

## مدى جاهزية طلبة كليات واقسام الإعلام بالجامعات الليبية للاندماج في سوق العمل الإعلامي " دراسة مسحية "

عبد الله محمد عبد الله أطييقه – قسم الإعلام كلية الآداب جامعة سرت – دولة ليبيا

Email : [dr.amatbiga@su.edu.ly](mailto:dr.amatbiga@su.edu.ly)

ORCID: 0000-0002-0832-4785

DOI: <https://doi.org/10.36602/famj.2025.20.3>

تاريخ النشر: 2025/8/23

تاريخ التقييم: 2025/7/25

تاريخ الارسال: 2025/7/10

### الملخص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على مدى امتلاك طلبة كليات واقسام الإعلام في الجامعات الليبية للمهارات والمعارف اللازمة للاندماج في سوق العمل الإعلامي، والكشف عن اتجاهاتهم نحو واقعه في ليبيا، اعتمد البحث المنهج الوصفي المسحي، وشملت عينة عمدية حجمها (693) طالبًا وطالبة من جامعات: طرابلس، سرت، بنغازي، مصراثة، طبرق، وسبها، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، مستندة إلى نظرية رأس المال البشري، أظهرت النتائج أن (52.3%) من الطلبة غير مقتنعين بوجود مستقبل واعد للمهنة الإعلامية في ليبيا، بينما رفض (60.1%) فكرة أن سوق العمل الإعلامي المحلي مشجع على الانضمام إليه، مما يعكس حالة من الإحباط تجاه فرص التوظيف. كما بينت النتائج أن (81.1%) لم يحصلوا على تدريب عملي في مؤسسات إعلامية، وأن أكثر من نصفهم قيّموا جودة التدريب العملي في الدراسة بأنها ضعيفة، في حين أكد (59.5%) عدم قدرتهم على تطبيق ما تعلموه نظريًا في الواقع العملي، ويوصي البحث بضرورة إدراج برامج تدريبية ودورات متخصصة في مهارات الإعلام الرقمي وأدوات الذكاء الاصطناعي ضمن المناهج التعليمية، بما يساهم في تأهيل الطلبة لمتطلبات سوق العمل الإعلامي المستقبلي.

الكلمات المفتاحية: جاهزية الطلبة – التعليم الإعلامي – المهارات الإعلامية – سوق العمل الإعلامي – ليبيا.

## The Readiness of Media Students at Libyan Universities to Integrate into the Media Labor Market "A Survey Study"

Abdullah Mohammed Abdullah Atbiqa

Department of Media – Faculty of Arts – Sirte University – Libya

[dr.amatbiga@su.edu.ly](mailto:dr.amatbiga@su.edu.ly)

ORCID: 0000-0002-0832-4785

### Abstract

This study examines the extent to which students enrolled in media

colleges and departments at Libyan universities possess the requisite skills and knowledge to successfully integrate into the media labor market, as well as their perceptions of its current realities. Adopting a descriptive survey design, the research targeted a purposive sample of 693 students from six universities: Tripoli, Sirte, Benghazi, Misurata, Tobruk, and Sebha. Data were collected through a structured questionnaire, and the study was framed within the theoretical lens of Human Capital Theory.

The findings reveal that 52.3% of respondents were unconvinced that the media profession holds a promising future in Libya, while 60.1% disagreed that the local media labor market offers encouraging prospects—reflecting a prevailing sense of pessimism regarding employment opportunities. Furthermore, 81.1% reported having received no practical training in media institutions, and more than half rated the quality of practical training during their academic studies as weak. Additionally, 59.5% indicated their inability to apply theoretical knowledge in real-world professional contexts.

The study recommends incorporating specialized training programs and courses in digital media competencies and artificial intelligence applications into academic curricula, with the aim of enhancing graduates' readiness to meet future labor market demands.

**Keywords:** Student readiness – Media education – Media skills – Media labor market – Libya.

#### مقدمة

يمثل قطاع الإعلام أحد المحاور الحيوية في أي مجتمع حديث، لما له من دور أساسي في بناء الرأي العام، وتعزيز المشاركة المجتمعية، ونقل المعرفة، وصناعة الوعي الجماهيري. وتزداد أهمية هذا القطاع في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي والإعلامي على حد سواء، حيث بات من الضروري أن يتمتع العاملون في هذا المجال بكفاءات مهنية وتقنية تواكب متطلبات سوق العمل الحديث، لا سيما في ظل التنافسية الشديدة والطلب المتزايد على مهارات متعددة تتعدى حدود التخصص التقليدي في الإعلام.

وفي ليبيا، تمر المؤسسات الإعلامية بمراحل انتقالية حساسة نتيجة للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي ألقت بظلالها على البنية التحتية للمؤسسات التعليمية والإعلامية معاً. ومن هذا المنطلق، تبرز الحاجة إلى تقييم مدى جاهزية خريجي كليات وأقسام الإعلام، ومدى امتلاكهم للمهارات والمعارف الضرورية التي تؤهلهم للانخراط في سوق العمل المحلي والإقليمي، والذي بات يتطلب مهارات متنوعة تشمل التحرير الرقمي، وصناعة المحتوى، والتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، والعمل تحت الضغط، إضافة إلى الكفاءة في اللغات الأجنبية والعمل ضمن فرق متعددة التخصصات.

### مشكلة البحث:

مع تسارع التطورات التكنولوجية والمهنية في مجال الإعلام، وظهور أنماط جديدة من العمل الإعلامي تعتمد على المهارات الرقمية المتقدمة، يواجه خريجو كليات وأقسام الإعلام في ليبيا تحديات متزايدة في تحقيق الاندماج الفعال في سوق العمل. وتزايد التساؤلات حول مدى جاهزيتهم، من حيث امتلاك المهارات الفنية والتقنية، والقدرة على مواكبة متطلبات السوق، والانخراط في بيئات عمل متعددة ومتغيرة.

وفي ضوء التغيرات التي طرأت على سوق العمل الإعلامي، يبدو أن هناك فجوة بين ما يتم تدريسه في كليات وأقسام الإعلام في ليبيا، وبين المهارات الفعلية التي يتطلبها سوق العمل المحلي والإقليمي. وتشير الملاحظات الأولية إلى وجود قصور في مجالات التدريب العملي، والربط بين الجانب النظري والتطبيقي، فضلاً عن ضعف الارتباط بين الجامعات وقطاع الإعلام الخاص والعام، فإن هذه الدراسة تحاول الإجابة عن سؤال محوري يتمثل في: ما مدى جاهزية طلبة الإعلام في ليبيا للاندماج في سوق العمل الإعلامي في ضوء اتجاهاتهم وتصوراتهم؟

### أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. التعرف على مدى امتلاك طلبة الإعلام في ليبيا للمهارات والمعارف اللازمة لسوق العمل الإعلامي.
2. الكشف عن اتجاهات وتصورات طلبة الإعلام نحو واقع سوق العمل الإعلامي الليبي.

3. تحليل مدى توافق المناهج الدراسية في كليات واقسام الإعلام الليبية مع متطلبات سوق العمل.
4. الوقوف على التحديات التي يواجهها طلبة الإعلام في الاستعداد المهني.
5. تقديم مقترحات وتوصيات تسهم في تحسين جاهزية طلبة الإعلام في ليبيا لسوق العمل الإعلامي.

أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في مجالين اثنين هما:

#### أ. الأهمية النظرية:

1. تسهم في إثراء الأدبيات الأكاديمية حول العلاقة بين التعليم الإعلامي وسوق العمل في السياق الليبي.
2. تقدم تصوراً شاملاً حول مدى استعداد الطلبة للاندماج المهني في مجال الإعلام بعد التخرج.

#### ب. الأهمية التطبيقية:

1. تساعد الجامعات ومؤسسات التعليم الإعلامي الليبية في تطوير مناهجها بما يتلاءم مع متطلبات السوق.
2. تفيد المؤسسات الإعلامية الليبية والعربية في فهم مدى جاهزية الخريجين الجدد، وبالتالي تساهم في تحسين سياسات التدريب والتوظيف.
3. تقدم مؤشرات لصناع القرار في ليبيا لإعادة النظر في سياسات التعليم الإعلامي والتخطيط المهني.

تساؤلات البحث: سعى هذا البحث للإجابة على مجموعة من التساؤلات أهمها:

1. ما العوامل التي تساهم في ارتفاع البطالة بين خريجي الإعلام في ليبيا؟
2. كيف يقيم طلبة كليات واقسام الإعلام الليبيين محتوى المناهج الدراسية في تخصصهم من حيث ملاءمتها لسوق العمل؟
3. ما المهارات التي يعتقد طلبة كليات واقسام الإعلام الليبيين أنهم يفتقرون إليها وتحتاج إلى اكتسابها قبل دخول سوق العمل الإعلامي؟
4. ما معوقات جاهزية طلبة كليات واقسام الإعلام الليبيين لسوق العمل؟
5. ما تصورات طلبة كليات واقسام الإعلام الليبيين حول متطلبات سوق العمل الإعلامي؟

6. ما اتجاهات طلبة كليات واقسام الإعلام الليبيين نحو سوق العمل الإعلامي؟
- مفاهيم البحث: يرى الباحث ضرورة تعريف بعض المفاهيم الواردة في مشكلة الدراسة ألا وهي:
  1. الجاهزية للاندماج: يقصد بها الباحث مدى امتلاك الطالب للمعارف والمهارات والسلوكيات التي تؤهله للانخراط الفعلي في سوق العمل الإعلامي، بما في ذلك الاستعداد النفسي والمهني.
  2. سوق العمل الإعلامي: يقصد بها الباحث المؤسسات الإعلامية الرسمية والخاصة التي توفر فرص عمل في مجالات الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، الإعلام الرقمي، والعلاقات العامة.
  3. الاتجاهات: يقصد بها الباحث تمثل المواقف النفسية والإدراكية التي يحملها الطلبة تجاه العمل الإعلامي، سواء كانت إيجابية أو سلبية.
  4. التصورات: يقصد بها الباحث الصور الذهنية التي يبنها الطلبة حول واقع سوق العمل وفرصه وتحدياته، بناء على تجاربهم ومعارفهم وملاحظاتهم.

#### الدراسات السابقة:

حظيت قضية مواءمة مخرجات التعليم الإعلامي مع متطلبات سوق العمل باهتمام العديد من الدراسات الأكاديمية، التي سعت إلى تقييم مستوى التأهيل والتدريب الذي يتلقاه طلبة الإعلام، ومدى انسجامه مع التحولات المتسارعة في الحقل الإعلامي، وقد تناولت هذه الدراسات قضايا تتعلق بالكفايات المهنية، والتدريب العملي، والمهارات الرقمية، وواقع المناهج الجامعية، كما سلطت الضوء على الفجوة القائمة بين الجانب النظري والتطبيقي، وتعد هذه المراجعة ضرورية لفهم السياق الأوسع الذي يندرج فيه واقع طلبة الإعلام الليبيين، واستكشاف مدى جاهزيتهم للاندماج في بيئة إعلامية متغيرة

1. هدفت دراسة عريجه (2025). إلى استكشاف اتجاهات طلبة الإعلام بجامعة أم القرى نحو تخصص الصحافة كمجال دراسي ومهني، ومعرفة مستوى وعيهم بدور الصحافة ومكانتها، إضافة إلى تحديد أسباب العزوف عن هذا التخصص. اعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة غير عشوائية بلغت (336) طالبًا وطالبة، باستخدام استبيان إلكتروني أظهرت النتائج أن الإعلام الرقمي يحظى بأولوية بين الطلبة لتلبيته متطلبات سوق العمل، بينما تراجعت

الصحافة التقليدية في التفضيل بسبب مخاوف من قلة الفرص الوظيفية وعدم الاستقرار المهني. كما رُصدت اتجاهات إيجابية نحو الصحافة لدى الطلبة الذكور أكثر من الإناث، مع وجود فروق مرتبطة بالسنة الدراسية.

2. تناولت دراسة (Glushchenko et al., 2024) مدى موازنة مخرجات برامج الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية مع احتياجات سوق العمل الإعلامي المحلي. وتم الاعتماد على منهج نوعي من خلال إجراء مقابلات شبه منظمة مع (15) مسؤولاً وخبيراً إعلامياً من مؤسسات صحفية بارزة مثل وكالة الأنباء الأردنية وصحيفتي الرأي والغد. كشفت النتائج عن وجود فجوة ملحوظة بين التعليم الأكاديمي والتطبيقات العملية في القطاع الإعلامي، حيث يعاني الخريجون من ضعف في المهارات المطلوبة للتوظيف، مثل التحرير الصحفي الرقمي، والتعامل مع الأدوات التكنولوجية، والتفكير الإبداعي. وأوصت الدراسة بضرورة تحديث المناهج، وتفعيل التدريب العملي، وتعزيز الشراكة بين الجامعات وقطاع الإعلام.

3. استهدفت دراسة الجمعية (2024) تقييم مستوى الكفايات المعرفية والمهنية لخريجي أقسام الإعلام في الجامعات السعودية، مركزة على مهارة كتابة الخبر الصحفي، وذلك في ضوء نظرية رأس المال البشري. وقد تم تطبيق استبانة على عينة عمدية قوامها (150) خريجاً من الفترة 2019-2023، استناداً إلى عشرة معايير مهنية ومعرفية معتمدة من المركز الوطني للقياس. أظهرت النتائج أن الكفايات المعرفية لدى الخريجين جاءت بمستوى متوسط، بينما كانت الكفايات المهنية ضعيفة، مما يشير إلى وجود خلل في الموازنة بين ما يتلقاه الطلبة من معارف نظرية وبين متطلبات الأداء المهني في سوق العمل الإعلامي. كما لم تظهر الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية في الكفايات بين التخصصات أو الجامعات أو المعدلات الأكاديمية.

4. هدفت دراسة إمام (2023) إلى استكشاف كيفية استثمار فئة الشباب العربي من العاملين في المجالات الإعلامية الإبداعية، مثل المونتاج والتعليق الصوتي والمؤثرات البصرية، للمرونة المجتمعية عبر منصات العمل الحر أثناء جائحة كوفيد-19، ومدى تأثير ذلك على إنتاج المحتوى الإعلامي. وقد تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (342) شاباً عربياً

مستقلاً من مستخدمي منصات العمل الحر، وذلك باستخدام استبيان إلكتروني وُزع من خلال مجموعات فيسبوك خاصة بالمستقلين، توصلت النتائج إلى أن أزمة كورونا كانت دافعاً رئيسياً لانتقال عدد كبير من العاملين بالمجال الإعلامي نحو المنصات الرقمية، بسبب ارتفاع معدلات البطالة والحاجة إلى تحسين المهارات المهنية، مما ساعد في استمرار إنتاج المحتوى الإعلامي وإن كان بشكل غير تقليدي ومفكك. كما برزت أهمية المهارات المكتسبة ذاتياً على حساب الخبرات الأكاديمية.

5. في حين سعت دراسة الزايد (2023) إلى قياس مدى توافق مخرجات برنامج العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية مع متطلبات سوق العمل السعودي في إطار رؤية المملكة 2030، وذلك من خلال تقييم نواتج التعلم المعرفية والمهارة والقيمية من وجهة نظر الطالبات. كما استخدمت الدراسة نموذج التحليل الرباعي (SWOT) لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات التي تواجه البرنامج، كشفت النتائج عن وجود فجوة بين المقررات الحالية والمهارات المطلوبة في سوق العمل، لاسيما مع ظهور أدوار وظيفية جديدة في مجال العلاقات العامة لم تُواكبها البرامج الأكاديمية.

6. وهدفت دراسة الشرقاوي (2023) إلى رصد إدراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية، الذين يتوقع تخرجهم في العام الدراسي 2022-2023، للمعارف والمهارات اللازمة للاندماج في سوق العمل الإعلامي في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، تم جمع البيانات من عينة من الطلاب، وركزت الدراسة على معرفة مصادر تعلمهم لهذه التقنيات، وتقييمهم للبيئة التعليمية التي ينتمون إليها، أظهرت النتائج أن معظم الطلاب لديهم إدراك متوسط حول تقنيات الذكاء الاصطناعي، معتمدين بشكل رئيسي على الدورات التدريبية المتاحة على الإنترنت كمصدر رئيسي لتعلمهم، كما أبدى الطلاب توجهاً إيجابياً نحو استخدام هذه التقنيات في مجال العمل الإعلامي مستقبلاً، خاصة في تطبيقات مثل تحليل البيانات الضخمة والتحقق من الصور والفيديوهات.

7. تناولت دراسة البنا (2019) قياس اتجاهات طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون في كليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم

لسوق العمل. تم اختيار عينة من ( 200 ) طالب من كليتي الإعلام بجامعة القاهرة (الجامعات الحكومية) والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات (الجامعات الخاصة). استخدمت الدراسة نظرية التعلم الاجتماعي ونظريات المعرفة كإطار نظري لها، كشفت الدراسة أن (53% ) من الطلبة رأوا أن مؤسسات التدريب تسهم إلى حد ما في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي، بينما أكد (39.5% ) أن هذه المؤسسات تسهم بدرجة كبيرة، كما تبين أن طلاب جامعة القاهرة كانوا أكثر تأكيداً لهذا الدور مقارنة بزملائهم في الكلية الخاصة.

8. في حين سعت دراسة فخر الدين (2021) إلى تقييم مدى ملاءمة التأهيل الأكاديمي الذي يتلقاه طلاب وخريجو كليات الإعلام الحكومية والخاصة في مصر لمتطلبات سوق العمل المتجددة في العصر الرقمي. اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة وشملت ( 620 )مبحوثاً من الطلاب والخريجين والخبراء الإعلاميين، موزعين على مجالات الإعلام المختلفة، توصلت الدراسة إلى أن إتقان التكنولوجيا يُعد من أبرز المهارات المطلوبة في سوق العمل الرقمي، كما أشارت إلى أن المواصفات المهنية الحديثة لخريجي الإعلام تتطلب إلماماً عميقاً باستخدام أدوات الاتصال الرقمي ومعرفة دقيقة بمتغيرات السوق الإعلامي المتسارع.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

جميع الدراسات تتقاطع مع نظرية رأس المال البشري في تأكيد أهمية المهارات المكتسبة والتدريب العملي كعوامل حاسمة في تأهيل الطلاب للاندماج في سوق العمل الإعلامي. أيضاً، يُظهر دور التدريب والمناهج الدراسية في تحضير الطلاب لمتطلبات سوق العمل.

دراسة نسمة إمام (2023): تؤكد هذه الدراسة على أهمية المرونة المهنية والرقمية كجزء من رأس المال البشري، وهو عنصر أساسي في الدراسة الحالية حول جاهزية الطلاب الليبيين للاندماج في سوق العمل الإعلامي، خصوصاً في ظل التغيرات المتسارعة في مجالات العمل الإعلامي، في حين تتقاطع دراسة (Glushchenko et al., 2024) مع الدراسة الحالية في قياس جاهزية الطلاب في الإعلام للاندماج في سوق العمل، خاصة في ظل الفجوة بين التعليم الأكاديمي والتطبيقات العملية، وهي إحدى النقاط التي تبحثها الدراسة الحالية في التكيف مع متطلبات السوق الإعلامي. تختلف هذه الدراسة مع دراسة (أريج فخر الدين، 2023): ركزت على الجامعات

الحكومية والخاصة في مصر، بينما الدراسة الحالية تركز على الطلاب الليبيين، وتختلف هذه الدراسة مع دراسة (أسراء الزايد، 2023): كونها تركز على الإعلام بشكل عام، بينما تناولت العلاقات العامة كحقل محدد، تختلف هذه الدراسة مع دراسة (أريج فخر الدين، 2023): عريجه ركزت على تخصص الصحافة فقط، بينما الدراسة الحالية تعالج عدة مجالات إعلامية كالإعلام الرقمي والعلاقات العامة، تتشابه الدراسة الحالية ودراسة (دعاء البناء، 2019): في أهمية دور التدريب والمؤسسات التدريبية في تأهيل الطلاب الإعلاميين لسوق العمل، (إيمان الشراقوي، 2023): تناولت الجامعات المصرية، بينما تركز الدراسة الحالية على الطلاب الليبيين.

### نوع ومنهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي المسحي، وهو تجميع منظم للبيانات المتصلة بمنظمات إدارية أو ثقافية أو اجتماعية كالجامعات وتحليل وتفسير تلك النتائج وتم الخروج باستنتاجات (الدناني، وهاشم، 2016، ص54)، وذلك لأنه الأنسب في دراسة الظواهر الاجتماعية والتربوية من خلال وصفها وتحليل أبعادها وعلاقتها بالمتغيرات المختلفة.

**مجتمع البحث:** تكون مجتمع الدراسة من طلبة كليات وأقسام الإعلام في عينة من الجامعات الليبية (وهي جامعة طرابلس، جامعة سرت، جامعة بنغازي، جامعة مصراته، وجامعة طبرق وجامعة سبها)، من جميع الفصول والسنوات الدراسية .

**عينة البحث:** أعتمد الباحث على العينة العمدية حيث يقوم الباحث باختيار مفردات العينة حسب سمات محددة ، ويستبعد من لا تتوافر فيهم هذه السمات (النجار، 2022، ص156) حيث بلغ حجم العينة العمدية (693) طالب وطالبة بالجامعات المستهدفة من الدراسة .

**أداة جمع البيانات:** اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات ، وهو أداة للحصول على بيانات تعبر عن استجابات الباحثين على عدد من الاسئلة (عبدالعزیز، 2015، ص163) وتكونت أستمارة الاستبيان من ثلاثة محاور رئيسة:

- أ. **المحور الأول:** المعلومات العامة والديموغرافية (الجامعة، المستوى، الجنس، العمر).
- ب. **المحور الثاني:** اتجاهات وتصورات الطلبة نحو سوق العمل الإعلامي.
- ج. **المحور الثالث:** تقييم الطلبة لجاهزيتهم المهنية (مهارات، معارف، خبرات، تدريب).

### حدود البحث:

- أ. الحدود الموضوعية: تتمثل في معرفة مدى جاهزية طلبة كليات واقسام الإعلام في ليبيا للاندماج في سوق العمل الإعلامي.
- ب. الحدود البشرية: طلبة كليات واقسام الإعلام في الجامعات الحكومية الليبية التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي بدولة ليبيا (وهي جامعة طرابلس، جامعة سرت، جامعة بنغازي، جامعة مصراته، وجامعة طبرق وجامعة سبها).
- ج. الحدود المكانية: تتمثل في مدن (طرابلس، وسرت، وبنغازي، ومصراته، وطبرق وسبها).
- د. الحدود الزمانية: يقصد بها فترة اجراء الدراسة خلال الفصل الدراسي الربيع (2025).

### اختبار الصدق والثبات:

حرص الباحث على التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة لضمان دقة النتائج ومصداقيتها، فمن حيث الصدق، تم عرض الاستبانة (أو أداة الدراسة) على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام، بلغ عددهم خمسة محكمين<sup>(\*)</sup>، وذلك بهدف التأكد من مدى ملاءمة الفقرات لقياس المتغيرات المستهدفة، وصياغتها اللغوية، ووضوحها، وخلوها من الغموض أو التحيز. وقد أخذت ملاحظاتهم بعين الاعتبار، وأجريت التعديلات اللازمة وفقاً لها.

أما من حيث الثبات، فقد تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية مكونة من (49) طالباً وطالبة، ثم تم حساب معامل الثبات باستخدام طريقة (كرونباخ ألفا)، وبلغت القيمة (مثلاً: 0.85)، وهي قيمة تشير إلى مستوى ثبات مرتفع، مما يؤكد إمكانية الاعتماد على الأداة في جمع البيانات اللازمة للدراسة.

عدد الفقرات	Cronbach's Alpha
22	.853

### نظرية البحث:

أعتمد البحث على نظرية نظرية رأس المال البشري: (Human Capital Theory) في القرن الثامن عشر، بدأ آدم سميث (1973) في تحسين القدرة البشرية المهمة للإنتاج، ثم قدم ثيودور دبليو شولتز (1961) مصطلح رأس المال البشري الذي نُشر في المجلة الاقتصادية الأمريكية،

والذي يُسمى الاستثمار في رأس المال البشري. استُخدم رأس المال البشري على نطاق واسع بعد فوز غاري باكر بجوائز الرواية، حيث ذكر أن "نظرية رأس المال البشري" تنص على أن مستوى مختلف من التعليم والتدريب يساهم في مستوى مختلف من الأجور والرواتب، وكلما زادت المعرفة والمهارة والقدرة، زادت احتمالية الحصول على وظيفة أفضل، ووفقًا لغاري باكر (1964)، فإن رأس المال البشري هو وسيلة مادية للإنتاج. تستثمر المنظمات في رأس المال البشري من خلال التعليم والتدريب والصحة (Wuttaphan, 2017).

**توظيف النظرية في البحث:** تعتمد هذه الدراسة على هذه النظرية لتفسير العلاقة بين ما يتلقاه الطالب من تعليم وتدريب جامعي، وبين مدى قدرته على الانخراط الفعلي في سوق العمل الإعلامي. فكلما ازدادت كفاءته ومهاراته، ارتفعت فرصه في الاندماج المهني.

#### الإطار المعرفي:

#### التعليم الإعلامي في ليبيا

يُعد التعليم الإعلامي أحد الركائز الأساسية في بناء مجتمع معرفي قادر على التعامل النقدي والفعال مع وسائل الإعلام والاتصال الحديثة. وتزداد أهمية هذا النوع من التعليم في ظل التحولات الرقمية والمعلوماتية المتسارعة التي يشهدها العالم، والتي أثرت بشكل مباشر على إنتاج وتلقي الرسائل الإعلامية، وعلى طبيعة الجمهور ذاته. وفي السياق الليبي، يبرز التعليم الإعلامي كضرورة ملحة لمواجهة تحديات المرحلة، بما فيها الانفتاح الإعلامي غير المنضبط، وانتشار الأخبار الزائفة، وضعف الثقافة الإعلامية لدى فئات واسعة من المجتمع، لا سيما فئة الشباب.

لقد بدأ التعليم الإعلامي في ليبيا بشكل رسمي في مؤسسات التعليم العالي منذ ثمانينيات القرن الماضي، إلا أن مسيرته ظلّت تتسم بالتذبذب نتيجة للظروف السياسية والاقتصادية التي مرّت بها البلاد. وتوجد اليوم أقسام وكليات متخصصة بالإعلام في عدد من الجامعات الليبية، مثل جامعة طرابلس، وجامعة بنغازي، وجامعة سبها، وغيرها، حيث تُدرّس فيها تخصصات الصحافة، والإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة، إلى جانب محاولات متواضعة لإدخال مفاهيم الإعلام الرقمي والتعليم الإعلامي النقدي، ووفقًا لإحصائيات حصل عليها الباحث من خلال الاتصال المباشر مع رؤساء الأقسام وعمداء الكليات بالجامعات الليبية تم الحصول على اعداد الطلبة والطالبات ليلعب عددهم الإجمالي لعام 2025 (6902 طالب وطالبة) مقسمين كالتالي حسب الجدول رقم (1)

الجامعة	قسم او كلية	عدد الطلبة	الجامعة	قسم او كلية	عدد الطلبة
سيها	قسم	171	المفتوحة	قسم	130
الجفارة	كلية	100	بني وليد	قسم	45
الاسمرية زليتن	قسم	60	الجفرة	قسم	35
الزنتان	كلية	55	طرابلس	كلية	560
الزيتونة	كلية	25	بنغازي	كلية	2535
درنة	قسم	152	مصراة	كلية	850
الزنتان	قسم الإعلام بدر	25	الزاوية	قسم	100
عمر المختار	قسم	170	صبراتة	قسم	75
سرت	قسم	107	صبراتة	قسم الإعلام - الجميل	60
طبرق	قسم	205	اجدايبا	كلية	1442
المجموع			6902		

ورغم الجهود المبذولة، ما يزال التعليم الإعلامي في ليبيا يواجه عدة تحديات؛ من بينها ضعف الإمكانيات التقنية والبشرية، وغياب التحديث المستمر للمناهج بما يتوافق مع التطورات التكنولوجية، وقلة الشراكات مع المؤسسات الإعلامية المحلية والدولية، إلى جانب الحاجة لتكريس الثقافة الإعلامية على مستوى المدارس والمجتمع. من هنا، تبرز أهمية دعم وتطوير التعليم الإعلامي كأداة استراتيجية لبناء الوعي الجماهيري، وتعزيز التفكير النقدي، وتكوين جيل واعٍ قادر على استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول وفعال.

## نتائج البحث الميدانية:

جدول رقم (2) البيانات الديموغرافية

المتغير	البيان	ت	%
النوع	ذكر	204	29.4
	أنثى	489	70.6
العمر	أقل من 20	221	31.8
	20-25	316	45.6
	أكثر من 25	156	22.6
الجامعة	كلية الاعلام جامعة طرابلس	189	27.3
	كلية الاعلام جامعة مصراته	123	17.8
	كلية الاعلام جامعة بنغازي	221	31.8
	قسم الإعلام جامعة سرت	53	7.7
	قسم الإعلام جامعة سبها	38	5.5
	قسم الإعلام جامعة طبرق	69	9.9
المجموع			100
		693	

يوضح الجدول (2) المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة:

- خصائص عينة البحث وفقاً للنوع: نلاحظ من خلال الجدول تفوق الإناث على الذكور في الدراسة في اقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية حيث بلغت نسبتهم (70.6%) في حين بلغت نسبة الذكور (29.4%). تعكس النسب المتعلقة بنوع العينة تفوقاً ملحوظاً للإناث على الذكور في دراسة تخصص الإعلام، وهو ما قد يشير إلى وجود توجه متزايد لدى الطالبات نحو هذا المجال، أو بسبب توفر فرص وظيفية أكثر ملائمة لهن في سوق العمل الإعلامي

● **خصائص عينة البحث وفقاً للعمر:** نلاحظ من خلال الجدول أن طلبة كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الحكومية الليبية من ينتمون للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة جاءت في المقدمة بنسبة (45.6%)، يعكس انتظام الطلبة في مساهمهم الأكاديمي، وهو أمر متوقع في البيئة الجامعية، يليها في المرتبة الثانية أقل من 20 سنة بنسبة (31.8%)، وأخيراً جاءت الفئة العمرية أكثر من 25 سنة بنسبة (22.6%) وهو ما قد يعكس التحاق مبكر أو متأخر لبعض الطلبة بالتعليم الجامعي، أو وجود طلبة من فئة التعليم المستمر أو التحويل من تخصصات أخرى.

● **خصائص عينة البحث وفقاً للجامعة:** يشير الجدول إلى أن طلبة كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الحكومية الليبية ينتمون إلى كلية الإعلام جامعة بنغازي نسبة (31.8%)، يليها في المرتبة الثانية من كلية الإعلام جامعة طرابلس بنسبة (27.3%)، يعكس حجمهما الكبير وقدم تجربتهما الأكاديمية مقارنة بباقي الجامعات، يليها في المرتبة الثالثة من كلية الإعلام جامعة مصراته بنسبة (17.8%)، يليها في المرتبة الرابعة من قسم الإعلام جامعة طبرق بنسبة (9.9%)، يليها في المرتبة الخامسة من قسم الإعلام جامعة سرت بنسبة (7.7%)، وأخيراً جاء من قسم الإعلام جامعة سبها بنسبة (5.5%) جاءت النسب الأقل من الجامعات الناشئة أو الأحدث عهداً ببرامج الإعلام، ما يدل على تفاوت حجم الطلبة المسجلين في هذه التخصصات بين الجامعات المختلف

جدول رقم (3) يوضح الإجابة على السؤال هل سبق لك التدريب في مؤسسة إعلامية ؟

هل سبق لك التدريب في مؤسسة إعلامية	ت	%
نعم	131	18.9
لا	562	81.1
المجموع	693	100

تشير البيانات إلى أن غالبية طلاب أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الليبية لم يتلقوا دورات

تدريبية في مؤسسات إعلامية، حيث أجاب (81.1%) منهم بـ"لا"، بينما بلغت نسبة من تلقوا دورات تدريبية (18.9%). ويرجع الباحث ذلك إلى ضعف الشراكة المؤسسية بين كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الليبية من جهة، والمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى، إضافة إلى غياب برامج التدريب العملي المنظمة ضمن الخطط الدراسية، وعدم وجود سياسات تشجيعية أو فرص كافية للتدريب الميداني، ما يحدّ من فرص الطلاب لاكتساب المهارات التطبيقية اللازمة لمتطلبات سوق العمل الإعلامي.

جدول رقم (4) يوضح الإجابة على السؤال اذا كانت اجابتك بنعم ما طبيعة التدريب ؟

طبيعة التدريب	ت	%
تلفزيون	41	31.3
اذاعة	26	19.8
اعلام رقمي	22	16.8
صحافة مكتوبة	18	13.8
صحافة الكترونية	13	9.9
منصات رقمية	11	8.4
المجموع	131	100

تُظهر البيانات أن النسبة الأكبر من الطلاب تلقوا تدريباً في مجال التلفزيون بنسبة (31.3%)، ويرجع الباحث السبب الى سهولة دمج طلاب الإعلام في تدريبات تلفزيونية تطبيقية مثل التصوير، المونتاج، التقديم، والإعداد تليها الإذاعة بنسبة (19.8%)، ثم الإعلام الرقمي بنسبة (16.8%)، والصحافة المكتوبة بنسبة (13.8%)، والصحافة الإلكترونية بنسبة (9.9%)، وأخيراً التدريب على منصات رقمية بنسبة (8.4%). ويرجع الباحث ذلك إلى. حداثة هذا المجال وعدم وجود بنية مؤسساتية واضحة للتدريب عليه داخل ليبيا

## جدول رقم (5) يوضح العبارات الخاصة بالاتجاهات نحو سوق العمل لدى طلاب الإعلام في

### اقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية

الوزن المتوسط الحسابي	الوزن المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						العبارة
		غير موافق		محايد		موافق		
		%	ت	%	ت	%	ت	
2.04	67.97%	33.8	234	28.6	198	37.6	261	ارغب في العمل بمجال الاعلام بعد التخرج
1.79	59.55%	52.3	362	16.9	117	30.8	214	اعتقد ان للمهنة الإعلامية مستقبل واعد في ليبيا
2.07	68.98%	18.4	128	56.2	389	25.4	176	لدي معرفة كافية بمتطلبات العمل الإعلامي
1.71	56.95%	54.9	381	19.2	133	25.9	179	اشعر بالحماسة تجاه مستقبلي المهني كإعلامي.
1.54	51.42%	60.1	416	25.6	178	14.3	99	أرى ان سوق العمل الإعلامي الليبي مشجع للانضمام اليه.

يتضح من بيانات الجدول السابق العبارات الخاصة بالاتجاهات نحو سوق العمل كما يراها طلاب الاعلام في اقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية، حيث تشير البيانات إلى وجود تناقض واضح بين الرغبة في العمل بالمجال الإعلامي وبين نظرة متشائمة تجاه واقعه ومستقبله في ليبيا. حيث تبين النتائج أن الطلاب وافقوا على عبارة "أرغب في العمل بمجال الإعلام بعد التخرج" بنسبة (37.6%)، تعكس هذه النسبة وجود دافع شخصي لدى بعض الطلاب للعمل في الإعلام رغم التحديات ويُعزى ذلك إلى: الشغف بالمهنة أو حب العمل الإعلامي لدى فئة معينة من الطلاب بينما لم يوافق (52.3%) على عبارة "أعتقد أن للمهنة الإعلامية مستقبلاً واعدًا في ليبيا"، تشير إلى نظرة تشاؤمية تجاه تطور المهنة محليًا ويرجع ذلك ضعف البنية التحتية الإعلامية وانعدام خطط تطوير واضحة، وكانوا محايدين تجاه عبارة "لدي معرفة كافية بمتطلبات العمل الإعلامي" بنسبة (56.2%). تشير هذه النتيجة إلى غياب اليقين أو ضعف التأهيل العملي. ويرجع السبب الى ضعف التدريب العملي ونقص الخبرة الميدانية، كما عبّر (54.9%) عن عدم موافقتهم على عبارة "أشعر بالحماسة تجاه مستقبلي المهني كإعلامي"، تدل على انخفاض مستوى الحافز الداخلي لدى الطلاب تجاه مستقبلهم المهني بسبب فقدان الثقة في القدرة على تحقيق طموح شخصي داخل

السياق الليبي، ورفض (60.1%) منهم عبارة "أرى أن سوق العمل الإعلامي الليبي مشجع للانضمام إليه." تدل على وجود نظرة سلبية واضحة تجاه واقع السوق الإعلامي المحلي يرجع ذلك إلى: قلة فرص العمل أو ضعف التوظيف في هذا القطاع.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العبارات ذات الوزن المثوي بين 67-69% مثل (الرغبة في العمل والمعرفة بمتطلبات العمل) تشير إلى درجة موافقة متوسطة تميل للإيجابية، بينما تظهر الحماسة لمستقبل مهني في الإعلام منخفضة (56.95%)، وسوق العمل الإعلامي غير مشجع بشدة (51.42%)،

ويتبين من ذلك أن هناك فجوة واضحة بين الرغبة في العمل والمعرفة مقابل الإحباط تجاه واقع السوق والحماسة المهنية

#### جدول رقم (6) يوضح العبارات الخاصة بالتصورات طلاب الإعلام حول متطلبات سوق العمل الإعلامي

الوزن المثوي	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						العبارات
		غير موافق		محايد		موافق		
		%	ت	%	ت	%	ت	
69.07%	2.07	16.3	113	60.2	417	23.5	163	العمل الإعلامي يحتاج الى مهارات تقنية متقدمة
54.83%	1.65	41.9	291	51.6	357	6.5	45	الكفاءة في اللغتين العربية والانجليزية ضرورية للعمل الإعلامي
64.17%	1.92	45.5	316	16.4	113	38.1	264	يتطلب سوق العمل الإعلامي في ليبيا قدره على العمل تحت الضغط.
63.49%	1.90	34.9	242	39.7	275	25.4	176	يجب على الإعلامي ان يمتلك مهارات تحرير الفيديو والصوت
70.23%	2.11	33.2	230	22.9	159	43.9	304	وسائل الاعلام الليبية تبحث عن خريجين ذوي خبرة عملية أكثر من نظرية

يتضح من بيانات الجدول السابق العبارات الخاصة بتصورات طلاب الإعلام حول متطلبات سوق العمل الإعلامي في ليبيا، حيث أظهر الطلاب حيادًا تجاه عبارة "العمل الإعلامي يحتاج إلى مهارات تقنية متقدمة" بنسبة (60.2%)، تشير هذه النسبة العالية من الحياد إلى غموض في تصور الطلاب حول أهمية المهارات التقنية في الإعلام، ويرجع السبب إلى قلة تعرض الطلاب

لتجارب تطبيقية حقيقية تبرز الحاجة لتلك المهارات، وكذلك تجاه عبارة "الكفاءة في اللغتين العربية والإنجليزية ضرورة للعمل الإعلامي" بنسبة (51.6%). الحياذ هنا يعكس ضعف الإدراك الكامل لأهمية التعدد اللغوي في سوق الإعلام، خاصة في ظل وجود مؤسسات إعلامية متعددة اللغات ويرجع السبب الى تركيز الدراسة الجامعية على اللغة العربية فقط في المقابل، لم يوافق (45.5%) على عبارة "يتطلب سوق العمل الإعلامي في ليبيا القدرة على العمل تحت الضغط". تعكس هذه النتيجة سوء تقدير أو تصور غير دقيق لطبيعة العمل الإعلامي يُحتمل أن الطلاب لم يختبروا واقع المهنة بشكل كافٍ ليفهموا الضغوطات المرتبطة بها، مثل: ضغط الوقت، كما أبدوا حياءً نحو عبارة "يجب على الإعلامي أن يمتلك مهارات تحرير الفيديو والصوت" بنسبة (39.6%)، الحياذ هنا قد يدل على ضعف إدراك شامل لأهمية هذه المهارات في بيئة الإعلام الرقمي الحديث في حين وافق (43.9%) على عبارة "وسائل الإعلام الليبية تبحث عن خريجين ذوي خبرة عملية أكثر من نظرية." هذه النتيجة تعكس وعياً نسبياً بأولوية الجانب العملي لدى جهات التوظيف الإعلامية، ويدل على أن الطلاب لاحظوا أن الخريجين ذوي الخبرة العملية (من خلال التدريب أو العمل الحر) هم الأكثر حظاً في الحصول على وظائف.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أعلى العبارات وزناً (70.23%) هي إدراك أهمية الخبرة العملية، ما يعكس وعياً نسبياً بمتطلبات السوق، بينما العبارة الخاصة بالكفاءة اللغوية حصلت على أدنى وزن (54.83%)، ما يدل على ضعف إدراك الطلاب لأهمية التعدد اللغوي، وجاءت الحاجة لمهارات تقنية حديثة (69.07%) تبرز إدراكاً متوسطاً لأهمية التقنية، بينما تحرير الفيديو والصوت والعمل تحت الضغط في حدود (63-64%) تدل على إدراك متوسط يميل للإيجابية

جدول رقم (7) يوضح العبارات الخاصة بالجاهزية الشخصية لدى طلاب الإعلام في اقسام وكليات الإعلام

بالجامعات الليبية

الوزن المتوي	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						الجاهزية الشخصية
		غير موافق		محايد		موافق		
		%	ت	%	ت	%	ت	
60.22%	1.81	48.4	336	22.4	155	29.2	202	امتلك المهارات الأساسية لتحرير الاخبار او التقارير
81.77%	2.45	13.9	97	26.7	185	59.4	411	اجيد استخدام أدوات الاعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي
56.66%	1.70	56.4	391	17.2	119	26.4	183	حصلت على تدريب كاف خلال دراستي الجامعية
84.80%	2.54	9.9	69	25.7	178	64.4	446	اعتقد اني مستعد للالتحاق بسوق العمل الإعلامي بعد التخرج
70.95%	2.13	32.7	227	21.7	150	45.6	316	احتاج الى مزيد من التدريب والتأهيل للعمل الإعلامي

يتضح من بيانات الجدول السابق العبارات الخاصة بالجاهزية الشخصية لطلاب الإعلام في الجامعات الليبية، حيث تشير النتائج الى لم يوافق (48.4%) من الطلاب على عبارة "أمتلك المهارات الأساسية لتحرير الأخبار أو التقارير"، تدل هذه النسبة على قصور في أحد أهم المهارات الأساسية لطلاب الإعلام بينما وافق (59.4%) على عبارة "أجيد استخدام أدوات الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي". تشير النتيجة إلى تمكن طلاب الإعلام من استخدام الوسائط الرقمية والشبكات الاجتماعية، ما يعكس توافقاً مع التوجهات الحديثة في المجال ورفض (56.4%) عبارة "حصلت على تدريب كافٍ خلال دراستي الجامعية"، تعكس هذه النتيجة نقصاً واضحاً في فرص التدريب العملي الممنوحة داخل البيئة الجامعية، في حين وافق (64.4%) على عبارة "أعتقد أنني مستعد للالتحاق بسوق العمل الإعلامي بعد التخرج"، تعكس هذه النتيجة ثقة مرتفعة بالنفس رغم بعض أوجه القصور في المهارات الأساسية أو التدريب ووافق (45.6%) على أنهم بحاجة إلى مزيد من التدريب والتأهيل هذه النسبة تشير إلى إدراك ذاتي من بعض الطلاب لعدم اكتمال جاهزيتهم العملية، تُظهر النتائج أن طلاب الإعلام يشعرون بثقة في قدرتهم على دخول سوق العمل خاصة فيما يتعلق بالجانب الرقمي، لكنهم في الوقت ذاته يعترفون بوجود فجوات حقيقية في التدريب والتحرير المهني، وهو ما يضاعف من جاهزيتهم الفعلية

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أعلى وزن مئوي (84.8%) للثقة بالجاهزية لدخول سوق العمل، رغم قصور بعض المهارات الأساسية، بينما أن امتلاك المهارات الرقمية جاء بدرجة عالية (81.77%)، ما يعكس توافقاً مع متطلبات العصور والتطور التكنولوجي في قطاع الإعلام في المقابل، كان التدريب العملي ضعيف (56.66%)، مما يكشف فجوة بين الجاهزية النظرية والثقة الذاتية من جهة، والجانب التطبيقي من جهة أخرى، بينما جاءت الحاجة لمزيد من التدريب حصلت على (70.95%)، ما يدل على إدراك الطلاب للفجوة في التأهيل.

جدول رقم (8) يوضح العبارات الخاصة بمعوقات الجاهزية لدى طلاب الإعلام في اقسام وكليات الإعلام

بالجامعات الليبية

الوزن المئوي	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						معوقات الجاهزية
		غير موافق		محايد		موافق		
		%	ت	%	ت	%	ت	
80.33%	2.41	11.7	81	35.5	246	52.8	366	نقص التدريب العملي
70.66%	2.12	37.4	259	13.4	93	49.2	341	ضعف المقررات الدراسية
83.00%	2.49	11.2	77	28.1	195	60.7	421	غياب فرص العمل للتوظيف
91.33%	2.74	صفر	صفر	25.6	177	74.4	516	ضعف البنية التحتية الإعلامية
70.56%	2.12	31.2	216	25.9	180	42.9	297	ضعف الارتباط بين الجامعة وسوق العمل

يتضح من بيانات الجدول السابق العبارات الخاصة بمعوقات الجاهزية لدى طلاب الاعلام في اقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية، حيث أظهرت النتائج موافقة (52.8%) على أن "نقص التدريب العملي" يعد من أبرز المعوقات، تمثل هذه النسبة اعترافاً بوجود قصور في الجانب التطبيقي ضمن البرامج التعليمية، ويرجع السبب تركيز البرامج الدراسية على الجانب النظري تليها "ضعف المقررات الدراسية" بنسبة (49.2%)، تعكس هذه النتيجة عدم رضا عن محتوى المناهج الدراسية الحالية. عدم تحديث المناهج بما يواكب تطورات الإعلام الرقمي والتقني و"غياب فرص العمل" بنسبة (60.7%)، تعكس تشاؤماً واضحاً من الواقع المهني والإعلامي الليبي، ويرجع الباحث السبب غياب السياسات الوطنية لدعم توظيف الخريجين الجدد في المجال و"ضعف البنية التحتية الإعلامية" بنسبة (74.4%)، أن أغلبية الطلاب يعتبرون أن نقص التجهيزات والمعدات

والتقنيات الحديثة في كليات الإعلام يعد أكبر عائق أمام جاهزيتهم، ويرجع الباحث السبب الى غياب الاستوديوهات المتكاملة، والمعامل التطبيقية، والأجهزة الحديثة وأخيراً "ضعف الارتباط بين الجامعة وسوق العمل" بنسبة (42.9%) تشير إلى إدراك الطلاب بوجود فجوة بين التكوين الأكاديمي ومتطلبات المؤسسات الإعلامية بسبب نقص التوجيه المهني والارشاد الوظيفي داخل الكليات.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أعلى معوق هو ضعف البنية التحتية الإعلامية بنسبة (91.33%)، مما يشير إلى أن الطلاب يرون نقص التجهيزات والمعدات التقنية أكبر عقبة أمام جاهزيتهم العملية، يلي ذلك غياب فرص العمل (83%) ونقص التدريب العملي (80.33%)، ما يعكس تركيز الطلاب على الفجوة بين الدراسة والجانب المهني، بينما جاء ضعف المقررات الدراسية وضعف الارتباط بسوق العمل حصلا على نسب أقل (حوالي 70%)، لكنها لا تزال تمثل معوقات مهم

جدول رقم (9) يوضح ما المهارات التي تعتقد أنك تفتقر إليها وتحتاج إلى اكتسابها قبل دخول سوق العمل الإعلامي؟

المهارات التي تعتقد أنك تفتقر إليها وتحتاج إلى اكتسابها قبل دخول سوق العمل الإعلامي	ت	%
مهارات التحرير الصحفي والكتابة الإعلامية.	39	5.6
التقديم التلفزيوني والإذاعي.	196	28.3
التصوير والمونتاج.	123	17.7
إدارة المحتوى الرقمي والسوشيال ميديا.	110	15.8
التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.	161	23.3
مهارات العمل الجماعي والتواصل.	36	5.2
مهارات الترجمة الإعلامية والتحقيق الاستقصائي.	28	4.1
المجموع	693	100

تعكس نتائج هذا الجدول إدراك الطلاب لأهم المهارات المطلوبة في سوق العمل الإعلامي، إذ جاءت مهارة التقديم التلفزيوني والإذاعي في الصدارة بنسبة (28.3%)، وهو ما يشير إلى استمرار

أهمية المهارات التقليدية في المجال الإعلامي، تليها مباشرة مهارة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بنسبة (23.3%)، مما يعكس وعيًا متزايدًا بأهمية التكيف مع متغيرات الإعلام الرقمي والاتجاهات التقنية الحديثة. كما تبرز أهمية مهارات التصوير والمونتاج وإدارة المحتوى الرقمي، وهو ما يفرض على كليات الإعلام التركيز على هذه المهارات ضمن برامجها الدراسية. اللافت أن مهارات مثل التحرير الصحفي والعمل الجماعي والتحقيق الاستقصائي جاءت في المراتب الأخيرة، ما قد يشير إلى ضعف الوعي بأهمية بعض المهارات الأساسية في العمل الإعلامي أو تراجع مكانتها مقارنة بالمهارات الرقمية والفنية.

جدول رقم (10) يوضح كيف تقيّم محتوى المناهج الدراسية في تخصصك من حيث ملاءمتها لسوق العمل؟

كيف تقيّم محتوى المناهج الدراسية في تخصصك من حيث ملاءمتها لسوق العمل؟	ت	%
تواكب السوق وتغطي الجوانب النظرية والعملية.	49	7.1
تركّز على الجوانب النظرية وتفتقر إلى الجانب العملي.	227	32.7
قديمة ولا تواكب تطورات الإعلام الرقمي.	210	30.4
غير مرتبطة باحتياجات السوق المحلي.	170	24.5
جيدة لكن تحتاج لتحديث وتكامل مع التكنولوجيا الحديثة.	37	5.3
المجموع	693	100

تكشف نتائج هذا الجدول أن الطلاب يقيّمون مناهج الإعلام بأنها تعاني من اختلالات واضحة، إذ أكد (32.7%) أنها تركز على الجوانب النظرية وتفتقر إلى التطبيق العملي، بينما يرى (30.4%) أنها مناهج قديمة ولا تواكب الإعلام الرقمي. كما أشار (24.5%) إلى ضعف ارتباط المناهج باحتياجات السوق، وهو ما يؤكد الحاجة إلى تحديث المناهج لتلائم متطلبات السوق والمستجدات المهنية. اللافت للنظر أن النسبة التي ترى أن المناهج تواكب التطورات وتغطي الجوانب النظرية والعملية لا تتجاوز (7.1%)، وهو مؤشر على وجود فجوة حقيقية بين التعليم الأكاديمي ومتطلبات الواقع المهني.

جدول رقم (11) يوضح ما تقييمك لجودة التدريب العملي الذي تلقيته خلال سنوات الدراسة؟

ما تقييمك لجودة التدريب العملي الذي تلقيته خلال سنوات الدراسة؟	ت	%
ممتاز	29	4.2
جيد	96	13.8
ضعيف	413	59.6
لم أتلق أي تدريب عملي خلال الدراسة	155	22.4
المجموع	693	100

تظهر بيانات هذا الجدول ضعف البرامج التدريبية المقدمة للطلاب بشكل واضح، حيث أفاد (59.6%) أن التدريب العملي كان ضعيفاً ولم يمكنهم من تطبيق ما تعلموه، و(22.4%) لم يتلقوا أي تدريب، بينما وصفه (13.8%) بالجيد لكن المحدود، أما نسبة الذين وصفوا التدريب بالممتاز فلم تتجاوز (4.2%)، هذه النتائج تؤكد أن غياب فرص التدريب العملي الفاعل يمثل أحد أبرز التحديات التي تواجه طلاب الإعلام، ويضعف من قدرتهم على الاندماج في سوق العمل بعد التخرج.

جدول رقم (12) يوضح ما العوامل التي تساهم في ارتفاع البطالة بين خريجي الإعلام في ليبيا؟

العوامل التي تساهم في ارتفاع البطالة بين خريجي الإعلام في ليبيا	ت	%
عدم ربط التعليم بسوق العمل.	113	16.3
تخريج أعداد كبيرة بدون توجيه.	211	30.4
قلة المؤسسات الإعلامية المستوعبة للخريجين.	163	23.6
عدم وجود فرص تدريب وتأهيل حقيقي.	127	18.3
تفضيل أصحاب الخبرة على الخريجين الجدد.	79	11.4
المجموع	693	100

أوضحت نتائج هذا الجدول أن الطلاب يرون أن أزمة البطالة بين خريجي الإعلام تعود لعدة أسباب مترابطة، أهمها تخريج أعداد كبيرة من دون توجيه بنسبة (30.4%)، يليها قلة المؤسسات الإعلامية القادرة على الاستيعاب بنسبة (23.6%). كما اعتبر (18.3%) أن عدم وجود فرص

تدريب وتأهيل حقيقية هو من الأسباب الجوهرية، وأشار (16.3%) إلى غياب ربط التعليم بسوق العمل. أما تفضيل أصحاب الخبرة على الخريجين الجدد فجاء بنسبة (11.4%) هذه النتائج تعكس إدراك الطلاب لوجود مشكلات هيكلية على مستوى التعليم وسوق العمل معاً، وتتطلب معالجات مشتركة من الطرفين.

جدول رقم (13) يوضح ما الفرص التي تراها متاحة أمامك في المجال الإعلامي بعد التخرج؟

ما الفرص التي تراها متاحة أمامك في المجال الإعلامي بعد التخرج؟	ت	%
العمل في قناة أو إذاعة محلية.	136	19.7
العمل كمراسل أو صحفي مستقل.	74	10.7
إنشاء مشروع إعلامي خاص (بودكاست، قناة يوتيوب).	261	37.6
العمل في التسويق الرقمي أو إدارة المحتوى.	96	13.8
العمل خارج ليبيا في مجال الإعلام.	126	18.2
المجموع	693	100

أشار الطلاب إلى أن أبرز الفرص المتاحة لهم بعد التخرج هي إنشاء مشروع إعلامي خاص (بودكاست، قناة يوتيوب) بنسبة (37.6%)، تمثل هذه النسبة مؤشراً على تحول واضح في نظرة طلاب الإعلام نحو العمل الحر والمنصات الرقمية كفرص بديلة للعمل التقليدي والعمل في قناة أو إذاعة محلية (19.7%)، تشير إلى استمرار وجود اهتمام بالاندماج في المؤسسات الإعلامية التقليدية، رغم محدودية فرصها والعمل في الإعلام خارج ليبيا (18.2%)، والعمل في التسويق الرقمي أو إدارة المحتوى (13.8%)، والعمل كمراسل أو صحفي مستقل (10.7%) تدل على تردد الطلاب في خوض تجربة العمل الحر في الصحافة التقليدية، لما قد تحمله من مخاطر مهنية واقتصادية ويرجع الباحث السبب الى ضعف الحماية القانونية.

جدول رقم (14) يوضح ما نوع الدورات أو البرامج التي ترى أنها ضرورية لتأهيلك لسوق العمل؟

ما نوع الدورات أو البرامج التي ترى أنها ضرورية لتأهيلك لسوق العمل	ت	%
دورات تحرير وإعداد برامج.	119	17.2
تدريب على الإعلام الرقمي والسوشيال ميديا.	188	27.2
تعلم أدوات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.	203	29.3
ورش إنتاج فيديو وتحرير صوتي.	116	16.7
مهارات شخصية: القيادة - التواصل - إدارة الوقت	67	9.6
<b>المجموع</b>	<b>693</b>	<b>100</b>

اعتبر الطلاب في جدول رقم (14) أن أهم الدورات المطلوبة لتأهيلهم لسوق العمل هي: تعلم أدوات الذكاء الاصطناعي في الإعلام بنسبة (29.3%)، تعكس هذه النسبة وعياً متزايداً لدى الطلاب بأهمية التحول الرقمي وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام الحديثة. ويرجع الباحث السبب الى تصاعد دور الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى، والتحقق من الأخبار تليها الإعلام الرقمي والسوشيال ميديا بنسبة (27.2%)، تعكس هذه النسبة إدراك الطلاب لأهمية المنصات الرقمية كمنهج رئيسي للعمل الإعلامي الحديث ثم تحرير وإعداد البرامج (17.2%)، تشير إلى رغبة الطلاب في تطوير المهارات التحريرية والإنتاجية الأساسية، وخاصة لمن يسعى للعمل في التلفزيون أو الإذاعة، وورش إنتاج الفيديو وتحرير الصوت بنسبة (16.7%)، تعكس اهتماماً ملحوظاً بمهارات الإنتاج الفني، والتي أصبحت ضرورية في البيئات الرقمية وتطبيقات الإعلام المتعدد الوسائط وأخيراً مهارات شخصية (القيادة، التواصل، إدارة الوقت) بنسبة (9.6%) رغم أهميتها، تأتي هذه المهارات في آخر الترتيب، ما يشير إلى أن الطلاب يركزون أكثر على المهارات التقنية والمهنية المباشرة.

جدول رقم (15) يوضح مامقترحات لتطوير جاهزية الطلاب للالتحاق بسوق العمل الإعلامي بعد التخرج؟

مقترحات لتطوير جاهزية الطلاب	ت	%
تحديث المناهج الدراسية	53	7.6
توفير فرص تدريب عملي داخل الكليات والمؤسسات الإعلامية	137	19.7
دمج مهارات الاعلام الرقمي ضمن المقررات الدراسية	79	11.3
انشاء مكاتب للإرشاد المهني والتوظيف في الجامعات	77	11.2
التركيز على المهارات الرقمية والمستقبلية	214	30.8
توفير تقنيات حديثة داخل كليات واقسام الإعلام	133	16.4
<b>المجموع</b>	<b>693</b>	<b>100</b>

جاءت اقتراحات الطلاب في هذا المحور واقعية وتنسجم مع التحديات التي أشاروا إليها سابقاً، حيث ركز (30.8%) على ضرورة تطوير المهارات الرقمية والمستقبلية، وهو ما يتماشى مع تحولات السوق. كما طالب (19.7%) بتوفير فرص تدريب عملي داخل الكليات والمؤسسات الإعلامية، و(16.4%) بتوفير تقنيات حديثة تدعم العملية التعليمية. وبرزت أهمية دمج مهارات الإعلام الرقمي في المقررات بنسبة (11.3%)، وإنشاء مكاتب للإرشاد المهني بنسبة (11.2%). أما تحديث المناهج فجاء في المرتبة الأخيرة بنسبة (7.6%). وتدل هذه النتائج على إدراك الطلاب لأهمية المعالجة الشاملة التي تجمع بين تطوير المهارات، وتعزيز التدريب، وتحديث المناهج، وتقديم الإرشاد المهني.

#### النتائج العامة والتوصيات:

##### أولاً: النتائج العامة

أسفرت تحليل البيانات الواردة في الجداول الإحصائية عن مجموعة من النتائج المهمة التي تسلط الضوء على واقع جاهزية طلاب الإعلام في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية للالتحاق بسوق العمل، وتتمثل أبرز هذه النتائج فيما يلي:

1. ضعف فرص التدريب العملي خلال الدراسة: أظهرت النتائج أن غالبية الطلاب لم يتلقوا تدريباً عملياً في مؤسسات إعلامية (81.1%)، كما قيم أكثر من نصفهم جودة التدريب

- العملي خلال الدراسة بأنها ضعيفة، وأفاد(59.5%) بأنهم لم يتمكنوا من تطبيق ما تعلموه نظريًا.
2. غياب التكامل بين التعليم وسوق العمل: أشار الطلاب إلى أن المناهج تركز على الجانب النظري وتفتقر للجانب العملي (32.7%)، وهي قديمة ولا تواكب الإعلام الرقمي (30.4%)، مما يعكس فجوة معرفية بين ما يُدرّس وما يتطلبه سوق العمل.
3. نقص المهارات العملية والرقمية: عبّر الطلاب عن افتقارهم لمهارات جوهرية مثل التقديم التلفزيوني والإذاعي (28.3%)، واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في الإعلام (23.3%)، والتصوير والمونتاج (17.7%)، مما يشير إلى حاجة ملحة لإعادة تأهيلهم بما يتماشى مع متطلبات العصر.
4. تصورات سلبية عن سوق العمل الإعلامي المحلي: عبّر الطلاب عن عدم اقتناعهم بأن للمهنة الإعلامية مستقبل واعد في ليبيا (52.3%)، كما أبدى(60.1%)عدم موافقتهم على أن سوق العمل الإعلامي الليبي مشجع للانضمام إليه، مما يعكس إحباطًا عامًا بشأن فرص التوظيف.
5. رغبة في تطوير الذات رغم التحديات: بالرغم من التحديات، عبّر أكثر من(64.4%) من الطلاب عن اعتقادهم بأنهم مستعدون للالتحاق بسوق العمل بعد التخرج، وعبّر(45.6%) عن حاجتهم إلى مزيد من التدريب والتأهيل، مما يدل على وجود طموح واستعداد للتطوير.
6. ضعف البنية المؤسسية والمقررات التعليمية: أبرز الطلاب مجموعة من المعوقات المؤثرة في جاهزيتهم، أهمها ضعف البنية التحتية الإعلامية (74.4%)، ونقص التدريب العملي (52.8%)، وضعف المقررات الدراسية (49.2%).
7. ارتفاع البطالة بين خريجي الإعلام: أرجع الطلاب أسباب البطالة إلى تخريج أعداد كبيرة دون توجيه (30.4%)، وقلة المؤسسات الإعلامية المستوعبة (23.6%)، إلى جانب غياب فرص التأهيل الجاد.

8. توجه نحو العمل المستقل والمشاريع الرقمية: يرى الطلاب أن من أبرز الفرص المتاحة لهم بعد التخرج إنشاء مشاريع إعلامية خاصة (بودكاست، قناة يوتيوب) بنسبة (37.6%)، ما يعكس تحولاً في نماذج التفكير المهني نحو ريادة الأعمال الإعلامية.
9. أولوية للمهارات الرقمية والتقنية المستقبلية: صنف الطلاب تعلم أدوات الذكاء الاصطناعي (23.3%) والتدريب على الإعلام الرقمي والسوشيال ميديا (15.8%) كأهم الدورات التي يرونها ضرورية للتأهيل لسوق العمل.
10. مقترحات تطوير واضحة وموجهة: كان أبرز المقترحات لتحسين الجاهزية المهنية للطلاب التركيز على المهارات الرقمية والمستقبلية (30.8%)، وتوفير فرص تدريب عملي داخل المؤسسات والكليات (19.7%)، وتوفير تقنيات حديثة في الأقسام الإعلامية (16.4%).

#### ثانياً: توصيات البحث

1. ضرورة تحديث المناهج الأكاديمية في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات الليبية لتواكب التطورات التقنية والإعلام الرقمي، مع التركيز على دمج المهارات العملية والتدريب التقني داخل المقررات.
2. تكثيف فرص التدريب العملي داخل المؤسسات الإعلامية بالتعاون مع الجامعات، وتوفير برامج تدريبية مهنية تتيح للطلاب تطبيق ما يتعلمونه نظرياً.
3. إدراج دورات وبرامج متخصصة في مهارات الإعلام الرقمي وأدوات الذكاء الاصطناعي ضمن البرامج التعليمية والتدريبية لتأهيل الطلاب لمتطلبات سوق العمل المستقبلية.
4. تأسيس مكاتب للإرشاد المهني والتوظيف داخل الجامعات تساعد الطلاب على التخطيط لمسارهم المهني وتزويدهم بالمعلومات والمهارات المطلوبة.
5. تعزيز الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية لتطوير برامج تدريبية مشتركة، وضمان توافق مخرجات التعليم مع متطلبات سوق العمل المحلي.
6. دعم الطلاب لإنشاء مشاريع إعلامية خاصة مثل البودكاست وقنوات يوتيوب، من خلال توفير ورش تدريبية وإرشاد تقني يساعدهم على دخول سوق العمل بشكل مبتكر.
7. تطوير البنية التحتية داخل كليات واقسام الإعلام من خلال توفير تقنيات حديثة ومعدات إعلامية متطورة تواكب التطورات العالمية في المجال الإعلامي.

## المراجع والهوامش:

- 1) الجمعية ، أحمد (2024) ، الكفايات المهنية لمخرجات أقسام الإعلام في الجامعات السعودية: دراسة ميدانية بالتطبيق على الخبر الصحفي، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، كلية الإعلام ، جامعة الأهرام الكندية، العدد 46 ،ص 127-163
- 2) إمام ، نسمة (2023) ، العلاقة بين المرونة المجتمعية عبر منصات العمل الحر أثناء الأزمات وإنتاج المحتوى الإعلامي ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 82، ص 767-818.
- 3) الزايد، إيساء (2023) ، كفاءة مخرجات برامج أقسام العلاقات العامة لمتطلبات سوق العمل السعودي في ظل رؤية 2030م دراسة وصفية على برنامج قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال -جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري* ، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، المجلد 5، العدد 2، ص 505-562
- 4) الشرفاوي، إيمان (2023) ، إدراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لمعارف ومهارات تقنيات الذكاء الاصطناعي اللازمة للاندماج في سوق العمل، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، قسم الصحافة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد 26، الجزء الثاني، ص 485-554
- 5) البنا ، دعاء (2019) ، اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مركز بحوث الرأي العام، المجلد 18، العدد 3، ص 465-558
- 6) الدناني ، عبدالملك وهاشم، سامية (2016) ، *مناهج بحوث الاتصال الحديثة*، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت -مصر ، طبعة 1، ص 54.
- 7) النجار، وليد (2022) ، *مناهج البحث في الإعلام*، دار العلام للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، طبعة 1، ص 156.
- 8) عبدالعزيز، بركات (2015) ، *مناهج البحث الإعلامي "الأصول النظرية ومهارات التطبيق"*، دار الكتاب الحديث، القاهرة-مصر، طبعة 2، ص 163.
- 9) عريجه، سالم (2025) ، اتجاهات طلبة الإعلام نحو الصحافة كتخصص ومهنة دراسة تطبيقية على طلبة قسم الإعلام بجامعة أم القرى، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، قسم الصحافة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة ، العدد 31، ص 299-338
- 10) فخر الدين، أريج (2021) ، التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام وفق متطلبات سوق العمل في العصر الرقمي، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد 77، (الجزء الثالث - المجلد الأول)، ص 221-276
- 11) Glushchenko, T. N., Altakhaineh, A. R. M., & Al-Atoum, H. M. (2024). The compatibility of press and media programs taught at

Jordanian universities with the labor market. Cogent Arts and Humanities, 11(1).

<https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2429934>

12) Wuttaphan, N. (2017). Human Capital Theory: The Theory Of Human Resource Development, Implications, And Future. Life Sciences and Environment Journal, 18(2), 240–253. retrieved from <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/psru/article/view/76477>

محكمي استمارة الاستبيان :

- أ. د. صلاح الحراري، أستاذ مساعد بقسم الإعلام، الجامعة المفتوحة- ليبيا
- ب. د. علي مولود فاضل، أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام والاتصال الحكومي، جامعة سامراء-العراق.
- ج. د. صدام سليمان المشاقبة، أستاذ مساعد كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط -الاردن.
- د. د. محمد الاجم ، أستاذ الإعلام المساعد ، جامعة طرابلس - ليبيا
- هـ. د. كريمة كمال عبداللطيف، أستاذ الإعلام الرقمي بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ، جامعة جنوب الوادي- مصر.