



Article

Digital Transformations in the Media Field and Their Impact on the Identity of Libyan Media: (A Field Study on University Professors in Libya)

* Salma khalifa alsaity

Faculty Member, Department of Public Relations, Faculty of Media and Communication, University of Ajdabiya, Ajdabiya, Libya

التحويلات الرقمية في مجال الإعلام وانعكاسها على هوية الإعلام الليبي: (دراسة ميدانية على أساتذة الجامعات في ليبيا)

أ. سالمة خليفة السعيطي *

عضو هيئة تدريس بقسم العلاقات العامة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة إجدابيا، إجدابيا، ليبيا

* Corresponding author. E-mail address: Salmasaity344@gmail.com

Article history		
Received: 24 - 12 - 2025	Accepted: 13 - 2 - 2026	Published: 1 - 3 - 2026

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير التحويلات الرقمية على هوية الإعلام الليبي من خلال آراء أساتذة الجامعات في ليبيا، واعتمدت الباحثة على الدراسات الوصفية وتم استخدام المنهج المسحي، وتم جمع البيانات من خلال الاستبيان الإلكتروني مع عينة كبيرة الحجم من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام في الجامعات الليبية، أظهرت النتائج أن التحويلات الرقمية قد أثرت بشكل كبير على هوية الإعلام الليبي، حيث ساهمت في تحسين جودة المحتوى وزيادة الوصول إلى الجمهور، ولكنها أيضاً أثارت تحديات تتعلق بالحفاظ على الهوية الثقافية والوطنية بالعربية.

الكلمات المفتاحية: التحويلات الرقمية، الإعلام الليبي، الهوية الإعلامية، الإعلام العربي، الدراسات الوصفية، المنهج المسحي.

Abstract: This study aims to explore the impact of digital transformations on the identity of Libyan media through the perspectives of university professors in Libya. The researcher relied on descriptive studies and used the survey method. Data were collected through an electronic questionnaire with a large sample of media specialists from Libyan universities. The results showed that digital transformations have significantly affected the identity of Libyan media, contributing to improved content quality and increased audience reach, but also raising challenges related to maintaining cultural and national identity.

Keywords: Digital Transformations, Libyan Media, Media Identity, Arab Media, Descriptive Studies, Survey Method.

- المقدمة:

تشهد صناعة الإعلام العربي تحولات جذرية، حيث أدت التطورات التكنولوجية والرقمية إلى تغيير جوهري في طبيعة هذه الصناعة وممارساتها، وقد أثر ظهور وسائل الإعلام الجديدة والمنصات الرقمية بشكل كبير على هوية الإعلام العربي وبنيته التقليدية، هذا التحول الرقمي يطرح تحديات جديدة أمام المؤسسات الإعلامية العربية في الحفاظ على



خصوصيتها الثقافية والحضارية⁽¹⁾، مثل المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، والتي غيرت الطريقة التي يستهلك بها الجمهور المحتوى الإعلامي⁽²⁾.

من جانب آخر أتاحت هذه التطورات الرقمية فرصة جديدة للمؤسسات الإعلامية العربية لتعزيز هويتها الثقافية والحفاظ على خصوصيتها، من خلال إنتاج محتوى أصيل ومتنوع يعكس القيم والتراث العربي⁽³⁾، كما سمحت للجمهور بالمشاركة والتفاعل بشكل أكبر مع المحتوى الإعلامي، مما عزز الشعور بالانتماء والهوية العربية⁽⁴⁾، ومع ذلك، أدت هذه التغييرات أيضاً إلى تحديات جديدة، مثل ظهور محتوى تحديد إعلامي مشكوك في مصداقيته، وانتشار ظاهرة الأخبار الزائفة⁽⁵⁾، هذا بالإضافة إلى المنافسة الشديدة من قبل المنصات الإعلامية العالمية، مما يضع الهوية الإعلامية العربية تحت ضغط للحفاظ على تميزها وتفرداها⁽⁶⁾، الأمر الذي يحتم إلى الحاجة المستمرة لإستراتيجيات وسياسات إعلامية قوية، تهدف إلى تعزيز الهوية الثقافية العربية في ظل التحولات الرقمية الجارية، وضمان استمرار إنتاج محتوى إعلامي أصيل ومتنوع يلبي احتياجات الجمهور⁽⁷⁾.

1- مشكلة البحث:

تعرف مشكلة البحث بأنها عبارة عن تساؤل أو التساؤلات الغامضة التي تدور في ذهن الباحث حول موضوع البحث أو الدراسة التي اختارها، وهي تساؤلات تحتاج إلى تفسير يسعى الباحث إلى إيجاد إجابات شفاف وواقعية لها، وقد تكون المشكلة البحثية عبارة عن موقف غامض يحتاج إلى تفسير أو إيضاح⁽⁸⁾، تتمثل مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي: كيف أثرت التحولات الرقمية على هوية الإعلام العربي وما هي الإستراتيجيات الكفيلة بالحفاظ على هذه الهوية في ظل البيئة الرقمية المتغيرة؟ وينبثق عن هذا التساؤل الرئيس عدة أسئلة فرعية:

1. ما هي أبرز التطورات التكنولوجية والرقمية التي طرأت على صناعة الإعلام العربي؟
2. ما هي التحديات التي تواجه هوية الإعلام العربي في ظل البيئة الرقمية الحديثة؟
3. ما هي الإستراتيجيات والآليات التي يمكن اتباعها للحفاظ على هوية الإعلام العربي في ظل التحولات الرقمية المتسارعة؟

2- أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من كونه يتناول موضوعاً حيوياً وحساساً في الساحة الإعلامية العربية وهو كيفية الحفاظ على هوية الإعلام العربي في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، فهذا الموضوع له انعكاسات كبيرة على الهوية الثقافية والحضارية للمجتمعات العربية، كما أن دراسة هذا الموضوع قد يساهم في وضع توجهات وإستراتيجيات فعالة للمؤسسات الإعلامية العربية لمواجهة هذه التحديات.

3- مفاهيم ومصطلحات البحث:

يعد تعريف المفاهيم والمصطلحات الواردة في عنوان البحث من الأسس المنهجية الهامة في البحث الإعلامي حيث يعني: " تلك الصفات أو الأفكار التي تطلق على لفظ معين، تبين دلالة هذا اللفظ، ومعناه، وأبعاده المختلفة، وحدود استخدامه، وهي لظروف نشأتها وتطورها بتطور المجتمعات غير ثابتة، وتحمل صفات التطور والتبدل والتغير تبعاً للظروف المحيطة بها"⁽⁹⁾.



1. الهوية الإعلامية العربية: تُعرف بأنها مجموعة من السمات والخصائص التي تميز الإعلام العربي وتجعله متماسكاً ومتناغماً مع الثقافة والقيم العربية (10).
2. التحولات الرقمية: وتشير إلى التغييرات التكنولوجية والتقنية التي طرأت على صناعة الإعلام والاتصال، مثل ظهور وسائل الإعلام الجديدة والتطبيقات الرقمية (11).
3. وسائل الإعلام الجديدة: هي منصات ووسائل اتصال تفاعلية رقمية تعتمد على الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية (12).
4. الدراسة الميدانية: وهي الدراسة التي تقوم بها الباحثتان بتصنيف وتبويب وتحليل البيانات وتفسيرها وفق نسق معين، كلما يتيح تفسيرها للكشف على الجوانب الظاهرة والعوامل المرتبطة والمؤثرات فيه (13).
5. أساتذة الجامعات: وهم الأشخاص الذين يزاولون مهنة التدريس في الجامعات الليبية ممن يحمل درجات الماجستير والدكتوراه، وهم أعضاء هيئة التدريس بكليات الاعلام بالجامعات الليبية.

4- أهداف البحث:

- يهدف هذا البحث إلى دراسة ما يلي:
1. التعرف على وسائل التحولات التكنولوجية والرقمية المؤثرة على هوية الإعلام الليبي.
 2. التعرف على مجالات التحولات الرقمية في الحفاظ على الهوية الإعلامية في الإعلام العربي في ليبيا من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس الجامعي.
 3. التعرف على الجوانب التي يعكسها محتوى الإعلام الليبي في تعزيز مكونات الهوية الإعلامية في ظل التحولات الرقمية.
 4. رصد المبادئ التي يعكسها الإعلام الليبي للحفاظ على الهوية الإعلامية العربية عبر وسائل الإعلام الرقمية.
 5. التعرف على التحديات التي تواجه هوية الإعلامية العربية في ظل التحولات الرقمية.

5- التساؤلات:

- تستخدم التساؤلات في الأبحاث الجديدة التي لم تحظَ بقدر كافٍ من الدراسات السابقة، نتيج للباحثين بيانات، ومعطيات تساعدهم على توقع علاقات معينة بين المتغيرات، والتساؤلات البحثية تصاغ بشكل مبسط وواضح حول وجود ظاهرة، وما يحيط بها من تفاصيل معينة، وأحياناً ترجمة بعض التساؤلات إلى فروض بحثية (14).
- كيف تم تحول وسائل الإعلام العربية من النمط التقليدي إلى الجديد؟
1. ماهي وسائل التحولات التكنولوجية والرقمية المؤثرة على هوية الإعلام الليبي؟
 2. ما هو تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الإعلام الليبي؟
 3. ما هو تأثير المنصات الرقمية على الإعلام الليبي؟
 4. ما هو تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام الليبي؟
 5. ما هو تأثير صحافة المواطن (صناع المحتوى) على الإعلام الليبي؟



6. ماهي مجالات التحولات الرقمية في الحفاظ على الهوية الإعلامية في الإعلام العربي في ليبيا من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس الجامعي؟
7. ماهي الجوانب التي يعكسها محتوى الإعلام الليبي في تعزيز مكونات الهوية الإعلامية في ظل التحولات الرقمية؟
8. ماهي المبادئ التي يعكسها الإعلام الليبي للحفاظ على الهوية الإعلامية العربية عبر وسائل الإعلام الرقمية؟
9. ماهي أهم التحديات التي تواجه هوية الإعلام العربي في ظل البيئة الرقمية؟
10. ما أهم التوصيات والإستراتيجيات للحفاظ على هوية الإعلام العربي في ظل التحولات الرقمية؟

6- الدراسات السابقة:

- تتلخص أهمية الدراسات السابقة في اكتساب الباحثين خبرة في مجال البحث العلمي تتمثل فيما يلي (15):
1. تساعد الباحث على الاختيار السليم لمبحثه، وتجنبه تكرار دراسة مشكلات سابقة إن لم يكن اختيار نتائج بحوث سابقة، وبذلك يستطيع الباحث تجنب ما وقع فيه الباحثون السابقون من قبله.
 2. توفر للباحث فرصة الاطلاع على الأطر النظرية والفروض التي استخدمت في الدراسات السابقة لاجتياز الحدود الأمنية في تجنب العوائق ونقاط الضعف التي تعوق تقدم البحث.
 3. تمكن الباحث من اختيار أنسب وأفضل الطرق والأدوات بعد اطلاعه على الإجراءات والاختبارات والأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة.
 4. تزويد الباحثين بالمصادر والمراجع التي تفيدهم وتمكنهم من الوقوف على المعلومات التي يحتاجونها وتجاوز العقبات التي تقف حائلاً بينهم وبين المعلومات.
 5. تهيئ الفرصة أمام الباحث لإيجاد الحلول المناسبة للمشكلات المماثلة التي واجهها الباحثون من قبله والكيفية التي تعاملوا بها مع تلك المشكلات.
 6. تمكن البحث من الاستفادة من نتائج البحوث وتجاوز النقاط التي توقفت عندها الدراسات السابقة.
- ومن خلال مسح الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وما حققته هذه الدراسات من نتائج يمكن الاستفادة منها، نذكر بعض منها في الآتي:
1. دراسة هالة الخطيب (2023) (16): هدفت إلى التعرف على الهوية الإعلامية في ظل التحولات الرقمية، واستخدمت الباحثة الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج تحليل المحتوى في تحليل مقالات إعلامية من 100 مقال من مواقع إلكترونية متنوعة توصلت إلى أهم النتائج في أن التحولات الرقمية أثرت على نوعية المحتوى الإعلامي، كما توصلت إلى أن هناك توجهاً نحو تعزيز الهوية الثقافية في المحتوى.
 2. دراسة فاطمة الزهراني (2023) (17): هدفت إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الإعلام التقليدي في العالم العربي، أجريت دراسة ميدانية على 300 مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي من جمهور الإعلام العربي باستخدام استبيانات إلكترونية لجمع البيانات، وتوصلت إلى أن تأثيراً كبيراً لوسائل التواصل الاجتماعي على تراجع قراءة الصحف التقليدية، زيادة في عدد المستخدمين الذين يتلقون الأخبار من خلال المنصات الرقمية.



3. **دراسة أحمد السعيد (2022) (18):** هدفت إلى التعرف على التحولات الرقمية وتأثيرها على الإعلام العربي أجريت دراسة ميدانية على 150 صحفياً من 5 دول عربية باستخدام أدوات استبيانات ومقابلات لجمع البيانات، وتوصلت أهم النتائج إلى أن التحولات الرقمية أدت إلى تغييرات في طريقة استهلاك الأخبار، كما توصلت إلى أن ارتفاع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للمعلومات.

4. **دراسة علي الزهراني (2022) (19):** دور التعليم الرقمي في تعزيز الهوية الإعلامية أجريت دراسة ميدانية على عينة تكونت من 200 طالب من طلاب الإعلام في الجامعات عن طريق استبيانات إلكترونية، تلخصت أهم النتائج في أن التعليم الرقمي يعزز من قدرة الطلاب على الابتكار، كما توصلت النتائج إلى أن هناك حاجة لتطوير المناهج لتتناسب مع التحولات الرقمية.

5. **دراسة محمد الكعبي (2021) (20):** تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التحولات الرقمية وتأثيرها على الإعلام العربي، واعتمد الباحث على الدراسات الوصفية كنوع للدراسة، واستعان باستبيان مغلق ومقابلات مع الأساتذة وزعت على عينة من أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية مكونة من 100 مفردة، تلخصت أهم النتائج في أن التحولات الرقمية تعزز من الهوية الإعلامية من خلال توفير منصات جديدة، تباين في مستوى التأقلم مع التكنولوجيا بين الأساتذة مما يؤثر على جودة التعليم الإعلامي.

6. **دراسة فهد العسيري (2021) (21):** التحولات الرقمية وتأثيرها على الهوية الإعلامية في العالم العربي، دراسة ميدانية على عينة بلغت 120 أستاذ إعلام من 10 دول عربية عن طريق أداة استبيان ومقابلات، وتوصلت أهم النتائج إلى أن التحولات الرقمية تعزز من الهوية الإعلامية من خلال توفير منصات جديدة، كما توصلت إلى أن هناك تحديات تتعلق بالتحقق من المعلومات وجودة المحتوى.

7. **دراسة سعاد العرفي (2020) (22):** هدفت إلى التعرف على دور التحولات الرقمية في تشكيل الهوية الإعلامية، استعانت الباحثة بنوع الدراسة النوعية التحليلية، وكان مجتمع البحث المشاركون في ورش العمل الإعلامية على عينة تألفت من 30 خبيراً إعلامياً، وتلخصت أهم النتائج في أن التعرف على الهوية الإعلامية يحتاج إلى إعادة بناء في ظل التحولات الرقمية، أهمية التعليم الرقمي في تعزيز مهارات الإعلاميين.

- التعليق على الدراسات السابقة:

1. تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث والمنهج المناسب للدراسة وأداة جمع البيانات.
2. التعرف على أهم الكتب والمراجع التي أثرت الجانب النظري.
3. ندرة الدراسات التي بحثت في مجال التحولات الرقمية في مجال الإعلام وانعكاسها على هوية الإعلام الليبي.

- منهجية الدراسة:

ويعني الأساليب والإجراءات أو المداخل التي تستخدم في جمع البيانات والوصول من خلالها إلى النتائج أو التفسيرات والشروح والتنبؤات التي تتعلق بموضوع البحث، وينبغي على الباحث عند تقديمه خطة البحث التي سيستخدمها في دراسة موضوعه والمبررات التي أدت إلى الاعتماد عليها (23).



أ- نوع الدراسة:

تم الاعتماد على الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية في وضعها الراهن ولا تقف عند حدود الوصف والتشخيص، بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها (24)، ومن خلال هذا البحث وفي إطار هذا النوع من البحوث بوصف وتحليل التحولات الرقمية وتأثيرها على هوية الإعلام العربي من وجهة نظر أساتذة كليات الإعلام بالجامعات الليبية.

ب - المنهج المستخدم:

يعتبر المنهج المسحي من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي، وللحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف المنهج بأنه مجموعة من الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها، وعليه تم اختيار المنهج (25)، وسيتم استخدام أسلوب المسح الشامل لعينة البحث.

8- مجتمع الدراسة والعينة:

يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق منها، ويدخل في إطار تحديد مجتمع البحث تحديد أسلوب جمع البيانات من مفردات ذلك المجتمع، وتتمثل عينة الدراسة في عينة كبيرة الحجم من أساتذة كليات الإعلام بالجامعات في ليبيا متمثلين في (58) مفردة.

9- أداة جمع البيانات:

على الباحث أن يجمع بيانات البحث التي تشتمل على نوعين هما: البيانات الأولية وهي التي يجمعها الباحث بنفسه لأغراض البحث الذي يقوم به، مثل المقابلة أو الملاحظة أو الاستبيان أو التجربة أو استمارة تحليل المضمون، وتحدد الأداة المستخدمة حسب المنهج المستخدم والجمهور المستهدف من البحث، وحسب الهدف من إجراء البحث، أما النوع الثاني التي يجمعها الباحث فهي البيانات الثانوية التي يعتمد عليها الباحث، ويكون قد جمعها باحثون غيره في دراسات سابقة لأغراض بحثية أخرى (26)، فقد اعتمدت الباحثة على الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات والمعلومات، حيث قامت بعرض استمارة الاستبيان على الأساتذة المحكمين المتخصصين* في مجال العلاقات العامة والإعلام والإحصاء؛ لإبداء الرأي وتقدير مدى دقة فقراتها ودرجة شمولها وبيان الملاحظات للتأكد من صلاحية الاستمارة في جمع المعلومات واعتبرت موافقتهم على استمارة الاستبيان دليلاً على صدق الأداة، وبناءً على الملاحظات التي قدمت من الأساتذة المحكمين* قامت الباحثة بإجراء التعديلات المطلوبة لتصبح استمارة الاستبيان في شكلها النهائي.

* عرضت الباحثة استمارة الاستبيان على الأساتذة المحكمين الآتية أسماؤهم: -

- أ.د/ عبد الغفار المنفي الخبير الإحصائي والأستاذ بقسم الإحصاء كلية العلوم جامعة بنغازي.
- أ.د/ علي محمد فتاوي أستاذ الصحافة في جامعة مانتستر متروبوليتان، والحاصل على الزمالة البريطانية في التعليم العالي.
- أ.د/ عمران سعيد المجدوب، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة طرابلس ورئيس تحرير المجلة الدولية لعلوم الإعلام والاتصال.
- د/ فرحات خليل الفاخري أستاذ مشارك بكلية الإعلام جامعة بنغازي.



المبحث الأول: الإطار النظري: (الهوية الإعلامية في الإعلام العربي):

تُعتبر الهوية الإعلامية من الموضوعات الحيوية في العصر الحديث، حيث تحدد كيفية تمثيل الثقافة والقيم العربية في وسائل الإعلام، تعكس الهوية الإعلامية المعاني المتعددة والمتباينة التي ترتبط بالمجتمعات العربية وتعكس واقعها. كما تتطلب الهوية الإعلامية في العالم العربي إستراتيجيات مبتكرة للحفاظ عليها في ظل التحديات المتزايدة، يجب أن تسعى وسائل الإعلام إلى تعزيز الهوية المحلية مع الاستمرار في التفاعل مع الثقافات المختلفة. علاوة على ذلك، تمثل الهوية الإعلامية العربية تجسيدا لمزيج من التاريخ والثقافة والتقاليد، وهي محورية في تشكيل النظرة العامة للعالم العربي وتجربة المجتمعات العربية.

1- مفهوم الهوية الإعلامية:

الهوية الإعلامية تشير إلى مجموعة من الخصائص والمكونات التي تميز البث الإعلامي والأفكار العالمية عن تلك التي تعبر عن الثقافة واللغة العربية، تعتمد هذه الهوية على القيم والتقاليد والموروث الثقافي العربي⁽²⁷⁾. وتعتبر الهوية الإعلامية العربية انعكاساً للهوية الثقافية للأمة العربية، حيث تسعى إلى الحفاظ على اللغة العربية وتقديم المحتوى الإعلامي الذي يعكس القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تهم المجتمعات العربية⁽²⁸⁾. كما تعبر الهوية الإعلامية العربية عن التفاعل بين الثقافة العربية والتكنولوجيا الحديثة حيث تؤثر وسائل الإعلام الرقمية على كيفية تمثيل العرب وقضاياهم وأفكارهم في الفضاء الإعلامي العالمي⁽²⁹⁾. والهوية الإعلامية العربية ليست ثابتة، بل تتغير مع تطور الأوضاع السياسية والاجتماعية، وهي تمثل أداة لتعزيز الاستقرار الثقافي في مواجهة العولمة وتحدياتها.

ونستخلص من التعاريف السابقة أن الهوية الإعلامية تشير إلى مجموعة الخصائص التي تميز وسائل الإعلام وإنتاجاتها في سياق ثقافي محدد، تشمل هذه الخصائص (30):

- اللغة: اللغة العربية تعد من أبرز مكونات الهوية الإعلامية.
- المحتوى: القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية التي تعكس هموم المجتمعات العربية.
- الأسلوب: الطرق الفنية والإبداعية التي تُستخدم في تقديم المحتوى.

2- المقاربات المفاهيمية للهوية الإعلامية العربية:

- الهوية الثقافية⁽³¹⁾: تعكس الهوية الثقافية مجموعة القيم والمعتقدات والتقاليد التي تميز المجتمعات العربية، تُعتبر وسائل الإعلام وسيلة لنقل وتعزيز هذه الهوية.
- الهوية الإعلامية⁽³²⁾: تعرف الهوية الإعلامية بأنها السمات والخصائص التي تميز وسائل الإعلام وتُعبّر عن خصوصية المجتمعات العربية من خلال المحتوى والقضايا التي تُطرح.
- الإعلام العربي⁽³³⁾: يشمل جميع الوسائل الإعلامية (التلفزيون، الصحافة، الإذاعة، الإنترنت) التي تعمل ضمن الإطار الثقافي العربي وتُعبّر عن قضايا المجتمع.
- الهوية الوطنية⁽³⁴⁾: تعبر عن الانتماء إلى الأمة العربية وتاريخها، حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً في تعزيز الهوية الوطنية من خلال تناول القضايا السياسية والاجتماعية.



- **الهوية الرقمية** (35): تشير إلى ظهور الهوية العربية في الفضاء الرقمي، وكيف تتفاعل المجتمعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية لتشكيل رؤى محدثة للهوية.

3- قيم الهوية الإعلامية العربية:

- الوحدة (36): تعزيز الوحدة بين الدول والشعوب العربية من خلال إعلام يعكس القواسم المشتركة.
 - التنوع (37): احترام التنوع الثقافي واللغوي بين المجتمعات العربية.
 - العدالة الاجتماعية (38): نشر قيم العدالة والمساواة في التعامل مع القضايا الاجتماعية.
 - المسؤولية (39): الالتزام بالأخلاقيات المهنية والمساءلة، وتقديم معلومات دقيقة.
 - النقد البناء (40): تشجيع النقد الموضوعي والبناء كوسيلة لتطوير المجتمع.
 - الانتماء (41): تعزيز الهوية الوطنية والانتماء للمجتمع.
 - التفاعل مع قضايا العصر (42): تناول القضايا المعاصرة مثل حقوق الإنسان والتنمية المستدامة، والتكنولوجيا.
- تشكل هذه القيم أساس الهوية الإعلامية العربية، مما يعزز دور الإعلام في التواصل الثقافي والاجتماعي بين الشعوب العربية.

4- مبادئ الهوية الإعلامية العربية:

- النزاهة (43): الالتزام بدقة المعلومات وموضوعيتها، وتجنب التحيز في التغطيات.
 - الشفافية (44): معلومات دقيقة حول مصادر الأخبار وطريقة معالجتها.
 - المشاركة المجتمعية (45): إشراك الجمهور في خلق المحتوى والتفاعل معه، مما يعزز الوعي الاجتماعي.
 - التنوع والشمولية (46): استيعاب كافة الفئات والسماح بتعدد الأصوات والآراء في الساحة الإعلامية.
 - المسؤولية الاجتماعية (47): تعزيز القيم والمبادئ الاجتماعية من خلال محتوى إعلامي يساهم في بناء المجتمع.
 - الابتكار (48): الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة لتقديم محتوى جديد وجذاب.
 - تعزيز الهوية الثقافية (49): دعم الثقافة والتراث العربي من خلال البرامج والمحتوى الإعلامي.
- تشمل مبادئ الهوية الإعلامية العربية مجموعة من الأسس التي تهدف إلى تعزيز النزاهة، الشفافية، والمشاركة المجتمعية، مما يعزز دور الإعلام كوسيلة فعالة في بناء الهوية الثقافية والاجتماعية العربية.

5- أهمية الهوية الإعلامية العربية (50):

- تعزيز الوحدة العربية: تساهم الهوية في تقارب الثقافات وتعزيز القيم المشتركة.
- حماية التراث: تعمل على الحفاظ على التراث والتاريخ العربي من الاندثار.
- تشكيل الرأي العام: تؤثر في توجيه الرأي العام وتعزيز القضايا الوطنية.
- دعم التنمية: تعزز الهوية الإعلامية التنمية المستدامة من خلال نشر المعرفة.

6- أهداف الهوية الإعلامية العربية (51):

- تعزيز الانتماء: تعزيز الانتماء الوطني والقومي لدى الأفراد.
- توعية المجتمع: نشر الوعي حول القضايا الاجتماعية والثقافية.



- تشجيع التفاعل: تشجيع الحوار ونشر التسامح بين الثقافات.

- معالجة المشكلات: تسليط الضوء على القضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

- الأزمات السياسية والاجتماعية: تؤثر النزاعات والحروب على نوعية المحتوى المقدم.

7- عناصر ومكونات الهوية الإعلامية العربية (52):

- اللغة: تعتبر اللغة العربية أداة رئيسة في بناء الهوية الإعلامية.

- الثقافة: تتضمن المكونات الثقافية العادات والتقاليد والفنون والتراث.

- القيم: تشمل القيم المشتركة كالعائلة، الضيافة، والكرم.

- المحتوى: البرامج، المقالات، والأخبار التي تعكس الواقع العربي وتوجهاته.

- الوسائل الإعلامية: تشمل التلفزيون، والصحف، والمواقع الإلكترونية.

تعد الهوية الإعلامية العربية ركيزة أساسية في تعزيز الثقافة والوعي العربي من خلال فهم عناصرها وأهميتها، يمكننا العمل على تطويرها وتعزيزها لتكون أداة فعالة في تغيير وتعزيز المجتمعات العربية.

8- التحديات التي تواجه الهوية الإعلامية:

تواجه الهوية الإعلامية في العالم العربي عدة تحديات (53):

- العولمة: الاتجاه نحو محتوى عالمي قد يؤدي إلى تهميش الهوية المحلية.

- تعدد وسائل الإعلام: انتشار وسائل الإعلام الرقمية زاد من صعوبة التحكم في المحتوى.

9- التحولات الرقمية وتأثيرها على هوية الإعلام العربي:

شهد الإعلام العربي تحولات رقمية كبيرة في العقدين الماضيين، مما أثر بشكل جوهري على هوية الإعلام وطريقة تفاعل المجتمع معها، تتناول هذه الورقة تأثير هذه التحولات على الهوية الإعلامية العربية من عدة جوانب.

أولاً: التحولات الرقمية (54):

1. انتشار الإنترنت: سهل الإنترنت الوصول إلى المعلومات، حول كيفية استهلاك الإعلام.

2. وسائل التواصل الاجتماعي: وفرت منصات مثل فيسبوك وتويتر وسيلة جديدة للتفاعل وتبادل الآراء.

3. البث المباشر: أتاحت التقنيات الحديثة قنوات للبث المباشر، مما عزز مشاركة الجمهور في النقاشات.

ثانياً: تأثيرات التحولات الرقمية على الهوية الإعلامية:

1. تغيير في أنماط الاستهلاك والوصول السهل للمعلومات أدى إلى تراجع الاعتماد على المصادر التقليدية، مما أثر على شرعية الصحف والمجلات (55).

2. تعزيز الهوية الوطنية والوعي بالقضايا المحلية تساهم المنصات الرقمية في إعطاء صوت للقضايا المحلية وتعزيز الهوية الثقافية (56).

3. تعدد الروايات ووجهات النظر ساهمت التكنولوجيا في ظهور منصات جديدة، مما أدى إلى تنوع المحتوى المقدم (57).

4. التفاعل المباشر مع الجمهور وزيادة المشاركة وتفاعلية وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في رفد النقاشات العامة بأصوات جديدة من المجتمع (58).



5. تحديات نشر المعلومات المضللة وظهور الأخبار الكاذبة والمعلومات غير الدقيقة يؤثر سلباً على مصداقية الإعلام. تُظهر التحولات الرقمية تأثيرات عميقة على هوية الإعلام العربي، حيث تسهم في تعزيز المشاركة والتنوع، ولكنها تأتي مع تحديات تتعلق بالمصداقية والتحقق من المعلومات، يتطلب ذلك تكاملاً بين التقنيات الحديثة والمعايير الأخلاقية لضمان هوية إعلامية قوية وموحدة

10- دور الإعلام العربي في ترسيخ قيم الهوية الإعلامية العربية:

يؤدي الإعلام العربي دوراً مهماً في تعزيز قيم الهوية الإعلامية العربية من خلال نشر الثقافة والمبادئ والقيم المشتركة بين الشعوب العربية، ويمكن اختزال هذا الدور في النقاط التالية:

- نشر الثقافة العربية: يساهم الإعلام العربي في تعزيز الثقافة من خلال البرامج الثقافية والفنية (59).
- تعزيز القيم الاجتماعية: يقوم الإعلام بنشر قيم مثل الاحترام، التسامح، والعدالة الاجتماعية (60).
- تعزيز الوعي القومي: يعزز الإعلام الهوية الوطنية من خلال تغطية الأخبار والفعاليات (61).
- التصدي للتحديات: يساهم الإعلام أيضاً في مواجهة التحديات مثل التطرف والعنصرية (62).
- توحيد الخطاب الإعلامي: يسعى الإعلام العربي إلى تقديم خطاب موحد يعكس القضايا المشتركة (63).

هذا ويمثل الإعلام العربي حلقة وصل حيوية في ترسيخ قيم الهوية الإعلامية العربية ويؤدي دوراً محورياً في تعزيز الثقافة والقيم المشتركة وتعزيز الوعي الوطني، تتطلب هذه المهمة تعاون الجميع في المجال الإعلامي لتحقيق الأهداف المنشودة.

11- تحول وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل الإعلام الجديدة:

أدت وسائل الإعلام التقليدية، مثل التلفزيون والراديو والمطبوعات، تاريخياً دوراً هاماً في تشكيل معتقدات الجمهور ومواقفه، ومع ذلك فإن معنى رسائل الوسائط التقليدية ليس ثابتاً، ويمكن تشكيله من خلال تفسير المتلقي والاستجابة، على سبيل المثال، قد يتم تفسير الخطاب السياسي بشكل مختلف من قبل أعضاء مختلفين من الجمهور بناءً على معتقداتهم وخبراتهم السابقة، حيث شهد مشهد استهلاك الوسائط تحولاً كبيراً من الوسائط التقليدية إلى الوسائط الرقمية، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة شائعة للوصول إلى الأخبار والمحتويات الأخرى.

كان التلفزيون وسيلة ترفيهية ناجحة لسنوات عديدة، لكن التكامل بين الأجهزة المتعددة جعل من الصعب جذب المشاهدين إلى التلفزيون، من ناحية أخرى، ظهر موقع (YouTube) كوسيلة ترفيهية شائعة تسهل كل من عرض المحتوى وأنشطة الإنشاء، مع إنشاء محتوى له معامل تأثير أعلى قليلاً على الإدمان، إن تحول استهلاك الوسائط التقليدية إلى وسائل الإعلام عبر الإنترنت وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي التي توفر التفاعل وتعزز تجربة المشاهد مع تشجيع اكتساب المعرفة.

إن مصداقية وسائل الإعلام الرئيسية آخذة في التدهور، مما يؤدي إلى تفاقم مشكلة تآكل الجمهور حتى أن المنافذ غير التجارية مثل (NPR) ليست محصنة ضد هذا الاتجاه، أدت وفرة اختيار وسائل الإعلام إلى ابتعاد الجماهير عن وسائل الإعلام الرئيسية، وتراجعت ثقة الجمهور في مؤسسة الأخبار بشكل مطرد مع انخفاض تصنيفات المصداقية العامة عبر وسائل الإعلام ولجميع أنواع المنافذ على مدار العقد الماضي على (YouTube)، يمكن أن يكون الدافع وراء التعليق



هو مشاعر ومشاعر مختلفة مثل الغضب والقلق والرغبة والحزن والمفاجأة والمنفعة العملية والاهتمام، ويميل صانعو الفيديو إلى التفاعل من خلال القراءة والرد والتعليق المتبادل في قنوات المعلقين والتوسع، طلبات الصداقة للمعلقين والاشتراك في قنوات المعلقين، حيث ينظر المستخدمون إلى (YouTube) على أنه صفحتهم الرئيسية على غرار الطريقة التي تحكم بها التلفزيون في التسلية وتمضية الوقت في الماضي.

ويجمع (YouTube) ثلاثة توقعات الترفيه، وتمرير الوقت، والتعبير عن الذات يشتمل عرض مقاطع فيديو (YouTube) على الترفيه والبحث عن المحتوى والمشاركة في المشاهدة والتفاعل الاجتماعي، حيث يستمتع كل من مشاهدي المحتوى ومنشئي المحتوى بما تقدمه القناة، وقد أصبح سوق الإعلام الحديث متنوعاً بشكل متزايد، وأصبح الاحتفاظ بالجمهور في البيئة الإعلامية المعقدة أكثر صعوبة بالنسبة للمنافذ الإخبارية.

المبحث الثاني: الإطار التطبيقي: 1- خصائص العينة.

التعرف على خصائص المبحوثين تم استخراج جداول التوزيعات التكرارية والمئوية لتلك الخصائص وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (1) يوضح توزيع مفردات العينة حسب النوع:

النوع	التكرار	النسبة المئوية (%)
ذكر	34	57.6
انثي	25	42.4
المجموع	59	100.0

تشير بيانات جدول رقم (1) إلى نتائج الخاصة بخصائص مفردات العينة، أن (57.6%) من أعضاء هيئة التدريس بكليات الاعلام بالجامعات الليبية الذين تم استهدافهم كانوا من فئة الذكور، بالمقابل بلغت نسبة تمثيل الاناث في هذه العينة (42.4%).

جدول رقم (2) يوضح توزيع مفردات العينة حسب العمر.

العمر	التكرار	النسبة المئوية (%)
أقل من 30 سنة	2	3.4
من 30 الي أقل من 40 سنة	20	33.9
من 40 الي أقل من 50 سنة	26	44.1
أكثر من 50 سنة	11	18.6
المجموع	59	100.0

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى خصائص مفردات العينة حسب العمر ومن خلال هذا الجدول يلاحظ أن (44.1%) من أعضاء هيئة التدريس بعينة الدراسة بكليات الاعلام بالجامعات الليبية وقعت أعمارهم في الفئة من 40 الي أقل من 50 سنة، و(37.3%) من أفراد العينة قلت أعمارهم عن 40 سنة.

جدول رقم (3) يوضح توزيع مفردات العينة حسب المؤهل العلمي:

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية (%)
ماجستير	39	66.1
دكتوراه	20	33.9
المجموع	59	100

تشير بيانات الجدول رقم (3) الي خصائص مفردات العينة حسب المؤهل العلمي، حيث تبين ان أكثر أعضاء هيئة التدريس في عينة الدراسة بكليات الاعلام بالجامعات الليبية يحملون درجة الاجازة العالية (الماجستير) وذلك بنسبة (66.1%)، بالمقابل بلغت نسبة المستجيبين من حملة الاجازة الدقيقة (33.9%) أي ثلث عينة الدراسة تقريباً.



جدول رقم (4) يوضح توزيع مفردات العينة حسب الدرجة العلمية.

الدرجة العلمية	التكرار	النسبة المئوية (%)
محاضر مساعد	23	39.0
محاضر	16	27.1
أستاذ مساعد	9	15.3
استاذ مشارك	8	13.6
المجموع	59	100

تشير بيانات الجدول رقم (4) الى خصائص مفردات العينة حسب الدرجة العلمية، تبين ان أكثر من ثلث المبحوثين من أعضاء هيئة التدريس بكليات الاعلام بالجامعات الليبية في عينة الدراسة كانوا من حاملي درجة (محاضر مساعد) والتي جاءت بنسبة (39,0%)، وبلغت نسبة المحاضرين (27.1%)، أما الأساتذة المساعدون والمشاركون والأساتذة فقد بلغت نسبتهم (34.0%).

جدول رقم (5) يوضح توزيع مفردات العينة حسب مدة الخدمة في المجال الأكاديمي.

مدة الخبرة	التكرار	النسبة المئوية (%)
أقل من 5 سنوات	10	16.9
من 5 الي 10	25	42.4
من 11 الي 15	14	23.8
أكثر من 15 سنة	10	16.9
المجموع	59	100

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى خصائص مفردات العينة حسب سنوات خبرة، ومن خلال هذا الجدول يلاحظ أن (59.3%) من أعضاء هيئة التدريس بكليات الاعلام بالجامعات الليبية في عينة الدراسة كانت مدة خبرتهم أقل من 11 سنة، بينما (40.7%) كانت مدة خدمتهم أكثر من عشر سنوات.

2- النتائج المتعلقة بالتحويلات الرقمية والهوية الإعلامية:

جدول رقم (6) يوضح إجابات المبحوثين فيما يتعلق بأثر وسائل التواصل الاجتماعي حول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي.

درجة عالية		درجة متوسطة		درجة منخفضة		كيف أثرت وسائل التواصل الاجتماعي على حول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي؟
%	ك	%	ك	%	ك	
76.3	45	18.6	11	5.1	3	الفيس بوك (Facebook)
28.8	17	47.5	28	23.7	14	التويتر (Twitter)
23.7	14	49.2	29	27.1	16	التل غرام (Telegram)

تشير بيانات الجدول (6) إلى أثر وسائل التواصل الاجتماعي حول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر المبحوثين، وتبين تفاوت في النسب المساهمة؛ حيث جاء موقع الفيس بوك بنسبة (76.3%) كانت إجاباتهم بدرجة عالية، ثم يليه موقع التويتر وكان بنسبة (28.8%)، ثم موقع التل غرام بنسبة (23.7%)، وبذلك جاء الفيس بوك في المرتبة الأولى من بين المواقع من حيث أثر وسائل التواصل الاجتماعي على حول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر أساتذة الجامعات.

جدول رقم (7) يوضح إجابات المبحوثين فيما يتعلق بأثر التلفزيون التفاعلي على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي.

درجة عالية		درجة متوسطة		درجة منخفضة		كيف أثر التلفزيون التفاعلي على تحول الاعلام التقليدي في الإعلام الليبي؟
%	ك	%	ك	%	ك	
50.8	30	33.9	20	15.3	9	اليوتيوب
52.5	31	39.0	23	8.5	5	التيك توك

تشير بيانات الجدول (7) إلى أثر التلفزيون التفاعلي على الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر المبحوثين، وتبين التقارب في نسب الأثر؛ حيث جاء تطبيق اليوتيوب بنسبة (50.8%) كانت إجاباتهم بدرجة عالية، ثم يليه تطبيق التيك توك وكان بنسبة (52.2%).

جدول رقم (8) يوضح إجابات المبحوثين فيما يتعلق بأثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي.

درجة عالية		درجة متوسطة		درجة منخفضة		كيف أثرت تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي؟
%	ك	%	ك	%	ك	
47.5	28	35.6	21	16.9	10	إنشاء محتوى إعلامي تلقائي
28.8	17	49.2	29	22.0	13	تحليل بيانات الجمهور بكميات ضخمة
30.5	18	42.4	25	27.1	16	الكشف عن الأخبار والمعلومات الزائفة

تشير بيانات الجدول (8) إلى أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر المبحوثين، وتبين التفاوت في النسب المساهمة؛ حيث كان أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (إنشاء محتوى إعلامي تلقائي) بنسبة (47.5%) كانت إجاباتهم بدرجة عالية، ثم يليه أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في (تحليل بيانات الجمهور بكميات ضخمة) وكان بنسبة (28.8%)، ثم (الكشف عن الأخبار والمعلومات الزائفة) بنسبة (30.5%).

جدول رقم (9) يوضح إجابات المبحوثين فيما يتعلق بأثر صحافة المواطن (صناع المحتوى) على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي.

النسبة	التكرار	كيف أثرت صحافة المواطن (صناع المحتوى) على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي؟
10.2	6	بدرجة كبيرة
30.5	18	درجة متوسطة
59.3	36	بدرجة منخفضة
100.0	59	المجموع

تشير بيانات الجدول (9) إلى أثر صحافة المواطن (صناع المحتوى) على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر المبحوثين، وتبين تفاوت في النسب المساهمة؛ حيث تمثلت نسبة الذين كانت إجاباتهم بدرجة منخفضة (59.3%)، ثم الذين كانت إجاباتهم بدرجة متوسطة وكان بنسبة (30.5%)، ثم الذين كانت إجاباتهم بدرجة كبيرة كانوا بنسبة (10.2%)، وبذلك تبين أن أثر صحافة المواطن (صناع المحتوى) على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي منخفض جداً.

جدول رقم (10) يوضح إجابات المبحوثين فيما يتعلق بمدى ثقتك فيما بينه الإعلام الليبي من أخبار ومعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمية.

النسبة	التكرار	ما مدى ثقتك فيما بينه الإعلام الليبي من أخبار ومعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمية؟
15.3	9	أثق فيه بدرجة كبيرة
59.3	35	أثق فيه بدرجة متوسطة
25.4	15	أثق فيه بدرجة منخفضة
100	59	المجموع

تشير بيانات الجدول (10) إلى مدى ثقة أساتذة الجامعات فيما بينه الإعلام الليبي من أخبار ومعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمية اختلاف وتفاوت في نسبة الثقة؛ حيث كانت إجاباتهم (ب أثق فيه بدرجة متوسطة) بنسبة (59.3%)، ثم الذين كانت إجاباتهم (أثق فيه بدرجة منخفضة) وكان بنسبة (25.4%)، الذين كانت إجاباتهم (أثق فيه بدرجة كبيرة) كانوا بنسبة (15.3%)، وبذلك تبين مدى ثقة أساتذة الجامعات فيما بينه الإعلام الليبي من أخبار ومعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمية بدرجة متوسطة.

جدول رقم (11) يوضح إجابات المبحوثين فيما يتعلق بالجوانب التي يعكسها الإعلام الليبي في تعزيز مكونات الهوية الإعلامية في ظل التحولات الرقمية.

درجة عالية		درجة متوسطة		درجة منخفضة		ما هي الجوانب التي يعكسها الإعلام الليبي في تعزيز مكونات الهوية الإعلامية في ظل التحولات الرقمية؟
%	ك	%	ك	%	ك	
33.9	20	40.7	24	25.4	15	تعزيز اللغة
28.8	17	54.2	32	16.9	10	المكونات الثقافية العادات والتقاليد والفنون والتراث
27.1	16	52.5	31	26.3	12	المحتوى: البرامج، المقالات، والأخبار التي تعكس الواقع العربي وتوجهاته
35.6	21	49.2	29	15.3	9	الوسائل الإعلامية: تشمل التلفزيون، الصحف، والمواقع الإلكترونية

يوضح جدول رقم (11) الجوانب التي يعكسها الإعلام الليبي في تعزيز مكونات الهوية الإعلامية في ظل التحولات الرقمية جاءت النسب متقاربة؛ حيث تبين أن الذين أجابوا بأنها تعكس (الوسائل الإعلامية: تشمل التلفزيون، الصحف، والمواقع الإلكترونية) كانوا بنسبة (35.6%)، ثم يليها الذين أجابوا بأنها تعكس (تعزيز اللغة) كانوا بنسبة (33.9%)، ثم الذين أجابوا بأنها تعكس (المكونات الثقافية العادات، والتقاليد، والفنون، والتراث) بنسبة (28.8%) ثم يليها على التوالي الذين كانت إجاباتهم بأنها تعكس (المحتوى: البرامج، المقالات، والأخبار التي تعكس الواقع العربي وتوجهاته) بنسبة (27.1%).



جدول رقم (12) يوضح إجابات المبحوثين فيما يتعلق بمجالات الهوية الثقافية التي يتضمنها الإعلام الليبي عبر وسائل التحولات الرقمية.

درجة عالية		درجة متوسطة		درجة منخفضة		ما مجالات الهوية الثقافية التي يتضمنها الإعلام الليبي عبر وسائل التحولات الرقمية؟
%	ك	%	ك	%	ك	
25.4	15	39.0	23	35.6	21	تعزيز الوحدة العربية
22.0	13	52.5	31	25.4	15	حماية التراث والتاريخ العربي من الاندثار
32.2	19	52.5	31	15.3	9	دعم التنمية المستدامة من خلال نشر المعرفة
23.7	14	42.4	25	33.9	20	نشر الوعي حول القضايا الاجتماعية والثقافية

يوضح جدول رقم (12) المجالات الهوية الثقافية التي يتضمنها الإعلام الليبي عبر وسائل التحولات الرقمية، حيث جاءت النسب متفاوتة؛ حيث تبين أن الذين أجابوا بأنها تتضمن مجال (دعم التنمية المستدامة من خلال نشر المعرفة) كانوا بنسبة (32.2%)، ثم الذين أجابوا على أنها تتضمن مجال (تعزيز الوحدة العربية) كانوا بنسبة (25.4%)، ثم الذين أجابوا بأنها تتضمن مجال (نشر الوعي حول القضايا الاجتماعية والثقافية). بنسبة (23.7%) ثم يليها على التوالي الذين كانت إجاباتهم تتضمن (حماية التراث والتاريخ العربي من الاندثار) بنسبة (22.0%)؛ وبذلك تبين أن مجالات الهوية الثقافية التي يتضمنها الإعلام الليبي عبر وسائل التحولات الرقمية، حيث جاءت النسب متفاوتة وجاء مجال دعم التنمية المستدامة من خلال نشر المعرفة بأعلى النسب من إجابات أساتذة الجامعات.

جدول رقم (13) يوضح إجابات المبحوثين فيما يتعلق بأهم المبادئ التي يعكسها الإعلام الليبي للحفاظ على الهوية الإعلامية العربية عبر وسائل الإعلام الرقمية.

درجة عالية		درجة متوسطة		درجة منخفضة		ما هي أهم المبادئ التي يعكسها الإعلام الليبي للحفاظ على الهوية الإعلامية العربية عبر وسائل الإعلام الرقمية؟
%	ك	%	ك	%	ك	
30.5	18	45.8	27	23.7	14	النزاهة والالتزام بدقة المعلومات وموضوعيتها
27.1	16	39.0	23	33.9	20	المشاركة المجتمعية
32.2	19	44.1	28	23.7	14	التنوع والشمولية والسماح بتعدد الأصوات والآراء في الساحة الإعلامية
28.8	17	40.7	24	30.5	18	الابتكار والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة لتقديم محتوى جديد وجذاب.
27.1	16	44.1	26	28.8	17	تعزيز الهوية الثقافية والتراث العربي من خلال البرامج والمحتوى الإعلامي.
28.8	17	44.1	26	27.1	16	التفاعل المباشر مع الجمهور وزيادة المشاركة.

يوضح جدول رقم (13) أهم المبادئ التي يعكسها الإعلام الليبي للحفاظ على الهوية الإعلامية العربية عبر وسائل الإعلام الرقمية، فقد جاءت نسب إجابات المبحوثين متقاربة على التوالي حيث اتضح أن الذين أجابوا بأنها تعكس مبدأ (التنوع والشمولية والسماح بتعدد الأصوات والآراء في الساحة الإعلامية) كانوا بنسبة (32.2%)، ثم يليها على التوالي الذين أجابوا بأنها تعكس مبدأ (النزاهة والالتزام بدقة المعلومات وموضوعيتها) كانوا بنسبة (30.5%)، ثم يليها على التوالي الذين أجابوا بأنها تعكس مبدأ (الابتكار والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة لتقديم محتوى جديد وجذاب) بنسبة (28.8%)، ثم يليها نفسها الذين أجابوا بأنها تعكس مبدأ (التفاعل المباشر مع الجمهور وزيادة المشاركة) بنسبة (28.8%)، ثم يليها على التوالي الذين أجابوا بأنها تعكس مبدأ (المشاركة المجتمعية) بنسبة (27.1%)، وفي المرتبة نفسها جاء الذين أجابوا بأنها تعكس مبدأ (تعزيز الهوية الثقافية والتراث العربي من خلال البرامج والمحتوى الإعلامي) بنسبة (27.1%)؛ وبذلك تبين أن أهم المبادئ التي يعكسها الإعلام الليبي للحفاظ على الهوية الإعلامية العربية عبر وسائل الإعلام الرقمية هي (التنوع والشمولية والسماح بتعدد الأصوات والآراء في الساحة الإعلامية).

جدول رقم (14) يوضح إجابات المبحوثين فيما يتعلق بالتحديات الرئيسية التي يواجهها الإعلام العربي بسبب التحولات الرقمية.

درجة عالية		درجة متوسطة		درجة منخفضة		ما هي التحديات الرئيسية التي يواجهها الإعلام العربي بسبب التحولات الرقمية
%	ك	%	ك	%	ك	
30.5	18	50.8	30	18.6	11	تغيير في أنماط الاستهلاك والوصول السهل إلى المعلومات
55.9	33	35.6	21	8.5	5	نشر المعلومات المضللة وظهور الأخبار الكاذبة والمعلومات غير الدقيقة يؤثر سلباً على مصداقية الإعلام.
55.9	33	27.3	22	6.8	4	العولمة: الاتجاه نحو محتوى عالمي قد يؤدي إلى تهميش الهوية المحلية.
49.2	29	39.0	23	11.9	7	اختراق الخصوصية وتهديد الأمن القومي
61.0	36	32.2	19	6.8	4	تحول العادات والتقاليد
59.3	35	33.9	20	6.8	4	التفاعل المباشر مع الجمهور وزيادة المشاركة.

تشير بيانات الجدول (14) إلى التحديات الرئيسية التي يواجهها الإعلام العربي بسبب التحولات الرقمية؛ وجاءت النسب متقاربة على التوالي؛ حيث تبين أن (تحول العادات والتقاليد) جاء بنسبة (61.0%) كانت إجاباتهم بدرجة عالية، ثم يليه (التفاعل المباشر مع الجمهور وزيادة المشاركة) وكان بنسبة (59.3%)، ثم تليه (نشر المعلومات المضللة وظهور الأخبار الكاذبة والمعلومات غير الدقيقة يؤثر سلباً على مصداقية الإعلام). بنسبة (55.9%)، وفي المرتبة نفسها جاءت (العولمة: الاتجاه نحو محتوى عالمي قد يؤدي إلى تهميش الهوية المحلية) بنسبة (55.9%)، ثم يليه (اختراق الخصوصية وتهديد الأمن القومي) بنسبة (49.2%)، ثم يليه (تغيير في أنماط الاستهلاك والوصول السهل إلى المعلومات) بنسبة (30.5%) وبذلك تبين أن التحديات الرئيسية التي يواجهها الإعلام العربي بسبب التحولات الرقمية جاءت النسب متقاربة على التوالي أن أبرزها هو تحول العادات والتقاليد.



- النتائج:

تتلخص أهم النتائج الدراسة في الآتي:

- 1- تبين أن أثر وسائل التواصل الاجتماعي على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر المبحوثين تفاوتت في النسب المساهمة؛ حيث جاء موقع الفيس بوك بنسبة (76.3%) كانت إجاباتهم بدرجة عالية، ثم يليه موقع التويتر وكان بنسبة (28.8%)، ثم موقع النل غرام بنسبة (23.7%)، وبذلك جاء الفيس بوك في المرتبة الأولى من بين المواقع من حيث أثر وسائل التواصل الاجتماعي على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر أساتذة الجامعات.
- 2- اتضح أن أثر التلفزيون التفاعلي على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر المبحوثين تقارب في نسب الأثر؛ حيث جاء تطبيق اليوتيوب بنسبة (50.8%) كانت إجاباتهم بدرجة عالية، ثم يليه تطبيق التيك توك وكان بنسبة (52.2%).
- 3- تبين أن أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر المبحوثين، وتبين تفاوتت في النسب المساهمة؛ حيث كان أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (إنشاء محتوى إعلامي تلقائي) بنسبة (47.5%) كانت إجاباتهم بدرجة عالية، ثم يليه أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات الجمهور بكميات ضخمة) وكان بنسبة (28.8%)، ثم (الكشف عن الأخبار والمعلومات الزائفة) بنسبة (30.5%).
- 4- إن أثر صحافة المواطن (صناع المحتوى) على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي من وجهة نظر المبحوثين، وتبين تفاوتت في النسب المساهمة؛ حيث تمثلت نسبة الذين كانت إجاباتهم بدرجة منخفضة (59.3%)، ثم الذين كانت إجاباتهم بدرجة متوسطة كان بنسبة (30.5%)، ثم الذين كانت إجاباتهم بدرجة كبيرة بنسبة (10.2%)، وبذلك تبين أن أثر صحافة المواطن (صناع المحتوى) على تحول الإعلام التقليدي في الإعلام الليبي منخفض جداً.
- 5- تبين مدى ثقة أساتذة الجامعات فيما يبثه الإعلام الليبي من أخبار ومعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمية اختلاف وتفاوتت في نسبة الثقة؛ حيث كانت إجاباتهم (بأثق فيه بدرجة متوسطة) بنسبة (59.3%)، ثم الذين كانت إجاباتهم (أثق فيه بدرجة منخفضة) وكان بنسبة (25.4%)، ثم الذين كانت إجاباتهم (أثق فيه بدرجة كبيرة) بنسبة (15.3%) وبذلك تبين مدى ثقة أساتذة الجامعات فيما يبثه الإعلام الليبي من أخبار ومعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمية بدرجة متوسطة.
- 6- اتضح أن الجوانب التي يعكسها الإعلام الليبي في تعزيز مكونات الهوية الإعلامية في ظل التحولات الرقمية جاءت النسب متقاربة؛ حيث تبين أن الذين أجابوا بأنها تعكس (الوسائل الإعلامية: تشمل التلفزيون، الصحف، والمواقع الإلكترونية) كانوا بنسبة (35.6%)، ثم يليها الذين أجابوا على أنها تعكس (تعزيز اللغة) كانوا بنسبة (33.9%) ثم الذين أجابوا بأنها تعكس (المكونات الثقافية العادات، والتقاليد، والفنون، والتراث) بنسبة (28.8%) ثم يليها على التوالي الذين كانت إجاباتهم بأنها تعكس (المحتوى: البرامج، المقالات، والأخبار التي تعكس الواقع العربي وتوجهاته) بنسبة (27.1%).



- 7- تبين أن مجالات الهوية الثقافية التي تتضمنها للإعلام الليبي عبر وسائل التحولات الرقمية حيث جاءت النسب متفاوتة وجاء مجال دعم التنمية المستدامة من خلال نشر المعرفة بنسبة (32.2%)، أعلى نسبة من إجابات أساتذة الجامعات.
- 8- تبين أن أهم المبادئ التي يعكسها الإعلام الليبي للحفاظ على الهوية الإعلامية العربية عبر وسائل الإعلام الرقمية هي (التنوع والشمولية والسماح بتعدد الأصوات، والآراء في الساحة الإعلامية)، فقد جاءت نسب إجابات المبحوثين مقارنة على التوالي؛ حيث اتضح أن الذين أجابوا بأنها تعكس مبدأ (التنوع والشمولية، والسماح بتعدد الأصوات والآراء في الساحة الإعلامية) كانوا بنسبة (32.2%)، وهي النسبة الأعلى.
- 9- يواجه الإعلام العربي بسبب التحولات الرقمية تحديات رئيسة، وجاءت النسب مقارنة كان أبرزها هو (تحول العادات والتقاليد) بنسبة (61.0%) كانت إجاباتهم بدرجة عالية، وبذلك تبين أن التحديات الرئيسية التي يواجهها الإعلام العربي بسبب التحولات الرقمية جاءت النسب مقارنة على التوالي ومن أبرزها هو تحول العادات والتقاليد.

- التوصيات:

توصي الدراسة بالآتي:

- 1- يجب على وسائل الإعلام الليبية التركيز على تعزيز الهوية الوطنية من خلال المحتوى الذي يعكس الثقافة والقيم الليبية، يمكن تحقيق ذلك عبر إنتاج برامج وأخبار تركز على التراث والتقاليد المحلية.
- 2- العمل على تعزيز الدور الذي تقوم به التحولات الرقمية في مجال الإعلام وانعكاسها على هوية الإعلام الليبي، كما يمكن لوسائل الإعلام التعاون مع الجامعات الليبية لإجراء بحوث ودراسات حول تأثير التحولات الرقمية على الإعلام، هذا التعاون يمكن أن يساهم في تطوير إستراتيجيات فعالة لمواجهة التحديات التي تفرضها التكنولوجيا الرقمية.
- 3- إقامة ندوات وورش تدريبية توعوية لأساتذة الجامعات الليبية مستمرة للصحفيين والإعلاميين في ليبيا لتطوير مهاراتهم في استخدام التكنولوجيا الرقمية وإنتاج محتوى يتماشى مع المعايير العالمية وتفعيل دور مؤسسات المجتمع المدني في تعزيز قيم المواطنة.
- 4- يجب على وسائل الإعلام الليبية الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية لتحسين جودة المحتوى وتوسيع نطاق الوصول إلى الجمهور، ويمكن استخدام منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية لنشر الأخبار والمعلومات بشكل أسرع وأكثر فعالية.
- 5- العمل على وضع سياسات وإجراءات لحماية الهوية الثقافية الليبية من التأثيرات السلبية للتكنولوجيا الرقمية، ويمكن تحقيق ذلك من خلال تنظيم المحتوى الرقمي ومراقبته لضمان عدم ترويج محتوى يتعارض مع القيم الثقافية.



- المراجع:

- 1- Arab Media Outlook, (2021). The Digital Transformation of Arab Media. 2024.
<https://www.arabmediaforum.ae/wpcontent/uploads/2021/11/Arab-Media-Outlook-2020->
- 2- أمين هميدي، (2018). تأثير التحول الرقمي على الهوية الإعلامية العربية. مبادرة الإصلاح العربي.
[/https://www.arab-reform.net/ar/publication](https://www.arab-reform.net/ar/publication)
- 3- منظمة اليونسكو (2020). ضمان تنوع تدفقات المحتوى والتعبيرات الثقافية في العصر الرقمي.
<https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-content-report-2020.pdf>
- 4- نهى صقر، (2019). وسائل التواصل الاجتماعي ومستقبل المحتوى العربي. شبكة الجزيرة الإعلامية.
[https://www.aljazeera.com/opinions/2019/5/6/social-media-and-the-future-of-Arabic-content -](https://www.aljazeera.com/opinions/2019/5/6/social-media-and-the-future-of-Arabic-content-)
- 5- محمد عبد العزيز، (2022). تحديات الأخبار الزائفة في العالم العربي. صحيفة العرب.
<https://www.arabnews.com/node/2095261>
- 6- أحمد الراوي، (2017). تقييم المشهد الرقمي لسوق الإعلام العربي. مجلة الصحافة.
<https://doi.org/10.1177/1464884917743096>
- 7- Arab Media Outlook. (2021). The Digital Transformation of Arab Media. 2024.pdf
- 8- <https://www.arabmediaforum.ae/wpcontent/uploads/2021/11/Arab-Media-Outlook-2020>
- 9- سعد سليمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي (الكويت: دار الكتاب الجامعي 2017) ص20.
- 10- عابدين الدردير الشريف، المفاهيم والمصطلحات: تعريفها وأهميتها ودورها في البحث الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية، العدد46، الخريف2009، ص 11.
- 11- نبيل دجاني، (2021). الحفاظ على هوية الإعلام العربي في عصر العولمة. المركز العربي واشنطن دي سي.
<https://arabcenterdc.org/resource-guide/preserving-arab-a>
- 12- أمين هميدي، (2018). تأثير التحول الرقمي على الهوية الإعلامية العربية. مبادرة الإصلاح العربي.
<https://www.arab-reform.net/ar/publication>
- 13- منظمة اليونسكو. (2020). ضمان تنوع تدفقات المحتوى والتعبيرات الثقافية في العصر الرقمي.
<https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-content-report-2020.pdf>
- 14- حميد محسن الدليمي، اللافي إدريس الرفادي، أساسيات البحث المنهجي في الدراسات الإعلامية، ط1(بنغازي: منشورات جامعة قاريونس، 2008)، ص ص 37-38.



- 15- كمال الحاج، *مناهج البحث العلمي (الجامعة الافتراضية السورية، 2020)*، ص 40.
- 16- نهى صقر، (2019). وسائل التواصل الاجتماعي ومستقبل المحتوى العربي. شبكة الجزيرة الإعلامية.
<https://www.aljazeera.com/opinions/2019/5/6/social-media-and-the-future-of-Arabic-content>
- 17- هالة الخطيب (2023). الهوية الإعلامية في عصر الرقمنة. *مجلة الفكر الإعلامي*، 9(1)، 12-29.
- 18- فاطمة الزهراني (2023). وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي، مجلة الفكر الإعلامي، 11(2)، 29-50.
- 19- أحمد السعيد (2022). التحولات الرقمية وتأثيرها على الإعلام العربي، مجلة الدراسات الإعلامية، 14(3)، 45-66.
- 20- علي الزهراني (2022). التعليم الإعلامي في ظل التحولات الرقمية، مجلة الدراسات الإعلامية، 10(4)، 33-50.
- 21- محمد الكعبي (2021). التحولات الرقمية في الإعلام العربي. مجلة الدراسات الإعلامية*، 12(3)، 45-67.
- 22- فهد العسيري (2021). التحولات الرقمية وتأثيرها على الهوية الإعلامية، مجلة الإعلام العربي، 15(2)، 55-78.
- 23- سعاد العرفي (2020). التعليم الإعلامي في العصر الرقمي، مجلة التعليم العالي، 8(1)، 12-27.
- 24- محمد عبد العزيز، (2022). تحديات الأخبار الزائفة في العالم العربي. صحيفة العرب.
<https://www.arabnews.com/node/2095261>
- 25- أحمد الراوي، (2017). تقييم المشهد الرقمي لسوق الإعلام العربي. مجلة الصحافة.
<https://doi.org/10.1177/1464884917743096>
- 26- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص 152.
- 27- سعد سلمان المشهداني، *مناهج البحث الإعلامي*، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2017)، ص 34.
- 28- أحمد محمد، (2015)، الهوية الإعلامية العربية: المفاهيم والتحديات، مجلة الدراسات الإعلامية، 12(3)، 45-69.
- 29- سارة خليل، (2018)، الهوية الثقافية والإعلام: دراسة تحليلية، جامعة القاهرة، رسالة دكتوراه.
- 30- محمد سعد، (2020)، وسائل الإعلام الرقمية وتأثيرها على الهوية الثقافية العربية، مجلة العلوم الإنسانية، 9(2)، 112-130.
- 31- محمود حسن، (2019)، تأثير وسائل الإعلام الرقمية على الهوية الثقافية العربية، مجلة الدراسات الإعلامية.
- 32- محمود حسن، (2018)، الهوية الثقافية في الإعلام العربي، دار الفكر العربي.
- 33- سليمان علي، (2020)، أهمية الهوية الإعلامية في المجتمع العربي، المجلة العربية للدراسات الإعلامية.
- 34- فهد الزيد، (2019)، وسائل الإعلام العربية: التحديات والفرص، الهيئة العامة للثقافة



- 35- عبد الله الجابري، (2021)، الهوية الوطنية والإعلام العربي، دار الفكر.
- 36- رائد موفق، (2020)، الهوية الرقمية وتأثيرها في المجتمعات العربية، مجلة الدراسات الإعلامية.
- 37- أحمد العزاوي، الهوية الثقافية في الإعلام العربي، (بغداد: دار الشؤون الثقافية، 2022)، ص. 45.
- 38- فاطمة الشمري، "تحديات التنوع الثقافي في الإعلام العربي"، مجلة الدراسات الإعلامية العدد 9، 2021، ص. 29-34.
- 39- ليلي السالم، قيم الإعلام العربي وأخلاقياته، (الرياض: دار الفكر، 2020)، ص. 72.
- 40- سعود الغامدي، أخلاقيات الإعلام العربي، (جدة: دار الحكمة، 2021)، ص. 90.
- 41- القيسي، منصور، دور النقد في تطوير الإعلام العربي، *مجلة الثقافة*، العدد 8، 2022، ص. 50-55.
- 42- سعيد الخالدي، الهويات الوطنية في الإعلام العربي، (الكويت: مكتبة الفلاح، 2023)، ص. 63.
- 43- علي المزين، الإعلام العربي في عصر التكنولوجيا، (بيروت: الدار العربية للعلوم، 2021)، ص. 110.
- 44- أحمد العزاوي، النزاهة والشفافية في الإعلام العربي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 10، 2022، ص. 37-42.
- 45- منصور القيسي، دور وسائل الإعلام في المشاركة المجتمعية، (القاهرة: دار المعارف، 2021)، ص. 88.
- 46- سعود الغامدي، التنوع في الإعلام العربي، (جدة: دار الحكمة، 2021)، ص. 62.
- 47- سعيد الخالدي، الإعلام والمسؤولية الاجتماعية، مجلة الثقافة والفنون، العدد 6، 2023، ص. 44-49.
- 48- علي المزين، الإعلام الرقمي والتغيير الاجتماعي، (بيروت: الدار العربية للعلوم، 2022)، ص. 101.
- 49- هالة العنبي، دور الإعلام في تعزيز الهوية الثقافية، (الكويت: مكتبة الفلاح، 2020)، ص. 75.
- 50- محمود العساف، أهمية الهوية الإعلامية في المجتمعات العربية، (ماجستير، جامعة الملك سعود، 2022).
- 51- فاطمة مري، أخلاقيات الإعلام العربي، (الرياض: دار الفكر، 2020)، ص. 15.
- 52- ليلي القطيفي، الهوية الإعلامية العربية في عصر الرقمنة، المركز العربي للأبحاث، 15 مارس 2023، <http://www.arab-research.com>.
- 53- الشمري، فاطمة، دور الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 5، 2021.
- 54- فهد الزيد، (2020)، العولمة والإعلام العربي: الهوية في مهب الريح. مجلة الفكر العربي.
- 55- علي المزين، الإعلام العربي في عصر التكنولوجيا، (بيروت: الدار العربية للعلوم، 2021)، ص. 45.
- 56- حسن الكعبي، التأثيرات الرقمية على الإعلام العربي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 8، 2022، ص. 15-20.
- 57- سمر الشريف، تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية العربية، (ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، 2023)، ص. 78.
- 58- ناصر الزهراني، الإعلام العربي في العصر الرقمي، المركز العربي للأبحاث، 10 فبراير 2024، <http://www.arab-research.com> (تم الوصول في 18 أغسطس 2024).
- 59- هيئة الإعلام المرئي والمسموع، التقرير السنوي عن الإعلام الرقمي، 2023، ص. 12.

University Forum Journal for Humanities and Applied Studies.

Published by the Faculty of Arts at Bani Waleed University, Libya.

<https://ufjhas.com.ly/index.php/ufjhas>

Special Issue: *The Scientific Conference of the Department of Media, Faculty of Arts, Bani Waleed University, 2024.*

2026, March, Issue. (36), Pages No: (178-202).



- 60- فهد النخلي، دور الإعلام في تعزيز الثقافة العربية، (الرياض: دار العلوم، 2022)، ص. 30.
- 61- ليلي الصفار، دور وسائل الإعلام في نشر القيم الاجتماعية، مجلة الثقافة والفنون، العدد 7، 2021، ص. 45-50.
- 62- سليم الجراج، الإعلام والهوية الوطنية، (دمشق: دار الفكر، 2020)، ص. 85.
- 63- يوسف الحمادي، الإعلام كأداة لمواجهة التطرف، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 5، 2023، ص. 20-25.
- 64- عبد الله الزهراني، تحديات الهوية في الإعلام العربي، (القاهرة: المركز العربي، 2021)، ص. 112.

Conflict of Interest: The author(s) declare that they have no financial, personal, or professional interests that could have influenced the design, conduct, results, or interpretation of this research. sign, conduct, results, or interpretation of this research.

Disclaimer / Publisher's Note: The views, ideas, conclusions, and data expressed in the published articles are solely those of the respective authors and contributors and do not necessarily reflect the views of the University Forum Journal for Humanities and Applied Studies (UFJHAS), the Editorial Board, or the publisher. The Journal, the Editorial Board, and the publisher disclaim any responsibility for any errors, damages, or consequences arising from the use of the information, ideas, methods, procedures, or recommendations presented in the published article.