



الباب الخامس

الانترنت والإدارة الحكومية والاعلام



تمضي نظم المعلومات والاتصالات قدماً وبشكل متسارع وتأتي مع كل يوم جديد، ويمكننا القول بأنه أصبح للكمبيوتر والاتصالات دوراً رئيسياً في المجتمع بشكل عام وفي تطور أداء الأجهزة الإدارية الحكومية بشكل خاص ومن المسلم به أنه من الصعب رسم صورة لنهاية المطاف لهذه التكنولوجيا لكنها لا تزال حتى الآن تتركز بشكل رئيسي في بلدان العالم المتقدم، وبالتالي فإن دراسة منجزات هذه التكنولوجيا وتطبيقاتها خاصة في مجال الإدارة الحكومية للأنشطة الحضرية بالمدينة، ودراسة المشروعات والتصورات المستقبلية في هذه الدول يساهم إلى حد بعيد بوضع النقاط الرئيسية لملامح مجتمع المستقبل.

ومع تطور مفاهيم نظم المعلومات، وازدهار تكنولوجيا الحاسبات والاتصالات في النصف الثاني من القرن العشرين، ظهرت أنواع متعددة من نظم المعلومات المبنية على الحاسبات كل منها يسعى إلى تلبية احتياجات معينة في المجالات الإدارية المختلفة، وكل منها يعمل على الإسهام بشكل أو آخر في تحسين الأداء التنظيمي والإداري وقد كان لذلك أثر مباشر على الأجهزة الإدارية الحكومية، من حيث رفع كفاءتها وتحسين وتطوير طريقة أدائها.

وظهر ما يعرف بالحكومة الالكترونية التي تأخذ بالأساليب الحديثة من تكنولوجيا ونظم المعلومات بهدف تبسيط الإجراءات الإدارية في

الحصول على الوثائق والقرارات والخدمات الحضرية المختلفة للمواطنين وبالتالي تسيير أعمالهم اليومية المتعلقة بالأجهزة والمؤسسات الحكومية المتعددة من خلال وسائل المعلومات والاتصالات، كما تهدف إلى مساعدة أصحاب القرار في الأجهزة الحكومية على اتخاذ القرار في الوقت المناسب.

ومن الضروري إدراك التأثير الهائل للتطورات المتلاحقة في تكنولوجيا ونظم المعلومات على الأجهزة الإدارية الحكومية العربية، وانعكاس ذلك على الأنشطة الحضرية بالمدينة العربية فسوف تتغير الكثير من أساليب تأدية تلك الأجهزة لأعمالها، ومن وسائل تحقيق تلك الأجهزة لأهدافها، وسوف يصاحب ذلك تغيير الكثير من المعتقدات التنظيمية السائدة حيث أصبح لازماً في ظل تكنولوجيا ونظم المعلومات أن تعيد الأجهزة الإدارية الحكومية في معظم المدن العربية اكتشاف نفسها، وتراجع تقييم خدماتها، والتركيز على طالب الخدمة، والهيكل التنظيمية، استخدام التكنولوجيا وسوف يتوقف نجاح تلك الأجهزة على نحو أكثر من ذي قبل على فهم طبيعة التغير واستباق التكنولوجيا واستخدامها على نحو يوظف مزاياها.

إن بناء نظم للمعلومات في الأجهزة الإدارية الحكومية بالمدن العربية أصبح ضرورة ملحة لا بد منها، حيث أصبحت مصدراً جديداً لقوة تلك الأجهزة الإدارية يساهم في تحسين كفاءة وفاعلية الأداء لذا

يجب على الأجهزة الإدارية الحكومية في المدن العربية أن تقوم برسم سياسات واستراتيجيات لتطوير موارد المعلومات لديها وتحفيز عملية الانتفاع من أنظمة المعلومات، بهدف تطوير وتنمية تلك الأجهزة بما يتماشى وينسجم مع التطورات الحادثة، لتحقيق نمو أكثر فاعلية في الخدمات الحكومية وسوف يؤدي الفشل في الشروع في الوقت المناسب بنشاط فعال في هذا المجال إلى عواقب تتصل بقدرة الأجهزة الإدارية الحكومية على توفير الدعم الفعال للتنمية العمرانية والاقتصادية والاجتماعية في المدينة العربية.

الانترنت والاعلام العربي

ارتبط مصطلح الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي فعلياً بظهور أول موقع لصحيفة عربية هي الشرق الأوسط على الإنترنت في سبتمبر عام ١٩٩٥، تلتها صحيفة النهار اللبنانية في فبراير ١٩٩٦، ثم صحيفة الحياة اللندنية في يونيو ١٩٩٦، والسفير اللبنانية في العام نفسه كذلك، وتوالى بعد ذلك المواقع الإلكترونية على الإنترنت لصحف عربية كثيرة، وكان يقصد بهذا المصطلح قبل التاريخ المذكور استخدام تقنيات النشر في إنتاج وإخراج الصحيفة الورقية التقليدية، أي استخدام الكمبيوتر وبعض البرامج المتخصصة في عمليات النشر الورقي العادي .

ظهر بعد ذلك عدد من المواقع الإخبارية العربية على الإنترنت مثل موقع الجزيرة نت وموقع العربية نت وموقع باب وموقع البوابة العربية لأخبار التقنية وهذا على سبيل المثال لا الحصر، الأمر الذي دفع في اتجاه ضرورة التمييز بين ما يطلق عليه صحيفة إلكترونية وبين الموقع الإخباري الإلكتروني، وعدم الخلط بينهما .

ومن أبرز الفروق بين الصحيفة الإلكترونية والموقع الإخباري الإلكتروني طبيعة النشأة، فأصل الصحيفة الإلكترونية أنها نشأت ابتداء على الورق بالصورة التقليدية كأى صحيفة عادية، لكن القائمين عليها رأوا ضرورة وجود نسخة إلكترونية منها على الإنترنت، فأنشأوا لها موقعا على الإنترنت وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية هنا هي نسخة طبق الأصل كربونية من الصحيفة التي تصدر بطبعاتها المختلفة ورقياً أما الموقع الإخباري الإلكتروني، فقد نشأ ابتداء على الإنترنت، وليس له أصل ورقى، وإنما بينته الأساسية هي الإنترنت .

الاعلام الإلكتروني

هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الالكترونية وعلى رأسها الإنترنت، ويحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع

بمساحة أكبر من حرية الفكر وتعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة كالأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث ولقد غدا واضحاً أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغي ما سبقها من وسائل، فالمذياع لم يلغ الصحيفة والتلفاز لم يلغ المذياع، لكن الملاحظ أن كل طرق الإعلام المستحدثة يخضم الكثير من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط استخدامه وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة ولقد فرض ظهور الإنترنت ومن بعده الإعلام الإلكتروني وسيفرض واقعاً مختلفاً تماماً، إذ أنه لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام السابقة إنما هو وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الإعلام الإلكتروني المرئي والمسموع، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته ليس هذا فقط بل يكفي أن عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط وحدها بلغ ٤٥,٨٦١,٣٤٦ مستخدماً يمثلون ١٣% من تعداد السكان، ونسبة ٨.٨% من المستخدمين في العالم، ونسبة تضاعف بلغت ١,٢٩٦.٢% خلال السنوات الثماني الماضية (٢٠٠٠-٢٠٠٨) و٤٩١.٤% في العام الأخير فقط، يتضاعف هذا الرقم في ظل ثورة الإنفوميديا التي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال فبثت القنوات التلفزيونية على الهاتف المحمول وكذلك تطوير شبكات المحمول

والإنترنت ولم يتوقف التغير على الوسيلة الإعلامية فقط أو كم الجمهور إنما تعداه لطبيعة هذا الجمهور وموقعه من العملية الإعلامية المكونة من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى، إذ تغيرت تماماً عناصر هذه العملية في ظل ثورة الإعلام الإلكتروني وصار بينها نوع من التداخل والتطور النوعي أهمه اختفاء الحدود بين المرسل والمستقبل فأصبح الجمهور هو صانع الرسالة الإعلامية، وأبرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي التي مثلت اتجاه كاسح في الإعلام الإلكتروني الغربي.

كل ما سبق وغيره مما يصعب حصره من الأسباب تؤكد أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام المستقبل، ومن ثم وجب الاهتمام به وأداؤه بالشكل الأمثل، والدليل على ذلك اتجاه كثير من الصحف الغربية والأمريكية تحديداً إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني، خاصة في ظل الأزمة المالية التي عصفت بالعالم عامي ٢٠٠٨ و ٢٠٠٩ والتي ولدت أزمات مالية لكثير من جوانب الاقتصاد بما فيها المؤسسات الصحفية التي تهدف إلى الربح ولقد أثبت الإعلام الإلكتروني في سنوات عمره القليلة حيث تم التعارف على أن عام ١٩٩٢ هو عام ظهور أو صحيفة إلكترونية في العالم، أنه أكثر جدوى في الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية، وكثيراً ما يلبي احتياجات قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون ومستمعي الإذاعة في آن واحد، كما تعد هذه الوسيلة الإعلامية

ثورة في مجال التفاعل مع الجمهور، إذ أثبتت قدرة هائلة على تقديم مواد لم يسبق أن قدم التاريخ مثيلاً لها حتى في التواصل المباشر بين الأشخاص.

ونظراً لحدثة مصطلح الإعلام الإلكتروني فقد اختلف العلماء والخبراء في وضع تعريف محدد له، لكننا سنركز على تعريف اللجنة العربية للإعلام فتعُرف الإعلام الإلكتروني بأنه الخدمات والنماذج الاعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الإتصال الإعلامي آلياً أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون ويشمل الاشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد اعلامية ويمكن وضع تعريف مختصر للإعلام الإلكتروني انه نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الالكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة، يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير.

الصحافة الالكترونية تفرض نفسها

وفي ظل التحدي الذي جلبته شبكة الإنترنت ، فرضت الصحافة الالكترونية نفسها على الساحة الإعلامية كمنافس قوي للصحافة الورقية

، بالإضافة إلى ظهور الأجيال الجديدة التي لا تقبل على الصحف المطبوعة؛ ومن أهم مميزات الصحافة الالكترونية نقلها للنص والصورة معاً لتوصيل رسالة متعددة الأشكال والاحتفاظ بالزائر أكبر قدر ممكن ، هناك مميزات للقارئ الالكترونى منها السرعة في معرفة الأخبار ورصدها لحظة بلحظة على العكس من الصحف التقليدية التي تقوم بالرصد والتحليل للموضوعات ، بالإضافة لغياب مقص الرقيب على المواد الصحفية التي يتم نشرها نظراً لأن الانترنت عالم مفتوح .

أثر شبكة الإنترنت على مبيعات الصحف المصرية

تطالعنا الأنباء بالخسائر الجمة التي تتكبدها مؤسسات صحفية عريقة في أوروبا والولايات الأمريكية، بسبب انتشار الإنترنت، واتجاه القراء لمطالعة صحفهم من خلال مواقعها الإلكترونية، وبالتالي هبط توزيعها بشكل كبير، فضلاً عن تراجع المعلنين عن منح إعلاناتهم للنسخ الورقية ونزوحهم نحو الإنترنت، وكنتيجة، بدأ الحديث في الخارج عن وفاة الصحافة الورقية، خاصة أن مؤسسات عريقة وصحفاً تصدر منذ أكثر من مائة عام لم تتمكن من الصمود فاضطرت لإيقاف إصدار نسختها الورقية والاكتفاء بالإلكترونية مع فرض رسوم للاطلاع عليها .

والسؤال :إلى أي مدى تأثرت الصحافة المصرية الورقية بالإنترنت، وهل كان لاطلاق الصحف المصرية المختلفة لمواقع تتيح الاطلاع عليها مجاناً أثر على معدلات التوزيع، وإذا لم يكن هناك أثر ملموس في الوقت الحالي، هل سيظهر ذلك على المدى الأطول؟.

ولا يزال يفضل أغلب المصريين الصحافة الورقية عن الدخول على شبكة الإنترنت وهي خدمة ليست متوفرة لأغلب الناس وإن توفرت يكون الاهتمام بموضوعات أخرى أما عن مستقبل الصحافة الورقية في مصر ومدى تأثرها بالإنترنت، أكد علاء أنها ستظل على مكانتها وإن حدث تغيير سيكون بشكل بطيء وعلى المدى البعيد.

تأثير استخدام الانترنت على وسائل الإعلام

كشفت دراسة أعدها الباحث الدكتور نعيم فيصل المصري رئيس قسم العلاقات العامة بكلية فلسطين التقنية بعنوان استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى قدمت خلال المشاركة في مؤتمر الإعلام والتحولالات الاجتماعية الذي عقدته كلية الإعلام بجامعة اليرموك - اربد الأردن أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت من قبل المبحوثين أدى إلى انخفاض التعامل مع وسائل الإعلام الأخرى بدرجات متفاوتة جاء أكثرها على مطالعة واستعارة الكتب حيث أن نسبة ٥٨% من أجابوا

بأنها انخفضت جداً ، ونسبة ٢٦% أجابوا بأنها انخفضت ، كما أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثر سلباً على قراءة الصحف والمجلات وفقاً لإجابات المبحوثين حيث أجاب نسبة ٥٦% بأنها قراءتهم للصحف المجلات انخفضت جداً ، كما أن نسبة ٢٦% من المبحوثين أجابت بأنها انخفضت ، وأيضاً أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين على الاستماع إلى الإذاعات إذ أجاب نسبة ٤٠% من المبحوثين بأن استماعهم للإذاعات انخفض جداً ونسبة ٣٦% من المبحوثين أجابوا بانخفاض استماعهم للإذاعات ، وكذلك أجاب نسبة ٥٨% من المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية قد انخفضت ، ونسبة ٢٤% من المبحوثين أجابوا بأنها انخفضت جداً

وأوضحت الدراسة التي أجريت على عينة من قبل طلبة الكليات الفلسطينية أن المبحوثين يتفاوتون في كثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي إذ أن نسبة المبحوثين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت في المعتاد يومياً أقل من ساعة قد بلغت نسبتهم ٣٠% ، يليها من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة ٢٦% ، ثم من يستخدمون من ساعة إلى أقل من ساعتين وأكثر من ٣ ساعات بنسبة ٢٢% لكل منهما وأشارت الدراسة إلى أن المبحوثين يُعدوا من حديثي

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت حيث بلغت نسبة من يستخدمونها منذ أقل من سنة ٤٦% ، والذين يستخدمونها منذ سنة إلى أقل من سنتين بنسبة ٢٢% ، والذين يستخدمونها منذ سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات بنسبة ٢٠% ، والذين يستخدمونها منذ ٣ سنوات فأكثر بلغت نسبتهم ١٢% .

وبينت الدراسة أن المبحوثين يرسلوا الاصدقاء خلال محادثاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها من الفئات إذ بلغت نسبتهم ٧٤% ، ثم الدردشة مع اشخاص جدد يتعرفوا عليهم بنسبة ٢٨% ، يليها أفراد الأسرة بنسبة ٢٤% ، وأخيراً زملاء العمل بنسبة ١٠% .

وأوضحت الدراسة أن من أكثر سلبيات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت أنها تعمل على تغذية الأزمات السياسية وتهيئ الفرصة لعملية الاستقطاب وتزيد الاحتقان وتعمق الخلافات حيث بلغت من تؤيد ذلك نسبة 60% من المبحوثين ، ومن ثم أنها تمثل بيئة خصبة لأصحاب الشخصيات المتطفلة والمغرورين بنسبة ٥٨% ، وتساهم في تعرف الشبان على الفتيات والوقوع في الغرام بنسبة ٥٤% ، كما أنها تؤدي إلى الإدمان عليها وانتهاك الخصوصية بنقل المعلومات الشخصية لملايين المستخدمين بنسبة ٤٨% لكل منهما ، يليها غرس أفكار سلبية في عقول الشباب والانقياد

وراء آراء معينة بنسبة ٣٨ % .

ومن اكثر الفوائد والإيجابيات التي يحققها المبحوثين من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت انها تعرفهم موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين حيث بلغت من تؤيد ذلك نسبة مرتفعة بلغت ٨٢% من المبحوثين ، ومن ثم تعرفهم على اخبار العالم بنسبة ٨٠ % ، وتساهم في تحقيق التسلية والمتعة والترفيه عن النفس بنسبة ٧٨ % ، كما انها تسعى إلى إظهار القدرات العقلية والمواهب والنجاحات وكذلك معرفة صورة العرب لدى الآخرين بنسبة ٧٦ % لكل منهما ، يليها الارتباط بعدد كبير من الأصدقاء بنسبة ٧٤ . % وبينت الدراسة أن نسبة المبحوثين الذين يبدون آرائهم ووجهات نظرهم وتعليقاتهم النصية على الموضوعات المطروحة للنقاش في مواقع التواصل الاجتماعي يومياً قد بلغت نسبتهم ٣٦ % ، كما بلغت نسبة من يعلقون كلما زاد عن يومين بنسبة ٢٦ % ، يليها التعليق بالنص كل يومان تقريباً بنسبة ٢٢ % ، ثم أجاب بالنفي أي بعدم التعليق بالنص من المبحوثين بنسبة ١٦ % .

وأن نسبة كبيرة من المبحوثين لا تشارك بصور فعالة في الجوانب المرئية والصوتية إذ أن نسبة ٥٢ % من المبحوثين أجابوا بعدم رفع مقاطع فيديو تتعلق بالمواضيع التي تناقش على مواقع التواصل الاجتماعي ، كما بلغت نسبة من يرفع مقاطع فيديو كل اسبوع تقريباً

٢٤% من المبحوثين ، يليها رفع مقاطع فيديو كل شهر تقريبا بنسبة ١٠% ، ثم أجاب من المبحوثين بنسبة ١٠% بأنهم يرفعون مقاطع فيديو كل اسبوعين تقريبا.

والمبحوثين رغم تعليقهم النصي بكثافة خلال مشاركتهم النقاش مع الآخرين إلا أن مشاركتهم المرئية من خلال مقاطع الفيديو جاءت متدنية قد يكون للسبب السابق باحتياجها لسرعات عالية وانتظار وقت طويل لكيتمل تحميلها او عدم معرفة المستخدمين كيفية رفعها وتحميلها.

وبينت الدراسة أن نسبة المبحوثين الذين لا يرفعون صورة على مواقع التواصل الاجتماعي قد بلغت نسبتهم ٣٢% ، كما بلغت نسبة من يرفعون صورة كل يومين بنسبة ٣٠% ، كما بلغت نسبة من يرفعون صورة كل ما يزيد عن يومين بنسبة ٢٨%، يليها من يرفعون صورة كل يوم بنسبة ٨% .

وكشفت الدراسة أن أهم الموضوعات التي يفضل المبحوثين المشاركة والتفاعل معها خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي السياسة والاذخارية إذ جاءت نسبتها 56% ، ثم الثقافية والاجتماعية بنسبة ٥٤% لكل منهما ، يليها الدينية بنسبة 52%، ثم المقاطع الفنية المأخوذة من المسرحيات والأفلام والأغاني والصحية والشباب بنسبة ٣٨% لكل منها.