العينة.

تركز العينة بشكل كبير على فئة الشباب ومتوسطي العمر (20-40 سنة)، وهو أمر منطقي ومبرر نظراً إلى أن هذه الفئات هي الأكثر استخداماً للتكنولوجيا الرقمية والمنصات الإلكترونية، وهذا التوزيع سيساعد بشكل كبير على الإجابة عن التساؤلات المتعلقة باختلاف أنماط مشاهدة باختلاف الفئة العمرية واختبار الفرض الثاني، ومع ذلك قد لا تعكس النتائج بشكل كامل توجهات فئة كبار السن (أكثر من 40 سنة) التي لا تزال تميل أكثر للتلفزيون التقليدي.

الجدول (3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
13%	52	ثانوي فأقل
67%	268	جامعي
20%	80	دراسات عليا
100%	400	المجموع

توضح البيانات في الجدول (3) أن الغالبية العظمى من أفراد العينة (67%) حاصلون على شهادة جامعية، و20% لديهم دراسات عليا، في مقابل 13% فقط حاصلون على تعليم ثانوي فأقل، تظهر العينة مثقفة ومتعلمة بشكل كبير، هذه الخاصية لها تأثير مزدوج إيجابي، قد يعني ذلك أن المستجيبين أكثر قدرة على التعبير عن دوافعهم وتحليل عاداتهم الإعلامية سلبيًا، قد لا تمثل العينة بدقة الجمهور الليبي العام الذي قد تكون فيه نسبة الأمية أو تدني مستوى التعليم أعلى. يجب الحذر عند تعميم النتائج على ذوي المستويات التعليمية المتدنية، فقد تختلف أنماط مشاهدتهم وتقييمهم للمحتوى.

الجدول (4): عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية الليبية يوميًا

النسبة	التكرار	عدد الساعات
33%	132	لا أشاهدها
39%	156	أقل من ساعة
21%	84	من 1 - 3 ساعات
7%	28	أكثر من 3 ساعات
100%	400	المجموع

يتضح من الجدول (4) أن نسبة عالية جدًا من العينة (33%) لا تشاهد القنوات الفضائية الليبية إطلاقًا، و39% يشاهدونها أقل من ساعة يوميًا. أي إن 72% من العينة تقضي أقل من ساعة أو لا تشاهدها على الإطلاق. فقط 7% يشاهدونها لأكثر من 3 ساعات، ويبين الجدول بوضوح حجم التراجع الكبير في مشاهدة القنوات الفضائية التقليدية، والنتيجة تصف جمهورًا هامشيًا لهذه القنوات، وهو ما يؤكد المشكلة التي

تتطلب منها الدراسة. هذا التراجع الحاد يضع القنوات الليبية أمام تحدٍّ وجودي حقيقي، ويدفعها للتساؤل عن دورها وجمهورها.

الجدول (5): عدد ساعات استخدام المنصات الرقمية يوميًا

عدد الساعات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	20	5%
من ساعة - 3 ساعات	148	37%
أكثر من 3 ساعات	232	58%
المجموع	400	100%

يتضح من الجدول (5) صورة معاكسة تمامًا، إذ إن 5% فقط من العينة يستخدمون المنصات الرقمية لأقل من ساعة، و 58% يستخدمونها لأكثر من 3 ساعات يوميًا، و 37% يستخدمونها لمدة تتراوح بين ساعة - 3 ساعات، وهذه النتيجة تؤكد بقوة الفرض الأول القائل بوجود "علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المنصات الرقمية وانخفاض معدلات مشاهدة القنوات التلفزيونية". الجمهور الليبي - وبخاصة فئة الشباب التي تهيم على العينة - هاجر بشكل واضح وكثيف نحو المنصات الرقمية. إن هذا الاستخدام المكثف يحوّل هذه المنصات إلى الفضاء الإعلامي الرئيس، وهذا يحتم على أية جهة إعلامية أن توجد فيها بقوة.

الجدول (6): دوافع التحول نحو المنصات الرقمية

البند	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات
سهولة الوصول للمحتوى في أي وقت	55%	32.5%	7.5%	3.75%	1.25%	4.36	0.82	1
تنوع المحتوى مقارنة بالفضائيات	47.5%	35%	10%	5%	2.5%	4.20	0.91	2
غياب الإعلانات الطويلة والمزعجة	43.75%	38.75%	11.25%	3.75%	2.5%	4.17	0.88	3
ضعف جودة البرامج في القنوات الليبية	40%	45%	8.75%	5%	1.25%	4.15	0.94	4

يُظهر الجدول (6) أن جميع الدوافع المطروحة حصلت على متوسطات حسابية عالية جدًا (تتراوح بين 4.15 و 4.36 من 5) ما يدل على أنها أسباب قوية ومقنعة للتحول، وتأتي في المرتبة الأولى (4.36): "سهولة الوصول للمحتوى في أي وقت" (المرونة الزمنية والمكانية) وهو أقوى دافع، وهذا يعكس تحرر الجمهور من قيود جدول البث التلفزيوني، وهي ميزة جوهرية للمنصات الرقمية. في المرتبة الثانية (4.20): "تنوع المحتوى مقارنة بالفضائيات" يشير إلى أن الجمهور الليبي يجد في المنصات الرقمية خيارات أوسع وأكثر ملاءمة لذوقه، بعيدًا عن القوالب النمطية للمحتوى الفضائي. في المرتبة الثالثة (4.17): "غياب الإعلانات

الطويلة والمزعجة "يمثل عاملاً مهماً جداً. المقاطعة الإعلانية الطويلة هي إحدى أكبر إحباطات المشاهد التقليدي، وتقدم المنصات الرقمية حلاً مثاليًا لهذه المشكلة (خاصة في النسخ المدفوعة). في المرتبة الرابعة (4.15): "ضعف جودة البرامج في القنوات الليبية" هذا دافع خطير واتهام مباشر للقنوات الفضائية الليبية. النتيجة تدعم الفرض الثالث للدراسة. الجمهور لا يهاجر فقط لجودة المنصات، بل هروباً من محتوى وبرامج فضائية يعدها ضعيفة، وتظهر النتائج أن التحول ليس ظاهرة عابرة أو مرتبطة بموضة تكنولوجية، بل هو استجابة لعوامل جوهرية تتعلق بالحرية (زمنياً ومكانياً)، وجودة التجربة (بدون إعلانات مزعجة)، وجودة المحتوى نفسه. إنه قرار عقلاني من الجمهور.

الجدول (7): الانعكاسات الاجتماعية (نمط المشاهدة)

البنـد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات
أشاهد التلفزيون غالباً بشكل جماعي	20%	30%	15%	25%	10%	3.25	1.22	3
أعتمد على المنصات بشكل فردي أكثر	60%	27.5%	7.5%	3.75%	1.25%	4.41	0.78	2
المنصات أثرت في العادات الاجتماعية	37.5%	42.5%	12.5%	5%	2.5%	4.07	0.95	1

يُظهر الجدول (7) أعلى متوسط (4.41) للعبارة: "أعتمد على المنصات بشكل فردي أكثر". وهذا يؤكد التحول من المشاهدة الجماعية للعائلة إلى المشاهدة الفردية عبر الأجهزة الشخصية، ومتوسط مرتفع (4.07) للعبارة: "المنصات أثرت في العادات الاجتماعية"، ومتوسط (3.25) للعبارة: أشاهد التلفزيون غالباً بشكل جماعي. ويجيب هذا الجدول عن التساؤل الرابع للدراسة. النتائج تظهر بوضوح أن التحول الرقمي له أثر اجتماعي عميق "التلفزيون العائلي" بوصفه طقساً اجتماعياً يتراجع لصالح "الشاشة الفردية" (الهاتف الذكي أو الجهاز اللوحي). إن هذا التحول قد يؤدي إلى تقليص لحظات التفاعل العائلي حول برنامج معين، واستبدالها بتجربة أكثر خصوصية وانعزالياً، فيعيد تعريف مفهوم "غرفة المعيشة" وأبعادها الاجتماعية.

الجدول (8): التقييم العام للمستقبل التنافسي

البنـد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات
الفضائيات الليبية قادرة على المنافسة	10%	15%	20%	37.5%	17.5%	2.62	1.15	3
المنصات ستستمر في جذب الجمهور	65%	27.5%	5%	1.75%	0.75%	4.54	0.68	1
ضرورة تطوير القنوات لمواجهة المنافسة	58.75%	28.75%	8.75%	2.50%	1.25%	4.42	0.75	2

يُظهر الجدول (8) أن هناك تشاؤماً واضحاً تجاه مستقبل الفضاءات الليبية القائم: متوسط العبارة "الفضاءات الليبية قادرة على المنافسة" هو الأدنى على الإطلاق بين جميع الجداول (2.62) ، مصحوباً باعتراض قوي (37.5% غير موافق + 17.5% غير موافق بشدة) ، وتفاؤل بقوة المنصات: أعلى متوسط (4.54) للعبارة "المنصات ستستمر في جذب الجمهور"، ما يعكس إيمان الجمهور باستمرار هذا التحول وأنه ليس مجرد موضة عابرة.

إدراك قوي لضرورة التغيير: متوسط مرتفع جداً (4.42) للعبارة "ضرورة تطوير القنوات لمواجهة المنافسة". الجمهور هنا يقدم وصية للقنوات الفضائية الليبية: "تغير أو تندثر". هذه النتائج تؤكد أن الجمهور الليبي يدرك تماماً التحدي الذي تواجهه الوسائل التقليدية، إذ يوجد إجماع على أن استمرار الوضع الحالي يعني خسارة أكبر للجمهور، والمخرج الوحيد هو التطوير الجذري الذي قد يشمل التحول الرقمي أو التكامل مع المنصات.

الجدول (9): الفروق في اتجاهات المبحوثين نحو التحول الرقمي وفقاً لمتغير الجنس

المحور	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
دوافع التحول للمنصات	ذكر	192	4.25	0.85	0.672	0.502	غير دالة
	أنثى	208	4.19	0.92			
الانعكاسات الاجتماعية	ذكر	192	3.85	1.02	1.231	0.219	غير دالة
	أنثى	208	3.97	0.95			
ضرورة التطوير	ذكر	192	4.40	0.78	0.531	0.596	غير دالة
	أنثى	208	4.44	0.72			

تشير نتيجة الجدول رقم (9) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في جميع الاتجاهات التي تم قياسها، وهذا يعني أن الرجال والنساء في العينة متشابهون إلى حد كبير في دوافع تحولهم نحو المنصات، وفي إدراكهم للانعكاسات الاجتماعية، وفي رأيهم بضرورة تطوير القنوات. هذا الاستقرار بين الجنسين يبسط الصورة قليلاً ويشير إلى أن العوامل التقنية والمحتوى تؤثر في الجمهور بغض النظر عن جنسه.

الجدول (10): مصدر التباين

المحور	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
دوافع التحول للمنصات	بين المجموعات	12.450	3	4.150	5.820	0.001	دالة إحصائية
	داخل المجموعات	282.400	396	0.713			
الانعكاسات الاجتماعية	بين المجموعات	8.120	3	2.706	3.125	0.026	دالة إحصائية
	داخل المجموعات	343.100	396	0.866			
ضرورة التطوير	بين المجموعات	0.880	3	0.293	0.564	0.639	غير دالة
	داخل المجموعات	205.900	396	0.520			

تدعم هذه النتائج بالجدول رقم (10) بشكل قوي الفرض الثاني للدراسة (تختلف أنماط المشاهدة باختلاف الفئة العمرية) الفروق دالة، ما يعني أن الشباب (أقل من 30 عاماً) هم الأكثر اندفاعاً نحو المنصات

ولديهم دوافع أقوى، أما الأكبر سنًا (أكثر من 40 عامًا) فقد لا تزال لديهم أسباب مختلفة أو ارتباط أكبر بالتلفزيون التقليدي، ما يفسر الفروق، إذ انفتحت جميع الفئات على "ضرورة التطوير"، ويشير إلى أن كبار السن أيضًا يرون أن القنوات التقليدية بحاجة ماسة إلى التحديث، لكن دوافعهم للتحويل قد تكون أبطأ أو مختلفة.

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية

- خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الجوهرية التي تؤكد التحول الجذري في سلوك المشاهد الليبي:
 - تراجع حاد في مشاهدة التقليدية: أظهرت النتائج أن 72% من الجمهور الليبي يشاهدون القنوات الفضائية المحلية أقل من ساعة يوميًا أو لا يشاهدونها إطلاقًا. في المقابل، يستخدم 58% منهم المنصات الرقمية أكثر من 3 ساعات يوميًا.
 - دوافع التحول: جاءت "سهولة الوصول إلى المحتوى في أي وقت" (المرونة الزمنية) بوصفه أقوى دافع للتحويل الرقمي بمتوسط حسابي قدره 4.36. كما أدى "ضعف جودة البرامج في القنوات الليبية" دورًا رئيسًا بوصفه اتهامًا مباشرًا للمحتوى التقليدي.
 - الانعكاسات الاجتماعية: أكدت الدراسة تحول نمط مشاهدة من "النمط الجماعي العائلي" المرتبط بالتلفزيون إلى "النمط الفردي" عبر الأجهزة الذكية بمتوسط 4.41، ما أثر بشكل مباشر في العادات الاجتماعية التقليدية.

- الفروق الديموغرافية

- العمر: أثبتت الدراسة وجود فروق دالة إحصائية لصالح فئة الشباب (أقل من 30 عامًا) بوصفها أكثر الفئات اندفاعًا نحو المنصات الرقمية.
- الجنس: لم تظهر النتائج أية فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في دوافع التحول أو إدراك ضرورة التطوير، ما يعني أن العوامل التقنية تؤثر في الجنسين بشكل متساوٍ.
- مستقبل التنافس: ساد التشاؤم تجاه قدرة الفضائيات الليبية بوضعها الحالي على المنافسة (متوسط 2.62)، مع إجماع على أن المنصات الرقمية ستستمر في جذب الجمهور مستقبلاً.

ثانيًا: التوصيات

- بناءً على ما تقدم، تقدم الدراسة التوصيات الآتية لصناع القرار والإعلاميين في ليبيا:
1. تبني استراتيجية "التكامل الرقمي": يجب على القنوات الفضائية الليبية التوقف عن اعتبار المنصات الرقمية "منافسًا" والبدء في استخدامها على أنها أدوات تكاملية عبر توفير البث المباشر والمحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي.

2. تطوير جودة المحتوى: ضرورة مراجعة السياسات الإنتاجية لتحسين جودة البرامج، إذ تبين أن الجمهور يهرب من القنوات المحلية؛ بسبب ضعف المحتوى وليس فقط بسبب التكنولوجيا.
3. المرونة في العرض: توفير أرشيف رقمي أو منصات "فيديو حسب الطلب" تابعة للقنوات؛ لتمكين المشاهد الليبي من تجاوز قيد "الجدولة الزمنية" التي تعد أكبر عائق أمام التلفزيون التقليدي.
4. إعادة هيكلة السياسات الإعلان: تقليص فترات الإعلانات الطويلة والمزعجة التي كانت سبباً رئيساً في هجرة الجمهور نحو المنصات الرقمية التي توفر تجربة مشاهدة أكثر سلاسة.
5. استهداف الفئات الشابة: تصميم برامج تخاطب اهتمامات الشباب الليبي وتتاسب لغتهم العصرية؛ لضمان استعادة جزء من هذه الفئة التي باتت تعتمد كلياً على الفضاء الرقمي.

قائمة المصادر

1. أماني عزت إبراهيم. (2025). تأثير منصات المشاهدة الرقمية على التلفزيون التقليدي في إطار مفهوم التكامل الإعلامي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، العدد 91، يونيو، ص 389-441.
2. سالي ماهر نصار. (2025). استخدامات الجمهور لمنصات المشاهدة الرقمية وعلاقتها بتغير أنماط التعرض للمضامين الدرامية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، العدد 34، ديسمبر، ص 55-88.
3. سوهيلة بضياف. (2023). تحولات المشاهدة من التلفزيون إلى نتفليكس: تجديد خطاب النهايات أم تقارب للميديا. *مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية*، جامعة الجزائر، العدد 8، ديسمبر، ص 77-95.
4. عبد الله الفردي. (2025). تحوّل القنوات التلفزيونية إلى منصات البث المباشر واتجاهات الجمهور نحوه. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الملك سعود، العدد 21، ص 101-130.
5. لمام فتيحة. (2025). عادات وأنماط استخدام الجمهور لمنصات المشاهدة الرقمية - دراسة على "شاهد نت". *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الجزائر، العدد 12، ص 77-102.
6. المبري، سعد عبدالسلام (2025). دور المحتوى الرقمي في تغيير المشهد الإعلامي في ليبيا مجلة الإعلام والفنون العلمية الإلكترونية المحكمة، المجلد 4، العدد 15، ص 251-282.
7. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and Gratifications Research*. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. –
8. Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
9. Yurdigül, A., & Ayaz, Y. (2021). Transformation of content consumption in the context of digitalization: A comparative analysis on traditional television broadcasting and online platforms. In *Impact of Digitalization on Modern Visual Media* (pp. 45-67). IGI Global.