

المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل

JACC

دورية - علمية - محكمة - إقليمية - متخصصة

تصدر عن

المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب

برعاية أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا وبنك المعرفة المصري

رئيس التحرير

أ.د/ محمود حسن اسماعيل

أستاذ الإعلام – جامعة عين شمس

مدير التحرير

أ.د/ سميرة لغويل

جامعة باتنة ١ – الجزائر

نائب مدير التحرير

أ/ حسام شعبان عبدالشافي

المجلد الثالث - العدد (١١) أبريل (٢٠٢٠ م)

المجلة لإعلام وثقافة الطفل

الصادرة عن المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب
برعاية أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا وبنك المعرفة المصري

www.aiesa.org

الترقيم الدولي الموحد للطباعة : ISSN: 2537-0812

الترقيم الدولي الموحد الإلكتروني : eISSN : 2537-0863

موقع المجلة : <http://jacc.journals.ekb.eg>

معرف المجلة الرقعي : **Doi: 10.21608/JACC.**

معامل تأثير عربي : ٠.٤٥ لسنة ٢٠١٩

طبعت بمطابع دار المعارف بالقاهرة

إدارة المجلة غير مسؤولة عن الأفكار والآراء الواردة بالبحوث المنشورة في أعدادها
وإنما فقط نقى مسؤوليتها في التحكيم العلمي والضوابط الأكاديمية

يتم النشر الإلكتروني على المنصات الآتية



أكاديمية البحث
العلمي والتكنولوجيا
Academy of Scientific
Research & Technology



Egyptian Knowledge Bank
بنك المعرفة المصري

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

هيئة التحرير

أ.د/ محمود حسن اسماعيل	جامعة عين شمس - مصر	رئيساً للتحرير
أ.د/ سميرة لغويل	جامعة باتنة ١ - الجزائر	مدير التحرير
أ/ حسام شعبان عبد الشافي	باحث في اللغة العربية - مصر	نائب مدير التحرير
أ/ حارث محمد الخيون	باحث في مجال الاعلام - العراق	عضواً
د/ فكري لطيف متولي	رئيس مجلس أمناء المؤسسة	عضواً
أ/ شتوي مبارك القحطاني	الأمين العام للمؤسسة	عضواً
أ/ نهى عبدالحميد عبدالعزيز	مدير المؤسسة	عضواً

الهيئة العلمية الاستشارية

أ.د/ مي العبدالله	الجامعة اللبنانية
أ.د/ عبدالرازق الدليمي	استاذ بجامعة البترا - الأردن
أ.د/ علي عجوه	استاذ العلاقات العامة المتفرغ كلية الاعلام جامعة القاهرة
أ.د/ محمود علم الدين	استاذ الصحافة المتفرغ كلية الاعلام جامعة القاهرة
أ.د/ اعتماد خلف معبد	استاذ الاعلام المتفرغ كلية الدراسات العليا للطفولة
أ.د/ فوزي عبد الغني	استاذ الصحافة كلية الاداب جامعة سوهاج
أ.د/ شريف درويش اللبان	استاذ الصحافة كلية الاعلام جامعة القاهرة
أ.د/ وليد فتح الله بركات	استاذ الاذاعة كلية الاعلام جامعة القاهرة
أ.د/ ثناء عبد الودود	استاذ علم النفس التربوي كلية التربية جامعة بغداد
أ.د/ سعدية بهادر	استاذ تربية الطفل كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
أ.د/ محمود يوسف	استاذ العلاقات العامة كلية الاعلام جامعة القاهرة
أ.د/ محمد زين	استاذ الصحافة كلية الاعلام جامعة بني سويف
أ.د/ حاتم علو الطائي	مدير مركز البحوث والدراسات في وزارة التربية بالعراق
د/ مراد ميلود	جامعة قسنطينة ٣ - الجزائر
د/ رضوان بلخيري	جامعة تبسة - الجزائر
د/ وفاء حسن عيسى	جامعة بغداد - العراق
د/ اشواق صبر ناصر	الجامعة المستنصرية - العراق
د/ حنان جمعة عبد الله	الجامعة المستنصرية - العراق

ميثاق أخلاقيات النشر :

تنشر المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب من خلال إصداراتها البحوث العلمية الأصيلة والمحكمة، بهدف توفير جودة عالية لقُرَّائها من خلال الالتزام بمبادئ مدونة أخلاقيات النشر و منع الممارسات الخاطئة. وتصنف المدونة الأخلاقية ضمن لجنة أخلاقيات النشر (COPE : Committee on Publication Ethics) وهي الأساس المرشد للمؤلفين والباحثين والأطراف الأخرى المؤثرة في نشر البحوث بالمجلات من مراجعين، بحيث تسعى المجلات لوضع معايير موحدة للسلوك؛ وترغب المجلات على أن يقبل الجميع بقوانين المدونة الأخلاقية، وبذلك فهي ملتزمة تماما بالحرص على تطبيقها في ظل القبول بالمسؤولية والوفاء بالواجبات والمسؤوليات المسندة لكل طرف.

١- مسؤولية الناشر:

قرار النشر: يجب مراعاة حقوق الطبع وحقوق الاقتباس من الأعمال العلمية السابقة، بغرض حفظ حقوق الآخرين عند نشر البحوث بالمجلات، و يعتبر رئيس التحرير مسؤولاً عن قرار النشر والطبع ويستند في ذلك إلى سياسة المجلات والتقييد بالمتطلبات القانونية للنشر، خاصة فيما يتعلق بالتشهير أو القذف أو انتهاك حقوق النشر والطبع أو القرصنة، كما يمكن لرئيس التحرير استشارة أعضاء هيئة التحرير أو المراجعين في اتخاذ القرار.

النزاهة: يضمن رئيس التحرير بأن يتم تقييم محتوى كل مقال مقدم للنشر، بغض النظر عن الجنس، الأصل، الاعتقاد الديني، المواطنة أو الانتماء السياسي للمؤلف.

السرية: يجب أن تكون المعلومات الخاصة بمؤلفي البحوث سرية للغاية وأن يُحافظ عليها من قبل كل الأشخاص الذين يمكنهم الاطلاع عليها، مثل رئيس التحرير، أعضاء هيئة التحرير، أو أي عضو له علاقة بالتحرير والنشر وباقي الأطراف الأخرى المؤتمنة حسب ما تتطلب عملية التحكيم.

الموافقة الصريحة: لا يمكن استخدام أو الاستفادة من نتائج أبحاث الآخرين المتعلقة بالبحوث غير القابلة للنشر بدون تصريح أو إذن خطي من مؤلفها.

٢- مسؤولية المحكم (المراجع) :

المساهمة في قرار النشر: يساعد المحكم (المراجع) رئيس التحرير وهيئة التحرير في اتخاذ قرار النشر وكذلك مساعدة المؤلف في تحسين البحث وتصويبه.

سرعة الخدمة والتقييد بالآجال: على المحكم المبادرة والسرعة في القيام بتقييم البحث الموجه إليه في الآجال المحددة، وإذا تعذر ذلك بعد القيام بالدراسة الأولية للبحث، عليه إبلاغ رئيس التحرير بأن موضوع البحث خارج نطاق عمل المحكم، تأخير التحكيم بسبب ضيق الوقت أو عدم وجود الإمكانيات الكافية للتحكيم.

السرية: يجب أن تكون كل معلومات البحث سرية بالنسبة للمحكم، وأن يسعى المحكم للمحافظة على سريتها ولا يمكن الإفصاح عليها أو مناقشة محتواها مع أي طرف باستثناء المرخص لهم من طرف رئيس التحرير.

الموضوعية : على المحكم إثبات مراجعته وتقييم الأبحاث الموجهة إليه بالحجج والأدلة الموضوعية، وأن يتجنب التحكيم على أساس بيان وجهة نظره الشخصية، الذوق الشخصي، العنصري، المذهبي وغيره.

تحديد المصادر: على المحكم محاولة تحديد المصادر والمراجع المتعلقة بالموضوع (البحث) و التي لم المؤلف، و أي نص أو فقرة مأخوذة من أعمال أخرى منشورة سابقا يجب تهميشها بشكل صحيح، وعلى المحكم إبلاغ رئيس التحرير وإنذاره بأي أعمال متماثلة أو متشابهة أو متداخلة مع العمل قيد التحكيم.

تعارض المصالح: على المحكم عدم تحكيم البحوث لأهداف شخصية، أي لا يجب عليه قبول تحكيم البحوث التي عن طريقها يمكن أن تكون هناك مصالح للأشخاص أو المؤسسات أو يلاحظ فيها علاقات شخصية.

٣- مسؤولية المؤلف :

معايير الإعداد: على المؤلف تقديم بحث أصيل وعرضه بدقة وموضوعية، بشكل علمي متناسق يطابق مواصفات البحوث المحكمة سواء من حيث اللغة، أو الشكل أو المضمون، وذلك وفق معايير و سياسة النشر في المجلات، وتبيان المعطيات بشكل صحيح، و ذلك عن طريق الإحالة الكاملة، ومراعاة حقوق الآخرين في البحث ؛ وتجنب إظهار المواضيع الحساسة وغير الأخلاقية، الذوقية، الشخصية، العرقية، المذهبية، المعلومات المزيفة وغير الصحيحة وترجمة أعمال الآخرين بدون ذكر مصدر الاقتباس في البحث.

الأصالة و القرصنة: على المؤلف إثبات أصالة عمله وأي اقتباس أو استعمال فقرات أو كلمات الآخرين يجب تهميشه بطريقة مناسبة وصحيحة ؛ والمجلة تحتفظ بحق استخدام برامج اكتشاف القرصنة للأعمال المقدمة للنشر.

إعادة النشر: لا يمكن للمؤلف تقديم العمل نفسه (البحث) لأكثر من مجلة أو مؤتمر، وفعل ذلك يعتبر سلوك غير أخلاقي وغير مقبول.

الوصول للمعطيات والاحتفاظ بها: على المؤلف الاحتفاظ بالبيانات الخاصة التي استخدمها في بحثه، وتقديمها عند الطلب من قبل هيئة التحرير أو المقيّم.

مؤلفي البحث: ينبغي حصر (عدد) مؤلفي البحث في أولئك المساهمين فقط بشكل كبير وواضح سواء من حيث التصميم، التنفيذ، مع ضرورة تحديد المؤلف المسؤول عن البحث وهو الذي يؤدي

دوراً كبيراً في إعداد البحث والتخطيط له، أما بقية المؤلفين يُذكرون أيضاً في البحث على أنهم مساهمون فيه فعلاً، ويجب أن يتأكد المؤلف الأصلي للبحث من وجود الأسماء والمعلومات الخاصة بجميع المؤلفين، وعدم إدراج أسماء أخرى لغير المؤلفين للبحث؛ كما يجب أن يطلع المؤلفون جميعاً على البحوث جيداً، وأن يتفقوا صراحة على ما ورد في محتواها ونشرها بذلك الشكل المطلوب في قواعد النشر.

الإحالات والمراجع: يلتزم صاحب البحث بذكر الإحالات بشكل مناسب، ويجب أن تشمل الإحالة ذكر كل الكتب، المنشورات، المواقع الإلكترونية و سائر أبحاث الأشخاص في قائمة الإحالات والمراجع، المقتبس منها أو المشار إليها في نص البحث.

الإبلاغ عن الأخطاء: على المؤلف إذا تنبه و اكتشف وجود خطأ جوهرياً و عدم الدقة في جزئيات بحثه في أي زمن، أن يشعر فوراً رئيس تحرير المجلات أو الناشر، ويتعاون لتصحيح الخطأ.

شروط النشر :

- يجب أن لا يتجاوز البحث المقدم للنشر عن (٤٠) صفحة ، متضمنة المستخلصين : العربي ، والإنجليزي على أن لا تتجاوز كلمات كل واحد منهما (٢٠٠) كلمة ، والمراجع.
- يلي المستخلصين : العربي ، والإنجليزي ، كلمات مفتاحية (Key Words) لا تزيد على خمس كلمات (غير موجودة في عنوان البحث)، تعبر عن المجالات التي يتناولها البحث؛ لتستخدم في الكشف.
- تكون أبعاد جميع هوامش الصفحة الأربعة (العليا، والسفلى، واليمنى، واليسرى) (٣) سم، والمسافة بين الأسطر مفردة.
- يكون نوع الخط في المتن للبحوث العربية وللبحوث الإنجليزية (Times New Roman)، بحجم (١٣).
- يكون نوع الخط في الجداول للبحوث العربية وللبحوث الإنجليزية (Times New Roman)، بحجم (١٠).
- تستخدم الأرقام العربية (١-٢-٣...Arabic) في جميع ثنايا البحث.
- يكون ترقيم صفحات البحث في منتصف أسفل الصفحة.
- يكتب عنوان البحث ، واسم الباحث ، أو الباحثين ، والمؤسسة التي ينتمي إليها، وعنوان المراسلة، على صفحة مستقلة قبل صفحات البحث. ثم تتبع بصفحات البحث، بدءاً بالصفحة الأولى حيث يكتب عنوان البحث فقط متبوعاً بكامل البحث.

- يراعى في كتابة البحث عدم إيراد اسم الباحث، أو الباحثين، في متن البحث صراحة، أو بأي إشارة تكشف عن هويته، أو هوياتهم، وإنما تستخدم كلمة (الباحث، أو الباحثين) بدلاً من الاسم، سواء في المتن، أو التوثيق، أو في قائمة المراجع.
- أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية، الإصدار السادس.
- يتأكد الباحث من سلامة لغة البحث، وخلوه من الأخطاء اللغوية والنحوية.
- توضع قائمة بالمراجع العربية بعد المتن مباشرة، مرتبة هجائياً حسب الاسم الأول أو الأخير للمؤلف (اختياري) ، وفقاً لأسلوب التوثيق المعتمد في المجلة.
- لهيئة التحرير حق الفحص الأولي للبحث، وتقرير أهليته للتحكيم، أو رفضه.
- في حال قبول البحث للنشر تؤول كل حقوق النشر للمجلة، ولا يجوز نشره في أي منفذ نشر آخر ورقياً أو إلكترونياً، دون إذن كتابي من رئيس هيئة التحرير.
- الآراء الواردة في البحوث المنشورة تعبر عن وجهة نظر الباحثين فقط، ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة.
- يحق للباحث استلام نسخة ورقية من العدد ، وعند طلب نسخ إضافية أو مستلزمات إضافية للبحث وإرساله بريدياً يتم تسديد تكلفتهم مع رسوم النشر.
- يتم تقديم البحوث إلكترونياً من خلال موقع المجلة أو بريد المجلة الإلكتروني:

<http://jacc.journals.ekb.eg>

search.aiesa@gmail.com

محتويات العدد

-	افتتاحية العدد
٢٠ - ١	تكنولوجيا المعلومات واثرها على تنشئة الاطفال في المجتمعات العربية د.اونسة محمد عبدالله اونسة Doi: 10.12816/jacc.2020.73401
٣٤ - ٢١	دور الاعلام الجديد في صناعة الاقتصاد المعرفي الباحثة الباروفاء Doi: 10.12816/jacc.2020.73402
٥٦ - ٣٥	الإعلام الجديد وتوظيف قيم اقتصاد المعرفة - دراسة تحليلية د. هنيده قنديل أبو بكر Doi: 10.12816/jacc.2020.73403
٨٢ - ٥٧	دور الإعلام في تنمية السياحة في السودان د. محمد يس يس محمد احمد - د. لؤي عبدالرحمن عبدالقادر عبدالرحيم Doi: 10.12816/jack.2020.73404
١١٦ - ٨٣	المهارات التكنولوجية لموظفي العلاقات العامة في ضوء التحول نحو اقتصاد المعرفة - دراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة د. مثاني حسن أبشر Doi: 10.12816/jacc.2020.73405
١٣٦ - ١١٧	حتمية توظيف التقنية ضمان للجودة التعليمية وآلية لمحو الأمية الإعلامية د. سليمة بوزيد Doi: 10.12816/jacc.2020.73406
١٥٨ - ١٣٧	وسائل الإعلام والاتصال وهندسة الثقافة الشبابية في عصر مجتمع اقتصاد المعرفة - " دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة باجي مختار عنابة" د. بشيش فريدة سعيدي - عيوني نجم الدين Doi: 10.12816/jacc.2020.73407
١٧٨ - ١٥٩	التنشئة الاجتماعية الرقمية واستخدام الطفل العربي للإنترنت د. خليفي حفيظة Doi: 10.12816/jacc.2020.73408

١٧٩ - ١٩٠	تكنولوجيا المعلومات وأثرها في نشأة الأطفال في المجتمع العربي د. رانده أحمد عثمان نديم Doi: 10.12816/jacc.2020.73409
-----------	--

افتتاحية العدد:

يتم بفضل الله وعونه إصدار هذا العدد من المجلة العربية لاعلام وثقافة الطفل والتي تصدر ضمن سلسلة من المجالات العلمية المتخصصة عن المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، وقد تم وضع المجلة تحت رعاية أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا وبنك المعرفة المصري مع الاصدار الثامن وقد تم تخصيص هذه المجلة لنشر بحوث كل مجالات الاعلام وسبل التواصل المختلفة وتأثير ذلك الثقافي على الطفل والمجتمع، وحرصا من هيئة تحرير المجلة على المستوى العلمي لها سوف يتم نشر البحوث المتميزة دائما بها لتكون منارة جديدة للمتخصصين والباحثين في مجال الاعلام الرقمي والصحفي على اختلاف مجالاته ، وقبله علمية للباحثين العرب من مختلف أرجاء وطننا العربي الكبير من الخليج إلى المحيط، وإذ ندعو الباحثين الراغبين في نشر بحوثهم بها الالتزام بمعايير النشر بالمجلة والحرص على إجراء التعديلات والملاحظات التي يبدونها المحكمين، ونأمل لأن تكون الإعداد القادمة من المجلة أكثر ثراءً وجدة بفضل الله وعونه، والله ولي التوفيق.

ومرحباً بوجهة نظركم ورأيكم في أية فكرة قد تسهم في الرقي والتطوير لمجلتكم التي قد تعد صورةً من صور التعبير عن أشخاصكم ووجهتكم، بل مرحباً بالنقد البناء في أي جانب، وبمقترحاتكم لتحقيق الرقي الدائم والتطوير المستمر لمجلتكم الغراء، وعموماً فإن النقد البناء دائماً ما يُعْلَى ويرفع من شأن الأشياء، في الحياة بوجه عام، وفي الحقل العلمي والبحثي بوجه خاص، ذلك أن وجهة النظر المفردة لم تُعَدَّ تجدي، وإنما الفكرة على الفكرة، واليد مع اليد، ووجهة النظر مع وجهة النظر، كل ذلك جميعاً هو يبني ويطور ويكمل الصورة، وكل ذلك لا يتأتى إلا بالنقد البناء الذي يُرَقِّع ويطور ويكمل الصورة والعمل، ومن هنا قيل: يد بمفردها لا تصفق، ... ومن ثم نتعاهد سوياً على المزيد من بذل الجهد من أجل التطلع إلى مستويات أفضل في الأداء.

وختاماً إذ نقدم هذا العدد للقارئ الكريم، متمنين أن يجد فيه الفائدة المرجوة، لأرجو الله تعالى أن يكون لنا خير معين للوصول إلى تعليمٍ نوعي. وفق الله الجميع لما فيه الخير والسداد. وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

هيئة التحرير

تكنولوجيا المعلومات واثرها على تنشئة الاطفال في المجتمعات

العربية

اعداد

د. اونمة محمد عبدالله اونمة

السودان - جامعة شندي- استاذ مشارك اصول التربية وعميد شؤون الطلاب

Doi: 10.12816/jacc.2020.73401

القبول : ٢٠٢٠/ ٢ / ١٠

الاستلام : ٢٠٢٠/ ١ / ١٢

المستخلص:

- هدفت هذه الدراسة الى التعرف على آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأطفال خاصة فيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي واثار ذلك على التنشئة وعلى التحصيل الدراسي، ومن اجل تحقيق هذه الاهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها:
١. يثق الطلاب في المعلومات التي يقدمها الانترنت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي مكنهم من ايجاد حلول آنية لكثير من المسائل العلمية.
 ٢. تسهم تكنولوجيا المعلومات في زيادة الوعي لدى الاطفال وتحفز قدراتهم العقلية والمعرفية.
 ٣. الثورة التكنولوجية كان لها اثر ملموس على عمليتي التعليم والتعلم.
 ٤. كثرة استخدام المعلومات على الشبكة من قبل الاطفال لا يقلل من التفكير والقدرات لديهم، ولكن تكون الساعات التي يقضيها علي مواقع التواصل الاجتماعي هي خصماً علي ساعات الاطلاع والقراءة.
 ٥. إستخدامهم الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي سهل لهم تعلم اساليب البحث بصورة حديثة ومواكبة، وأتاح لهم إرسال الأسئلة والاستفسارات لأساتذتهم بشكل مباشر.
 ٦. مواقع التواصل الإجتماعي سهلت للطلاب الانضمام الي مجموعات علمية ذات التخصص الواحد.
 ٧. مواقع التواصل الإجتماعي لديها تأثير علي دراسة الطلاب وواجباتهم الاكاديمية.

المقدمة:

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، مثل " الفيس بوك " تعرف بـ الإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد كان في بداياته مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم، بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد السمعي، البصري والحسي (باعتبار أن المتأثر وأنماطه محور مهم في عملية التأثير، مستغلة أي القوة المؤثرة أن السمعي: سريع في قراراته لأن طاقته عالية ويتخيل ما يتحدث به أو يسمعه، والبصري : حذر في قراراته لأنها مبنية على التحليل الدقيق للأوضاع، والحسي : يبني قراراته على مشاعره وعواطفه المستنبطة من التجارب التي مر بها، في محاولة من أولئك المؤثرين لتغيير الآراء والمفاهيم والأفكار، والمشاعر، والمواقف، والسلوك (خالد، ٢٠٠٨م: ٥).

وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في تربية النشء وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي وقد اهتمت المؤسسات الاجتماعية والتربوية بوضع البرامج والأنشطة للطلاب، وذلك بقصد الاستفادة من إشغال وقت الشباب بما يفيدهم، وكذلك بقصد زرع جوانب وأمور مهمة وتنميتها في شخصية الطالب، فالعملية التعليمية ليست مجرد تلقين للدارس فقط وإنما هي عملية مفيدة لبناء شخصية الطالب من جميع النواحي، وبث روح المسؤولية الاجتماعية والاعتزاز بالذات، وتحمل المسؤوليات في الحياة، ومحاولة إيجاد التوازن المتكامل في جميع جوانب الشخصية.

مشكلة الدراسة:

ان ما يشهده العالم منذ نهاية القرن العشرين ومع مطلع القرن الحادي والعشرين من تحديات وتطور مذهل في كافة مناحي الحياة وخاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الامر الذي أدى إلى بروز كثير من المشكلات والتساؤلات التي تتعلق بكيفية ادارة هذا التدفق من المعلومات على صعيد كل الجوانب وخاصة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاطفال في المجتمعات العربية وتكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي: ماهو تأثير تكنولوجيا المعلومات على التنشئة وهذا يتفرع منه عدد من التساؤلات؟

- طبيعة التأثير على التنشئة.
- كيفية الاستفادة من هذه التكنولوجيا.
- معرفة الطرق السليمة التي من خلالها ننجح في ادارة هذه التدفقات المعلوماتية.

اهمية الدراسة:

١. انها تسلط الضوء على العلاقة بين استخدام التكنولوجيا واشتقاقاتها المختلفة وبين اثرها على تنشئة الطفل العربي .
٢. تشير الى اهمية الدور الذي يمكن ان تلعبه التكنولوجيا خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في التشجيع على البحث والمعرفة وتقارب الاتجاهات الفكرية لدي الاطفال.
٣. تسهم في بيان التكنولوجيا واثرها على الاطفال خاصة في تنمية شخصياتهم وارشادهم نحو الاستخدام الامثل والمرشد لخدمة اهدافهم الاكاديمية والاجتماعية الفاعله.

اهداف الدراسة:

٤. تهدف الى معرفة نوع المعلومات التي يجب ان يرشد اليها الاطفال والاباء والأمهات والمربين والمعلمين شبكات مواقع التواصل الاجتماعي .
٥. الوقوف على الأثر الذي تحدثه المعلومات الموثقة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
٦. معرفة الاسباب التي تجعل الطلاب يلجؤون لشبكات التواصل الاجتماعية للحصول على المعلومات.
٧. مدي توظيف هذه المعلومات في المجال الاكاديمي والمعرفي للطلاب.

منهج الدراسة:

يعتمد إعداد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي القائم على جمع المعلومات من خلال الالمام بموضوعاتها، وتحليل آراء وأفكار التربويين بغرض مراجعة أكبر قدر من الادب التربوي المتعلق للخبراء والمفكرين والباحثين التربويين حول الموضوع، ومن ثم تصنيف تلك المعلومات وتحليلها للخروج منها بإجابات للأسئلة التي تفرضها الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

١. مواقع التواصل الاجتماعي:

منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها (راضي، 2003 ، ص23).

٢. الفيس بوك:

يعدّ من أشهر المواقع الاجتماعية على الإنترنت أسسه طالب في جامعة هارفرد عام 2004 م والآن تخطى عدد مستخدميه ال (75) مليون مستخدم، تقدر قيمته ٩مليار دولار (عبد الله، 2007 ، ص 6 ب15).

٣. التحصيل الدراسي:

هو مدي قدرة الطالب على استيعاب المواد الدراسية ومدي قدرته على تطبيقها وتعتبر الامتحانات التي تجريها المؤسسات التعليمية وسيلة القياس الشائع لتحقيق الطالب وتجري هذه الامتحانات في اوقات مختلفة (السيد على الباشا، ١٩٩٠م: ٤٣).

الدراسات السابقة

هناك عدة دراسات تطرقت لأثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " على شخصية الشباب، وعلى تحصيلهم الدراسي، وخرجت بنتائج مهمة تفيد أغراض الدراسة الحالية ، وفيما يلي عرض موجز لبعض الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة:

الدراسة الأولى: دراسة ميشيل فانسون 2010 م:

هدفت التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامه ١٦٠٠ شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وقد أظهرت النتائج أن (أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها) الفيس بوك وبيبو ويوتيوب قد اعترفوا بأنهم يقضون وقت أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم. وأظهرت الدراسة أيضا أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيرا، ويلعبون عدد أقل من ألعاب الكمبيوتر، ويرسلون كمية من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بينت الدراسة أنه نحو (53 %) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأن شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الإنترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة بـ (٢٧ %) فقط في فرنسا، (33 %) في اليابان و (40 %) في الولايات المتحدة.

الدراسة الثانية : دراسة أجرتها جامعة تكساس الأمريكية (2009) ،

هدفت الدراسة إلى أن الناس يقللون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع " فيس بوك " بهدف التعبير عن حقيقة شخصياتهم، بدلاً من رسم صور مثالية عنها، حيث إنها تشبع لدى معظم المستخدمين حاجتهم الأساسية لتعريف الآخرين بأنفسهم (<http://almokafa.ahlamontada.com/t135-topic>).

الدراسة الثالثة : دراسة العتيبي 2008 م

هدفت للتعرف على تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية، أن نسبة انتشار استخدام " الفيس بوك " بين طلاب الجامعات السعودية وطلباتها بلغت 77 % وأن دور الأهل والأصدقاء وتأثيرهم في التعرف عليه بدافع تمضية الوقت، كعامل رئيس لاستخدامه، حيث جاء هذا العامل في المرتبة الأولى في الإشاعات المتحققة من استخدامه، وخلصت العينة إلى أن " الفيس بوك " حقق ما لم تحققه الوسائل الإعلامية

الأخرى، وأن استخدام الفيس بوك كان له تأثيره على الشخصية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى (<http://www.otaibah.net/m/showthread.php?p>).
الدراسة الرابعة دراسة "ريمي ٢٠٠٠م:

في دراسة للدكتورة فقد فحص العلاقة بين التواصل عبر الكمبيوتر واستخدام الإنترنت ونمو الهوية النفسية والاجتماعية للطلاب في الجامعة في ولاية المسيسيبي، وقامت بهذه الدراسة عينة قوامها ٤١٧ طالب تم تطبيق أدوات الدراسة عليهم وهي: مقياس سلوك إدمان الإنترنت الذي قدمه "برينر Brenner" (1997 - 1996) لتحديد مستوى الطلاب من التواصل عبر الكمبيوتر واستخدام الإنترنت واستبيان المهمة النمائية وأسلوب حياة الطالب (وينستون ١٩٨٧م) لقياس نمو الهوية النفسية والاجتماعية. ولقد توصلت نتائج الدراسة إلى ان هنالك علاقة عكسية بين استخدام الطلاب للتواصل عبر الكمبيوتر واستخدام الإنترنت ودرجاتهم على مقياس نمو الهوية النفسية والاجتماعية.

التعليق على الدراسات السابقة:

الملاحظ من كل هذه الدراسات يتضح ان هنالك تأثير مباشر على الطلاب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة أولئك الذين أصيبوا بالادمان لها فقد اثرت على التحصيل الدراسي بشقيه سلباً او ايجاباً كما ان البعض اثرت عليه لدرجة العزلة الاجتماعية وفقدانه للهوية الذاتية وهذا بجانب اخر يؤثر على قدرته الاكاديمية وهذا مايحاول الباحث اثباته من خلال هذه الدراسة وكشف تلك الجوانب خاصة فيما يتعلق بالأطفال.

المبحث الثاني: الإطار النظري

تكنولوجيا المعلومات

شهد العالم منذ فجر التاريخ كماً هائلاً وأنواعاً مختلفة من وسائل الاتصال البدائية والمتطورة فاستخدم طرق المواصلات المائية والحديدية والجوية والبرية وشكلت هذه الوسائل معنى واقعياً لكلمة اتصال ثم صار تعني المحادثات الهاتفية والبرقية والتسجيلات في العصر الحاضر أصبحت تعني التقنيات المتطورة التي تنفذ الاتصال بين الناس بواسطة الأجهزة والآليات الحديثة " « أبو معال ، ٢٩ » .

ونظراً لسهولة هذه الأجهزة والآليات انتشرت بشكل سريع في البيوت ورياض الأطفال والمدارس والكليات والجامعات فإنها دخلت في إطار الوسائل التعليمية التي تساعد في تعزيز المنهج إضافة إلى وظائفها في التنقيف الأخبائي والفكري والاجتماعي والاقتصادي والعلمي والديني بحيث صار لها ارتباط مباشر بجوانب كثيرة من حياة الإنسان في العصر الحاضر لذلك كله أخذت تسهم في تربية الطفل وتنقيفه وإكسابه المهارات اللغوية من قراءة وكتابة والعمل على توجيهه وإرشاده سلوكياً واجتماعياً وبهذا

فقد قدمت العون والمساعدة للأسرة والمربين والمربين والمعلمين كل في موقعه ودوره في التعامل مع الأطفال " « محمد منير ، ص ٢١٩ » .

أن العالم المعاصر يشهد مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في جزء من الثانية، ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات، ما دفع المجتمعات بقبول هذه المستجدات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات.

وفي عام 2005 م ظهر موقع ماي سبيس و هو أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حيث وصل عدد المشتركين في الفيسبوك بعد ست سنوات من عمره أكثر من ٨٠٠ مليون مشترك من كافة أنحاء العالم. « السيد، ٢٠٠٩ ، ص : ١١ » .

وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في تربية النشء وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي وقد اهتمت المؤسسات الاجتماعية والتربوية بوضع البرامج والأنشطة للطلاب، وذلك بقصد الاستفادة من إشغال وقت الشباب بما يفيدهم، وكذلك بقصد زرع جوانب وأمور مهمة وتنميتها في شخصية الطالب، فالعملية التعليمية ليست مجرد تلقين للدارس فقط وإنما هي عملية مفيدة لبناء شخصية الطالب من جميع النواحي، وبث روح المسؤولية الاجتماعية والاعتراف بالذات، وتحمل المسؤوليات في الحياة، ومحاولة إيجاد التوازن المتكامل في جميع جوانب الشخصية.

أن الشبكات الالكترونية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي حيث انها تتيح الربط بين الزملاء والاصدقاء وليس هذا فحسب بل انها تساعد في التعرف والتواصل بين الاشخاص والمجتمعات بعضهم البعض ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الالكترونية لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل. « حنان شعشوع، ٢٠١٤ : ٧ » .

ان استخدام الإنترنت يعتبر السمة المميزة لهذا العصر، فالإنترنت يستخدمه الأطفال والراشدون والمتقدمون في السن، أى كافة فئات المجتمع العمرية وأيضاً كافة طبقات المجتمع الراقية ومحدودة الدخل ، فأصبح الإنترنت يغزو كافة مجالات الحياة الاجتماعية كوسيلة للتواصل وتبادل الأفكار والمعلومات، وأيضاً في المجالات الاقتصادية والسياسية وغيرها، الأمر الذى يترتب عليه أن أى مجتمع يعجز عن المشاركة فى هذا التقدم التكنولوجي الرقمي الهائل، لا شك انه يتخلف عن بقية الأمم المتقدمة وعن ملاحقة التطورات السريعة العميقة فى الماضى كان هناك اطفال مدمنون للتلفزيون، أما اليوم فهم مدمنون للإنترنت.

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في جزء من الثانية، ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات، ما دفع المجتمعات بقبول هذه المستحدثات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وأشهرها على الإطلاق الفيسبوك وتويتر من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد لكن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية وكذلك الدعوة إلى حضور الندوات أو التظاهر، وبداية ظهور المواقع عام 1995 للربط Classmates.com الاجتماعي و في منتصف التسعينيات حيث أنشئ موقع عام 1997 م الذي ركز على الروابط المباشرة بين SixDegrees.com بين زملاء الدراسة و موقع الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة (خالد، ٢٠٠٨م: ٥).

ان استخدام الإنترنت يعتبر السمة المميزة لهذا العصر، فالإنترنت يستخدمه الأطفال والراشدون والمتقدمون في السن، أي كافة فئات المجتمع العمرية وأيضاً كافة طبقات المجتمع الراقية ومحدودة الدخل، فأصبح الإنترنت يغزو كافة مجالات الحياة الاجتماعية كوسيلة للتواصل وتبادل الأفكار والمعلومات، وأيضاً في المجالات الاقتصادية والسياسية وغيرها، الأمر الذي يترتب عليه أن أي مجتمع يعجز عن المشاركة في هذا التقدم التكنولوجي الرقمي الهائل، لا شك أنه يتخلف عن بقية الأمم المتقدمة.

مميزات وإيجابيات استخدام شبكات التواصل:

أن ثورة الاتصالات والتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي مكنت الأفراد من التواصل عبر هذه الشبكة. وزاد التوجه نحو الأدوار الإيجابية لهذه الشبكة في خلق التواصل والتقارب بين الآراء والأفكار، وازدياد مساحة الحرية الممنوحة لدى الأفراد لتعبير عن آرائهم؛ وشرعت الكثير من المؤسسات التعليمية لتوظيف هذه الشبكة لتخدم قطاع الطلاب مما يتيح لهم الاستفادة القصوى من المعلومات والمعارف والمهارات التي يمكن أن توفرها لهم هذه الشبكة، وفي ذلك يري الشرحان، (٢٠٠٣م: ٧٣) ان مميزات هذه الشبكة في التعليم تتيج الاتي:

١. تبادل الرسائل البريدية الالكترونية بين الافراد بطريقة سريعة في معظم دول العالم والمشاركة في الاعمال التعليمية والواجبات والدروس والانشطة بين المعلمين والمتعلمين في الجامعات والمعاهد والمدارس على مستوى العالم اجمع.

٢. نقل الملفات التي تشمل على نصوص وبرامج وصور واصوات المتعلمين في المراحل التعليمية المختلفة في جميع التخصصات من خلال برنامج نقل الملفات.
 ٣. توفير المعلومات المتنوعه والحديثه للمتعلمين بطريقة تضاهي وسائل الاتصال الاخرى.
 ٤. ايجاد روح الحماسه والدافعية في طلب العلم لدي المتعلمين وفي تعامل المتعلمين مع بعضهم البعض او مع المتعلمين ومعلمهم وكذا بث روح التعاون والعمل الجماعي بمناقشة بعض المعلومات والمستجدات التي تتعلق بمجال التعليم والتعلم.
 ٥. تنمية الابداع العلمي لدي المتعلمين بإزالة الحائط الصناعي القائم بين غرفة الفصل الدراسي والعالم الخارجي من خلال الدخول الى محركات البحث المختلفة.
 ٦. توفر الشبكة للطلاب والمعلمين نشر اعمالهم والوصول الى اراء الاخرين بتلك الاعمال التي نشروها من خلال الحوار والمناقشة.
 ٧. نشر الحوارات الجامعية من خلال احد المواقع التعليمية للمؤسسة التعليمية التي يعمل بها الاساتذة او المعلمون وتهئى للطلاب فرصة الاستفادة من تلك الخدمات.
- وقد ذكر اسماعيل (١٩٩٨م: ٣٥) مجموعة من الاهداف التي يمكن تحقيقها من خلال ادخال هذه الشبكات فى التعليم وزيادة فعالية التحصيل الدراسي للطلاب منها:
١. المساهمة فى تاسيس ثقافة المعلومات لدي الجيل الناشئ لتأهيلهم بمتطلبات العصر الحديث.
 ٢. احداث تطوير جزري فى التعليم يعتمد على محاكاة الاوضاع الطبيعية فى الحياة وحل المشكلات الواقعية عبر ما تتيحه تقنيات المعلومات من امكانات فى هذا المجال.
 ٣. تزويد الناشئ بالقدرة على الاعتماد الذاتى فى البحث عن المعلومات.
 ٤. تزويد اجيال المستقبل برؤية واسعه لمستقبل افضل وعلى كافة الاصعدة الاقتصادية والثقافية والعلمية والاجتماعية.
 ٥. تأهيل الطلاب بآليات التواصل مع الاخرين والمعتمدة على تقنية المعلومات مما يعزز التفاهم والاحترام المتبادل والسلام والمحافظة على الهوية الوطنية والتعريف بها، كما يعزز من قدرات الحوار والتفاوض وتبادل الافكار.

المبحث الثالث

تأثير التكنولوجيا على تنشئة للأطفال

ابعادها على التحصيل العلمي للأطفال.

والتحصيل الدراسي ذو أهمية كبيرة في حياة الفرد وأسرته، فهو ليس فقط تجاوز مراحل دراسية متتالية بنجاح والحصول على الدرجات التي تؤهله لذلك، بل له جوانب هامة جداً في حياته باعتباره الطريق الإجباري لاختيار نوع الدراسة والمهنة،

وبالتالي تحديد الدور الاجتماعي الذي سيقوم به الفرد، والمكانة الاجتماعية التي سيحققها، ونظرته لذاته، وشعوره بالنجاح ومستوى طموحه.

وبالرجوع الى موضوع الدراسة ومعرفتنا بالميزات التي تخدمها الشبكات للتعليم يتضح لنا انها يمكن ان توظف توظيف ايجابي من قبل المؤسسات والأفراد حتي يتحقق التميز الأكاديمي والابداع والمهارة من خلال الحصول على المعلومة هذا جانب، اما الجانب الاخر المرتبط بالطالب هو بأن التحصيل الدراسي يشعر الفرد بالتفوق والنجاح، ويعزز الثقة بالنفس، ويرفع من مستوى الطموح. حيث إن النجاح يشعر بالفخر وبإمكانيات الفرد وقدراته، وبأنه قادر على النجاح والإنجاز، وهذا التأثير متبادل فالحاجة إلى تحقيق الذات تأتي في أعلى سلم الحاجات الإنسانية، وفي التعليم تتبلور من خلال حاجة المتعلم للحصول على مكانة اجتماعية مرموقة، وغالباً ما ترتبط بالنجاح والتفوق، أو الخوف من الرسوب الذي يفقده هذه المكانة، كذلك من المهم للفرد رضا الآخرين عنه. ويرى أبو دية (2003) أن المرء بحاجة إلى امتلاك نظرة إيجابية لذاته، ويميل إلى تحقيق ما لديه من إمكانيات لتصبح إمكانياته حقيقة واقعية، وأنه كلما كان المتعلم أكثر إنجازاً كان تقديره لذاته، مرتفعاً وواقعياً، فالحاجة إلى تحقيق الذات ترتبط بالإنجاز والتحصيل والتعبير عن الذات .

التلفزيون واجهزة الفيديو والعباب الكمبيوتر:

شهد العالم منذ فجر التاريخ كما هائلاً وأنواعاً مختلفة من وسائل الإيصال البدائية والمتطورة فاستخدم طرق المواصلات المائية والحديدية والجوية والبرية وشكلت هذه الوسائل معنى واقعياً لكلمة اتصال ثم صارت تعني المحادثات الهاتفية والبرقية والتسجيلات وفي العصر الحاضر أصبحت تعني التقنيات المتطورة التي تنفذ الاتصال بين الناس بواسطة الأجهزة والآليات الحديثة» ونظراً لسهولة هذه الأجهزة والآليات الحديثة انتشرت بشكل سريع في البيوت ورياض الأطفال والمدارس والكلية والجامعات فإنها دخلت في إطار الوسائل التعليمية التي تساعد في تعزيز المنهج إضافة إلى وظائفها في التنقيف الأخباري والفكري والاجتماعي والاقتصادي والعلمي والديني بحيث صار لها ارتباط مساس مباشر بجوانب كثيرة من حياة الإنسان في العصر الحاضر لذلك كله أخذت تسهم في تربية الطفل وتنقيفه وإكسابه المهارات اللغوية من قراءة وكتابة والعمل على توجيهه وإرشاده سلوكياً واجتماعياً وبهذا فقد قدمت العون والمساعدة للأسرة والمربين والمربين كل في موقعه ودوره في التعامل مع الأطفال».

فالتلفزيون واحد من هذه الأجهزة وله دورة التربوي الفعّال في توجيه الأبناء والتنقيف وهذا من خلال التأثير على السلوك الاجتماعي وله في ذلك قوة الأسرة وكذلك جماعة الرفاق ودور العبادة في التأثير على الطفل «ففي أوربا يقضي الأطفال أربع ساعات وعشرون ساعة أسبوعياً في مشاهدة التلفزيون أي أكبر من الوقت الذي يقضونه

في المدارس وفي الولايات المتحدة الأمريكية يقضي البالغون الذي تبلغ أعمارهم ستة عشر عاماً ما لا يقل عن ١٥ ساعة من يومهم في مشاهدة برامج التلفزيون وفي وطننا العربي يقضي الأطفال في سن ٨ - ١٥ سنة ما بين ١٢ - ١٥ ساعة يومياً في مشاهدة التلفزيون» كما يشكل الأطفال الذين لم يبلغوا سن الدخول إلى المدرسة أكبر شريحة مفردة بين مشاهدي التلفزيون في أمريكا تلك الشريحة التي تقضي أكبر عدد من الساعات وأوفر حصّة من وقت يقظتها في مشاهدة التلفزيون بالمقارنة مع أي مجموعة عمرية أخرى وطبقاً لما ورد في تقرير نيلسن لعام ١٩٩٣ Nielsen Report يمضي أطفال المجموعة العمرية الذين هم بين سنتين وخمسة سنوات ٣٣.٩ في المتوسط أسبوعياً في مشاهدة التلفزيون بينما يمضي أطفال المجموعة العمرية ٦ - ١١ سنة ٣٠.٤ ساعة مشاهدة».

إن الساعات التي يقضيها الطفل مما سبق (تقرير نيلسن وما سبقه) تعتبر ساعات طوال جداً إذا ما وضعنا في الاعتبار الأنشطة الأخرى التي يجب أن يقوم بها الطفل وهذه الساعات تجعل الطفل في حالة مستمرة من المشاهدة التلفزيونية وهذه الحالة مصاحبة لبعض التوترات والشد العقلي المستمر والقلق الظاهر في هذه الحالة «شبيهة بالغشبية trance التي تستحوذ على أطفالهم أثناء المشاهدة التلفزيونية أن تعبير وجه الطفل يعتره تحول فيرتخي الفك ويتدلّى مفتوحاً إلى حد ما ويستقر اللسان في الأسنان الأمامية (إن كان هنالك أيّا منها) وتغشى العينان نظرة زجاجية بلا معنى وإذا أخذنا التنوع اللا محدود لشخصيات الأطفال وأنماطهم السلوكية في الاعتبار وجدنا تشابهاً جدير بالملاحظة في التعبير بين الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون ففي بعض الأحيان يخرج الأطفال من غيشتهم أثناء عرض إحدى الإعلانات التجارية أو عند إنتهاء البرنامج أو عند ضرورة الذهاب إلى الحمام».

إن هذه الحالة تكاد تصيب جميع الأطفال الذين يدمنون المشاهدة التلفزيونية لدرجة تجعلهم يتجاهلون كل اهتماماتهم الأخرى بما في ذلك الاحتياجات البيولوجية (الشراب - الأكل - التبول) وهذا يدل على قوة الأثر التلفزيوني خاصة إذا كان العرض خاص بمسلسلات الأطفال والألعاب الإلكترونية. وذهب البعض في وصف الأطفال في هذه الحالة «بالمعتوه النابغ idiot savant (وهو شخص متخلف عقلياً وبشدة ويظهر بعض القدرات اللافتة للأنظار يمكنه مثلاً مضاعفة الأعداد خماسية الرقم ذهنياً أو إتخاذ عمليات رياضية مذهلة ، وأن أطفال هذه الأيام تعلموا تلفزيونياً يستطيعون الكلام بطريقة خطابية مستخدمين كلمات أو أفكار لا يفهمونها وحقائق ليست لديهم التجربة أو المعرفة للحكم على دقتها والأطفال الصغار الذي يقلدون إعلانات التلفزيون هؤلاء النوابغ التلفزيونيون لا يملكون القدرة على استخدام المادة التي حصلوا عليها من التلفزيون لمصلحة أغراضهم الإنسانية الخاصة أكثر مما لدى العباقرة الزانفين المتخلفين عقلياً

الذين يستخدمون ألعبيهم الرياضية المدهشة لا شيء إلا للاستعراض وكسب المتفرجين» .

هذا يؤكد أن كل ما يتم تقديمه من برامج تلفزيونية لا يستطيع الأطفال تقبلها أو بالأخص فهمها ومع هذا تجددهم أكثر المداومين لمتابعتها وعدم الفهم هنا يدل على القصور الفكري والتصور العقلي لكل ما يجري على هذه الشاشة البلورية أو المتابعة بدافع التقليد وهذا ما يجعل الطفل يعيش ويطبق وفقاً لما يشاهده إذا انعدمت المراقبة والمتابعة الأسرية التي تساعد الطفل في خيارات المشاهدة المثلى لأن الطفل بمفرده لا يستطيع أن يقدر هذه الاحتمالات خاصة إذا كان في مرحلة ما قبل المدرسة وقد «تم في إحدى الدراسات قياس مدى فهم أطفال ما قبل سن المدرسة لبرنامج إعلامي تلفزيوني مخصص لمجموعتهم العمرية باستخدام طريقة تقييم مقننة وكانت النتيجة أن أغلبية الأطفال فهمت أقل من نصف المعلومات موضع الاختبار ولم يُظهر الأطفال الذين وُجهت إليهم بعض الأسئلة أثناء البرنامج استيعاباً أفضل من أولئك الذي طُرحت عليهم جميع الأسئلة عند نهاية البرنامج فقد استبعد احتمال أن تكون الذاكرة وليس الفهم هي العامل الحاسم» .

فإذا كانت هذه الدراسات تضع حلاً لمشكلة الاستيعاب في الذاكرة لأولئك الصغار فإن ثمة مشاكل عدة تثيرها بعض القنوات الفضائية للكبار سناً من الأطفال لأنها تخاطب وتنادي الغرائز وبعض الاحتياجات الوجدانية للمراهقين من خلال أسلوبها الخاص مثل قناة (MTV) وهي قناة موجهة نحو جمهور تتراوح أعمارهم بين ١٢-٣٤ سنة وقد أثّرت احتجاجات شديدة من قبل الآباء ورجال السياسة والتربويين بسبب ما تحتويه من مشاهد جنسية وعدوانية وأفكار نمطية حول العلاقات بين الجنسين وبسبب التأثيرات التي تحدثها الوسائل التي يبتها المطربون المشاهير في المراهقين من خلال أغانيهم وملابسهم وحركاتهم وقد أشارت البحوث الحديثة إلى أن المراهقين يحبون مشاهدة أغاني الفيديو هذه لأن الصور البصرية المصاحبة لها تدعم ذوقهم الموسيقي وتساعد على الفصل أو الفهم الأفضل للرسائل المتضمنة في الأغاني وفي العادة يكون الكثير من هذه القصص والرسائل ذات صلة مباشرة أو غير مباشرة بالسلوك الجنسي» .

وغالبا ما تصاحب هذه الأغاني ثلة من الرقصات اللاتي يقمن بحركات نمطية تتكرر في معظم الأغنيات ولا يكون الهدف من مثل هذه الحركات الراقصة التعبير عن التناسق الحركي أو الرشاقة الفنية بل تأكيد التصميمات الجنسية الصريحة أو الضمنية التي تحملها الأغنية فلم تعد الكلمة هي الأساس فأحياناً تكون الكلمات هي نفسها في أكثر من أغنية لأن الموضوع لا يتجدد : الحب والغرام والهجر والخصام» .

إن اعتماد بعض القنوات الفضائية على إرسال الصورة وإصدارها لتلك التعميمات الجنسية يؤثر على سلوك المراهق في حياته اليومية لأن المراهق فرد في مجتمع تحكمه أعرافه وتقاليد ودينه في ممارسة حياته اليومية لكن أن يتعرض إلى

استدعاء خارجي يخاطب العاطفة الجنسية بشكل قد لا يتفق مع قيمه ربما يجعله في بحث مستمر عن التطبيق العملي وأن رفض الشارع ذلك . وهذا يدل على قوة المؤثر فقوة المؤثر تفرض قوة داخلية تتمثل في الأسرة والمجتمع المحيط به تجنباً لمثل هذه المثيرات وما يضعف هذا الحل أن تكون تلك المثيرات نابعة من مغني أو ممثل أو مذيع أو مذيعة تلفزيونية تجد هوى في نفس المراهق أو الطفل خاصة بعد أن اتجهت بعض القنوات التلفزيونية إلى المشاهير من المجتمع في تقديم بعض البرامج هذا ما يجعل الطفل أسير إلى اللبس ونوع التسريحة التي يداوم عليها هذا الشهير عوضاً عن التأثير الكلي به في شكل أدائه لإغنياته بل يذهب الأمر أكثر من ذلك .

وفي ظل هذه المؤثرات ظهرت بعض الأصوات التي تنادي بوضع قانون ينظم عمل هذه القنوات مثل منظمة العمل من أجل تلفزيون الأطفال Action for Children Television (ACT) وهي «منظمة ضاغطة من الآباء كما أن لها تأثير في الفترة من سنة ١٩٦٨م إلى أن تم حلها في سنة ١٩٩٢م وقد نمت هذه المنظمة التي كونتها مجموعة من الأمهات في بوسطن بفعل القلق المشترك الذي شعر به الآباء المؤسسون فيما يتعلق بالتلفزيون : كان أطفالهم يقضون ساعات أكثر مما ينبغي في مشاهدة التلفزيون والأمهات يوافقن وكان سيطرة العنف على برنامج الأطفال تبدو هائلة وتحولت هذه المنظمة ACT من إحدى جماعات المصالح المحلية الصغيرة إلى منظمة قومية مؤثر تتلقى الدعم من مؤسسات كبيرة وإشترابات فردية».

ويتواصل ردود الفعل الأسري والقومي على هذا الجهاز ففي عام ١٩٤٨م وصف جاك جولد Jack Gould أول ناقد تلفزيوني بصحيفة نيويورك تايمز تأثير الوسيلة الإعلامية الجديدة في الأسر الأمريكية قائلاً : «إن الساعات التي يقضيها الأطفال أمام التلفزيون هي باعتراف الجميع منحدر خبيث لكل من الوالدين فحين ينتشر الأطفال الصغار رابطين على أرضية الحجرة أمام الجهاز يبدو نوع غريب من السكون وأن كان رائعاً قريب المنال».

إن التلفزيون إذا تم التعامل معه من قبل الوالدين والجهات ذات البث البرامجي يكون أكثر فائدة للأطفال لأننا لا ننكر الدور الفعال الذي يقوم به في التعلم ونقل التراث الثقافي واللعب والتسلية والأنشطة العقلية فالمشاهدة ليست معناها سلبية في حد ذاتها بقدر ما تحتاج إلى ضبط في عدد الساعات التي يقضيها الطفل ونوعية البرامج التي يحرص الأطفال على مشاهدتها وكيفية الربط بين ما يرددونه وبين حياتهم الخاصة وهذا الصوت نادراً ما لم تلتزم به الأسرة ولا القنوات الفضائية نفسها حيث يقول مدير إحدى الشبكات موافقاً عن برامج الأطفال الرديئة التي تقدمها شبكته «إذا تعين علينا أن نفعل ذلك وتقديم برامج متميزة بعد الظهر وهو إحدى مطالبة منظمة (ACT) فقد يقول كثيرون كيف تجرؤون على إحتجاز الأطفال ساعتين ونصف ساعة أخرى؟ اسمحوا

للأطفال بالخروج واللعب وأداء واجباتهم المنزلية اتيحوا لهم الحصول على تجربة تعليمية وأنا لا اعتقد أننا ملزمون بتقديم خدمة نوعية لهم من وجهة النظر هذه». إن شهادة القائمين على أمر البرامج التلفزيونية يثير كثير من المخاوف في المستقبل إذا اهتمت مثل هذه القنوات بالتسويق البرامجي أكثر من معاينة الشريحة المستهدفة وهذا لا يضر بالأطفال وحدهم بقدر ما هو يؤثر على جميع الأفراد على السواء وهذا بدوره يحجم من وسائل الإعلام في أداء دورها الحقيقي تجاه هذه الشريحة من المجتمع ، كما يمكننا أن نوجه تقليد المشاهير التلفزيونيون إلى تقليد إيجابي أي تستخدم كخدمة أهداف الأطفال والمجتمع بدلاً من التقليد الأعمى السلبي وهذا الأسلوب إيجابي بدأته «(شبكة CBS) بالتعاون مع مكتبة الكونغرس من خلال إطلاقها لمشروع أقرأ أكثر الذي جعل نجوم عدد من البرامج التلفزيونية يخرجون عن أدوارهم عند العرض الدرامي لحض مشاهدي التلفزيون على الخروج وقراءة الكتب ماداموا قد شاهدوا البرنامج ولم تكتف شبكة NBC عن الإعلان مراراً وتكراراً عن القراءة «حين تغلق جهاز تلفزيونك أفتح كتاباً» كانت تلك هي الرسالة التي تُبث مع انتهاء مسلسل محبب للأطفال في وقت متأخر من فترة ما بعد الظهر وانضمت شبكة ABC بالمثل إلى جوقة الدعوة للقراءة بإنهاء بعض البرامج الخاصة المقتبسة للأطفال من الكتب قائلة «شاهد البرنامج - أقرأ كتاباً».

أن التطور المتسارع في وسائل الإعلام مهد للكثير من المربين والآباء والمعلمين وعامة الجمهور أن يستفيدوا من وسائل الاتصال الجماهيري في عملية تنشئة الأبناء وتوجيه سلوكهم وتدخل وسائل الاتصال في هذا المضمار التربوي بعدة إتجاهات وأساليب متنوعة أبتداء من جهاز التلفزيون والإذاعة المسموعة والصحف اليومية والمجلات والنشرات الثقافية كما إن تأثير عارضاً على نية تكوين الوعي ونشر الثقافة وتنشئة الأبناء ليس تأثيراً عارضاً بل هو تأثير عميق يترك أثره على مكونات الطفل العقلية والوجدانية والمعرفية خاصة ما مع يعرف بالقنوات الفضائية في ظل السماء المفتوح للجميع ولأهمية هذا كله اهتم علماء النفس الاجتماعي بدراسة ظاهرة تأثير الاعلام " حيث اعتقدوا أن دوره سواء كان سالباً أو إيجاباً يؤثر الفرد ذاتياً (تأثير نفسي) أو علاقته بالآخرين (تأثير اجتماعي).

فالإعلام ووسائله تتدرج تحت مفهوم التربية اللامدرسية أو غير المقصودة ويصل إلى أهدافه بمجموعة طرق مثل المسلسلات والبرامج الاختيارية (التلفزيون) والصور والرسومات (المجلات) والتحليل والنقد والرأي (الصحافة) وغيرها فالإعلام يمارس دوراً " هاماً في المجتمع ويزداد هذا الدور كلما تقدم المجتمع والتأكيد على وجود دافع مشترك بين المرسل والمستقبل ويأتي هذا الدافع من المصلحة المشتركة لكل منهما فالإعلام مشروع كبير يحتوي على كثير من المؤسسات وتؤدي كل وسيلة من وسائل الإعلام دوراً في تنمية المجتمع فكلما كانت وسائل الإعلام تناقش الأفراد كان ذلك

سبباً في استفادة جميع أفراد هذه الوسائل ولكل فرد أسلوب خاص في تلقي الأخبار الخارجية وفقاً لاهتمامه وفي ذلك توصل دوفلور Defleur إلى نظام الطبقات الاجتماعية بمعنى أن لكل طبقة مستوى اهتمام معين وعلى سبيل المثال فإن ما يشغل الطبقة الوسطى هو توفير المعيشة وأما الطبقة الراقية فيركز تفكيرها على موضوعات مختلفة ولذلك أكد دوفلور على مسئولية الإعلام في إشباع احتياجات الطبقات بما يضمن التأثير فيهم «عبد النبي عبد الله ، ٢٠٠٦م ، ٦٣».

وهذا بدوره يؤكد على أن عنصر التلقي يختلف تبعاً لاختلافات المجتمعات والميول والحاجات والرغبات لأي جماعة بشرية كما يدل على أن استخدامنا لأي وسيط إعلامي إنما يكون هذا الاستخدام بناء على ثقافتنا ويحقق رغباتنا لهذا يمكننا القول إن الناس جميعاً لا يتساون في عملية الاستقبال الإعلامي مثله مثل الوسائل التربوية الأخرى التي يتخلف الناس حولها ، فعلى الأسرة أن تستخدم أسلوب تربوي جيد يراعي ميول الطفل ورغباته ، وأن أثر الإعلام على الفرد يتوقف على الآتي :-

- ١- نوع الوسيلة المتاحة .
- ٢- ردود فعل الفرد لما يتعرض له من وسائل الإعلام حسب سنه .
- ٣- خصائص الفرد الشخصية ومدى ما يحققه من إشباع لحاجاته .
- ٤- درجة تأثير الفرد الشخصية بما يتعرض له من وسائل الإعلام .
- ٥- الإدراك الإنتقائي حسب المستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي الذي ينتمي إليه الفرد .
- ٦- ردود الفعل المتوقعة من الآخرين إذا سلك الفرد وفق ما تقدمه وسائل الإعلام .
- ٧- مددلاً توفر المجال الاجتماعي الذي يجرب فيه الفرد ما تعلمه من معايير ومواقف وعلاقات اجتماعية وما تقيمه من شخصيات . «عبد النبي عبد الله ، ٢٠٠٦م ، ٦٣»

كيفية المواجهة لتحديات عولمة الإعلام الخاص بالطفل العربي:

إن معطيات العصر الحالي بما فيه من ثورة اتصالات واتساع مفهوم العولمة التي تسعى لتوحيد ثقافة العالم متجاوزة في ذلك الحدود الجغرافية والسياسية للدول، القي على عائق النظم التربوية بمؤسساتها المختلفة المقصودة وغير المقصودة حملاً ثقيلاً مما يستوجب أن تتضافر جهودها لتوحيد رؤاها من جانب والاستفادة من معطيات الدافع التقني والتكنولوجي لتقديم القيم الثقافية والتربوية الخاصة بالمجتمع في صورة تواكب ما تقدمه الدول الداعمة للعولمة بحيث تستطيع البدائل الثقافية الخاصة بالمجتمع أن تنافس البدائل الثقافية الوافدة وهذا ما يساعد الناشئة على الاعتزاز بثقافتهم وقيمهم التي تشكل عنصراً من عناصر تشكيل الثقافة العالمية.

يعتبر دور المنهاج في مواجهة العولمة وإجراءاتها من خلال إبراز الهوية الثقافية عند الطلاب وتأكيد أنماطها من أهم الأدوار التي يقوم بها، ويذكر طعمية

«١٩٩٩م: ٤٥». أربعة متغيرات معاصرة تخلق لدى الشعوب الإحساس بالهوية الثقافية:-

١. التأثير الثقافي العالمي الواسع المدى لعدد معين من النماذج الثقافية.
٢. تأثير الإعلانات ووسائل الإعلام.
٣. نمطية الأدوات وأساليب الحياة التي تطرحها طرق الإنتاج.
٤. تهالك بعض القيم التقليدية وصعوبة إيجاد قيم جديدة، ولا بد من الاستفادة من الآخرين، والتواصل معهم رغم المحافظة على الهوية وتميز عناصرها فهي متواصلة مع تجارب الآخرين، فلا هي انطوائية على نفسها، ولا هي تائهة مفرطة بأصولها وذاتيتها.

ولذلك لا بد أن تتطرق عملية الإصلاح من خلال إصلاح المناهج وفق فلسفة تربوية إسلامية مستمدة من مصادر التشريع والاجتهاد، "فمناهجنا الدراسية حصن لهويتنا العربية والإسلامية في عالم يموج بتيارات العولمة، ومحاولتها تنميط الحياة وقولبتها في صور ونماذج حياة القطب الواحد المهيمن، وهي التي تمدّ الأبناء بمقومات هويتنا الثقافية وخصوصيتنا الحضارية، وكلما ازدادت ضغوط العولمة، يتنامى في مناهجنا الوعي ويحتدم بتلك المقومات، ويظهر جلياً السعي إلى مقاومة كل ما تهدف إليه العولمة من أمركة في المصالح والعقول، حيث إن مناهجنا تقف بصلاية ضدّ مواجهة تهميش الثقافات الوطنية الإقليمية". «شحاتة حسن، ٢٠٠٤م: ١٩١».

وتورد فوزية البكر عدد من النقاط التي بموجبها يتم الإصلاح وهي: من الضروري تبني لرؤية الوظيفية للمادة المقدمة في المناهج أي أن كل ما يتعلمه الطالب لا بد أن يكون له وظيفة محددة في حياة هذا الطالب ولذا سعت نظم عديدة مثل النظام الأمريكي إلى تعليم مهارات عديدة مثل: تعلم القراءة الناقدة، تعلم الخطابة، وتعلم مادة المناظرات والأقناع، تعلم المصطلحات والمفاهيم الاقتصادية التي تحرك أسواق المال، تعلم مهارات البحث العلمي للبحث عن المعلومة وهكذا يجب أن يكون التعليم مقنعاً وليس مقنعاً (بالشدة على القاف) كما يحدث لدينا اليوم. الطلبة هنا يدرسون ما هو موجود في المناهج المدرسية لأنهم لا بد أن يحفظوها ويعيدوا إنتاجها في الامتحانات. «فوزية البكر، ٢٠٠٤م: ٤٥».

«ويجب أن تؤكد مناهجنا على خصوصية حضارتنا العربية الإسلامية وأهمية التعاون والتكامل التعليمي والثقافي بين أقطار الوطن العربي، وإعادة صياغة برامج إعداد المعلمين في ضوء تحديات العولمة لجعلهم قادرين على أداء أفضل، والأخذ بمبدأ النمو المهني المستمر للمعلم وتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية للمعلمين حتى يشعروا بالأمن الوظيفي ويتنافسوا في أداء رسالتهم». «محمد خليل، ٢٠٠٢م: ٢٠٢».

تتطلب طبيعة العصر وتحديات العولمة نوعيات جديدة من المعلمين عالية الكفاءة ورفيعة المستوى الأكاديمي والمهني والثقافي والأخلاقي، نوعيات فعالة في عملية

التغيير الاجتماعي تحتاج لمعلمين قادرين على تعليم مهارات التفكير الإبداعي ومهارات البحث والاستكشاف الذاتي للطلاب، والملاحظ على المدرسين أنهم "موظفون يؤدون عملاً روتينياً جامداً هدفه ملء أذهان التلاميذ وليس تكوين وإثراء خطوات حب الاستطلاع عندهم وتنمية حساسيتهم ووعيهم وقدرتهم على الاكتشاف ولن يستطيع المدرسون فعل ذلك إلا بقربهم من أفكار تلاميذهم» فريري باولو، ٢٠٠٤م: ٦٤».

إن مواقع التواصل الاجتماعي على الرغم من الجوانب الايجابية المتعلقة بالاستفادة من تجارب الآخرين ولم شمل الأصدقاء المتباعدين، ومتنفس الحرية التي تمنحه لمستخدميها، إلا أن النسبة العالية بالتأثر بتجارب الآخرين، تفرض عدة تساؤلات من بينها يمكن أن يكون هذا التأثير يتجه في بعض الجوانب إلى الأشياء السلبية واكتشاف عوالم تنقص من الفرد انتماؤه الوطني والقيمي والديني، وبناء على الدراسة نفسها نجد ارتفاع نسبة مضايقة النساء على المواقع وهذه مدعاة لكثير من الممارسات الشاذة، و لربما تمنع المستخدم من الفائدة التي يمكن أن يحققها هذا الرابط، كما أن الحرية نفسها إذا أسئت استخدامها ربما تساهم بصورة أوبأخري لانتشار الجريمة الأخلاقية المتمثلة في رفع بعض الفيديوهات أو الصور التي تخذش الحياء والأخلاق والقيم برمتها، وكل هذه يستلزم تكثيف التوجيه والإرشاد من قبل المختصين لحجب المواقع التي تساهم في تفشي الجريمة، وضبط أماكن الارتياح المفتوحة (المقاهي) بنظام تلقائي يوضح للمستخدم إن هذا الموقع يحتوي على بعض المخالفات أو الحذف المباشر ومن ثم توعية الأسر بمخاطر المشاهدة المفتوحة لدي الأطفال والشباب.

وقد تنبه التربويين لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في صقل شخصية الشباب وتنميتها وبخاصة أن الدراسات التي أجريت في عام (2010) دلت نتائجها أن عدد المستخدمين العرب لموقع " الفيسبوك " يصل إلى (15) مليون شخص، وفي مصر وحدها بلغ عدد المستخدمين (3.5 مليون بنسبة % 4.5) من إجمالي عدد السكان، وقد دلت الدراسات الحديثة أن عدد المستخدمين العربي زاد بمعدل مليون شخص كل شهر، ومن المفارقات اللافتة أن عدد مستخدمي " الفيسبوك " العربي فوق عدد قراء الصحف في العالم العربي «حسن عوض، ب. ت: ٤٥».

ويرى محمد غباري أن شغل أوقات الفراغ بصورة إيجابية وبطريقة مخططة يساعد كثيراً في تعديل السلوك لدى المستخدمين ، ويساعد على تربية الناشئ من جميع جوانبه النفسية والاجتماعية والروحية والسلوكية والعقلية ، واستغل الأوقات الفراغ لديهم في الأنشطة المختلفة يحقق ميولهم وذواتهم ، وتشبع بعض حاجاتهم النفسية كالحاجة إلى التقدير، والحاجة إلى الحب، والحاجة إلى الانتماء واللعب والمرح وتنمية المهارات والهوايات المختلفة ، وصقل المواهب، وتحقيق القدرات وتنميتها وإكساب كثير من الخبرات المفيدة.» (١٩٨٣م: ٦٤».

أن الشاب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يستفيد من الأنشطة والبرامج المتاحة له، مع غيره فيفيد ويستفيد من غيره ، ويتعلم أنواعاً من السلوك ، ويكتسب خبرات إيجابية من خلال ذلك التفاعل والأنشطة ، ويحاول أن ينمى نفسه الإحساس بالمسؤولية والاعتماد على الذات من خلال هذه العمليات والأنشطة وهو يقوم بذلك من خلال المشاركة مع الآخرين من الجماعات الأخرى على صفحات الفيسبوك.

النتائج:

- في الغالب الأعم هذه الثقافة الجديدة لا تراعي الثقافات المحلية وبما تحمل من قيم وهذا الشيء أدى إلى إضعاف الإحساس والانتماء القومي والوطني وجعل الفرد متلقياً يتطلع إلى استيعاب القادم على حساب التراث المحلي الذي حلت محله ثقافة أزياء جديدة وقيم جديدة تعلي من شأن من يتطلعون إليها على غيرهم من المتمسكين بالتراث الحضاري.
- إن التطورات الحديثة والسماء المفتوح مهّد لانتشار العولمة داخل اوساط المجتمعات المعاصرة للدول النامية فغيرت نمط الحياة وتغيرت الكثير من المفاهيم السائدة في المجتمع وحلت محلها مفاهيم وأعراف جديدة.
- تسهم تكنولوجيا المعلومات في زيادة الوعي لدي الاطفال وتحفز قدراتهم العقلية والمعرفية.
- الثورة التكنولوجية كان لها اثر ملموس على عمليتي التعليم والتعلم.

التوصيات:

- (أ) ادوار الاسرة والمجتمع في ذلك:
- ✓ أن تنهض الأسرة بدورها الحقيقي في التربية في غرس العقيدة والأخلاق والقيم والمشاعر والذوق العام، والفكر.
- ✓ إعداد الأطفال ليكونوا مواطنين صالحين متمسكين بقيمهم الدينية والاجتماعية.
- ✓ اغتنام كل فرصة للحديث المباشر مع الأبناء حول مقومات المواطن الصالح وتنشئة الأبناء على العادات الصحيحة للمواطن المخلص لوطنه، واحترام قواعد الأمن والسلامة.
- ✓ إكساب الطفل المهارات التي تمكنه من العمل الجماعي وإدارة الحوار والنقد الذاتي وتحمل المسؤولية.
- ✓ أن تجنب أفرادها التقليد الأعمى والمحاكاة.
- ✓ يجب تقوية قدرات الأسر والمجتمعات بابعاد العولمة الثقافية وانعكاسها على الأبناء.
- ✓ أن تنتظر بعين فاحصة لكل ما يدار من الأجهزة التي تمكن من الاتصال الجماعي وليس بدافع المراقبة بقدر ما يوضح الحرص والمتابعة لدي الأبناء.

- ✓ إذا تعارض الشكل المطروح من الألعاب والتسلية عليها أن تقدم البديل قبل المنع.
- ✓ مساعدة الأفراد في اختيار خياراتهم من الأنشطة والبرامج.
- ✓ تشجيع امتثال الثقافات المحلية والاستفادة من القادم أن لم يتعارض مع منظومة الأسرة القيمية والدينية.
- ✓ تشجيع الاحتكاك مع الآخر بغرض معرفة أهدافه ومراميه والاستفادة من تجاربه.

المصادر والمراجع.

١. الشرهان ، جمال عبدالعزيز(٢٠٠٣م) الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم ، العدد ٣ مطابع الحميضي الرياض.
٢. راضي زاهر(٢٠٠٣م) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ،مجلة التربية ، العدد ١٥ جامعة عمان الاهلية.
٣. عبدالله عامر(٢٠٠٧م) الفيس بوك وعالم التكنولوجيا، مجلة العلوم التكنولوجيا العدد ١١ جامعة البتراء عمان.
٤. حنان شعشوع (٥١٤٣٤هـ) اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، المملكة العربية السعودية ، الرياض.
٥. السيد على (٢٠٠٩م) الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الاخصائي والمكتبة ، المؤتمر الثالث عشر لاختصاصي المكتبات ٥-٧ يوليو مصر جامعة حلوان.
٦. ابوديه ، اشرف احمد عبدالهادي(٢٠٠٣م) فاعلية برنامج ارشاد جمعي في تنمية دافع الانجاز والذكاء الانفعالي لدي طلبة الصف الثامن من التعليم الاساسي ، الجامعة الهاشمية، الاردن. اسماعيل، زاهر محمد(١٩٩٨م) مشروع الانترنت في التعليم، مجلة المعلومات التربوية ،السنة الثالثة ، العدد ١١ مارس.
٧. اسماعيل، زاهر محمد(١٩٩٨م) مشروع الانترنت في التعليم، مجلة المعلومات التربوية ،السنة الثالثة ، العدد ١١ مارس.
٨. فريري باولو ، المعلمون بناء الثقافة ، ترجمة حامد عمار وآخرون ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ٢٠٠٤م.
٩. - ابوزيد احمد ، الاغبري ، العولمة والتحديات التربوية في العالم العربي، وزارة التربية والتعليم ، البحرين ، العدد الأول ، السنة الأولى ، اكتوبر ٢٠٠٠م.
١٠. شحاتة حسن ، مدخل لتعليم المستقبل في الوطن العربي ، الدار المصرية للكتاب ، القاهرة ٢٠٠٤م.
١١. طعيمة، رشدي أحمد (١٩٩٩). "العولمة ومناهج التعليم العام"، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي الحادي عشر للجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، القاهرة.
١٢. فليب كومبينز: أزمة التعليم في عالمنا المعاصر، ترجمة: أحمد خيرى كاظم وجابر عبد الحميد، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧١م.
١٣. فوزية البكر ، قراءة في التحديات التي تفرضها العولمة على النظام التربوي في المملكة العربية السعودية ، جامعة الملك سعود ٢٠٠٤م.
١٤. عبد الفتاح أبو المعال ، أثر وسائل الإعلام على الطفل ، ط ١ ، دار الشروق ، عمان ١٩٩٧م .
١٥. عبد النبي عبد الله ، فلسفة ونظريات الإعلام ، مطابع السودان ، ٢٠٠٦م .

دور الاعلام الجديد في صناعة الاقتصاد المعرفي

اعداد

البار وهاء

جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)

Doi: 10.12816/jacc.2020.73402

القبول : ٢٠٢٠/ ٢ / ١٠

الاستلام : ٢٠٢٠/ ١ / ١٢

المستخلص:

شهدت الممارسة الإعلامية تغيرات كبيرة خاصة في ظل تطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال والتي ارتبطت بشبكة الانترنت، ساهمت هذه الأخيرة بفضل تطبيقات بروز مسمى حديث أطلق عليه مصطلح الاعلام الجديد، والذي يعد من أوائل صناعات الاقتصاد المعرفي بمختلف وسائله، وهذا ما ستحاول هذه الورقة البحثية تقديمه من خلال التطرق الى: التعرف الى ماهية البيئة الإعلامية الجديدة ثم مفهوم اقتصاد المعرفة وخصائصه والمؤشرات التي يمكن تصنيفه من خلالها، ثم الانتقال الى العلاقة بين اقتصاد المعرفة والاعلام الجديد وأوجه الاستثمار فيه ومدى أهميته.

الكلمات المفتاحية: الاعلام، الاعلام الجديد، المعرفة، الاقتصاد المعرفي.

Abstract :

The media practice has witnessed major changes, especially in light of the development of information and communication technologies that have been linked to the Internet. The latter contributed thanks to the applications of the emergence of a modern name called the new media, which is one of the first makers of knowledge economy in its various means, and this is what this research paper will try to present through Turning to: Identifying the nature of the new media environment, then the concept of the knowledge economy, its characteristics and indicators that can be classified through it, then moving to the relationship between the knowledge economy and the new media, the aspects of investment in it and the extent of its importance.

Key words: media, new media, knowledge, knowledge economy.

مقدمة

لقد أعطت التحولات التي أتت بها العولمة للإعلام والاتصال بعدا أكثر اتساعا، حيث أثبتت الاعلام بتقنياته الهائلة أنه محرك التحولات في السياسة والاقتصاد والفكر والفن والثقافة بل هو محورها ومحرضها، وعلى هذه الدلالة كان له ذلك الجبروت في تشكيل المعرفة وخلق المعايير الجديدة وفي تدمير أنظمة القيم التقليدية السابقة.

ان المستوى الأعلى للقوة والسلطة وهو المعرفة التي تتمثل في العقل والتفكير والمعلومات التي تسمح بتحقيق الأهداف المرجوة بشكل دقيق وصحيح وتكمن من تجاوز السلبيات، فالمعرفة والتفكير والمعلومة يستطيع الانسان تنمية قواه العقلية أكثر بكثير مما كان يجري سابقا، فالمعرفة هي الركيزة الأساسية التي أنشئت عليها جملة من المعارف والمنافع الإنسانية عبر تاريخ البشرية وهي عاملا حاسما ومحددا للتفوق والتقدم باعتبار انها مكونة من جملة من العناصر أهمها العلم والعلماء والتراكم المعرفي.

وهذه المعرفة أصبحت مرتبطة بالعديد من المجالات والوسائل، حيث أصبحت تصنع من خلال العالم الافتراضي الذي أصبح هو المسيطر الأول في عصرنا هذا، نجد ان الاعلام الجديد في العصر الرقمي هو قوة فعالة لا يستهان بها في التغيير والتأثير على الافراد والمجتمعات وبالتالي أصبح الاستثمار في مجال المعرفة من اهم الاستثمارات في العالم وهو ما يترتب عليه ظهور مصطلح اقتصاد المعرفة والذي يعتمد على المعرفة كمحرك أساسي للنمو الاقتصادي.

١- ماهية البيئة الإعلامية الجديدة:

✓ مفهوم الاعلام الجديد:

يرى الباحث عبد المحسن حامد احمد ان الاعلام الجديد بيئة اتصال متكاملة نشأت نتيجة التزاوج الذي حدث بين الكمبيوتر وشبكة الانترنت ووسائل الاعلام التقليدية، لذلك لا يمكننا فهم الاعلام الجديد كوسائل وأدوات بمعزل عن التغيرات التي طرأت على المحتوى والمتلقي والقائم بالاتصال، وفيما يخص الوسائل فنحن امام وسائل رقمية تفاعلية شبكية يمكنها الاتصال بأجهزة الكمبيوتر والانترنت فضلا عن كونها أجهزة شخصية صغيرة ومتنقلة والمحتوى أصبح ديناميكي وسهل المعالجة ويمكن استخدامه لأكثر من وسيلة، والمتلقي تحول من مجرد مشاهد سلبي الى مستخدم نشط ومن مستهلك الى منتج ينشط ويشارك ويصنع للمحتوى ، واصبح لدى القائم بالاتصال طرق وأساليب جديدة للتواصل مع الجمهور ونشر وتسويق رسالته.(١)

ويشير مصطلح الاعلام الجديد الى:

- خبرات نصية جديدة أنواع جديدة من اجناس الكتابة واشكالها الترفيه - المتعة وانماط استهلاك وسائل الاعلام (العاب الكمبيوتر-النص التشعبي-المؤثرات السينمائية).
- علاقة جديدة بين المستخدم والتكنولوجيا تغير في الاستخدام واستقبال الصورة ووسائل الاتصال والحياة اليومية وكذلك المعاني التي يتم استثمارها في تكنولوجيا وسائل الاعلام.

- تجارب وخبرات في العلاقات بين تجسيد الهوية والمجتمع، انتقالات تحولات في الخبرات الفردية والمجتمعية في التعامل مع الزمن، الفضاء والمكان (على المستويين المحلي والعالمي) والتي لها اثار وطرق التي نجرب ونختبر بها أنفسنا ومكانتها في هذا العالم.

- مفاهيم جديدة لعلاقة الجسم البيولوجي بتكنولوجيا الاعلام: التحديات التي تواجه التميز بين الانسان والآلة، الطبيعة والتكنولوجيا، الجسم (وسائل الاعلام) كتكنولوجيا مصنعة، الحقيقة والخيال.

- أنماط جديدة من تنظيم والإنتاج: إعادة تخطيط واندماج واسع في وسائل الاعلام، الثقافة، الصناعة، الاقتصاد، التملك، الوصول، المراقبة والتعديل.

فوسائل الاعلام الجديد هي في معظمها وسائل الاعلام، بالإضافة الى ذلك تعد شكل من اشكال الوسائط الجديدة شديد التفاعل، فمستخدمو الوسائط الجديدة هم منتجون نشطون للمحتوى والمعلومات، سواء ارسال بريد الكتروني او استخدام أدوات التعاون عبر الانترنت وغيرها، وقد أدخلت الوسائط الجديدة تفاعل المستخدم، بدلا من مجرد استهلاكه الوسائط. (٢)

✓ خصائص الاعلام الجديد:

- يتميز الاعلام الجديد بالعديد من الخصائص ومنها:
- التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية أو تبادلية، وليست في اتجاه احادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.
- اللاتزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلا أو مرسلا.
- المشاركة والانتشار: يتيح الاعلام الجديد لكل شخص يمتلك الأدوات البسيطة ان يكون ناشرا.
- الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائط الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.

- الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تحظى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
- اندماج الوسائط: في الاعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة والرسوم البيانية الثنائية والثلاثية الابعاد.... الخ
- الانتباه والتركيز: نظرا لان المتلقي في وسائل الاعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فانه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز.
- التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها. (٣)

✓ أدوات الاعلام الجديد:

- ١- المدونات.
 - ٢- التدوين المصغر
 - ٣- الشبكات الاجتماعية
 - ٤- المواقع الارتباطية
 - ٥- مواقع الصور
 - ٦- مواقع الفيديو
 - ٧- المجموعات
 - ٨- المنتديات
 - ٩- الشبكات الإخبارية التفاعلية
 - ١٠- الخلاصات rss
 - ١١- الموسوعات مفتوحة المصدر
 - ١٢- وحدات المعرفة
 - ١٣- الكتب الالكترونية
- وتشير الوسائط الجديدة الى الوسائط رقمية التفاعلية التي يتم توزيعها عبر الانترنت او شبكة الويب العالمية وتشمل البوابات والمواقع الإخبارية ومجموعات الاخبار ومدونات الويب ومواقع wikis والبريد الالكتروني ومنتديات المناقشة المترابطة ولوحات الإعلانات وقاعات الدردشة والمراسلة الفورية والمحادثات، والرسائل النصية عبر الهواتف المحمولة والاشربة الصوتية. (٤)

٢- ماهية اقتصاد المعرفة:

✓ مفهوم اقتصاد المعرفة:

من المهم قبل تعريف مفهوم اقتصاد المعرفة ان نميز بينه وبين عدة مصطلحات أخرى قد تتداخل معه، من بينها "اقتصاد المعلومات"، والذي يعني بطبيعة القرارات

الاقتصادية المبنية على المعلومات، وذلك لان الناحية الاقتصادية تكمن في الكشف عنها وحمايتها، اما الناحية الاقتصادية في المعرفة فتكمن في انتاجها في أنشطة التعليم والتدريب والتعلم الملحقة بها وإنتاج المعرفة هو نشاط تلقائي يتبع نشاطا آخر، ولا يكون متعمدا الا عندما يأتي نتيجة للبحث العلمي الذي هو نشاط متعمد يقود الى زيادة المخزون المعرفي، عكس النشاط الاقتصادي الذي لا يمكن ان يجري الا بطريقة متعمدة.

وهناك أيضا مصطلح الاقتصاد المبني على المعرفة knowledge-based économie الذي ينبع من إدراك مكانة المعرفة والتكنولوجيا والعمل على تطبيقها في الأنشطة الإنتاجية، فهو يعتبر مرحلة متقدمة من الاقتصاد المعرفي، أي انه يعتمد على تطبيق الاقتصاد المعرفي في مختلف الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية في مجتمع يمكن القول بأنه مجتمع "معلوماتي". (٥)

هذا فضلا عن عدة مصطلحات أخرى كالاقتصاد الانترنت، والاقتصاد الرقمي، والاقتصاد الافتراضي، والاقتصاد الالكتروني، والاقتصاد الشبكي واقتصاد اللامؤسسات، وهي تسميات عدة تشير في كليات الى اقتصاد المعرفة، وفي الغالب تستخدم بطريقة متبادلة، الامر الذي يجعل تحديد تعريف جامع مانع لمفهوم اقتصاد المعرفة غير ممكن حتى الآن، انطلاقا من عدم اجماع أوساط الباحثين والمنظرين بعد على تعريف واحد، لذا سنحاول عرض عدد من هذه المفاهيم:

فقد عرفه التقرير الاستراتيجي العربي بانه: "اقتصاد جديد فرضته طائفة جديدة من الأنشطة المرتبطة بالمعرفة وتكنولوجيا المعلومات ومن اهم ملامحه التجارة الالكترونية"

فيما عرفته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بانه: ذلك الاقتصاد المبني أساسا على انتاج ونشر واستخدام المعرفة والمعلومات.

اما البنك الدولي فيعرفه بانه: "الاقتصاد الذي يعتمد على اكتساب المعرفة وتوليدها ونشرها واستثمارها بفاعلية لتحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية متسارعة". (٦)

وفيما يخص تعريفات الباحثين، فلدينا Edward swanstrom الذي خلص الى انه: "فرع من العلوم الأساسية، يهدف الى تحسين رفاهية الافراد، والمنظمات، والمجتمع عن طريق دراسة نظم انتاج وتصميم المعرفة ثم اجراء تنفيذ التدخلات الضرورية لتطوير هذه النظم، ومن جهة أولى يولد هذا الفرع نماذج نظرية من خلال البحث العلمي، ومن جهة ثانية فهو يطور الأدوات العلمية والتقنية التي يمكن تطبيقها مباشرة على العالم الواقعي".

وهناك تعريف يقرن اقتصاد المعرفة باقتصاد المنتجات الذكية، أي ان هذه المنتجات هي بعض ملامح اقتصاد المعرفة القائم على تكتل المعلومات وتراكمها في جهاز الكمبيوتر

الذي يقوم بدوره بتحليلها وتنسيقها ليتعاطى مع أحداث الواقع بما يتناسب معها تماماً، كما يتعاطى معها الإنسان الراشد. (٧)
✓ **خصائص اقتصاد المعرفة:**

قبل البدء في التفصيل في الخصائص التميز اقتصاد المعرفة، والتي وردت في الأدبيات السابقة، يتعين علينا الإشارة إلى الخصائص الثابتة والاساسية للمورد الأساسي الذي يمثل راس المال في هذا النوع من الاقتصاد، فالمعرفة تتميز بكونها (لا تنفذ) و(لا تقل) و (لا تحتكر) كما هو الحال بالنسبة للموارد الطبيعية، وهو ما مكن دول شرق آسيا كاليابان والصين وتايوان، التي تنفقر إلى الموارد الطبيعية، من اعتلاء قمة الأسهم الاقتصادية الصاعدة، بالاعتماد على نقل وتطوير المعرفة والخبرات الصناعية، والاستفادة من الربح الذي يفوق بأشواط أرباح الثروات الطبيعية.

بالنسبة لGalbraith ، فيرى أن خصائص اقتصاد المعرفة تتمثل فيمايلي:

- العولمة
- التكيف الموسع لموافقة رغبات الزبائن
- تقليل الكوادر والمهارات
- التركيز على خدمة المستهلك
- خدمة "الخدمة الذاتية"
- التجارة الالكترونية

اما الخضير فيرى ان اقتصاد المعرفة يتميز بمايلي:

- تجديد الحاجة اليه والرغبة والطلب على منتجاته المعرفية التي تدخل في كل نشاط، وفي كل عمل، وفي كل وظيفة وبشكل متصاعد الى درجة يمكن القول باستحالة قيام نشاط ما بدون المعرفة.
- تجدد المصادر المعرفية ونموها وازديادها وعدم نضوجها سواء بالاستعمال أو بالاحتفاظ، بل بمرور الزمن وتعدد الاستخدام تزداد المصادر المعرفية وتتراكم مجالاتها. (٨)

✓ **المعرفة صناعتها وأبعادها**

يرى وجيه محبوب أن المعرفة مجموعة من معان ومفاهيم وتصورات ذهنية للإجابة عن تساؤلات الفرد، مشبعة لطموحاته ومحققه ابداعاته، اما سعد ياسين فيرى ان المعرفة هي أساس القدرة في عملية خلق الأفكار، وتحقيق مستويات عالية من الجودة والابداع التقني، وهي ضرورية لتنفيذ الأنشطة الإدارية بكفاءة عالية، وفي تقرير التنمية الإنسانية العربية، حدد مجتمع المعرفة بأنه المجتمع الذي يقوم أساسا على نشر المعرفة ونتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي من الاقتصاد والمجتمع المدني والسياسة والحياة الخاصة وصولا الى تحقيق التنمية البشرية، ويعرف مجتمع

المعرفة بأنه احد المجتمعات التي تم استحداثها في الآونة الأخيرة كأحد المتطلبات الرئيسية للتغيرات التي طرأت على المجتمعات المعاصرة، وكنتيجة للتطور التكنولوجي، حيث لا يقتصر هذا المجتمع على هذا الجانب فقط، بل يشمل العنصر البشري ويسعى للتنمية الشخصية ويركز على الابداع ويدعم المشاركة في المعرفة، حيث يهدف لتطور المعلومات والمعارف وانتقالها بين الأجيال، ويبنى مجتمع المعرفة من وجهة نظر اليونسكو على أربعة أسس رئيسية تشمل كلا من:

- حرية التعبير عن الرأي.
 - القدرة على الوصول للمعلومات.
 - تقبل واحترام التنوع اللغوي والثقافي.
 - حق الجميع في الحصول على التعليم الجيد.
- وذلك بهدف تحقيق حالة من التمكين الاجتماعي المحلي الشامل من خلال زيادة القدرة على الوصول للمعارف من اجل التمهيد والوعي، وكذلك اتاحة الموارد العلمية المختلفة وتسهيل عملية التعلم عن بعد، الامر الذي يسمح للمفكرين بنشر معلوماتهم بسهولة، ويعين الطلاب على الوصول للمعلومات التي يرغبون بها.
- ويتميز مجتمع المعرفة بمجموعة من الخصائص تتمثل في:
- كون المعرفة أحد اهم المكونات الأساسية التي يتضمنها بشكل أساسي أي نشاط او عمل وتحديدا فيما يتعلق بالثقافة والاقتصاد والمجتمع.
 - ليس ضروريا الحضور في ذات المكان الجغرافي، وانما بالإمكان مشاركة المعرفة من أماكن جغرافية مختلفة، وذلك بفضل التطورات التكنولوجية الحديثة.
 - نتيج التكنولوجيا المتوفرة حاليا الكثير من الإمكانيات لمشاركة المعرفة وتقاسمها وحفظها، إضافة لإمكانية استعادتها.
 - المعرفة أحد اهم المكونات الأساسية لراس المال، وتحديدا في العصر الحالي فأصبح تقدم وتطور أي مجتمع متعلقا بشكل أساسي بالقدرة على استعمالها.
 - ان لمجتمع المعرفة تأثيرا عظيما في التعليم، اذ انه يدفع التعليم ليوأكب تكنولوجيا العصر وتقنياته المختلفة، مما يكون له إثر عظيم في جودة التعليم من ناحية، وخلق روح التنافس والابداع في ذلك من ناحية أخرى، ومن أمثلة ذلك تقنيات الدروس المحسوبة، وفكرة التعليم عن بعد، وتعتمد صناعة المعرفة على إيجاد المعرفة ومشاركتها من الآخرين بغض النظر عن البعدين الزماني والمكاني مؤكدا على مجموعة من الابعاد التي حددها بعض الباحثين فيما يلي:

البعد الثقافي: حيث يتيح مجتمع المعرفة تقديرا واسعا للمعلومات والمعارف والاهتمام بالقدرات الإبداعية للأفراد وتوفير حرية التفكير والابداع، وتسود به الثقافة تقيم وتحترم من ينتج هذه المعلومة ويستغلها في المجال الصحيح، ونتيج العدالة في انتاج المعلومات

وتداولها وتوزيع خدمات وامكانيات العلم والمعرفة بين الطبقات المختلفة الموجودة في المجتمع، ويرى بعض الباحثين ان مفهوم المنفعة المعلوماتية هو السمة الأبرز للبعد الثقافي لمجتمع المعرفة، الذي يتسم ببنية أساسية معلوماتية قوية تقوم على أساس أجهزة الحاسب الآلي والشبكات العامة المتاحة لكل الناس، وشبكات المعلومات وبنوكها.

البعد الاجتماعي: ويركز فيه على تشارك المعرفة بين الافراد، وبناء مجموعات من صناعات المعرفة، وقيام المجتمع على أساس ابتكارات هؤلاء الصناع إضافة للمشاركة في الخبرات الشخصية، وتأسيس شبكات من العلاقات الفاعلة بين الافراد للحصول على ثقافة تنظيمية داعمة.

البعد التكنولوجي: يمثل هذا البعد محركات البحث ومنتجات الكيان الجماعي البرمجي، وقواعد بيانات إدارة رؤوس الأموال الفكرية، والتي تعالج المشكلات التي قد تواجه إدارة المعرفة من الناحية التكنولوجية.

البعد التنظيمي: يمثل هذا البعد كيفية الحصول على المعرفة وادارتها وتخزينها ونشرها وتحسينها وزيادتها من اجل إعادة استخدامها ويرتبط هذا البعد بتجديد الطرق والإجراءات والتسهيلات والعمليات اللازمة لإدارة المعرفة بشكل فعال من اجل الحصول على قيمة اقتصادية. (٩)

✓ معايير تصنيف اقتصاد المعرفة:

من خلال مراجعة الادبيات السابقة التي تناولت دراسة هذا النوع من الاقتصاد، يمكن تحديد أبرز المؤشرات والمعايير لاقتصاد المعرفة، حيث اتفق أغلب الباحثين على أن هناك فئات رئيسة درجتها تتدرج تحتها هذه المؤشرات، الا وهي:

- مؤشر البحث والتطوير:

تشكل بيانات الأبحاث والتطوير المؤشرات الأساسية لاقتصاد المعرفة، حيث يتم استخدام مؤشرين أساسيين هما: النفقات المخصصة للأبحاث والتطوير وفريق العمل المستخدم لها، هذه الأبحاث تخضع منذ مدة طويلة لعملية جمع منظمة ومعارية للبيانات مما يسمح بإجراء تحاليلي ديناميكية ومقارنات دولية.

- مؤشر التعليم والتدريب: ويركز على أهمية الموارد البشرية في عمل النشاطات الاقتصادية وتنميتها وتطويرها خاصة في ظل اقتصاد المعرفة وما يتضمنه من تقنيات متقدمة، وتسمح المؤشرات القائمة على البيانات المتعلقة بالتعليم والتدريب بتقييم المعارف والمهارات أو (رأس المال البشري) المكتسبة خلال العملية الرسمية للتعليم.

ويعد هذا المؤشر على درجة عالية من الأهمية لما له من تأثير مباشر على ثورة التكنولوجيا والمعرفة من حيث زيادة نسبة المتخصصين في مجالات المعرفة المختلفة وبالتالي زيادة الإنتاجية، كما ان مؤشر التعليم والتدريب يسمح بتقديم المخزون والاستثمار في رأسمال البشري. (١٠)

● مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

يعد مؤشر نشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على قدر كبير من الأهمية خاصة مع تزامن الوقائع، حيث التقى الاقتصاد القائم على المعرفة بقاعدة تكنولوجية ملائمة وهذا ما أدى إلى تعزيز مشترك بين ازدهار النشاطات المكثفة في المعرفة والإنتاج ونشر التكنولوجيا الجديدة، ولهذه الأخيرة ثلاثة تأثيرات في الاقتصاد، وهي:

- أنها تسمح بدر أرباح إنتاجية خاصة في مجال المعالجة، التخزين وتبادل المعلومات.

- تعزيز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة ظهور وازدهار صناعات جديدة مثلاً: وسائل الاعلام المتعددة، التجارة الالكترونية، الجداول الالكترونية...الخ.

- أنها تحث على اعتماد نماذج تنظيمية أصلية بهدف استخدام أفضل للإمكانات الجديدة لتوزيع ونشر المعلومات.

وقد وضع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مجموعة من المؤشرات تتيح بناء القدرات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين البلدان، وهذا استنادا الى مجموعة من المعايير التي بموجبها تتيح لصانعي القرار والسياسة استنباط سياسات مناسبة وملائمة لوضع خطط عمل مستقبلية. (١١)

٣- تقديم الاعلام الجديد لاقتصاد المعرفة:

✓ الاعلام وارتباطه باقتصاد المعرفة:

يتضح للعيان من خلال المفاهيم المتعددة لاقتصاد المعرفة انه يرتبط ارتباطا وثيقا بتكنولوجيا المعلومات، وانه لم يكن ليتواجد بالأساس لولا ثورة المعلومات والاتصالات التي أحدثت بدورها ثورة في الاعلام ترتب عليها ظهور ما يسمى بـ " الاعلام الجديد" فالتجارة كانت أولى الأنشطة التي استفادت من خدمات الإنترنت لتعزيز الاتصالات واستغلالها في إبرام الصفقات والاعلان والترويج والتسويق والحصول على المعلومات عن المنافسين حول العالم.

وتعتبر الصناعة الإعلامية أو صناعة الاعلام في العصر الحديث وحدة من أقوى البنيات الصناعية التي عرفها العالم، ومصدر قوتها يكمن ليس فقط في تلك الأموال الهائلة التي تستثمر فيها، بل أيضا في هذا التأثير الخطير الذي تلعبه على مستوى الافراد والجماعات والحكومات والأنظمة ناهيك عن التطورات المتلاحقة والتقنيات المعقدة التي تشهدها اليوم والتي تزيد من فاعليتها وشدة تأثيرها.

هناك جانب اقتصادي لوسائل الاعلام يعرف بـ «اقتصاديات الاعلام» التي يعرفها الدكتور خالد الحلوة بأنها "دراسة تجمع بين علم الاقتصاد والدراسات الإعلامية، بمعنى أنها تطبق مبادئ علم الاقتصاد على المؤسسات الإعلامية في المجتمع، فهي تشرح كيف تعمل الظروف الاقتصادية على توجيه عمل المؤسسات الإعلامية في طريقة انتاجها

للبرامج والمحتوى الإعلامي وكيفية اتخاذ القرارات، وفقا للفرص والتحديات الاقتصادية التي تواجهها.

فيما تعرفه سهام الشجيري بانه: "الاختصاص الذي يدرس كل ما له علاقة بتمويل وسائل الاعلام من ناحية رأس المال، الإيرادات والمصروفات للوسيلة الإعلامية من أجل إدارتها إدارة اقتصادية ناجحة، الهدف منها إبقاء المشروع الإعلامي مستمر وانجاحها اقتصاديا". (١٢)

يجد الباحث ان موضوع اقتصاديات الاعلام لم يكن ماثرا في اشكال الاعلام القديم، ربما لان تكلفة الاهتمام بالشكل المثالي او محتوى الرسالة في الاعلام القديم يغلب على ما عداه، اما اليوم فان الاهتمام بالشكل المادي وبتكلفة الرسالة الإعلامية يقف الى جانب الاهتمام بمضمونها كتما بكتف.

وتتجدد الإشارة الى ان تحول شكل الاهتمام بوسائل الاعلام بين الماضي والحاضر كان نتيجة عدة عوامل نلخص أهمها فيما يلي:

- النمو السريع لصناعة الاعلام.
- ضخامة الاستثمارات في مجال الاعلام.
- ظهور الشركات المتعددة الجنسيات او العبارة للقرارات التي كان لها أثرها الفاعل في استمرار العديد من وسائل الاعلام وبلوغها مستويات قياسية في التطور بسبب التمويل المدفوع من هذه الشركات، ومن بين هذه الشركات نجد الشركات الامريكية الإعلامية الكبرى مثل (AOL time Warner – Viacom – Disney – news corporation.)

- دخول الحكومات في هذا النشاط الاقتصادي.
- صعوبة مشاكل الإنتاج في الاعلام (تعقد نشاط وسائل الاعلام نفسه)
- ثورة الاتصال (تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة). (١٣)

✓ الاعلام الجديد وتوفير المعرفة

يمكن تعريف الاعلام الجديد بانه ذلك الاعلام الذي يحصل عليه الفرد من وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع التي تعني بنشر المعلومات في لحظتها، كالمواقع الإخبارية، ومعنى ذلك أن هذا المصطلح يقف معناه ضد مصطلح آخر كان سائدا قبل أواخر التسعينات، وهو الاعلام التقليدي الذي كان يفرد بتقديم المعرفة عبر الوسيط الورقي، اما المعرفة المقدمة على المنتديات الثقافية... وغيرها، فقد نشطت بشكل ملحوظ قبل استفحال انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت تحظى باهتمام كبير، لكنها كانت تخضع لعاملين رئيسيين، الأول: عدم النشر اللحظي إذ ينبغي أن تمر على المحرر، ثم يقرر نشرها بعد تقنياتها مما يراه عالقا بها

من أخطاء لغوية، أو ما يثير جدلاً سلبيًا وحينما بدأ التحرر من سلطة المحرر بتطور النشر، صارت وسائل التواصل الاجتماعي تنافسها، فتلاشت أهميتها بالمقارنة مع الماضي شيئاً فشيئاً، الثاني حاجتها إلى الحاسوب الثابت أكثر من شاشات الهواتف المتصلة بإشارة انترنت قوية، وعدم وجود تطبيقات تأخذ أيقونة معينة على الهواتف كالفاسوك وتويتر.

وباتصال الأفراد عبر هواتفهم بمواقع التواصل الاجتماعي، وتطور التكنولوجيا الذكية التي تتنافس شركات تصنيع الهواتف على توظيفها، ومن مظاهرها شاشات أكبر حجماً، وترفق في سماكة الهواتف، وجودة عالية في عرض الصورة والفيديو وتحريرهما وسرعة وقوة الاتصال بالإنترنت. باتت هذه الهواتف جزءاً من شخصية الفرد المعاصرة، وليست زائدة عليها بمعنى أن الهواتف لا تفارق اليد في حالة اليقظة، ولا تبتعد أكثر من خطوة واحد عن متناول اليد عند النوم، وبمجرد سماع نغمة صوتية لمستجد ينشر، نجد هذا الفرد يتفقد ما حدث، وكأنه عضو فعال في مجتمعه الافتراضي. هذه التغيرات في شخصية الفرد المعاصرة، دفعت وسائل الإعلام التقليدية إلى مراجعة حساباتها، وإجراء تغييرات جذرية، أو جزئية فيما يتعلق بالجذرية تحولت بعض الصحف العريقة عبر الوسيط الورقي، والتي أسست مواقع على الإنترنت تقدم المعرفة دون التركيز على الوسائط المتعددة - إلى إلغاء النسخة الورقية، لضعف الإقبال عليها، وإنشاء مواقع تفاعلية على الإنترنت، تخصص فيها مساحات للمعلومة اللحظية، ولكتابات القارئ كالتعليقات، ووضع فيديو معزز للمعلومة ولزيادة أرباحها من جهة أولى، وربط الصحيفة بالفرص التي يمكن أن يغتنمها الفرد، والاهتمامات المتنوعة، خصصت مساحات للإعلانات، وأوجدت صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تسويق نفسها، وتعزيز مكانتها وتريد المنافسة للبقاء وتريد محاكاة وسائل التواصل الاجتماعي في بعض جوانبها المثيرة، وتريد وضع أقدامها الراسخة فيها.

(١٤)

إن التنافس للحصول على القارئ المعاصر في المواقع المتخصصة التي تعتمد المعلومة الموثقة والصحيحة، وتشرف عليها الجهات الإعلامية الرسمية، قدم لنا المعلومات المفيدة تقدماً مختلفاً عما شهده الإعلام التقليدي، واستطاع أن يثبت حضوره وسط هذه الفضاءات المفتوحة، والشاشات المحمومة بالإنارة، ولكن يجب ألا نغفل الجانب الآخر، فوسائل التواصل الاجتماعي تقدم معرفة لحظية، غير أن نسبة عالية منها يبقى مشوباً بالشك، فبعض كتابها ممن تستهويهم الآثار، وتضخيم المعلومة وتحريفها وقد تستخدم برامج تحرير الصورة والفيديو لأحداث تغييرات فيها تبدو كأنها حقيقية وهو ما يضع المعلومة على المحك، ويضع القارئ على قدر كبير من المسؤولية في التحقق من صحتها، ا، دقتها فما يتحدى عواطفه في الآثار للاستحواذ عليها ينبغي أن يمر عبر قنوات العقل قبل تأييدها أو التعليق عليها لأن الكلمة مسؤولية وكذلك تحصيل المعرفة

مسؤولية، اذ ينبغي الاندخول الى عقولنا ما يشوشها او يشغلها دون طائل او يقوض في بناء الثقافة التي تعكس الشخصية الإنسانية. (١٥)

✓ استثمار وسائل الاعلام الجديد:

بعد حدوث الطفرة المعلوماتية، والتحول الى العصر الرقمي، حاولت المؤسسات بشتى توجهاتها مواكبة هذا التطور وتحقيق الاستفادة القصوى منه، فظهرت المواقع المؤسساتية التي تتبع شركات أو مؤسسات وتقدم معلومات حولها لدعم منتجاتها أو خدماتها والاعلان عنها والمساعدة عنها والمساعدة على بيعها او ترويجها.

وظهرت كذلك مواقع التجارة الالكترونية، والتي تعتبر سوقا مفتوحا للزوار، تعرض خدماتها ومنتجاتها الالكترونية لزوارها، مستغلة مزايا قلة التكلفة الاعلانية وسرعة نشر وتداول المعلومات، لإحداث ثورة في عالم التسوق، تاريخيا حققت شركة Amazon على سبيل المثال أرباحا من مبيعات الكتب الكبرى في مجال التجارة الالكترونية، الامر الذي يفسر استمرار ازدهار هذا النوع من التجارة حتى وقتنا هذا وتعدد المتاجر الالكترونية وتطورها بتطور الوسيلة التي تستخدمها فظهرت بعض المواقع التي تكون كوسيط بين المستخدمين لعرض منتجاتهم وبيعها مثل souq.com و jumia و bay وغيرها من المواقع التي تستغل الفضاء الالكتروني في عرض محتويات السلعة وتوفير إمكانية الدفع عبر البطاقات الذكية، بل وتوصيل المنتجات الى المستهلك.

كما ظهرت كذلك المواقع الإخبارية، حيث عمدت بعض الصحف الى استغلال الفضاء الالكتروني، فقامت بإنشاء نسخ الكترونية لها، ساعدتها في تطوير محتواها باستخدام تقنيات الانترنت التي نافست فيما بعد النسخ الورقية، الامر الذي استتبعه ظهور صحف الكترونية ليس لها أصل ورقي، وقد ساهم هذا النوع في تحقيق أرباح للمؤسسات الصحفية، حيث أدرك المعلنون والمستثمرون أهمية هذه المواقع وقاموا بالاستفادة من ارتفاع معدل زياراتها وقدراتها على استقطاب الجماهير، لعرض اعلاناتهم على المساحات الاعلانية المتاحة لدى هذه المواقع.

ورغم التطور المتسارع وظهور وسائل أكثر تطورا، وصولا الى مواقع التواصل الاجتماعي، وتعدد الوسائل الاعلانية المتاحة، الا أن المواقع الإخبارية مازالت محتفظة بقدرتها على جذب المستخدمين، ومن ثم جذب المستثمرين. (١٦)

خاتمة:

وفي الأخير نرى أن البيئة الإعلامية الجديدة قد ساهمت بدرجة كبيرة في تطوير الاقتصاد وتسهيل المعاملات، وكان إدخالها على مختلف أنشطة الحياة والتنمية الاقتصادية بصفة خاصة ضرورة يفرضها الواقع والمنافسة، فهي تتيح الفرصة للتخلص من بعض المشاكل التي كان يعاني منها الاقتصاد نتيجة اعتماده لتقنيات تقليدية غير فعالة.

وفي هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الانترنت انتشارا مذهلا، ظهرت في أدبيات الاقتصاد المعرفي أو الاقتصاد الجديد أو اقتصاد الشبكات القائم على الانترنت والتكنولوجيا المعلومات التي تعتبر القوة الحالية والقادمة لجميع الدول، وقد أسهم ذلك في توسيع دائرة حجم التبادل التجاري بين الدول، وأضحى الاقتصاد العلمي يعتمد على تجارة الكترونية تنافسية واسعة لمختلف السلع والخدمات وأصبحت مجالا خصبا أمام الدول للاستفادة منها كوسيلة حديثة لزيادة حجم منتجاتها وتحقيق معدلات نمو أعلى في اقتصاداتها لتحقيق تنمية اقتصادية شاملة.

المراجع :

- ١- عبد المحسن حامد احمد: الاعلام الجديد وعصر التدفق الاخباري، المكتبة العصرية لنشر والتوزيع، المنصورة، ٢٠١٥، ص٤٧.
- ٢- فوزي شريطي مراد: التدوين الالكتروني والاعلام الجديد، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥، ص ٩٥-٩٦.
- ٣- فهد بن عبد الرحمان الشميمري: التربية الاعلامية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ٢٠١٠، ص١٨٣.
- ٤- محمد سيد ريان: الاعلام الجديد، مركز الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٢، ص٣١.
- ٥- محمد عوان الزيادات: اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٠، ص٢٣٨-٢٣٩.
- ٦- هاشم الشمري ونادي ليثي: الاقتصاد المعرفي، دار الصفاء لنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٧، ص ١٥.
- ٧- كورتل فريد: اقتصاد المعرفة وضرورة التنمية الشاملة في البلدان العربية، دورية منتدى الأستاذ، المدرسة العليا للأساتذة، قسنطينة، العدد خمسة وستون، ماي، ٢٠٠٩، ص ١٥٩.
- ٨- ربحي مصطفى عليان: إدارة المعرفة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٨، ص ٣٥٨-٣٨٩.
- ٩- وفاء الشماسية: المعرفة صناعتها وأبعادها، المجلة الالكترونية شرق غرب، العدد ١٧، جويلية ٢٠١٨، سلطة عمان.
- ١٠- مرال توتليان: مؤشرات اقتصاد المعرفة وموقع المرأة من تطورها، منشورات المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية، لبنان، ٢٠٠٦، ص ٢١-٢٢.
- ١١- نفس المرجع السابق.
- ١٢- الشجيري سهام: اقتصاديات الاعلام، دار الكتاب الجامعي، العراق، ط١، ٢٠١٤.
- ١٣- نفس المرجع السابق.
- ١٤- ابراهيم احمد ملحم: الاعلام الجديد وتقديم المعرفة، المجلة الالكترونية شرق غرب، العدد ١٧، جويلية ٢٠١٨.
- ١٥- نفس المرجع السابق.
- ١٦- محمود علم الدين، اميرة العباسي: إدارة الصحف واقتصادياتها، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، ٢٠٠١.

الإعلام الجديد وتوظيف قيم اقتصاد المعرفة - دراسة تحليلية

اعداد

د. هنيده قنديل أبو بكر

كلية الاتصال الجماهيري - جامعة أبوظبي

Doi: 10.12816/jacc.2020.73403

القبول : ٢٠٢٠ / ٢ / ١١

الاستلام : ٢٠٢٠ / ١ / ١٧

المستخلص:

فتح التطور التقني الذي يشهده العالم اليوم الباب أمام التقنيات الاتصالية المتسارعة، والتي شكلت ثورة غيرت وجه التاريخ وشكلت نقلة حولت العالم من حال إلى حال، فضلاً عن الاهتمام الجماهيري الذي حظيت به مما جعل بصمات، وانعكاسات التقدم التقني أكثر رسوخاً ووضوحاً على حياة المجتمع اليوم، وقد واكب التطور التقني تزايداً ملحوظاً من قبيل الجمهور في الإقبال على وسائل الإعلام الجديد فضلاً عن تخصيص مدد مطولة للتعرض أو التواصل الرقمي الذي نشهده اليوم، الشيء الذي شكل تحولاً ملحوظاً لمستوى المعرفة. وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد كيفية توظيف هذه المعرفة في تنمية، وتطوير المجتمع (المجتمع العربي على وجه الخصوص)، وذلك من خلال تحليل عينة من برامج القنوات العربية (ناشيونال جيوغرافيك نموذجاً) المبنوثة على اليوتيوب، وتتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية اقتصاد المعرفة كأحد أهم أدوات قياس مقدرة الدول على تحقيق التنمية المستدامة، والتعرف على قيم اقتصاد المعرفة التي تركز عليها البرامج عبر الإعلام الجديد، وتعد هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية التي تسعى لتقديم وصف دقيق ومناسب لمضامين برامج الإعلام الجديد في ترسيخ قيم اقتصاد المعرفة، وتوظيف المعرفة لتحقيق التنمية والتطوير . توصلت الدراسة لعدد من النتائج أبرزها: يمكن توظيف تفاعل الجمهور ومشاركاته، والتي تعتبر احد أهم سمات الإعلام الجديد في إنتاج برامج علمية ترسيخ لقيم اقتصاد المعرفة، إذ يتم توظيف تفاعل الجمهور كعنصر رئيسي لإنتاج البرامج، وتحقيق التأثير عبر رسائل مدعمة بتفاعل الجمهور.

الكلمات المفتاحية: مجتمع اقتصاد المعرفة / الإعلام الجديد / قيم / اقتصاد المعرفة / التنمية المستدامة / اليوتيوب.

Abstract:

The technological development that the world is witnessing today opened the door to the accelerated communication technologies that

formed a revolution that changed the face of history and formed a shift that transformed the world from one state to another , in addition to the public interest it has received which has made fingerprints and reflections of technical progress more established and visible on the life of society today, the technological development has been accompanied by a noticeable increase in the public's demand for new media, as well as the allocation of extended periods of exposure or digital communication that we are witnessing today, which has marked a marked shift in the level of knowledge. The aim of this study is to determine how to employ this knowledge in the development, and community development (Arab society in particular), through the analysis of a sample of programs Arab channels (National Geographic model (broadcast on YouTube, the importance of this study stems from the importance of the knowledge economy as one of the most important tools for measuring the ability of countries to achieve sustainable development, and identifying the values of the knowledge economy that programs focus on through new media. this study is considered as one of the descriptive studies that seeks to provide an accurate and appropriate description of the contents of new media programs in establishing the values of the knowledge economy, and employing knowledge to achieve development and development. The study reached a number of results: the interaction and participation of the public, which is one of the most important features of the new media, can be employed in the production of scientific programs that establish the values of the knowledge economy, as the interaction of the audience is employed as a main component to produce programs, and to achieve influence through messages supported by the audience's interaction.

Key words: Knowledge Economy Society / new media / values / knowledge economy / development / The YouTube.

مقدمة:

إن من أهم ما يميز مجتمع اليوم التطور والتحول المتسرع الذي طال جميع مجالات الحياة المعاصرة العلمية، والاجتماعية، والثقافية، والاتصالية، وقد تربعت المعلومة على عرش الأهمية لهذا العصر، وشكلت المحور الأساسي الذي تعتمد عليه المجتمعات في تغير واقعها وإحداث نقلات وتحولات جوهرية تصب في تقدمها وازدهارها، وكما لعب الإنتاج وامتلاك الموارد دوراً رئيسياً في تربيع المجتمعات على

عرش مقدمة الأمم تلعب المعلومة وكيفية توظيفها لصالح التنمية والتطور ذات الدور، ونتج عن توظيف المعلومات ما يعرف اليوم باقتصاد المعرفة، والذي حل بديلاً للاقتصاد المعتمد على الجهد العضلي.

وفي ظل الانفجار المعلوماتي الهائل يتعاظم دور الإعلام في توظيف الميز والإمكانيات التقنية، والمعلوماتية لصالح تنمية وتطور المجتمع، وبناء جيل مثقف قادر على الاستفادة من كم المعرفة المتاح لتحويلها لانجاز، وابتكار ينهض بالمجتمع وصلاً لمجتمع المعرفة المثقف الأكثر وعياً.

وعلى الرغم من تخصيص مساحات مقدرة للتسليّة، والدراما، وبرامج الدردشة، إلا أن هناك العديد من البرامج العلمية، والتنقيفية التي تحظى بمتابعة وتفاعل الجمهور مما يؤكد على إمكانية توظيف تقنيات الإعلام الجديد ليرسخ القيم الرامية لبناء وتقديم المجتمع، وهو ما تهتم به هذه الدراسة في تقديم نموذج لبرامج تلبي احتياجات الجمهور، وتشبع رغباته.

مشكلة الدراسة:

يعد اقتصاد المعرفة احد أهم أدوات قياس مقدرة الدول على تحقيق التنمية، والتطور، فضلاً عن حيازته مقومات المقدرة على تنفيذ الخطط، وبرامج التنمية المستدامة، وشكلت المضامين المبنوثة عبر وسائل الإعلام الجديد تحولاً مشهوداً في إطار إنتاج ونشر المعرفة، كما أسهمت الأنوية في نقل المعلومات والأحداث، والتفاعلية من قبل الجمهور بالقبول، أو الرفض، أو التعليق والإضافة والتعديل في كيفية ونوعية المعرفة التي ينقلها الجمهور في إحداث نقلة ثقافية معرفية، وتركز هذه الدراسة على كيفية توظيف هذه المعرفة في تنمية، وتطوير المجتمع (المجتمع العربي على وجه الخصوص)، وذلك من خلال تحليل عينة من البرامج لقنوات عربية (ناشيونال جيوغرافيك (برنامج علم البسطاء) نموذجاً (المبنوثة على اليوتيوب.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية اقتصاد المعرفة كأحد أهم أدوات قياس مقدرة الدول على تحقيق التنمية المستدامة، وانجاز خطط التطوير، فضلاً عن تزايد نسبة التعرض لوسائل الإعلام الجديد، مما اوجب دراستها لتوظيف الإقبال الجماهيري وما يخدم صالح وتطور المجتمع .

أهداف الدراسة:

١. التعرف على قيم اقتصاد المعرفة التي تركز عليها البرامج عبر الإعلام الجديد.
٢. التعرف على مدى الاهتمام بتوظيف اقتصاد المعرفة ببرامج الإعلام الجديد.
٣. شرح طرائق توظيف المعرفة لإنتاج مضامين تسهم في مواجهة تحديات ثقافة العولمة .

٤. تحديد طرائق وأساليب توظيف المعرفة بما يخدم قيم التنمية، وتطور المجتمع العربي.
٥. اقتراح أفضل السبل لتوظيف المعرفة ببرامج الإعلام الجديد لتحقيق التنمية والتطوير.
٦. بحث إمكانية إنتاج برامج توظف لخدمة قيم اقتصاد المعرفة،

تساؤلات الدراسة:

١. ماهية قيم المعرفة التي تركز عليها برامج عبر الإعلام الجديد ؟
٢. هل وُظفت قيم اقتصاد المعرفة ببرامج الإعلام الجديد لتوعية الجمهور وتنقيفه لمجابهة التحديات، وتحقيق التنمية.
٣. ما هي أساليب الإقناع المعتمدة في برامج الإعلام الجديد لترسيخ قيم المعرفة ؟
٤. كيف يتم توظيف قيم المعرفة ببرامج عبر الإعلام الجديد ؟
٥. هل تتناسب قيم المعرفة، والموضوعات التي تركز عليها برامج الإعلام الجديد لتوعية الجمهور وتنقيفه والتحديات التي يواجهها الجمهور ؟
٦. هل يمكن إنتاج برامج تواكب متطلبات جمهور الإعلام الجديد وترسخ لقيم المعرفة ؟

الدراسات السابقة:

١ - دراسة أنجزها د. سحانين المبلود، و د. داني الكبير أمعاشو، بعنوان دور اقتصاد المعرفة في تحقيق التنمية المستدامة (دراسة تحليلية)/ المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد ٢٠١٧ جانفي - ٠٩، وتنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الثورة التكنولوجية الناتجة عن انتشار الحواسيب والبرمجيات المتنوعة وامتداد الانترنت وشبكات الاتصال الواسع التي تغطي معظم أرجاء العالم، والارتباط الكبير لهذه التقنيات، وحضارة هذا العصر، وتهدف هذه الدراسة إلى استهداف العقل البشري لتغيير سلوكياته وتوجيهها نحو حماية البيئة وتحقيق الرفاهية للأفراد والحياة على الكوكب، والاستفادة من المزايا التي يقدمها اقتصاد المعرفة من خلال امتلاك وسائل المعرفة بشكل موجه وصحيح واستثمارها بكافة أبعادها العلمية الدقيقة والاستخدام الكثيف للمهارات وأدوات المعرفة الفنية والابتكار، والتكنولوجيا المتطورة في معالجة الاختلال الذي نتجت عن الثورة الصناعية من تلوث وتبيد في الموارد وغياب العدالة - الاجتماعية، وغيرها من المشاكل التي أصبحت تهدد حياة البشر، وقد توصلت إلى: أوضحت المعرفة الركيزة الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية أيضا، ويقتضي الاندماج الحقيقي في اقتصاد المعرفة، وإعادة النظر في الكيفية التي نعيش ونعمل بها، كما تتفاوت الدول في اعتمادها على الاقتصاد المعرفي، وهذا بناء على مجموعة من المؤشرات التي تقيس مدى تحقيق دولة ما لهذا الأخير، وتجدر الإشارة أن هناك قلة من الدول التي تهتم بإنتاج وصناعة المعرفة، وبالباحث والتطوير وعدد براءات

الاختراع، في حين أن معظم دول العالم تقوم بنقل المعرفة والتكنولوجيا والعمل على تطبيقها في مختلف الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

٢ - دراسة أنجزتها د. د حياة عبد العزيز نياز، بعنوان مواكبة عصر اقتصاد المعرفة، الإمارات، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ١٦ العدد (٢) B ٢٠١٩، ديسمبر، وتتبع أهمية هذه الدراسة من دراسة كيفية تنمية طلاب الثانوي ليواكب عصر اقتصاد المعرفة، وتهدف هذه الدراسة إلى البحث في ما هي المعوقات التي تواجه المعلمات، و تحول دون تنمية طالبات الثانوي ليواكبن عصر المعرفة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت إلى: أن دور المعلمة في تنمية طالبات الثانوي جاءت متوسطة، وأن مواجهة المعوقات التي تواجه المعلمات، و تحول دون تنمية طالبات الثانوي جاءت مرتفعة، واقترحت الدراسة توطين مركز للمعرفة بداخل المدارس ليكون مصدراً للتعليم .

٣- دراسة أنجزها د. محمد أمين عيوب، و د. زهية يسعد، بعنوان البث المباشر عبر مواقع التواصل وانعكاساته على مهنية التغطيات الإخبارية بالقنوات العربية (دراسة تحليلية)/ مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية التخصصية، المجلد ٣ العدد ٢، صفحة ١٩-٤٤، وتتبع أهمية هذه الدراسة من الحجم الهائل للمضامين الإعلامية التي صار ينتجها الإعلام الاجتماعي إلى جانب الارتفاع المتزايد في عدد المستخدمين ما مكن من تطوير أساليب وتقنيات الاستخدام حيث صار بإمكان المستخدم البث مباشرة لأي شيء يشاء وفي أي وقت يشاء، وتهدف هذه الدراسة إلى البحث في انعكاسات ذلك على العمل الصحفي الميداني من خلال توضيح ملامح التغطيات الإخبارية بعد عصر الانفتاح الإعلامي، وبروز مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر فرض نفسه بقوة في عالم الاتصال وحتى الإعلام، وقد توصلت إلى: أن مواقع التواصل الاجتماعي فرضت نفسها كصانع للأحداث، وأضحت القنوات التلفزيونية، وأن ٦٦، ٦٧ من القضايا التي تم طرحها على قناة الجزيرة أنتجت مواقع التواصل الاجتماعي غير أن قناة الجزيرة غلبت الجانب السياسي للأحداث وفقاً لتوجهها العام ومجال تخصصها.

٤- دراسة أنجزتها د. هنيذة قنديل أبو بكر ود. إباء احمد التجاني بعنوان توظيف الإعلام الجديد في ترسيخ قيمة التفاعلية (دراسة مقارنة بين محطات الراديو السعودية والإماراتية، المؤتمر العلمي الدولي الأول للعلوم الإنسانية بآبير (المحکم)، تركيا/الفتاح من ابريل ٢٠١٨، سعت الدراسة إلى التعرف على كيفية الاستفادة من الإعلام الجديد في ترسيخ قيمة التفاعلية في الراديو، بمقارنة استخدام تطبيقات الإعلام الجديد في تفاعل برامج الراديو مع مستمعيها في كل من راديو ألف السعودي، راديو نور دبي الإماراتي، استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المحتوى لسبع حلقات لكل من برنامجي (طبابة ألف براديو ألف، والبث المباشر بنور دبي، لعام ٢٠١٨، من أهم نتائج الدراسة، ١٠٠% من التفاعل بين برنامج (طبابة ألف) مع مستمعيه عبر تطبيقات

الإعلام الجديد يتم عبر تويتر، بينما كانت طرق التفاعل ببرنامج البث المباشر- نور دبي، ٨٧.٧% من التفاعل عبر (انستقرام)، و(٨.١%) عبر رسائل لموقع الراديو الالكتروني، و٤.٢% عبر واتساب، و١٩.٩% من نسبة التفاعل بين برنامج (طبابة ألف) مع مستمعيه، يتحقق عبر الرسائل القصيرة.

نقد الدراسات السابقة:

على الرغم من الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد في إنتاج، ونشر المعرفة إلا إن الدراسات العلمية التي اهتمت بتوظيف مضامين الإعلام الجديد في ترسيخ قيم اقتصاد المعرفة قليلة جداً، وقد يعود ذلك لتعدد الجهات والمؤسسات التي يعول عليها في تطوير وتوعية المجتمع، وقد ركزت الدراسات التي بحثت في هذا المجال على الآتي:

١. ركزت هذه الدراسات على أهمية قيم اقتصاد المعرفة، واقترحت سبل لتعزيز هذه القيم وترسيخها.

٢. أكدت الدراسات السابقة على ضرورة استخدام كافة الإمكانيات النظرية والتقنية والمعرفية، حتى يتمكن الإعلام من تعزيز وترسيخ قيم اقتصاد المعرفة.

٣. أشارت الدراسات إلي وجود تحديات تواجه عملية تعزيز قيم اقتصاد المعرفة، وبحثت السبل الكفيلة لمواجهة التحديات فضلاً عن وضع معالجات تمكن الجمهور من تطبيق أسس المعرفة.

مدى استفادة الباحثة من هذه الدراسات:

١- تمكنت الباحثة بالاعتماد على هذه الدراسات من تحديد الإطار النظري، والمنهجي لموضوع الدراسة.

٢- الاستفادة من طرق وأساليب وسائل الإعلام في ترسيخ القيم، فضلاً عن تحديد أي الطرق حظيت بالاهتمام والاستخدام بنسبة أعلى.

٣- تحديد المناهج المستخدمة لانجاز الدراسات، والأدوات البحثية المستخدمة للحصول على المعلومات.

منهج الدراسة: منهج الدراسة ومجتمعها:

تتتمي هذه الدراسة إلي البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، كما تعتمد هذه الدراسة علي التحليل الكمي والكيفي لمحتوى العينة، وتعد هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية التي تسعى لتقديم وصف دقيق ومناسب لمضامين برامج الإعلام الجديد في ترسيخ قيم اقتصاد المعرفة، وتوظيف المعرفة لتحقيق التنمية والتطوير، من خلال تحليل عينة من برامج قناة (ناشيونال جيوغرافيك علم البسطاء نموذجاً) المبنوثة على اليوتيوب، (وتحدد العلاقة الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر في الظاهرة، كما أن استخدامها يساعد في التنبؤ والاستنتاج للأوضاع المستقبلية التي ستؤول إليها الظاهرة،

وبالتالي تقدم حقائق ومعلومات وبيانات، ذات قيمة علمية عن الظواهر، والأحداث)^١، بالاعتماد على أداة تحليل المحتوى لتفكيك المضمون وإعادة تصنيفه وتبويبه، الذي يعد إحدى طرائق المنهج الوصفي، ويهدف إلى (الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال)^٢.

عينة الدراسة:

وقد تمثلت العينة الزمنية للدراسة بتحليل حلقات (برنامج علم البسطاء) المعروضة على اليوتيوب التي بثت خلال الفترة الزمنية من الموسم السابع والثامن للبرنامج، كمجتمع للدراسة، وذلك من خلال (تسجيلها ثم تحليلها فيما بعد)، مع الاعتماد على أسلوب العينة، لتمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتغني الباحثة عن مشقات دراسة المجتمع الأصلي.

حدود الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على برامج القنوات التلفزيونية والمبثوثة على اليوتيوب (برنامج علم البسطاء)، (ناشيونال جيوغرافيك التلفزيونية، نموذجاً)، بواقع عشر حلقات، كما تحدد موضوعها في فعالية مضامين البرامج في توظيف قيم اقتصاد المعرفة، وماهية القيم المتناولة، وكيف يتم تناول قيم اقتصاد المعرفة، والأهمية التي تصاغ بها المضامين لتحقيق هدف التوظيف الأمثل لاقتصاد المعرفة.

أداة الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة على إعداد صحيفة لتحليل مضمون لعشر حلقات من برنامج (برنامج علم البسطاء)، ومدى توظيف قيم اقتصاد المعرفة، والتي اعتمدت الباحثة على خبرتها الشخصية، وعلى الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة بالمجالات التي اشتملت عليها، وبناء على هذه الخطوة المبدئية، فقد استخدمت الدراسة وحدة الموضوع في تحليل مضمون حلقات (برنامج علم البسطاء)، (ناشيونال جيوغرافيك التلفزيونية، نموذجاً)، وتمثل هذه الوحدة أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون، وأكثرها إفادة، إذ تركز على الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل.

فئات التحليل:

تم مراجعة موضوعات حلقات البرنامج، والقيم التي تناولتها، وعمدت على ترسيخها، وتم تصنيفها بما يخدم أهداف الدراسة إلى الفئات التحليلية الآتية:

^١ المغربي، كامل محمد، ٢٠٠٧، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، (عمان)، ص ٦٨.

^٢ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ١٢٢.

١. فئة الموضوعات (ماذا قيل): وقد شملت: فيزياء ديناميكية، فيزياء ميكانيكا، فيزياء الضوء / الحرارة، العلوم العامة، أخرى.
٢. قيم اقتصاد المعرفة (ماذا قيل): وقد شملت: شرح قواعد علمية، تصحيح مفاهيم علمية، تعلم مهارة وخبرات، الابتكار، والاختراع ، توليد حلول للمشكلات ، الإنتاج والتصنيع، أخرى.
٣. فئة الوسائط المستخدمة (كيف قيل): وقد شملت: الشرح النظري للمبادئ العلمية، استخدام فيديوهات لأشخاص حقيقيون \ فيديوهات برسومات، رسم بياني وإحصائي، أخرى.
٤. فئة طرائق المعالجة (كيف قيل): وقد شملت: تحليل الفيديو وتحديد نقاط الضعف فيه ، الشرح المعزز بالصورة، تحليل الفيديو وتوضيح تجنب تكرار الخطأ ، عرض الفيديو فقط دون تعليق، أخرى .
٥. فئة: الأهمية التي حظيت بها خبرات الجمهور (أهمية ما قيل): وقد شملت: عرض فيديو الجمهور، عرض الفيديوهات التعليمية عرض، شرح مقدم البرنامج .
٦. فئة طرق حث الجمهور لتبني قيم المعرفة (الأهمية ما قيل): وقد شملت: تحفيز الجمهور على تبني قيم اقتصاد المعرفة المتناولة، التنبيه لأهمية تبني القيمة، التنبيه لخطورة عدم الالتزام بالمعلومة المتناولة، ذكر القيمة دون التأكيد على تبنيها.

المفاهيم الإجرائية:

- ١- الإعلام الجديد: عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي انه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، ويهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة اكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الانترنت الذي يتيح للإعلاميين فرص كبيرة لتقديم برامجهم وموادهم الإعلامية المختلفة بطريقة الكترونية بحتة^٣
- ٢- مفهوم اقتصاد المعرفة: اقتصاد قائم على منظومة البحث والتطوير والعلم و تكنولوجيا الإبداع، والابتكار هذه المنظومة التي ترتقي بالاقتصاد من خلال ما تقدمه من معطيات علمية تحتل دور الريادة في رفع المستوى الاقتصادي والمعرفي في آن واحد لمنظمات الأعمال^٤.

^٣ أ. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع: ٢٠١٤م.

^٤ سحانين الميلود، وداني الكبير أمعاشو، دور اقتصاد المعرفة في تحقيق التنمية المستدامة، الجزائر، المجلة الجزائرية للاقتصاد و الإدارة ، العدد ٩، ٢٠١٧ جانفي، ص ١٢٠

٣- القيم: في الاصطلاح هي مجموعة من القواعد والمقاييس الصادرة عن جماعة ما، تتخذها معايير للحكم على الأعمال والأفعال، ويكون لها قوة الإلزام، والضرورة، والعمومية، وأي خروج عليها يعتبر بمثابة انحراف عن قيم الجماعة ومثلها^٥ (الخياط، ١٩٩٦، ص ٣١) (Al-Khayyat, 1996, p. 31)، ويقصد بالقيم في سياق هذه الدراسة المبادئ والقواعد القيمة في إطار القيم الإنسانية، والتي تحض على القيام بما يعود بالنفع والخير في خدمة الإنسانية جمعاء، من حض على إمطة الأذى، والتسامح، وتعمير البلاد، ونفع العالم والبشرية.....الخ.

٢- المضامين الإعلامية: ويقصد بها كل المواد التي تقدمها وسائل الإعلام للجمهور (مقروءة، أو مسموعة، أو مرئية).

٥- المعرفة: الإدراك والفهم والتعلم، والمعرفة ترتبط بحالة أو واقع أو جانب أو مشكلة معينة، واستنادا إلى البيانات والمعلومات المتوفرة عنها والمتصلة بها^٦.

٦- التنمية المستدامة: تشمل كافة هذه الأنماط، فهي تنمية تنهض بالأرض ومواردها وتنهض بالموارد البشرية وتقوم بها، وتأخذ في الاعتبار البعد الزمني وحق الأجيال القادمة في التمتع بالموارد الطبيعية^٧.

٧- مجتمع اقتصاد المعرفة: الاستثمار في العنصر البشري من خلال التعليم لإعداد أفراد قادرين على توظيف التكنولوجيا الحديثة والمعرفة المتصلة بها بالشكل السليم في مختلف المجالات^٨. ويطلق عليه بعض الباحثين مصطلح الاقتصاد المعرفي أو مجتمع المعرفة.

٨- اليوتيوب: هو ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية، تأسس هذا الموقع على في بداية عام ٢٠٠٥، وفي عام ٢٠٠٦ اشترى جوجل هذا الموقع، وقد انتشر استخدامه في شتى بقاع

٥ الرفوع، عاطف عوده، ٢٠٠١، الإعلام والتنمية الوطنية في الأردن، ط١، دار المجدلوي للنشر والتوزيع، عمان.

٦ سحانين الميلود، وداني الكبير أمعاشو، دور اقتصاد المعرفة في تحقيق التنمية المستدامة، مرجع، ص ١٢٤.

٧ الدليمي، عبد الرازق محمد، الإعلام والتنمية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ٤٠.

٨ الحايك، صادق وأمين، أماني (٢٠١٥). مدى توظيف الاقتصاد المعرفي في مناهج التربية الرياضية الفلسطينية من وجهة نظر المشرفين والمعلمين، مجلة المنارة، المجلد ٢١، العدد ٢٠١٥، ٤/١.

العالم بسبب قصر مدة الفيديو مقابل المادة التلفزيونية الطويلة نسبياً، والتي قد لا تتناسب مع سرعة هذا العصر^٩.

المدخل النظري للدراسة: تركز الدراسة من خلال الجزئية الآتية على كيفية توظيف الإعلام الجديد بإمكانياته المتطورة، واهتمام الجمهور منقطع النظير لصالح إنتاج وتوظيف قيم اقتصاد المعرفة بما ينعكس إيجاباً ونمو المجتمع وتطوره، وعليه نقسم الدراسة النظرية للمحاور الآتية:-

اقتصاد المعرفة وتنمية المجتمع:

تزداد أهمية، وفعالية وسائل الإعلام الجديد مع تزايد وتيرة التقنية، والحداثة التي يشهدها عالم الاتصال اليوم، وقد واكب التطور التقني تزايد ملحوظ من قبيل الجمهور في الإقبال على وسائل الإعلام الجديد فضلاً عن تخصيص مدد مطولة للتعرض للبرامج سواء كانت خبرية، أو معلوماتية أو تثقيفية، أو التسلية، الشيء الذي شكل تحولاً ملحوظاً لمستوى المعرفة، ومعدل تدفق المعلومات إذ يتعرض الفرد من خلال اتصاله بوسائل الإعلام الجديد لكم هائل من المعلومات.

وقد ظهر مفهوم اقتصاد المعرفة والذي يقصد به (ذلك الاقتصاد الذي ينتج عن تقدم المعلومات بعد العصر الصناعي، وهو فرع جديد من فروع العلوم الاقتصادية يقوم على فهم جديد لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطور الاقتصاد، وتقدم المجتمع، وهو الاقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة، فهو يقوم على أساس تكنولوجيا المعلومات، والاتصال باعتبارها نقطة الانطلاق له، أي أن المعرفة هي العنصر الوحيد في العملية الإنتاجية والمعلومات، والمعرفة هي المنتج الوحيد في هذا الاقتصاد، وإن المعلومات وتكنولوجياها تشكل وتحدد أساليب الإنتاج وفرص التسويق ومجالاتها)^{١٠}، ويمكن تعريفه أيضاً بأنه: (الإنتاج والخدمات القائمة على الأنشطة كثيفة المعرفة التي تساهم في تسارع وتيرة التقدم التكنولوجي والعلمي وكذلك التقدم السريع على حد سواء، وتشمل المكونات الرئيسية لاقتصاد المعرفة زيادة الاعتماد على القدرات الفكرية من التركيز على المدخلات المادية أو الموارد الطبيعية^{١١}).

ومن خلال تعريف اقتصاد المعرفة يتضح الدور المهم الذي تقوم به المعرفة في تنمية وتطور المجتمع، ويمكن النظر للمعرفة من زاويتين أولها ذاتي والآخر خارجي، فالمعرفة الذاتية: هي المعرفة التي يكونها الفرد بجهده الخاص اعتماداً على خبراته،

^٩ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع: ٢٠١٤م، ص ٩٠.
^٧ هاشم الشمري و ناديا الليثي، الاقتصاد المعرفي الطبعة الأولى دار صفاء للنشر والتوزيع عمان الأردن ٢٠٠٨، ص ٦-٧.

^{١١} د حياة عبد العزيز نياز، مواكبة عصر اقتصاد المعرفة، الامارات، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ١٦ العدد (٢) B، ٢٠١٩ ديسمبر، ص ١٠.

وعلى قدراته الفكرية وطاقاته الذهنية، وتتمثل كذلك فيما يكونه الفرد لنفسه من رغبات، ودوافع وأهداف واتجاهات وقرارات واختيارات وغير ذلك من نتائج عقله مع ما يحيط به، أما المعرفة الخارجية: فهي المعرفة التي يستمدّها الفرد من مصادر خارجية، أي من البيئة المحيطة به، وتمثل التقنيات الحديثة للاتصالات والمعلومات النسبة الأكبر في تيسير وصول التدفق المعرفي، بل يمكن أن تصل إلى الفرد دون أن يسعى هو إليها، ويمكن الحصول عليها من خلال عمليات التفاعل الاجتماعي بين الأفراد واجتماعهم في مواقع العمل ومناسبات الحياة الاجتماعية^{١٢}، وهو الاتجاه الذي يعظم دور وسائل الإعلام في تنمية المجتمع، وغرس قيم التنمية المستدامة من خلال ترسيخ وتوظيف قيم اقتصاد المعرفة.

فالتنمية المستدامة تعني (الاستقرار، وتملك عوامل الاستمرار، والتواصل، فهي ليست واحدة من تلك الأنماط التنموية التي درج العلماء والخبراء على إبرازها، مثل التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بل تشمل كافة هذه الأنماط، فهي تنمية تنهض بالأرض ومواردها وتنهض بالموارد البشرية وتقوم بها، وتأخذ في الاعتبار البعد الزمني وحق الأجيال القادمة في التمتع بالموارد الطبيعية^{١٣}، ومع تزايد الاعتماد على توظيف المعرفة مقابل استهلاك الموارد يتحقق جوهر التنمية المستدامة في الحفاظ على حق الأجيال جنباً إلى جنب وحق المجتمع الحالي في استغلال الموارد والطاقات، ويتحقق في ذات الوقت (مجتمع اقتصاد المعرفة، الرائدة في مجال تقنية المعلومات وتطوير انظمته التعليم المبدعة للابتكار والاختراعات في جامعاتها ومراكز بحوثها، علاوة على توافرها على بيئة تمكينية ومؤسسات وقوانين وقاعدة صلبة من الحريات الفردية والسياسية المحفزة على الانتاج واستخدام المعرفة)^{١٤}، مما يعني توظيف التكنولوجيا الحديثة والمعرفة المتصلة بها بالشكل السليم في مختلف المجالات، لتحقيق جوهر التقدم والازدهار.

الإعلام الجديد واقتصاد المعرفة :

يمثل الإعلام الجديد أحد أهم مظاهر وسمات عصرنا الحاضر، وتعد الطفرة والنقلة التي أحدثتها وسائل الإعلام من شكلها التقليدي للإعلام المعاصر أو ما يسمى بالإعلام الجديد بالثور التقنية التي غيرت وجه التاريخ، ويمكن أن نصف الاهتمام والتفاعل وتبادل الأدوار الذي يشهده المجتمع اليوم بالفتح الإعلامي الكبير، فقد بات من

^{١٢} سحانين الملود، وداني الكبير أمعاشو، دور اقتصاد المعرفة في تحقيق التنمية المستدامة، (الجزائر، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد ٩، ٢٠١٧، جاني، ص ١٢٠ .

^{١٣} الدليمي، عبد الرازق محمد، الإعلام والتنمية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.

ص ٤٠

^{١٤} تقرير المعرفة العربي، الفصل الاول الاطار النظري لمجتمع المعرفة، ٢٠٠٩، ص ٢٧

المسلمات التي لا جدال حولها قوة تأثير الرسائل الاتصالية التي يتلقاها الجمهور عبر عدد مهول من وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة، والذي هو جزء أساسي ورئيسي في صناعة رسائلها.

وقد نتج عن الثورة الرقمية الاتصالية العديد من المعارف الحديثة يعتبر اقتصاد المعرفة من أهمها لإسهامه في تغيير نمط الحياة وتطورها، إلا إن عبء توظيف الإعلام الجديد ليصب في صالح تنمية المجتمع وصلاحه يزداد في ضوء ما يشهده العالم من تحديات وأزمات مستمرة نتجت في غالبيتها من صنع البشر أنفسهم، ومن هنا جاءت الحاجة لإعلام فاعل يخدم المجتمع في المقام الأول، ولعل ما حظي به الإعلام الجديد من اهتمام جماهيري منقطع النظير يحفز، ويسهل عملية التوظيف الأمثل للرسائل الإعلامية.

ويمكن تعريف الإعلام الجديد على أنه: (جميع الوسائل، والتقنيات الحديثة التي بدأت بعد اختراع الإنترنت، والتي مكنت الأفراد من الاتصال والتواصل، بطريقة سهلة وسريعة وتبادل الأفكار والآراء بين كل أنحاء العالم بطريقة تفاعلية فأصبح هناك إرسال جماهيري واستقبال جماهيري، فكل شخص هو المرسل والمستقبل، لكون يتميز بأنه متاح لجميع أفراد المجتمع، وليس حكراً على نخبة أو جهة معينة) ١٥، كما يعرفه جونز Jones الذي يقر أولاً بعدم وجود إجابة وأفية وقاطعة عن السؤال: ما هو الإعلام الجديد؟ ويبني إجاباته على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء " الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبح ممكناً باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون الراديو - إلى حد ما وغيرها من الوسائل الساكنة ١٦.

ويمكن وصف عنصر التفاعلية (التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، وهذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليم

^{١٥} د. مراد بومنقار ، وأ. شهرزاد حواسنية، الإعلام الجديد وتأثيره على المنظومة القيمية للشباب الجزائري، الجزائر، مجلة شؤون اجتماعية، العدد ١٣٥، السنة ٢٠١٨، ص ٢٢٨-٢٢٩.

^{١٦} Steve Jones , Encyclopedia of New Media : An Essential Reference to Communication and Technology . SAGE Publications. 2002.

التي يريدونها متى أرادها وبالشكل الذي يريده ^{١٧} والذي يعتبر أحد أهم خصائص الإعلام الجديد المفتاح الرئيسي لعملية التوظيف الفاعل للرسائل الإعلامية وما يتفق واقتصاد المعرفة، فالجمهور المشارك في صناعة المواد الإعلامية، والمتفاعل معها يمكن أن يشارك في صناعة مواد إعلامية تدعم الابتكار والتطوير، والتنمية... الخ من القيم التي تسهم في وصف المجتمع بمجتمع اقتصاد المعرفة، فضلاً عن دور التفاعلية في قياس مدى تعرض الجمهور للرسائل الإعلامية وفهما والتأثر بها، فالرسائل المتبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام تمكن القائم بالإرسال من دراسة حقيقة احتياجات الجمهور وإشباع رغباتهم بناء عليها، كما تفعل عملية توجيه الرسائل لتصب في الإطار الوظيفي الفاعل للإعلام.

الجانب التطبيقي:

تحليل مضمون برنامج علم البسطاء:

تعتبر قناة ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي أحد أهم القنوات العربية التي تهتم بتدريس قيم العلمية، والاهتمام بالبيئة، وقيم اقتصاد المعرفة فهي (أول قناة وثائقية مجانية باللغة العربية، انطلقت في العام ٢٠٠٩، كثمرة للشراكة التي جمعت بين "أبو ظبي للإعلام" ومؤسسة "ناشيونال جيوغرافيك العالمية" المتخصصة في مجال البرامج الوثائقية الحيوية والمتنوعة (NGCI)، وتمتاز القناة بإنتاج ونقل برامج علمية ووثائقية تمت دبلجتها إلى العربية إلى جانب المحتوى المحلي، تناسب أذواق المشاهدين المختلفة، مع التركيز على مختلف المجالات العلمية والتكنولوجيا وتاريخ الطبيعة وعلوم الآثار وأسرار الطبيعة الخفية، وقد حازت "ناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي" خلال فترة قصيرة على شعبية كبيرة لدى شريحة واسعة من الجمهور العربي، فيما نالت جائزة "أفضل عمل إعلامي لخدمة اللغة العربية" للعام ٢٠١٥، عن مبادراتها القائمة على ترجمة البرامج والمادة العلمية، وحازت على جائزة "رواد التواصل الاجتماعي العرب" عن فئة "البيئة للمؤسسات" لعام ٢٠١٥.

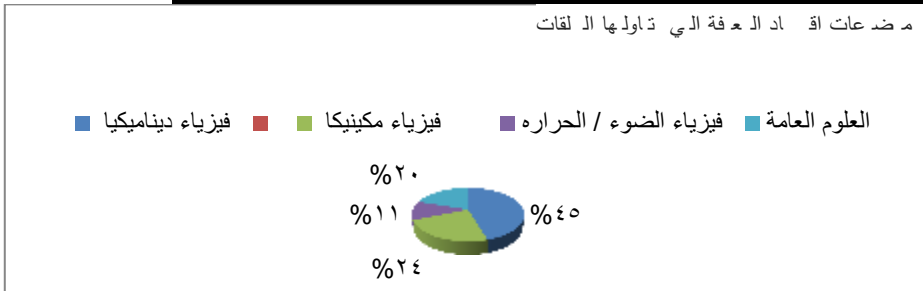
ويعتبر إطلاق القناة باللغة العربية المرة الأولى التي تعرض فيها برامج ناشيونال جيوغرافيك ذات الجودة العالية في المنطقة العربية للمشاهدين مد بلجة بلغتهم الأم ومجاناً، ويتمحور عمل القناة حول حماية عالم الطبيعة عبر نقل المعلومات والتوعية حول كوكب الأرض للمشاهدين، وهي فلسفة والتزام تجاه المحافظة على البيئة، والذي يؤدي دوراً مهماً في نمو المنطقة وتقدمها ^{١٨}

^{١٧}David Boller, Viral Spiral , How the commoners built a digital republic of their own, New York, The new press, 2008, Pages 23-25

كما تعتبر تجربة برنامج (علم البسطاء) التلفزيوني بقناة (ناشيونال جيوغرافيك التلفزيونية) أحد أهم التجارب الإعلامية للبرامج العلمية التي اهتمت بمراقبة تجارب الجمهور وعرضها وتحليلها علمياً، وعرض معالجات تعتمد على النظريات والأسس العلمية، وفي هذا الجزء تركز الدراسة بشكل تطبيقي تحليلي للكيفية التي قدمت بها القناة مضامين رامية لترسيخ قيم اقتصاد المعرفة، وقد كان السبب الرئيسي في اختيار هذا البرنامج لتفرده في معالجة تجارب الجمهور علمياً، ومعالجتها وطرح حلول علمية مبنية على النظريات العلمية المعتمدة، والأبحاث الموثقة، فضلاً عن تفرد البرنامج بمقدرته على حث الجمهور للابتكار، والتطوير مع ضرورة الالتزام بالقيم العلمية.

تحليل النتائج ومناقشتها: نركز في هذا الجزء من الدراسة التحليلية على تدعيم التحليل بالبعد الكمي للمادة المبنوثة (على اليوتيوب)، وكيف تم تعزيز قيم اقتصاد المعرفة من خلال حلقات البرنامج.

أولاً: الموضوعات العلمية التي تناولتها الحلقات خلال فترة الدراسة.



يلاحظ من بيانات المخطط أعلاه تركيز البرنامج على علوم الفيزياء، والتي تعتبر المجال والتخصص الرئيسي له، إلا أن البرنامج يربط بين علوم الفيزياء ونظرياته، والسلوك اليومي للجمهور كما يحفز على إتباع القواعد الدقيقة للفيزياء وصولاً للابتكار والاختراع، وهو ما يتفق وروح مفهوم اقتصاد المعرفة، علماً بأن البرنامج اعتمد على معالجة خبرات، وتجارب الجمهور، ومن خلال بث البرنامج عبر اليوتيوب يتحقق مفهوم التفاعلية التي أضحت ممكنة بفضل إمكانيات الإعلام الجديد، فضلاً عن أهمية تلقي ردود فعل الجمهور، والرد على استفساراتهم، وذلك عبر مناقشات علمية مفتوحة بين القناة والبرنامج والجمهور المستقبل للمحتوي من جميع بقاع العالم، إلي جانب توفر خاصية استرجاع الحلقة وحفظها ومشاركتها وغيرها من خصائص مهدت لها تقنيات بث وحفظ البرامج عبر شبكة الانترنت.

وقد تناولت حلقات البرنامج عددا مقدرا من المعلومات العلمية في مجال العلوم العامة مثل الضوء والحرارة، وحفظ المادة الخ ، فقد خصص البرنامج فقرة متخصصة لتناول موضوعات العلوم العامة، إلا أن التناول اتسم بالموضوعية، والمقدرة على تبسيط النظريات العلمية ومبادئ العلوم لتصبح سهلة التعامل معها خلال الحياة اليومية، الشيء الذي يتفق ومفهوم اقتصاد المعرفة في تحقيق أعلى معايير العلمية في حياتنا اليومية تحقيقا للتنمية الشاملة التي تبدأ من حياة الفرد اليومية.

الاول ل اء اد العفة

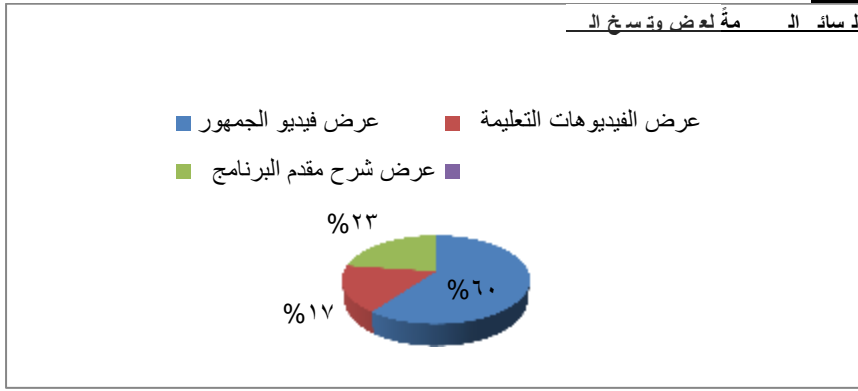


يعزز مفهوم اقتصاد المعرفة القيم الرامية للتطور العلمي، والحث على البحث والدراسات والابتكار والاختراع والتصنيع، وهي القيم التي تتبني على الفهم السليم للقواعد العلمية، وتبني النهج العلمي الدقيق في ممارسة الحياة اليومية والبيئة المحيطة بنا، وقد ركز البرنامج على ترسيخ العديد من القيم العلمية التي تسهم بشكل أساسي في تطوير الفرد والمجتمع، وقد جاءت قيمة (شرح قواعد علمية) في مقدمة تلك القيم بواقع ٧٨ مفردة بنسبة ٣٦% من مجمل القيم المتناولة خلال فترة الدراسة، تلتها قيمة (تصحيح مفاهيم علمية مغلوطة)، بواقع ٦٢ مفردة بنسبة ٢٨%، وجاءت (تعلم مهارة وخبرات)

بواقع ٤٩ مفردة بنسبة ٢٢%، وحلت قيمة (توليد حلول للمشكلات)، و(الابتكار، والاختراع) في آخر القائمة.

ويمكن وصف النتيجة بالإيجابية لكونها ركزت على القيم الأكثر التصاقاً بحياة الجمهور، إذ يعتبر تعلم واكتساب المعرفة العلمية احد أهم الخطوات وصولاً لتحقيق الابتكار والاختراع، كما يمكن ملاحظة اهتمام البرنامج بتصحيح المفاهيم المغلوطة عند الجمهور، وهي احد أهم ايجابيات البرنامج لكونه يتصدى لجانب مهم تمثل معالجته توعياً وتطويراً للفرد والمجتمع، ويحقق مقاصد اقتصاد المعرفة.

ثالثاً: الوسائط المستخدمة لعرض وترسيخ القيم المتناولة بالحلقات خلال فترة الدراسة.

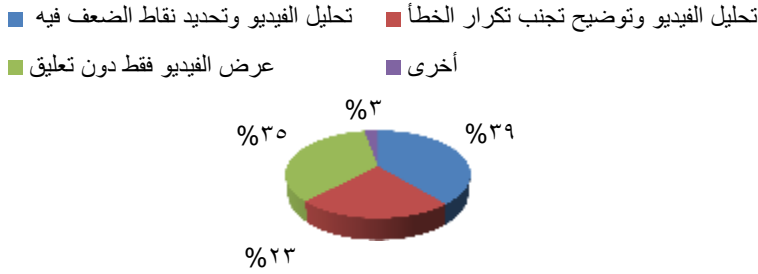


تعتمد الرسائل الإعلامية على قوة التأثير وإقناع الجمهور لتحقيق الأهداف المرجوة من إرسال الرسائل، وتحقيقاً لهدف الإقناع من خلال جذب الانتباه وإثارة الاهتمام وصولاً لتبني مضمون الرسالة والتأثر بها يقوم مصمم الرسالة بالاعتماد على الوسائط في عرض المضمون مثل الصوت والصورة الحية والثابتة، والمؤثرات البصرية والسمعية، كما يقوم بمزج عدد الوسائط لتحقيق أعلى قدر من التأثير.

ومن خلال بيانات المخطط أعلاه يتضح اعتماد البرنامج على (الشرح النظري للمبادئ العلمية) بواقع ١٠٦ مفردة بنسبة ٦٠%، إذ يعتمد البرنامج على مقدم البرنامج في شرح القيم وتقديمها والتعليق على مشاركات الجمهور، وجاءت (فيديوهات برسومات) بواقع ٤٦ مفردة بنسبة ٢٣%، بينما اعتمد البرنامج على الفيديوهات الحية بواقع (استخدام فيديوهات لأشخاص حقيقيون) بواقع ٣٤ بنسبة ١٧%، إذ اعتمد البرنامج على الشرح والتبسيط وجاء اختيار الصورة الحية والأشخاص لإعادة تمثيل القيمة وتوضيح التطبيق الأمثل والعلمي، وقد كان تدعيم مناسباً، يسهم في تقريب الصورة والمبادئ العلمية.

رابعاً طرائق معالجة مشاركات الجمهور بالحلقات خلال فترة الدراسة.

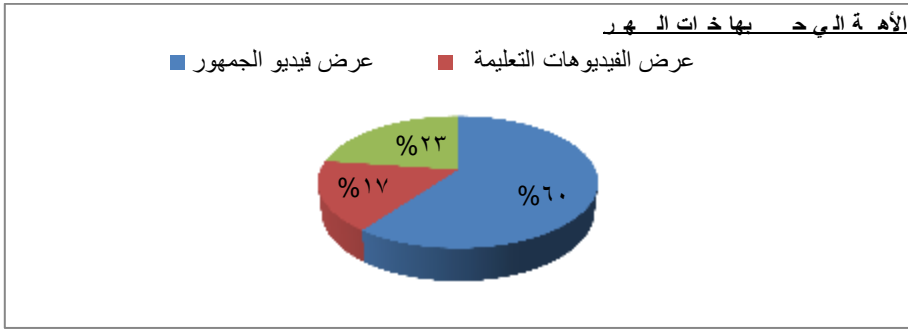
ان ال معالجة



يعتمد برنامج علم البسطاء اعتماداً كبيراً على طرائق معالجة تجارب الجمهور، وتقديم الرؤية العلمية الموضوعية وصلاً لترسيخ القيم العلمية، وإدراك كيفية تطبيق الأسس العلمية بالحياة والممارسات اليومية، علماً بأن البرنامج يجمع عدداً كبيراً من تجارب الجمهور ليحقق عنصر التكرار مع الحرص على عدم إثارة الملل وذلك بتكرار التجربة الواحدة لعددٍ من المرات، فالمشاهد بترسيخ لديه شعور أن هناك عدداً كبيراً من الجمهور يحرص على التعلم فضلاً عن الإحساس بأهمية مشاركة الخبرات السالبة لتقييم ونتعلم منها السبيل العلمي الأمثل.

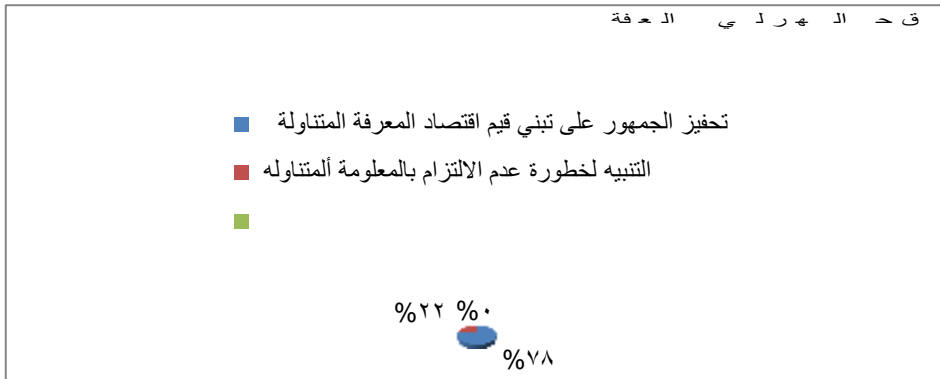
وقد حققت (تحليل الفيديو وتحديد نقاط الضعف فيه) المرتبة الأولى بواقع ١٠٩ مفردة بنسبة ٣٩% بينما حققت (عرض الفيديو فقط دون تعليق) ٩٨ مفردة بنسبة ٣٥%، وجاءت (تحليل الفيديو وتوضيح تجنب تكرار الخطأ) بواقع ٦٥ مفردة بنسبة ٢٣%، وتظهر هذه النتيجة حرص البرنامج على ترسيخ وتعليم القيم العلمية من خلال عرض خبرات الجمهور، أما ظهور ٣٥% من الخبرات دون تعليق فد كان نتاج عرض عدد كبير من تجارب الجمهور بذات الأخطاء، وهنا يتم تكرار التجارب حتى يتمكن المشاهد من الاعتماد في حالات التكرار على استنتاج الأخطاء وبحث طرق معالجتها على ضوء ما قدمه البرنامج، وقد ظهرت فئة أخرى وهنا وجه مقدم البرنامج على التعرف على الأخطاء، وأخرى على اقتراح معالجات، وهي نتيجة تدل على إمكانية توظيف خبرات الجمهور في ترسيخ قيم اقتصاد المعرفة.

خامساً: الأهمية التي حظيت بها خبرات الجمهور المتناولة بالحلقات خلال فترة الدراسة.



اعتمد برنامج علم البسطاء على تجارب الجمهور باعتبارها مكون أساسي لإنتاج البرنامج، فالبرنامج يعتمد على شرح القواعد والأسس العلمية بأسلوب علمي رصين ويستشهد بتجارب الجمهور لإضفاء الواقعية على المبادئ العلمية، وقد جاءت نتيجة تحليل حلقات الدراسة لتؤكد ما ذكر، إذ حققت (عرض فيديو الجمهور) المرتبة الأولى بواقع ٢٨٠ مفردة بنسبة ٦٠%، بينما حققت فئة (عرض شرح مقدم البرنامج) المرتبة الثانية بنسبة ٢٣%، و(عرض الفيديوهات التعليمية) حققت ١٧%، وهي تدل على إشراك الجمهور كمكون أساسي لإنتاج البرنامج، والخروج عن النمط التقليدي في تقديم الحقائق العملية.

سادساً: طرق حث الجمهور لتبني قيم المعرفة بالحلقات خلال فترة الدراسة.



يتضح من بيانات المخطط أعلاه سياسة البرنامج في ترسيخ القيم وتوظيف عناصر ومكونات البرنامج لخدمة تدعيم المبادئ العلمية، إذ حققت (تحفيز الجمهور على تبني قيم اقتصاد المعرفة المتناولة) المرتبة الأولى والنتيجة الأكثر سيطرة بواقع ٤٥٧ بنسبة ٧٨%، و ٢٢% ل (التنبيه لخطورة عدم الالتزام بالمعلومة أمتناوله)، ولم ترد

البنة (ذكر القيمة دون التأكيد على تبنيها)، وهي نتيجة تؤكد حرص البرنامج على تحقيق هدفه، وتسخير جميع الأساليب، والطرائق للوصول للهدف الأساسي.

أهم نتائج الدراسة التحليلية:

• يمكن للقنوات العربية إنتاج برامج تعتمد على ترسيخ قيم العلمية، واقتصاد المعرفة، ويمكنها أن تحقق نسب مشاهدة عالية مما يسهل عملية التوظيف الايجابي لتفاعل الجمهور.

• يمكن توظيف تفاعل الجمهور ومشاركاته، والتي تعتبر احد أهم سمات الإعلام الجديد في إنتاج برامج علمية ترسيخ لقيم اقتصاد المعرفة، إذ يتم توظيف تفاعل الجمهور كعنصر رئيسي لإنتاج البرامج، وتحقيق التأثير عبر رسائل مدعمة بتفاعل الجمهور.

• يعزز مفهوم اقتصاد المعرفة القيم الرامية للتطور العلمي، والحث على البحث والدراسات والابتكار والاختراع والتصنيع، وهي القيم التي تبني على الفهم السليم للقواعد العلمية، وتبني النهج العلمي الدقيق في ممارسة الحياة اليومية والبيئة المحيطة بنا، وقد ركز البرنامج على ترسيخ العديد من القيم العلمية التي تسهم بشكل أساسي في تطوير الفرد والمجتمع.

• من خلال بث البرنامج عبر (اليوتيوب) يتحقق مفهوم التفاعلية التي أضحت ممكنة بفضل إمكانيات الإعلام الجديد، فضلاً عن أهمية تلقي ردود فعل الجمهور، والرد على استفساراتهم، وذلك عبر مناقشات علمية مفتوحة بين القناة والجمهور المستقبل للمحتوي من جميع بقاع العالم، إلي جانب توفر خاصية استرجاع الحلقة وحفظها ومشاركتها وغيرها من خصائص مهدت لها تقنيات بث وحفظ البرامج عبر شبكة الانترنت

• تعتمد الرسائل الإعلامية على قوة التأثير وإقناع الجمهور تحقيقاً لهدف الإقناع من خلال جذب الانتباه وإثارة الاهتمام وصولاً لتبني مضمون الرسالة والتأثر بها، وقد وظف البرنامج أكثر الوسائط فعالية في التأثير ليرسخ للقيم العلمية.

• اعتمد برنامج (علم البسطاء) على ترسيخ المبادئ والأسس العلمية بإتباع أسلوب التبسيط، وربط المبادئ العلمية بالحياة اليومية.

مقترحات الدراسة: تقترح هذه الدراسة لتحسين فرص التوظيف الأمثل لبرامج الإعلام لتحقيق قيم اقتصاد المعرفة الآتي:

- ضرورة الاهتمام بترسيخ قيم اقتصاد المعرفة، وتعريف الجمهور بأهمية انتهاز العلمية، والمعرفة بالحياة اليومية تحقيقاً للتنمية المستدامة، وتطور المجتمع.

- لابد من توظيف الفرص التقنية التي وفرها الإعلام الجديد وفي مقدمتها الخاصية التفاعلية في ترسيخ قيم اقتصاد المعرفة .

- دعم البرامج العلمية، والاستفادة من تجارب البرامج العلمية الناجحة، والتي حققت نسب مشاهدة وتفاعل كبيرين، وتوظيف خبرات المجتمع العربي في تعلم قيم اقتصاد المعرفة.

- ضرورة أن تنتهج البرامج العلمية والتنقيفية وبرامج التوعية نهجاً حديثاً يواكب احتياجات المجتمع العربي ويلبي رغباته وفق إخراج عصري مواكب.

الخاتمة:

أصبح من المسلم به ضرورة ترسيخ وتطبيق قيم اقتصاد المعرفة، وحتى تصبح هذه القيم ركائز رئيسية يعتمد عليها المجتمع في تسيير حياته اليومية لابد من توظيف الإعلام باعتباره احد أهم الوسائل التي تؤثر وتعالج مشكلات المجتمع، وقد أتاحت تقنيات الثورة الرقمية التي يشهدها العالم اليوم العديد من المميزات، والإمكانيات التي يسهل توظيفها لإحداث التنمية وتطوير المجتمع، والتي لا تتحقق إلا بترسيخ قيم المعرفة، والابتكار، والبحث العلمي ، والتطوير، والتصنيع كقيم رامية لتحقيق اقتصاد المعرفة المبني على العلم كمورد أساسي للمجتمع.

المصادر:

١. ابوأصبع، محمد صبحي، ٢٠٠٩، الطرق الإحصائية، ط١، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
٢. بدوي، احمد زكي، ٢٠٠٠، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت.
٣. تقرير المعرفة العربي، الفصل الاول الاطار النظري لمجتمع المعرفة، ٢٠٠٩، ص٢٧.
٤. جليبي، علي عبد الرازق، ١٩٨٦، دراسات في المجتمع والثقافة والشخصية، دار النهضة العربية، بيروت.
٥. حسين، سمير محمد، 2007، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة.
٦. حمادة بسبوني إبراهيم، ١٩٩٦، وسائل الإعلام والسياسة (دراسة في ترتيب الاولويات)، جامعة القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة.
٧. د حياة عبد العزيز نياز، مواكبة عصر اقتصاد المعرفة، الامارات، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ١٦ العدد (٢) B، ٢٠١٩، ديسمبر.
٨. د. مراد بومنقار، وأ. شهرزاد حواسنية، الإعلام الجديد وتأثيره على المنظومة القيمية للشباب الجزائري، الجزائر، مجلة شؤون اجتماعية، العدد ١٣٥، السنة ٢٠١٨.
٩. الرفوع، عاطف عوده، ٢٠٠١، الإعلام والتنمية الوطنية في الأردن، ط١، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
١٠. سحانين الميلود، وداني الكبير أمعاشو، دور اقتصاد المعرفة في تحقيق التنمية المستدامة، (الجزائر، المجلة الجزائرية للاقتصاد و الإدارة، العدد ٩، ٢٠١٧ جانفي).
١١. طعيمة، رشدي احمد، ٢٠٠٤م، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية - مفهومه - أسسه - واستخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة.
١٢. عبد الحميد، احمد، ١٩٨٢ "الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري"، ط١، دار الكتب للنشر، القاهرة.
١٣. عبد الحميد، محمد، ٢٠٠٩، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار و مكتبة هلال للنشر والتوزيع، بيروت.
١٤. عبد العزيز، بركات، 2٠١٢، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
١٥. علم الدين، محمود، 2005، تكنولوجيا الاتصال ومستقبل الصحافة، ط٢، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة.
١٦. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع: ٢٠١٤م.

١٧. محجوب، وجيه، 2003، البحث العلمي و مناهجه، دار الحكمة للطباعة، بغداد.
١٨. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة عالم الكتب، ٢٠٠٠.
١٩. المغربي، كامل محمد، ٢٠٠٧، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
٢٠. هاشم الشمري و ناديا الليثيث الاقتصاد المعرفي الطبعة الأولى دار صفاء للنشر والتوزيع عمان الأردن ٢٠٠٨.

المراجع الأجنبية:

21. - Steve Jones , Encyclopedia of New Media : An Essential Reference to -^١
- Communication and Technology . SAGE Publications. 2002.
22. ¹David Boller, Viral Spiral , How the commoners built a digital republic of their own, New York, The new press, 2008, Pages 23-25
23. <https://www.admedia.ae/ar/Channel/7/%D9%86%D8%A7%D8%B4%D9%88%D9%86%D8%A7%D9%84-%D8%AC%D9%8A%D9%88%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D9%83-%D8%A3%D8%A8%D9%88%D8%B8%D8%A8%D9%8A>

دور الإعلام في تنمية السياحة في السودان

اعداد

د. محمد يس يس محمد احمد

استاذ مساعد-كلية السياحة والفنادق - جامعة الزعيم الازهرى- الخرطوم-السودان-

د. لؤي عبدالرحمن عبدالقادر عبدالرحيم

مدير عام مركز بنادر للتدريب-الخرطوم-السودان

Doi: 10.12816/jacc.2020.73404

القبول : ٢٠٢٠/ ٢ / ١٢

الاستلام : ٢٠٢٠/ ١ / ٢٠

المستخلص:

السياحة ليست مجرد ظاهرة احتفالية وعروض ترفيهية وغيرها من المجالات، والسياحة هي احدي الركائز المهمة فى زيادة الدخل القومي لكثير من البلدان من حيث توفر استثماراتها واستغلال الموارد السياحية المتعددة. كان لظهور الإعلام وتكنولوجياه وتطورها تأثيرات هائلة لكافة المجالات وبصفة خاصة فى مجال السياحة، وكان للإعلام الأثر فى نشر المعرفة والثقافة السياحية بين الجمهور والسائح من خلال نشر المعلومات السياحية عن المعالم السياحية والمواقع الأثرية والخدمات والبرامج السياحية المختلفة، بالإضافة إلى عوامل الجذب والاستثمارات. للإعلام دور كبير فى تنمية وتطور وتنشيط السياحة فى السودان من خلال عدة أنشطة منها توضيح المفهوم الحقيقي للسياحة ورفع الوعي السياحي لدى المجتمعات المحلية بأهمية السياحة ودورها المتعاظم فى تنمية المجتمع المحلى والاقتصاد السودانى. قد نبعت أهمية هذا البحث من حيث تزايد أهمية الإعلام بإشكاله المتعددة فى مجالات التوعية والتثقيف السياحي للمجتمع ولزيادة إدراك جميع أفراد المجتمع وفهمهم لواقع السياحة وأهميتها والترويج لها.

Abstract:

Tourism is not just a festive phenomenon and entertainment shows and other fields, and tourism is one of the important pillars in increasing the national income of many countries in terms of providing their investments and exploiting multiple tourism resources. The emergence of the media, its technologies and its development had enormous effects for all fields, especially in the field of tourism, and the media had the effect of disseminating tourism knowledge and culture

among the public and the tourist by disseminating tourist information on tourist attractions, archaeological sites, services and various tourism programs, in addition to attractions and investments. The media has a major role in the development, development and revitalization of tourism in Sudan through several activities, including clarifying the true concept of tourism and raising tourist awareness among local communities of the importance of tourism and its growing role in developing the local community and the Sudanese economy. The importance of this research stems from the increasing importance of the media in its various forms in the areas of awareness and tourism education for society and to increase the awareness of all members of society and their understanding of the reality of tourism and its importance and promotion

المقدمة:

السياحة ظاهرة حضرية حديثة تطورت ونمت مع تطور المجتمعات وأصبحت علماً وصناعة كباقي العلوم والصناعات الأخرى لها أصولها وأساليبها ومقوماتها. وعليه فقد أصبحت للسياحة أهمية كبيرة وخاصة في المجالات العلمية والدراسية وتفرعت منها علوم متعددة وتداخلت مع علوم أخرى، وانصب هذا الاهتمام على فكرة تنمية و تطوير السياحة باعتبارها قطاعاً ثالثاً في التنمية القومية.

ويعتبر السودان من البلدان النامية ذات التاريخ العريق، فصناعة السياحة تميز السودان بأهميته السياحية نظراً لموقعه الجغرافي المتميز ومكانته في وسط أفريقيا، وذلك رغم التقلبات السياسية الخطيرة التي تعرض لها خلال العقود الماضية.

مشكلة البحث:

- ١ / غياب الإعلام بأشكاله المختلفة في الترويج للسياحة والمواقع السياحية في السودان .
- ٢ / عدم اهتمام الإعلام بنشر البرامج السياحية وإبراز الجواذب السياحية .
- ٣ / قلة الكوادر البشرية المؤهلة في الإعلام السياحي .
- ٤ / عدم اهتمام أجهزة الإعلام الحكومية بالسياحة .

أهمية البحث:

- ١ / الاهتمام بالإعلام السياحي في تنمية السياحة ونشر التوعية السياحية.
- ٢ / الاستفادة من الإعلام الحكومي في نشر ثقافة السياحة والاهتمام بالبرامج السياحية والمواقع السياحية.
- ٣ / التوعية السياحية لدى الجمهور بأهمية السياحة بدعماً للاقتصاد القومي.
- ٤ / نشر ثقافة السياحة بين الجمهور المحلي.

٥/ نشر المعرفة والبحوث العلمية فى السياحة والإعلام وأهميتهم.

أهداف البحث :

- ١/ معرفة دور وتأثير الإعلام على تنمية السياحة فى السودان.
- ٢/ دراسة المشاكل والصعوبات التى تواجه الإعلام والسياحة فى السودان.
- ٣/ عكس الجوانب والمواقع السياحية فى السودان .
- ٤/ توجيه الاهتمام على السياحة والإعلام من قبل الدولة للأجهزة الحكومية الرسمية.

منهجية البحث :

اتبع الباحثان فى هذه الدراسة المناهج الآتية:

١/ المنهج الوصفى التحليلي.

٢/ المنهج التاريخي.

٣/ تحليل الاستبيان.

فرضيات البحث :

- ١/ دور الإعلام فى تنمية السياحة ونشر ثقافتها كان ضعيف.
- ٢/ دور وسائل الإعلام فى تنمية السياحة وزيادة إعداد السياح.
- ٣/ توجد علاقة بين النواحي المادية وتطوير السياحة والإعلام.
- ٤/ هل للإعلام دور فى تنشيط وتنمية السياحة فى السودان.
- ٥/ هل للإعلام دور فى الترويج للسياحة والمواقع السياحية فى السودان.

الفصل الأول: الإطار النظري للبحث

١:١ مفهوم الإعلام

الإعلام فى اللغة : هو العلم بالشئ ويقال استعلمنى خبر فلان واعلمنيه واستعلمنى الخبر فأعلمته. (بن منظور، ص ٤١٥)

فالإعلام مشتق من (اعلم) يقال علم إعلاما بمعنى اخبر إخبارا والإعلام مشتق من مادة علم ، يقال علم الشئ أى شعر به وما علمت بخبر قدومه وانصرافه أى ما شعرت به و (اعلم) معناها اخبر ، واستعمله الخبر أى أستخبره إياه ، والإعلام مصدر مشتق من الفعل (اعلم) ومعناها وضع علامة على كل شئ أو عبارة مع أظهار هذا المعنى وإبرازه وتأكيداه وإشهاره أمام عامة الناس إبلاغا ، أى وصلتهم الشئ المطلوب والإعلام بمفهومه الحديث يعنى الأخبار . (زلطة، ٢٠٠١، ص ١٥)

الإعلام اصطلاحا : هو هو الإخبار بالإحداث ونشر المعلومات وانتقاؤها والتدقيق فى صحتها بناء على وجهة النظر فى الحياة وعلى سياسة الدولة ، وحسب منهج تربوى معين (أى حسب كيفية معينة لإيصال المعلومة بحيث تضمن هذه الكيفية وصول المعلومة بالشكل المراد). (الريشاوى، ٢٠٠٧م، ص ١٩)

ويشير مفهوم الإعلام الى عمليتين تكملان بعضهما البعض فهو من جهة عملية استقاء واستخراج المعلومات والحصول عليها ، ومن جهة أخرى تعنى الكيفية التى

تصاغ بها هذه المعلومات وتبث للجمهور المستهدف وإلى أي مدى تكون هذه المعلومات معبرة بشكل صادق وموضوعي. (جاسم، ٢٠١٣م، ص ٢٨)

يعرف الإعلام بأنه (الطريقة التي بواسطتها يقوم الفرد القائم بها بنقل منبهات لكي يعدل سلوك الأفراد في المجتمع وينوي تحقيق هدف معين بشكل عمدي .

تعرف جيهان الإعلام بأنه "عملية اتصالية تتوافر فيها مشكلة عدد من الأفراد في أمر معين" أن الإعلام هو محاولة جذب الآخرين لتأييد وجهة نظر المتحدث ، وان الاعلام هو عملية اجتماعية طالما كانت المعاني والأفكار التي تنتقل بواسطة مؤثرة بطريقة لا مفر منها في جميع العمليات الاجتماعية. (جيهان رشتي، ١٩٧٨، ص ٥٠)

الإعلام هو عملية نفسية اجتماعية قائمة على تبادل الرموز بين طرفين بهدف تحقيق إثارة محددة ، والإعلام كلمة عامة شاملة تعبر عن التفاعل الاجتماعي المباشر عن طريق الاتصال الطبيعي الشخصي والجمعي وعن طريق الاتصال الصناعي غير المباشر والذي تستخدم فيه الوسائل التكنولوجية العصرية كوسائل للاتصال. (عارف، ١٩٩٠، ص ١٣)

ولكي يتم إيصال الرسالة الإعلامية إلى الجمهور يتطلب الأمر اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة مثل التلفزيون ، الصحف والإذاعة والمجلات والانترنت ، وفي هذا المبحث سوف نختار الوسيلة الإعلامية المناسبة وهي التلفزيون أو الإعلام المرئي والمسموع ، لأنه يثبت الصورة السياحية مستخدماً الصورة والصوت بالإضافة لأنه أكثر الوسائل الإعلامية قبولا ومشاهدة.

٢:١ مفهوم التنمية

التنمية، لغوياً، معناها النماء أي الازدياد التدريجي، ويقال نمتي المال ونما الزرع نمواً أي تراكم وكثر، ويستخدم اصطلاح التنمية عادةً بمعنى الزيادة في المستويات الاقتصادية والاجتماعية والسياحية وغيرها. ويُقصد بالتنمية على المستوى اللغوي أيضاً الازدهار، والتكاثر، والزيادة، والرفاهية ، ما يوحي بتغيير إيجابي ويتطور وتقدم، وهي الطموح إلى وضع وإلى غد أفضل على المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. (عبد الله، ٢٠١٥، ص: ٦٩)

وعُرفت التنمية أيضاً على أنها الجهود المنظمة التي تُبذل وفق تخطيط مرسوم للتنسيق بين الإمكانات البشرية والمادية المتاحة في وسط إجتماعي معين من أجل تحقيق مستويات أعلى للدخل القومي والدخول الفردية ومستويات أعلى للمعيشة والحياة الاجتماعية في نواحيها المختلفة للوصول إلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية الاجتماعية.

ويرى سيرز (Seers) أن التنمية في دولة ما هي مكافحة مشكلات الفقر والبطالة واللامساواة في التوزيع ، وإذا ما تفاقمت حدة واحدة أو أكثر من هذه المشكلات

أو جميعها فإنه لا يمكن القول بوجود تنمية في تلك الدولة حتى لو تضاعف الدخل القومي والفردى فيه. (الهيتي ، ٢٠٠٩، ص، ١١)

٣:١ مفهوم السياحة

السياحة في اللغة آتية من ساح يسيح، أي جال وإنطلق . وإصطلاحاً تشير إلى جميع الرحلات التي تتم بواسطة مقيمين في بلد ، سواء أكان داخل البلد أم خارجه ، لأغراض غير الهجرة.

وإن الغرض الأسمى للسياحة هو التعرف بصورة أفضل على البشر ، في الأماكن والدول الأخرى ، تعميقاً للثقافهم والتقدير لبناء عالم أفضل للجميع ، إن السفر العالمي أيضاً يستلزم تبادل المعرفة والأفكار ، وهذا يمثل غرضاً آخر للسياحة جديراً بالاعتبار ، والسفر يرفع مستويات الخبرة الإنسانية والإدراك والإنجازات في مجالات عدة للتعلم والبحث وفي الأنشطة ذات الطابع الفني. (غنيم ، ٢٠١٠، ص، ٢٠)

كما عرفت السياحة على أنها " صناعة محلية وطنية ودولية ، ترمي إلى وضع ميزات أفضل للبلد ، وتنطوي السياحة على الأفراد والمنظمات التي تعمل معاً لجلب الزوار إلى المنطقة أو الدولة وتقديم المنتجات التي قد تكون تعليمية أو ترفيهية ، و تتكون هذه المنتجات من عناصر مختلفة كالنقل والسكن والمؤسسات السياحية والميسرين ومنظمي الرحلات السياحية ووكلاء السفر ومراكز المعلومات . (ماكنتوش ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٤٩)

وتعرف السياحة أيضاً على أنها " مجموعة من الظواهر والأنشطة التي تسهم في تدفق حركة السياح من مناطق سكناهم إلى مناطق الجذب السياحي لفترة لا تقل عن ٢٤ ساعة ولا تصل إلى الإقامة الدائمة ، ولمختلف الدوافع البشرية الهادفة للترويج عن النفس وإشباع الحاجات والرغبات المختلفة عدا دافع الكسب المادي.

كما عرفت المنظمة الدولية المسؤولة عن السياحة ومنظمة السياحة العالمية (UN-WTO) بأنها : " تمثل الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص المسافرون في أماكن خارج بيئتهم المعتادة لمدة عام واحد للترفيه وغيرها من الأغراض التي ليس لها علاقة بممارسة نشاط مقابل أجر. (طالب، ٢٠١٥ ، ص : ١٦٥)

الفصل الثاني: جغرافية وطبوغرافية السودان

١:٢ جغرافية السودان

يقع السودان في الجزء الشمالى الشرقى من قارة إفريقيا ، وبفضل موقعه الجغرافي ظل السودان معبراً تجارياً وثقافياً بين شمال إفريقيا وجنوبها وكذلك بين الجزيرة العربية وإفريقيا ، خريطة رقم (١)

الاحداثيات الجغرافية

خط طول ٤٩ ، ٢١ ق ----- ٣٤ ، ٣٨ ق

خط عرض ٨ ، ٢٣ ش ----- ٤٥ ، ٨ ش

المساحة

تبلغ مساحة السودان ١.٨٨١.٠٠٠ كلم^٢ و ٧٠٠.٠٠٠ ميل^٢
مقارنة بدول العالم : ١٦ عالميا ، ٢ افريقيا ، ٣ عربيا

المناخ

صحراوي وشبه صحراوي جاف في اقصى الشمال ((الولاية الشمالية وشمال كردفان وشمال دارفور)) شبه صحراوي الى ماطر ف الاواسط والجنوب ، ومناخ البحر الابيض المتوسط في المناطق الشرقية.



خريطة رقم (١)

خريطة ولايات السودان والدول المجاورة

المصدر: (وزارة الحكم المحلي - ٢٠٢٠)

الاقاليم الجغرافية

يشكل حوض نهر النيل ٦٧.٤ % من مساحة السودان. وفي الوسط نجد حزام السافانا الفقيرة وفي الجنوب السافانا الغنية وفيها الحيوانات البرية والغابات التي يتركز فيها انتاج السودان من الصمغ العربي الذي يتصدر السودان الدول المنتجة له. تغطي الصحرا مساحة مقدره من السودان ، وهي تكون اجزاء واسعة من ولايات (الشمالية ، شمال دارفور ، شمال كردفان) مع وجود عدة أودية وخيران تخترقها وصولا الى نهر النيل (وزارة الاعلام ، ٢٠١١، ص ١١)

جيولوجية السودان

تمتد في السودان صخور القاعدة على اوسع مدى اسفل التكوينات الاحداث عمرا. تتكون صخور القاعدة من الصخور النارية والمتحولة حييث تتألف من الجرانيت والنيس والشست ، وتظهر على السطح في مناطق كثيرة في جبال البحر الاحمر ولسان العثمور شمالا الى كتلة السبلوقة وجبال النوبة في الوسط ، ولقد ادت تسوية صخور القاعدة الصلبة ونشاط عوامل النحت الى تعديل وتغيير في اشكال هذه الصخور. (حسن، ٢٠١٠م، ص٨٣)

السكان

يبلغ عدد سكان السودان حوالى ٣٣.٤١٩.٦٢٥ نسمة على حسب تقديرات إحصاء ٢٠٠٨ م ، بمعدل نمو سنوى ٢,٨% ، أما الكثافة السكانية العامة تقدر بحوالى ١٦ نسمة لكل كيلومتر مربع ، ويتمركز السكان على طول شريط النيل ورافده ومناطق السافانا الغنية. (مكتب الإحصاء والسكان، ٢٠٢٠م، ص٢)

الثروة المعدنية

رغم غنى السودان بثرواته المعدنية ، الا ان دورها في الاقتصاد ما زال محددا للغاية وهى البترول و انتاج الذهب وبالإضافة الى انتاج الغاز الطبيعى ، وبعض من المعادن الأخرى مثل الحديد والكروم والنحاس والميكا والجبس ، وقد بدا استغلال بعضها تجاريا . (وزارة النفط، ٢٠٢٠، ص٣)

الثروة الحيوانية

الابل ، الضان ، الماعز ، الطيور ، الحيوانات البرية.

الموانئ البحرية

بورتسودان ، سواكن ، اوسيف ، بشائر.

الموانئ الجوية

مطار الخرطوم الدولى ، بورتسودان ، مروي ، دنقلا، الأبيض والفاشر وعطبرة ، وبعض من المهابط الداخلية فى بعض ولايات السودان (وزارة السياحة والآثار، ٢٠١٩، ص١٣)

التقسيم الإدارى

تتكون جمهورية السودان من ١٨ ولاية وهذا التقسيم جاء حديثا نتيجة لاتفاقية السلام الشامل بين شمال السودان وجنوبه عام ٢٠٠٥م ، ثم بعد انفصال الجنوب سنة ٢٠١١م.

المناطق الاثرية فى السودان

مر السودان بجميع مراحل الحضارة من العصور الحجرية ، والمجموعات الحضارية ، وحضارة كرمة ونبتة ومروي ، والعصر المسيحي والاسلامى . وكل هذه

الفترات التاريخية السابقة ذكرها توجد اثارها متمثلة في المدافن والقلاع والاديرة والقباب والمعابد والاهرامات.(نفس المرجع السابق،ص١٤)

٢:٢ السياحة في السودان

اول ما بدأ النشاط السياحي في السودان عن طريق القطاع الخاص على النقيض من الدول تقل مقوماتها السياحية عن المقومات السياحية الموجودة في السودان ، بدء بعض الافراد بانشاء بعض الشركات والوكالات الخاصة لتعمل في مجال السياحة مثل وكالة كونت ميخاليوس ووكالة الشرق الاوسط وغيرها ، وقد بدأت هذه الوكالة بالتسويق للسياحة خارج السودان وبه شهد السودان نشاطا محدودا في سياحة المخيمات وتقوية الرحلات الجماعية لهذه المخيمات ، اما الدولة فقد تنهت لدور السياحة في التنمية كمورد هام من الموارد التي تغذي الاقتصاد القومي بالعملات الاجنبية فاصدر القرار القاضي باسناد امر السياحة لوزارة الاستعلامات والعمل ليكون قسما من اقسامها عام ١٩٥٩م ، وظل هذا القسم يقوم بدوره بصورة جيدة رغم شح الامكانيات في العام التالي صار السودان عضوا في الاتحاد العربي للسياحة والاتحاد الدولي للمنظمات السياحية . ظل السودان على ما هو عليه حتى عام ١٩٦٦م ،حيث انشأت الدولة اول مصلحة للسياحة وضمت اليها مصلحة الفنادق والمرطبات بعد فصلها من السكة حديد ، اما عام ١٩٦٩م ففقد شهد افتتاح اول مكتب أقليمي للسياحة في غرب السودان وذلك لتطوير مناطقها ، كما تم في نفس العام افتتاح مكتب مطار الخرطوم لتقديم المعلومات عن السياحة ظن وفي عام ١٩٧٢م اصبحت للسياحة مؤسسة بموجب قانون مؤسسات القطاع العام واوكل اليها امر الاشراف على النشاط الفندقى . تم انتخاب السودان رئيسا للاتحاد العربى للسياحة دورة ١٩٧٢م - ١٩٧٣م في العاصمة الاردنية عمان وصار السودان عضوا في لجنة السياحة الافريقية ومنظمة السياحة العالمية . (سعيد، ٢٠١٣، ص٤٩)

واصدر الرئيس السابق للسودان جعفر النميرى عليه الرحمة من الله لتنشيط حركة السياحة في السودان، بموجب هذا القانون صدر القرار القاضى بانشاء هيئة السياحة والفنادق ، في ١٩٨٣م صدر القرار القاضى بانشاء اول وزارة متخصصة، في ١٩٨٥م اصبحت السياحة ادارة مرة اخرى ضمت لوزارة الطيران ثم لرئاسة مجلس الوزراء ، في عام ١٩٨٨م صدر القرار السىادى القاضى بانشاء اول وزارة مستقلة للمرة الثانية قى السودان الا ان هذه الوزارة لم يكتب لها الاستمرارية ، حيث ان السياحة سرعان ما عادت الى عهدها القديم ادارة ضمت لوزارة النقل والمواصلات ثم فصلت عنها وضمت لوزارة الاتصالات عام ١٩٨٩م ، في عام ١٩٩٥م صدر القرار السىادى رقم (٤٩) القاضى بانشاء وزارة السياحة والبيئة وضمت اليها ادارات الحياة البرية ، الغابات والهيئة القومية للآثار ، ثم صارت معا في وزارة واحدة وسميت بوزارة السياحة

والتقانة ، ثم فصلت عن التقانة وضمت الى التراث واخيرا انشئت وزارة السياحة والحياة البرية الحالية (نفس المرجع السابق، ص ٥٠)

٣:٢ الاعلام فى السودان

كانت ضربة البداية بالصحف اليومية السيارة وبعدها دخول الاذاعة السودانية ١٩٤٠ ثم التلفزيون ١٩٦٢، تكونت وزارة الاعلام السودانية ٢٠٠٥م بعد ان كان مسماها وزارة الثقافة والاعلام وانشاء المركز السودانى للخدمات الصحفية وكالة السودان للانباء وتعرف اختصار اسمها (سونا) وهى الوكالة الرسمية لنقل ونشر الاخبار ويصدر فى السودان عدد من كبير من الصحف اليومية بواسطة المجلس القومى للصحافة والمطبوعات ونجد ان بعض الصحف متخصص مثلا كالرياضة . (نشرة عن وزارة الاعلام، ٢٠٢٠، ص ٢)

التلفزيون:

الهيئة العامة العامة للتلفزيون القومى التابع لوزارة الاعلام والاتصالات اطلق اول بث عام ١٩٦٣م من امدرمان ويصل ارساله الى كل السودان واخيرا الى العالم عبر الاقمار الصناعية ، وشهد فى اواخر القرن الماضى تطور كبير من الناحية التكنولوجية وغيره حيث انشأت قنوات اضافية مثل النيل الازرق وشبكة الشروق وايضا يلاحظ ظهور عدد من الفضائيات الولائية.

الاذاعة:

تم انشائها فى ابريل ١٩٤٠م اثنا الحرب العالمية الثانية من اموال الدعاية الحربية للحلفاء ضد دول المحور ، وكانت البداية فى غرفة صغيرة فى ام درمان بمبانى البوطة وكان التعامل بمكبرات الصوت انذاك وكان ارسالها لا يتجاوز النصف ساعة وبعد توقف الحرب اوقفت الميزانية المخصصة للاذاعة وكادت ان تتوقف عن العمل لولا تدخل الحاكم البريطانى العسكرى للسودان واصبحت تخصصه ميزانيته من الدولة حتى تكون منبر لحكومة الاستعمار .(النشرة السابقة، ص ٢)

بدأت الإذاعة البث المباشر دون تسجيل حتى ١٩٤٩م ثم ادخل التسجيل على اسطوانات ثم التسجيل على الاشرطة الممغنطة عام ١٩٥٢م حتى ادخلت التقنية الرقمية عام ٢٠٠٠م.

الاتصالات:

اول مستخدم لشبكات الجيل الثالث فى افريقيا وهناك شركتان للهاتف الثابت وثلاثة شركات للمحمول.

الانترنت:

عرف السودان الانترنت ١٩٩٨م وذلك عبر خطوط الهاتف فى البداية ثم باستخدام تقنية اللاسلكى للنطاق العريض ، حيث قدمت شركات الهاتف الجوال خدمة

الانترنت عبر تقنيات الجيل الوسيط ٢.٥ قبل ان تتحول عام ٢٠٠٧ م الى خدمات الجيل الثالث . (النشرة السابقة، ص٤)
الفصل الثالث: دور قناة النيل لآزرق فى تنمية السياحة فى السودان
٣:١ قناة النيل الازرق الفضائية
النشأة

نشأة قناة النيل الأزرق كشراكة بين الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون و راديو وتلفزيون العرب فى ١٥/٨/٢٠٠٣ م ، حيث كانت تبث إرسالها ساعتين فى اليوم فقط فى إطار باقة قنوات راديو وتلفزيون العرب (الأوائل) وبنظام التشفير ، فى يناير ٢٠١٥ آلت حصة راديو وتلفزيون العرب لشركة سونا للإعلام.

التطور

بدأت القناة بثها بساعتين ثم (٤ ساعات) لتصل فى ٢٠٠٥ م الى (٦ ساعات) بعد ذلك تمت زيادة ساعات البث الى (٩ ساعات) فى العام ٢٠٠٦ م ، لترفع فى العام ٢٠٠٧ م الى (١٣ ساعة) حيث تم رفع التشفير عن القناة فى العام ٢٠٠٩ م ومع ذلك زدت ساعات البث الى (١٨ ساعة) فى اليوم ، وفى عام ٢٠١٠ أصبحت القناة تبث بنظام الدورة الكاملة على مدار اليوم.

وظلت القناة تعتمد على مواردها الخاص من خلال التسويق والإعلان والرعايات لبرامجها المختلفة لمواجهة الكلفة العالية لمدخلات العمل الانتاجى والتلفزيوني ، حيث يتم ذلك وفق رؤية متوازنة بين المحتوى والتسويق. (نشرة عن قناة النيل الأزرق الفضائية ، ٢٠٢٠، ص٢)

الرؤية

فى عالم سريع التغيير متشعب بأفاهه وتحدياته تتزايد فيه دوائر النشاط الانسانى فى كل اتجاه ،جاءت قناة النيل الأزرق كمؤسسة إعلامية وليدة تحاول إبراز الهوية والثقافة السودانية عبر قوالب إبداعية وتقدم لهم طرحا جديدا ساعية من خلال ذلك لوضع الثقافة السودانية فى سباق الحداثة والحضارة والريادة.

بهذه الرؤية الواضحة نشأت قناة النيل الأزرق بشراكة بغرض بث برامج ثقافية تعطى ملامح للثقافة السودانية ولتشكل رويدا رويدا ملامح مؤسسة متفردة فى أهدافها الثقافية والاجتماعية من خلال إبراز قيم وثقافة المجتمع السودانى الغنى بأشكاله ومورثاته وأصاليته، لتبنى القناة معايير جديدة للتميز قوامها الكفاءة فى العمل الاعلامى القائم على التوازن بين الشكل والمضمون .

وتضم القناة مجموعة متميزة من الكوادر المهنية المخلصة والتى تتحلى باحساس وافر بالواجب مع التفانى فى العمل ، وهم بذلك يمشون فى عملهم بجد مثابر

وبقدر من الابداع والمبادرة والاقدام طامحين الى رسم صورة مشرفة تزين هامة العمل الاعلامى الهادف.

رسالة القناة

تعمل القناة على التأصيل لعمل اعلامى راق وهادف ومتميز فى شكله ومضمونه على حد سواء مع الاهتمام بجانب الترفيه الذى تحرص فيه القناة على مراعاة عادات وقيم المجتمع الى نعيش فيه ، مع التركيز على الجوانب التى تشير الى اهتمام الشباب والأسرة ، ضمن رؤية إستراتيجية واضحة ، قوامها محاولة تغيير بعض المفاهيم التى تشكل حواجز تعيق المجتمع عن التنمية والتطور ولتحقيق التوازن المطلوب للبشرية.

اهداف القناة

- ١/ رفع مستوى الوعى السلوكى للمجتمع.
- ٢/ ترسيخ مبادئ الوحدة الوطنية.
- ٣/ الاهتمام بالقضايا الحية وطرحها للنقاش البناء بأسلوب جذاب.
- ٤/ التوازن بين المعرفة والتوثيق والترفيه من خلال قوالب برامجية مرنة.
- ٥/ رصد الأحداث والتطورات اليومية ومتابعتها فى كافة المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية.
- ٦/ محاربة العادات الضارة والظواهر السالبة.
- ٧/ المساهمة الفاعلة فى قضايا التنمية السياحية الاجتماعية والاقتصادية. (نفس النشرة السابقة، ص٣)

إستراتيجية القناة

تقوم القناة بدور فعال وبارز فى بنا وتنمية المجتمع من خلال اطر متوازنة ورؤية واضحة قوامها مخاطبة الوجدان السودانى وعكس ثقافته وابرار عاداته وقيمه الاصلية مع تنوعها والذى يصب فى خانة اثرا المثمر الذى يكسب الحياة والوجدان ابعاد متعددة ، وتؤدى لخلق بيئات مختلفة تسهم بقدر واسع فى النهوض والتنمية الاجتماعية والاقتصادية ، وبشكل متوازن وحيادى وذلك من خلال قوالب برامجية تم تصميمها لان تصبح الراصد الدقيق والمتابع الامين لظواهر المجتمع وقضاياها ، ولتجذب اكبر عدد ممكن من المشاهدين المهتمين والمتفاعلين مع المواضيع الاجتماعية المهمة والحيوية ، دون اغفال للترفيه الذى اصبح محورا اساسيا فى ظل ضغوطات الحياة المعاصرة.

استطاعت قناة النيل الازرق ان تشكل حضورا فاعلا فى خارطة المشاهدة داخليا وخارجيا لتصبح القناة الاكثر مشاهدة بين مثيلاتها فى السودان ، بحسب الرصد الدورى الذى يجرى لقياس المشاهد وتعتبر القناة صورة متميزة للعمل الاعلامى المتوازن وذلك للمرونة التى تنتجها فى مواعينها البرمجية والمهنية العالية التى تنفذ بها البرامج.

نظر لطبيعة ما تقدمه القناة من برامج فقد اعتمدت على التسويق والرعاية بشكل رئيسي مما أتاح لهل فرصة الموازنة بين ما تقدمه كمحتوى مع الشكل بما يرضى رغبات المعلنين والراعين ، حتى تتكامل الرسالة الإعلامية وتقوم بدورها بصورة مرضية وتحقق الاستمرار.

تعتمد القناة الى آخر ما وصلت اليه تقنيات العمل الهندسى لتقدم شكلا متميزا فى الصورة والصوت عبر النظام الرقمى وتبث برامجها من خلال عدة اقمار اصطناعية لزيادة الرقعة وتحقيق الانتشار الافقى. تبث القناة برامجها عبر محطة اف ام على الموجة (91) للقناة موقع الكتروني على العنوان التالى <http://bnile.tv> .
(نفس النشرة السابقة، ص ٤)

نجد ان قناة النيل الازرق القناة الرائدة و الاولى للمشاهدة فى السودان كوسيلة اعلامية انها قامت بعرض برنامجها الذى يدور ويتناقش حول اثار النوبة فى السودان وكيفية نقلها وترحيلها الى المتحف القومى فى الخرطوم وبحيث يشتمل هذا البرنامج على اربعة حلقات متتالية تم عرضها فى استديوهات القناة وهنا تبرز اهمية واثار الاعلام السياحى فى تنشيط وتطوير حركة السياحة فى السودان من خلال عرض هذه الحلقات التى تعرف وتوضح الاثار القديمة لممالك النوبة من الاهرامات والمعابد والتماثيل والاحجار وبعض الادوات الخشبية والنحاسية والخارية والفضية والذهبية.

ايضا يدور البرنامج حول طريقة تنفيذ عملية نقل الاثار الذى بدوره يقوم بحمايتها وحفظها الذى ياعد على استقطاب السياح وجذبهم الى السودان والتعرف عليها عن قرب وبذلك يؤدى الى ترويج السياحة الى الودان والاستفادة منها كدخل قومى للبلاد والمساهمة لرفع ميزانية الدولة وهنا يتحقق مفهوم الاعلام السياحى ويمكن مشاهدة حلقات هذا البرنامج فى صفحة اليوتيوب (طاهر التوم) ويعتبر هذا هو الرابط اليسى لمشاهدة هذا البرنامج.
(نفس النشرة السابقة، ص ٥)

٢:٣ دور الاعلام فى تنمية السياحة فى السودان

الإعلام أصبح له تأثير كبير فى كل مناحى الحياة وفرض وجوده رغم تسارع الاكتشافات التكنولوجية ليصبح جزء من المنظومة المتربعة على عرش الاكتشافات المستمرة والمتطورة ويسمى الإعلام بالسلطة الرابعة وبه أصبح العالم قرية صغيرة يمكنك من كل مكان اكتشاف والقيام بكل ما تريد . اذن نتفق على أهميته بمختلف أنواعه ومستوياته المرئى والمسموع والمقروء وبذلك يكون قد أصبح مكون قوى لا يمكن تجاوزه وخاصة بعد الطفرة الكبيرة فى عالم الانترنت والاجهزة الذكية وعدم مقدرة احد التخلى عنها بل واصبح الجميع يسارع للاستفادة من الممنتجات الجديدة منها ، واصبحت القنوات الاخبارية تشجع الافراد للتفاعل مع الاخبار مما ادى الى صناعة المذيع الشخصى من اى مكان عند وقوع الحدث ، كل هذا يمكن الاستفادة منه فى تطوير

واستحداث القطاع السياحي واسهامه بطريقة مباشرة وغير مباشرة، وتنمية السياحة وتطورها لابد من توفر معينات تساعد هذا القطاع في جلب السياح وهي المعلومات المتوفرة والصورة الذهنية وهي تصنع بالاعلام ، هنا يجب علينا ان نوفر البنية التحتية اولا ثم نسوق لها عبر الاعلام من توفير للخدمات بكل اشكالها بل وسهولة الوصول اليها وباسعارها المناسبة وشهرة المنطق السياحية بالامن والاستقرار وان ما يتوفر في المناطق السياحية يتوافق مع حوجة السياح وكل هذا لا يأتي الا عن طريق الاعلام وتسلط الضوء على المناطق والمناخ وما هي المحفزات للسياح عندما يأتوا الى المنطقة ، والاهم من هذا الاعراف السائدة في المنطقة حتى نتجنب الصدام ، ولقد راينا دور الاعلام في التأثير على شعوب العالم بنقل الشعارات والثقافات التي صاحبت الاحتجاجات في العالم العربي وكيفية التفاعل معها واصبحت تعرف اقليميا وعالميا وبإذهار قطاع السياحة في السودان ينمو الاقتصاد بصورة مؤثرة على مفاصل الدولة من توفير العملات الصعبة وخلق فرص جديدة من الوظائف لتشغيل أبناء المنطقة بالأخص والخدمات المصاحبة بكل اشكالها وتوفير فرص للعمالة.

أصبحت السياحة الآن تصنع بمفاهيم حديث حتى شملت السياحة العلاجية فيتالي نخرج من الفهم الضيق للسياحة باعتماد السياحة فقط على المواقع الاثرية والمناخ الجميل للأفكار الحديثة في هذا القطاع وهذا لا يتأتى الا لما ما تمتعت به الدول من العائد الكبير المجزى من السياحة والخدمات المردودة منه.

٣:٣ الدراسة الميدانية وتحليل الاستبيان

١/ الإطار الميداني للدراسة

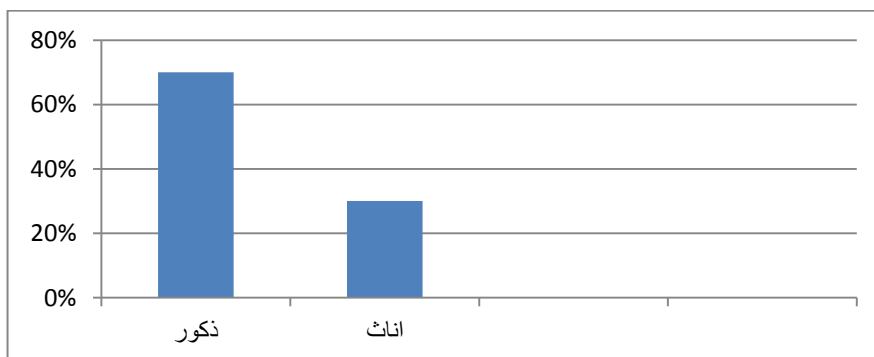
يكثر استخدام الإستبيانات في البحوث التي تتبع المنهج الوصفي، ويعد الإستبيان أداة لفظية تهدف الى التعرف على رأى عينة البحث حول موضوع دور الإعلام في تنمية السياحة في السودان، وفيه مجموعة من الأسئلة توجه الى أفراد العينة، وهم أفراد العينة التي أستخرجها الباحث بغرض التحقق من فرضيات البحث وينتظر من هؤلاء الأفراد أن تكون إجاباتهم واضحة مرتبطة بأهداف البحث حيث تم توجيه جملة من الأسئلة وقد تضمنت ١٢ أسئلة موزعة على ٥٠ استمارة.

٢/ صدق وثبات الإستبيان

تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على خمسة محكمين من أساتذة جامعة الزعيم الازهرى متخصصين في السياحة ومناهج البحث والإعلام والإحصاء، حيث قاموا بإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول فقرات الاستبيان، ومدى تناسب الفقرات مع أهداف الدراسة، وفي ضوء ذلك تم استبعاد بعض الفقرات وتعديل بعضها الآخر ليصبح عدد فقرات الاستبيان (١٢) فقرة.

جدول رقم (١)
النوع لأفراد العينة

النوع	العدد	النسبة
ذكر	٣٥	٧٠%
انثى	١٥	٣٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%



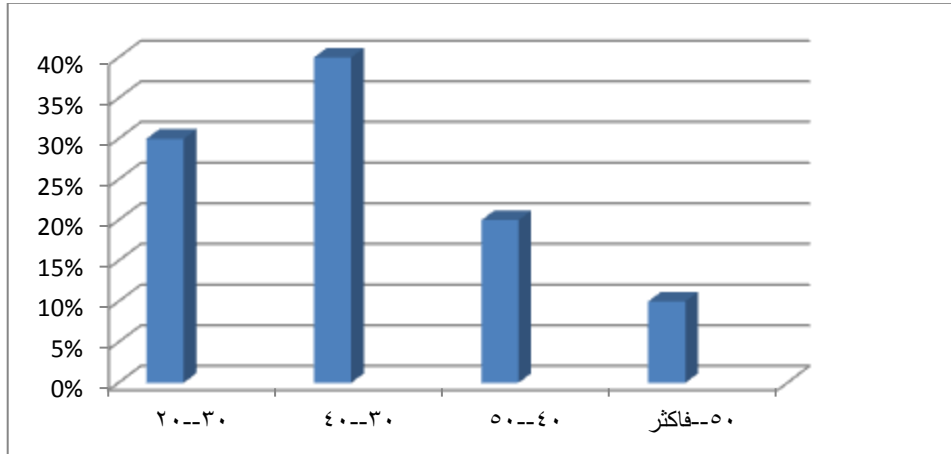
شكل رقم (١)

المصدر : الباحثان من الدراسة الميدانية برنامج Excel

من خلال الجدول رقم (١) والشكل رقم (١) ، إن نوع أفراد عينة البحث كان عدد الذكور ٣٥ ذكر بنسبة ٧٠%، وعدد الإناث ١٥ أنثى بنسبة ٣٠%.

جدول رقم (٢)
الفئة العمرية لأفراد العينة

العمر	العدد	النسبة
٢٠-٣٠ سنة	١٥	٣٠%
٣٠-٤٠ سنة	٢٠	٤٠%
٤٠-٥٠ سنة	١٠	٢٠%
٥٠ سنة فأكثر	٥	١٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%



شكل رقم (٢)

المصدر : الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٢) والشكل رقم (٢) ان النسبة الفئوية العمرية للإفراد عينة البحث كانت على النحو التالي : ٤٠% لفئة ٣٠ - ٤٠ سنة ، و ٣٠% لفئة ٢٠ - ٣٠ سنة و ٢٠% لفئة ٤٠ - ٥٠ سنة و ١٠% لفئة ٥٠ سنة فأكثر.

جدول رقم (٣)

المؤهل الأكاديمي لأفراد العينة

النسبة	العدد	المؤهل الأكاديمي
٤%	٢	دكتوراه
١٠%	٥	ماجستير
٤٦%	٢٣	بكالوريوس
٤٠%	٢٠	طالب جامعي
١٠٠%	٥٠	المجموع



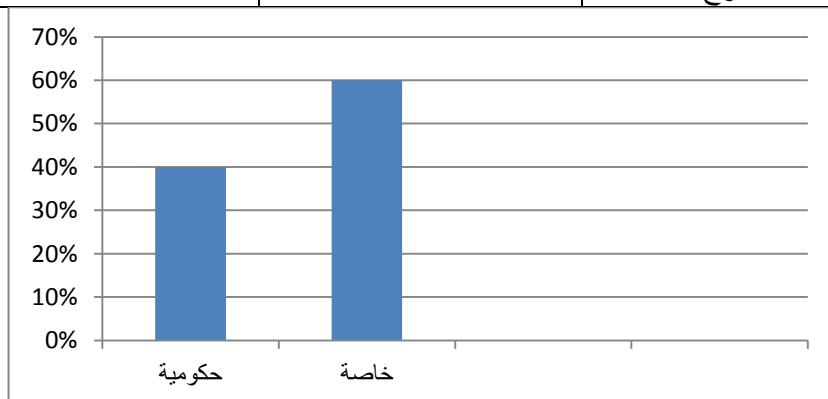
شكل رقم (٣)

المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٣) والشكل رقم (٣) إن المؤهل الأكاديمي لإفراد العينة كانت كالآتي : ٤٠% لفئة الدكتوراه و ١٠% لفئة الماجستير و ٤٦% لفئة البكالوريوس و ٤٠% لفئة طالب جامعي..

جدول رقم (٤)
نوع المنشأة

النسبة	العدد	نوع المنشأة
٤٠%	٢٠	حكومية
٦٠%	٣٠	خاصة
١٠٠%	٥٠	المجموع



شكل رقم (٤)

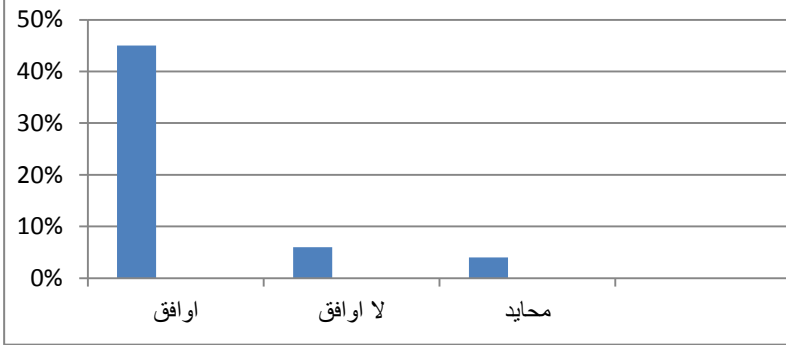
المصدر: الباحثان

يتضح من خلال الجدول رقم (٤) والشكل رقم (٤) أن نوع المنشأة من خلال عينة البحث الأفراد الذين يعملون في القطاع الحكومي ٢٠ شخص بنسبة ٤٠% ، والأفراد الذين يعملون في القطاع الخاص ٣٠ شخص بنسبة ٦٠%.

جدول رقم (٥)

توجد علاقة ذات تأثير ايجابي بين الجوانب المالية وتطوير الإعلام والسياحة في السودان

البيانات	العدد	النسبة
أوافق	٤٥	٩٠%
لا أوافق	٣	٦%
محايد	٢	٤%
المجموع	٥٠	١٠٠%



شكل رقم (٥)

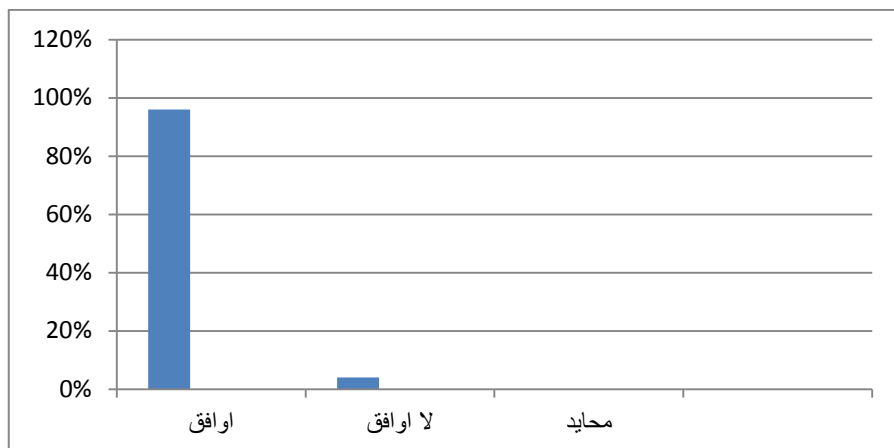
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٥) والشكل رقم (٥) أن عدد أوافق ٤٥ شخص بنسبة ٩٠% ولا أوافق عدد ٣ أشخاص بنسبة ٦% ومحايد عدد شخصان بنسبة ٤%.

جدول رقم (٦)

ضعف الميزانية المخصصة للإعلام المرئي لها اثر في قلة البرامج السياحية

البيانات	العدد	النسبة
أوافق	٤٨	٩٦%
لا أوافق	٢	٤%
محايد	٠	٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%



الشكل رقم (٦)

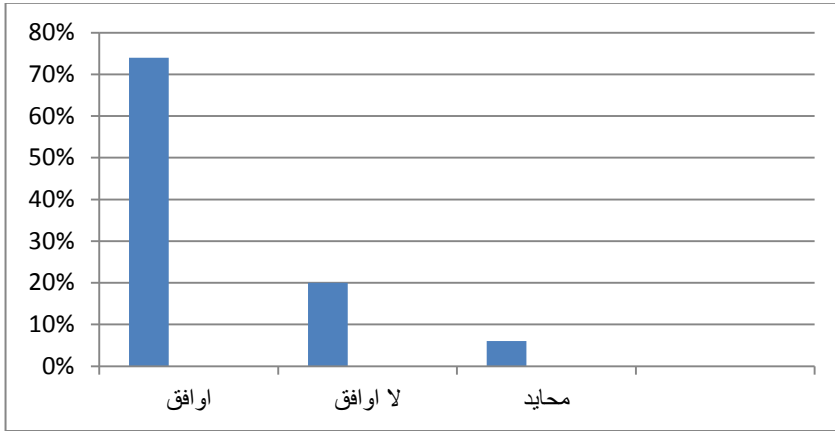
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٦) والشكل رقم (٦) أن الأشخاص الموافقين هم ٤٨ شخص بنسبة ٩٦% ، والأشخاص الذين لا يوافقون شخصان بنسبة ٤% والمحايدون صفر.

جدول رقم (٧)

قلة الكوادر المتخصصة في المجال السياحي لها دور في ضعف الترويج والإعلام عن السياحة في السودان

البيانات	العدد	النسبة
أوافق	٣٧	٧٤%
لا أوافق	١٠	٢٠%
محايد	٣	٦%
المجموع	٥٠	١٠٠%



شكل رقم (٧)

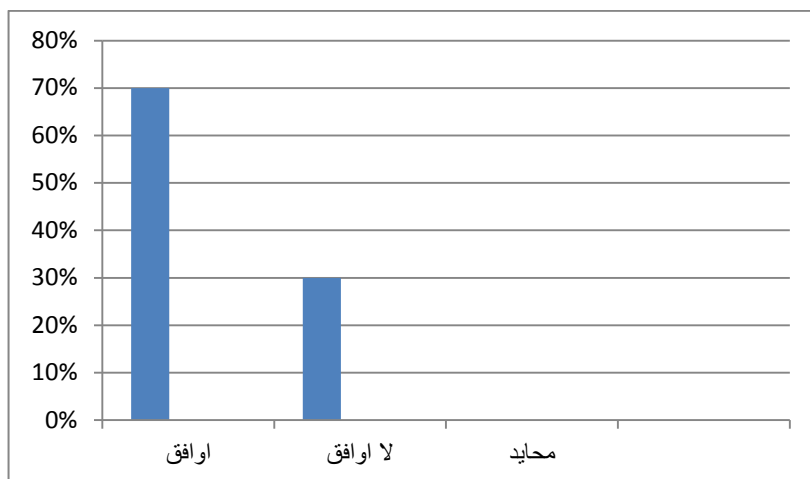
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٧) والشكل (٧) إن عدد الأشخاص الموافقين هم ٣٧ شخص بنسبة ٧٤% والأشخاص الغير موافقين عددهم ١٠ أشخاص بنسبة ٢٠% والمحايدون ٣ أشخاص بنسبة ٦%.

جدول رقم (٨)

السياحة تلعب دور في الدخل القومي للدولة

البيانات	العدد	النسبة
أوافق	٣٥	٧٠%
لا أوافق	١٥	٣٠%
محايد	صفر	صفر
المجموع	٥٠	١٠٠%



شكل رقم (٨)

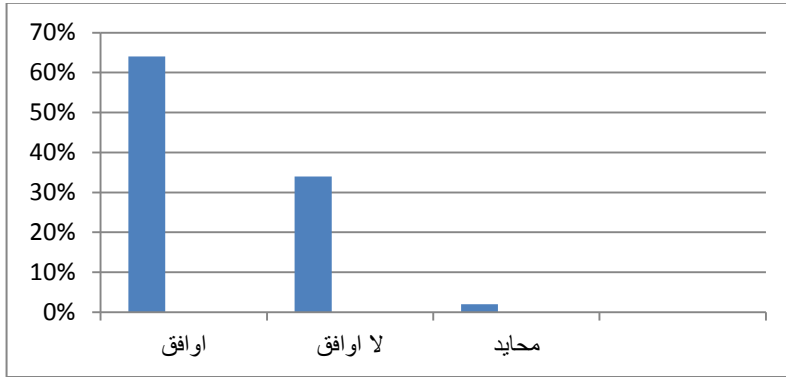
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٨) والشكل رقم (٨) إن الأشخاص الموافقين عددهم ٣٥ بنسبة ٧٠% والغير موافقين ١٥ بنسبة ٣٠% والمحايدون صفر.

جدول رقم (٩)

أن الوسائل الإعلامية المرئية هي الأكثر ترويجا للسياحة في السودان

البيانات	العدد	النسبة
أوافق	٣٢	٦٤%
لا أوافق	١٧	٣٤%
محايد	١	٢%
المجموع	٥٠	١٠٠%



شكل رقم (٩)

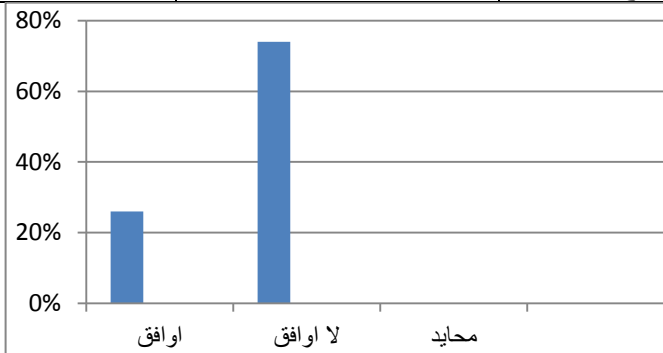
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٩) والشكل رقم (٩) ان الأشخاص الموافقين عددهم ٣٢ بنسبة ٦٤% والغير موافقين ١٧ بنسبة ٣٤% والمحايدون ١ بنسبة ٢%.

جدول رقم (١٠) المصدر الباحثان

إن قناة النيل الأزرق تستخدم وسائل إعلامية حديثة للترويج للسياحة في السودان

البيانات	العدد	النسبة
أوافق	١٣	٢٦%
لا أوافق	٣٧	٧٤%
محايد	صفر	صفر
المجموع	٥٠	١٠٠%



شكل رقم (١٠)

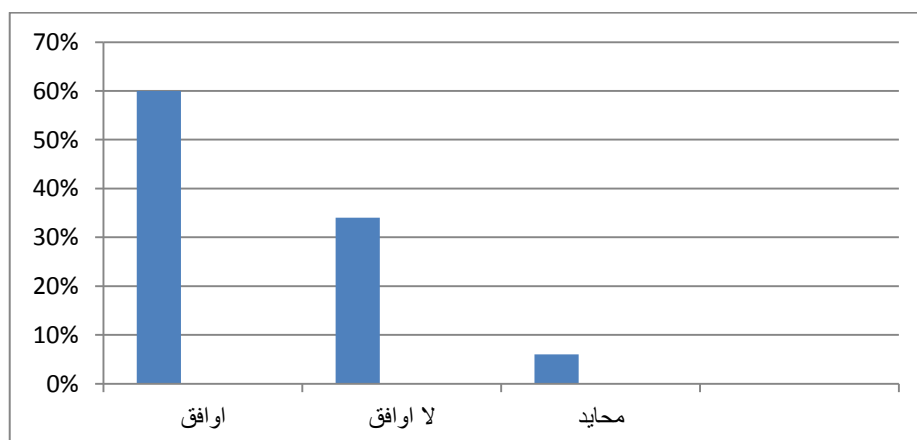
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (١٠) والشكل رقم (١٠) إن الأشخاص الموافقين عددهم ١٣ بنسبة ٢٦% والغير موافقين ٣٧ بنسبة ٧٤% والمحايدون صفر.

جدول رقم (١١)

الاعلام المرئى يساعد على زيادة الوعى السياحى للجمهور فى السودان

البيانات	العدد	النسبة
اوافق	٣٠	٦٠%
لا اوافق	١٧	٣٤%
محايد	٣	٦%
المجموع	٥٠	١٠٠%



شكل رقم (١١)

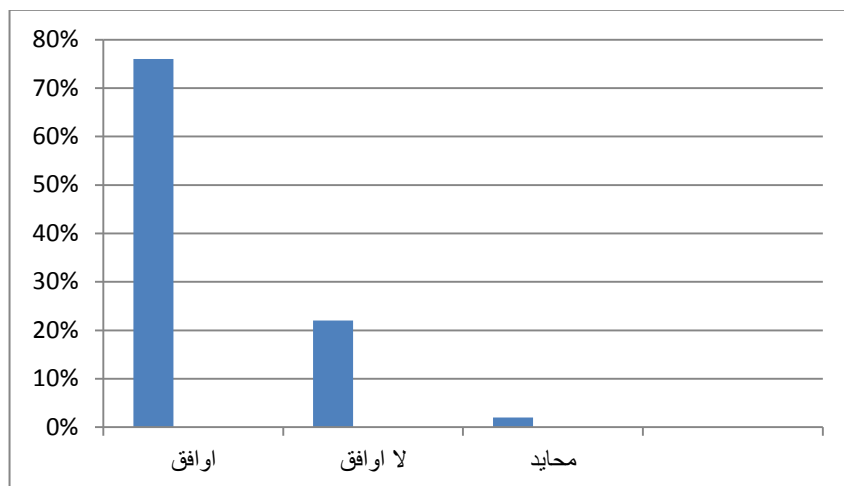
المصدر الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (١١) والشكل رقم (١١) إن الأشخاص الموافقين عددهم ٣٠ بنسبة ٦٠% والغير موافقين ١٧ بنسبة ٣٤% والمحايدون عددهم ٣ بنسبة ٦%.

جدول رقم (١٢)

قناة النيل الأزرق عموما فى نشاطها الاعلامى تستهدف السياحة بشكل كبير

البيانات	العدد	النسبة
أوافق	٣٨	٧٦%
لا أوافق	١١	٢٢%
محايد	١	٢%
المجموع	٥٠	١٠٠%



شكل رقم (١٢)

المصدر الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (١٢) والشكل رقم (١٢) إن الأشخاص الموافقين عددهم ٣٨ بنسبة ٧٦% والغير موافقين ١١ بنسبة ٢٢% والمحايدون ١ بنسبة ٢%.

الخاتمة

السياحة قاطرة التنمية الاقتصادية التي تحقق صادرات غير منظورة وهي التي ترفد الاقتصاد الوطني بالعملات الصعبة وزيادة دخل الفرد وتنمية المجتمعات المحلية. إن للإعلام دور فعال في تنمية السياحة بنشر الوعي السياحي في المجتمع ونشر التوعية السياحية من عمل البرامج والنشرات السياحية وتنشيط السياحة الداخلية بعكس المعالم والمقومات السياحية بالإضافة الى المساعدة بالمحافظة على المواقع السياحية من التدهور.

يزخر السودان بمقومات سياحية هائلة ابتداء بالموقع الجغرافي والمناخ المتنوع والحضارات والمواقع الأثرية المتعددة الحقب التاريخية، التي إذا أحسن استغلالها واستثمارها على أسس علمية مدروسة أن تساعد في إقالة السودان من دائرة الفقر وعثرة التنمية.

النتائج

١/ هناك ضعف في الميزانية المخصصة للإعلام بصورة عامة والمرئي بصورة خاصة، بناء على تحليل المعلومات من الاستبيان.

٢/ من خلال الاستبيان نجد الجوانب المادية لها تأثير إيجابي في تطوير الاعلام في السودان والترويج للسياحة ايضاً.

٣/ توجد قلة كوادر مؤهلة ومتخصصة في الاعلام السياحي .
 ٤/ نلاحظ من خلال نتائج الاستبيان ان السياحة في السودان تلعب دورا اساسيا في زيادة الدخل الشخصي والقومي.
 ٥/ من خلال تحليل الاستبيان نجد الوسائل الاعلامية بانواعها المختلفة لها دور اساسي في الترويج للسياحة في السودان، وبالاخص الاعلام المرئي.
 ٦/ من خلال نتائج الاستبيان نلاحظ ان زيادة الوعي السياحي لدى الجمهور في السودان كان بسبب الاعلام .

التوصيات

١/ الإنتاج الاعلامي للمواد التسجيلية بين إدارات الإعلام بأنواعها المختلفة ووزارة السياحة على شكل أفلام تلفزيونية وأقراص مضغوطة ونشرات صحفية ومطبقات للتعريف والترويج بالمقومات والمواقع السياحية في السودان.
 ٢/ إنشاء قناة خاصة بالسياحة في السودان من اجل نشر المعلومات المتعلقة بالسياحة والثقافة السياحية والتعريف بموارد السودان وثرواته السياحية .
 ٣/ تهيئة المناخ المناسب من قبل وزارة السياحة للقنوات الفضائية للترويج للسياحة في السودان وعرض هذه المواد الاعلامية للسفارات السودانية بالخارج والقنوات الأجنبية حتى يرى العالم الخارجي مقوماتنا وإمكانياتنا السياحية.
 ٤/ تطوير التعليم الجامعي الخاص بالسياحة والإعلام ورفع الوعي بالفرص والتحديات التي ينطوي عليها قطاع السياحة والإعلام وينبغي أنشئ يصاحب ذلك استغلال فعال لوسائل الإعلام في الترويج للسياحة .
 ٥/ تشجيع الدراسات والأبحاث المتعلقة بالسياحة والإعلام مع التركيز على إعداد وتجهيز المصادر الإحصائية القومية والإقليمية المتعلقة بأنشطة السياحة والإعلام السياحي، التي تمثل حجر الأساس للأبحاث الجادة والسياسات الموضوعية وكلاهما ركيزتان مؤثرتان في مجال تعزيز التنمية السياحية في السودان.
 ٦/ تنظيم وإدارة كافة العناصر التي تتألف منها صناعة السياحة بأسلوب علمي يكفل في النهاية ازدهار أنشطتها وتوسيع مجال المستفيدين بها، أي تشجيع وسائل الإعلام المختلفة بالاهتمام بالسياحة والمقومات السياحية ونشر ثقافة السياحة بين المجتمع.
 ٧/ توفير ودعم البرامج التدريبية الخاصة بالسياحة والإعلام ،مع توفير الدعم المالي والفني للمؤسسات الإعلامية الوطنية حتى تلعب دورا أساسيا في تنمية السياحة في السياحة.

قائمة المراجع

- ١/ الريشاوى، يحيى، ٢٠٠٧م، الهيمنة الإعلامية فى ظل العولمة، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر، بيروت.
 - ٢/ بن منظور، محمد، دت، لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، ط١، جزء ١٢، بيروت.
 - ٣/ بظاظو، ابراهيم خليل، ٢٠١٠م، الجغرافيا السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، ط١، عمان، الأردن
 - ٤/ جاسم، منذر صالح، ٢٠١٣م، دور وسائل الإعلام فى صنع القرار، بحث منشور، دار الحامد للطباعة والنشر، الاردن.
 - ٥/ جيهان رشتى احمد، ١٩٧٨م، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة.
 - ٦/ حسن، سمير على، ٢٠١٠م، تضاريس السودان، جامعة الخرطوم للطباعة والنشر، السودان.
 - ٧/ زلطة، عبدالله، ٢٠٠١م، الإعلام الدولى فى العصر الحديث، دار النشر الجامعي، القاهرة.
 - ٨/ سعيد، محمد حسن، ٢٠١٣م، السياحة فى السودان، شركة مطابع السودان للعملة للطباعة، الخرطوم
 - ٩/ طالب، هادي طالب، ٢٠١٥م، مقومات التنمية السياحية ومؤشرات تطورها فى محافظة بابل، الجامعة المستنصرية، بغداد.
 - ١٠/ عارف، مجيد حميد، ٢٠١٥م، أنثروبولوجيا الاتصال، جامعة بغداد للطباعة والنشر، العراق.
 - ١١/ غنيم، ٢٠١٠م، التنمية المستدامة، فلسفتها، وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط١، عمان، الأردن
 - ١٢/ ماكنتنوش، روبرت ماكنتنوش، ٢٠٠٢م، بانوراما الحياة السياحية، المجلس الأعلى للثقافة، ترجمة عطية محمد شحاتة، ط١، ج٧، القاهرة .
- ### النشرات والدوريات
- ١/ نشرة عن مكتب الإحصاء والسكان، ٢٠٢٠م، السودان، الخرطوم
 - ٢/ نشرة عن وزارة النفط، ٢٠٢٠م، السودان، الخرطوم
 - ٣/ نشرة عن قناة النيل الأزرق الفضائية، السودان، ٢٠٢٠م، الخرطوم
 - ٤/ وزارة السياحة والآثار والحياة البرية، ٢٠١٩م، دليل السودان السياحي، الخرطوم
 - ٥/ وزارة الإعلام، ٢٠١١م، السودان ارض الفرص حقائق وارقام، الخرطوم
 - ٦/ نشرة عن وزارة الاعلام، السودان، ٢٠٢٠م، الخرطوم

المهارات التكنولوجية لموظفي العلاقات العامة في ضوء التحول نحو اقتصاد المعرفة - دراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة

اعداد

د. مثاني حسن أبشر

جامعة العلوم الحديثة - دبي

Doi: 10.12816/jacc.2020.73405

القبول : ٢٠٢٠ / ٢ / ١٢

الاستلام : ٢٠٢٠ / ١ / ٢٠

المستخلص:

يعيش العالم اليوم في عصر المعلومات، هذا العصر الذي يعتمد بشكل أساسي على الإنتاج والانتشار السريع للمعلومات وقد انعكس ذلك على ميدان الاتصال والمعلومات والذي استطاع أن يستثمر هذا التطور والتسارع في إنتاج المعلومات وإرسالها بشكل أفضل من ذي قبل وتوظيف كافة التقنيات والتكنولوجيا الحديثة والاستفادة من قدراتها التفاعلية وسرعتها للوصول إلى جمهورها المستهدف . وقد كان لهذا التطور والانتشار السريع للمعلومات والرسالة الإعلامية أن يرتبط بقدرات ومهارات العاملين في هذا المجال (خاصة في مجال العلاقات العامة) وذلك لتوظيف مهاراتهم الإبداعية في ممارسة جميع أنشطتهم باستثمار هذه التكنولوجيا، حيث أصبح الاهتمام بتطوير وتنمية مهارات العاملين من أهم الأمور التي تضعها الإدارات الناجحة في خططها الاستراتيجية وذلك لزيادة الإنتاج ونجاح المؤسسات . هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على مدى إجادة موظفي العلاقات العامة لمهارة التعامل مع التكنولوجيا الحديثة (في بعض المؤسسات داخل دولة الإمارات) باعتبار أن دولة الإمارات العربية المتحدة من الدول الرائدة في ادخال نظام الحكومة الإلكترونية في جميع مؤسساتها ، وتهدف لتطوير اقتصاد معرفي متنوع مرن تقوده كفاءات ماهرة وتعززه أفضل الخبرات بالاعتماد على موظفين يتميزون بالمعرفة والإبداع. تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي كما تعتمد على الاستبيان كأداة للدراسة ولجمع المعلومات من بعض العاملين في إدارات العلاقات العامة (عينة الدراسة).

الكلمات المفتاحية : العلاقات العامة. اقتصاد المعرفة . مجتمع المعرفة .

Abstract:

The world lives the information age today, this age depends basically on production and fast spread of information and this affects the field of communication and information which was able to use this development in producing information and sending it in a better way than before also in employing all techniques and modern technologies and using its interactive abilities and speed to reach the target audience. This development and fast spread of information and the media message was able to communicate with the abilities and skills of employees in this field (especially in public relations) to employ their creative skills in practicing all their activities in using this technology. Taking care of improving and developing the skills of the employees has become one of the most important things that successful managements consider in their strategic plans to increase production and for the success of organizations. This study aims to identify the proficiency of public relations employees in the skill of dealing with modern technology (in some organizations in UAE) since United Arab Emirates is one of the leading countries in having the electronic government in all its institutions, it also aims to develop a flexible and various knowledge economy system led by skillful competencies and reinforced by the best experiences depending on employees with knowledge and creativity. This study uses the descriptive method and also depends on the questionnaire as a study tool and to gather information from some employees in public relations (Study sample).

Key words: Public relations. Knowledge economy . Knowledge society

مقدمة :

يعيش العالم اليوم في عصر المعلومات، هذا العصر الذي يعتمد بشكل أساسي على الإنتاج والانتشار السريع للمعلومات وقد انعكس ذلك على ميدان الاتصال والمعلومات والذي استطاع أن يستثمر هذا التطور والتسارع في إنتاج المعلومات

وإرسالها بشكل أسرع وأفضل من ذي قبل وتوظيف كافة التقنيات والتكنولوجيا الحديثة والاستفادة من قدراتها التفاعلية وسرعتها للوصول إلى جمهورها المستهدف . وقد كان لهذا التطور والانتشار السريع للمعلومات والرسالة الإعلامية أن يرتبط بقدرات ومهارات العاملين في هذا المجال (خاصة في مجال العلاقات العامة) وذلك لتوظيف مهاراتهم الإبداعية في ممارسة جميع أنشطتهم باستثمار هذه التكنولوجيا الحديثة. حيث أصبح الاهتمام بتطوير وتنمية مهارات العاملين من أهم الأمور التي تضعها الإدارات الناجحة في خططها الاستراتيجية وذلك لزيادة الإنتاج ونجاح المؤسسات .

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة

مشكلة الدراسة :

شملت العالم في العصر الحالي ثورة في مجال المعلومات نتج عنه ما يسمى بتكنولوجيا الاتصال والإعلام أو ثورة المعلومات والتي ساهمت في نمو وتطور الكثير من المجتمعات وقد كان لظهور الإنترنت الدور الرئيس في نشوء المجتمعات الجديدة التي تعتمد بشكل أساسي على المعلومات وسرعة تداولها بل أصبح يطلق على هذه المجتمعات (مجتمع المعرفة) أو (المجتمعات الذكية) . وقد انعكس التطور التكنولوجي والتقني في مجال الاتصال على أداء العاملين في هذا الحقل لا سيما العاملين في إدارات العلاقات العامة حيث تم إدخال مفاهيم وآليات جديدة كان لها أثر كبير وواضح في تطور هذه الإدارات بحيث استطاعت الاستفادة من هذه التقنيات لتطوير وظائفها لمواكبة مجتمع المعرفة القائم على جمع عدد هائل من البيانات وتصنيفها، وتخزينها واسترجاعها، وبثها لأكثر عدد من الأفراد، وفي أقل وقت وبأقل جهد . وقد تلخصت مشكلة الدراسة في التعرف على : مدى اجادة موظفي العلاقات العامة لمهارات التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والتقنيات الحديثة في ضوء التحول نحو اقتصاد المعرفة؟

أهداف الدراسة :

تشير أهداف الدراسة إلى الأغراض و النتائج التي يسعى الباحث للوصول إليها من خلال إجراء الدراسة و هي تمثل معياراً أساسياً يقيس به القارئ مدى أهمية هذه الدراسة و يتأكد من حجم الإنجاز المتحقق من خلال مقارنتها بما تم التوصل إليه بالفعل. (١) وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستويات استخدام موظفي العلاقات العامة للتكنولوجيا الحديثة في ضوء التحول نحو اقتصاد المعرفة (في بعض المؤسسات داخل دولة الإمارات) باعتبار أن دولة الإمارات العربية المتحدة من الدول الرائدة في إدخال نظام الحكومة الإلكترونية في مؤسساتها الحكومية والخاصة ، وتهدف لتطوير اقتصاد معرفي متنوع مرن تقوده كفاءات ماهرة وتعززه أفضل الخبرات بالاعتماد على موظفين يتميزون بالمعرفة والإبداع. لذلك كان الهدف معرفة إلى أى مدى استطاعت إدارات العلاقات العامة توظيف هذه التكنولوجيا في أداء مهامها بما يتوافق مع ما رفعته الدولة

من شعار التحول نحو الحكومة الذكية والوقوف على تطبيقاتها في مجال العلاقات العامة ومعرفة العوامل المؤثرة على استخدام ممارسي العلاقات العامة لهذه التكنولوجيا .
أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في التعرف على مفهوم مصطلح اقتصاد المعرفة ، ودور التكنولوجيا الحديثة في تطوير أداء وأنشطة العلاقات العامة في بعض المؤسسات (عينة الدراسة) ومدى تأهيل موظف العلاقات العامة وتدريبه على بعض المهارات التي تساعد على قيام بدوره في ممارسة جميع مهامه ومدى اعتماد أجهزة العلاقات العامة على التقنيات الحديثة في أداء وظائفها ، إذ أصبح واضحاً اهتمام المؤسسات على اختلافها بالتقدم والتطور في مجال تقنيات الاتصال بحيث تعمل على تحقيق أهدافها وتساعد على ازدهارها وتطورها . كذلك تأتي الأهمية في إثراء المعرفة العلمية والاستفادة من نتائج الدراسة وتعميمها.

تساؤلات الدراسة:

تم وضع مجموعة من التساؤلات بحيث تحقق أهداف الدراسة ونحاول من خلال الدراسة الإجابة عليها وتتلخص فيما يلي :

- ما مفهوم اقتصاد المعرفة و مجتمع المعرفة أو المعلومات ؟
- ما خصائص اقتصاد المعرفة؟
- ما دوره في تحقيق التطور في أداء إدارات العلاقات العامة (الإيجابيات) ؟
- ما المهارات المهنية والتكنولوجية التي يجب أن يتصف بها ممارسي العلاقات العامة ؟
- ما أسباب ودوافع استخدام ممارسي العلاقات العامة للتكنولوجيا الحديثة ؟
- إلى أي مدى نجحت إدارات العلاقات العامة في تطبيق هذه التقنيات في أنشطتها ؟

مصطلحات الدراسة :

اقتصاد المعرفة . هو فرع من فروع علوم الاقتصاد الحديثة ، يركز على فهم جديد وعميق لدور كل من المعرفة ورأس المال البشري في تحقيق تقدم وتطور اقتصادي وزيادة الرفاهية والاستقرار والتقدم للمجتمع.^(٢)

مجتمع المعرفة أو مجتمع المعلومات : هو ذلك المجتمع الذي يحسن استعمال المعرفة في تسيير أموره و اتخاذ القرارات السليمة ، والذي ينتج و يستهلك و يوظف المعلومة لمعرفة خلفيات وخفايا وأبعاد الأمور بمختلف جوانبها و أنواعها، وهو اليوم أساس التنمية البشرية إذ وفر اشتراطات ثورة المعلوماتية بكل أبعادها الاجتماعية و السياسية و الثقافية و الاقتصادية.^(٣) وهو المجتمع الذي يقوم على نشر المعرفة وإنتاجها، وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات ،النشاط المجتمعي، وصولاً لترقية الحالة الانسانية ، أي إقامة التنمية الإنسانية وبلغة الاقتصاد، يُنظر إلى ذلك المجتمع الحديث من زاوية ما

يدعى باقتصاد المعرفة والذي يعبر في محتواه عن ذلك الاقتصاد المبني بشكل مباشر على إنتاج ونشر واستخدام المعارف والمعلومات.^(٤)

العلاقات العامة : هي فن أو علم إقامة وتعزيز العلاقات الملائمة مع الجمهور، و العملية أو المهنة التي يسعى من خلالها الفرد أو المنظمة إلى خلق صورة إيجابية للأفراد أو المنظمات أو المنتجات أو الخدمات. من خلال الأساليب والأنشطة المختلفة.^(٥) أسفل في المراجع بالأحمر رقم ١٠

العلاقات العامة الرقمية : تعني قيام إدارات العلاقات العامة بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ أنشطتها لتحقيق أهدافها.^(٦)

تحديد الإطار الزمني للدراسة :-

وهي المدة الزمنية التي استغرقتها الدراسة بداية من تحديد مشكلته واختيار العينة وأدوات جمع البيانات، وإنهاءً باستخلاص النتائج والتوصيات. وقد استغرقت الدراسة الفترة من ديسمبر ٢٠١٩ - فبراير ٢٠٢٠ م.

تحديد الإطار المكاني (الجغرافي) للدراسة :-

يقصد بالإطار المكاني للدراسة المنطقة الجغرافية أو المكان الذي يتم فيه إجراء الدراسة وعليه فقد تم اختيار دولة الإمارات العربية المتحدة لإجراء هذه الدراسة .

منهج الدراسة:

تنتهي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تقوم على وصف الظاهرة للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج وتعميمها.^(٧) كما تقوم البحوث الوصفية على أسلوب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فتره أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.^(٨)

أدوات جمع البيانات :

تعد عملية جمع البيانات من أهم المراحل لأي بحث علمي ، وعلى قدرتها فإنها أو شمولها ودقتها تتوقف أهمية النتائج التي يتوصل لها في ضوء البحث ، ومن ثم صحة القرارات المبينة عليها،^(٩)

وقد اعتمدت الباحثة على مجموعة من الأدوات لجمع المعلومات مثل:-

المصادر المكتوبة لجمع المادة النظرية للدراسة وتتمثل في الكتب المنشورة والدوريات والتقارير والقواميس ودوائر المعارف والرسائل الجامعية..... الخ وذلك من خلال تدوين وتنظيم البيانات الخاصة بموضوع الدراسة.

كما اعتمدت الباحثة على إستمارة الإستبيان لجمع البيانات الأولية أو الأساسية أو المباشرة من عينة الدراسة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً بهدف التعرف على حقائق معينة من المبحوثين، و اختيار الباحثة لاستمارة

الاستبيان فرضته طبيعة الدراسة ، وتم اختيار الاستبانة المغلقة التي تتطلب من أفراد العينة اختيار الاجابات المناسبة وإعطاء وجهة نظرهم من بين الاجابات المعطاة،^(١٠) وذلك عن طريق الاستبيان الإلكتروني (Online Questionnaire) وهي وسيلة دقيقة وأكثر سهولة و سرعة في تعبئة الاستبانة وتقييم المعلومات الخاصة بمجتمع الدراسة، وأكثر سهولة وسرعة في الحصول على النتيجة. كما يتميز بأن المبحوث يقدم معلومات صادقة ، حيث يتم إعطاء المبحوث الثقة وعدم الكشف عن هويته، من خلال تطبيق ذلك على عينة مختارة من بعض العاملين بإدارات العلاقات العامة (عينة الدراسة). وقد أتبعت الباحثة مجموعة من الخطوات المنهجية للوصول بالاستبيان إلى الإطار السليم وذلك من خلال تحديد مجتمع البحث ونوع المعلومات التي تهدف الحصول عليها.

مجتمع وعينة الدراسة :

يقصد بالمجتمع جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث والدراسة.^(١١) وهو مجموعة من الوحدات المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على المعلومات،^(١٢) و تتخذ الدراسة من بعض المؤسسات داخل دولة الإمارات العربية مجتمعاً لإجراء الدراسة . ويمثل العاملين في إدارات العلاقات العامة في هذه المؤسسات عينة لتطبيق الدراسة. وفي هذه الدراسة تم اختيار العينة الشبكية أو ما يطلق عليها العينة المتكاثرة أو المتضاعفة (Snow Balling) أو عينة كرة الثلج وهي العينة التي تبدأ بمفردة ذات خصائص معينة تتولى كل منها الاتصال بعدد آخر من نفس الفئة أو الخصائص الفئوية على أن يصل الباحث إلى العدد المستهدف.^(١٣) وقد بلغ عدد أفراد العينة التي استجابت للدراسة (٢٦٠) مفردة.

الدراسات السابقة :

لبلورة مشكلة البحث وتحديد منهجه وأدواته يعتمد الباحث لمراجعة الأدبيات و الدراسات السابقة ذات الصلة بمشكلة الدراسة (العربية والأجنبية)، لذلك أطلعت الباحثة على عدد من هذه الدراسات نوردتها فيما يلي :

أولاً. الدراسات العربية :-

١- هدفت دراسة ، المدرع ، (٢٠١٠) ، إلى التعرف على استخدام تكنولوجيا الأداء البشري كمدخل إداري لتنمية القيادات الأكاديمية بالجامعات السعودية في إطار الاقتصاد المعرفي. واتبعت الدراسة المنهج المسحي المقارن والمنهج الوصفي المسحي ، ولتحقيق أهدافها الكمية استخدمت الاستبانة لجمع المعلومات ، تم اختيار العينة الطبقية العشوائية. ومن أهم النتائج :أن تقديرات أفراد الدراسة ترى أن الوضع المرغوب للقائد الأكاديمي في الجامعات السعودية في ظل اقتصاد المعرفة يحظى بدرجة تتراوح بين العالية والمتوسطة.^(١٤)

٢- أبرزت دراسة، ليلي (٢٠١٣) ، مفهوم أداء الموارد البشرية، و دور التدريب في تحسين أداء الموارد البشرية في ظل اقتصاد المعرفة من خلال التطرق إلى دراسة حالة لإحدى المؤسسات الصناعية الجزائرية وهي مؤسسة الاسمنت بباتنة خلال الفترة (٢٠١١-٢٠١٣). وتم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي باستخدام الأسلوب الوصفي التحليلي، وكذلك منهج دراسة حالة باستخدام أداة المقابلة و الملاحظة المباشرة، توصلت الدراسة إلى اعتماد التدريب كأسلوب لتنمية ورفع كفاءة وخبرة الموارد البشرية.^(١٥)

٣- تسعى دراسة ، الصيفي ، (٢٠١٥) ، إلى التعرف على توظيف ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في المنظمات الحكومية في المملكة العربية السعودية، والعوامل المؤثرة في استخدامهم في ضوء العناصر الخمسة للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات ، وخلصت الدراسة إلى أن ممارسي العلاقات العامة في المنظمات السعودية يتبنون ويقبلون استخدام وتوظيف الإعلام الاجتماعي في أعمال ومهام العلاقات العامة.^(١٦)

٤- تهدف ادراسة ، بوالشعور ، (٢٠١٧) ، إلى إبراز أهمية إدارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية وتبيان الدور الذي يمكن أن يلعبه أخصائي المعلومات في ذلك، تم توظيف المنهج الوصفي التحليلي، واختيار العينة القصدية واستخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات، ومن نتائجها : إن المؤسسة الاقتصادية يمكنها أن تحقق تقدمها من خلال محافظتها على قدرتها التنافسية بكل عناصرها المتكاملة والمتناسقة وعلى رأسها حسن الاستفادة من المعلومات العلمية والتكنولوجية في ظل إرادة ذكية لها.^(١٧)

٥- هدفت دراسة، أنور، (٢٠١٧)، إلى الوقوف على مدى الاشباكات المتحققة نتيجة استخدام العاملين للعلاقات العامة الرقمية في بعض الجامعات العراقية ، وهي دراسة مسحية وقد كشفت النتائج : أن الحاجة والضرورة تتطلب استخدام التقنيات الحديثة في عمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات عينة الدراسة.^(١٨)

٦- تبحث دراسة ، القاضي ، (٢٠١٨) ، الوصفية التحليلية عن ماهية الاتجاهات الحديثة والمستقبلية للتكنولوجيا المتقدمة، وإرهاصات تطبيقاتها في المجتمع والممارسة المهنية لا سيما بيئة العلاقات العامة على المستوى العالمي والإقليمي. وخلصت الدراسة إلى أن مستقبل الإعلام الرقمي وبالأخص العلاقات العامة الرقمية سيشهد تغيراً جذرياً، في البنى التحتية وفي هيكلتها، وفي مفهومها.^(١٩)

٧- رصدت دراسة، موسى ورافع ، (٢٠١٨) ، إمكانية توظيف تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني في المؤسسات الحكومية عن طريق مواقعها الإلكترونية الرسمية ، و أهمية ذلك في ممارسة العلاقات العامة بشكل حديث ومتطور ، مما يؤدي إلى تحقيق أهداف العلاقات العامة ،وهي دراسة وصفية، ومن نتائجها: أن نسبة ٦٣.٦% من المواقع الإلكترونية لعينة الدراسة كانت تحدث معلومات

موقعها بشكل يومي. وأن الاتصال عن طريق البريد الإلكتروني كان متوفراً في معظم عينة الدراسة.^(٢٠)

٨- تعرفت دراسة، دؤاي، وحسين، (٢٠١٨)، بإيجاز على تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحفيز النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية. كما تطرقت الى ماهية الاقتصاد الرقمي، وركائزه ومؤشراته الأساسية وسماته في العراق، ومن ثم التركيز على مجمل المعوقات والتحديات الأساسية التي تواجهه، ووضع الأسس العلمية لتذليل هذه التحديات، وهي دراسة وصفية ومن أبرز نتائجها : ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال فيما يعرف " بتسليع المعلومات" وقد شكل ذلك نواة لما يعرف بالاقتصاد المعرفي.^(٢١)

٩- هدفت دراسة ، الصالحي، (٢٠١٩) ، التحليلية إلى الكشف عن تبني ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي في ممارسة المهنة، ومعرفة العوامل المؤثرة على استخدامهم لها ، وقد توصلت الدراسة إلى تصدر الفيس بوك قائمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل ممارسي العلاقات العامة، كما أشارت النتائج إلى أن متغيري الأداء المتوقع والجهد المتوقع يؤثران بشكل غير مباشر على الاستخدام الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال تعزيزهما للنية السلوكية لاستخدام هذه الشبكات.^(٢٢)

ثانياً. الدراسات الأجنبية :

١- قدمت دراسة، Porter، (٢٠٠٩) ، نظرة مبكرة عن التكنولوجيا والتي يتفق معظم الممارسين على أنها سيكون لها تأثير كبير على العلاقات العامة ، الغرض من الدراسة معرفة استخدام المدونات وارتباطها بوظائف وأدوار ومكانة العلاقات العامة. تم استخدام أسلوب المسح عبر البريد الإلكتروني لمجموعة من محترفي وممارسي العلاقات العامة في الولايات المتحدة. وقد كان من نتائج الدراسة : أن ممارسي العلاقات العامة يستخدمون المدونات على المستوى المهني بمستويات منخفضة.^(٢٣)

٢- تقول دراسة ، Waters & Others، (٢٠١٠) ، مع تغير البيئة الإعلامية والتطور عبر الإنترنت ، تتحول استراتيجيات العلاقات التقليدية للعلاقات مع وسائل الإعلام إلى ممارسات أكثر ملاءمة لبيئة وسائط التواصل الاجتماعي. استخدمت الدراسة تحليل المحتوى ، وكشف التحليل أن المنافذ الإخبارية التقليدية تستخدم في كثير من الأحيان تطبيق تويتر لإيصال الرسائل.^(٢٤)

٣- حاولت دراسة، Smith، (٢٠١٠)، التعرف على مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصالات ومواقع التواصل الاجتماعي، وما دواعي الاستخدام وما نتائج ذلك على المهنة ؟. وذلك من خلال تحليل نوعي للممارسين وبعض المشاركات على تويتر ، وقد أظهرت النتائج : أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تعمل على

تحقق أهداف العلاقات العامة وذلك لتوفير التفاعل عبر الإنترنت والوصول إلى الجمهور المستهدف.^(٢٥)

٤- استهدفت دراسة، Jun، (٢٠١١)، وصف وتحليل الجهود الاتصالية والنشاطات التي يقوم بها العاملون في إدارات العلاقات العامة عبر مواقعهم الإلكترونية لبناء وصيانة العلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي ومع وسائل الإعلام . وتشير نتائج الدراسة : إلى فشل العديد من هذه الشركات في تحديد جمهورها الرئيسي وتوفير مساحة الاتصالات التي تستهدف كل مجموعة ، كما كانت محاولات تبادل الرسائل بشكل تفاعلي مع الجمهور محدودة.^(٢٦)

٥- تبحث دراسة ، Alilikil ، Atabek ، (٢٠١٢) ، في كيفية توظيف واستخدام وتبني ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي مع الجمهور الداخلي والخارجي وتطبيق مبدأ الاتصال ذو الاتجاهين والاتصال مباشرة مع الجمهور من خلال منظور نموذج UTAUT . استخدمت الدراسة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات من العينة (المتخصصين في العلاقات العامة). وتكشف النتائج أن ممارسي العلاقات العامة يقدرون أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة الحديثة، إلا أنه لا يتم اعتماد جميع وسائل التواصل الاجتماعي بنفس الدرجة (البريد الإلكتروني هو الأكثر استخداماً).^(٢٧)

٦- ركزت دراسة ، Verhoeven، K، & others، (٢٠١٢)، المسحية على التعرف على الآثار الايجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال استقصاء آراء عينة من ممارسي العلاقات العامة ، كما هدفت الدراسة التعرف على أكثر أدوات ومواقع التواصل الاجتماعي استخداماً ومن المسؤول عن إدارة هذه المواقع؟ ، توصلت الدراسة إلى أن منتديات الإنترنت هي أكثر أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية استخداماً ، وأن إدارة العلاقات العامة هي المسؤولة عن إدارة هذه المواقع.^(٢٨)

٧- تشير دراسة ، Paul، Nicole، (٢٠١٥) ، إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد أصبحت سائدة في ممارسة العلاقات العامة. حيث تشير البحوث إلى أن ممارسي المهنة من الشباب هم غالباً الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد. استخدمت هذه الدراسة المقابلة لجمع البيانات ، وكشفت نتائج التحليل عن دور كل من الإرشاد في التطوير المهني ، والسمات الشخصية في التأثير على الأداء الوظيفي ، كما أقر العديد من المشاركين بأنهم استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الرسائل في اتجاه واحد ، رغم أنهم أدركوا أن هذا قد لا يكون أفضل استخدام لمثل هذه المنصات.^(٢٩)

٨- تحلل دراسة ، Wolf، Archer، (٢٠١٨)، الاستكشافية آراء ومواقف المهنيين والمتخصصين في العلاقات العامة تجاه الاتصالات الرقمية، تستند هذه الدراسة على أسلوب المقابلة لجمع البيانات، ومن نتائجها: أن الأدوات والمنصات الرقمية هي مجرد

امتداد لمجموعة أدوات العلاقات العامة. ومع ذلك فإن العلاقات العامة تتبنى بشكل متزايد الإعلانات، وقد ابتعدت عن أعمالها الأساسية المتمثلة في تطوير العلاقات الاستراتيجية وتحسين الصورة الذهنية⁽³⁰⁾.

٩- تحاول دراسة Cardon ، Verheyden (٢٠١٨) ، الوقوف على استخدام البرامج الاجتماعية للاتصال ثنائي الاتجاه في المنظمات وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع ممارسي العلاقات العامة المسؤولين عن الاتصال مع الجمهور الداخلي في عدد من المنظمات تطبيقاً لنظرية (حراسة البوابة). تشير نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة توفر المزيد من الاتصالات الداخلية في الاتجاهين وأن ممارسي العلاقات العامة يميلون إلى عرض البرامج الاجتماعية بشكل إيجابي.^(٣١)

١٠- سلطت دراسة، Swiatek ، Gallowa ، (٢٠١٨) ، الضوء على موضوع العلاقة المتنامية بين الذكاء الاصطناعي والعلاقات العامة، وتنتظر في الآثار المترتبة على ممارسي العلاقات العامة والجمهور والمنظمات في ظل هذه العلاقة وذلك من خلال السؤال حول مدى تنوع واستخدامات الذكاء الاصطناعي في ممارسة العلاقات العامة؟ من أبرز نتائجها : تقوم المنظمات بكافة أنواعها ، بالإضافة إلى قسم العلاقات العامة التابعة لها ، بمشاركة الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد لتعزيز قدراتها ولكن من السابق لأوانه تشكيل استنتاجات مؤكدة حول تأثيرات الذكاء الاصطناعي.^(٣٢)

التعليق على الدراسات السابقة:

من حيث الموضوع: تناولت الدراسات السابقة مجموعة من المواضيع التي تتفق مع موضوع الدراسة الحالية سواءً من حيث استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في أداء مهام العلاقات العامة وأثر التكنولوجيا واستخدام الإنترنت في ممارسة العلاقات العامة، كما تناول البعض منها موضوع الذكاء الاصطناعي واقتصاد المعرفة .

من حيث المنهج : تعددت المناهج التي تم الاعتماد عليها من منهج وصفي واستقرائي تحليلي ومقارن وتاريخي ومنهج دراسة الحالة والمنهج التجريبي والاستقصائي .

من حيث الأدوات والعينات: اعتمدت الدراسات السابقة على مجموعة من الأدوات منها صحيفة الاستبيان والمقابلة والملاحظة وتحليل محتوى المواقع كأداة لجمع البيانات. وقد تعددت المؤسسات التي تناولتها الدراسات السابقة من مؤسسات حكومية، وغير حكومية وشبه حكومية ، ربحية أو خدمية (شركات ومنظمات). كما تعددت الدول التي أجريت فيها الدراسات. بينما تناولت هذه الدراسة دولة الإمارات العربية المتحدة لاجراء الدراسة.

الاستفادة من الدراسات السابقة: تم الاستفادة من الاطلاع على الدراسات السابقة في بلورة وتحديد المشكلة البحثية ، ومعرفة أهم المراجع والمصادر التي يمكن الرجوع إليها فيما يتعلق بموضوع الدراسة ، واختيار المنهج المناسب للدراسة.

المحور الثاني : الإطار النظري للدراسة

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا: UTAUT

The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

تعتمد هذه الدراسة على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT، التي تم تطويرها عام ٢٠٠٣ من قبل الباحث (فينكاتش Venkatesh) وزملاءه والتي تعود جذورها إلى نماذج ونظريات سابقة في مجال استخدام التكنولوجيا، وهي محاولة لتوحيد هذه النماذج والنظريات في نظرية موحدة تساهم في توضيح المتغيرات التي تؤثر على استخدام المهنيين للتكنولوجيا في مجال العمل. وقد ناقش فينكاتش وزملاءه ثمانية نماذج ونظريات ذات صلة وثيقة بقبول واستخدام التكنولوجيا وتم إجراء مقارنة بين أوجه التشابه والاختلاف في تلك النماذج والنظريات وخلصوا إلى صياغة نظرية تفسر العوامل المؤثرة على نية وسلوك استخدام التكنولوجيا أطلقوا عليها (النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا) وتدعم هذه النظرية "نموذج قبول التكنولوجيا"، (Technology Acceptance Model TAM) الذي ابتكر عام ١٩٨٩، وهو النموذج النظري الأكثر انتشاراً وتطبيقاً في مجال نظم و تكنولوجيا المعلومات وفي مجال سلوك وقبول تكنولوجيا الاتصال، كما يلعب دوراً في فهم العوامل المؤثرة في تبني هذه التكنولوجيا، ويفترض النموذج أن قبول نظم وتكنولوجيا المعلومات من قبل الأفراد أو في أي مؤسسة يتحدد بمتغيرين رئيسيين: المنفعة المتوقعة وسهولة الاستخدام، وأن هذين المتغيرين يتأثران بعوامل عدة خارجية. (٣٣)

هناك نوعان من العوامل في نموذج TAM، هما بمثابة الأساس للعلاقة التي تخص استخدام التكنولوجيا وهما: "نية الاستخدام"، و "السلوك الفعلي أو الاستخدام". وكلاهما مبني على عاملي المنفعة والسهولة المتوقعة. وتشير المنفعة المتوقعة إلى الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدامه للنظام من شأنه أن يحسن الأداء الوظيفي. أما السهولة المتوقعة للاستخدام فتشير إلى الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدامه لنظام معين سيكون خالياً من أي جهد عقلي وتهدف هذه النظرية إلى تفسير نية وسلوك الاستخدام، وتستخدم النظرية النية السلوكية كمؤشر لسلوك استخدام التكنولوجيا، وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، (٣٤) كما إن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام. كما يسعى نموذج UTAUT إلى توضيح ما إذا كانت الاختلافات الفردية (النوع، السن، الخبرة، طوعية الاستخدام) تؤثر على قبول واستخدام التكنولوجيا. وتقترح هذه النظرية وجود أربعة عوامل تؤثر بشكل مباشر على النية السلوكية لقبول واستخدام التكنولوجيا وهي: (٣٥)

١- الأداء المتوقع : ويقصد به الدرجة التي يعتقد فيها الفرد بأن استخدامه للتكنولوجيا سوف يحقق له مكاسب في الأداء الوظيفي.

٢- **الجهد المتوقع** : ويقصد به درجة السهولة المرتبطة باستخدام النظام ويتضمن : **السهولة المدركة**، والتي تشير إلى أى درجة يعتقد فيها المستخدم بأن النظام خال من بذل أي جهد . **والصعوبة** ، والتي تشير إلى أى درجة يتم إدراك النظام على أنه صعب الفهم والاستخدام ، **سهولة الاستخدام** ، وتشير إلى أى درجة استخدام النظام المبتكر سهل الاستخدام .

٣- **التأثيرات الاجتماعية** : ويقصد بها درجة إدراك المستخدم لرغبة الأشخاص المهمين في استخدامه للنظام . (وتشمل الأشخاص الذين يؤثرون على سلوك الفرد ويرغبون في استخدامه للنظام وثقافة الجماعة المرجعية ، وصورة الفرد ومكانته في النظام الاجتماعي نتيجة لاستخدامه للنظام).^(٣٦)

٤- **التسهيلات المتاحة (الظروف المساعدة)** : ويقصد بها الدرجة التي يعتقد فيها الفرد بأن البنية التحتية التقنية والتنظيمية وجدت لتوفر الدعم اللازم لاستخدام النظام وتتضمن (التحكم السلوكي المدرك أي إدراك البنية الداخلية والخارجية المنعكسة على السلوك وتشمل الكفاءة الذاتية ، والتسهيلات المتاحة للتكنولوجيا ، وتسهيلات المصادر ، وتوفير اشخاص للمساعدة ، ووافق بمعنى ملائمة النظام لاحتياجات وخبرة المتبني ولطبيعة العمل).^(٣٧)

الاستفادة من النظرية في الدراسة الحالية :

تم توظيف هذه النظرية للوقوف على مدى إجابة ممارسي العلاقات العامة لمهارات التعامل مع التقنية الحديثة وإمكانية تبني وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بما يؤهلهم للقيام بمهامهم الوظيفية في ظل مجتمع المعرفة أو مجتمع المعلومات، حيث تقترض أن قبول واستخدام التكنولوجيا يرتبط بما سوف يحققه للموظف من مكاسب في الأداء الوظيفي وبدرجة السهولة المرتبطة باستخدامه ، وبما يرتبط برغبة المنظمة نفسها في تطبيق هذه التقنيات الحديثة في أداء المهام وبدوره في النظام الاجتماعي . و الوقوف على العوامل التي تؤثر على ممارسي العلاقات العامة لتطبيق هذه التقنيات الحديثة ومدى إمتلاكهم للكفاءة والمهارات الذاتية، لتطبيقها في ضوء العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على النية السلوكية لقبول واستخدام التكنولوجيا .

تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات:

شهد العالم في أواخر القرن العشرين وبداية القرن الحالي تحولاً تكنولوجياً سريعاً من جانبيين :الأول هو . تكنولوجيا المعلومات نتيجة الانتشار الواسع والتطور السريع للحواسيب والبرمجيات والإنترنت وتنوع تطبيقاتها، والثاني هو الطفرات الضخمة والسريعة في أجهزة الاتصالات و الشبكات اللاسلكية أو السلكية، مما جعل العالم كقرية إلكترونية صغيرة ، وبذلك يمكن ترجمة مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنها مجموعة من المعدات والأجهزة المرتبطة فيما بينها وفق برامج وبرتوكولات عبر

شبكات اتصال سلكية أو لاسلكية لتوفر تبادل ومعالجة وتخزين البيانات والمعلومات، ومن ثم استرجاعها من / وإلى أي مكان في العالم وفي أي وقت.^(٣٨) إن تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال عامل مهم في ظهور الاقتصاد المعرفي حيث تعتبر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لبلد ما العامل الأهم في تحديد قدرته على الانتقال إلى الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة، حيث تشكل كثافة الخطوط الهاتفية - الثابتة و المنقولة - و انتشار الحواسيب الشخصية و مدى استخدام الإنترنت المؤشرات الأساسية لهذه البنية التحتية. وعليه تشير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى قدرة الفرد على استخدام التقنيات اليومية مثل أجهزة الكمبيوتر والأجهزة اللوحية والهواتف المحمولة. ويتعلق أيضاً بقدرة الفرد على أداء مهام معينة مثل إرسال رسائل البريد الإلكتروني واستخدام برامج الكمبيوتر الأساسية. وتختلف مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المهمة بناءً على وظيفة الفرد. مثلاً، قد تتضمن بعض الوظائف برامج و مهارات ترميز تختلف منها لأخرى، ويحتاج الأشخاص في قطاع المعرفة إلى تطوير مهاراتهم باستمرار في التقنيات الضرورية لوظائفهم. وتجدر الإشارة إلى أن تطبيق تلك التقنيات في أي مجال سيكون له مردود اقتصادي للفرد أو المؤسسة أو الحكومة أو المجتمع ككل.^(٣٩)

توظيف تكنولوجيا الاتصال في أنشطة العلاقات العامة:

مع التطور الذي يشهده العالم اليوم في كافة المجالات وما أفرزته التكنولوجيا الرقمية في كل القطاعات والمؤسسات والصناعات وما أحدثته من تطور وتحول نحو ما يطلق عليه باقتصاد المعرفة أو الثورة المعلوماتية، كان لزاماً على إدارات العلاقات العامة الاستفادة من هذا التحول وأن تطور من استراتيجياتها ووظائفها، " ذلك أن مهنة العلاقات العامة كغيرها من المهن لا بد لها من مسايرة التقدم والتطور التكنولوجي السائد في مجال الاتصال والمعلومات ". فقد ساعدت هذه التقنية ممارسي العلاقات العامة في تزويدهم بخبرات وبمصادر قيمة للمعلومات، كما توفر هذه التكنولوجيا الزمن للابتكار والعمل الخلاق. وتوفر بيئة للتفاعل المباشر بين الموظف والجمهور، كما يدعم روح المنافسة بين الموظفين وتخلق عندهم دوافع تحفزهم لتطوير مهاراتهم الإبداعية.

توصف العلاقات العامة الرقمية بأنها نشاط يهدف إلى تحقيق برامج العلاقات العامة في المنظمة بالانفتاح الواسع ومع جمهور متنوع ومُنشَر في أنحاء متفرقة بالاستفادة من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وما نتيجته شبكة الإنترنت من فرص واسعة للانتشار والترويج والاتصال السريع الفعال مع الجمهور في الداخل والخارج.^(٤٠) وقد أجمع الخبراء على أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال في ممارسة جميع أنشطة وبرامج العلاقات العامة وذلك لما تتميز به هذه التقنيات من الانتشار الواسع والعالمي وما توفره من سرعة وكثافة واستمرارية للمعلومات المنشورة، إضافة إلى

الشفافية والمصادقية والتشاركية والتبادلية والتفاعلية وسهولة الاتصال وتقليل الجهد والوقت للعميل.

اتسعت وظائف العلاقات العامة وانشطتها واصبحت تهتم اهتماماً واضحاً باستخدام تكنولوجيا الاتصال في جميع مهامها لمواجهة التطور العالمي ، و لتحسين صورتها ولتحقيق أهدافها، وتوسع من نطاق الجماهير المستهدفة وتسهل مسألة الوصول إليهم، و معالجة كل ما يعترضهم من مشكلات . ولذلك من الأهمية بمكان معرفة مدى سعي إدارات العلاقات العامة في أي منظمة إلى استخدام هذه التكنولوجيا لتحقيق أهداف المنظمة .

وهناك الكثير من المزايا التي تعود على إدارات العلاقات العامة نتيجة استخدامها للتكنولوجيا والتقنيات الحديثة منها :

- ❖ تقديم المعلومات الكاملة والفورية للجمهور .
- ❖ تدعيم قدرة المؤسسة على متابعة كل ما ينشر عنها في وسائل الإعلام .
- ❖ المساعدة في إجراء البحوث المختلفة .
- ❖ مساعدة المؤسسة في بناء علاقتها مع وسائل الإعلام ومع جمهورها .
- ❖ زيادة قدرة المؤسسة في إبراز دورها في خدمة المجتمع ومسؤوليتها الاجتماعية.
- ❖ تدعيم الاتصال التفاعلي والحوار^(٤١).

وفي الجانب الآخر هنالك بعض المشكلات التي يجب أن يتنبه لها ممارسي العلاقات العامة والتي قد تفرزها استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة منها : الكثافة الهائلة للمعلومات وصعوبة الاطلاع عليها والتضارب فيها . ولابد من الاهتمام بمجموعة من الاعتبارات عند استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في أنشطة العلاقات العامة مثل : - التخطيط ومنهجية الأداء - الاهتمام بالمضمون - ثراء المعلومة وقوتها وقيمتها - موثوقية المضمون - جاذبية الرسائل^(٤٢).

ويستخدم ممارس العلاقات العامة عدد من المواقع ووسائل التكنولوجيا الحديثة مثال : البريد الإلكتروني. المجموعات الإخبارية. منتدى العلاقات العامة. التطبيقات على الهواتف الذكية . الموقع الإلكتروني . الرسائل الفورية . لوحة الإعلانات . حسابات المنظمات على مواقع التواصل الاجتماعي .

ويتوقف استخدام كل منها على عدة منغبرات منها : الهدف الذي تسعى المنظمة إلى تحقيقه خلال رسالة معينة ، خصائص الجمهور المستهدف وعاداته الاتصالية ، تكاليف استخدام هذه الوسيلة ومميزاتها ، أهمية عامل الوقت لوصول الرسالة إلى الجمهور^(٤٣).

أدوار ممارسي العلاقات العامة:

هناك العديد من الأدوار الملقاة على عاتق موظفي العلاقات العامة والتي يجب القيام بها، لتلبية احتياجات العملاء والجماهير، ولكن من أهمها الاتصال وهوما يعرف

بالاتصال في بيئة العمل "وهو عملية نقل المعلومات والتفاهم من شخص لآخر داخل المنظمة وخارجها من خلال شبكة من العلاقات المرتبطة ببعضها البعض" والهدف منه وضع الأفكار في شكل رسالة واختيار وسيلة مناسبة بحيث يمكن أن يتفهمها الطرف الآخر ويتصرف بالشكل المطلوب.^(٤٤) وقد يتضمن الاتصال عدة أنواع منها الاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي ، والاتصال بوسائل الإعلام ومع المنظمات العاملة ذات الصلة ومع الجهات الداعمة ، الاتصال بالشخصيات المؤثرة في المجتمع وغيرها من الجهات والمؤسسات.^(٤٥)

إضافة إلى ذلك هناك الاتصال الاستراتيجي من خلال تحديد وتحليل المواقف والمشكلات ، وإدارة الأزمات والإشراف على المطبوعات وإدارة القضايا بمراقبة ورصد البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.^(٤٦)

صفات وخصائص ممارسي العلاقات العامة :

ممارس العلاقات العامة هو الشخص الذي ينشئ ويدير ويحافظ على العلاقات الجيدة مع جمهور المنظمة، ومع الكيانات ذات الصلة بالمنظمة. وهو الشخص المسؤول عن تحسين صورة المنظمة من خلال الاتصالات اليومية. ويعمل كواجهة للمنظمة وغالبًا ما يكون الشخص المسؤول عن التعامل مع المواقف المثيرة للجدل مع الصحافة ومصادر الأخبار الأخرى.^(٤٧)

وقد تناولت الكثير من الدراسات الصفات والخصائص التي يجب أن تتوفر لدى ممارس العلاقات العامة هذه الصفات تتعلق بعدة جوانب منها :

١- **الخصائص (الشخصية) :** وتشمل مجموعة من الاتجاهات والمهارات والقيم التي تمكن ممارس العلاقات العامة من العمل بفاعلية، وإيجابية ومهنية. ويمكن تلخيصها فيما يلي :

الاجاذبية وحسن المظهر - الاحساس العام - حب الاستطلاع - الكياسة - الإقناع - الاهتمام بالآخرين - الاستمالة - الحماس - الاستقامة والمصادقية - الشجاعة - الموضوعية - الخيال الخصب.^(٤٨)

٢- **الخصائص المعرفية والمهارية :** إن ممارس العلاقات العامة يحتاج إلى مجموعة متنوعة من المهارات التي تمكنه من التعامل واستخدام التكنولوجيا الحديثة في وظيفته، ومن أهم المعارف والمهارات التي يجب توافرها لدى ممارس العلاقات العامة :

المعرفة المتعلقة بالجانب العلمي والتي تشمل المعرفة العلمية والعملية بكل من العلاقات العامة وأخلاقياتها والقضايا الدولية والجوانب القانونية وأسس التسويق والاستراتيجيات الاتصالية والإقناعية،..... الخ .

أما المهارات المطلوبة فتشمل مهارات الإبداع والابتكار، مهارات البحث والتحليل وإدارة المعلومات والتفاوض ومهارة الكتابة الإعلامية والإقناعية وأتقان واستخدام تكنولوجيا المعلومات وأدوات التكنولوجيا الحديثة وأتقان اللغات ومهارة إدارة القضايا

والأفراد واتخاذ القرارات.... الخ.^(٤٩) وتعد مهارات الاتصال بال جماهير من المهارات الضرورية لممارسي العلاقات العامة، وذلك بسبب تعاملهم المباشر مع الجماهير في كثير من الأحيان .

تعريف اقتصاد المعرفة :

يرى البعض أن الاقتصاد المعرفي Knowledge Economy ذلك الاقتصاد الذي ينتج عن تقدم المعلومات بعد العصر الصناعي . وهو فرع جديد من فروع العلوم الاقتصادية يقوم على فهم جديد لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطوير الاقتصاد و تقدم المجتمع.^(٥٠)

وهو نمط اقتصادي متطور يعتمد نموه على كمية ونوعية المعلومات المتاحة ، والقدرة على الوصول إليها ، ويقوم على استخدام المعلومات بصورة مكثفة وبالاعتماد على شبكة الإنترنت في كل أنشطته ويرتكز على المعرفة و الإبداع و التطور التقني.^(٥١) يتسم اقتصاد المعرفة بالقدرة على توليد واستخدام المعرفة، أو بمعنى آخر القدرة على الابتكار، وبشكل عام يتميز الاقتصاد المبني على المعرفة بالآتي:

- ١- لا تمثل المسافات أيّاً كان أبعادها أي عائق أمام عملية التنمية الاقتصادية أو الاتصال أو التعليم أو نجاح المشروعات أو الاندماج الكامل في المجتمع بشكل عام.
- ٢- إن كل فرد في المجتمع ليس مجرد مستهلك للمعلومات، ولكنه أيضاً صانع أو مبتكر لها.^(٥٢) سمات خصائص اقتصاد المعرفة:

✓ أنه كثيف المعرفة يرتكز على الاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها رأس المال المعرفي و الفكري. والاعتماد على القوى العاملة المؤهلة و المدربة و المتخصصة في التقنيات الجديدة.

✓ اعتماد التعلم و التدريب المستمرين ، التي تضمن للعاملين مواكبة التطورات التي تحدث في ميادين المعرفة.

✓ انتقال النشاط الاقتصادي من إنتاج و صناعة السلع إلى إنتاج و صناعة الخدمات المعرفية. وتفعيل عمليات البحث و التطوير كمحرك للتغيير و التنمية.

✓ ارتفاع الدخل لصناع المعرفة كلما ارتفعت مؤهلاتهم و تنوعت كفاياتهم وخبراتهم.

✓ أنه مرّن شديد السرعة و التغيير، يتطور لتلبية احتياجات متغيرة، و يمتاز بالانفتاح و المنافسة العالمية؛ إذ لا توجد حواجز للدخول إلى اقتصاد المعرفة، بل هو اقتصاد مفتوح بالكامل.^(٥٣)

✓ يتطلب الاقتصاد المعرفي بنية تحتية مبنية على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات؛ لتسهيل نشر المعلومات وتجهيزها، وتكييفها مع الاحتياجات المحلية و لبناء نظام معلوماتي فائق السرعة و الدقة والاستجابة

✓ ارتباطه بالذكاء و الإبداع وبالخيال، والابتكارو بأهمية الاختراع و الخلق والمبادرة والمبادأة الذاتية والجماعية لتحقيق ما هو أفضل، وتفعيل ذلك كله لإنتاج أكبر في الكم وأكثر في جودة الأداء، وأفضل في تحقيق الإشباع.^(٥٤)

سلبيات اقتصاد المعرفة

أهم السلبيات: أن اقتصاد المعرفة يعرض قضايا تتعلق بالتوظيف، والأمن الوظيفي، وعدم المساواة في الأجور، يمكن القول أن هناك عدم تطابق كبير بين مهارات عدد كبير من العمال والمهارات اللازمة للنجاح في اقتصاد المعرفة، تساهم هذه الاختلافات في المهارات في تزايد عدم المساواة في الأجور في سوق العمل، حيث أن الطلب على العمالة منخفضة المهارات أقل بكثير مقارنة بالطلب على العمال ذوي المهارات العالية. انخفاض الطلب يعادل ركود الأجور أو تناقصها، في حين أن ارتفاع الطلب سيؤدي إلى زيادة الأجور، نظراً لأن اقتصاد المعرفة يتطلب من الموظفين أن يتعلموا باستمرار ويحدثوا من مهاراتهم، فإن الإخفاق في القيام بذلك قد يهدد أمن الوظيفة وبقاء الشركة، قد تؤدي الزيادات في التكنولوجيا والابتكار إلى زيادة الإنتاجية، مما يتطلب عدداً أقل من العمال، وبالتالي انخفاض فرص العمل.^(٥٥)

المظاهر العامة لاقتصاد المعرفة:

صاحب اقتصاد المعرفة ظهور العديد من المفاهيم المختلفة منها:

- ١- التجارة الالكترونية. التجارة الالكترونية هي المقدرة على تسليم المنتجات أو الخدمات أو المعلومات أو إتمام عملية الدفع عبر شبكة الانترنت .
- ٢- الحكومة الالكترونية. تعرّف "الحكومة الإلكترونية" بأنها تطوير ونشر وتنفيذ السياسات والقوانين وإيجاد البنية الأساسية التي من شأنها تفعيل تقنية المعلومات والاتصال لإيجاد مجتمع معرفي تتوفر فيه خدمات ذكية آمنة وأكثر فاعلية وملائمة لفئات المجتمع المختلفة، بحيث يمكن إنجاز هذه الخدمات بأقل وقت وتكلفة ممكنة، ويتم ذلك باستخدام المنافذ الذكية المختلفة.^(٥٦)

بعض مزايا الحكومة الالكترونية:

وجود درجة عالية من التفاعل بين الموظف الحكومي و طالب الخدمة من خلال وسائل الاتصال التقنية دون أن يتطلب ذلك اتصالاً مباشراً بينهما بتقديم خدمات ذات جودة عالية و بالتكلفة نفسها وفي توقيت واحد لعدد من طالبي الخدمة ما يحقق المساواة في المعاملة .رفع مستوى الوعي بتقنية المعلومات والاتصالات لدى أفراد المجتمع من خلال التعامل مع هذه التقنية.^(٥٧) انخفاض عدد الأوراق التي يتم استخدامها نتيجة الاعتماد على الوثيقة الالكترونية ، سرعة الإجراءات وتبسيطها و التنسيق بين الأجهزة الحكومية و زيادة الشفافية. تقليل الوقت الذي يستهلكه المواطن للحصول على المعلومات من الأجهزة الحكومية.^(٥٨)

المحور الثالث : الدراسة التحليلية

البيانات الأولية :

تشير البيانات إلى أن عدد الذكور في العينة بلغ حوالي ٧٢% بينما كانت نسبة الإناث ٢٨% فقط، وهي نسبة أقل من النصف بكثير وهذا يشير إلى قلة عدد الإناث في عينة الدراسة. وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فقد احتلت الفئة العمرية (٢٥-٣٥) الترتيب الأول بنسبة ٥٧% وهي أكثر من النصف تليها الفئة العمرية (٣٦-٤٥) بنسبة ٢١% وتقربت معها الفئة العمرية (أقل من ٢٥) بنسبة ٢٠% واجمالاً وهذا يعني أن نسبة ممارسي العلاقات العامة من الشباب تفوق نسبة كبار السن من الفئة العمرية من (٤٦-٥٥) فقد كانت نسبتها حوالي ٢% فقط بينما كانت الفئة العمرية (أكثر من ٥٥) بنسبة ٠%.

الاجابة	%	ك
ذكور	٧٢%	١٨٧
إناث	٢٨%	٧٣
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (١) يبين نوع أفراد العينة

الاجابة	%	ك
أقل من ٢٥ عام	٢٠%	٥١
من ٢٥-٣٥ عام	٥٧%	١٤٧
من ٣٦-٤٥ عام	٢١%	٥٦
من ٤٦-٥٥ عام	٢%	٦
أكثر من ٥٥ عام	٠%	٠
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (٢) يبين عمر أفراد العينة

المستوى الأكاديمي والتعليمي لأفراد العينة : تباينت المستويات التعليمية بين أفراد العينة حيث احتلت درجة البكالوريوس المرتبة الأولى فقد حازت على نسبة ٦٧.٧% تلتها درجة الدبلوم بنسبة ١٦% فالثانوي بنسبة ٩% وجاءت نسبة الدراسات العليا في المرتبة الرابعة بنسبة ٧.٣%.

الاجابة	%	ك
دراسات عليا	٧.٣%	١٩
بكالوريوس	٦٧.٧%	١٧٦
دبلوم	١٦%	٤٢
ثانوي	٩%	٢٣
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (٣) يوضح المستوى الأكاديمي والتعليمي لأفراد العينة

التخصصات الأكاديمية لممارسي العلاقات العامة (أفراد العينة): تدل البيانات على أن الأغلبية من أفراد العينة من تخصص إعلام (علاقات عامة) بنسبة ٣٥%، تلتها التخصصات الأخرى بنسبة ٢٧%، وإدارة الأعمال بنسبة ٢١.٤% وكانت نسبة الفئة من ذوي الشهادات الثانوية أو التي لم تتلقى دراسات جامعية حوالي ٩% وأخيراً دراسات تجارية واقتصاد بنسبة ٧.٣%. والجدير بالذكر أنه ومن ضمن مشكلات العلاقات العامة التي تقلل من قدرتها لدى مختلف المنظمات، إنعدام التأهيل العلمي لممارسي العلاقات العامة في كثير من المنظمات، وينعكس انضمام أفراد ينتمون إلى تخصصات مختلفة تماماً على أساليب ممارسة هؤلاء الأفراد لهذه المهنة مما يسبب ويشوه صورتها في كثير من الأحيان. لذلك لابد من الإعداد الأكاديمي المتخصص الذي يوفر المعرفة والمهارات اللازمة.

الاجابة	%	ك
إعلام (علاقات عامة)	٣٥.٣%	92
إدارة أعمال	٢١.٤%	٥٦
دراسات تجارية واقتصاد	٧.٣%	19
أخرى	٢٧%	٧٠
لم يتلق دراسة جامعية	٩%	٢٣
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (٤) يوضح تخصصات أفراد العينة

المسمى الوظيفي: تصدرت فئة الموظفين القائمة بنسبة ٧٠.٧% بينما حلت فئة المدير العام في أدنى القائمة بنسبة ٣%، ومقارنة بالفئات العمرية لأفراد العينة نجد أن هنالك تناسب مع أعمار أفراد العينة حيث جاءت نسبة الفئة العمرية ما بين (٢٥ - ٣٥) في أعلى القائمة (بنسبة ٥٧%) وهذا يدل على وجود علاقة بين الفئة العمرية والدرجة الوظيفية وقد جاءت في المرتبة الثانية درجة رئيس القسم بنسبة ١٠.٥% وتقاربت كل من مدير إدارة بنسبة ٧.٣%، و درجات وظيفية أخرى بنسبة ٨.٤%.

الاجابة	%	ك
مدير عام	٣%	٨
مدير إدارة	٧.٣%	١٩
رئيس قسم	١٠.٥%	٢٧
موظف	٧٠.٧%	١٨٤
أخرى	٨.٥%	٢٢
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (٥) يوضح الدرجة الوظيفية لأفراد العينة

نوع القطاع الذي يعمل فيه ممارسي العلاقات العامة عينة الدراسة: دلت نتائج الدراسة أن العينة توزعت ما بين القطاع الحكومي بنسبة ٥٧.٣%، والقطاع الخاص بنسبة ٢٥.٨%، وشبه الحكومي بنسبة ١٦.٩%، كما هو موضح في الجدول رقم (٥).

الاجابة	%	ك
حكومي	٥٧.٣%	١٤٩
خاص	٢٥.٨%	٦٧
شبه حكومي	١٦.٩%	٤٤
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (٦) يوضح نوع القطاع

سنوات الخبرة : تصدرت سنوات الخبرة (من ٤-٧ أعوام) قائمة النتائج محققة حوالي ٥٠.٨%، تلتها (من ٨- ١١ عام) بنسبة ٢٢.٧% وحققت من (عام ٣- أعوام) ١٣% وتقاربت سنوات خبرة أفراد العينة (أقل من عام وأكثر من ١١ عام) بنسب ٦.٥ % و ٧% على التوالي .

الاجابة	%	ك
أقل من عام	٦.٥%	١٧
من عام - ٣ أعوام	١٣%	34
من ٤-٧ أعوام	٥٠.٨%	١٣٢
من ٨- ١١ أعوام	٢٢.٧%	٥٩
أكثر من ١١ أعوام	٧%	18
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (٧) يوضح الفترة الزمنية التي قضاهها الموظف بقسم العلاقات العامة الرضا العام عن الوظيفة: من اجابات أفراد العينة اتضح أن ممارسة مهنة العلاقات العامة والرضا بالوظيفة جاء في المرتبة الأولى حيث جاءت الاجابة (راض بشدة) بنسبة ٥٢% وفي المرتبة الثانية (راض إلى حد ما) بنسبة ٢٩.٦% وكانت نسبة الفئة (غير راض) حوالي ١٨.٤%، وتجدر الإشارة إلى أن رضا الموظف عن وظيفته يحقق زيادة في الإنتاج وتطوير في الأداء وأكتساب للمهارات والعكس صحيح.

الاجابة	%	ك
راض بشده	٥٢%	١٣٥
راض إلى حد ما	٢٩.٦%	٧٧
غير راض	١٨.٤%	٤٨
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (٨) يوضح الرضا العام عن الوظيفة

مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل ؟ من خلال النتائج الواردة في الجدول (رقم ٩) نجد أن نسبة من أجابوا باستخدام التكنولوجيا الحديثة (دائماً) في أعلى القائمة بنسبة ٩٤.٢%، وهذا يعود إلى أن دولة الإمارات العربية المتحدة (مجتمع الدراسة) تم اعتماد الخدمات الإلكترونية في مؤسساتها منذ العام ٢٠٠١، ومنذ ذلك التاريخ شهد مجتمع الدراسة العديد من مراحل التطور والتحول نحو الحكومة الإلكترونية، وفي مايو من عام ٢٠١٣ أطلقت الحكومة مبادرة الحكومة الذكية التي تنقل مراكز الخدمات واستقبال المعاملات الحكومية إلى كل هاتف متحرك أو جهاز لوحي والتي توفر الخدمات للجمهور حيثما كانوا وعلى مدار الساعة وبسرعة فائقة وهي مكملة للحكومة الإلكترونية لتحقيق الأهداف المتكاملة، أما استخدام التكنولوجيا (أحياناً) فقد كانت بنسبة لا تتجاوز ٥.٨%، بينما كانت نسبة من يستخدمها (نادراً) أو (لايستخدمها) بنسبة ٠%.

الاجابة	%	ك
دائماً	٩٤.٢%	٢٤٥
أحياناً	٥.٨%	١٥
نادراً	٠%	٠
لا	٠%	٠
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (٩) هل تستخدم التكنولوجيا الحديثة في مهام وظيفتك
أسباب ودوافع استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة) بسؤال أفراد العينة عن ذلك أتضح أن أفراد العينة الذين كانت اجابتهم بناءً على رغبة الإدارة العليا في أعلى القائمة بنسبة ٩٦.٥%، وهذه نسبة تدل على أن هنالك توجه من المؤسسة بتنفيذ استراتيجيتها الدولية بتحويل كل الخدمات الحكومية على الهاتف النقال، ولذلك لا بد أن يلتزم الموظف بأداء وظائفه وواجباته وفقاً لسياسة المؤسسة واحتراماً للأنظمة والقوانين المعمول بها. وفي المرتبة الثانية وبنسبة بلغت ٩١.٩% جاءت مواكبة التطورات الحديثة، حيث يشهد العالم تطوراً ملحوظاً في كل المجالات ولذلك على المنظمات مواكبة هذا التطور، وثالثاً حلت تحقيق أهداف المنظمة بنسبة ٧٤.٢%، وهي النتائج التي تسعى المنظمات إلى تحقيقها وذلك بتوضيح الأهداف والفلسفة التي تقوم عليها المؤسسة. أما لإعبارات شخصية فقد جاءت بنسبة ٦٨.٨%، وتقاربت في النسبة كل من تأثير المجتمع ٥٨% ومحاكاة الزملاء وجماعة العمل ٥٤.٦%، وكما هو معلوم فإن الشخص يتأثر ويرتبط بجماعة العمل وبالمجتمع من حوله ويتفاعل معهم وهو ما يطلق عليه الولاء والانتماء وهذا بدوره يؤثر على طريقة التفكير واتخاذ القرار ذلك أن

قيم ومواقف الانسان واتجاهاته تتأثر بالمجموعات التي ينتمي اليها ويختلط بها. أما أخرى فقد جاءت في أسفل القائمة بنسبة ١٨.٤ %.

الاجابة	%	ك
رغبة الإدارة العليا (سياسة المنظمة)	٩٦.٥%	٢٥١
مواكبة التطورات الحديثة	٩١.٩%	٢٣٩
محاكاة الزملاء (جماعة العمل)	٥٤.٦%	١٤٢
تأثير المجتمع	٥٨%	١٥١
تحقيق أهداف المنظمة	٧٤.٢%	١٩٣
لا اعتبارات شخصية	٦٨.٨%	١٧٩
أخرى	٣٢.٦%	٨٥

جدول رقم (١٠) يبين أسباب ودوافع استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل إلى أي مدى تلتزم المنظمة بتدريب وتطوير موظفيها؟: ٧٩% من أفراد العينة أجابوا بأنهم (دائماً) يتلقون التدريب ، وكما هو معلوم فإن ذلك يفيد في مواكبة كل ما هو جديد من أجل التطوير والارتقاء بمهاراتهم العملية والمهنية ومسايرة التقدم في مجال المعرفة (في ظل التحول نحو الحكومة الذكية)، وقد كانت نسبة ١٤% ممن أجاب بأن مؤسساتهم (أحياناً) تعمل على تدريبهم ، أما (نادراً) فقد كانت في المرتبة الثالثة بنسبة ٧% ، وقد جاءت الاجابة (بلا) في آخر القائمة بنسبة ٠% وهذه نتيجة طبيعية لعينة الدراسة في ظل العصر الحالي ذلك أن جل بل يمكننا القول بأن كل المؤسسات داخل مجتمع الدراسة تحولت لنظام الحكومة الالكترونية فكان لزاماً على المؤسسات أياً كان طبيعة عملها وملكيته أن تعمل على تدريب وتأهيل الموظف (داخلياً وخارجياً) من أجل صقل مهاراته و أداء عمله على الوجه الأكمل ورفع مستوى كفاءته . "ومن أهم مؤشرات التوجه نحو اقتصاد المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، الإعتماد على الأيدي العاملة المدربة و المؤهلة و ، وارتفاع الطلب على الكفاءات العالية والمتخصصة في ميدان المعرفة."

الاجابة	%	ك
دائماً	٧٩%	٢٠٥
أحياناً	١٤%	٣٧
نادراً	٧%	١٨
لا	٠%	٠
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (١١) يجيب على سؤال إلى أي مدى تلتزم المنظمة بتدريب وتطوير موظفيها

المهارات الواجب توافرها في ممارسي العلاقات العامة (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

لممارسي العلاقات العامة مجموعة من المهارات توضحها البيانات التالية، في المرتبة الأولى جاءت مهارة اتقان واستخدام التكنولوجيا الحديثة بنسبة بلغت ٩٧.٣%، فممارس العلاقات العامة وفي العصر الحالي يجب أن تتوفر لديه هذه المهارة سواء كان ذلك على المستوى الشخصي أو تطبيقيها في مجال العمل مواكبةً للتطور والتحول في كافة المؤسسات العاملة في مجتمع الدراسة. تليها في المرتبة الثانية مهارات الكتابة الإعلامية بنسبة بلغت ٨٥%، فقد أتاح ظهور الإنترنت فكرة أن يكون للمؤسسات روابط ومواقع لها على هذه الشبكة العنكبوتية بما يسهل لها فرصة التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف وذلك بنشر المعلومات والأفكار عبر هذه المواقع والبوابات الالكترونية الخاصة بالمنظمات بما يساهم في زيادة وفعالية الاتصال، كما وفرت عليه الوقت والجهد والتكلفة، لهذا يجب على ممارس العلاقات العامة أن يجيد مهارات تصميم وتحرير الصفحات على الشبكة. أما إجادة مهارات الاتصال فقد حققت نسبة ٧٧.٣% وتمثل هذه الوظيفة أهمية قصوى لنشاط العلاقات العامة، فممارس العلاقات العامة لابد أن يجيد مهارة الاتصال لا سيما في مجال العلاقات العامة عبر الشبكات والتطبيقات الذكية والقائمة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة للاتصال بالجمهور مع مراعاة أن هذا الاتصال شبكي يعتمد على الجودة ومواصفاته حسب رغبة الجمهور المستهدف، إضافة إلى إجادة مهارة الاتصال بالجهات التي لها صلة بالمنظمة من صناع القرار وقادة الرأي والإعلام. وحققت مهارة إجادة أكثر من لغة نسبة ٧٣%، وكما هو معلوم فإن الكتابة للعلاقات العامة وعبر البوابات والمواقع الإلكترونية يحتاج إلى مخاطبة الجمهور بأكثر من لغة للوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور داخل وخارج المجتمع المحلي. وحققت مهارة القدرة على التفكير واتخاذ القرارات نسبة ٥٦% ويعتبر مهارة اتخاذ القرار من الشروط الواجب توافرها لممارس العلاقات العامة فهو أداة للتجديد والخلق والإبداع بحيث يخرج القرار معبراً عن أفضل البدائل بأفضل السبل للوصول إلى الهدف الذي من أجله اتخذ القرار (خاصة أوقات الأزمات). وجاء إجراء البحوث وتحليلها بنسبة ٤٧.٣% وذلك من خلال القدرة على جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها والوصول إلى قرارات ونتائج بشأنها، وما يجب الإشارة إليه أن هذه المهارة مرتبطة إلى حد كبير بمهارة اتقان واستخدام التكنولوجيا الحديثة، فقد ساهمت هذه التقنيات مساهمة كبيرة في مجال البحوث والتي تتصف بالسرعة والسهولة وقلة التكلفة و أصبح بالإمكان إجراء كل ذلك من خلال الحاسب الآلي. وإجادة مهارات التخطيط بنسبة ٤١.٩%، وتعني التخطيط لما يمكن أن تكون عليه المنظمة مستقبلاً وفقاً لأهداف المنظمة. وهنالك مهارات أخرى يجب أن تتوفر لممارس العلاقات العامة وجاءت بنسبة ٢٠.٧%.

الاجابة	%	ك
إجراء البحوث وتحليلها	٤٧.٣%	١٢٣
اقتان استخدام التكنولوجيا الحديثة	٩٧.٣%	٢٥٣
إجادة مهارات الاتصال	٧٧.٣%	٢٠١
القدرة على التفكير واتخاذ القرار	٥٦%	١٤٦
إجادة أكثر من لغة	٧٣%	١٩٠
إجادة مهارات التخطيط	٤١.٩%	١٠٩
مهارات الكتابة الإعلامية	٨٥%	٢٢٣
أخرى	٢٠.٧%	٥٤

جدول رقم (١٢) يوضح المهارات الواجب توافرها في ممارسي العلاقات العامة هل تعتقد أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل يؤدي إلى تحقيق مكاسب وظيفية؟ للإجابة على هذا السؤال تشير بيانات الجدول للآتي: أجاب معظم أفراد العينة ب(نعم) وذلك بنسبة بلغت ٨٧ %، وأحياناً بنسبة ١٠.٣ %، أما نادراً فقد كانت بنسبة ٢.٧ %، وأخيراً لا فقد كانت ٠ %.

الاجابة	%	ك
نعم	٨٧%	٢٢٦
أحياناً	١٠.٣%	٢٧
نادراً	٢.٧%	٧
لا	٠%	٠
الإجمالي	١٠٠%	٢٦٠

جدول رقم (١٣) يجيب على سؤال هل تعتقد أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل يؤدي إلى تحقيق مكاسب وظيفية؟

استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل يؤدي إلى تحقيق المنافع التالية؛ (اختيار أكثر من إجابة): تشير بيانات الجدول رقم (١٤) إلى أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في إدارات العلاقات العامة يؤدي إلى تطوير الأداء وذلك بنسبة ٩٥.٣ %، حيث يزيد من فرص التطور والإبداع وزيادة المعلومات والخبرة بين ممارسي المهنة، كما أن استخدام هذه التقنيات في مجال العمل يؤدي إلى استعمال أجهزة وتكنولوجيا جديدة وهذا يحتاج إلى أن يطور الموظف من مهاراته للتعامل مع هذه التقنيات الجديدة. وحقت كل من اختصار الوقت والجهد في انجاز المهام بنسبة ٩١.٩ %، و السرعة في تداول المعلومات والحصول عليها بنسبة ٨٥ %، والجودة في انجاز المهام بنسبة ٨٠.٣ %، وهذا يمكن ممارس العلاقات العامة من أداء معظم مهامه من إرسال واستقبال معلومات وبيانات وملفات باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة عبر الأجهزة اللوحية دون عناء وبسرعة

فائقة وجودة عالية وبتكلفة قليلة، أما التفاعل والحوار مع الجمهور فقد جاء بنسبة ٧٦.١%، وتقاربت معه في النسبة عكس صورة ايجابية للمنظمة بنسبة بلغت ٧٤.٦% ، وذلك من خلال استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة لفتح قنوات للحوار بين المنظمة وجمهورها لتدعيم العلاقة والاستماع إلى الجماهير من خلال الصوت والصورة والحركة وإمكانية للتفاعل في نفس الوقت ، وبالتالي يستطيع أي فرد أن يعبر عن رأيه دون أي قيود و بحرية حول المنظمة وخدماتها مما يخلق نوع من الثقة بين المنظمة وجمهورها وتكوين صورة ايجابية لها ، وبذلك يمكن للجمهور أن يتحول من مجرد متلقي إلى فاعل و مشارك. أما زيادة الدخل (بزيادة فرص الترقية) فقد كانت بنسبة ٧١.٥%، فاستخدام التكنولوجيا الحديثة يتطلب زيادة في معدلات الأجور بادخال وظائف ومتطلبات جديدة، وكلما ارتفعت مؤهلات الفرد وزادت خبراته ارتفع دخله.

الاجابة	%	ك
تطوير الأداء الوظيفي	٩٥.٣%	٢٤٨
زيادة الدخل (بزيادة فرص الترقية)	٧١.٥%	١٨٦
اختصار الوقت والجهد في انجاز المهام	٩١.٩%	٢٣٩
الجودة في انجاز المهام	٨٠.٣%	٢٠٩
التفاعل والحوار مع الجمهور	٧٦.١%	١٩٨
عكس صورة ايجابية للمنظمة	٧٤.٦%	١٩٤
السرعة في تداول المعلومات والحصول عليها	٨٥%	٢٢١

جدول رقم (١٤) استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل يؤدي إلى تحقيق المنافع التالية

مزايا استخدام التكنولوجيا الحديثة: (اختيار أكثر من اجابة) : أظهرت البيانات الواردة في الجدول رقم (١٥) أن استخدام التكنولوجيا الحديثة له مزايا عديدة جاء في مقدمتها سرعة الحصول وايصال المعلومات محققة نسبة ٨٨%، تليها في الترتيب ونسبة ٨٣.٤%، توفير فرص عمل جديدة ، "وتبرز أهمية الاقتصاد المعرفي في الإسهام في توفير فرص عمل خصوصاً في المجالات التي يتم فيها استخدام التقنيات الحديثة وبمن تتوفر لديهم المهارات والقدرات العلمية والعملية المتخصصة " (٥٩) وفي المرتبة الثالثة كانت سهولة الاستخدام بنسبة ٨١.٩%، أما تبسيط العمل وخفض التكاليف فقد كانت نسبتها حوالي ٦٨.٨%، وتقليل الوقت والجهد حوالي ٥٨%، والتحفيز على الابتكار والإبداع ٥٤.٦%، والجدير بالذكر أن من بين مصطلحات اقتصاد المعرفة (اقتصاد الابتكار) ذلك أن اقتصاد المعرفة يقوم على الاستخدام الواسع للمعرفة العلمية المتطورة وإحداث التجديد والتطوير لكل الأنشطة ويتطلب نجاحه الإلتزام بالتعلم المستمر وزيادة المهارات والخبرات وبما يعزز الابتكار. أما أخرى فقد كانت بنسبة ٢٠% .

ك	%	الاجابة
٢١٣	%٨١.٩	سهولة الاستخدام
٢١٧	%٨٣.٤	توفير فرص عمل جديدة
١٤٢	%٥٤.٦	التحفيز على الابتكار والإبداع
١٥١	%٥٨	تقليل الوقت والجهد
١٧٩	%٦٨.٨	تبسيط العمل وخفض التكاليف
٢٢٩	%٨٨	سرعة الحصول وايصال المعلومات
٥٢	%٢٠	أخرى

جدول رقم (١٥) يوضح مزايا استخدام التكنولوجيا الحديثة

النتائج:

١- أظهرت نتائج الدراسة أن ٧٢% من أفراد العينة من الذكور و ٢٨% من الإناث. و فيما يتعلق بالفئة العمرية فقد احتلت الفئة العمرية (٢٥-٣٥) الترتيب الأول بنسبة ٥٧%، و تصدرت سنوات الخبرة (من ٤-٧ أعوام) قائمة النتائج محققة حوالي ٥٠.٨%،

٢- تصدرت درجة البكالوريوس المستوى التعليمي للعينة حيث حازت على نسبة ٦٧.٧%، بينما كانت نسبة الدراسات العليا حوالي ٧.٣% و أن تخصص العلاقات العامة كان بنسبة ٣٥%، وكان ٧٠.٧% من أفراد العينة بدرجة موظف.

٣- دلت نتائج الدراسة أن العينة توزعت ما بين القطاع الحكومي بنسبة ٥٧.٣%، والقطاع الخاص بنسبة ٢٥.٨%، وشبه الحكومي بنسبة ١٦.٩%.

٤- كشفت الدراسة عن نسبة من أجابوا باستخدام التكنولوجيا الحديثة (دائماً) في أعلى القائمة بنسبة ٩٤.٢%، أما استخدام التكنولوجيا (أحياناً) فقد كانت بنسبة ٥.٨%، بينما كانت نسبة من يستخدمها (نادراً) أو (لايستخدمها) بنسبة ٠% . وهذا يدل على إجابة استخدام التكنولوجيا الحديثة لجميع أفراد عينة الدراسة سواء في القطاع الحكومي أو الخاص أو شبه الحكومي.

٥- بالنسبة للتدريب على استخدام التكنولوجيا الحديثة فقد أظهرت الدراسة أن ٧٩% من أفراد العينة أجابوا بأنهم (دائماً) يتلقون التدريب بل ومواكبة كل ما هو جديد ، و ١٤% ممن أجاب بأن مؤسساتهم (أحياناً) تعمل على تدريبهم ، أما (نادراً) فقد كانت في المرتبة الثالثة بنسبة ٧% .

٦- أما المهارات الواجب توافرها في ممارسي العلاقات العامة، جاءت في المرتبة الأولى مهارة اتقان واستخدام التكنولوجيا الحديثة بنسبة بلغت ٩٧.٣%، تليها في المرتبة الثانية مهارة الكتابة الإعلامية بنسبة ٨٥%، أما إجابة مهارات الاتصال فقد حققت نسبة ٧٧.٣%، وحققت مهارة إجابة أكثر من لغة بنسبة ٧٣%، والقدرة على التفكير واتخاذ

القرار بنسبة ٥٦%، أما مهارة إجراء البحوث وتحليلها بنسبة ٤٧.٣%، وإجادة مهارات التخطيط بنسبة ٤١.٩%.

٧- تشير بيانات الدراسة بالنسبة للمنافع التي تحققها استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل فقد كانت تطوير الأداء في أعلى القائمة وذلك بنسبة ٩٥.٣%، واختصار الوقت والجهد في انجاز المهام بنسبة ٩١.٩%، و السرعة في تداول المعلومات والحصول عليها بنسبة ٨٥%، والجودة في انجاز المهام بنسبة ٨٠.٣%، أما التفاعل والحوار مع الجمهور فقد جاء بنسبة ٧٦.١%، وتقارب معه في النسبة عكس صورة ايجابية للمنظمة بنسبة بلغت ٧٤.٦%، أما زيادة الدخل فقد كانت بنسبة ٧١.٥%.

٨- برزت سرعة الحصول وايصال المعلومات بنسبة ٨٨%، كأول المزايا لاستخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل، تليها في الترتيب بنسبة ٨٣.٤%، توفير فرص عمل جديدة، وفي المرتبة الثالثة كانت سهولة الاستخدام بنسبة ٨١.٩%، أما تبسيط العمل وخفض التكاليف فقد كانت نسبتهما حوالي ٦٨.٨%، وتقليل الوقت والجهد حوالي ٥٨%، والتحفيز على الابتكار والإبداع ٥٤.٦%.

٩- تتميز اتجاهات كثير من العينة عن اتجاهات ايجابية للعمل في العلاقات العامة وبرز ذلك من خلال النتائج، فقد اتضح أن ممارسة مهنة العلاقات العامة والرضا بالوظيفة جاء في المرتبة الأولى حيث جاءت الاجابة (راض بشدة) بنسبة ٥٢%، وفي المرتبة الثانية (راض إلى حد ما) بنسبة ٢٩.٦%، بينما كانت نسبة الفئة (غير راض) حوالي ١٨.٤%.

الخاتمة وتوصيات الدراسة:

يشهد العالم تقدماً تكنولوجياً وتحولاً مبني على المعرفة والابتكار في كل مناحي الحياة لا سيما في مجال الاتصال والمعلومات وتزايد الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتقنيات الحديثة كما زاد الاهتمام بتنمية وتطوير مهارات الأفراد وتشجيع الإبداع والابتكار، وتقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بدور بارز ومهم في تدعيم المعرفة وإدارتها بناءً على نظم الاتصالات الحديثة، وأصبح الحكم على كل مؤسسة من خلال ما تمتلكه من معلومات وتقنية اتصالية، وانعكس ذلك أيضاً على إدارات العلاقات العامة بحيث مكنت ممارسي العلاقات العامة من تعلم وإجادة مهارات جديدة لممارسة أنشطتهم بأكبر قدر من السرعة والدقة وقد توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات نجملها فيما يلي :-

١. توظيف أصحاب الكفاءات والخبرات والتخصصات العلمية المناسبة للعمل في العلاقات العامة، ذلك أن كفاءة الإدارة تعتمد على كفاءة موظفيها.
٢. ضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة في أنشطة العلاقات العامة بحيث يؤدي ذلك إلى التطور في أداء أنشطتها وفي التواصل والتفاعل مع الجمهور، الداخلي والخارجي، وتعزيز صورة المنظمة، واختصار الوقت والجهد والتكلفة والجودة في انجاز المهام.

٣. يؤثر المستوى الأكاديمي وعامل السن على نسبة استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل ، لذلك يجب وضع ذلك في الاعتبار عند اختيار ممارسي العلاقات العامة خاصة في مجتمع الدراسة .
٤. للعلاقات العامة دور هام في المنظمات (خاصة - حكومية - شبه حكومية) . ولذا يجب أن يتصف ممارس العلاقات العامة بعدد من السمات والمهارات الاتصالية خصوصاً ما يتعلق باتقان واستخدام التكنولوجيا الحديثة حتى يتمكن من مسايرة التطور وممارسة وظيفته وتحقيق أهداف المنظمة.
٥. يحتاج استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى إعداد الموظف المؤهل والمدرّب على العمل باستخدام هذه التقنيات، وهذا يقتضي اعتماد الخطط التدريبية المتخصصة وزيادة عددها لتطوير العنصر البشري العامل بها، وتشجيعهم على الابتكار والإبداع (على أن يتم اختيار التدريب المناسب لكل موظف حسب طبيعة عمله)
٦. تشجيع الموظف على تنمية التعلم الذاتي والعمل على إكتساب المعرفة والعلم وتحسين ظروف عمله وآدائه .
٧. الإهتمام بتنمية مهارة إعداد البحوث وتحليلها والدراسات التي توفر للمؤسسة البيانات والمعلومات الخاصة بجمهورها.

المراجع والهوامش:

- ١- درويش اللبان ، شريف ، عطيه ، هشام ، "مقدمه في مناهج البحث الإعلامي"، القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع ، ط ٢، ص ٥١.
- ٢- قاسم، أمجد، "اقتصاد المعرفة متطلباته ومميزاته وركائزه"، التربية والثقافة ، يناير ٢٠١١، ٤، ١٠٥، al3loom.com/?p=105
- ٣- الظاهر، نعيم إبراهيم (٢٠٠٩)، "إدارة المعرفة"، الأردن،: عالم الكتاب الحديث و دار جدار للكتاب العالمي، ط ١، ص ٣٠.
- ٤- علّة ، مراد ، "جاهزية الدول العربية للاندماج في اقتصاد المعرفة" - دراسة نظرية تحليلية ، جامعة الجلفة ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، الجزائر.
- ٥- David Demers, "dictionary of mass Communication & Media Research", a guide for students, scholars and professionals, MARQUETTE BOOKS, United States of America, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, P,252.
- ٦- الفلاحى ،حسين علي ،(٢٠١٧) ، "التفاعلية وما بعد التفاعلية في الإعلام الجديد"، العين : دار الكتاب الجامعي ، ط ١، ص، ٢٧٠.

- ٧- تركي، إبراهيم محمد ، (٢٠١٠)، "البحث العلمي أسسه ومناهجه"، مصر: دار الكتب القانونية ، ص، ٢١٠.
- ٨- , (2001) "wisker ,Gina The Pastgraduate Research "hand Book" 1st ed (U. K. : Creative Printund Design (E66 wales ,) P.118
- ٩- درار ، خالد عبد الله ، (٢٠١٢) ، "البحث العلمي في الاتصال الجماهيري" ، الخرطوم: شركة مطابع السودان المحدودة ، ط ١ ، ص ٣٢.
- ١٠- ProctorTony, (2005). "Essentials of Marketing Research" ,Prentice Hall,third edition, p,187.
- ١١- النعيمي ، محمد عبد العال ، وآخرون ، (٢٠١٥) ، "طرق ومناهج البحث العلمي"، عمان: الوراق للنشر والتوزيع ، ص، ٧٧.
- ١٢- المرجع السابق .
- ١٣- ProctorTony, Op. cit, p102.
- ١٤- المدرع، سفر بخيت، (٢٠١٠) ، "تكنولوجيا الأداء البشري كمدخل إداري لتنمية القيادات الأكاديمية بجامعة المملكة العربية السعودية في إطار الاقتصاد المعرفي"، أطروحة دكتوراه، جامعة اليرموك.
- ١٥- بوحديد ، ليلي، (٢٠١٣) ، "دور التدريب في تحسين أداء الموارد البشرية في ظل اقتصاد المعرفة" ، دراسة حالة: مؤسسة الاسمنت بباتنة خلال الفترة (٢٠١١-٢٠١٣) ، مجلة الباحث الإقتصادي المجلد 3، العدد ٣، الصفحة ٤٥-٥٩.
- ١٦- الصيفي، حسن ، (٢٠١٥) ، "تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية ، دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا" ، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية ، الرياض : جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، كلية الإعلام والاتصال .
- ١٧- بوالشعور، أسيا، (٢٠١٧)، "دور أخصائي المعلومات في تطبيق إدارة المعرفة: دراسة حالة مؤسسة تكرير البترول بسكيكة"- Cybrarians Journal . دورية علمية محكمة متخصصة في مجال المكتبات والمعلومات، العدد ٤٨، ديسمبر ٢٠١٧ . -
- ١٨- أنور محمد ، صباح ، (٢٠١٧) ، "استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية" ، دراسة مسحية للعاملين في العلاقات العامة ، مجلة الباحث الإعلامي ، جامعة بغداد ، كلية الإعلام ، ٢٠١٧ المجلد ٩، العدد ٣٧) ص، ٧-٣٨.
- ١٩- القاضي ، بيان ، (٢٠١٨) ، "آفاق استخدام تكنولوجيا الاتصالات في نشاط العلاقات العامة"، The journal of media and social studies for specialized researches (JMSSR) Vo: 3, No: 2,

- ٢٠- موسى ، باقر – رافع ، محمد ، (٢٠١٨) ، "توظيف تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني في العلاقات العامة ، دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية في الوزارات العراقية" ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد ٣٩ ، ص ١٥١ ، لية الإعلام ، جامعة بغداد .
- ٢١- دؤاي ، مهدي صالح ، حسين ، عبد علي ، (٢٠١٨) ، "نحو اقتصاد معرفي عراقي في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة" ، مجلة علمية ، أربيل ، جامعة جيهان ، ، عدد خاص بالمؤتمر العلمي الدولي الثاني لجامعة جيهان – أربيل في العلوم الإدارية والمالية، العدد ٢، الجزء C ، 2018 ، ص ٤٠٣ .
- ٢٢- الصالحي ، حاتم علي ، (٢٠١٩) ، "نمذجة العوامل المؤثرة على تبني ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي في ممارسة المهنة: دراسة في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا" ، بحث مقدم في مؤتمر فضاءات شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي: الفرض، التحديات، المخاطر، وآفاق المستقبل، المنعقد في الغردقة/مصر في الفترة من ٢٢-٢٤/١٠/٢٠١٩ . ومنشور في كتاب من إصدار مؤسسة دار الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠١٩ .
- ٢٣- "The blogosphere and public relations: Investigating practitioners' roles and blog use", Journal of Communication Management, Vol. 13 Issue: 3, pp.250-267. Lance Porter, Kaye Sweetser, Deborah Chung, (2009)
- ٢٤- Richard D. Waters & Others, (2010), "Media Catching and the Journalist–Public Relations Practitioner Relationship: How Social Media are changing the Practice of Media Relations" Journal of Public Relations Research, Volume 22, - Issue 3: Public Relations and Social Media.
- ٢٥- Brian G. Smith, (2010), "Socially distributing public relations: Twitter, Haiti, and interactivity in social media", Public Relations Review, Volume 36, Issue 4, November, Pages 329-335.
- ٢٦- Jungmi Jun (2011), "How Climate Change Organization Utilize Websites for Public Relations", Public Relations Review, Vol. 37, pp. 245-249.
- ٢٧- Umit Atabek, (2012), "Social media adoption among Turkish public relations professionals: A survey of practitioners", Public Relations Review, Volume 38, Issue 1, March 2012, Pages 56-63

Dejan Verčič Piet ،Ansgar Zerfass ،Ralph Tench ، ٢٨-
Verhoeven,(2012),” How European PR practitioners handle digital
and social media.” Public Relations Review , Volume 38, Issue 1,
March 2012, Pages 162-164

Lee, Nicole. M., Sha, Bey-Ling, Dozier, David M., & Sargent, ٢٩-
Paul. (2015). “the role of new public relations practitioners as
social media experts”, Public Relations Review, 41(3), 411-413.
doi:10.1016/j.pubrev.2015.05.002.

Katharina Wolf, Catherine Archer, (2018) "Public relations at ٣٠-
the crossroads: The need to reclaim core public relations
competencies in digital communication", Journal of
Communication Management, Vol. 22 Issue: 4, pp.494-509,
<https://doi.org/10.1108/JCOM-08-2018-0080>.

Peter Cardon,(2018).” Social software and ٣١-
internal communicators’ gatekeeping sense of self” , Public
Relations Review, Volume 44, Issue 2, June 2018, Pages 299-307.

Lukasz Swiatek,(2018),” Public relations and ٣٢-
artificial intelligence: It’s not (just) about robots” , Public
Relations Review, Volume 44, Issue 5, December 2018, Pages
734-740.

٣٣- الطويل، ليلي، (٢٠١١)، "تطوير-نموذج قبول التكنولوجيا واختباره على
استخدام نظم المعلومات المحاسبية دراسة تجريبية على عينة من المستخدمين في
مجموعة من شركات النسيج في سورية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات
العلمية ، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية ،المجلد (٣٣) العدد (١) ، ٢٠١١ ، ص
٥٣.

٣٤- الصيفي ، حسن نيازي ، مرجع سابق ، ص، ٩.

the "Ayankunle Adegbite Taiwo, Zalan G. downe,(2013), ٣٥-
theory of user acceptance and use of technology (UTAUT): A
, Journal of Theoretical "meta-analytic review of empirical findings
and Applied Information Technolog 10th March 2013. Vol. 49
.48. No.1,p

Venkatesh, Viswanath; Morris, Michael G.; Davis, Gordon ٣٦-
B.; Davis, Fred D. (2003-01-01). "User Acceptance of Information

- Technology: Toward a Unified View". MIS Quarterly. 27 (3): 425-478. JSTOR 30036540.
- ٣٧- https://en.wikipedia.org/wiki/Unified_theory_of_acceptance_and_use_of_technology
دوّاي ، مهدي صالح ، حسين ، عبد علي ، مرجع سابق ، ص ٤٠٧ .
- ٣٨- Alison Doyle, "Top Skills and Certifications for the Knowledge Economy" , <https://www.thebalancecareers.com/what-you-need-to-succeed-in-the-knowledge-economy-4172293>
- ٣٩- الفلاح ، حسين ، مرجع سابق ، ص ، ٢٧٠ .
- ٤٠- عياد ، خيرت ، (٢٠١١) ، "مبادئ العلاقات العامة" ، الشارقة : الآفاق المشرقة ناشرون ، ص ، ٤٣ .
- ٤١- http://abdulqadershihab.blogspot.com/2012/11/blog-post_4.html#!/2012/11/blog-post_4.html Public Relations Review, Volume 43, Issue 5, December 2017, Pages 925-933.
- ٤٢- سليم ، حنان ، (٢٠١٥) ، "الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد" ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلفة ، ص ، ١٢٦ .
- ٤٣- خضر ، ي إبراهيم خليل ، (٢٠١٣) ، "مهارات الاتصال" ، القدس: دار الجندي للنشر والتوزيع ، ط١ ، ص ، ٤٩ .
- ٤٤- <https://study.com/academy/lesson/public-relations-practitioners-roles-expectations.html>, Public Relations Practitioners: Roles & Expectations
- ٤٥- عياد ، خيرت ، مرجع سابق ، ص، ١٥٣ .
- ٤٦- What Is a PR Practitioner? Business & Finance , <https://www.reference.com/business-finance/pr-practitioner-99b8398d3f7f0dc0>
- ٤٧- الدليمي ، عبد الرزاق محمد، (٢٠١٦) ، "العلاقات العامة والعولمة" ، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع ، ط١ ، ص، ٤٥ .
- ٤٨- عياد ، خيرت ، مرجع سابق ، ص، ١٥٧ .
- ٤٩- عليان ، ربحي مصطفى، (٢٠٠٨) ، "إدارة المعرفة" ، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع ، ص، ٢٧٨ .
- ٥٠- knowledge economy", Oxford Dictionaries, Retrieved 16-5-) . 2017. Edited

- ٥١- إبراهيم، يوسف حمد ، (٢٠٠٤)، "التعليم و تنمية الموارد البشرية في الاقتصاد المبني على المعرفة"، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، ص: ١٠٢-١٠٣.
- ٥٢- الشمري، هاشم و الليثي، ناديا ، (٢٠٠٨)، "الاقتصاد المعرفي"، ط ١ ، عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع، ص، ٢٢.
- ٥٣- الاقتصاد المعرفي وريادة الأعمال ، محلة رواد الأعمال ، ٢٧ فبراير (٢٠١٨) ، www.rowadalaamal.com/
- ٥٤- Shawn Grimsley، "Knowledge Economy: Definition & Concept"، Chapter 7 / Lesson 24 Study .com, <https://study.com/academy/lesson/knowledge-economy->
- ٥٥- <http://www.alkhaleej.ae/economics/page/5a1d4b43-5c7a-4d2d-80e1-501a09f58763#sthash.aZR4z5Ir.dpuf>.
- ٥٦- الهزاني ، نورة بنت ناصر، (٢٠٠٨) ، "الخدمات الالكترونية في الاجهزة الحكومية" ، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية ، ص، ٤٥.
- ٥٧- حجازي ،عبد الفتاح بيومي، (٢٠٠٨) ، "الحكومة الالكترونية بين الواقع و الطموح"، الإسكندرية : دار الفكر الجامعي ، ص، ٢٥.
- ٥٨- عبد الهادي ، بسام ، مرجع سابق، ص، ٣٣.

حتمية توظيف التقنية ضمان للجودة التعليمية وآلية لحو الأمية الإعلامية

إعداد

د. سليمة بوزيد

جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر-

Doi: 10.12816/jacc.2020.73406

القبول : ٢٠٢٠/ ٢ / ١٢

الاستلام : ٢٠٢٠/ ١ / ٢٠

المستخلص:

تعتبر التكنولوجيا الجديدة من أهم مقومات القرن الحادي والعشرين ، كما تمثل أساسا للحضارة المعاصرة ، وعليه من الضروري مواكبة التقدم العلمي والتكنولوجي لمختلف الدول استجابة لمتطلبات العصر المعلوماتي . ومن ثم اهتمت مختلف الدول بالتقنيات التكنولوجية لأجل تطوير وتحسين منظومتها التربوية ، التي تشكل العمود الفقري ، ولنجاح هذه المهمة فقد أوكلتها إلى المؤسسات التربوية لأنها اللبنة الأولى التي تعتمد عليها في تنفيذ خططها التربوية والتعليمية من خلال استثمار كافة الإمكانيات المادية والبشرية لإنجاح هذه المهمة . فالتربية هي المحور الرئيس في القطاع ولا بد أن تحظى بكل المواصفات التقنية والتكنولوجية لإعادة صياغة جديدة لجميع عناصر العملية التعليمية من خلال نموذج تربوي جديد قادر على مواجهة مختلف التحديات. فقد أثبتت الدراسات المختلفة أن وسائط تكنولوجيا المعلومات آلية هامة لتطوير المعارف ونشر المعلومات ووسيلة جد هامة لتحسين وضمان جودة في مخرجات التعليم بمختلف مراحله . هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على كيفية دمج التقنية كآلية من آليات تطوير المناهج المختلفة وانعكاس ذلك على طرق وأساليب مختلفة للتدريس ، مما يؤدي إلى تحقيق أهداف العملية التعليمية العلمية .

كلمات مفتاحية : تكنولوجيا الإعلام والاتصال - التعليم - الجودة التعليمية- التقنية.

Abstract:

The new technology is considered one of the most important elements of the twenty-first century, as it is the basis of contemporary civilization, and it is therefore necessary to keep

pace with the scientific and technological progress of different countries in response to the requirements of the information age. Accordingly, the various countries concerned with technological technologies in order to develop and improve their educational system, which forms the backbone, and for the success of this mission, I entrusted them to educational institutions because they are the first building block upon which they depend to implement their educational and educational plans by investing all the material and human capabilities to succeed in this task. Therefore, education is the main axis in the sector and must have all the technical and technological specifications for a new reformulation of all elements of the educational process through a new educational model capable of facing various challenges. Various studies have shown that the information technology media is an important mechanism for developing knowledge and disseminating information and a very important means for improving and ensuring quality in educational outcomes in its various stages. The current study aimed to identify how to integrate technology as one of the mechanisms for developing different curricula and its reflection on different methods and methods of teaching, which leads to achieving the goals of the educational learning process.

Kay Word: information and communication technology - education - educational-technical quality.

المقدمة :

التعليم دعامة المنظومة المجتمعية وحتى يحقق الأهداف التي وضع من أجلها فمن الضروري مفهوم الجودة التعليمية ، والتي تعد عملية هامة في تحسين الأداء التعليمي ومختلف مناحي المجتمع واستجابة لمتطلبات العصر المعلوماتي بات من الضروري – المنظومة التربوية – خططها وأهدافها ، وكذا إعادة هيكلتها بمرفقة التقانة والوسائط المتعددة في مختلف المواقف التعليمية وذلك لتحقيق الأهداف المنشودة حسب احتياجات ومتطلبات المتعلم بمستويات أداء عالية وفعالة وإعادة صياغة جديدة للعملية التعليمية التعليمية

المشكلة: تتبلور المشكلة البحثية لهاته الدراسة حول أهمية التقنية والدور الذي تؤديه مختلف الوسائط والشبكات في نقل وتصنيف واستخدام المعلومات في المجال التربوي بصفة خاصة من خلال توظيف التقنية في مواقف العملية التعليمية التعلمية .

الأهداف: الجودة التعليمية ملمح تربوي تسعى لتحقيقه مختلف الدول والحكومات وتسخر لأجل تحقيقه مختلف الوسائل والآليات. وتكنولوجيا المعلومات آلية من آليات اقتصاد المعرفة فرضت نفسها واكتسحت المجال التربوي بقوة .

الأهمية:

- إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تغير جذري في وسائل الاتصال والإنتاج في المجتمع ؛ إذ توفر جميع المعارف والمعلومات الخاصة بالتعليم؛ كما تشكل مستودعا غير محدود للمعلومات والمعرفة والتواصل.
- تمكن التلاميذ من التكيف مع الوضعيات المقترحة من طرف معلمهم .
- تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) بالكشف عن مهارات المتعلمين وتطويرها.

المصطلحات: الجودة التعليمية - تكنولوجيا المعلومات - المنظومة التربوية - العملية التعليمية التعلمية- المتعلم.

الإطار النظري: تسعى مختلف المنظومات التربوية في العالم إلى تحقيق الجودة في مؤسساتها التربوية ؛ حيث تسعى لتخطيط وتسطير برامج ومناهج علمية دقيقة تطبق في مختلف المؤسسات التعليمية لتعمل على تنمية وتطوير النمو المعرفي والوجداني والحسي الحركي للمتعلم ؛ وتحقيق ذلك من خلال الاعتماد على ما تطرحه تكنولوجيا المعلومات والاتصال بهدف تحقيق الأهداف التربوية المسطرة في مناهجها التربوية.

١. **تعريف التعليم:** نشاط إنساني هادف ومخطط وتنفيذي ، يتم فيه التفاعل بين المعلم والمتعلم وموضوع التعلم وبيئته ،ويؤدي هذا النشاط إلى نمو الجانب المعرفي والمهاري والانفعالي لكل من المعلم والمتعلم ، ويخضع هذا النشاط إلى عملية تقويم شاملة ومستمرة .(خليل ابراهيم ، ٢٠١٠، ص ١٩)

و التعليم أداة أساسية للنمو الاجتماعي والاقتصادي لمختلف البلدان والمهارات التعليمية الأساسية ؛ مثل القراءة والكتابة تزيد من دخل الفرد بنسبة تصل إلى ١٠٪ كسلاح مثالي يرفع الأفراد إلى الحرية التي تساعد على القضاء على الفقر والجوع الدوليين، حيث أعلنت دول مختلفة من العالم أنه من حق كل شخص الحصول على التعليم من خلال الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (المنتدى العالمي للتعليم ، ٢٠٠٠) منذ ذلك الحين ،حيث ناضلت العديد من المنظمات لتعزيز التعليم من خلال تنفيذ استراتيجيات وسياسات تعليمية جديدة. هذه المنظمات تشمل ؛ منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) ، اتفاقية مناهضة التمييز في التعليم (١٩٦٠) ، والعهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية (١٩٦٦) و اتفاقية القضاء على جميع أشكال

التمييز ضد المرأة (١٩٨١) (اليونيسيف ، ٢٠٠٧)، وتم إطلاق سياسة التعليم للجميع (EFA) في المؤتمر العالمي في عام ١٩٩٠ كالتزام عالمي يوفر التعليم الأساسي الجيد لجميع الأطفال والشباب والكبار، ثم تحديد أهداف التعليم للجميع في جومتين (تايلاند) في عام ١٩٩٠ ، حيث اعتمدت أكثر من ١٥٠ حكومة الإعلان العالمي حول التعليم من أجل جميع السياسات وملتزمة بدعم الحق العالمي في التعليم من خلال الوصول المجاني للتعليم الجيد، حيث تم التأكيد عليه بعد ١٠ سنوات في عام ٢٠٠٠ المنتدى العالمي للتعليم في داكار (السنغال) ، حيث تم اعتماد ستة أهداف التعليم للجميع ليتم تنفيذها بحلول عام ٢٠١٥ وتتمثل فيما يلي:

- الهدف الأول : توسيع وتحسين رعاية الطفولة المبكرة والتعليم .
- الهدف الثاني : تحقيق التكافؤ بين الجنسين بحلول عام ٢٠٠٥ والمساواة بحلول عام ٢٠١٥ .
- الهدف الثالث : الحصول على التعليم الابتدائي المجاني والإلزامي للجميع .
- الهدف الرابع : زيادة معرفة القراءة والكتابة لدى البالغين بنسبة ٥٠ ٪ .
- الهدف الخامس: تشجيع التعلم وتحسين المهارات الحياتية للشباب والكبار .
- والهدف السادس :تحسين كل جانب من جوانب الجودة التعليمية، وهذا هو موضوع المقال الرئيس.

(Madani,2018,p100)

ويعتبر المتعلمون هم الأساس عند وضع سياسة تعليمية ومحاولة ضمان جودتها ؛ حيث يقال أن " جودة التعليم يجب أن تكون في قلب التعليم للجميع " (اليونيسكو ، ٢٠٠٠) ؛ ويقال أن المعرفة ، المصالح ، القدرات والظروف (الجنس والعرق والثقافة واللغة والدين واللغة والدين والوضع الاجتماعي والهجرة) ؛ وينبغي أن تؤخذ في الاعتبار عند وضع استراتيجيات معينة لتحسين جودة التعليم لدى المتعلمين.

(Madani,2018,p100)

٢. تعريف الجودة التعليمية : تعددت تعريفات الجودة التعليمية حسب نظرة المختصين والباحثين حيث تعرف على أنها "أسلوب تطوير شامل ومستمر في الأداء يشمل كافة مجالات العمل التعليمي،فهي عملية إدارية تحقق كل من سوق العمل والطلب أي أنها تشمل جميع وظائف ونشاطات المؤسسة التعليمية ليس فقط في إنتاج الخدمة ولكن في توصيلها الأمر الذي ينطوي حتما على تحقيق رضا الطلاب وزيادة ثقتهم وتحسين مركز المؤسسة التعليمية محليا وعالميا". (ديمنغ، ٢٠٠٩، ص ٤٥).

ويرى البادي أن الجودة التعليمية هي: " العملية التي تهدف إلى توعية المتعلم وزيادة اهتمامه بالجودة من حيث معارفها وميادنها ونظرياتها وأساليب اعتمادها أو تطبيقاتها وتزويده بالمعلومات والمهارات وتكوين الاتجاهات والدوافع والقيم التي تساعد على

تطبيق مبادئ الجودة ومفاهيمها في حياته العملية ومع ذاته ومع الآخرين " (البادي ٢٠١٠، ص ٢٩)

ومن المسلم به أن المؤسسات التعليمية تختلف عن بعضها البعض في عناصر نظمها وبجميع مكوناتها تبعاً للرؤى والرسائل التي تتبناها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها فضلاً عن طبيعة تخصصاتها وظروف بيئتها المختلفة، وطبيعة وأنواع المخرجات، كل ذلك يجعل من تحقيق جودة مخرجات تلك المؤسسات أمراً ليس سهلاً، لذا فقد أصبح توجه المؤسسات التعليمية إلى نظام العملية التعليمية الحديث الذي يولي اهتماماً كبيراً بالمخرجات المستهدفة. (الظالمي، ٢٠١٢، ص ١٥٢)؛ فالتعليم اليوم هو قاعدة التكنولوجيا يمكن تحقيقه في البلدان المتقدمة؛ حيث حققت المدارس الذكية قفزة في التعلم الافتراضي عبر الإنترنت. (Hamidi, 2011, p370)

٣. **مبادئ الجودة التعليمية:** في ظل التطور التكنولوجي الهائل و ثورة المعلومات الكبيرة أصبح مفهوم الجودة محورا أساسيا و هاما لتحسين و تطوير العملة التعليمية، و عليه يمكننا القول بأن مفهوم الجودة التعليمية يركز على عدة مبادئ تسعى إلى تحقيق جودة المتعلم من الناحية المعرفية و المهارية، و المتمثلة فيما يلي:

١- **المشاركة:** وتكون عن طريق حمل الآباء والطلاب المسؤولية بامتلاكهم لمهارات الجودة وحل المشكلات.

٢ - **المبادرة:** توجب على الإدارة وهيئة التدريس خلق قيم جودة محددة داخل المؤسسة وبالتخلي عن الأساليب الروتينية داخل المؤسسة.

٣ - **التطوير المستمر:** وذلك لتحقيق تدعيم قيم التربية لدى الطالب بالتفاعل المستمر والعمل على تحقيق التوازن والاستغلال الأمثل للمواد المتاحة من خلال التخطيط والتقويم المستمرين.

٤ - **سرعة رد الفعل :** يقصد بها الاستجابة لمتطلبات المستقبل من خلال تحسين زمن الاستجابة وما يتطلبه من مراجعة العمليات والأهداف والأنشطة، من خلال التفاعل المستمر.

٥- **الرؤية الإستراتيجية :** لدى كل من الطلاب والمعلمين و الآباء وترجمتها إلى خطط مستقبلية، إذ لا تقتصر على فئة معينة في المؤسسة التعليمية، بل تشمل جميع أعضاء المؤسسة، أي أن كل شخص بمثابة رائد جودة.

٦ - **المنفعة والتعاون :** مع سائر المؤسسات الإنتاجية في المجتمع من خلال تبادل المنافع بين المؤسسة التربوية ومؤسسات المجتمع المدني؛ فهي إذن عملية ممتدة لا تنتهي وتشمل كل مكون وكل فرد في المؤسسة التعليمية وتؤكد على التكامل بين عنصر المنظومة للوصول للمخرج المطلوب بتلافي الأخطاء وبالتأكد من أن الأعمال قد أدت بالصورة الصحيحة من أول مرة لضمان الجودة والارتقاء بشكل مستمر. (الزهراوي، ٢٠٠٩، ص ٢٤).

وبعد القيام بتحديد مفهوم التعليم والجودة التعليمية وكذا أهم المبادئ المرتبطة بها سنحاول فيما يلي التطرق لمفهوم تكنولوجيا المعلومات (ICT) ، وكيفية إدماجها في مختلف مواقف العملية التعليمية .

٤. مفهوم تكنولوجيا المعلومات (ICT):

يشير مصطلح تكنولوجيا إلى المعرفة العلمية المنظمة المرتبطة بالاختراع والاكتشافات والعمليات التي تستخدم هذه المعرفة في الإنتاج والخدمات والتعامل مع البيئة . (أحمد السيد ، ١٩٩٧، ص٧٥).

كما يشير الأدب التربوي إلى كلمة تكنولوجيا (Technology) ؛ والتي عربت " تقنيات " اشتقت من الكلمة اليونانية (Techne) وتعني فنا أو مهارة والكلمة اللاتينية (texere)؛ تعني تركيبا أو نسجا والكلمة (logis) وتعني علما أو دراسة ، وبذلك فان كلمة تقنيات تعني علم المهارات أو الفنون ، أي دراسة المهارات بشكل منطقي لتأدية وظيفة محددة. (محمود الحيلة ، ٢٠٠٢، ص١٣).

وكما تعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها بعد جديد في مجال التعليم ؛ فالتكنولوجيا مساعدة في عملية التدريس وأداة لتحقيق أهداف العملية التعليمية (Borysuik,p110)
٥. مجالات التكنولوجيا :تعمل التكنولوجيا كوسيلة مهمة جدا في ثلاث مجالات ومتنوعة تتمثل أساسا في :

تكنولوجيا المنتج product technology :يهتم هذا النوع بنقل الأفكار إلى منتجات وخدمات جديدة من خلال تقديم معارف ، طرق جديدة لأداء العمل والإنتاج والتي تتطلب التنسيق والتعاون بين مختلف عمليات المنظمة لتلبية رغبات واحتياجات الزبائن ، كما تتطلب البحث عن تقنيات جديدة للمنتج إلى التعاون بين الأقسام.

تكنولوجيا النظام proces technology : تهتم بالطرق والإجراءات التي تساهم في أداء الأعمال داخل المنظمة ؛ فهي عبارة عن المكنائن والأجهزة التي تؤدي إلى إنتاج المنتجات أو تقديم الخدمات.

تكنولوجيا المعلومات information technology :تركز على التقانات المتعلقة باكتساب ونقل المعلومات بهدف حصول المنظمة على أفضل القرارات اللازمة لتقديم المنتجات والخدمات الجديدة ، وتشمل عملية تجميع ، معالجة وتوزيع المعلومات المناسبة لا سيما على الحاسوب.

إن عصر المعلومات وثورته في واقعنا المعاصر أصبح لا بد من التعايش والتفاعل معه لاسيما وأننا تحولنا من اقتصاد صناعي إلى اقتصاد معرفي بحث مرتكز على المعلومة التي أصبحت رهان كل القطاعات. (ضيف الله ، ٢٠١٧/٢٠١٨، ص٨٠).

٦. أسباب التوجه إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال وازدهارها : توجد العديد من الأسباب التي ساعدت على تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوجه نحوها بسرعة فائقة نبرزها فيما يلي :

١. تطورات الانترنت المتلاحقة وتفاعلاتها التكنولوجية: نتج عن هذه التطورات ظهور أعمال جديدة بتكاليف منخفضة، إدارة أعمال إلكترونية جديدة، تجارة إلكترونية وحكومات إلكترونية مع ازدياد العزوف عن نماذج الأعمال التقليدية.

٢. ظهور اقتصاد المعرفة: يمثل هذا المجال ظهور اقتصاديات أساسها المعلومات والمعرفة ظهور منتجات وخدمات جديدة ، وبعبارة أخرى فإن المعرفة أصبحت أصول إستراتيجية أساسية منتجة.

٣. النمو الاقتصادي المرتبط عالميا :والذي يطلق عليه مجازا مصطلح العولمة فهناك إدارة وسيطرة لمواقع الأسواق العالمية الالكترونية ، منافسة في أسواق العالم مع وجود مجاميع عمل موزعة عالميا بفضل نظم توزيع واتصال عالمية.

٤. التحولات في مشاريع الأعمال :تعتبر الانترنت والتكنولوجيا عنصران ذوات صلة بالمؤسسة ؛ فقد جعلتا بالإمكان القيام بالأعمال عبر حدود المؤسسة بنفس الكفاءة تقريبا في قيامها بالأعمال داخل المؤسسة ، وهذا يعني أن المؤسسات لم تعد تقتصر في أعمالها على حدود المنظمة التقليدية أو الحدود المكانية المتعارف عليها .

٥. ظهور ما يسمى بـ " الشركة الرقمية " :كل التغيرات التكنولوجية مصحوبة بإعادة تصميم منظمي أساسي يمكن أن تؤمن للمنظمة ظروف مناسبة باتجاه المؤسسة أو المنشأة الرقمية ؛ فهي إذن المؤسسة التي تكون مجمل علاقات الأعمال المهمة فيها تقريبا سواء مع الزبائن أو المجهزين أو العاملين يتم تكييفها إلكترونيا. (قند يلجي ، الجنابي ، ٢٠٠٧ ، ص ص ٣٣-٣٤).

٧. تكنولوجيا المعلومات (ICT) في التعليم الابتدائي :أصول وطرق الحصول عليها: تكنولوجيا الإعلام والاتصال تقنية مرتبطة بالحاسوب تتيح النقاط تقديم المعلومات وتعديلها وتوزيعها بجميع أشكالها . (holo , 2010,p48) وهذه التقنيات والتكنولوجيا لم يتم إنشاؤها بتوظيفها في التعلم فحسب ؛ بل حسب ديوزيد ١٩٥٤ Dieuzeide تتمثل في مجال التعليم في تنفيذ تقنية أو أكثر للحصول على نتيجة تربوية وتحقيق الأهداف المنتظرة. (holo,2010,P128) .

ويؤكد ديوزيد Dieuzeide أن الأجهزة السمعية البصرية في التدريس تندرج ضمن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة ، ذلك أنها لديها القدرة على تسجيل وتخزين وكذا تمثيل وتشخيص المعلومات المكتوبة والمرئية من خلال التصغير مما يؤدي إلى زيادة تمثيل الرسائل النصية والصوتية والمرئية في الحياة اليومية.

إضافة إلى التطور المتسارع والديناميكي المستمر والمتزايد الذي تشهده التكنولوجيا الجديدة ؛ فما إن تظهر تكنولوجيا جديدة إلا ورافقتها تجديدات في ذات المجال منها مثلا في مجال الكمبيوتر. (holo,2010,p81)

أدمجت تكنولوجيا الإعلام والاتصال والوسائط المتعددة والشبكات حيث يعرفها Baron بأنها نظام برمجي يدير بيانات متعددة وبصفة خاصة الرسم والصوت ؛ إذا فهي نظام يجمع بين السمعي والبصري والآلي .

مع مرور الوقت توسع مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ليشمل معالجة المعلومات من خلال الاتصال بالشبكة العنكبوتية أو العكس.

وتعرف موسوعة encarta الوسائط المتعددة على أنها جميع التقنيات والمنتجات المشتقة التي تقدم المعلومات في النموذج الجمع بين النص والصوت والصورة . (Multimedia ,2005)

وحسب الموسوعة فإن هذه الوسائط المتعددة تشهد توسعا كبيرا بفضل الانترنت وانتشار الأقراص المدمجة وأقراص الفيديو لأغراض تعليمية أو ترفيهية ولا سيما ظهور أجهزة الكمبيوتر الشخصية . (holo,2010,p129)

مبررات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الحقل التربوي:
يستشهد بيليس وروزادو (٢٠٠٧) بثلاثة أسباب لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

- التحديث والحاجة في التطور المستمر .
- تحسين الكفاءات التدريسية ونواتج التعلم.
- تدريب التلاميذ على إتقان أدوات المعلومات الحديثة .
- وحسب تقرير بعثة مراجعة التحديث (مارس ٢٠٠٧) بشأن المساهمة للتقنيات الحديثة في مجال تحديث نظام التعليم.
- تحسين التعليم العام للتلاميذ.
- تطوير تنمية روح المبادرة والعمل التعاوني.
- التدريب على الإجراءات والأدوات الجديدة الخاصة بكل المجالات والتخصصات منها العلوم التجريبية ، جدول البيانات ، برامج الهندسة ، ديناميات الرياضيات ، إنشاء برامج الموسيقى ومعالجتها وأنظمة المعلومات الجغرافية.
- إثراء سياق التعلم باللغات الحديثة والاقتصاد والتاريخ من خلال الوصول إلى ملاحظة النصوص الأصلية .
- مراقبة أفضل انجازات التلاميذ ، وذلك بفضل الحفاظ على تقييمات معينة كما يؤكد Baron et Bruillard (1996) تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) ؛ ولكن

يصعب قياسها في التعليم نظرا لصعوبة قياس تأثير الكمبيوتر من خلال جملة من المؤشرات أهمها: دوافع المتعلم / مساهمة المعلم / البيئة الاجتماعية (holo,2010,p132)

٨. أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في التدريس: إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) ركن من أركان المجتمع الحديث ، تنظر لها البلدان المتقدمة على أنها مفاهيم أساسية وجزء لا يتجزأ من التعليم الأساسي تماما مثل القراءة والكتابة والحساب ؛ وبذلك أصبحت مهمة اليونسكو أن تضمن لجميع البلدان أيا كان مستواها من التنمية الحصول على أفضل الموارد التعليمية من خلال إعداد أجيال للعب دور مهم وفعال في المجتمع الحديث والمشاركة في مجتمع المعرفة ، فهي تواصل لتكون قادرة على تقديم المشورة للحكومات الوطنية بشأن استخدام التكنولوجيا في المدارس على وجه الخصوص والتكنولوجيات القديمة ، ومساعدة البلدان على تطوير البرمجيات والمواد المتكيفة مع ثقافتهم الوطنية والإقليمية. (Unesco , p3). ويمكن تلخيص مبادئ اليونسكو حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في التعليم مايلي:

- تبليغ التحديات العالمية في مجال التعليم وبخاصة أهداف التعليم للجميع ذروتها في الدول النامية؛ لذلك فإن تطوير منهجية مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في التعليم يركز بصورة أكبر على المسائل الأساسية للسياسات في هذه الدول.

- يتعين استخدام التكنولوجيا القديمة والحديثة على نحو متوازن ؛ فالبلد الإذاعي المباشر والمسجلات الصوتية بالإضافة الى التلفاز والتكنولوجيا المعتمدة على الفيديو غير المتصل بالشبكة لا تزال تشكل نمطا صالحا وفعالا من حيث التكلفة لتوفير التعليم كما هو الحال في أساليب التعليم الافتراضي التي تعتمد على أساليب أكثر تفاعلية مثل : الحاسوب والانترنت والتعلم عبر الشبكة.

- يتطلب تحقيق الأهداف التعليمية الدولية بحلول عام ٢٠١٥ توظيف استثمارات هائلة في مؤسسات تكوين المعلمين.(منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة ، ص١٤)

٩. الأدوات التكنولوجية المستخدمة في الصف الدراسي من قبل المعلمين : هناك استطلاع أجري حول الأدوات التكنولوجية المستخدمة في الصف الدراسي والذي وضح مايلي :

- تعتبر الأداة التكنولوجية الأكثر استخداما في الفصل الدراسي من قبل المعلمين الذين شملهم الاستطلاع هي (TBI) بنسبة ٣١ في المئة.

- هناك استخدام الأجهزة الكمبيوتر بنسبة ١٠ في المئة.

- الأجهزة اللوحية أو أجهزة iPad بنسبة ٩ في المئة.
- البرمجيات أو المنصات عبر الانترنت بنسبة ١١ في المئة.
- استخدام المشاركون في الاستطلاع برنامج Microsoft Power Point للعرض التقديمي بنسبة ٣ في المئة .
- استخدام اليوتيوب You tube كان بنسبة ٣ في المئة ؛ جدول Excel Microsoft أو برامج جداول البيانات بنسبة ٢ في المئة. (Karsenti phd, Bernet , bugmann, 2014, p13)
- لقد لخص Newbay et autres (٢٠٠٠) أهم الاتجاهات المعاصرة والمستقبلية في اندماج الوسائل المتطورة منها ، الحاسوب وبروزه كأداة رئيسية في العمل والتربية ؛ فقد تطورت من ثبوتها كالحواسيب المكتبية المحمولة على الانترنت الفاعل الأول في تطور الحواسيب فتقريبا كل دوائر الخدمات والوظائف تدار بأدوات منفصلة (تلفاز / فيديو / فاكس الخ) لما لا تكون مستقبلا مندمجة في آلة واحدة رقمية متعددة الأهداف لبعض الحواسيب حاليا .
- فالملاحظ أن تزايد أهمية الحواسيب يجعل لها دورا بارزا في المستقبل وتنبأ لها الاستمرار في ذاكرة التواصل العشوائي "Ram" والقرص الصلب "Hard Disk"، مع تنازل الحجم والتمن أكثر قابلية وأكثر مرونة وشيوعا لتصبح بذلك أجهزة قياسية "Stand ards" متوفرة لدى جميع المتعلمين.
- التطور في شبكة الانترنت "Internet" : لقد تم اعتماد عدة طرق لتطوير صفحات نسيجية "Web" من طرق تحديد الصفحة بواسطة العناوين مثل : أسلوب الأوراق الطباقية ، ولغة النص الفائق الدينامية التي يتم تطويرها حاليا يجعلها أكثر كفاءة وفاعلية ومرونة وكذا تطوير لغة الحاسوب والتي تم تصميمها لتسهيل لتصميم البرامج التي يمكن نشرها على صفحات الشبكة لتعمل على أي نظام حاسوبي.
- مواقع الانترنت التفاعلية : إن التركيز على تحسين العروض على صفحات الشبكة يدفع إلى إعادة النظر في كل مرة في نوعية الصورة والصوت اللذين يرسلان حسب الطلب . (خنيش، ص ٨٤)
- ١٠. أسس استخدام التقنية في تحقيق الأهداف التعليمية : إن المعلم المعد إعدادا مهنيا سليما لا يقرر استخدام تقنية تعليمية بطريقة ارتجالية ، إذ من الضروري أن تسبق عملية الاختيار طريقة الاستخدام وأن تخضع لأسس ومعايير تعليمية تربوية دقيقة لأن فشل المعلم في اختيار التقنية سيؤدي به لا محالة إلى فشل واضح في تحقيق أهدافه التعليمية التربوية ، وبهذا تفقد التقنية وظيفتها وأهميتها التربوية.
- ومن هنا يمكننا تحديد بعض الأسس والمعايير العامة في اختيار التقنية :

١. أن تحقق التقنية أهداف التدريس : فينبغي علم المعلم أن يقوم بتوضيح أهدافه ويحدد أهم العناصر التي يجب أن توجد في التقنية المختارة.
٢. معلوماتها صحيحة وعلمية :يجب على التقنية التي نستخدمها أن تعطينا معلومات صحيحة وصادقة وليس بها أخطاء علمية ومن ثم تبني لدينا مفاهيم خاطئة.
٣. مناسبتها للمستوى الفعلي للتلاميذ: لكل مرحلة دراسية تقريبا تقنيات تعليمية خاصة بها ، والتي تعتمد على الخصائص النفسية والعمر العقلي والمستوى الدراسي.
٤. أن تشوق المتعلم وتجذبه : التعليم عملية هادفة أساسها إعداد الفرد ليصبح عنصرا فاعلا في المجتمع ، وعليه فإن جودة اختيار الوسيلة على أساس تناسق ألونها أو وضوح صورها أو غرابة موضوعها ، أو طبيعة حركتها سوف يزيد من إثارة المتعلم ونشويقه.
٥. مناسبة حجم التقنية لأعداد التلاميذ : إن التقنية الجيدة هي تلك التقنية التي تسمح لجميع التلاميذ بمشاهدتها أو سماع صوتها أو قراءة بياناتها بوضوح .
إن هذه الشروط تأتي نتيجة للتصميم الجيد لمساحة أو أبعاد أو حجم هذه التقنية .
٦. عدم ازدحام التقنية بالمعلومات :يجب أن تركز التقنية على النقاط الرئيسية في المعلومات المراد توضيحها ،أو تركز على الفكرة الرئيسية في كل معلومة مطلوبة ، وبذلك تترك للمعلم فرصة شرح التفاصيل أو الإضافات المطلوبة لأنه الهدف الأساسي منها مساعدة المعلم وليست بديلة عنه .(بن حامد ، ٢٠١٧ ، ص ص ١٩-٢٠)
١١. إيجابيات استخدام تكنولوجيا المعلومات في مجال التربية: يؤكد عدد من الباحثين والتربويين على أهمية دمج وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجال التربوي لما لها من آثار إيجابية أبرزها:
- اكتساب الكفاءة والمعرفة.
- تنمية مهارات المتعلمين.
- أكدت دراسات علمية حديثة فاعلية تكنولوجيا المعلومات من خلال استخدام الكمبيوتر كأدوات لخدمة تخصصات مختلفة.
- تنمية الروح العلمية من خلال أدوات البرمجة من خلال الوسائل الدينامية الاجتماعية استنادا إلى بعض مراجع التي تساهم بها تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.(holo,2010,p130)
- كما تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تحقيق تنمية مضافة من حيث أنها تساعد على تطوير المهارات اللغوية للتلاميذ وهذا بفضل التبدلات اللغوية. (alabboud,2015,p3)
- وتؤكد دراسة ميدانية قام بها الباحث Terkle(١٩٨٦) في مدرسة أوستن بالولايات المتحدة الأميركية الآثار الإيجابية لتقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تعلم التلاميذ.

- سهل استخدام الكمبيوتر اكتساب التلاميذ آليات القراءة والرياضيات ؛ حيث يذكر الباحث Terkle حالة الطالب "Ronnie" ؛ الذي تمكن من تعلم مفاهيم الرياضيات من خلال أنشطة البرمجة .

وهناك تلميذة أخرى تدعى "Tanya" ، كانت لا تستطيع الكتابة ولا تتمكن من آليتي الجمع والطرح ، لكن بفضل الكمبيوتر تطورت علاقتها بالكتابة وأصبحت فيما بعد كاتبة تُولف قصائد شعرية.

- هناك دراسة ميدانية لـ كوهين (١٩٨٧) ، حيث قام بها مع مجموعة من الباحثين من " مجموعة التعلم بالمركز العالمي " ؛ حيث أعد الفريق تجربة برمجيات من تعلم القراءة إلى تعلم اللغة المكتوبة في الفترة ما بين (١٩٨٣-١٩٨٦)، في تسع مدارس على ٨٠ طفلا تتراوح أعمارهم من ٣ إلى ١٢ سنة. (holo,2010,p132) ؛ حيث لاحظ الباحثون في نهاية التجربة أن استخدام الكمبيوتر يحفز الجوانب الايجابية لتعلم القراءة والكتابة لدى المتعلمين ، كما أظهر اهتماما متزايدا بالكتابة كما خلصت الدراسة إلى أن الكمبيوتر مهم جدا في الصف الدراسي من خلال اعتباره مصدرا لتمارين متنوعة ومختلفة ، كما يسمح في ذات الوقت إكساب المعلمين اللغة الشفوية والمكتوبة ، كما يعزز فيه سلوك التحليل واكتشاف الكلمة ونطقها نطقا صوتيا سليما.

- كما مكن التلاميذ من التكيف مع الوضعيات المقترحة من طرف معلمهم .
إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تغير جذري في وسائل الاتصال والإنتاج في المجتمع ؛ إذ توفر جميع المعارف والمعلومات الخاصة بالتعليم ؛ كما تشكل مستودعا غير محدود للمعلومات والمعرفة والتواصل. (holo,2010,p134)
- كما تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) بالكشف عن مهارات المتعلمين وتطويرها.

- التمكن من الحصول على مصادر المعرفة والمعلومات ومختلف المواقف والسياقات الدالة والمناسبة لاحتياجات المتعلمين.
- تمنح وظائف جديدة للمعلمين.

- الوصول إلى مختلف قواعد البيانات على شبكة الانترنت .
- فمن المهم أن تضمن المؤسسات التعليمية حصول المتعلمين على العديد من الفرص للتفاعل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) وكذا المعلمين ، وضرورة دمجهم بالنظر إلى أن محور الأمية الإعلامية مهم جدا في مجتمع اليوم.
- لقد أكد Papadoudi أن هناك وظائف عديدة تقوم بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في طرق التدريس منها: النشاط داخل الصف الدراسي ، التعبير " الطلاقة اللغوية " ، تطور العفوية لدى التلاميذ ، تنمية الإبداع والابتكار، المساهمة في تقوية الحوار بين المعلمين والمتعلمين

"الاتصال الأفقي" ، وتظهر بشكل جلي في طريقة التعلم التعاوني أسلوب المناقشة؛ وكذا طريقة حل المشكلات ؛ (Karsenti phd, Bernet , bugmann, 2014, p21) حيث تسهم الحوارات التعليمية مع جهاز الكمبيوتر إلى زيادة دافعية المتعلم والمساهمة في تفعيل العملية التعليمية التعلمية ، وزيادة انخراطه في بناء المعنى.

- كما تعزز الانفتاح على العالم الخارجي والتواصل بين المعلم والمتعلم.
- أصبحت أداة تعليمية تساهم في اكتساب معلومات له - المعلم - وكفاءات للمتعلمين.
- يشير كل من Caron, Harrari, Baron (٢٠٠٥) ، إلى أنه يمكن استخدام الكمبيوتر في التدريس بطريقتين :

١. يمكن أن يكون وسيلة أو أداة للتعلم ؛ بحيث يحل محل المعلم بصورة تدريجية.
٢. يمكن أن يكون وسيلة لاكتساب المعلومة ؛ وذلك حين يصبح للتوضيح والتعبير.
- أما بالنسبة لـ Betraucourt (٢٠٠٧) ، فيرى بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) أدوات معرفية من خلال تخزين المعلومات المعقدة بالإضافة إلى شبكة الانترنت التي تشكل وصولاً غير محدود إلى المعلومات التي تسمح للقيام بأنشطة والبحث والاستغلال ، ومعالجة المعلومات المعقدة القائمة على سعة الحوسبة الكبيرة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

و من أعظم فوائد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في طرق التدريس :

- تنويع أدوات وطرق التدريس .
- زيادة ارتباط التلاميذ بجيل التكنولوجيا الجديدة.
- دفع المتعلمين إلى التعلم الذاتي . (دليو ، ٢٠١٠ ، ص ١٢٦).
- ويكون استعمال الوسائط التكنولوجية من طرف المتعلمين مرتبطاً بالمقاربة التربوية المعتمدة من طرف المعلم في سبيل تفعيل نشاطهم باستعمال موارد رقمية ، وأصبح المهم هو توفير وسط تعليمي تدريجياً للمتعلمين بالتحكم في الوسائط الاتصالية التعليمية والتفاعل معها مباشرة بالتجربة والخطأ مع زملائهم والمعلمين ، ويسمح من جهة أخرى للذين لديهم إمكانيات قاعدية معتبرة في مجال الالكترونيات من استغلالها لدفعهم للقيام بمهام تعليمية مهمة مفيدة. (عبد العظيم الطبيب ، ص ص ٧-٨).

١٢. تأثير تقنيات المعلومات والاتصالات (ICT) على العملية التعليمية: بدون شك أن المناهج الدراسية المقررة في الوقت الحالي لا تتماشى مع مستوى التطور البيئي والهيكلية النوعية لتقنيات المعلومات ، لذا يتوقع بعض الباحثين أن يتم الاستغناء عن الكتاب المدرسي بتصميمه الحالي في المستقبل ، وأن يستبدل بوسيلة أكثر تفاعلاً مع حواس المتعلم ؛ وفي الغالب تكون على هيئة أقراص مدمجة ، وقد شرعت بعض الدول في تطبيق ذلك، وأصبح التعلم يتم عن طريق هذه الأقراص بحيث يستخدمها المتعلم في المدرسة والمنزل وفي أي مكان ، وبدون شك أنها ستسهم في إثراء بيئة التعلم ؛ وعليه

سيكون المنهج الدراسي متوفرا في المستقبل على وسائل متعددة مثل: الشبكة العالمية للمعلومات ، الأقراص المدمجة وغير ذلك بدلا من اقتصار المنهج على الكتاب المدرسي.

فللتقنية آثار على آليات تطوير المناهج المختلفة وانعكاس ذلك على طرق وأساليب مختلفة للتدريس ، مما يؤدي إلى ظهور اتجاهات جديدة في التدريس وبناء المناهج . ومن الضروري أن يركز المنهج الدراسي في ظل التقنيات الحديثة على متطلبات السوق العالمية.

- كما تسهم تكنولوجيا المعلومات في إكساب المعلم المعرفة والمعلومات حول ماهو حديث في تدريس الموضوعات التي يقوم بتدريسها ، كما تسمح التقنية الحديثة بتواصل المعلم مع آراء غيره من المعلمين ، كما أسهمت التقنية الحديثة في توظيف كافة المعارف التي يقوم المعلم بطرحها عمليا واكسبته التفكير الابتكاري ؛ ولذلك من الضروري تدريب المعلمين على استخدام التقنية الحديثة في التعليم.(قاسم العليان ، ٢٠١٩، ص ٢٧٦).

- لقد قامت أجهزة الكمبيوتر بتحسين جودة التدريس وتحسين عملية التعليم بمساعدة أدوات مختلفة مثل: جهاز عرض الوسائط المتعددة وعروض PowerPoint التقديمية وما إلى ذلك ؛ فالأساليب التقليدية للتدريس يمكن أن تكون مملة مما يسبب الإحباط لدى التلاميذ . لكن تكنولوجيا المعلومات تجعل التعلم عملية أكثر اهتماما وإثارة ، من خلال الألعاب والرسومات المتحركة وما إلى ذلك ؛ ويمكن تحقيق أهداف تعليمية بمساعدة الحاسوب مثل :

- الاهتمام والدافعية.
- أسلوب التعلم متوافق.
- الاستخدام الأمثل لوقت التعلم.
- ردود فعل فورية.
- تحليل الأخطاء.

- الممارسة المتكررة. (Dabas,2018, p573)

وكما يسمح استخدام المعلومات حل مثل هذه المشكلات الفعلية :

١. استخدامها في تدريس أحدث تقنيات المعلومات.
 ٢. تحسين مهارات العمل المستقل للتلاميذ في قواعد بيانات المعلومات والانترنت.
 ٣. تكثيف التعليم وتحسين اكتساب المعرفة من قبل التلاميذ.
 ٤. جعل عملية التعلم مثيرة للاهتمام وغنية بالمعلومات.
 ٥. باستخدام تقنيات المعلومات كاملة مع الكتب المدرسية التقليدية يساعد في الآتي:
- يوفر نهجا شخصيا ومتباينا في التدريس.

- يضمن تنفيذ النهج التفاعلي.
- يزيد من النشاط المعرفي للتلاميذ من خلال مجموعة متنوعة من الفيديو ومعلومات صوتية.
- يوفر التحكم من خلال الاختبار ونظام الأسئلة للتحكم الذاتي.

(Borysuk, p110)

١٣. قيود استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في العملية التعليمية التعليمية: تعتبر التقنيات الحديثة سلاح ذو حدين والفارق بين إيجابياتها وسلبياتها في العصر، حيث يتوقف على مدى استخدام الفرد لها لأن كيفية الاستخدام هي التي تبرز الإيجابيات والسلبيات؛ فإذا تم استخدامها بشكل إيجابي وهذا عن طري التحكم فيها والتأكد من مصادر المعلومات المعروضة ومدى صحتها، فإن بلا شك تتحقق معه جوانب إيجابية سواء للملقن أو المتلقي لهذه المعلومات والمعارف، عكس ما إذا كان هذا الاستخدام دون مراعاة الضوابط والقيود والأخلاقيات التي تجعل من التقنية الحديثة مصدرا للمعلومات وتحسين المعارف وتطوير التعليم والسير به نحو الجودة عنها، ومن هذا المنطلق يجب الحديث عن القيود والضوابط التي تجعل التقنيات الحديثة وسيلة لتطوير وتحسين جودة التعليم. (قاسم العليان، ٢٠١٩، ص 254).

١٤. سلبيات دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في التعليم :

١. استخدام أجهزة الحاسوب والأجهزة اللوحية بدلا من الورقة والقلم أدى إلى تدني مستويات التلاميذ في المهارات الأساسية في التعليم كالكتابة الجيدة.
٢. تقديم معلومات غير صحيحة: العديد من المواقع الإلكترونية تزود الأشخاص بمعلومات خاطئة تم نسخها ولصقها من مواقع ومراجع أخرى لم يتم التأكد من مدى دقتها، وبالتالي يتم تضليلهم بهذه المعلومات.
٣. تقليص دور المعلم: ساهمت الانترنت في تقليل دور المعلم، فأصبح التلاميذ يعتمدون على شبكة الانترنت من أجل الحصول على المعلومة بدلا من سؤال المعلم عنها.
٤. كما أن التطور السريع والمتواصل لتقنيات التكنولوجيا شكل عائقا كبيرا أمام المعلم الذي لا يملك تلك التقنيات مما شكل عائقا إضافيا أمام المدرس.
٥. تأثير التكنولوجيا على الصحة: يؤثر استخدام التقنية بشكل منتظم على الصحة الاجتماعية والعقلية والبدنية؛ فاستخدام الأجهزة الرقمية يسبب الإجهاد للعين، كما أنها تؤثر على الرأس والرقبة وتساهم في خفض النشاط البدني.
٦. زيادة النفقات: استخدام التكنولوجيا كبديل عن الورقة والقلم يتطلب إنفاق مبالغ ضخمة من قبل المدارس من أجل شراء وتوفير الموارد الضرورية كأجهزة الحاسوب

وغيرها ، وإنفاق آلاف من الدولارات من أجل تحديث البرامج القديمة التي لا تتوافق مع التكنولوجيا الحالية . (قاسم العليان ، ٢٠١٩ ، ص 254).

١٥. **معوقات دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في التعليم:** عملية دمج التقنية في قطاع التعليم يواجه بعض المعوقات التي ربما تحول من فاعلية استخدامها والتي يمكن تصنيفها حسب الكثير من الدراسات إلى قسمين:

١. **معوقات مادية:** والتي يقصد بها تلك المعوقات التي ترتبط بالأدوات والمواد وليست الإنسان ، نقص الموارد ، قلة الوقت ، ضعف الاستيعاب لدى المعاهد لأساليب التكنولوجيا الحديثة أو مشاكل شبكات الانترنت والحاسوب ؛ هذه المعوقات يمكن التخلص منها بتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في المعلومات التعليمية وتوفير الانترنت بشكل دائم ، ربما زيادة وقت الحصة الدراسية للمدارس لحل مشكلة قلة الوقت لدى المعلم من تطبيق واستخدام وسائل التكنولوجيا المختلفة .

٢. **معوقات بشرية:** هذه المعوقات ترتبط بالعوامل المتعلقة بالإنسان مثل:

١٦. **انعدام الثقة:** بعض الدراسات وضحت أن السبب الذي جعل المعلمين يرفضون استخدام الأدوات التكنولوجية هو عدم الثقة في استخدامها لعدم الخبرة والخوف من الفشل ، إذا كان الطلاب لديهم خلفية أفضل حول استخدام الكمبيوتر وغيرها من الأساليب الحديثة ، وهذا يمكن التغلب عليه من التدريب المكثف للمعلم لكيفية استخدام هذه التقنيات الحديثة ، الحواجز التي تحول دون الاندماج الناجح لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في بيئات التعليم والتعلم.

١٧. **ضعف روح التنافس لدى المعلم:** وهذا ينتج أحيانا عن عدم الثقة بالنفس الناتجة عن عدم المعرفة وهذا تختلف نسبته ما بين الدول المتطورة التي تنتشر فيها وسائل التكنولوجيا الحديثة في جميع مناحي الحياة وبين الدول النامية ، حيث الاستخدام المحدود لوسائل التكنولوجيا الحديثة في التعليم.

١٨. **عدم الرغبة في التغيير لدى المعلم:** حيث يرى أنه لا داعي لتغيير أسلوبه في التعليم واستخدام وسائل حديثة.

وهذا المعيق لا نجده كثيرا في الدول المتطورة والتي فيها المعلم يرى أن في استخدام وسائل تكنولوجيا له أكبر الأثر على الطلاب وتطوير العملية التعليمية .

١٩. **التكلفة المرتفعة:** فبعض البرمجيات والأدوات الالكترونية تكون تكلفتها عالية لا يمكن في البيئات الأقل حظا ماديا . (قاسم العليان ، ٢٠١٩ ، ص 284-283).

مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في المؤسسات التربوية.

يتكون مجتمع الدراسة من مكونات العملية التعليمية التعليمية : متعلم / معلم / تقنيات الإعلام والاتصال/ منهاج/ طرائق التدريس.

منهج الدراسة: تم استخدام المنهج التحليلي الكيفي في هذه الدراسة .

نتائج الدراسة :توصلت الدراسة الحالية إلى النتائج التالية:

- مساهمة جهاز الكمبيوتر في زيادة دافعية المتعلم وانخراطه في بناء المعنى.
- تعزيز شبكات التواصل عملية الانفتاح بين المعلم والمتعلم.
- أصبحت التقنية أداة تعليمية تساهم في إكساب المعلم من المعلومات والمهارات.
- أدت دمج التقنية في المجال التربوي إلى تنويع طرق التدريس والرفع من مردوديتها.
- أدت التقنية إلى تحسين نشاط التدريس بالنسبة للمتعلمين.
- استطاعت التقنية في قياس إنجازات المتعلمين وضبطها بدقة.
- رفعت من درجة تفاعل المتعلمين تجاه النشاط التعليمي.
- اقترحت على المعلمين أدواراً أخرى .
- ساهمت تكنولوجيا المعلومات في تنامي الأمية الإعلامية في العملية التعليمية التعليمية.
- مكنت المتعلمين من التكيف مع الوضعيات المقترحة من طرف معلمهم.

خاتمة :

إن الجودة تعد عنصراً جوهرياً حاسماً في تقدم الأمم وازدهارها ، وعليه فإن التقانة وسيلة جد هادفة لتحسين جودة التعليم للوصول إليها. فمن حيث تعمل الدول المختلفة جاهدة على دمج التقانة في التعليم لإثارة خيال التلاميذ وزيادة تعزيز التعلم لديهم وإكسابهم مهارات التفكير الإبتكاري مثل : التحليل والتفسير والتقويم والتعميم وحل المشكلات والإبداع. ومن واجب النظم التربوية إعداد أجيال قادرة على التعامل مع التقانة لتقديم نواتج تعليمية تتواءم وسوق العمل وهذا ما يعرف بمحو الأمية الإعلامية .

قائمة المراجع

أولا المراجع العربية:

١. ابراهيم بشير، خليل، وآخرون، (٢٠١٠)، أساليب التدريس، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع .
٢. ديمغ ، هاغنستروم ، روبيرت (٢٠٠٩) ، إدارة الجودة الشاملة ، القاهرة : ، كنوز للنشر والتوزيع .
٣. نواف محمد ، البادي ، (٢٠١٠) ، الجودة التعليمية وتطبيقات الايزو، عمان: دار اليازوردي .
٤. الظالمي، محسن الإمارة ، أحمد ، وآخرون ، (٢٠١٢) ، قياس جودة مخرجات التعليم العالي من وجهة نظر الجامعات وبعض مؤسسات سوق العمل-دراسة تحليلية في منطقة الفرات الأوسط-، مجلة الإدارة والاقتصاد، السنة الرابعة والثلاثون، ع ٩٠ .

٥. الزهرائي، محمد بن راشد، (٢٠٠٩)، تصور مقترح لتطوير أدوات قياس وتحصيل الطلاب وفق معايير الجودة الشاملة بوزارة التربية والتعليم ، السعودية: جامعة أم القرى .
٦. أحمد السيد ، سميرة (١٩٩٧) ، مصطلحات علم الاجتماع، الرياض :مكتبة الشقوي ، الرياض .
٧. الحيلة ، محمد محمود ، (٢٠٠٢) تكنولوجيا التعليم من أجل تنمية التفكير بين القول والممارسة ، عمان :دار المسيرة .
٨. ، ضيف الله ، نسيمه (٢٠١٧/٢٠١٨)، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية – عينة من الجامعات الجزائرية -، (أطروحة دكتوراة)، جامعة الحاج لخضر، باتنة -١-
٩. قند يلجي ، عامر إبراهيم، عبد القادر الجنابي ، علاء (٢٠٠٧)، نظم المعلومات الإدارية، عمان :دار المسيرة للنشر والتوزيع .
١٠. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة ، دليل لقياس تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعليم .
١١. خنيش، السعيد (٢٠١٤)، تقنية المعلومات في التعليم بين الراهن التعليمي وفرضية التحول ، الممارسات اللغوية، ع٢١ ، ص ٨٤.
١٢. بن حامد، لخضر (٢٠١٧)، محاضرات مقياس تكنولوجيا التربية ، جامعة آكلي محند أولحاج ، قسم العلوم الاجتماعية .
١٣. دليو ، فضيل (٢٠١٠)، التكنولوجيا الجديدة – المفهوم – الاستعمالات – الآفاق ، عمان :دار الثقافة .
١٤. عبد العظيم الطبيب ،مصطفى ، انعكاسات تقنية المعلومات على العملية التعليمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات ، المؤتمر العربي حول التعليم العالي وسوق العمل ،جامعة المرقب، ترهونة.
١٥. قاسم العليان ، نرجس(٢٠١٩)، استخدام التقنية الحديثة في العملية التعليمية ، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، العدد٤٢ .المملكة العربية السعودية.
١٦. قاسم العليان ، نرجس(٢٠١٩)، استخدام التقنية الحديثة في العملية التعليمية ، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، العدد٤٢ .المملكة العربية السعودية.
١٧. قاسم العليان ، نرجس(٢٠١٩)، استخدام التقنية الحديثة في العملية التعليمية ، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، العدد٤٢ .المملكة العربية السعودية.
١٨. قاسم العليان ، نرجس(٢٠١٩)، استخدام التقنية الحديثة في العملية التعليمية ، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، العدد٤٢ .المملكة العربية السعودية.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Madani,rehaf(2018),Analysis of Educational Quality of Education for all Policy, Canadian center of science Education, v9n1.
2. Madani,rehaf(2018),Analysis of Educational Quality of Education for all Policy, Canadian center of science Education, v9n1.
3. Hamidi,farideh,Mashkat, meryam(2011),information Technology in Education , procedia computer science
4. Borysuik ,aleksandr,Benefits and disadvantages of the use of information, national university of life and environonmental sciences ,Ukraine.
5. holo ,Amon (2010),les Technologies de l' information et de la communication dans l' enseignement du premier degré en France,departement de science de l'education, universite Paris descartes,France.
6. holo ,Amon (2010),les Technologies de l' information et de la communication dans l' enseignement du premier degré en France,departement de science de l'education, universite Paris descartes,France.
7. holo ,Amon (2010),les Technologies de l' information et de la communication dans l' enseignement du premier degré en France,departement de science de l'education, universite Paris descartes,France.
8. Multimedia,Microsoft encarta(cd) microsoft corporation,2005.
9. holo ,Amon (2010),les Technologies de l' information et de la communication dans l' enseignement du premier degré en France,departement de science de l'education, universite Paris descartes,France.
10. holo ,Amon (2010),les Technologies de l' information et de la communication dans l' enseignement du premier degré en France,departement de science de l'education, universite Paris descartes,France.
11. Unesco ,Technologies de l'information de la communication .

12. Karsenti phd ,Thierry, Bernet, emmanuel , bugmann ,julieu, *usages avantages et defis des technologies de l enseignement*(2014), chare de recherche du canada .
13. holo ,Amon (2010),les Technologies de l' information et de la communication dans l' enseignement du premier degré en France,departement de science de l'education, universite Paris descartes,France.
14. Alabboud, Ghaina(2015),l' introduction des TIC dans les pratiques pédagogiques des enseignants français,formation et profession,N23 , université de limonges , France,p3.
15. holo ,Amon (2010),les Technologies de l' information et de la communication dans l' enseignement du premier degré en France,departement de science de l'education, universite Paris descartes,France.
16. holo ,Amon (2010),les Technologies de l' information et de la communication dans l' enseignement du premier degré en France,departement de science de l'education, universite Paris descartes,France.
17. Karsenti phd ,Thierry, Bernet, emmanuel , bugmann ,julieu, *usages avantages et defis des technologies de l enseignement*(2014), chare de recherche du canada .
18. Dabas,neetu (2018),Role of computer and information Technology in Education System,international journal of engineering and techniques, v4 ,n1.
19. Borysuik ,aleksandr,Benefits and disadvantages of the use of information, national university of life and environonmental sciences ,Ukraine.

وسائل الإعلام والاتصال وهندسة الثقافة الشبابية في عصر مجتمع اقتصاد المعرفة " دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة باجي مختار عنابة"

إعداد

د. بشيش فريدة سعيدي عيوني نجم الدين

جامعة باجي مختار عنابة - الجزائر

Doi: 10.12816/jacc.2020.73407

القبول : ٢٤ / ٢ / ٢٠٢٠

الاستلام : ٢٥ / ١ / ٢٠٢٠

المستخلص:

تسعى هذه الدراسة الميدانية للكشف عن نوعية مضامين وسائل الإعلام والاتصال العربية، وعلاقتها بتكوين ثقافة الشباب الجزائري، باعتبار أن أغلب هذه الوسائل، ترفع شعارات تهدف للحفاظ على الهوية الثقافية، والقيم العربية، إلا أنها تنتهج سياسات إعلامية واتصالية تستند إلى منطق ربحي، يشجع على شد الشباب إلى نماذج، وقيم، وتوجهات سلوكية، بعيدة كل البعد عن ثقافتنا العربية، في شكل موضوعة (لباس، موسيقى، ألعاب، طرق أكل، ومواد استهلاكية...)، ضمن إستراتيجيات تسعى لصياغة الإنسان المعاصر، "وعيا وسلوكا"، وفق نموذج معد سلفا، وهو ما بات يعرف "بهندسة السلوك البشري" للوقوف على أهم هدفين اختصت بهما الدراسة وهما: الوقوف عند المضامين الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام العربي لمعرفة نوعيتها ونوعية التأثيرات المرجوة منها والتي تستهدف ثقافة الأمة. وكذا معرفة المكانة التي تحتلها هذه البرامج والمضامين عند الشباب العربي وكيف يستعملها في حياته اليومية. واستخدم الباحث في تناوله لموضوع البحث المنهج الوصفي المسحي كون هذا المنهج من أنسب مناهج البحث بالنسبة لهذا الموضوع، كما اعتمد الباحث استمارة الاستبيان كأداة للبحث وقد تضمنت مجموعة من المحاور لعل من أهمها: المحور الأول الذي خصص لمعرفة القنوات التي يعتمد عليها الشباب لتكوين معارفهم الثقافية. أما المحور الثاني تناولنا فيه نوعية البرامج التي يفضلها الشباب. ثم المحور الثالث الذي تمحور حول نوع القوالب الفنية التي تجذب الشباب. كما عالجت في المحور الرابع مظاهر التأثير بالثقافة من خلال التلفزيون. وتعلق المحور الخامس بالمجهودات المبذولة من وسائل الإعلام العربي

لتوعية الشباب و تنمية التفكير النقدي لديهم.لنختتم بالمحور السادس الذي أراده الباحث سؤالاً مفتوحاً لإضافة ما يقترحه أفراد العينة. حيث بلغ حجم العينة ١٥٠ شاباً وشابة وقد اختيرت هذه العينة بشكل عشوائي بحيث حددت الفترة العمرية في فئة ١٨-٢٠ سنة من طلبة جامعة عنابة.

الكلمات المفتاحية: الشباب، الثقافة، العولمة، وسائل الإعلام والاتصال، الهوية.

Abstract:

This field study seeks to reveal the quality of the contents of the Arab media and communication, and its relationship to the formation of the Algerian youth culture, given that most of these methods raise slogans aimed at preserving cultural identity and Arab values, but they pursue information and communication policies based on a profitable logic, that encourages tightening Young people into models, values, and behavioral tendencies, far from our Arab culture, in the form of fashion (clothing, music, games, eating methods, and consumables ...), within the strategies that seek to shape contemporary man, "awareness and behavior", according to a model Prepared in advance, which is known as "human behavior engineering" to stand up On the two most important goals The study specializes in them, namely: Standing at the media contents broadcast by the Arab media to know their quality and the desired desired effects that target the nation's culture. As well as knowing the place occupied by these programs and the contents of Arab youth and how to use them in his daily life. The researcher used in his discussion of the research topic the survey descriptive approach, as this approach is one of the most suitable research methods for this topic, The researcher also adopted the questionnaire form as a tool for research, and it included a set of axes, perhaps the most important of them: The first axis that was devoted to know the channels on which young people depend to form their cultural knowledge. As for the second axis, we discussed the type of programs favored by youth. Then the third axis that revolves around the type of artistic templates that

attract young people. In the fourth axis, we also dealt with the influences of culture through television. The fifth axis related to the efforts made by the Arab media to educate young people and develop critical thinking for them. To conclude with the sixth axis, which the researcher wanted, is an open question to add what the sample members suggest. As the sample size reached 150 young men and women, and this sample was randomly chosen to specify the age period in the 18-20 years category of university students in Annaba.

Key words: youth, culture, globalization, media and communication, identity.

مقدمة:

إن عالم اليوم يحفل بكثير من التغيرات، والتبادلات، والتحولات، التي فرضتها الانجازات العلمية الباهرة في شتى حقول العلم والمعرفة، كما أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا مؤثرا في صياغة الحياة المعاصرة، حيث تقلصت المسافات وتداخلت الأفكار والثقافات، وأصبحنا نعيش واقعا إعلاميا جديد لا يخلو من التسييس، والأخبار، والثقافة.

فثورات العلم والتكنولوجيا ارتبطت بوسائل نقل الثقافة، والمعلومات، وتبوأ الصناعات الإعلامية قيمة الهرم الاقتصادي، وارتبطت أيضا الهيمنة الدولية بمدى القدرة على إنتاجها واحتكارها، واتسعت بؤر التفاوت والخلاف، فتكنولوجيا الاتصال التي قربت المسافات، قسمت العالم إلى شمال منتج وجنوب مستهلك، والمعلومات المتضاربة التي تأتي من كل صوب، وكذا الأنماط الثقافية التي يجري فرضها عبر وسائل الإعلام، زعزعت قناعات الأفراد وبالأخص الشباب وهزت ثوابتهم التي اعتادوا أن يحتموا بها، فتصدت مفاهيم جديدة مثل: "اختلال تدفق المعلومات"، "تعدد الثقافات"، "الإعلام التنموي"، "العولمة"، "ثقافة الحوار"، وكلها مفاهيم تعتبر منشأ لاستهلاك تكنولوجيا وإعلام لا تنتج القدرات الذاتية، وما يتبع ذلك من أشكال التنميظ وإشاعة القيم الاستهلاكية و تهديد أمن الثقافات المحلية .

من أجل هذه الاعتبارات كان الوقوف عند الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام العربية في ترسيخ القيم الثقافية وتأسيس الهوية العربية، بما تبثه من برامج ومضامين إعلامية للشباب العربي أمرا ملحا وضروريا في هذه المرحلة بالذات، خاصة وأن أفكار العولمة بوصفها "أيدولوجية" تشكل مصدرا جديدا يوازي في إنتاجه الهويات الثقافية القومية والوطنية.

فإذا كان البعد الايجابي للعولمة يعني تفتحاً على العالم، وتلاقحاً مع الثقافات البشرية، فإن مسؤولية الإعلام تتركز في:

✓ التمسك بحق الخصوصية الثقافية للأمة العربية والارتقاء بها من المحلية إلى العولمة.

✓ التمسك بحق الاحتفاظ بالاختلاف ولا سيما في المجال الفكري والنظري.

لذلك كان من الضروري التساؤل عن دور هذه الوسائل في تكوين ثقافة الشباب العربي عامة والجزائري بصفة خاصة وأفكارهم، وسلوكياتهم، وشخصيتهم. فالشباب من أكثر الشرائح العمرية تأثراً بما يجري في عالمنا المعاصر، يتفاعل مع كل جديد، و يعشق مظاهر التحديث في كل شيء، وهنا تكمن الخطورة.

١. إشكالية البحث:

تشكل مضامين الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام وبالأخص التلفزيون أبرز مصادر الثقافة الإعلامية للشباب الجزائري بالرغم من الانتشار الواسع لشبكات التواصل الإعلامي، بالرغم من الجوانب الايجابية التي لا يمكن إنكارها، والتي تشكل مصدراً جيداً للثقافة الإعلامية، لكن المتابعة الكثيرة للقنوات الفضائية يمكن أن يخرج منها المتابع بحصيلة وافرة من الآثار التي تكون في أساسها متناقضة مع المضامين التربوية التي يتلقاها الشباب من المجتمع. فالمواد الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية ترتبط بأساليب تشويق وجذب تفتقر إليها مصادر الثقافة التربوية العربية عامة والجزائرية خاصة، فالصورة والصوت تترافقان- عادة- مع مؤثرات تسيطر على إدراك المشاهد ووعيه، وتبث إليه بصورة غير مدركة قيماً ومفاهيم، ونماذجاً للحياة يتلقاها الشباب بحواسه وحماسه الشبابية لتتحول بعد ذلك إلى سلوك وعادات قد لا تتفق مع ما عليه المجتمع من قيم وأعراف.

لقد تطورت أدوات الإعلام السمعية والبصرية تطورا واسعا ليس على مستوى الإمكانيات المادية فقط، بل حتى على مستوى المحتوى الإعلامي التي تقدمه، والتي تهدف من خلاله إلى قولبة الشباب وتنميطهم، وذلك من خلال المظاهر والسلوكيات والتفضيلات التي تمارس ضغطاً كبيراً على الأجيال الصاعدة للانخراط فيها، ولأن الشباب يميلون بشكل طبيعي إلى الانفتاح والبحث عن كل جديد، والرغبة في تجربة كل حديث، وكراهية كل قديم وكل مألوف، وكسر الروتين والجمود... الخ، مما جعل المحتوى الذي تقدمه البرامج الثقافية يشجع على الانبهار بجديد الثقافات المختلفة عنه، مما يساعد في تسهيل عملية تقمص عادات جديدة وأنماط سلوكية جديدة، وكذا تقاليد وأخلاقيات جديدة في أغلبها بعيدة كل البعد عن الموروث الثقافي الذي يميز مجتمعاتنا العربية.

إن الشباب العربي يجد نفسه واقفا على أرض تفتقر إلى الثبات والاستقرار في خضم الثقافات الوافدة، والتي يقف في مواجهتها وحيدا دون أن يكون متسلحا بما يعينه على هذه المواجهة، خصوصا وأن الخطابات الإعلامية العربية اليوم تمرر محتويات دخيلة عن الثقافات المحلية بشكل مباشر أو غير مباشر، وذلك للحفاظ على مصالحها الربحية بغض النظر عن المقومات الثقافية الوطنية للأمة، من خلال ما ترفعه من شعارات للحفاظ على الهوية الثقافية والمصالح الوطنية والقيم الحضارية، حيث تسمح بتسريب مواد تجارية بعيدة كل البعد عن ثقافتنا العربية في شكل موضحة (اللباس، الموسيقى، الغناء والألعاب الاستهلاكية...)، "وتشجع على شد الشباب إلى نماذج وقيم وتوجيهات سلوكية غريبة تفلت من الرقابة الرسمية لأنها لا تتعرض مباشرة للإيديولوجية السياسية العلنية" (اليوسف، عبد الله احمد، ٢٠١٢، ص ٠٨).

وتجري اليوم محاولات حديثة عبر وسائل الإعلام لصياغة الإنسان المعاصر "وعيا وسلوكا" وفق نموذج معد سلفا، وهو ما بات يعرف بـ: "هندسة السلوك البشري" أي إعادة تشكيله عبر مبدأ الخطوات الصغيرة والخطوة خطوة". (مصطفى حجازي، ٢٠٠٥، ص ٨٦).

وهنا تكمن أهمية طرح هذه المشكلة، والوقوف عند الإعلام العربي وأثره التي تستهدف وجود الشباب وكيانه وهويته بالأخص وأن دور هذه الوسائل يبدو ضئيلا مقارنة بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الغربية في نشر ثقافة العولمة وتدعيمها. ولهذا فقد تمحور التساؤل الرئيسي للدراسة حول: "كيف تساهم وسائل الإعلام العربية في تكوين ثقافة الشباب الجزائري؟"

هذا التساؤل تندرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية التي يمكن صياغتها كالتالي:

- (أ) ما هي القنوات التي يعتمد عليها الشباب لتكوين معارفهم الثقافية.
- (ب) ما هي نوعية البرامج التي يفضلها الشباب، وأي القوالب الفنية التي تجذبهم.
- (ج) ما هي مظاهر التأثير بالثقافة من خلال التلفزيون.
- (د) ما هي المجهودات المبذولة من وسائل الإعلام العربي لتوعية الشباب وتنمية التفكير النقدي لديهم.

٣. المفاهيم الرئيسية للبحث:

الشباب: الشباب مرحلة عمرية محددة من مراحل العمر تتراوح أعمارهم بين ١٥-٣٦ سنة، وهناك من رأي أنها تمتد من نهاية مرحلة الطفولة حتى سن الشيخوخة. الشباب حالة نفسية مصاحبة تمر بالإنسان تتميز بالحيوية والنشاط وترتبط بالقدرة على التعلم و مرونة العلاقات الإنسانية و تحمل المسؤولية (تهامة الجندي، ٢٠٠٥، ص ٥٦).

وسائل الإعلام: هي الوسائل التي بها تتم عملية الاتصال الجماهيري المتميزة بالمقدرة على توصيل الرسائل، في اللحظة نفسها وبسرعة، إلى جمهور عريض متباين

الاتجاهات و المستويات، و على نقل الأخبار و المعلومات والترفيه والآراء والقيم والمقدرة على خلق رأي عام، وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة لدى الجمهور. و هذه الوسائل هي الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما، الكتاب، و التسجيلات المسموعة و المرئية والانترنت. "براهيم الجوير، ٢٠١٥، ص.٥)

الثقافة: إن مفهوم الثقافة هو من أكثر المفاهيم تعقيدا، حيث بإمكاننا أن نحصي مئات التعاريف الخاصة بها، ولعل أبرزها هو ذلك التعريف الذي قدمه تايلور للثقافة و الذي عرفها بأنها: "مركب يتضمن جميع المعارف والعقائد والفنون و جميع التنظيمات والعادات المكتسبة من طرف الإنسان كعضو في المجتمع". (صالح أبو اصبح، ٢٠١٢، ص.٤٥)

هناك من عرفها بأنها "تتكون من أنماط سلوك و طرق تفكير و أساليب حياة، كما أنها تتضمن أيضا التكنولوجيا التي تتمثل في أدوات و مقتنيات اخترعها الإنسان لإشباع حاجاته و رغباته. و لكل مجتمع ثقافته الخاصة التي تميزه عن غيره من المجتمعات، و التي تتضمن فنونه و عاداته و تقاليده و لغته و قيمه و تقنياته" (عبد الله الدايم، ٢٠١٦، ص.٥٠)

العولمة: العولمة ليست مجرد آلية من آليات التطور الرأسمالي، بل هي أيضا بالدرجة الأولى "إيديولوجيا" تعكس إرادة الهيمنة على العالم، فالعولمة التي يجري الحديث عنها الآن هي: نظام أو نسق ذو أبعاد تتجاوز دائرة الاقتصاد، فالعولمة الآن نظام عالمي، أو يراد لها أن تكون كذلك، يشمل مجال المال و التسويق و المبادلات و الاتصال و الفكر، و الثقافة...، كما أن العولمة تعني تعميم الشيء و توسيع دائرته ليشمل العالم كله، ومن جهة أخرى فهي بالدرجة الأولى دعوة إلى تبني نموذج معين، و بعبارة أخرى فهي تعكس مظهرا أساسيا من مظاهر التطور الحضاري الذي يعبر عن إرادة الهيمنة على العالم كله و أمركته، فهي نفي للآخر و إحلال للاختراق الثقافي محل الصراع الإيديولوجي، عكس العالمية التي تعني تفتح على كل ما هو عالمي و كوني و إغناء للهوية الثقافية". (سوزان القليني، ٢٠٠٦، ص.١٠١)

٤. أهمية الدراسة:

أ) إن أهمية البحث من أهمية الشباب و دورهم الفاعل في المجتمع، فالشباب هم الأمل المنشود في تجديد بناء الأمة و بعث نهضتها، و في مجتمعنا العربي الذي يشكل الشباب ثلثه تقريبا.

ب) أهمية البحث مرتبطة بحجم التأثير الذي يمكن أن يقدمه الشباب في مسارات التنمية، وتطوير القيم السائدة، وإعطاء إطار جديد وعصري للثقافة يكون مبدئيا متقدما على كل ما هو سائد وليس نقيضا له.

ج) لهذا فقد اهتم هذا البحث في الكيفية التي تعمل بها وسائل الإعلام اليوم في تشكيل و قولبة ثقافة هذه الأجيال، وذلك على اعتبار أن الإعلام أحد المقومات الأساسية التي تقوم عليها العولمة و تعمل على تنميتها و تطويرها بشكل يسهل لها عملية النمذجة في الإطار الذي يخدم النموذج الأمريكي.

٥. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى:

أ) الوقوف عند المضامين الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام العربي لمعرفة نوعيتها و نوعية التأثيرات المرجوة منها و التي تستهدف ثقافة الأمة.

ب) معرفة المكانة التي تحتلها هذه البرامج و المضامين عند الشباب العربي و كيف يستعملها في حياته اليومية.

٦. الإطار النظري للدراسة:

١.٦. المضامين الإعلامية الثقافية الموجهة للشباب :

إن الحديث عن الرسائل الإعلامية أو المضامين الإعلامية الثقافية يقودنا إلى الحديث عن البرامج الثقافية التي تروجها هذه الوسائل و تستعملها كأساس تواصلية بينها و بين هذه الفئة من المجتمع.

فالمحطات الفضائية العربية مثلا تستعمل هذا النوع من البرامج لتقديم مضامين ترفيهية تقتصر الثقافة في الأدب، والشعر والغناء أو الرقص...، في حين أن الثقافة تشمل كل معلومة جديدة في مختلف مناجي الحياة بإمكانها أن توجه سلوكيات الشباب وطرق تفكيرهم ولذلك ففي بحثنا هذا اعتبرنا أن كل ما تبثه هذه الوسائل من مضامين يمكن إدراجها ضمن المكونات والعناصر التي تتداخل لتشكيل ثقافة الفرد. فالشباب العربي يستهلك منذ نعومة أظفاره برامج تحمل أفكارا وانشغالات لا تتماشى مع واقعه بل تجعله يعيش نوعا من الترف و التسلية التي تستهويه وتجذبه لينسى ما يعيشه من متاعب" (محمد عابد الجابري، ١٩٩٨، ص٣٠٨، ٢٩٧)

فهناك الكثير من البرامج التي تهدف إلى قولبة الجمهور و تنميته عموما و الشباب و الناشئة خصوصا، باعتبار أن قولبة هذه الفئة ترمي إلى بناء رؤية عن الذات و الكون و ما يتبعها من قيم و تفضيلات و أنماط وجود و سلوكيات و هي تتم عادة بشكل غير مباشر و غير علني من خلال نظام متكامل من الأنشطة و العمليات، و ابرز مثال على ما نذهب إليه هو التتميط الراهن للشباب عالميا مما بدأ يعرف انتشارا في كل مكان، من خلال المظهر و السلوكيات و الجينز و التيشيرت والأحذية شبه الرياضية، و قصات الشعر، و نجوم الغناء و الرقص، و الوجبات السريعة من سلاسل ماكدونالد وأمثالها كثيرة، و التي تقدم في برامج مختلفة و متنوعة على رأسها الأفلام، المسلسلات، البرامج الترفيهية، تلفزيون الواقع، الإشهار، الحصص الخاصة بالتجميل، بالموضة و اللباس، ديكور المنازل،... الخ.

هذا التنميط على مستوى المظهر ليس مسألة عابرة، بل هو مكون أساسي من ملامح سمات صورة الشباب التي تمارس ضغطا كبيرا على الأجيال الصاعدة لإتباعها على اختلاف درجات الانخراط فيها. ذلك أنها تقدم نماذجا للشباب المعاصر المتفتح على الدنيا. إنها تمثل الثقافة الفرعية للشباب الذي يجد هويته و تميزه من خلالها، و من ثم فليس من اليسير مقاومتها و عدم الانتماء إليها، انطلاقا من مقولة: "إذا أنت لم تجار التيار، فلست من شباب اليوم" (محمد نبيل طلب، ٢٠١٦، ص.ص. ١٣٥-١٣٦)

أن معظم الدراسات العلمية تشير إلى أن مدى تأثير وسائل الإعلام على تكوين ثقافة الفرد وسلوكه، خاصة السلوكيات السلبية في حياة كثيرة من الشباب فقد جاء في إحدى المجالات: "إن الفضاء العربي ازدحم في وقت قصير نسبيا بنحو ١٤٠ قناة فضائية وتزايدت نسب مشاهدة الجمهور لهذه الفضائيات كما تفيد إحدى الدراسات العلمية الحديثة أن نسبة ٦٩٪ من الجمهور العربي يشاهدون الفضائيات لمدة أربع ساعات يوميا و أن ٣١٪ منهم يشاهدونها لمدة ثلاث ساعات يوميا و 34,5٪ لمدة ساعتين و ١٥٪ لمدة ساعة واحدة في حين بلغت نسبة نمو مقتني أطباق الليث ١٢٪ سنويا و ٤٠٪ من هذه الفضائيات تتبع الحكومات العربية و البقية تعتبر مستقلة ظاهريا فقط، و تمثل البرامج الإخبارية في هذه الفضائيات حوالي ٥٪ فقط. كما أكد استبيان نشرته نفس المجلة أجري على ٥٧ من الآباء و الأمهات و ٦٥ من الأبناء في كل من (الكويت، السعودية و الإمارات) أن: "الأبناء من سن ٣ أعوام إلى ١٨ عام يشاهدون "الفيديو كليب" منهم 92,3٪ من الأبناء يتابعون باستمرار "الفيديو كليب"، و 7,7٪ فقط من العينة من لا تحرص على متابعتها و أن ٣٩٪ من الأبناء تعجبهم كلمات الأغنية و ٣١٪ يشاهدونها لجمال المغني /المغنية و الراقص أو الراقصة و ٢٦٪ منهم يجذبهم إخراج الأغنية و علاقة المرأة بالرجل فيها أما ٢٥٪ يتابعها لما تحتوي من إثارة و تشويق" (مصطفى حجازي، ٢٠٠٠، ص.ص. ٤٥-٤٦)

و تأتي التأثيرات الثقافية على الشباب من انفتاح الفضاء أمام قنوات مختلفة منها ما يسهم إسهاما ايجابيا، و منها ما يؤدي إلى انحراف فكري و سلوكي لدى الشباب، ولم يعد من الممكن السيطرة على ما تبثه القنوات الفضائية العربية منها و الدولية و خاصة في ظل تراجع و ضعف القنوات الرسمية، ففي استفتاء أجراه موقع (Arab Polls) للاستفتاءات العربية أشار إلى أن 53,3٪ ممن تم استقصاء آرائهم أنهم لا يثقون في الصحافة و التلفزيون الحكومي في بلدانهم.

كما أشار ٢٠٪ فقط أنهم يثقون بها، بينما توزعت بقية النسبة على تقسيمات أخرى، و عند سؤالهم عن القنوات التي يتابعونها تبين أن معظمها قنوات غير حكومية، مما يشير إلى أن ما يتلقاه شبابنا من الثقافة ليس بيد المؤسسة الرسمية في الغالب، و أن مكونات هذه الثقافة ليست بالضرورة هي المكونات الثقافية السائدة في المجتمع، و هذا ما يفسر

بعض مظاهر التقليد التي تنتشر بين طلابنا و طالباتنا، فهي انعكاس لما يتلقونه من ثقافات متعددة، و ليس هذا شأن شبابنا فقط، فقد أصبحت الظاهرة عالمية، و غير مقتصرة على مجتمع دون غيره. (الموقع: www.arabpolls آخر زيارة ٢٢ ماي ٢٠١٧.

و تشير دراسة أخرى إلى أن ٣١٪ من شباب الخليج العربي يتابعون بشغف برامج تلفزيون الواقع أو التصوير الحي مثل "برامج ستار أكاديمي، و سوبر ستار، و الوادي" (مجلة البيان، عدد رقم ١٨٩).

لعل من أهم الآثار التي تخلفها المواد الإعلامية المستقاة من القنوات الفضائية هو تأثيرها على الهوية، إذ أن كثيرا مما تبثه هذه الفضائيات يأتي من الدول الأجنبية بكل ما تحمله من قيم و مفاهيم و أسلوب حياة ، بل أن كثيرا مما ينتج و يقدم محليا إنما هو صورة مكررة و مشوهة لما تقدمه الفضائيات الأجنبية، فهناك قنوات عربية لا تقدم إلا موادا أجنبية بكل ما تحمله من تصورات و مفاهيم و قيم تختلف أو تتناقض في كثير من جوانبها مع مقومات الهوية التي يتبناها الشاب المتلقي للرسالة الإعلامية، (ياسر خضر البياتي، ٢٠٠٦، ص. ١٣٣) ومن المقومات الأساسية للهوية نجد اللغة التي أصبحت و تحولت عند بعض أبنائنا إلى لغة (هجين) خليط من لغات شتى حتى أصبح كثير من طلاب المؤسسات الجامعية و طالباتها لا يحسن التعبير باللغة العربية أو الكتابة بها. كما أن الطريقة التي تقدم بها هذه المضامين تجعل من منطق المغامرة و المتعة و التميز محورا حاملا لرسائلها الإعلامية تجعل من الشباب يحرصون على رموز اكتسبوها من هذه الرسائل لأنها من وجهة نظرهم تؤكد تميزهم و تبرز هويتهم، و من أبسط هذه الرموز التي اكتسبها الشباب هي موديلات الملابس و تسريحات الشعر و مظاهر الطعام و أساليب الكلام المصطنعة وكثيرا من المظاهر التي تبدو غريبة للكبار و غير متفقة مع قيمهم، فهي تعبير عن قيم جديدة و تأكيد للاختلاف بينهم وبين جيل الكبار، و حتى موسيقى الشباب و فنونهم هي الأخرى باتت تصدر عن قيم مختلفة لتعبر عن انطلاقهم و تفتحهم بمضامين أكثر جرأة تخرج أحيانا عن إطار المقبول.

أن بعض هذه الرسائل الإعلامية تعتمد تشويه شخصية الشباب العربي من خلال تقنيات عناصرها التكوينية و تحطيم أطرها الفكرية والسلوكية والتفاعلية لكي تتحول إلى شخصية مزدوجة و مسلوقة الإرادة و الهوية. فهناك من البرامج من تعتمد إضعاف شخصية الشباب لكيلا يكونوا قادرين على التأثير في المجتمع و تغييره نحو الأفضل، كما أنها تحاول زرع السمات السلبية في الشخصية العربية لكي تكون عاجزة عن بناء المجتمع العربي و تنميته و تطويره في المجالات كافة و من هذه السمات نذكر:

✓ الأنانية و حب الذات.

✓ فقدان الثقة بالنفس.

✓ الازدواجية و الانقسام.

✓ الإتكالية.
 ✓ العنصرية و الإقليمية.
 ✓ الكذب و الغش.
 ✓ التسرع و التهور.
 ✓ الكسل و الخمول.

فهي بذلك تهدف إلى الوصول إلى جيل شاب غير واثق بنفسه يعتمد على غيره و يشكك بقدرات أمته و قابليتها على البناء والدفاع والتنمية والتقدم، غير قادر على اتخاذ مواقف حاسمة، لا يدرك الحقيقة ولا يقولها، متسرع غير مسئول مشبع بروح الكسل و الخمول، غير مبال بالاجتهاد و التحصيل العلمي و غير مستعد للمبادرة إلى التنمية و التقدم والتطوير، وهذا النموذج يمثل غاية الغايات لأنه يقود في النهاية حتما إلى السيطرة التامة و النفوذ الكلي إلى قلب الأمة العربية و عبر أبنائها أنفسهم" (ياسر خضر البياتي، المرجع السابق، ص ١٤٥).

١.٦. الشركات الدولية للإعلام، ومنطق الربح:

إن التطور التكنولوجي المهيول لوسائل الاتصال و الإعلام، و السرعة الفائقة في تبادل المعلومات ساعدت على نجاح الشركات العالمية المتحكمة في مفاتيح البنيات الاقتصادية العالمية للترويج لنظام يربط بين دول العالم: تجاريا، إعلاميا وثقافيا... وهو ما يدخل تحت مظلة العولمة، كمفهوم و نظام جاء نتيجة انتهاء الحرب الباردة، و ما عكسه ذلك من انعدام للتوازن الدولي. لقد كان من وراء هذه الصيحة كبريات الشركات المتعددة الجنسيات، التي تبحث لإنشاء سوق تجارية عالمية تنتقي معه السادات الوطنية، و الهويات الثقافية المحلية، و يتم التبادل الحر للسلع، و المعلومات و القيم.....، " فقد تحول العالم بفضل تكنولوجيا الاتصالات العالمية، و انخفاض تكاليف النقل و حرية التجارة الدولية إلى سوق واحدة، الأمر الذي أدى إلى منافسة اشد وطأة و أكثر شمولية، و ليس في سوق السلع فقط، بل في سوق الإعلام أيضا... وأن شيئا من اللامساواة الاجتماعية قد أضحي أمرا لا مناص منه (إحسان الحسن، ٢٠٠٨، ص ١٢٧)

فظهرت بذلك قلة أصحاب رؤوس الأموال الضخمة لتهيمن على هذه السوق. و تعمل في مناطق كثيرة من البث، بصياغة برامجها وفق ما يخدم مصالحها و حمل أكبر عدد من المشاهدين على أن يحملوا الأحلام نفسها، و يظهرون الرغبات الاستهلاكية نفسها، و يعيشون الأحداث التي يشاهدونها على شاشاتهم الصغيرة بالإحساس نفسه، بغض النظر عن انتماءاتهم الجغرافية أو العرقية أو الثقافية، و هو ما يدفع في اتجاه تلبيد الإحساس أولا و طمس الهويات الوطنية و كبح جموح انطلاقها ثانية، هذه الدائرة من التفكير و الفلسفة في العمل لا تستثني الفضائيات العربية التي يهدف البعض منها إلى الربح على حساب المسار التنموي و التوجهات الثقافية للبلاد العربية.

فإذا كانت الخريطة الإيديولوجية للإعلام -خاصة التلفزيون- في إطار العولمة تتضافر لصهر العناصر المتأصلة لهوية المجتمعات وتغيير طبيعتها لتدجين الأفراد خاصة الشباب و الأطفال منهم، و ذلك اتساقا مع مطامح هذه الإيديولوجيات: فكيف سينعكس ذلك على مناشط الحياة الفردية و الجماعية؟ و على الأنماط الثقافية و التشكيلات التربوية باعتبارها اللمة الرابطة بين أعضاء المجتمع الواحد؟ و كيف تعاملت الأسرة، بحكم مسؤوليتها على تنشئة الأطفال وإشراهم عناصر الهوية مع هذه الهجمة الإعلامية عبر الشاشة الصغيرة للتلفزيون؟ و كيف استطاعت هذه البرامج التلفزيونية أن تتغلغل في البيئة الأسرية و تغير من بنيتها و وظائفها؟

٣.٦. المهام و الوظائف الثقافية لوسائل الإعلام:

من الممكن أن تؤدي وسائل الإعلام دورا بارزا في كل مجال ثقافي و بخاصة في نشر المعارف، و دفع عجلة النشاط الثقافي، إذا ما وظفت هذه الوسائل التوظيف الثقافي الأمثل:

- (أ) نشر الثقافة، و إتاحتها للجماهير.
 - (ب) النهوض بالإنتاج الفكري.
 - (ج) تفجير الطاقات الخلاقة.
 - (د) رفع التطلعات عاليا من خلال عرض مظاهر حياة المجتمعات المتقدمة اقتصاديا و بيان نواحي الاستفادة منها.
- قد حدد عدد من الخبراء أهداف و شروط الإعلام الثقافي و يمكن تلخيص أهمها في:
- (بيتر مارتين، هانس، وشومان، هارال، ٢٠٠٣، ص. ٢٩)

❖ الأهداف:

- ✓ تعميق المعرفة الثقافية بأنواعها (المعرفة النظرية، و المعرفة الميدانية و غيرها)
- ✓ إحياء و تدريب و تمكين الذاكرة الجماعية و التاريخ الإنساني المشترك بربط الماضي بالحاضر.
- ✓ التعريف بالسياسة الثقافية للبلاد، و تمكين المواطن من معرفتها، و استيعابها و المساهمة في إثرائها.
- ✓ التعريف بالمنتوج الثقافي بمختلف أنواعه داخل البلاد، و خارجها و تحسين نوعية هذا المنتوج و الارتقاء بذوق الجمهور.
- ✓ تدعيم ديمقراطية الثقافة.
- ✓ توعية الرأي العام بأهمية الثقافة.
- ✓ تشجيع المنتجين و رجال الثقافة بالتعريف بهم، و بمنتجاتهم.
- ✓ الدفاع عن الهوية الثقافية.
- ✓ تدعيم البحث، و التكوين، و الدراسات.

- ❖ الشروط: يخضع الإعلام الثقافي في عملية تحقيقه إلى عدة شروط أهمها: (رضا التليتي، وآخرون، ١٩٩٨، ص. ١٨)
١. وجود سياسة إعلامية ثقافية تحتوي على استراتيجية مرحلية، و آنية تستهدف تحقيق أهداف واضحة تتمثل في:
 - أ) خلق توازن بين الأنماط الثقافية (شفوية، ومكتوبة)، (مسموعة، مرئية)، (كلاسيكية، ومعاصرة)، (علمية، وفنية).
 - ب) خلق توازن بين مختلف المستفيدين من الإعلام الثقافي من الفئات الاجتماعية (عمال، فلاحين، طلبة)، (امرأة، رجل)، بين الأجيال (أطفال، شباب، كهول)، بين (المتعلم، و الأمي).
 - ج) خلق توازن بين مختلف المناطق الريفية و الحضرية.
 ٢. وجود هياكل أساسية مختصة (مكتبات، مراكز توثيق، مراكز ثقافية).
 ٣. توفر التشريعات الضامنة لحق الفرد و المؤسسة في خلق و ملك و توزيع الإعلام الثقافي.
 ٤. توفر وسائل الترويج، دور النشر، وكالات الأنباء، محطات الإذاعة و التلفزيون.
 ٥. توفر الإطار البشري.
- ❖ معايير البرامج الثقافية تتمثل في:
١. أن يعتمد على تبسيط الثقافة تبسيطا لا يهبط بمستواها، و إنما يجعلها مفهومة.
 ٢. أن يتخطى عقبات الملل الذي يصاحب المادة الجافة من خلال استخدام العناصر الدرامية و وسائل جذب الانتباه.
 ٣. أن تتنوع البرامج الثقافية بحيث تحقق التكامل بين فروع الثقافة المختلفة.
 ٤. أن ترتبط هذه البرامج الثقافية بمفهوم الثقافة، باعتبارها كيانا له مقوماته التي تميزه عن التعليم من ناحية، و عن الإعلام، و الترشيد من ناحية أخرى.
 ٥. ٤. ٦. مساهمة وسائل الإعلام في الجانب الثقافي في الجزائر:
- إن الجزائر كمثيالاتها من الدول تعاني من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، وهو الأمر الذي أفرز انعكاسات سلبية من وجهة نظرنا، خصوصا في مجال القيم، ولا ينبغي في أي حال من الأحوال إنكار عناصر أخرى مهمة في إحداث التغيير القيمي في الجزائر كالظروف السياسية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية للوطن.
- غير أن تأثيرات الإعلام في التغيير القيمي بالجزائر لا يمكن إنكارها وبصرف النظر عن العوامل الأخرى التي ساهمت في إحداث التغيير القيمي في الجزائر، سنحاول بداية توضيح عدد من الأسباب التي جعلت من تأثيرات الإعلام الأجنبي معتبرة في هذا الصدد من منطلق أنها المتسبب الرئيسي في هذه التغيرات:

١. الوضعية الخاصة للإعلام في الجزائر فوسائل الإعلام تقوم بدور غير واضح وغير محدد علميا، وعمليا، يمكنني تأكيد أن الكثير من المؤسسات الإعلامية لا تعمل من تصورات نابعة من الواقع الاجتماعي، إضافة إلى غياب تشريع يتفق والتطورات السياسية، الاقتصادية والاجتماعية ، فهي لا تزال تعمل وفق قانون ١٩٩٠، الذي لا يتوافق مع المعطيات الدولية و الوطنية الحالية في الكثير من الأمور، فضلا عن ذلك تعمل المؤسسات الإعلامية حاليا بالجزائر بإمكانيات ووسائل لا تتفق والتطورات التكنولوجية السريعة ، إضافة إلى رؤية الفرد الجزائري للمؤسسات الإعلامية من حيث جانب الحرية، الأمر الذي اثر على مصداقية وموضوعية الطرح الإعلامي الجزائري في الكثير من الأحيان.

و في المقابل نجد وسائل الإعلام الغربية تمتلك إمكانيات، قدرات وطاقات أحسن بكثير مما هو موجود بالجزائر، و النتيجة أن هذه المؤسسات الإعلامية الأجنبية كانت ولا زالت بمثابة منافس صلب لنظيراتها بالوطن، واستطاعت للأسف استقطاب شرائح واسعة من الجزائريين.

٢. غياب التوعية الإعلامية من مخاطر البث الأجنبي الوافد وغياب إنتاجات إعلامية مبدعة يكون بإمكانها استقطاب الجمهور الجزائري مع التقصير في وضع استراتيجيات مقللة لتأثيرات هذا الإعلام ، فالملاحظ أن سعي ومجهودات وسائل الإعلام من أجل خلق خلفية معرفية حول التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام أجنبية على مختلف الأصعدة والقيم على وجه التحديد شبه منعدمة، إن لم نقل منعدمة رغم أهميتها بل على العكس من ذلك كانت بعض المؤسسات الإعلامية منبهة بالأداء الإعلامي الغربي وتسعى لتقليده، بل وتعتبره مرجعا لتقييم نفسها، والدليل على ذلك أن الكثير من وسائل الإعلام الجزائرية أنشأت أركان هي في الحقيقة نسخة طبق الأصل عن تلك المتواجدة في الغرب دون أن تعمل على تعديلها وأقلمتها بما يتماشى مع الخصوصيات المحلية للجزائر.

ومن بين نتائج ما يمكن وصفه بالانبهار بالنموذج الغربي هي المشاكل الاجتماعية التي تنخبط فيها الجزائر، ونذكر على سبيل المثال لا الحصر موضوع " الحرقه" الذي اخذ حيزا معتبرا من اهتمامات الصحافة و المسؤولين والذي يعود حسب تقديرنا إلى الصورة التي صنعتها وسائل الإعلام الأجنبية في ذهن الشباب عن دولها و أنماط عيشها ، وساهمت في ذلك ولو بجزء يسير وسائل الإعلام الجزائري وندل على ذلك أنها كثيرا من الأحيان ما كانت تقارن بدول معينة على أساس أنها النموذج، أو على الأقل من خلال عدم توعيتها وطرحها لمثل هذه المواضيع.

٣. إهمال البحوث والدراسات العلمية، فقد شاع لوقت طويل إهمال شبه كلي للعلم والبحث، فكم عدد الدراسات والأبحاث والأطروحات التي أنجزت في شتى المجالات عموما، وحول الثقافة والتغيرات الاجتماعية خصوصا، لكنها بقيت حبيسة المكتبات أو

المدرجات في الكثير من الأحيان وما زال العديد من الأطراف ينظرون لحد الساعة للبحوث الاجتماعية و الإنسانية على أنها ترف علمي وفلسفات لا يمكن أن تأتي بثمرها. ٤. إن الانتقال من العائلة الممتدة إلى الأسرة الصغيرة والانتشار الملحوظ للقيم الفردية، وطغيان الماديات وظهور عادات وقيم اتصالية واجتماعية جديدة إضافة إلى إعادة تكوين أو تشكيل بناء الأسرة الجزائرية وظهور أساليب عيش جديدة قريبة من التوجه الغربي أكثر منه الجزائري العربي الإسلامي، فلو توقفنا قليلا عند أساليب وطرق الاتصال داخل البيت التي تغيرت بشكل كبير وفي المجال الاقتصادي نلمس توجهها نحو الفردية فالكل يعمل لحسابه ويسعى للمزيد، فقيم القناعة، الإيثار وغيرها من القيم المعروفة عن الشعوب المسلمة قد تغيرت، فمنذ وقت غير بعيد كانت الأسر الجزائرية تستقبل ضيوفا وزوارا بشكل دائم رغم أنها قد لا تملك إلا قوت ليلة واحدة، أما الآن فالأمر يختلف إضافة إلى الاهتمام المفرط أحيانا بالشكليات كافتناء آخر صيحات الهاتف النقال، التسابق على شراء السيارات والمساكن، وبشكل مختصر طغيان الجانب المادي على حساب المعنوي، كذا تدويل وترسيخ ثقافة الاستهلاك عكس ما ساد في مراحل سابقة فبعد أن كان الفرد يشتري ما يحتاج إليه أصبح يشتري ما يرغب فيه، وكل ذلك بفعل الضغط الرهيب الذي تمارسه وسائل الإعلام والاتصال على الفرد عبر الإشهار والبرامج الدعائية والتسويقية التي تنتشر بكثرة في القنوات الفضائية التلفزيونية وعبر الكابل، فصحيح أن الجزائر لم تبلغ بعد إلى المستوى الموجود في أمريكا والدول الأوروبية وحتى بعض الدول الآسيوية، إلا أنه ينبغي عليها الاستعداد له والعمل على الحد من الضغوط الإعلامية الممارسة على مواطنيها عبر الفضائيات وشبكات التواصل الاجتماعي.

٧. الجانب الميداني للدراسة:

استخدم الباحث في تناوله لموضوع البحث المنهج الوصفي المسحي كون هذا المنهج من أنسب مناهج البحث بالنسبة لهذا الموضوع.

١.٧. أدوات البحث: استخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة للبحث وقد تضمنت مجموعة من المحاور لعل من أهمها المحاور التالية:

✓ المحور الأول: خصص لمعرفة القنوات التي يعتمد عليها الشباب لتكوين معارفهم الثقافية.

✓ المحور الثاني: نوعية البرامج التي يفضلها الشباب.

✓ المحور الثالث: تمحور حول نوع القوالب الفنية التي تجذب الشباب.

✓ المحور الرابع: مظاهر التأثير بالثقافة من خلال التلفزيون.

✓ المحور الخامس: تعلق بالمجهودات المبذولة من وسائل الإعلام العربي لتوعية الشباب و تنمية التفكير النقدي لديهم.

✓ المحور السادس: أراد الباحث سؤالاً مفتوحاً لإضافة ما يقترحه أفراد العينة.
١.٧. عينة البحث: بلغ حجم العينة ١٥٠ شاباً وشابة وقد اختيرت هذه العينة بشكل عشوائي بحيث حددت الفترة العمرية في فئة ١٨-٢٠ سنة من طلبة جامعة عنابة.
٣.٧. نتائج البحث:

أولاً: تقرير البيانات وتحليلها:

جدول رقم ١: توزيع العينة حسب الجنس

الفئات	التكرار	النسبة
أنثى	٧٠	46,67%
ذكر	٨٠	53,33%
المجموع	١٥٠	100%

يتبين من خلال هذا الجدول أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث في العينة والتي قدرت بـ 53,33% في حين أن نسبة الإناث قدرت بـ 46,67%.
جدول رقم ٢: القنوات الفضائية التي يعتمد عليها الشباب لتكوين معارفهم الثقافية:

القنوات	التكرار	النسبة
قنوات عربية	٦٥	43,33%
قنوات أجنبية	٥٠	33,33%
قنوات وطنية	٣٥	23,34%
المجموع	١١٥	100%

يبين الجدول أن القنوات العربية تحتل الصدارة كمصدر يعتمد من طرف الشباب العربي لتكوين معارفهم وثقافتهم حول مختلف المواضيع و المجالات وذلك من خلال النسبة التي احتلتها والمقدرة بـ 43,33% ثم تلتها القنوات الأجنبية المسجلة لنسبة 33,33%. فحسب أفراد العينة هم لا يتقنون في القنوات الوطنية على حسب اعتقادهم فإنها دائماً موالية للسلطة ولا تقول الحقيقة، كما أنها تعرض ما يخدم مصالحها ولعله الأمر الذي يفسر نسبة 23,34% المسجلة في الجدول بالنسبة للقنوات الوطنية.

جدول رقم ٣: نوعية البرامج التي يفضلها الشباب

الفئات	التكرار	النسبة
البرامج الغنائية	١١٤	21,03%
أفلام	١٠٠	18,45%
برامج الألعاب	٩٦	17,71%
برامج موضة	٩٦	17,71%

مسلسلات	٨٥	15,69%
حصص اجتماعية	٥١	09,41%
المجموع	٥٤٢	100%

من خلال الجدول يتبين لنا أن البرامج الغنائية سجلت نسبة 21,03% كاختيار أول بالنسبة لأفراد العينة تم تلتها الأفلام بنسبة 18,45% لتسجل بعد ذلك كل من برامج الألعاب و برامج الموضة نفس النسبة و المقدرة بـ 17,71% و المتتبع لهذه النتائج يلاحظ الطابع الترفيهي الذي يطبع هذه الاختيارات، حيث أن أفراد العينة يفضلون دائما الأمور السهلة بحثا منهم عن التسلية أكثر من الأمور الجدية، وحسب أفراد العينة فإنهم يعززون ذلك إلى واقعهم السيئ الذي يجعلهم يهربون منه بشتى الوسائل إضافة إلى طغيان هذه الأنواع من البرامج على معظم القنوات الفضائية العربية، أما فيما يخص المسلسلات فقد سجلت نسبة 15,69% أما الحصص الاجتماعية فرغم أهمية ما تطرحه من قضايا إلا أنها لم تسجل سوى نسبة 09,41%.

جدول رقم ٤: نوع القوالب الفنية التي تجتذب الشباب في البرامج الفضائية

النسبة	التكرار	الفئات
29,94%	١٤١	القالب الغنائي
25,48%	١٢٠	المغامرة
23,35%	١١٠	الحوار
21,23%	١٠٠	القالب الاستشهادي (حضور الشخصيات)
100%	٤٧١	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن القالب الغالب الذي يجتذب الشباب حسب أفراد العينة هو القالب الغنائي الذي سجل نسبة 29,94% من مجموع النتائج المسجلة في الجدول، أين أعرب أفراد العينة عن اهتمامهم بهذا القالب نظرا لوجود الإيقاعات والحركة والمغنيين والمنشطين الذين يقدمون أمثلة عن صيحات الموضة و طرق الحديث و التعامل، كما أن هذه البرامج لا تجعلهم يشعرون بالملل.

أما النسبة الثانية و المقدرة بـ 25,48% و التي تمثل البرامج التي تحمل قالب المغامرة حيث أعرب أفراد العينة عن شغفهم وحبهم لهذا النوع (الذكور أكثر من الإناث) من القوالب لأنه حسب رأيهم يعبر حقيقة عن روح الشباب ويجسد المتعة في الحياة و يتماشي مع طرق تفكيرهم التي تبحث دائما عن الاكتشاف والمعرفة.

كما أن رغبتهم في معرفة الآخر والاطلاع على طرق معيشتهم و على واقعهم، حيث ينطلق أغلب الشباب من منطلق أن العالم الغربي هو أحسن من عالمهم الذي تطبعه القيود و المشاكل. أما القالب الحواري فقد سجل نسبة 23,35% رغبة منهم في معرفة ما

يحمله الآخرون عنهم كما أن الحوار من شأنه أن يوضح وجهات النظر ويقرب المفاهيم، أما آخر نسبة فهي تلك المسجلة بالنسبة للبالغين الاستشهادي بـ 21,23٪. جدول رقم ٥: مظاهر التأثير بالثقافة من خلال وسائل الإعلام (الفصائيات)

النسبة	التكرار	الفئات
24,64٪	١٤٧	التقليد و المحاكاة الاجتماعية
22,15٪	١٣٢	تجارب القيم و الممارسات الوافدة مع اتجاهات و ميول الشباب
21,97٪	١٣١	تمسك الشباب بكل ما هو اجنبي
16,78٪	١٠٠	رغبة الشباب بالتجديد و التبديل
14,43٪	٨٦	ابتعاد الشباب عن كل ما هو عربي
100٪	٥٩٦	المجموع

يبين الجدول مظاهر التأثير التي تميز التوجهات و سلوكيات الشباب حيث احتل التقليد و المحاكاة الصدارة بنسبة 24,64٪ والتي تظهر من خلال اللباس، تسريحات الشعر وطرق الكلام أما المرتبة الثانية فقد سجلتها "تجاوب القيم و الممارسات الوافدة مع اتجاهات و ميول الشباب" المقدرة بـ 22,15٪، أما المظهر الثالث فهو المسجل بالنسبة لتمسك الشباب بكل ما هو اجنبي والمقدر بـ 21,97٪ حيث بينت الدراسة الفكرة الرائجة لدى معظم شباب العينة الذين يعتقدون بان كل ما هو اجنبي فهو جيد وذو نوعية ويعكس التقدم والتطور، أما رغبة الشباب بالتجديد والتبديل فقد احتلت نسبة 16,78٪ أما ابتعاد الشباب عن كل ما هو عربي فقد سجل نسبة 14,43٪.

جدول رقم ٦: أسباب عدم قيام وسائل الإعلام (الفصائيات) بالدور المنوط بها في ترسيخ الثقافة العربية:

النسبة	التكرار	الفئات
35,84٪	١٤٣	ظهور وسائل إعلامية تجارية تسعى إلى الربح على حساب قيم و ثقافة المجتمع
32,83٪	١٣١	ضعف الإمكانيات المادية للفصائيات العربية التي تسعى لنشر الثقافة العربية.
31,33٪	١٢٥	سيطرة ا لكثير من متبني الثقافة الغربية على كثير من وسائل الإعلام العربية
100٪	٣٩٩	المجموع

يشير الجدول إلى أن أفراد العينة يتفقون على أن ظهور وسائل إعلامية تجارية تسعى لتحقيق الربح على حساب قيم و ثقافة المجتمع من ابرز الأسباب التي تفسر عدم قيام وسائل الإعلام العربية بدورها في ترسيخ قيم الثقافة العربية وذلك بنسبة 35,84٪، ثم جاء ضعف الإمكانيات المادية للفصائيات العربية التي تسعى لنشر الثقافة العربية في المرتبة الثانية بنسبة 32,83٪ و هذا الضعف تكلم عنه كثير من أفراد العينة خاصة ما

يميز القناة الوطنية الجزائرية مقارنة بباقي الفضائيات العربية والأجنبية، أما آخر نسبة والمقدرة بـ 31,33٪ فهي تلك المسجلة بالنسبة لسيطرة الفئة المتبينة للثقافة الغربية على إدارة المؤسسات الإعلامية مما يجعل توجهات الفضائيات هو على حساب توجهات الأمة.

جدول رقم ٧: مظاهر عدم مساهمة وسائل الإعلام العربية (الفضائيات) في ترسيخ ثقافة الشباب العربي:

النسبة	التكرار	التكرار الإجابة
٪٢٦.٦٥	١٤١	هيمنة المواد الإعلامية الغربية على الفضائيات العربية
٪٢٤.٧٧	١٣١	وجود مواد إعلامية عربية تقلد المواد الإعلامية الغربية تقليد أعمى
٪٢٣.٠٦	١٢٢	عدم اهتمام كثير من الفضائيات العربية بنشر الثقافة العربية وترويجها للثقافة الغربية
٪٢٥.٥٢	١٣٥	رؤية كثير من المهتمين بالفضائيات العربية إلى أن الثقافة الغربية أرقى من الثقافة العربية
٪١٠٠	٥٢٩	المجموع

تؤكد نتائج هذا الجدول رؤية أفراد العينة إلى أن هيمنة المواد الإعلامية الغربية على الفضائيات العربية يعتبر من أهم مظاهر عدم مساهمة وسائل الإعلام العربية في ترسيخ قيم الثقافة العربية فهذا الوضع يجعل منهم يستهلكون يوميا مواد ومضامين تخدم الثقافة الغربية وتمجد منجزاتها المادية مما يساهم في توسيع الفجوة بين وضعهم ووضع غيرهم حيث ظهرت نسبة ٢٦.٦٥٪ في الجدول. أما رؤية كثير من المهتمين بالفضائيات العربية إلى أن الثقافة الغربية أرقى من الثقافة العربية فقد سجل نسبة ٢٥.٥٢٪ كنسبة ثانية في هذه المظاهر وذلك لأنها تعكس عقدة النقص التي يعيش بها معظم الشباب العربي على أن كل ما هو أجنبي فهو متطور وأحسن وهذه الفكرة انعكست على باقي النتائج لتجسدها نسبة ٢٤.٧٧٪ المسجلة في الجدول بالنسبة لوجود مواد إعلامية عربية تقلد المواد الإعلامية الغربية تقليدا أعمى، ليس على مستوى فكرة البرامج ولكن حتى في التفاصيل الدقيقة التي تميز البرنامج (لباس، ديكور، محتوى ثقافي...).

أما آخر نسبة فهي تلك المسجلة لفلة اهتماما الفضائيات بنشر الثقافة العربية وترويجها لثقافة الغربية تماشيا مع مصالحها التجارية والمسجلة لنسبة ٢٣.٠٦٪.

جدول رقم ٨: سبل تفعيل دور وسائل الإعلام العربية (الفضائيات) في توعية الشباب بالمخاطر الثقافية للعولمة:

النسبة	التكرار	الإجابة
٣٦.١٩	١٣١	تحسين نوعية المواد الإعلامية التي تدافع عن الثقافة العربية.
٢٩.٢٨	١٠٦	زيادة البرامج التي تعزز لدى الشباب العربي اعتزازه بثقافته العربية
٢٧.٦٢	١٠٠	تقديم برامج تبين واقع الدول الأجنبية بعيدا عن الصورة الخيالية التي تروجها لها الفضائيات
٦.٩١	٢٥	أخرى تذكر
١٠٠%	٣٦٢	المجموع

يبين الجدول السابق أن تحسين نوعية المواد الإعلامية التي تبرز وتنشر مضامين تعزز وتنم الثقافة العربية هو من أبرز سبل تفعيل دور وسائل الإعلام العربية، حيث سجلت نسبة ٣٦.١٩% من مجموع النسب المسجلة في الجدول، كما أن أفراد العينة طالبوا بضرورة تقديم برامج عربية في نفس مستوى البرامج الغربية وتحرير الإعلام العربي من سيطرة الحكومات العربية عليه.

أما النسبة الثانية والمسجلة في الجدول فقد قدرت ب ٢٩.٢٨% وكانت لزيادة البرامج التي تعزز لدى الشباب العربي اعتزازه بثقافته وتحاول تقليص الهوة بين ما يعتقد به الشباب العربي بأنه أقل مستوى من الشباب الغربي (الأوروبي والأمريكي) ثم تأتي نسبة ٢٧.٦٢% لضرورة طرح الواقع الحقيقي للعالم الغربي بعيدا عما نراه في الأفلام والمسلسلات لأن الصور الجميلة التي تروجها الفضائيات العربية عن أمريكا دولة الحرية والعدل والنقد وعن أوروبا، جعلت من شبابنا يذهب بحثا عن هذه الحياة ويعرض حياته للخطر من دون أن تكون لديه أدنى فكرة عن المخاطر التي يمكن أن تواجهه هناك "فضاهرة الحرافة" في الجزائر أكبر دليل على ذلك.

أما آخر نسبة والمقدرة ب ٦.٩١% فكانت لإجابات متفرقة ركز عليها أفراد العينة تمحورت حول فكرتين أساسيتين هما ضرورة صياغة الإعلام العربي بروح عربية إسلامية عصرية، وكذا ضرورة وجود قيادات شبابية في هذه الفضائيات.

خاتمة

(١) اعتماد أغلب أفراد العينة على القنوات العربية كمصدر أول لتكوين ثقافتهم، وذلك من خلال استهلاك مختلف أنواع المضامين التي تنبثها هذه القنوات، وهو ما يلفت الانتباه إلى ضرورة إعادة النظر في هذه المضامين التي تنتج شبابا مبهورا بالثقافة الغربية ومحاولة التفكير في إنتاج برامج عربية عالمية بروح عربية تستقطب اهتمام شبابنا وتجعله يندمج مع مخططات التنمية.

(٢) احتلت البرامج الغنائية المرتبة الأولى بنسبة ٢١.٠٣% كأحد الأنواع التي يفضلها الشباب ثم تلتها الأفلام وبرامج الموضة وبرامج الألعاب، وفي الحقيقة جميعها تدعم الجانب الترفيهي وتتطلب من فكرة أن الثقافة هي تسلية وترفيه، في حين أن الثقافة أكبر

وأوسع من ذلك فهي طريقة تفكير وأسلوب حياة ومعايير وقيم توجه السلوكيات لذلك فضرورة توجيه الطاقة الشبابية التي تمتلكها شعوبنا إلى ما هو أهم وأفيد من شأنه أن يساهم في تفعيل مسارات التنمية، لبيتعد بهم عن الخمول والكسل واللامبالاة ويخرجهم من دائرة الاستهلاك.

(٣) إن وعي الشباب أفراد العينة بفكرة طغيان الجانب المادي على حساب القيم الثقافية في توجهات بعض الفضائيات من شأنه أن يسهل مهمة توعيته بمخاطر هذه المضامين وأهمية التحليل والنقد في كيفية التعامل معها بعيدا عن الاستهلاك الغير عقلائي.

(٤) إن تحسين نوعية المواد الإعلامية التي تبرز وتنتشر مضامين تعزز وتنمّن الثقافة العربية هو من أبرز سبل تفعيل دور وسائل الإعلام العربية، مع ضرورة طرح الواقع الحقيقي للعالم الغربي بعيدا عما نراه في الأفلام والمسلسلات.

قائمة المراجع:

١. إبراهيم الجوير (٢٠٠١). الشباب وقضايا المعاصرة، مكنية السكان " الرياض.
٢. إحسان الحسن (٢٠٠٨). "تأثير الغزو الثقافي في سلوك الشباب العربي" اكااديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض،
٣. بيتر مارتين، هانس، وشومان، هارال (٢٠٠٣): "فخ العولمة"، ترجمة عدنان عباس علي، مجلة عالم الفكر، ع ٢٣٨، المجلس الوطني للثقافة و الفنون، مطابع الرسالة، الكويت.
٤. تهامة الجندي (٢٠٠٥). "الإعلام العربي قلق الهوية، وطور الثقافات دراسة في إعلام المنطقة العربية"، نينوي للدراسات والنشر والتوزيع، سوريا.
٥. رضا التليتي، وآخرون (١٩٩٨). "الإعلام الثقافي في الوطن العربي"، المجلة العربية للثقافة، العدد ١٥، سبتمبر.
٦. سوزان القليني (٢٠٠٦): "وسائل الإعلام وثقافة الطفل العربي"، مجلة الطفولة والتنمية، العدد ٦٠٦ مجلة ٠٢.
٧. صالح أبو اصبع (٢٠١٢). تحديات الإعلام العربي، دار الشروق، عمان.
٨. عبد الله الدايم (٢٠١٦) " التخطيطي الشامل لتطوير الثقافة العربية، الأسس والأهداف والوسائل"، في الخطة الشاملة للثقافة العربية، المجلد الثالث.
٩. مجلة البيان: "دراسات إعلامية عن الوطن العربي"، عدد رقم ١٨٩.
١٠. محمد عابد الجابري (١٩٩٨). العولمة والهوية الثقافية" عشر أطروحات في كتاب العرب والعولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
١١. محمد نبيل طلب (٢٠١٦). البرامج التعليمية والثقافية بالراديو والتلفزيون"، ماجي الحلزونى حسين، جامعة القاهرة.
١٢. مصطفى حجازي: "ثقافة الطفل العربي، وسياسة التغريب"، سلسلة ثقافتنا القومية، ع ٢، منشورات المجلس القومي للثقافة العربية، الرباط، 2005.
١٣. مصطفى حجازي (٢٠٠٠). حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية للمركز الثقافي العربي، بيروت.
١٤. الموقع: www.arabpolls آخر زيارة ٢٢ ماي ٢٠١٧.
١٥. ياسر خضر البياتي (٢٠٠٦): "التأثيرات الاجتماعية المحتملة للتلفزيون على الشباب" مجلة شؤون اجتماعية، عدد ٩٠.
- اليوسف، عبد الله احمد (٢٠١٢). الشباب وهموم الحاضر وتطلعات المستقبل"، ط ٢، مؤسسة البلاغ، بيروت،

التنشئة الاجتماعية الرقمية واستخدام الطفل العربي للإنترنت

إعداد

د. خليفي حفيظة

قسم علم الاجتماع والديموغرافيا - كلية العلوم الاجتماعية - جامعة عمارثليجي الأغواط

Doi: 10.12816/jacc.2020.73408

القبول : ٢٦ / ٢ / ٢٠٢٠

الاستلام : ٢ / ٢ / ٢٠٢٠

المستخلص:

إن التنشئة الاجتماعية عملية يتعلم من خلالها الأفراد أنماط التصرف والتفكير السائدة في محيطهم، وتلقنهم القيم والعادات لتحقيق التوافق بين الأفراد داخل المجتمع. هذه العملية تتأثر بالبيئة المحيطة بالطفل كالأُسرة وكل المتغيرات الأخرى المؤثرة منها تكنولوجيا المعلومات. ذلك أن أطفال اليوم يعيشون في عالم التكنولوجيا، إنهم جيل الإنترنت أو الجيل الرقمي وغيرها من الخصوصيات التي تميز هذا الجيل عن الأجيال السابقة، حيث لا تستطيع الأسرة عزل أطفالها عن تكنولوجيا المعلومات أهمها الإنترنت لما لها من ميزات، وبهذا يواجه الآباء تحديات متزايدة لتوجيه استخدامات أطفالهم للإنترنت. لذلك جاءت هذه الورقة البحثية محاولة للإجابة على التساؤلات التالية: فيما تتمثل استخدامات الأطفال للإنترنت؟ وماهي تأثيراتها على سلوك الأطفال وتنشئتهم الاجتماعية؟ وهل الأسرة العربية والجزائرية باستطاعتها التمكن من إنتهاج آليات معينة لحماية أبنائها من مخاطر الإنترنت؟

الكلمات المفتاحية: الإنترنت، الأسرة، التنشئة، المخاطر، الأليات.

Abstract:

Socializing is a process through which individuals learn patterns of behavior and thinking prevailing in their surroundings, and teach them values and customs to achieve compatibility between individuals within society. This process is affected by the environment around the child, such as the family and all other variables affecting it, including information technology. Because today's children live in the world of technology, they are the generation of the Internet or the digital generation and other peculiarities that distinguish this generation from previous

generations, where the family cannot isolate their children from information technology, the most important of which is the Internet because of its advantages, and thus parents face increasing challenges to direct the uses of their children For the Internet. Therefore, this paper came as an attempt to answer the following questions: What are the children's uses of the Internet? What are its effects on children's behavior and social development? Can the Arab and Algerian family be able to adopt certain mechanisms to protect their children from the dangers of the Internet?

Keywords: Internet, family, nurturing, risks, mechanisms.

مقدمة:

ان التنشئة الاجتماعية عملية من العمليات الأساسية التي تساهم في تكامل المجتمع واستقراره واستمراره من جهة، وتساهم في بناء الشخصية الانسانية وتهئية الطفل للحياة من جهة أخرى. وتعد الأسرة أهم مؤسسة اجتماعية تتولى القيام بهذه العملية، حيث يقع على عاتقها مسؤولية تلقين السلوك الاجتماعي لأبنائها، الا أن هذه المسؤولية زادت مع الثورة المعلوماتية وتكنولوجيا المعلومات وظهور العديد من التقنيات والتطبيقات التي تؤثر على التنشئة الأسرية وبل تساهم فيها، ولعل أهم هذه الوسائل الأنترنت. فهي أهم وسيلة اتصالية واعلامية في عصرنا هذا، نظرا لخصائصها المتميزة كالسرية، الوفرة، التنوع، العالمية، التفاعلية، ونظرا لهذه الميزات وغيرها أصبح الارتباط بالشبكة العنكبوتية مسعى كل الأفراد لكلا الجنسين باختلاف أعمارهم ومستوياتهم الثقافية والاقتصادية.

ان ايجابيت الأنترنت ساهمت في انتشار الاقبال عليها، حيث زاد عدد مستخدميها مما أدى الى تزايد المخاوف عند الكثير وبخاصة الأباء حول مخاطرها، التي تهدد أهداف التنشئة الاجتماعية، والتي تزيد من أعباء الأسرة اتجاه أبنائهم، خاصة وأن الأنترنت لها نوافذ تتسلل عبرها المنتجات الثقافية المختلفة، والمواد الاعلامية المتنوعة والمعارف والمعلومات المتسارعة والتي منها ما يخالف قيم المجتمع العربي. كل هذه المتغيرات تقف عقبة أمام الأسرة وتجعل من مهمها اتجاه أبنائها فيما يتعلق بالتنشئة الاجتماعية صعبا. خاصة مع " تطور الدراسات التي تناولت بعد التأثير للأنترنت على الطفل، حيث تغيرت نظرتها لجمهور الأطفال من كونهم متلقين سلبيين الى كونهم جمهورا نشطا ومتلقين فاعلين، وانتقل الباحثون من الاجابة على السؤال ماذا تفعل وسائل الاتصال بالطفل؟ الى الاجابة على السؤال بماذا يفعل الطفل بالوسائل؟" (بابوسف، ٢٠١٦، ص ٤٣٨)

و من جهة أخرى " أدى انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال واستخدامها من طرف الأطفال الى تصاعد الأصوات المنادية بحتمية تثقيف الطفل وتسليحه بالوعي المعلوماتي ومهارات الاتصال الرقمي، وتربيته تربية اعلامية من أجل اعداده للمستقبل." (نفس المرجع، ص ٤٣٩)

و في المقابل فان للأطفال دور فعال ومؤثر في ارتباط الأسر بالشبكة العنكبوتية تلبية لأغراض علمية واجتماعية وتربوية وتعليمية، وبذلك نلمس بعد التأثير لاستخدام الحاسوب والأجهزة الذكية والتواصل عبر الأنترنت من طرف الاطفال على تشنّتهم الاجتماعية، لاسيما وأنها الى جانب كونها وسيلة اتصالية أو اعلامية فهي وسيلة تعليمية متعددة الجوانب. وعليه تطرح التساؤلات التالية: ما تأثير الأنترنت على مستخدميها من الاطفال؟ ماهو تأثير الاستخدام الرقمي من طرف الأطفال من خلال الأنترنت على سلوكياتهم و تشنّتهم الاجتماعية؟ و ماهي الآليات التي تمكن الأسرة العربية و الاجتماعية من حماية أبنائها من مخاطر الأنترنت؟

أولاً: الاطار المفاهيمي لتنشئة الاجتماعية والطفل و الأنترنت

١- مفهوم الأسرة:

"الأسرة نتاج اجتماعي يعكس صورة المجتمع التي تظهر وتتطور فيه، فإذا امتاز هذا المجتمع بالثبات امتازت هي الأخرى بذلك، أما إذا كانت في مجتمع متغير أو ثوري تتغير هي الأخرى حسب ظروف تغير هذا المجتمع ". BOUTEFNOUCHET, (1980, P19)

تعتبر الأسرة الأداة التي تعمل على تنشئة وتشكيل الطفل اiban حياته الأولى بحسب الانماط الثقافية السائدة في المجتمع، فهي تنقل اليه المعارف والمهارات والاتجاهات والقيم السائدة في مجتمعه، بعد أن تترجمها الى أساليب عملية لتنشئته النشأة الاجتماعية. (ابراهيم، ويونس، وحافظ، ٢٠٠٩، ص ١٧٦)

وبهذا تحمل الأسرة مسؤولية خطيرة تجاه المجتمع باعتبارها أول مجال تربوي يتواجد فيه الطفل ويتفاعل معه، ففيها ينال الفرد مقومات نموه العقلي والجسمي والصحي ومنها يستقي عاداته وتقاليده وقيمه (...) كما تبدأ منها أول خطوات الطفل للاتصال بالعالم المحيط به، وتكوين الخبرات التي تعينه على التفاعل مع بيئته المادية والاجتماعية. (كنعان، ٢٠١٥، ص ١٦)

وعليه فان الأسرة: عبارة عن أفراد تربطهم رابطة الزواج أو الدم، يتفاعلون ويجمعون تحت سكن واحد، أهم وظائفها الانجاب ورعاية وتنشئة الأبناء وإقامة علاقات اجتماعية يقرها المجتمع، وبذلك تعد الأسرة أهم جماعة إنسانية تتولى غرس القيم والمعايير العامة للمجتمع، والتي تتضمن كل أساليب الحياة والتفكير، فهي إذا تساهم في تكوين شخصية الكائن الإنساني من خلال مرافقة الأسرة له عبر أهم وأصعب مراحل حياته المتغيرة من الطفولة إلى الشباب. لذلك فان الفرد يتأثر بكل العوامل والمتغيرات

المتعلقة بها، كالمستوى التعليمي للوالدين، المستوى المعيشي، وطريقة الأباء في التربية وغيرها من المتغيرات التي لها الأثر في شخصية الأبناء مستقبلا.

٢- مفهوم التنشئة الاجتماعية والرقمية:

أ- مفهوم التنشئة الاجتماعية: هي عملية اكتساب الفرد لثقافة مجتمعه ولغته والمعاني والرموز والقيم التي تحكم سلوكه وتوقعات الغير، وسلوكاتهم والتنبؤ باستجابات الآخرين وإيجابية التفاعل معهم.

(الشرابية، ٢٠٠٦، ص ١٦)

إنها أيضا عملية يكتسب الأطفال من خلالها الحكم الخلفي والضبط الذاتي اللازم لهم، حتى يصبحوا أعضاء راشدين مسؤولين في مجتمعهم. (كنعان، مرجع سابق، ص ٧) هي عملية التنقيف التي تستمر طول حياة الفرد، حيث يتعلم الفرد القيم والرموز الرئيسية للانسان الاجتماعية التي يشارك فيها، والتعبير عن هذه القيم في معايير تكون الادوار التي يؤديها هو والآخرين. (الشرابية، مرجع سابق، ص ١٦)

ب- مفهوم التنشئة الرقمية: هي عملية التنقيف للطفل بكل ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات وبخاصة الأنترنت، وتوعيته بمخاطر الاستخدام السيئ لها، من خلال اتباع في التنشئة أساليب ومعايير التنشئة الرقمية المتمثلة في تنمية الرقابة الذاتية للطفل، تنمية الثقة بين الأباء والأبناء، المصارحة والحوار، الابلاغ والاعلام بما يعرض في الأنترنت وغيرها من معايير ادارة تكنولوجيا المعلومات.

٣- مفهوم الطفل:

الطفولة لها موقعها وواقعها من مدى حياة الفرد (...) والطفولة بطبيعتها هي مرحلة حساسة للتعليم ولاستيعاب الخبرة التي نعرضهم أو التي يتعرضون لها. فالطفل في حالة تهيؤ من داخله لاستقبال الخبرة من خارجه، دون أن تعطلها أو تصدها الى حد كبير استجابات متعارضة، أو دون أن تعمل أليات (ميكانيزمات) الدفاع على تقليل أو تشويه تلك الخبرة، فالطفولة هكذا من حيث موقعها النمائي هي المرحلة المثلى للتعليم الفعال وهي الفترة المواتية للنمو السليم للشخصية. (ابراهيم، ويونس، مرجع سابق، ص ٧٩)

٤- مفهوم الأنترنت: تعني الشبكات المترابطة وهي عبارة عن شبكة ضخمة تتصل مع ملايين أجهزة الحاسب عن طريق خطوط هاتفية خارجة عن القيود، حيث يتم من خلالها تبادل المعلومات أيا كان نوعها أو حجمها وفق طرق وصيغ متعددة. واستخدم هذا المصطلح بهذه العبارة مع مطلع ١٩٨١، والأنترنت شبكة معلوماتية ضخمة تتحرك من خلالها ملايين المعلومات عبر أناس في مختلف دول العالم مرتبطة بحاسبات مترابطة بأميال من الكابلات والخطوط الهاتفية، يتواصل هؤلاء عبر لغة مشتركة. (المحسن، ٢٠٠٣، ص ١٣٩)

الأنترنت هي عبارة عن مجموعة مفككة من ملايين الحواسيب الموجودة في آلاف الأماكن والموقع حول العالم، ويمكن لمستخدمي هذه الحواسيب استخدام حواسيب وشبكات محوسبة أخرى للعثور على معلومات أو التشارك في ملفات. بسبب وجود ما يسمى بالبروتوكولات يمكن أن تحكم وتسهل عملية التشارك عبر الأنترنت. هذه الشبكة العملاقة تضم ملايين الحواسيب المرتبطة مع بعضها في عشرات الدول، وتستخدم بروتوكول النقل والسيطرة وبروتوكول انترنت الذي يرمز لهما (tcp/ip) لغرض تأمين الاتصالات الشبكية. إنها أوسع شبكات الحواسيب في العالم، بل إنها شبكة الشبكات، فهي تزود المستخدمين بالعديد من الخدمات كالبريد الإلكتروني، نقل الملفات والأخبار، والوصول إلى الآلاف من قواعد البيانات، وتزودهم بخدمات الدخول في حوارات مع أشخاص آخرين حول العالم، وممارسة الألعاب الإلكترونية والوصول إلى مكتبة الكترونية. ويطلق عليها عدة تسميات مثل الشبكة العالمية والشبكة أو العنكبوت أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات. (الفندلجي، ٢٠١٣، ص ٢٩٤-٢٩٥)

وبهذا فإن شبكة الأنترنت هي: مصدرا غنيا للحصول على المعلومات والمعارف، وهي عبارة عن أداة تعليمية محفزة ومسلية للأطفال، حيث يمكن مشاهدة وتعلم المعارف المفيدة وحل المسائل من خلال الألعاب والبرامج التثقيفية والشبكات الاجتماعية. ناهيك عن كونها مصدرا للتواصل بين الأشخاص مما يوفر فرصا للتعلم عن طريق تبادل المعلومات والمعارف والأفكار. إلا أن هؤلاء الأطفال قد يواجهون أخطارا كبيرة نتيجة الاستخدام السيئ للأنترنت في حالة العمل المباشر على الشبكة بلا توعية مسبقة أو إرشاد من الأسرة، مما قد يعرضهم للاستغلال الجنسي والصور والأفلام الاباحية التي من شأنها التأثير على سلوكياتهم وتصرفاتهم.

٥- مفهوم الاستخدام: الاستخدام في الاصطلاح الاعلامي يشير الى المداخل النظرية التي تهتم بدراسة علاقة الجمهور بوسائل الاعلام، ويثير تساؤلات حول: ماذا يفعل الناس بوسائل الاعلام وبالادوات والأشياء التقنية؟ وماذا تعني لهم؟ وكيف يستخدمونها في الفضاء العام والخاص؟ ويبحث علماء هذا الاتجاه في الاستخدامات الاجتماعية لوسائل الاعلام والتي هي عبارة عن أنماط من الاستعمالات تبرز بشكل متكرر في صيغة عادات اجتماعية مندمجة على نحو كاف في يوميات المستخدمين (...) وبظهور الوسائل الاتصالية الحديثة تعزز مفهوم المستخدمين والذي يرمز الى الجمهور النشط الايجابي، يحدد نوع المعلومات الذي يرغب في التعرض له والوسائل التي يتعرض وفقا للمعلومات التي يرغب في الحصول عليها. (بابوسف، مرجع سابق، ص ٤٤٠)

وعليه يمكن تعريف الاستخدام بأنه تمكين الطفل العربي والجزائري من استعمال الأنترنت بشكل متكرر في الفضاء المنزلي ولأغراض مختلفة، و يكون لهذا الاستخدام تأثيرا ايجابيا على الطفل في حضور توجيه أسري يضبط مواضيع و مواقيت

الاستخدام، و قد يحصل العكس في حضور الاستخدام السيء للأنترنت الذي من شأنه أن يؤول لمشاكل سلوكية .

ثانيا: استخدامات الأنترنت عند الأطفال

١ - الاستخدامات الايجابية للأنترنت:

هناك مجالات متعددة لاستخدامات الأفراد لهذه الشبكة فمنهم من يستخدمها في قضايا التعليم والتربية، أو في القراءة للصحف والمجلات والدوريات العلمية، وللعمل والتجارة، وللتسويق والشاء، أو للتسلية والترفيه، أو للمحادثة وللاتصال أو للبريد الالكتروني أو زيارة المواقع المختلفة للبحث عن معلومات مفيدة ومتنوعة. (المحسن، مرجع سابق، ص ١٤٣)

و تقسم نوعية المعلومات حسب " كوهن" الى معلومات مجانية، معلومات تجارية، ومعلومات استراتيجية. وفي دراسة علمية كان من نتائجها أن أسباب ارتياد الطلبة ما بين ١٢ - ١٨ سنة هو التسلية والترفيه من خلال الألعاب وبنسبة ٧٦%، ومتابعة بريدهم الالكتروني بنسبة ١٣% والحصول على معلومات بتكليف من المعلم أو لعمل أبحاث علمية ذات علاقة بالمنهج الدراسي بنسبة ٦٣%، وعن سؤال حول تأثيرها على التحصيل الدراسي أجابت نسبة ٦٥% بأن لها أثر سلبي على حساب الامتحانات والواجبات المدرسية، وأجابت نسبة ٢١% أنها زادت من معدلاتهم اذا استخدمت بطريقة جيدة. (الحيلة، ١٤٢١، ص ٢١)

- ومن ايجاباتها أيضا مساعدتهم على الوصول لبعض العلوم والمعارف التي هي من تحديات الواقع التربوي اليوم، فالطفل يحتاج الى قنوات تربوية تصله بالعلوم والمعارف وزيادة فرص الابداع والتفكير الايجابي لهم ومهارات الاتصال والتواصل بالثقافات والأفكار الجديدة (...). الأنترنت اليوم أدت الى ولادة مشروع تعليمي جديد للأطفال يتجاوزن فيه كثيرا من الوسائل التقليدية في التعليم، من خلال الاستفادة من هذه الشبكة في زيارات مواقع لها علاقة بتخصصاتهم، أو من خلال تدعيم معلوماتهم بالكلم الهائل من المعلوماتية داخل الشبكة. (المحسن، مرجع سابق، ص ١٤٤)

- الأنترنت فرصة للتواصل المعرفي ومناقشة القضايا التعليمية والتربوية التي تخصهم.
- الأنترنت هي وسيلة للتواصل الاجتماعي ففي دراسة علمية أشارت الى أن ٤٠% من الأمريكيين البريد الالكتروني هو الوسيلة المفضلة عندهم للتواصل العائلي بنسبة ٢٨% (نفس المرجع، نفس الصفحة.)

و الآن يزداد التواصل العائلي عبر البريد الالكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي بالرغم من أن الثقافة الاسلامية تحبب التواصل الاجتماعي المباشر.

- الأنترنت تجاوزت الوسائل التقليدية في متابعة الأحداث الدولية ونشرها، حيث تعمل على تقريب المسافات ونقل الرسائل بين أطفال العالم العربي، اذ تعزز ثقافة الطفل العربي في كل المجالات.

ولخص " ابراهيم القندلي " ايجابيات الأنترنت في كونها تعمل على " تأمين الوصول الى المعلومات المسموعة والمرئية، كاللقطات الفيديوية، والصور والرسومات، تسهل استخدام تقنيات وفضاءات فعالة أخرى مثل مايكس بيروتوكول نقل الملفات وخدمة قوائم المستعرض، والتمكين الحصول على المعلومات بطرق متعددة كتحميل المعلومات وتفريغها (download) في حاسوب المستخدم. " (القندلي، ٢٠١٣، ص ٢٩٤-٢٩٥)

٢- الأنترنت والمشكلات الاجتماعية

ان استخدام الطفل للأنترنت من شأنه أن يؤدي الى مشكلات اجتماعية أهمها:

١.٢- **الادمان على الأنترنت:** انه الاستخدام المرضي للشبكة الذي يؤدي الى اضطرابات في السلوك، (...) ويتسبب للمدمن بمشاكل صحية واضطرابات في النوم، وتراجع في المستوى الأكاديمي والعزلة الاجتماعية. ومن أسباب هذا الادمان الملل، الفراغ، الوحدة والمغريات الكثيرة التي توفرها الأنترنت. (رؤيتنا للبنان، دون سنة، ص ١٧)

ان الاستخدام المفرط لهذه الشبكة قد يؤدي الى الادمان عليها، وهو ما قد ينجر عنه آثار وأضرار سلبية قد تشمل حياة الفرد الاجتماعية والنفسية والدراسية والصحية، وهذا ما توصلت اليه أغلب الأبحاث والدراسات في هذا المجال. فلقد بينت دراسة مسحية حديثة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية أن ٦% من مستخدمي الشبكة هم مدمنون في حدود قد تصل الى ٤ ساعة أسبوعياً، مما قد يتسبب حسب المختصين في ضعف المردودية الدراسية للأطفال. (دليو، ٢٠٠٢، ص ٣٠-٣١)

٢.٢- **العزلة الاجتماعية:** الأنترنت تسبب العزلة حيث " تعتبر العزلة أو توحّد المستخدم مع جهاز الكمبيوتر من أهم قضايا التأثيرات الاجتماعية والموضوعات الأكثر جدلاً بين الخبراء والباحثين في استخدام مواقع شبكة الأنترنت (...) انتهى كثير من الباحثين الى التقرير بعزلة المستخدمين وعدم حاجتهم الى الاتصال بالآخرين (...) ففي أحد الدراسات الطولية الي قام بها " كروت " قاموا بتقديم الكمبيوتر لعدد من الأسر التي تم اختيارها وتعليمهم على استخدام الأنترنت، وجدوا أنه بعد مدة تراوحت ما بين عام الى عامين ارتبطت زيادة استخدام الأنترنت بانخفاض التواصل الأسري وانخفاض حجم الدائرة الاجتماعية داخل الأسرة، وعلاوة على ذلك قد عايش وعانى المشاركين في هذه الدراسة من الوحدة النفسية والاكتئاب وضعف المساندة الاجتماعية. " (غالبي، ٢٠١٦، ص ٢١٨)

٣.٢- **انخفاض المستوى التعليمي:** وقد كشفت دراسة "كيمبرليونج" أن ٥٨ % من طلاب المدارس المستخدمين للأنترنت اعترفوا بانخفاض مستوى درجاتهم وغيابهم عن حصصهم المقررة بالمدرسة، ومع أن الأنترنت تعتبر وسيلة بحث مثالية فان الكثير من

طلاب المدارس يستخدمونه لأسباب أخرى كالبحت في مواقع لا تمت لدراستهم بصلة كاستخدام ألعاب الأنترنت، كما أن سهر مدمن الأنترنت طيلة ساعات الليل يؤدي الى انخفاض مستواهم الدراسي. (نفس المرجع، ص ١٩-٢٠)

٤.٢- العلاقات العاطفية على الأنترنت: تنتشر العلاقات الرومانسية بكثرة على شبكة الأنترنت وهي ليست حكراً على عمر معين بل جميع الأعمار، وغالباً ما يتم انشاء علاقات مع أناس ليسوا من الفئة العمرية نفسها للطفل. وفي كثير من الحالات يؤدي هذا الفعل الى عواقب وخيمة منها الابتزاز أو حتى الاعتداء الجنسي. (رؤيتنا للبنان، مرجع سابق، ص ١٦)

يحدث ذلك في ضوء مجال الحرية التي تتيحه الأنترنت للأشخاص " ففي استطلاع للرأي من طرف مؤسسة "ميركل" الأمريكية على ٢٤٠٠ شخص أمريكي يستخدمون شبكة الأنترنت بانتظام، طالب ٦٤ % منهم بفرض رقابة على الشبكة حتى لو اقتضى الأمر اصدار قوانين فيدرالية خاصة بذلك، وأرجع هؤلاء طلبهم الى سببين الأول: أن الشبكة تحتوي على كم كبير من المعلومات التي لا يمكن الثقة فيها بشكل كبير ولا يمكن الاعتداد بها، والثاني : أن الشبكة تحتوي على الكثير من المواقع التي تعتبر مصدر قلق كبير، مثل المواقع الاباحية ووسائل التعدي على الخصوصية، وذكر بيان صحفي صادر عن المؤسسة أن ٦٤ % يشعرون بأنه من المتعين على الحكومة أن تطور نظاماً تهدف الى حماية مستخدمي شبكة الأنترنت حتى لو اقتضى ذلك فرض قوانين خاصة." (اللبان، ٢٠٠٩، ص ١٦٤-١٦٥)

ان مخاطر الأنترنت متفاقمة وكامنة في العالم العربي، فنجد السياسة الحكومية في مصر تتبنى مبدأ الحرية المطلقة للشبكة، وهو ما يسمح لأكثر من ٤٠٠ ألف موقع جنسي فاضح باقتحام غرف نوم الصغار، فهناك مليون أسرة على الأقل في مواجهة خطر يتسلل عبر شاشة الكمبيوتر، وتتجاهل السؤال الذي تسعى الجماعات المختلفة في الغرب للإجابة عنه: هل يتعرض الأطفال والشباب للمواقع الجنسية الهدامة على شبكة الأنترنت؟ وكيف يمكن الرقابة على تجوال الأبناء على الشبكة؟ ذلك أن فيما يتعلق بالاباحية الالكترونية تم ضبط أعضاء جماعة تدعو الى ممارسة الرذيلة والحث على ازدياد الأديان، وتركزت اعترافات المتهمين في أنهم كانوا يمارسون الرذيلة والشذوذ في اطار العلاقات التي تربطهم وقيامهم بتصوير أنفسهم، وجاء في اعترافهم استغلالهم الأنترنت في الترويج لأفكارهم. (نفس المرجع، ص ١٦٦)

٥.٢- التعرض للتحرش وأشكال الاعتداء: أطفال الأنترنت يتعرضون للصور الفاضحة التي تحمل صور أجنبية وبأوضاع غير مقبولة انسانياً وقيماً. " وتعالّت صيحات مجموعات متخصصة في أبحاث التكنولوجيا من أن مستخدمي الأنترنت وخصوصاً

الأطفال مازالوا عرضة للسرقة وأن ضحايا هذه الجرائم يزداد مع الوقت." (المحسن، مرجع سابق، ص ١٤٨)

٦.٢- **التأثير على صحة الطفل:** تسبب للطفل أضراراً صحية كضعف النظر واضطراب النوم والتغذية والشعور بالارهاق والخمول الذهني، مما ينعكس بصورة مباشرة على تحصيله الدراسي. (السديري، ٢٠١٤، ص ٢٧)

٧.٢- **الكشف عن الخصوصية الشخصية والعائلية:** نشر معلومات عن الأسرة كعنوان المنزل أو عنوان البريد الإلكتروني أو معلومات شخصية له ولعائلته كأرقام البطاقات الائتمانية وغيرها، وفي هذا فان هناك أحد الدراسات البريطانية مكونة من ٤ ملايين طفل تتراوح أعمارهم ما بين ٧-١٦ سنة كشفت أن ٢٩ % سوف يكونون سعداء لتزويد الآخرين بعنوانين ببيوتهم، بينما ١٤ % منهم يسعدون باعطاء عناوينهم الالكترونية لمن يطلبها." (المحسن، مرجع سابق، ص ١٤٥)

وحماية للأطفال وحتى الكبار من هذه المشكلات " تخوض صناعة برمجيات الكمبيوتر والشركات التي توفر خدمات الأنترنت حرباً شرسة ضد الصور الاباحية التي تبث على شبكة الانترنت، والتي تصور دعارة الأطفال، وضد المتهوسين بممارسة الجنس مع الأطفال، وثمة اجراءات يمكن من خلالها للأسرة أن تضمن الى حد ما تواجداً آمناً بعيداً عن هذه النوعية من المواقع." (اللبان، مرجع سابق، ص ١٦٧)

ثالثاً: انعكاسات الانترنت على التنشئة الاجتماعية للطفل

يتسبب الاستخدام السيء للأنترنت من قبل الطفل في مجموعة من الانعكاسات السلبية على تنشئته الاجتماعية منها:

١- غرس بعض الطباع المنافية لأخلاق الأسرة والمجتمع والتي تحمل في طياتها مكامن تعكس النوايا الحريصة على الغزو الثقافي للأطفال منذ الصغر، من خلال توسيع عملية الاستلاب الثقافي عبر الألعاب أو عبر الاعلانات الالكترونية الجانبية التي تعرض جانباً في صفحة الألعاب أو في بداية اللعبة، وبهذا فان الأنترنت " تعرض لمستخدميها قيم وسلوكيات المجتمعات الأخرى التي في حالة ما اذا كانت متحررة أو لا تتناسب مع عادات وتقاليد الدول الاسلامية فانها تحدث مشكلاً ثقافياً يؤدي الى اختلال التوازن الثقافي داخل النظام الاجتماعي." (غضاب، ٢٠١٤، ص ٢٦)

٢- زيادة مدة مكوث الأطفال أمام الأنترنت يسبب العزلة والانطواء مما ينتج سوء التوافق النفسي والاجتماعي وفقدان القدرة على التعامل مع الآخرين بسبب عدم التواصل الاجتماعي المباشر معهم، لاسيما في ظل تقزيم أهمية دور الطفل في الأسرة وعدم اشراكه في جميع المسائل والأمور العائلية حتى يحس أنه شريك فعال ولا يحس بالاعتزاز ويعتزل عن المحيط الأسري. ليرتقي بين فكي العالم الافتراضي. فرغم أن العالم الافتراضي يدعو لتخليص الأفراد من عزلتهم الا أنه ينتهي بهم الى عزلة جديدة عن عالمهم الواقعي، وذلك لأن طول مدة مكوث الطفل أمام الأنترنت التي تستمر

لساعات متواصلة ومتكررة تجعله لا يفرق بين العالمين الواقعي والافتراضي، ويرى أن العالم الواقعي امتداد للافتراضي، وبل يميل للافتراضي نظرا لدرجة الحرية التي يستشعرها في تعاملاته فيه. (نفس المرجع، ص ٩٥)

٣- غرس الرعب وثقافة العنف لدى الطفل، حيث تحدث تذبذب واضطراب نفسي لدى الطفل عند مشاهدته أفلام الرعب والتخويف والضرب فتجعله يشعر بالخوف والقلق عند كل موقف يعترضه. بالإضافة إلى نشر أفكار هدامة تتنافى مع القيم المجتمعية، وتساعد على الوقوع في الانحراف، فالإنترنت تعلم الطفل مصطلحات ورموز خارجة عن القيم تؤدي إلى انزلاقات خطيرة في حضور فيديوهات وصور وأفلام إباحية خاصة في غياب الرقابة الأسرية. إن "الطفل الذي يحمل الثقافة الإلكترونية يعيش عالمين متناقضين، حاملا في شخصيته ثقافتين متباعتين غير متكافئتين، مما يشعره بالاغتراب عن نفسه، فالثقافة الافتراضية الإلكترونية تسلب ثقافته المجتمعية لكونها تتوفر على كل ما يرغب فيه حتى وإن كان محظورا وممنوعا في العالم الواقعي. (نفس المرجع، ص ٩٦)

٤- للإنترنت أثرا على شخصية الطفل وتفاعله مع الآخرين، ذلك أن طول استخدام الإنترنت والكمبيوتر أو الأجهزة الذكية يؤدي إلى الاجتهاد البصري، حالات الضغط المتكررة، الانعزال العاطفي أو الاجتماعي. وهو ما "أكدته أحد الدراسات على مجموعة من الطلاب الذين كان استعمالهم أقل من ساعة واحدة في اليوم هم الأكثر تفاعلا في العلاقات الاجتماعية وأقل شعورا بالاكتمال والعزلة، بينما كانت مجموعات الطلاب الذين ازداد استخدامهم عن ساعتين في اليوم هم الأقل تفاعلا وأكثر اكتئابا وعزلة." (المحسن، مرجع سابق، ص ١٤٥)

٥- الإنترنت تستعمل لأغراض غير أخلاقية، ذلك أن "عالم الإنترنت للأطفال غير المراقبين أشبه ما يكون بمغامرة كبيرة تبدأ بخطوات ساذجة وبسيطة وتنتهي بسقوط ضحايا، أو كما عبر أحد التربويين الأمريكيين عن الإنترنت بأنها أفخاخ كاملة للأطفال غير المراقبين من ذويهم إذا تركهم يصارعون أمواجهم بأنفسهم فسوف يكونون ضحية سهلة للصوم والجنس والعنف، وحيث أشارت أحد الدراسات إلى أن ٢٠ % من الأطفال الذين يستخدمون الإنترنت تعرضوا لرسائل جنسية." (نفس المرجع، ص ١٤٦)

مما قد يعرض سلوكياتهم لانزلاقات خطيرة، تتنافى مع تنشئتهم الاجتماعية وقيمهم الاجتماعية.

رابعا: واقع استخدام الطفل العربي للإنترنت في علاقته بالتنشئة الرقمية والاجتماعية للأسرة:

هناك العديد من الدراسات التي حاولت الإجابة على العديد من التساؤلات التي تكشف عن واقع استخدام الطفل للإنترنت في علاقتها بالتنشئة الرقمية كآلية لتوعية الطفل من

مخاطر الأنترنت من جهة، وكون هذه المخاطر تؤثر على التنشئة الاجتماعية للطفل من جهة أخرى، وفيما يلي عرض لبعض من هذه الدراسات:

١- الدراسات العربية:

أ- الدراسة الأولى سنة (٢٠٠٩): قام بها مركز كن حرا التابع للجمعية البحرينية النسائية بعنوان: " واقع الطفل البحريني بالنسبة لاستخدام الأنترنت ونظراته لموضوع الحماية على الأنترنت"، حيث قدمت الدراسة الأستاذة "رنا الصيرفي" في المؤتمر الدولي حول " الاستراتيجيات الفعالة لحماية الأطفال من الاعتداء والاتجار على الأنترنت" يومي: ٩- ١٠- ٢٠٠٩ على عينة عددها ١٧٠ طفلا من الجنسين، تراوح أعمارهم بين ٤ و ١٧ سنة الملتحقون بالمدارس الحكومية في دولة البحرين. وكانت النتائج ما يلي:

٣٠ % من الأطفال تلقوا طلبات على الأنترنت لملاقاتهم، ٧١ % شعروا بالفرح لهذه الطلبات، ٥٠ % قاموا بارسال صورهم، ترتفع ساعات استخدام الأنترنت بتجاوز الطفل ٧ سنوات وبلغ الذروة ما بين ١٣ و ١٥ سنة، ٧٠ % من الفئتين (١٠- ١٢ سنة) و (١٣- ١٥ سنة) غير مرتاحين ولا يرغبون في معرفة أوليائهم ما يفعلونه في الأنترنت. (بابوسف، مجع سابق، ص ٤٤٢)

ب- الدراسة الثانية سنة (٢٠١٢): للباحث "داود" هدفت لمعرفة دور الأسرة الموصلية في الحد من جرائم التقنية الحديثة، أجريت هذه الدراسة على عينة عشوائية عددها ١٠٠ مبحوث من أرباب الأسر، وتوصلت الى أن التقنية الحديثة للمعلومات أثرت على الأسرة والمجتمع بشكل كبير وملحوظ. وأن دور الموصلية فعال في عملية الحد من مخاطر التقنية الحديثة، من خلال المتابعة والتوجيه والارشاد للأبناء ومحاولة ضبط سلوكهم وممارسة الأسرة دورها في التنشئة السليمة للأبناء. (سليمان، ٢٠١٧، ص ٣٤)

ج- الدراسة الثالثة سنة (٢٠١٣): للدكتورة " رشا محمود سامي أحمد" بعنوان: "مدى ادراك أولياء الأمور لأدوارهم الرامية الى تعزيز سلامة الأطفال على شبكة الانترنت ودرجة ممارستهم لها"، سعت الدراسة الى الاجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى ادراك أولياء الأمور لأدوارهم الرامية الى تعزيز سلامة الأطفال على شبكة الانترنت وما درجة ممارستهم لها؟ أقيمت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من ٤٥٦ من الأباء والأمهات في بعض محافظات جمهورية مصر العربية بالقاهرة والجيزة والاسكندرية والشرقية والغربية والدقهلية والمنوفية والمنيا وبنى سويف، وتوصلت أهم النتائج الى: ادراك أعضاء العينة بأن هناك تهديدات توجه نحو الأطفال في وجود مواقع عديدة ليست لها قيمة تعليمية وتخالف القيم الاجتماعية، وفي الاجابة عن السؤال أثر المتغيرات الديموغرافية على ادراك المخاطر وتصفح الأطفال للأنترنت توصلت الدراسة الى أنه لا توجد فروق دالة احصائية بين الأباء والأمهات فيما يتعلق بادراك

مخاطر استخدام الأنترنت، كما يتأثر ادراك المخاطر باختلاف الثقافة عند العينة، حيث يجهل قاطنوا الريف ما يتعلق بالأنترنت في وجود قصور من وسائل الاعلام. وبينت الدراسة أن درجة ممارسة أولياء الأمور لاجراءات الضبط والوقاية لحماية الأطفال ومساعدتهم على فهم كيفية التمتع بالمزايا لتكنولوجيا المعلومات مع الحد من المخاطر كانت في مجملها عالية، وبينت الدراسة أن اتخاذ الأولياء للتدابير التقنية والتنظيمية مرتفع بارتفاع المستوى التعليمي للوالدين، كون المستوى التعليمي المرتفع يعمل على امتلاك الخبرة الكافية لمهارات استخدام هذه التقنية مما يقلل لديهم نسبة المشكلات والتأثيرات السلبية المصاحبة لهذه الشبكة. (نفس المرجع، ص ٢٧٦-٢٨١)

د- الدراسة الرابعة سنة (٢٠١٤): من إعداد "محمود عبد العليم محمد سليمان" بعنوان: "دور الأسرة في حماية الأبناء من مخاطر شبكة الأنترنت" سعت للاجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور الأسرة في حماية أبنائها من مخاطر شبكة الأنترنت؟ من خلال التساؤلات الجزئية التالية: ما تصورات الأسرة لمخاطر الأنترنت التي يمكن أن تؤثر سلبا على الأبناء؟ ما التدابير والاجراءات التي تتخذها الأسرة لحماية الأبناء عند استخدامهم للأنترنت؟ و تم اعتماد عينة قصدية على ١٥٠ أسرة تستخدم شبكة الأنترنت بمدينة سوهاج بصعيد مصر. أين توصلت الدراسة لأهم النتائج التالية:

٧٠ % من المبحوثين يرون أن كثرة استخدام الأنترنت يسبب الكسل والخمول، و ٥٠ % يرون أنها تروج للقيم التي تضر بالأسرة والمجتمع، وأنها تسهل الوصول الى المواد الاباحية بنسبة ٥٠ %. أجابت الأسر بنسبة ٥٩ % بأنها تحرص على عدم تصفح أبنائها للمواقع الاباحية، وتمنع مشاهدة الأفلام على اليوتيوب بنسبة ٢٧ % كونها تتيح لهم مشاهدة أفلام الرعب والعنف وتتعارض مع القيم الاجتماعية أو خاصة بالكبار وفيها هدر للوقت، كما تحرص الأسرة على تنظيم استخدام الأنترنت بنسبة ٨٣ % تحكما في الآثار السلبية للأنترنت خاصة المتعلقة باهمال الواجبات المدرسية أو الخروج عن القيم، اتضح أن نسبة ٦٤ % من العينة تحرم الابن من استخدام الأنترنت عند الخطأ، وبهذا أصبحت هذه الشبكة وسيلة من وسائل الثواب والعقاب، وهناك من الأسر بنسبة ٣٦ % من تقوم بزيادة وقت استخدام الأبناء للأنترنت عند الثواب، وتقوم الأسر بتنبيه الأبناء بعدم استلام رسائل الكترونية من أشخاص غرباء بنسبة ٧٤ %، وينصح الأباء الأبناء بعدم تصديق ما ينشر على الأنترنت من معلومات الا بالتأكد من صحتها بنسبة ٨٠ %، ويبين لأبنائهم المخاطر الاجتماعية لنشر معلومات شخصية على الانترنت بنسبة ٨٦ %، ويناقشهم بنسبة ٦٨ % حول ما يتعرضون اليه عند استخدام الأنترنت. (نفس المرجع، ص ٣٩-٤٦)

و- الدراسة الخامسة: دراسة وطنية قام بها المركز التربوي للبحوث والانماء بلبنان. بعنوان: سلامة الأطفال على الأنترنت، هدفت لمعرفة تأثير الانترنت على الأطفال في

لبنان، عينة الدراسة مكونة من ١٠٠٠ تلميذ من مختلف المحافظات اللبنانية يتوزعون بين ٥٣١ فتاة و ٤٦٩ فتى تراوحت أعمارهم ما بين ١٢ - ١٨ سنة، توصلت لأهم النتائج التالية: يمتلك ٩٢ % منهم حاسوبا في المنزل، نصف العينة تملك حاسوب خاص بهم، حيث ترتفع نسبة الامتلاك لحاسوب خاص مع تقدم الصفوف التي يدرسون بها، يتصل الأطفال بشبكة الأنترنت اما في المنزل أو في المدرسة، أو عند الأصحاب أو في مقاهي الأنترنت، وقد بلغت نسبة الذين يفضلون الاستخدام في المنزل ٨٢ %، وسجلت نسبة ٦٠ % ممن يرغبون استخدام الأنترنت عبر الهاتف المحمول، وسجلت نسبة ٣٦ % ممن ليس لديهم توعية حول الاستخدام الأمن لها، وسجلت نسبة ٤٢ % ممن يستخدمون الأنترنت يوميا لمن أعمارهم ١٢ سنة وتصل لنسبة ٧١ % في السن ١٧-١٨ سنة، وسجلت نسبة ٢٩ % ممن أجابو بأن ليس لديهم مشكلة في نشر معلومات شخصية على الأنترنت، وسجلت نسبة ٢١ % ممن الأنترنت تشغلهم عن الدراسة. وسجلت نسبة ٢٠ % ممن يتعرفون الى أشخاص غرباء، وذلك لأجل تكوين صداقات بنسبة ٢١ % ولأجل زيارة مواقع اباحية بنسبة ١٠ %، وهو ما يشكل خطرا كبيرا عليهم، خصوصا اذا أدى ذلك الى لقاءات في العالم الواقعي، في غياب رقابة واعلام الأولياء. (رؤيتنا للبنان، ص ٧٢)

٢- الدراسات الجزائرية:

أ- الدراسة الأولى سنة (٢٠١٢): للباحثة " مريم قويدر " بعنوان " أثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الأطفال"، سعت للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ماهو أثر ممارسة الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الأطفال المتمدرسين في المرحلة الابتدائية في الجزائر؟ اعتمدت الدراسة عينة قصدية شملت ٢٠٠ طفل في السن ما بين ٧- ١٢ سنة ممن يمارسون الألعاب الالكترونية من المتمدرسين في أحياء راقية ومتوسطة وشعبية بالعاصمة الجزائر. وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

يتمتع أفراد العينة ببيئة ثرية بالتجهيزات والوسائل الرقمية الالكترونية المختلفة، وتأتي ممارسة الألعاب الالكترونية في مقدمة النشاطات الترفيهية لدى مفردات العينة، غالبية أفراد العينة تمارس هذه الألعاب في الفضاء المنزلي، ويمارسونها كل يوم لمدة ساعة بالنسبة للناث و مدة خمس ساعات بالنسبة للذكور، ويتم اختيار الألعاب الالكترونية برقابة الوالدين في المرتبة الأولى الأب، وتوصلت الدراسة الى أن الألعاب الالكترونية تؤثر على سلوك الأطفال من خلال تنمية لديهم السلوك العدواني والميل للعزلة الاجتماعية والانغماس في مجال الرقمنة والتقنيات الحديثة، وتقليد الأبطال المفضلين لديهم في الألعاب الالكترونية وتقمص شخصياتهم. وخلصت الدراسة الى أن هذه الألعاب ليست تسلية بريئة انما هي محكومة بمنظومة قيمية لمنتجها كالترويج لثقافة العنف، انها مختلفة عن ثقافة المجتمع الجزائري. (قويدر، ٢٠١٢، ص ٢٧-٢٧٨)

ب- الدراسة الثانية سنة (٢٠١٨): للباحثة "ابتسام عليقي" و "ايمان بوقيرة" بعنوان: "تأثير الهواتف الذكية على التنشئة الاجتماعية للطفل الجزائري" سعت الدراسة للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما هو تأثير الهاتف الذكي على التنشئة الاجتماعية للطفل الجزائري من وجهة نظر الأولياء؟ وبهذا هدفت هذه الدراسة الوصفية لمعرفة تأثير استخدام الهاتف الذكي على التنشئة الاجتماعية وطبيعة القيم والسلوكيات التي اكتسبها الطفل نتيجة استخدامه للهاتف الذكي. واستخدمت الباحثة عينة قصدية تمثلت في الأولياء وعددهم ١٥٠ بمدينة أم البواقي بالجزائر، وتوصلت الدراسة الى النتائج التالية:

٦٦ % من الأطفال يستخدمون الهاتف الذكي بصفة دائمة، ٣٦ % من الأطفال بدأ اهتمامهم بالهاتف الذكي من ٣ الى ٥ سنوات، ٥٢ % من الأطفال يستغرقون من نصف ساعة الى ساعة في استخدام الهاتف الذكي، ٣٤ % من الأطفال يستخدمون الهاتف حسب الظروف، ٣٩ % من الأطفال أصيبوا بضعف التركيز بعد استخدامهم للهاتف الذكي، ٥٦ % من الأطفال سبب لهم استخدام الهاتف الذكي عدة أمراض من بينها التوحد. (عليقي، وبوقيرة، ٢٠١٨، ص 6)

خامسا: دور التنشئة الاجتماعية الرقمية في حماية الأبناء من مخاطر الأنترنت:

تعد الأسرة من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية في ترشيد استخدام الأنترنت، حيث يقع عليها العبء الكبير في تفعيل علاقة الطفل بالأنترنت تفعيلا ايجابيا، خاصة أمام بعض المواقع التي يدخل اليها الأبناء حبا للاطلاع لاسيما عند الحديث مع الأقران والمباهاة أمامهم، مما يؤول بهم الى الاستخدام السيء للأنترنت، ويحدث ذلك عند غياب عن الأسرة دورها التوجيهي. في وقت هناك الكثير من الآباء لا يكتشف طبيعة تفاعل أبنائهم مع الأنترنت نتيجة لجهلهم لطبيعة ونوعية المواقع الالكترونية لقلة ممارسة عملية لهذه الشبكة، أو عدم الإلمام بها، أو عدم تفرغهم لمتابعة ما تتوفر عليه هذه الوسيلة أو التقنية، حيث " تكشف أحد الدراسات أن أولئك الأطفال الذين يتعرضون للرسائل الجنسية والاباحية تكن موضع كتمان منهم، وتؤكد أن نصف الآباء والأمهات لا يعلمون بشكل واضح عن الأماكن والجهات الرسمية التي يمكن أن يبلغ فيها هذا النوع من الجرائم. ومن نتائج هذه الدراسة أن الاناث هن أكثر عرضة للتحرش الجنسي من الأولاد، وأنه كلما زاد عمر الطفل كلما زادت نسبة التحرش الجنسي الذي يواجهه، وأن نسبة كبيرة من الآباء والأمهات لا يدركون حجم خطر المخاوف عبر غرف الحوار." (المحسن، مرجع سابق، ص ١٤٦)

لذلك و لكي تضمن الأسرة الاستخدام الأفضل والصحي لأبنائها عليها اتباع المعايير التنشئية التالية:

١- تقليل استخدام الانترنت خاصة في السنين الأولى لأطفالها (ما بين ٨-١١ سنة تقريبا) كونهم في هذه السنوات هم بحاجة لتنمية مهارات خاصة وتطوير علاقتهم بالمجتمع

وثقافته، وبحث تجارب جديدة خارج محيطهم الأسري، في هذه المرحلة يتمكن الأبناء من غرس القيم التربوية وتعزيزها لديهم، فعلى الأباء فتح مناخ المراقبة عن بعد مع اعطائهم مجال من الحرية في اختيار المواقع التي يريدونها مع تشجيع على اكتشاف الجديد في الأنترنت فهي متعة للطفل وفرصة للأباء لتقييم ما استفادهم طفلهم من توجيهات سابقة، وبهذا على الأسرة أن تتيح استخدام هذه الشبكة لأبنائها في المواضيع العلمية والاستكشافية التي تناسب أعمار طفلهم، مع وضع الضوابط الخاصة لاستعمال الأنترنت وتزويدهم بتوجيهات خاصة عن الاعلانات الموجودة في الأنترنت وما تحتويه من مخالفة للقيم المتعارف عليها اجتماعيا.

٢- عند ١٢-١٤ سنة تقريبا يزداد دافع الطفل للتزود بالمعلومات وهنا يأتي دور الأسرة في ضبط هذا الاندفاع وحسن ادارته لمصلحة طفلهم، والتأكيد على الحوار والمصارحة وفتح باب الثقة بين الأباء والأبناء والحديث معهم على القيم ووجود مواقع بالأنترنت تتنافى مع هذه القيم. ومع المرحلة الأخيرة من الطفولة مابين ١٥-١٨ سنة يظهر استخدام آخر للأنترنت وهو الاتصال عبر البريد الالكتروني مع الأصدقاء قصد تبادل الخبرات، وهنا لابد من التأكيد أيضا على المصارحة مع الأبناء ومزيد من الحوار والمناقشة. لتظهر أهمية استخدام الفاترة لبعض الصفحات وحجب صفحات أخرى أو ما يعرف ب(Time- Limitingtoll) ووضع محددات لبعض المواقع المرغوب فيها والتأكيد على عدم تبادل الصور الخارجة عن القيم، في هذه المرحلة يركز الأباء مع أبنائهم الحديث عن جرائم الأنترنت وخطرها على الأفراد والمجتمع، والفرق بين ثقافة المجتمعات الإسلامية والمجتمعات الغربية أو ما يعرف بالخصوصية الثقافية للثنتين.

٣- فعلى الأطفال أن يتعلموا من أباهم كيف يحافظوا على سلوكياتهم وقيمهم، والحماية من أخطار الأنترنت من خلال الحوار والمناقشة التي تعمل على تنمية الرقابة الذاتية للطفل ضد مخاطر الأنترنت وترى " ليزا ميلر " أن " أفضل طريقة للتعامل مع الأنترنت هو دخول الأباء الى هذا العالم والتعرف على محتوياته، هذا التفاعل العملي من قبل الأباء والأمهات سوف يقود بالضرورة الى التعرف على واقع الأنترنت أولا ثم الحوار مع الابناء عن كيفية التعامل معه بطريقة علمية. " (Miller , 1999)

خاصة كون الأنترنت تتوفر على رموز يستعملها ويتداولها مستخدموا الأنترنت على الأولياء معرفتها لحماية أبنائهم من مخاطرها، وبهذا يوفر الأباء فضاء منزليا مزود بثقافة صحية ضد مخاطر الأنترنت ويضمن التفاعل الايجابي للأطفال مع لأنترنت، من خلال استخدام يتناسب مع قيمهم ومعاييرهم الاجتماعية، وفي أوقات محددة ولأغراض تعليمية وتربوية.

خاتمة:

تعتبر البلدان العربية والجزائر أحدها من البلدان التي تشكل فيها فئة الطفولة نسبة معتبرة وأنها تعد من الفئات الأكثر استخداما للأنترنت، ان للأطفال دور فعال ومؤثر في ارتباط

الأسر بالشبكة العنكبوتية، تلبية لأغراض علمية واجتماعية وتربوية وتعليمية، وهو ما دفع المنظومة التربوية في الجزائر الى تعميم تدريس تقنيات الحاسوب والانترنت ودفع الأطفال للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات التعليمية من جهة، ودفع العديد من الأسر الى اقتناء التجهيزات التكنولوجية المنزلية من جهة أخرى، مما رفع من استخدام الانترنت عند الاطفال وهو ما يبرز تأثيرها في التنشئة وفي المقابل دور هذه الأخيرة في الحماية من مخاطرها.

ان للانترنت أهمية في نقل المعرفة والتعليم والتربية والترفيه، الا أنها عرضة للاستخدام الغير الصحي والسيء من طرف الطفل والتعرض لأخطار الانترنت كالتحرش وغيرها، حيث أصبح من العسير على مجتمعاتنا العربية في ضوء الثورة المعلوماتية والانفتاح على ثقافة العالم ضبط مدخلات ومخرجات جيل من الأطفال يتربى على غياب الرقابة التي كانت أكثر قابلية للتطبيق عند جيل ما قبل الرقمنة. لذلك تظهر أهمية الاسرة كأهم مؤسسة تنشئية من حيث دورها في التنشئة الاجتماعية أو الرقمية عن طريق التأثير على الأبناء وتوجيههم وتوعيتهم بمخاطر الانترنت. وفي المقابل تشكل الانترنت خطرا متزايدا على تنشئة الأطفال خصوصا في المجتمعات المتلقية ومنها المجتمعات العربية، وهنا تظهر أهم التحديات التي تواجه الطفل العربي كون الانترنت وسيلة تؤثر على نمط حياة الأطفال ومستقبل نموهم. ان وعي الأسرة واهتمامها بمتابعة استخدام أبنائها لوسائل التكنولوجيا والانترنت يسهم في زيادة فهم الأبناء واستيعابهم لما يعرض عليهم عن طريق الانترنت، من خلال اعتماد ميكانيزمات وآليات تعتمد على الأسرة تتمثل في معايير التنشئة الرقمية كالمراقبة، الحوار، المصارحة والنفاس، ضبط مواقيت الاستخدام وتنمية الرقابة الذاتية للطفل وتأكيد الثقة بين الأباء والأبناء، قصد التفاعل والاستخدام الصحي لهذه التقنية.

وفي هذا السياق يشير "بركات وعبد المنعم" الى أنه في ضوء طبيعة العصر وما يعكسه من الثورة التكنولوجية في كافة مناشط الحياة الاجتماعية والتعليمية والتنقيفية والتربوية، فإنه يتوقع من الأسرة المعاصرة مهما كانت درجة تعليمها أو ثقافتها العامة أو الخاصة بالكمبيوتر والانترنت أن تعمل على تطوير معارفها ومهاراتها التقنية المعاصرة تدريجيا، لتمكينها من التوجيه والارشاد والاشراف على الأبناء خلال استعمالهم لهذه التقنيات الحديثة، ولمشاركتهم ما يقومون به من تعلم وتنقيف بواسطتها، والوقوف في وجه التحديات والمخاطر الداهمة، وتشكيل درع واقى لحماية الأطفال وتوعيتهم والعمل على نشر الثقافة السليمة بينهم.(بركات، عبد المنعم، ٢٠٠٩، ص ١٩)

وفيما يلي أهم التوصيات التي جاءت بها الدراسات السابقة:

"- تزويد المستخدمين بالمعلومات والأدوات التي تمكنهم من الابلاغ عن الأفراد أو الجهات التي تضر بسلوك الأطفال والتي يجرمها القانون، والتركيز على أهمية مزودي

خدمة الإنترنت في مساعدة الأهالي من الناحية التقنية للحماية، من خلال توزيع مطويات للتوعية، وتوزيع تحذير للأهالي عن مخاطر الإنترنت على جميع الذين يتقدمون بطلب الحصول على اشتراك الإنترنت من مزودي الخدمة". (سليمان، ص ٢٧٦-٢٨١)

"- على الأسر أن تضع جهاز الكمبيوتر الخاص بالأطفال والمراهقين في غرفة المعيشة أو في منطقة مركزية من المنزل، بحيث يمكن مراقبته بسهولة فيها، كي لا يتسلل الخطر إلى الأسرة من الكمبيوتر.

- يجب فحص قائمة العناوين المفضلة بالكمبيوتر ومخزن الذاكرة المؤقتة الذي يحتوي على مواقع الانترنت التي تمت زيارتها للتعرف على المواقع التي زارها الأطفال". (اللبان مرجع سابق، ص ١٦٧)

"- تنظيم برنامج يومي يحتوي على قائمة المواقع المفيدة التي يسمح للطفل بتصفحها مع ضبط المدة الزمنية اللازمة لذلك، وتزويد الكمبيوتر ببرامج تمنع عرض الاعلانات الغير أخلاقية عند تصفح الطفل للمواقع المسموحة له.

- على الوالدين تبيان للطفل محاسن ومساوئ الإنترنت، وتوعيته بأن لا تستقطع وقته الضروري المخصص لانجاز واجباته ومراجعة دروسه ومزاولة نشاطاته اليومية وتفاعله مع المحيط الواقعي الأسري والاجتماعي". (غضاب، مرجع سابق، ص ٩٥-٩٦)

"- على الأسر غرس القيم والوعي اللازم لاستخدامات الإنترنت والتنبيه لمخاطرها، وتشجيعهم على الحديث على ما يطلعون عليه فيها.

- تنمية مهارات الأبناء في استخدام التقنية ومتابعة الجديد فيها، ووضع برامج مراقبة على الأجهزة المتصلة بشبكة الإنترنت.

- اجراء دراسات عن تأثير الثورة المعلوماتية على السلوك، ومزيد من البحوث التي تتعلق بدور الأسرة في تبصير الأبناء بمخاطر التقنية الحديثة، واجراء دراسات على دور الاعلام في الحد من سلبيات التقنية الحديثة". (سليمان، مرجع سابق، ص ٤٦-٤٨)

"- تزايد الاهتمام الأكاديمي في الجامعات العربية من خلال ملتقيات دولية ووطنية حول علاقة الطفل العربي بالانترنت.

- تقديم واقتراح برامج تربوية لكيفية الاستخدام والتعامل الصحي مع الانترنت.

- تزويد المؤسسات التربوية المختلفة الأباء لمجموعة من التوجيهات التربوية حول التعامل الفاعل بين الطفل والانترنت.

- تبني المنظمات التربوية والمؤسسات الحكومية أنظمة واضحة وصارمة لمن يسيء خدمة الانترنت أفرادا ومجموعات". (المحسن، مرجع سابق، ص ١٥٩)

- "انشاء بوابات متخصصة للأطفال تتناسب مع ميولهم ومرحلة نموهم يقوم بتصميمها واعداد محتواها مجموعة من التخصصين، وتأمين مواقع الألعاب الالكترونية المستخدمة من قبل الصغار واليا فعين بوسائل فلترة وحماية خاصة.

- اقترح أنشطة التوعية مثل تخصيص يوم في السنة للاحتفال بيوم " الاستخدام الآمن للإنترنت" في المدارس بكافة مراحلها التعليمية وقصور الثقافة والنوادي، ويتم خلاله تكثيف الندوات والأنشطة حول هذا الموضوع. " (سامي، ٢٠١٤، ص ٢٨٢)
- " القيام بحملات التوعية الضرورية والتوجه الى مديري المدارس أو مالكي مقاهي الإنترنت التملّذة وأهاليهم، ويجب على المديرين والأساتذة مراقبة الإنترنت في مدارسهم، ومالكي المقاهي في مقاهيهم، والأهل في منازلهم، والأهم من ذلك هو المراقبة الذاتية من قبل التلامذة أنفسهم وذلك بعد أن يكون قد تم توعيتهم حول المخاطر التي قد يواجهونها عند سوء استخدامهم للإنترنت." (رؤيتنا للبنان، مرجع سابق، ص ٧٢)
- " ضرورة تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية خاصة الأسرة من خلال حماية الأطفال من برامج وفيديوهات وتطبيقات وتوعيتهم بمدى خطورة ما يقدم في الهاتف النقال، وحرص الأولياء على ارساء عادات اجتماعية حميدة تساهم في تكوين شخصية الطفل ووضع برنامج منظم يتعلق بساعات أو أوقات استخدام الهاتف الذكي، بحيث لا يؤثر على ساعات مراجعة دروسهم أو سلوكهم. (عليقي، وبوقيرة، ٢٠١٨، ص 6)

قائمة المراجع:

المراجع بالعربية

أولاً: الكتب

- ١- ابراهيم، محمد عبد الرزاق، ويونس، هاني محمد، وحافظ، وحيد السيد. (٢٠٠٩) **ثقافة الطفل**. عمان: دار الفكر.
- ٢- دليو، فضيل. (٢٠٠٢). **الحديات المعاصرة: العولمة، الأنترنت، لفقر، اللغة**. قسنطينة الجزائر. مخبر علم اجتماع الاعلام والاتصال.
- ٣- سعدي لفنة موسى، دور الأسرة العراقية في وقاية أبنائها من الوقوع في الجنوح، بغداد، ١٩٨٩، ص ١٤.
- ٤- الشراعية، محمد عرفات. (٢٠٠٦). **التنشئة الاجتماعية**. عمان: دار يافا للنشر والتوزيع، دار مكين للنشر والتوزيع.
- ٥- كنعان، علي عبد الفتاح. (٢٠١٥). **الاعلام والتنشئة الاجتماعية**. عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- ٦- القندلي، عامر ابراهيم. (٢٠١٣). **الاعلام والمعلومات والأنترنت**. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- ٧- اللبان، شريف درويش. (٢٠٠٩). **تكنولوجيا الاتصال والمجتمع: القضايا والاشكالات**. القاهرة: دار العالم العربي.

ثانياً: المجلات العلمية

- ١- بياوسف، مسعودة. (ديسمبر ٢٠١٦). **الطفل والأنترنت المنزلي: مجالات الاستخدام والاشباكات المحققة**. الجزائر: مجلة العلوم لاجتماعية والانسانية. العدد ٢٧.
- ٢- الحيلة، محمد محمود. (١٤٢١). **أثر استخدام المنزل للأنترنت في التحصيل الدراسي لمستخدميه**. المجلة العربية للتربية.
- ٣- المحسن، محسن بن عبد الرحمان. (يناير ٢٠٠٣). **أطفال الأنترنت: دراسة حول تأثير شبكة الأنترنت على الطفل مع برنامج تربوي مقترح للتعامل معها**. مجلة كلية التربية.
- ٤- غالمي، عديلة. (٢٠١٦). **الادمان على الأنترنت ودوره في بروز بعض المشكلات الاجتماعية**. مجلة جيل البحث العلمي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، العدد ٢٠.
- ٥- غضاب، يمينة. (أفريل ٢٠١٧). **التنشئة الاجتماعية للطفل وانعكاسات العالم الافتراضي**. مركز جيل البحث العلمي، العدد، ٣٠.
- ٦- سليمان، محمد عبد العليم محمد. (نوفمبر ٢٠١٧). **دور الأسرة في حماية الأبناء من مخاطر شبكة الأنترنت: دراسة ميدانية في مدينة سوهاج بصعيد مصر**. مركز جيل البحث العلمي، العدد ٣٦.

٧- رشا محمود سامي أحمد. (يناير ٢٠١٤). مدى ادراك أولياء الأمور لأدوارهم الرامية الى تعزيز سلامة الأطفال على شبكة الانترنت ودرجة ممارسهم لها. العلوم التربوية، العدد الأول.

٨- وجدي محمد بركات، توفيق توفيق عبد المنعم. (٢٠٠٩). الأطفال والعوالم الافتراضية: الآمال وأخطار. مؤتمر الطفولة في عالم متغير، البحرين: الجمعية البحرينية لتنمية الطفولة.

٩- رؤيتنا للبنان، سلامة الأطفال على الأنترنت: دراسة وطنية حول تأثير الانترنت على الأطفال في لبنان، المركز التربوي للبحوث والانماء.

ثالثا: الرسائل العلمية

١- قويدر، مريم. (٢٠١٢). أثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الاطفال: دراسة وصفية تحليلية على عينة من الأطفال المتدرسين بالجزائر العاصمة. رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر.

٢- السديري، تركي بن عبد العزيز. (٢٠١٤). توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات: دراسة مسحية على العاملين في ادارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية . رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية العدالة الجنائية، قسم الدراسات الأمنية، الرياض.

٣- عليقي، ابتسام. وبوقيرة، ايمان. (٢٠١٨). تأثير الهواتف الذكية على التنشئة الاجتماعية للطفل الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من الاولياء، رسالة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر.

ثانيا: المراجع بالأجنبية

1. Miller, Leslie. (1999). USA. today 8-17-1999.
2. BOUTEFNOUCHET .Mustapha . (1980). La Famille Algérienne (L'évolution Et Caractéristiques Récente). . Alger. SWED.

تكنولوجيا المعلومات وأثرها في نشأة الأطفال في المجتمع العربي

إعداد

د. رانده أحمد عثمان نديم

Doi: 10.12816/jacc.2020.73409

القبول : ٢٧ / ٢ / ٢٠٢٠

الاستلام : ٦ / ٢ / ٢٠٢٠

المستخلص:

قفزت العقود الأخيرة قفزة معرفية عالية كماً ونوعاً ، كما تطورت طرائق التدريس وطرائق التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والتعامل معها من خلال التقنيات التكنولوجية والرقمية التي تسمح بتخزينها ومعالجتها وتخزينها ونقلها علي نطاق واسع وبسرعة وفعالية، ليصل العالم العربي إلي نقلة متطورة وشاملة للتعليم من خلال تكنولوجيا المعلومات وعرفة تأثيرها علي الأطفال في المجتمع العربي. يهدف هذا البحث التعرف على مفهوم تكنولوجيا التعليم والتعليم الرقمي من وجهة نظر المعلمين والتعرف على مصادر تكنولوجيا المعلومات ، وأثرها في نشأة الأطفال في المجتمع العربي الذي قامت به لإعداد شخصية المتعلم وإكسابه المهارات التعليمية المختلفة. إذ أظهرت النتائج تركيز الاهتمام بمصادر تكنولوجيا المعلومات المقروءة في الكتب المنهجية، والمصادر المرئية التي يتم عرضها خلال المنهج. وهذه النتائج تشير إلى إن مفردات مادة التعليم الإلكتروني ليست منهجاً، لذ توصي الباحثة واضعي المنهاج لتضمين كتب والمقررات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات و التعليم الرقمي بأنشطة تتعلق بالتربية وأثرها في نشأة الأطفال في المجتمع العربي.

الإطار المنهجي

أولا " مشكلة البحث:

تمحورت مشكلة الدراسة حول التعرف علي تكنولوجيا المعلومات وأثرها في نشأة الأطفال في المجتمع العربي.

أهداف البحث:

سعت هذه الدراسة علي تحقيق الأهداف التالية:

١. تكنولوجيا المعلومات وأثرها في نشأة الأطفال في المجتمع العربي.
٢. إلقاء الضوء علي تكنولوجيا المعلومات وأثرها في نشأة الأطفال في المجتمع العربي.
٣. كيفية تناول المناهج من خلال تكنولوجيا المعلومات واستخدام الأجهزة الحديثة في تدريس المواد .

٤. كيفية تناول مناهج التعليم في المجتمع العربي والسودان نموذجا.
 ٥. بيان أثر تكنولوجيا المعلومات في نشأة الأطفال في المجتمع العربي.
- أهمية البحث:**

١. بالرغم من العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات في نشأة الأطفال في المجتمع العربي وتقييم التحصيل الدراسي الفعلي بالنسبة لمعظم المجتمعات العربية الأكاديمية، إلا أنها لم تحظ بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين والمحللين والدارسين، وعليه تُعد هذه الدراسة على درجة كبيرة من الأهمية لكل من فئة الإدارة العليا والأفراد داخل المؤسسات التعليمية وغيرهم من المهتمين بتحسين الجودة الشاملة في مجال التعليم التكنولوجي والرقمي في الوطن العربي.

إلا أنها لم تحظ بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين والمحللين والدارسين، وعليه تُعد هذه الدراسة على درجة كبيرة من الأهمية لكل من فئة الإدارة العليا والأفراد داخل المؤسسات التعليمية وغيرهم من المهتمين بتحسين الجودة الشاملة لتكنولوجيا المعلومات في التعليم. إضافة إلى أن هذه الدراسة يمكن أن توفر قاعدة معلومات، ما يمكن متخذي القرارات في هذه المؤسسات التعليمية من معرفة نقاط القوة والضعف في تكنولوجيا المعلومات، وبما يساعد على تحقيق أهداف التعليم وتطوره.

حدود البحث: في الفترة ما بين ٢٠١٩م

مجتمع البحث وعينه: تلاميذ مرحلة التعليم الأساسي والإعدادية في الوطن العربي.

منهج البحث: المنهج الإحصائي

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لتحليل البيانات.

الإطار النظري: مفهوم تكنولوجيا المعلومات وأثرها في نشأة الأطفال في المجتمع العربي

*الفرضية الرئيسية الأولى:

هناك علاقة بين (تكنولوجيا المعلومات وأثرها في نشأة الأطفال في المجتمع العربي).

الفرضيات الفرعية:-

- ١- هناك علاقة بين الأجهزة ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
- ٢- هناك علاقة بين الشبكات ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
- ٣- هناك علاقة بين البرمجيات ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
- ٤- هناك علاقة بين الأفراد ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
- ٥- هناك علاقة بين قواعد البيانات ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
- ٦- هناك علاقة بين الأقراص ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.

مصطلحات البحث:

١. تعريف تكنولوجيا المعلومات:

تكنولوجيا المعلومات أو تقنية المعلومات عبارة عن اختصاص واسع يهتم بجميع نواحي التكنولوجيا ومعالجة وإدارة المعلومات وذلك من خلال التعامل مع برمجيات الحاسوب ، والحواسيب الإلكترونية بهدف تحويل وتخزين وحماية ومعالجة ونقل واستعادة المعلومات.

٢. مميزات تكنولوجيا المعلومات:-

١. توفير الوقت وتقديم المعلومة ، ثم نقلها من جهاز الحاسوب.
٢. تكسب الطفل المهارات وبالتالي توسع أفقه وتعزز قدراته الإبداعية.
٣. تنمي قدرات التعلم الذاتي عند الطفل .
٤. تمنح الطفل الشعور بالراحة عند جمع المعلومات ،حيث أنها تقنية مرتبة ومنظمة وغير عشوائية.
٥. تنمي لدى الطفل أسلوب حل المشكلات التي لا يمكن حلها بالطرق التقليدية بسبب الكم الهائل من المعلومات.
٦. تتيح للطفل القدرة علي الاتصال بأي معلومات يريدها وفي أي وقت.
٧. تحقق الإدراك الحسي للطفل لأن أجهزة الحاسوب المستخدمة في تكنولوجيا المعلومات توفر للطفل المعلومات والمعطيات المختلفة التي يفهمها عن طريق حواسه.

نتائج البحث:

الفرضيات الفرعية:-

- ١- هناك علاقة بين الأجهزة ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
- ٢- هناك علاقة بين الشبكات ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
- ٣- هناك علاقة بين البرمجيات ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
- ٤- هناك علاقة بين الأفراد ونشأة الأطفال في المجتمع العربي .
- ٥- هناك علاقة بين قواعد البيانات ونشأة الأطفال في المجتمع العربي .
- ٦- هناك علاقة بين الأقراص ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة الميدانية

تمهيد:

يتم في هذا الفصل إجراءات الدراسة الميدانية.

مرحلة التصميم:

وهي مرحلة تحول التصورات والتجهيزات إلي برمجية تعمل علي الهواتف بنظام الأندرويد، وتم الاعتماد علي التفاعل، واستخدام الوسائط المتعددة، إذ يلزم البرمجية الجيدة استخدام الصور المتحركة، والثابتة، والمؤثرات الصوتية وإدماجها واستنساخها، وتم تصميم هذه البرمجية والتي اعتمدت عليها تجربة الباحث ببرنامج

(ActivInspire) وهو من أفضل وأسهل البرامج لإنشاء الدروس التعليمية الالكترونية وهو مناسب للمبتدئين والمحترفين علي حد سواء ومن أهم الخواص والميزات التي يتمتع بها:

أ- يدعم اللغات المكتوبة من اليمين إلي اليسار، وهذا يجعله من البرامج المثالية لإنشاء الدروس باللغة العربية.

ب- يحتوي علي قوالب جاهزة كثيرة ومتعددة الشئ الذي يجعل تصميم الدروس من الأمور السهلة حتى علي الذين لا يحسنون لغات البرمجة.

ج- وجود العديد من الشخصيات التي يمكن الاستعانة بها أثناء الشرح.

د- يمكن من أخذ الفيديوهات من البرنامج بصورة مباشرة دون الحاجة إلي برامج أخرى.

هـ- يتمتع بخاصية السحب والإفلات.

و- يمكن من تصوير سطح المكتب مما يجعل من السهل أخذ صور لما تريد للتلاميذ أن يفعلوه مباشرة.

ز- وجود إمكانية إنشاء الأسئلة والأجوبة أثناء الدرس يجعل عملية التقويم سهلة ومستمرة.

ح- إمكانية نشر الدروس بصيغ متعددة، فيمكن استخدامه علي الحواسيب، و الهواتف علي اختلاف أنظمة التشغيل التي تعمل بها، ومن بين هذه الأنظمة نظام الأندرويد.

مرحلة التحكيم والتجريب:

في هذه المرحلة تم عرض البرمجية علي عدد من المحكمين من الخبراء التربويين ومتخصصين في علوم الحاسوب وأساتذة الجامعات ملحق رقم (٢)، بعد أن قام المختصين بالإطلاع علي البرمجية وإبداء آرائهم فيها، تم أخذ آراء المحكمين بعين الاعتبار وإنتاج البرمجية بشكلها النهائي اعتماداً علي هذه الآراء.

مرحلة التطبيق:

بعد الفراغ من إعداد البرمجية بشكلها النهائي تم توزيعاً علي ال أطفال المجموعة التجريبية كبرنامج تعزيزي بجانب دراستهم بالطريقة التقليدية علي حد سواء مع أطفال المجموعة الضابطة، واتباع الباحث في توزيع البرمجية علي الهواتف النقاله للأطفال المجموعة الضابطة أسلوب نشر المعرفة، ومما ساعد في سرعة نشر البرمجية بين هواتف الأطفال المستهدفين سهولة نقل التطبيق من هاتف لآخر. في اليوم الأول قام الباحث بتوزيع البرمجية علي (١٠) أطفال، في اليوم الثاني أصبح عددهم (١٧) طفلاً وفي اليوم الثالث وصل عددهم إلي (٢٧) طفلاً، أصبح عددهم في اليوم الرابع (٣٩)، في اليوم الخامس كان عدد الأطفال الذين يحملون البرمجية علي هواتفهم

(٥٠) طفلاً، يمثلون المجموعة التجريبية من عينة البحث، وطبقت الباحثة أسلوب نشر المعرفة بأن وجه أول (١٠) أطفال لتوزيعها لآخرين من زملائهم عبر أولياءهم .
جدول رقم (٧)

يوضح الأطفال الذين نقلت إليهم البرمجية إلي هواتفهم و نسبة زيادتهم حسب الأيام

النسبة	عدد الأطفال	الأيام
٢٠%	١٠	اليوم الأول
٣٤%	١٧	اليوم الثاني
٥٤%	٢٧	اليوم الثالث
٧٨%	٣٩	اليوم الرابع
١٠٠%	٥٠	اليوم الخامس

من الجدول أعلاه يتضح أن نسبة التلاميذ الذين نقلوا البرمجية من أطفال الموهبة والتميز المجموعة التجريبية في اليوم الأول يساوي ٢٠% من مجموع عدد الأطفال المستهدفين ارتفعت نسبتهم في اليوم الثاني إلي ٣٤%، ثم وصلت في اليوم الثالث إلي ٥٤% وكانت في اليوم الرابع ٧٨%، بلغ العدد في اليوم الخامس نسبة ١٠٠%.

٣-٩ المعالجة الإحصائية:

استخدمت الباحثة الأدوات الإحصائية الآتية:

لقد قامت الباحثة باستخدام النسب لتحديد نتائج التحليل، كما تم تحليل و تفريغ الاختبار من خلال برنامج (SPSS) للتحليل الإحصائي وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- أ- النسب المئوية والتكرارات.
 - ب- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
 - ج- النسبة المئوية للمتوسط الحسابي.
 - د- اختبارات (ت) لعينتين مستقلتين.
- توجد عدد من القوانين والمعادلات منها:

اختبار ت T test

$$t = \frac{s_1 - s_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

ن - ١

س^٢ = الوسط الحسابي لعينة الدراسة

أ = القيمة المحلية المعبرة عن الوسط الحسابي

ع = الانحراف المعياري

^١ - محمد عبيدات وآخرون - منهجية البحث العلمي-دار وائل للطباعة والنشر - ط٣ - الاردن - ١٩٩٩م - ص٦٣ - ٦٥.

ن = حجم العينة
 المتوسط الحسابي = $\frac{\text{مج (مركز الفئة} \times \text{التكرار)}}{\text{ن}}$

حيث ن هي عدد أفراد العينة

$$\text{الانحراف المعياري} = \sqrt{\frac{\text{مج س}^2 - \frac{(\text{مج س})^2}{\text{ن}}}{\text{ن}}}$$

مج = المجموع

س = القيمة أو المفردات

س² = الوسط الحسابي

ن = عدد المفردات

$$\text{الارتباط} = \text{ر} = \frac{\text{مج س ص} - \text{س}^2 \text{ ص}^2}{\text{ن ع س} \times \text{ع ص}}$$

ر = ارتباط بيرسون

س = المتغير الأول

ص = المتغير الثاني

س² = الوسط الحسابي للمتغير الأول

ص² = الوسط الحسابي للمتغير الثاني

ع س = الانحراف المعياري إلى س

ع ص = الانحراف المعياري إلى ص

درجة الحرية:

مفهوم إحصائي يشر إلى عدد الدرجات التي لها حرية تميز

ن-١ حيث ن = عدد المفرد

الفصل الرابع

عرض وتحليل ومناقشة النتائج

٤-١ مقدمة:

يتم في هذا الفصل عرض وتحليل نتائج البحث التي تم التوصل إليها بعد إجراء التجربة العملية ويتم في هذا الفصل أيضاً مناقشة تلك النتائج، وتفسيرها بعد إجراء التحليل للنتائج.

وتنقسم نتائج البحث إلى قسمين:

أ - قسم من النتائج يتعلق بالمقابلة الشخصية.

المبحث الأول: تحليل البيانات الشخصية:

النوع	التكرارات	النسبة %
١. ذكر	٥٠	٥٠%
٢. أنثى	٥٠	٥٠%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

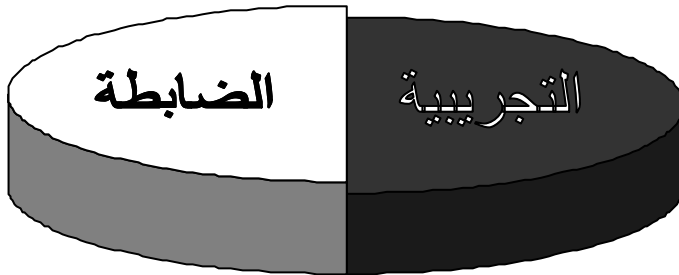
ب- التجربة العملية.

٤-٣ الاختبار القبلي (شفوي):

جدول رقم (١)

	العدد	المتوسط	الانحراف	الارتباط	درجة الثقة 95%	درجة الحرية	الدالة
التجريبية	50	15.50	8.132	.972	.001	49	0.06
الضابطة	50	14.96	7.969	.972	.001	49	0.06

بالنظر إلى الجدول رقم (١) في الامتحان القبلي، وكان عدد أطفال الموهبة والتميز فيه (٥٠) طفل للمجموعة التجريبية، و(٥٠) طفل للمجموعة الضابطة، بدرجة حرية (٤٩) ومتوسط (14.96) للمجموعة الضابطة، و (15.50) للمجموعة التجريبية، ويتضح من نفس الجدول وجود ارتباط بين المجموعتين الضابطة والتجريبية بلغ (0.972). وقيمة معنوية (0.06) مما يعني أن هنالك ارتباط وثيق بين المجموعتين التجريبية والضابطة ولا توجد دالة إحصائية للفرق بينهما ثقة ٩٥%، والشكل رقم (١٧) يوضح ذلك. شكل رقم (١٧) رسم بياني يوضح الدلالة الإحصائية للفرق بين المجموعة التجريبية والضابطة



٤-٤ الاختبار البعدي:

جدول رقم (٢)

المستوى المعرفي	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف	الارتباط	درجة الثقة 95%	درجة الحرية	الدالة
التذكر	تجريبية	50	70.16	21.596	.304	27.43	49	.000
	ضابطة					12.56		

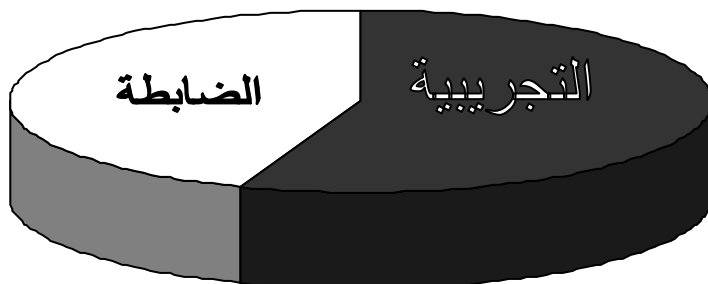
					22.753	50.16			
.000	49	24.78 6	8.094	.015	28.146	40.92	50	تجريبية	الفهم
					8.820	57.36		ضابطة	
.063	49	19.00 5	-525-	.101	28.146	40.92	50	تجريبية	التحليل
					22.753	50.16		ضابطة	
.000	49	19.00 5	-525-	.101	28.146	40.92	50	تجريبية	التطبيق
					22.753	50.16		ضابطة	
.000	49	19.00 5	-525-	.101	28.146	40.92	50	تجريبية	التحصيل
					22.753	50.16		ضابطة	

بالنظر إلى الجدول رقم (٩) في الاختبار البعدي و كان عدد أطفال (٥٠) طفل لكل من المجموعة التجريبية والضابطة، بدرجة حرية (٤٩) للخمس مستويات المعرفية التي يقيسها الاختبار وهي:
أ- الذكاء:

من الجدول رقم (٩) نجد أن المتوسط للمجموعة التجريبية (70.16)، و(50.16) للمجموعة الضابطة، منه يوجد فرق في المتوسط بين المجموعتين، وبالنظر إلى نفس الجدول هنالك ارتباط بين المجموعتين بلغ (304)، وقيمة معنوية (0.000) مما يعني أن هنالك ارتباط وثيق بين المجموعتين التجريبية، والضابطة، وتوجد دلالة إحصائية للفرق بينهما بدرجة ثقة ٩٥%، تحسب لصالح المجموعة التجريبية، من هنا يخرج الباحث بالنتيجة الأولى للدراسة وهي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نتائج أطفال الذين يدرسون بواسطة البرنامج المقترح لتطوير وتنمية قدرات الأطفال بالموهبة والتميز مقارنة بالطريقة التقليدية علي مستوى الذكاء ، واتفقت الدراسة في هذه النتيجة مع بعض الدراسات والرسم البياني في الشكل رقم (٣) يوضح ذلك.

شكل رقم (٣)

رسم بياني يوضح الدلالة الإحصائية للفرق بين المجموعتين عند مستوى الذكاء

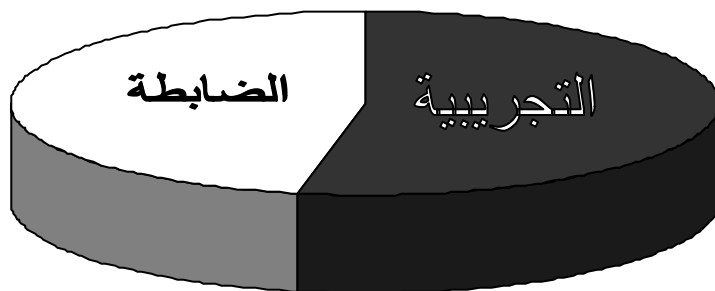


ب- الإبداع:

من الجدول رقم (٩) نجد أن المتوسط للمجموعة التجريبية (40.92) و (57.36) للمجموعة الضابطة، منه يوجد فرق في المتوسط بين المجموعتين يحسب لصالح المجموعة التجريبية، وبالنظر إلي نفس الجدول هنالك ارتباط بين المجموعتين بلغ (0.015)، وقيمة معنوية (0.000)، مما يعني أن هنالك ارتباط وثيق بين المجموعتين التجريبية، والضابطة، وتوجد دلالة إحصائية للفرق بينهما بدرجة ثقة ٩٥%، من هنا يخرج الباحث بالنتيجة الثانية للدراسة وهي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نتائج أطفال الموهبة والتميز الذين يدرسون مقارنة بالطريقة التقليدية علي مستوى الإبداع، والرسم البياني في الشكل رقم (١٩) يوضح ذلك.

شكل رقم (٤)

رسم بياني يوضح الدلالة الإحصائية للفرق بين المجموعتين عند مستوى الإبداع.



المجموعة	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ القياسي
التجريبية	٢٦.٢٥	٨	٣.٥٣	١.٢٥
الضابطة	٢٣.٧٥	٨	٣.٥٣	١.٢٥

جدول (ت) رقم (٥)

المجموعتين	المتوسط	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ القياسي	درجة ثقة ٩٥%		قيمة ت	درجة الحرية (df)	الدلالة
				الحد الأدنى	الحد الأعلى			
الضابطة + التجريبية	٢.٥٠	٥.٣٤	١.٨٨	١.٩٦	٦.٦٩	١.٣٢	٧	٢٢٧.

الرسم البياني رقم (٢) يوضح الفروق الاحصائية لمستوي الابداع. ثالثاً: يؤدي استخدام البرنامج التعليمي المقترح لتطوير وتنمية قدرات الموهبة والتميز لرفع درجة التحصيل لمستوي الذكاء. وللإجابة على السؤال أعلاه أنظر جدول (ت) رقم (٨) للمجموعتين الضابطة والتجريبية، حيث بلغ المتوسط للمجموعه التجريبية ١٩,٨٧ وإنحراف معياري ٣.٤٤ والمتوسط للمجموعه الضابطة ١٥.٢٥ إنحراف معياري ٣.٣٧ بدرجة حرية ٧ ودرجة ثقة ٩٥% ودرجة المعنوية ٠.٠٥ وهي أقل من ٠.٠٥ مما يعني أن هنالك دلالة إحصائية واضحة وهذا يعني أن استخدام يؤدي استخدام البرنامج التعليمي المقترح لتطوير وتنمية قدرات الأطفال بالموهبة والتميز لرفع درجة التحصيل لمستوي الذكاء

الجدول التالي (٦) يوضح المتوسط والانحراف ومتوسط الخطأ القياسي للمجموعتين

المجموعه	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ القياسي
التجريبية	١٩.٨٧	٨	٣.٤٤	١.٢١
الضابطة	١٥.٢٥	٨	٣.٣٧	١.١٩

جدول (ت) رقم (٧)

المجموعتين	المتوسط	الانحراف	متوسط الخطأ القياسي	درجة ثقة ٩٥%		قيمة ت (t)	درجة الحرية (df)	الدلالة
				الحد الأدنى	الحد الأعلى			
الضابطة + التجريبية	٤.٢٦	٤.٠٦	١.٤٣	١.٢٢	٨.٠٢	٣.٢١	٧	٠.١٥

١. الفرضية الأولى: هناك علاقة بين الأجهزة ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
٢. الفرضية الثانية: هناك علاقة بين الشبكات ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.
٣. الفرضية الثالثة: هناك علاقة بين البرمجيات ونشأة الأطفال في المجتمع العربي
٤. الفرضية الرابعة: هناك علاقة بين الأفراد ونشأة الأطفال في المجتمع العربي .
٥. الفرضية الخامسة: هناك علاقة بين قواعد البيانات ونشأة الأطفال في المجتمع العربي .
٦. الفرضية السادسة: هناك علاقة بين الأفراس ونشأة الأطفال في المجتمع العربي.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

1- القرآن الكريم.

ثانياً: المراجع العربية:

المصادر

- الغريب زاهر اسماعيل - التعليم الالكتروني من التطبيق إلى الاحتراف والجودة - عالم الكتب - القاهرة - ٢٠٠٩م.
- ١/ أبو العنين، ربي. (٢٠١١). أثر السبورة التفاعلية على تحصيل الطلاب غير الناطقين بالمبتدئين في مادة اللغة العربية، كلية الآداب والتربية/قسم العلوم النفسية والتربوية .
- 3- الغريب زاهر اسماعيل . تكنولوجيا المعلومات وتحديث التعليم - عالم الكتب - ٢٠١٠م.
- ٤- إبراهيم عبد الوكيل الفار - استخدام الحاسوب في التعليم - دار الفكر - عمان - الأردن - ٢٠٠٢م.
- ٥- بهاء شاهين - الإنترنت والعولمة - القاهرة - عالم الكتب - ١٩٩٩م.
- 6- جمال عبد العزيز الشرحان - الكتاب الالكتروني في المدرسة الالكترونية والمعلم الافتراضي - مكتبة الملك فهد الوطنية - الرياض - ٢٠٠٠م.
- 7- شادية عبد الحليم تمام - الجودة في برنامج التعليم الجامعي المفتوح - المكتبة العصرية للنشر والتوزيع - ٢٠١٠م.
- 8- عبد الله إسماعيل الصوفي - التكنولوجيا الحديثة في التربية والتعليم - الوراق للنشر والتوزيع - عمان - الأردن - ٢٠٠٤م.
- 9- علي محمد شمو - التعليم عن بعد - مطبعة سولو - ٢٠٠٤م.
- 10- غسان يوسف غطيط - الحاسوب وطرق التدريس والتقويم - دار الثقافة - عمان - الأردن - ٢٠٠٩م.
- 11- غسان يوسف غطيط حوسبة التدريس - عمان - الأردن - دار الثقافة - ٢٠١١م.
- 12- فتح الباب عبد الحليم - الكمبيوتر في التعليم - عالم الكتب - عمان - الأردن.
- 13- فدوى إحسان الله عمر - التقنية الحديثة في إدارة المدارس الثانوية للبنات - المدينة المنورة ١٩٩٨م.
- 14- فهيمي مصطفى - مدرسة المستقبل ومجالات التعلم عن بعد - دار الفكر العربي - القاهرة - ٢٠٠٥م.
- 15- قنديل أحمد - التدريس بالتكنولوجيا الحديثة - القاهرة - عالم الكتب - ٢٠٠٦م.
- 16- ماجي الحلواني حسين - تكنولوجيا الإعلام في المجال التعليمي والتربوي - القاهرة - دار الفكر العربي - ١٩٨٧م.
- 17- محمد عبد القادر العمري - محمد ضيف الله - المستحدثات في عملية التعليم والتعلم - عالم الكتب الحديث - عمان - الأردن.

