

الدراسات الإعلامية والاتصال الواقع والتحديات في عصر الرقمنة وتحويل البيانات COMMUNICATION AND MEDIA STUDIES Reality and Challenges in the Digital Age and Data Transformation



الإشراف العام

الدكتور/ علاء نزار العقاد

وقائع اعمال المؤتمر الدولي
أيام 21-22 تموز - يوليو 2023
حضورا ألمانيا - برلين

المركز الديمقراطي العربي

الدراسات الإعلامية والاتصال : الواقع والتحديات في عصر الرقمنة وتحويل البيانات
Communication and Media Studies: Reality and Challenges in the Digital Age and Data Transformation



VR . 3383 - 6826 B

DEMOCRATIC ARABIC CENTER
Germany: Berlin 10315 Gensinger- Str: 112
<http://democraticac.de>
TEL: 0049-CODE
030-89005468/030-898999419/030-57348845
MOBILTELEFON: 0049174274278717



2023





المركز الديمقراطي العربي
لدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية
Democratic Arab Center
for Strategic, Political & Economic Studies

كتاب وقائع المؤتمر الدولي العلمي:

الدراسات الإعلامية والاتصال: الواقع والتحديات في عصر الرقمنة وتحويل البيانات

الإشراف العام ورئيس المؤتمر

د. علاء نزار العقاد – المركز الديمقراطي العربي – فلسطين

مدير المؤتمر

د. حمدي السيد محمد – المركز الديمقراطي العربي – مصر

رئيس اللجنة العلمية

د. عصام عيروط – المركز الديمقراطي العربي – ألمانيا – برلين

رئيس لجنة التنسيق

د.حنان طرشان – المركز الديمقراطي العربي – ألمانيا – برلين

الناشر

المركز الديمقراطي العربي

للدراستات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية

ألمانيا/برلين

Democratic Arabic Center

Berlin / Germany

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه

في نطاق استعادة المعلومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر.

جميع حقوق الطبع محفوظة

All rights reserved

No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in

any form or by any means, without the prior written permission of the publisher

المركز الديمقراطي العربي

للدراستات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية ألمانيا/برلين

البريد الإلكتروني

book@democraticac.de

المركز الديمقراطي العربي-برلين
-ألمانيا



الجامعة الخليجية، مملكة البحرين



جامعة إب - اليمن



ينظمون المؤتمر الدولي العلمي الموسوم بـ:

الدراسات الإعلامية والاتصال: الواقع والتحديات في عصر الرقمنة وتحويل البيانات

أيام 21 و22 تموز، جويلية 2023

إقامة المؤتمر حضورياً وبواسطة تقنية التّحاضر المرئي عبر تطبيق Zoom

لا يتحمل المركز ورئيس المؤتمر واللجان العلمية والتنظيمية مسؤولية ما ورد في هذا الكتاب من آراء، وهي لا تعبر بالضرورة عن قناعاتهم ويبقى أصحاب المداخلات هم وحدهم من يتحملون كامل المسؤولية القانونية عنها

الرئاسة الشرفية:

أ.عمار شرعان، رئيس المركز العربي الديمقراطي-برلين-ألمانيا

أ. د . مهند المشهداني – رئيس الجامعة الخليجية – مملكة البحرين

أ.د نصر محمد الحجيلي – رئيس، جامعة إب – اليمن

أ.د. فؤاد عبد الرحمن حسان – نائب رئيس جامعة إب للدراسات العليا والبحث العلمي – اليمن

رئيس الهيئة الاستشارية: د. فضل قاسم الحضرمي – جامعة إب – اليمن

رئيس اللجنة الإعلامية: د. شيماء الهواري – رئيس تحرير مجلة الدراسات الاعلامية – المغرب

رئيس لجنة التنسيق: د.حنان طرشان – المركز الديمقراطي العربي – ألمانيا – برلين

رئيس اللجنة التحضيرية: د. أحمد بوهكو – المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا – برلين

رئيس اللجنة التنظيمية: أ. كريم عايش – المدير الإداري – المركز الديمقراطي العربي – ألمانيا – برلين

ديباجة المؤتمر:

يعدُّ الاتصال بوسائله المتطورة أقوى الأدوات العصرية التي تعين المواطن على معايشة العصر والتفاعل معه، حيث تسهم وسائل الإعلام الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي الدور الأبرز في تكوين الأفراد والمجتمعات فكرياً وثقافياً وتوجيهها نحو المسارات التي تضمن حياة آمنة مستقرة، في مقابل بعضها الآخر يقوم بدور معاكس تماماً، حيث يواجه الأفراد أو الرأي العام نحو مهالك أخلاقية واجتماعية واقتصادية.

وهذه المواضيع وغيرها باتت تشغل الباحثين وأساتذة وخبراء الإعلام والعرب والأجانب. باعتبارها أحد أبرز مواضيع الساعة التي تطرح عديد التحديات بالنسبة الى العالم العربي بافتراض الدور الذي يجب أن يحققه الإعلام الرقمي من حرية الوصول إلى المعلومة، ويسمح بتدفق المعلومات في كافة المجتمعات وتداولها بشكل حر، ولكن الأمر يختلف على أرض الواقع إذ أن هناك مجموعة من التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي، ومنها إشكالية إننا لا نزال بحاجة إلى المزيد من التشريعات الخاصة بأمن المعلومات التي تكفل حرية الوصول للمعلومة وتداولها، ولا بد للإعلام من أن يرصد تلك الأشكال الانتهاكية ويوعي الجمهور بها.

ويتسع هذا المؤتمر لبلوغ عدد من الأهداف في طليعتها تبين دور التحول الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي في شتى أبعاده وقطاعاته وعلاقاته بالعلوم المختلفة سيما ونحن نواكب القرن الحادي والعشرين الذي جاء حاملاً معه عصرًا جديدًا في ظل ثورة الاتصال والمعلومات، تلك الثورة التي لن تتوقف مع استمرار عملية الابتكار والتغيير والذكاء الاصطناعي، وبالتالي التحديات المثارة في الوطن العربي على مستوى استخدامات وتأثيرات الرقمنة وأدورها في القطاع التعليمي والبحث العلمي والاجتماعي والقانوني والإعلامي المتخصص، وكذلك في مجال ادارة الأعمال والاقتصاد الرقمي، وضوابط وأخلاقيات حماية المعطيات الشخصية والأمن السيبراني وغيرها من القضايا المعاصرة، وصولاً إلى تقديم الرؤى والاستراتيجيات واستشراف المستقبل في نطاق طرح في محاور هذا المؤتمر.

أهداف المؤتمر - :

1. توجيه الإعلام الرقمي لخدمة المجتمعات الإنسانية باحترافية أعلى من المستوى السائد نظراً لتزايد التحديات.
2. التعرف على الأدوار المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي ومجالاتها في الوطن العربي وتحليلها.
3. تحديد دور المعايير الدولية والتشريعات الوطنية في ضبط استخدام شبكة المعلومات الدولية.
4. دراسة دور الإعلام والاتصال ومنصات التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا العصر.
5. إيجاد الحلول الواقعية لمشكلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وقضاياها في الوطن العربي.
6. تحديد وتفعيل أخلاقيات وضوابط الاتصالات الحديثة وتوظيفاتها في ظل التحديات الراهنة.
7. التأكيد على دور المؤسسات الحكومية والخاصة ومنظمات المجتمع المدني في مواجهة التهديدات الناجمة عن سوء استخدام الوسائل الإعلامية والتنمر الإلكتروني.
8. تعزيز الجاهزية والاستعداد لمواجهة المخاطر والتهديدات الإلكترونية المختلفة التي قد تتعرض لها منظومة المعلومات والأساليب المثلى لمواجهة الحوادث الأمنية المحتملة.

معاور المؤتمر :-

المحور الأول : شبكات التواصل الإجتماعي من منظور عام

1. استخدامات شبكات التواصل الإجتماعي وتطورها، وأدواتها، وخدماتها، وتأثيراتها.
2. أخلاقيات وقيم استخدام شبكات التواصل الإجتماعي.
3. الخصوصية الفردية وشبكات التواصل الإجتماعي
4. شبكات التواصل منابر للرأي العام وحرية الإعلام.
5. شبكات التواصل وحرية تدفق المعلومات.
6. واجبات الإعلاميين في البيئة الالكترونية وشبكات التواصل.
7. شبكات التواصل والسرقات والإختراقات الصحافية.

المحور الثاني: تحديات اللغة والاتصال الرقمي

1. علم اللغة من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي
2. المضامين الاعلامية في عصر الاتصال الرقمي.
3. اللغة وتحديات التعليم الالكتروني
4. النص الأدبي وتحديات المحتوى على الشبكة العنكبوتية.
5. الترجمة وتعدد اللغات في ظل الرقمنة.
6. الاتصال الرقمي وصناعة الرأي العام في ظل تجدد الخطاب اللغوي.
7. سبل ردم الفجوة بين الاعلام الرقمي والاعلام التقليدي من منظور لغوي.
8. التطبيقات التكنولوجية الحديثة وأثرها على تعلم اللغة.

المحور الثالث : الصحافة العلمية والبحث العلمي في العصر الرقمي

1. اتجاهات الكتابة الحديثة للتغطية الصحفية للقضايا العلمية.
2. التحديات والرؤى المستقبلية لتطوير الصحافة العلمية في ظل التقدم التكنولوجي.
3. التحول الرقمي في البحث العلمي.
4. مهارات البحث العلمي في البيئة الرقمية.
5. شبكات التواصل والسرقات العلمية والانتحال العلمي.
6. تنمية الوعي المعلوماتي الرقمي للباحثين.

المحور الرابع : قنوات الاتصال والتواصل الرقمي والتعليم في الوطن العربي

1. واقع استخدام منصات التواصل الرقمي في المدارس والجامعات؟
2. إدمان شبكات التواصل والألعاب الالكترونية وأثره على التحصيل الدراسي والأداء الأكاديمي وإدارة الوقت.
3. قنوات الاتصال والتواصل الرقمي واستخداماتها في علم المكتبات والمعلومات وكمصادر للمعلومات.

4. منصات التواصل الرقمي ومجموعات النقاش حول المناهج والمقررات الدراسية والامتحانات.
5. منصات التواصل الرقمي وبناء العلاقات البينية بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس.

المحور الخامس : الرقمنة وعلم الاجتماع

1. البعد الاجتماعي للرقمنة.
2. الآثار الاجتماعية على الأسرة وسلوكيات الأفراد.
3. تداعيات الرقمنة على العلاقات الاجتماعية.
4. الرقمنة وإسهاماتها في التنشئة الاجتماعية.
5. دور الرقمنة في تنمية المسؤولية المجتمعية ونشر الوعي الصحي والبيئي بين السكان.
6. التواصل الرقمي وظواهر في العزلة، والاعتراب، والأمراض الجسدية.
7. التنمر الإلكتروني والعنف المجتمعي والجرائم المجتمعية.

المحور السادس : الاتصال ومنصات التواصل الرقمي والحالة السياسية

1. استخدامات الاعلام والتواصل الرقمي في التوعية والتنمية والمشاركة السياسية.
2. التحريض السياسي والإشاعة السياسية في الفضاء الرقمي.
3. دور قنوات الاعلام ومنصات التواصل الاجتماعي الرقمي في الربيع العربي.
4. استخدامات وتأثيرات قنوات الاتصال الرقمي في الترويج الانتخابي.

المحور السابع : الاتصال والتواصل الرقمي والقانون

1. مسؤوليات القانون والقانونيين تجاه الجرائم الإلكترونية والاختراقات الإلكترونية.
2. الإشكاليات القانونية والأخلاقية للذكاء الاصطناعي والمسؤولية القانونية الناشئة عن استخداماته.
3. الضوابط القانونية والعقوبات تجاه سوء استخدام منصات التواصل الاجتماعي.
4. القانون واختراق حقوق الملكية التجارية والصناعية وحمايتها في الفضاء الرقمي.
5. دور التوعية القانونية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الثامن : الاتصال والتواصل الرقمي وإدارة الأعمال والاقتصاد

1. استخدامات الرقمنة وتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمليات الإدارية، وإدارة الموارد البشرية.
2. استخدام الاتصال الرقمي وتأثيراته في خدمات العملاء، وتسويق المنتجات والمنظمات.
3. استخدام الاتصال الرقمي في المشاريع الريادية والإنتاجية المدرة للدخل.
4. تأثير استخدام شبكات التواصل على الأداء المهني والإنتاجية.
5. دور الحملات الاعلامية والإعلانية الرقمية في دعم الاقتصاد وتحقيق الربحية.

المحور التاسع : السلامة السيبرانية والأمن الرقمي وضوابط وأخلاقيات النشر الإلكتروني

1. السلامة السيبرانية والأمن الرقمي في الوطن العربي.
2. أخلاقيات وضوابط في النشر الإلكتروني وأدوارها في خدمة المجتمعات الإنسانية والارتقاء بها.
3. الفضاء الإلكتروني وخصوصية المستخدمين من الانتهاك واحترام حرياتهم الشخصية.
4. مسؤوليات وأدوار المعايير الدولية والتشريعات الوطنية في ضبط استخدام الرقمنة وشبكة المعلومات الدولية.

المحور العاشر: الإعلام المتخصص في الفضاء الرقمي

1. الإعلام المتخصص في الوسائل الإلكترونية ووسائل التواصل الحديثة، امكانات، وأدوار.
2. الإعلام المتخصص الرقمي في الوطن العربي.
3. الحملات الإعلامية المتخصصة في الفضاء الرقمي.
4. الإعلام المتخصص الرقمي وتسويق البرامج.
5. واقع ومستقبل الإعلام المتخصص وما يحويه من مستجدات.

المحور الحادي عشر: نحو استراتيجيات ورؤى اتصالية مبتكرة

1. استراتيجيات مقترحة لتطوير المجتمعات الإعلامية في ضوء التكنولوجيا وشبكات التواصل والذكاء الاصطناعي.
2. نحو استراتيجية دولية فاعلة للأمن الإلكتروني بغية توفير بيئة رقمية آمنة.
3. رؤى ترتيب أولويات المنصات الرقمية بما يتوافق وتطلعات واحتياجات الجمهور واحتياجاته لمتابعة الأحداث اليومية وتنمية الخبرات.
4. الدراسات الاستشرافية لتوجيه الوسائل والبرامج الإعلامية نحو تنمية شاملة للفرد المجتمع.
5. استراتيجيات مقترحة لنشر ثقافة الاستعمال الجماعي الإيجابي للتقنيات الرقمية.

بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله رب العالمين، الذي أحسن خلق الإنسان وعدله، وألهمه نور الإيمان فزينه به وجمله، وعلمه البيان فقدمه به وفضله .

السادة الأعزاء ضيوف وأعضاء المركز الديمقراطي العربي والجامعة الخليجية وجامعة إرب...
أرحب بكم أجمل الترحيب، وأحييكم في هذه المناسبة التي نعتز بها كثيراً بوصفها فرصة تجمعكم في العاصمة الألمانية برلين.. بمؤتمرنا العلمي الدولي الأول:--الدراسات الإعلامية والاتصال - الواقع والتحديات في عصر الرقمنة وتحويل البيانات ...

بداية يطيب لي التوجه بشكل خاص للجنود المجهولين الذين وضعوا كل جهداً ممكن في بناء المركز الديمقراطي العربي الطموح الذي شق طريقه منذ أكثر من عقد من الزمن وما زال باتجاه أن يكون مدرسة فكرية علمية عربية حديثة تشع بنورها في أرجاء الوطن العربي والعالم . وعلى رأس هذا الصرح الأستاذ القدير- عمار شرعان..

كما أتوجه بترحيبي الكبير إلى الاخوة زملاء الباحثين الأعزاء أصحاب القامات العلمية كلا بصفته ولقبه.... وأرحب بكم جميعاً أخوة افاضل وأعضاء واتشرف بوجودي بينكم في هذا اليوم العلمي الكبير .. ومن بلدي فلسطين المحب للعلم اهدي كل تحايا الحب والتقدير والوفاء لكم جميعاً...
وكلنا في هذا المحفل نسعى سوياً لرفع شأن العلم والبحث العلمي والذي من ثماره ان نلتقي اليوم في مناسبة تضاف الى سلسلة انجازاتكم ورصيدكم العلمي الكبير.

.....

وفي مؤتمرنا هذا .. نتناول اليوم موضوعات جادة ومهمة تستحق منكم كباحثين ومهتمين الوقوف عليها والتي محورها الرئيس موضوع الاتصال بوسائله المتطورة التي تم تمثيل أقوى الأدوات العصرية التي تعين المواطن على معايشة العصر والتفاعل معه، حيث تسهم وسائل الإعلام الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي الدور الأبرز في تكوين الأفراد والمجتمعات فكراً وثقافياً وتوجهها نحو المسارات التي تضمن حياة آمنة مستقرة، في مقابل بعضها الأخر يقوم بدور معاكس تماماً، حيث يوجه الأفراد أو الرأي العام نحو مهالك أخلاقية واجتماعية واقتصادية.

وهذه المواضيع وغيرها باتت تشغل الباحثين وأساتذة وخبراء الإعلام والعرب والأجانب. باعتبارها أحد أبرز مواضيع الساعة التي تطرح عديد التحديات بالنسبة إلى العالم العربي بافتراض الدور الذي يجب أن يحققه الإعلام الرقمي من حرية الوصول إلى المعلومة، ويسمح بتدفق المعلومات في كافة المجتمعات وتداولها بشكل حر، ولكن الأمر يختلف على أرض الواقع إذ أن هناك مجموعة من التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي، ومنها إشكالية إننا لا نزال بحاجة إلى المزيد من التشريعات الخاصة بأمن المعلومات التي تكفل حرية الوصول للمعلومة وتداولها.

رئيس المؤتمر:

د.علاء نزار العقاد، المركز الديمقراطي العربي، فلسطين

كلمة رئيس المؤتمر

نرحب بكم في مؤتمرنا حول "الدراسات الإعلامية والاتصال: الواقع والتحديات في عصر الرقمنة وتحويل البيانات". إنه لمن دواعي سروري أن أرحب بكم جميعاً في هذه الفعالية الهامة التي تجمعنا لبحث وتحليل أحدث التطورات والتحديات التي تواجه صناعة الإعلام والاتصال في عصر المعلوماتية والرقمنة. في هذا العصر المعقد والمتغير باستمرار، تشهد صناعة الإعلام والاتصال تحولات غير مسبوقة بفضل التقدم التكنولوجي، وهو ما يفتح أمامنا آفاقاً جديدة في تبني مستقبل مشرق ومزدهر. إلا أنه في نفس الوقت، يواجه قطاعنا العديد من التحديات التي تتطلب منا التفكير الإبداعي والتصعيد الفعال لمواجهتها.

تكمن أهمية هذا المؤتمر في قدرته على تسليط الضوء على التحولات الجارية في المجال الإعلامي والتواصلي، وتحديد الاستراتيجيات اللازمة لتسخير الإعلام الرقمي بصورة احترافية وإيجابية لخدمة المجتمعات الإنسانية من خلال ما تم من مناقشات وتعليقات، حيث تناول المؤتمر قضايا حيوية تتعلق بأدوار شبكات التواصل الاجتماعي والاستفادة الأمثل منها في الوطن العربي.

هدف المؤتمر الى توفير منصة لتبادل الخبرات والمعرفة وتوحيد الرؤى بين الأكاديميين والمهنيين والمختصين في مجال الإعلام والاتصال، وناقش الإشكاليات الأخلاقية والقانونية التي رافقت الرقمنة وتحويل البيانات، كما سعى الى تحديد الإجراءات الفاعلة للتعامل معها بشكل مسؤول وأمن. برز في هذا المؤتمر أهمية الإعلام والاتصال في معالجة القضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية الملحة التي يواجهها مجتمعنا اليوم. إننا بحاجة ماسة لدفع عجلة التغيير نحو الأفضل، وهو ما يمكن تحقيقه من خلال استخدام منصات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام بشكل فعال لنشر الوعي وتعزيز التفاعل المجتمعي.

أود أن أشكر جميع المشاركين الذين قدموا أبحاثاً مميزة ومساهمات ثمينة تستحق كل الاهتمام والتقدير كما أشكر المحكمين الذين بذلوا الكثير من الجهود لإخراج الأبحاث بجودة عالية. إن إسهاماتكم ستساهم بالتأكيد في تحقيق أهدافنا في هذا ونأمل أن يكون هذا المؤتمر فرصة لاستكشاف الحلول الواقعية والمستدامة للتحديات التي نواجهها.

أشكركم جميعاً على حضوركم ومشاركاتكم القيمة.

رئيس اللجنة العلمية

د.عصام عيروط، جامعة نابلس للتعليم المهني والتقني، فلسطين

كلمة رئيس اللجنة العلمية للمؤتمر

فهرس المحتويات

الباحث	عنوان المداخلة	الصفحة
د. صريح صالح صالح القاز	استخدام الشباب العربي لوسائل الاتصال الرقمية وتأثيره السلبي على هويتهم الثقافية	1
أ.د. عبد الملك الدناني	التربية الإعلامية والإعلام الرقمي "دراسة ميدانية"	2
أ. د. طلعت عبد الحميد عيسى أ. روان خالد الرنتيسي	دور الوسائط المتعددة في متابعة طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية	3
د. الشرقاوي مجيدي	الإعلام وصناعة الرأي في عصر الرقمنة	4
الباحث: أوس رائد سالم الباحث: أ.د. عبدالكريم صالح عبدالكريم	اختراع العامل بين قانون العمل وقانون الملكية الفكرية دراسة تحليلية مقارنة	5
د.علاء الدين عياش د. حسين سعد	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار بالقنوات الفضائية الفلسطينية	6
Karima BAKRI	Cybersecurity and digital security in the Arab world: Saudi Arabia, the United Arab Emirates and Morocco as examples	7
د. نبيلة عبد الفتاح قشطي	دور الإعلام في تفشي ظاهرة الإسلاموفوبيا	8
د. موسى علي طالب	دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المصطلحات العامية المستحدثة لدى طلاب الجامعات في قطاع غزة	9
الباحث: لينا زواوي الباحث: رضا بيرش	رهانات التعليم الرقمي في الجامعة الجزائرية - جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي- أنموذجاً	10
د. ابراهيم خليل خضر	الإقتصاد البنفسجي (الأرجواني) في المكتبات الجامعية الفلسطينية: درجة تبنيه، وتحديات الوصول إلى التنمية المستدامة، من وجهة نظر العاملين فيها	11
الباحث: يوسف الهيشو	التكنولوجيا والإعلام في خدمة البروباغندا الإرهابية	12

استخدام الشباب العربي لوسائل الاتصال الرقمية وتأثيره السلبي

على هويتهم الثقافية

Arab youth's use of digital means of communication and its negative impact on their cultural identity.

إعداد : دكتور. صريح صالح صالح القاز، دكتوراه في العلوم السياسية

مركز الدراسات الاستراتيجية، صنعاء.

By: Dr.Sorih Saleh Saleh Al-Qaz, PhD, in political science

center of strategic studies Sana'a,

الملخص:

إنّ الثورة الإعلامية، والمعلوماتية المرئية، والمسموعة، والمقروءة التي يشهدها عالم اليوم قد نجحت إلى حد كبير في إحداث تحول ثقافي عميق في فكر، وسلوك الشباب العربي، وتحديداً وسائل الاتصال الرقمية التي باتت أكثر من غيرها في متناول اليد، ومُيسر اقتناءها والتعاطي معها عبر الهاتف المحمول.

يهدف البحث إلى معالجة تأثير استخدام الشباب العربي لوسائل الاتصال الرقمية على هويتهم الثقافية. يجب البحث عن التساؤل البحثي التالي: ما هو التأثير السلبي لاستخدام الشباب العربي لوسائل الاتصال الرقمية على هويتهم الثقافية؟.

يكتسب البحث أهميته في كونه يتناول موضوعاً ذا أهمية بالغة في الوقت الراهن الذي تتزايد فيه بإضطراد التطبيقات والمحتويات الرقمية، ويتزايد في الوقت ذاته تماهي الشباب العربي معها، لاسيما المحتويات المغرض منها. لقد استخدم الباحث منهج دراسة الحالة لتناول موضوع البحث الذي تم تقسيمه فضلاً عن المقدمة والخاتمة والتوصيات إلى:

أولاً: ماهية وسائل الاتصال الرقمية

ثانياً: التأثير السلبي لاستخدام وسائل الاتصال الرقمية على ثقافة الشباب العربي

توصل البحث إلى أنّ وسائل الاتصال الرقمية بما جاءت به من تطبيقات، ومحتويات قد تسببت في تلوين الثقافة العربية في أوساط الشباب العربي، وتراجعت نزعتها لصالح ثقافة غريبة وافدة يجري إسقاطها على نمط الحياة الاجتماعية للشباب العربي، وتتوسع معها في ذات الوقت دائرة التقبل الذهني، والتقليد العملي لهذه المحتويات الغريبة لديهم.

الكلمات المفتاحية: الشباب العربي، الاتصال الرقبي، ثقافة عربية، تأثير.

Abstract:

The media revolution, and visual, audio, and print information that the world is witnessing today has succeeded to a large extent in bringing about a profound cultural transformation in the thought and behavior of Arab youth, specifically the digital means of communication that have become more accessible than others, and are easy to acquire and deal with over the mobile phone.

The research aims to address the impact of Arab youth's use of digital means of communication on their cultural identity.

The research answers the following question:

- What is the negative impact of Arab youth's use of digital means of communication on their cultural identity?

The research gains its importance in that it deals with a topic of great importance at the present time, in which applications and digital contents are increasing steadily, and at the same time the compatibility of Arab youth with it is increasing, especially the tendentious content .

The researcher used the case study approach to address the subject of the study, which was divided, in addition to the introduction, conclusion and recommendations, into the following:

* First: What are digital means of communication?

*Second: the negative impact of the use of digital means of communication on the culture of Arab youth.

The study concluded that digital means of communication, with their applications and contents, have caused the obliteration of Arab culture among Arab youth, whose tendency has declined in favor of an alien Western culture that is being projected onto the social lifestyle of Arab youth, and at the same time expanding with it the circle of mental acceptance. And the blind tradition of these strange contents they have .

key words: Arab youth, digital communication, Arab culture, impact.

المقدمة:

تُعدّ ظاهر انتشار، وتنوع تطبيقات وسائل التواصل الرقمية وتعاطي الشباب العربي مع هذه التطبيقات ومع محتوياتها المرئية والمسموعة والمقروءة جديرة بالبحث والمناقشة والمعالجة لا سيما في الوقت الراهن الذي باتت فيه ثقافتنا العربية تتعرض أكثر من ذي قبل لهجمة شرسة من القوى، والجهات الأجنبية التي تستهدف الأمة العربية ثقافةً ووحدة، وتسعى إلى نفث سمومها في الجسد العربي وتحديداً في أهم عضوفه وهم الشباب الذي يُعتبر عماد حيوية الأمة وقوتها في الحاضر والمستقبل.

يهدف البحث بواسطة منهج دراسة الحالة إلى معالجة: تأثير استخدام الشباب العربي لوسائل الاتصال الرقمية على هويتهم الثقافية.

ويفترض أنّ وسائل التواصل الرقمية تجسد اي وعي لدى الشباب العربي فيما يتعلق بالثقافة العربية. ويفترض أيضاً أنّ انفتاحهم المفرط على الثقافات الأجنبية ليس له تأثير على ثقافتهم العربية.

ويجيب على التساؤل: ماهو التأثير السلبي لاستخدام الشباب العربي لوسائل الاتصال الرقمية على هويتهم الثقافية؟.

من خلال المحورين: أولاً ماهية وسائل الاتصال الرقمية. وثانياً التأثير السلبي لاستخدام وسائل الاتصال الرقمية على ثقافة الشباب العربي. فضلاً عن المقدمة والخاتمة والتوصيات.

أولاً: ماهية وسائل الاتصال الرقمية

لعل ماهية التواصل الرقمية وأهمها هو ماسوف نستعرضه في الفقرات التالية:

أ. مفهوم وسائل الاتصال الرقمية

هي وسائل الاتصال التي تقوم بتشفير، المعلومات، والأفكار رقمياً، ونقلها إلكترونياً إلى المتلقين، وتُسمى بالإنجليزية (Digital Communication)، وتعتمد على: الإنترنت، والحاسوب، والهواتف الذكية. ولها أثر على مجالات الحياة الإنسانية. المختلفة: اجتماعية، وتربوية وسياسية، وثقافية⁽¹⁾.

يقصد بكلمة (اتصال رقمي)، تقنياً تحويل الصور، والأصوات، والحروف إلى بيانات رقمية (آحاد، وأصفار) تُخزن، وتُعالج وتُرسل بواسطة أجهزة الكمبيوتر⁽²⁾.

ينتشر استخدام الاتصال الرقمي في البرامج، ومواقع الويب، وألعاب ومقاطع الفيديو، والإعلان عبر الإنترنت، والوسائط الاجتماعية⁽³⁾.

عن طريق استخدام المهارات اللغوية بشكل لفظي أو غير لفظي من أجل التواصل مع الغير بصورة فعالة⁽⁴⁾.

ب. نشأت وسائل الاتصال الرقمي

ظهر أول جهاز كمبيوتر إلكتروني في إطار القوات المسلحة الأمريكية عام 1946م لغرض حساب مسارات المقذوفات الباليستية، وتصويب طلقات المدافع بدقة على الهدف.

غير أنّ الميلاء الحقيقي للشبكة الرقمية كان عام 1957م لأغراض عسكرية حين أنشئت قاعدة معلومات (Data Base)، وتطور الأمر بإنشاء وكالة مشاريع البحوث المتقدمة (ARPA) Advanced Research Projects Agency لعدد من

(1) هدى الحنايفة، نشأة الاتصال الرقمي، موضوع تك، 9 أغسطس 2022م، شوهد في 1/5/2023م، في: <https://tech.mawdoo3.com>.

(2) فارس محمد العمارات، الاتصال الرقمي ودوره في التنوع الثقافي، الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة، لنشر الأبحاث العلمية،

(3) دينا محمود، تعريف الإعلام الرقمي وأنواعه وأهميته، المرسل، 28 أغسطس 2022م، شوهد في 2023/4/14م، في: <https://www.new-educ.com>، العدد (15) آب 2019م، ص 4، شوهد في 2023/4/6م، في: <https://www.new-educ.com>

(4) حنان حسن، مفهوم التواصل الاجتماعي ومكونات عملية التواصل الاجتماعي وأشكال عملية التواصل الاجتماعي، 21 ديسمبر 2021م، في: <https://www.sanadkk.com> > post

المؤسسات والجامعات التي تنشط في مجال الأبحاث العسكرية. ومن أجل تحقيق الاتصال، ونقل نتائج الأبحاث بين هذه المؤسسات البحثية عبر الحواسيب المستخدمة؛ ظهرت شبكة (ARPA NET) التي ربطت بين (42) مركزاً بحثياً داخل الولايات المتحدة الأمريكية ولاستيعاب الإقبال المتزايد انقسمت شبكة (ARPA NET) فيما بعد إلى شبكتين: عسكري (Milnet)، ومدني (ARPA NET) وظلتا الشبكتين متصلتين عن طريق بروتوكول الإنترنت (IP Internet Protocol) والذي يُجيز نقل البيانات، المعلومات بواسطة الشبكات⁽¹⁾.

في 1960م، أُنشئت هيئة تكنولوجيا معالجة المعلومات التابعة لوكالة (داربا) الأمريكية؛ من أجل حفاظ القوات المسلحة الأمريكية على تفوقها التكنولوجي ومنع إحقاق أي مباحة تكنولوجية تخريبية للأمن القومي الأمريكي⁽²⁾.

بعد ربط الشبكات فيما بينها لتبادل المعلومات والبيانات اخترع " توملينسون Ray Tomlinson " البريد الإلكتروني (E. mail)؛ عام 1972م ليُسهل للعلماء تبادل الرسائل فيما بينهم حيث أصبح لكل مشترك عنوانه البريدي الخاص به⁽³⁾.

وبوتيرة عالية استمرت وسائل الاتصالات الإلكترونية في التطور حتى ظهر الويب (1.0)، و(2.0)، و(الويب 1، web1)، مثل شبكة (sixdegrees.com)، عام 1998م والموقع التأسيسي (classmates.com)، وموقع (لايف جورنال)، و(كايورلد)، عام 1999م في كوريا، وفي المرحلة الثانية تطورت شبكات التواصل الاجتماعي بظهور موقع (سبايس)، والفيسبوك، وهي المرحلة التي شهدت إقبالا إنسانيا واسعاً، ومتزايداً على الانخراط في وسائل التواصل الاجتماعي⁽⁴⁾.

ج. وسائل الاتصال الرقمية الأكثر استخداماً

1. فيسبوك

يعتبر فيسبوك، وفيسبوك ماسنجر من أضخم تطبيقات التواصل، والتعارف عبر المراسلة النصية ونشر الفيديوهات والصور تعارف وتواصل على الإطلاق. وبإجمالي (3 مليارات)، مستخدم⁽⁵⁾.

2. واتس آب

يُعتبر تطبيق واتس آب (ميتا) أسرع التطبيقات في المراسلة، ولكونه يتميز بخاصية المجموعات فإنه بات الأنسب لفئة الأصدقاء، وزملاء العمل، وقد تجاوز عدد مستخدميه 2 مليار مستخدم.

3. انستقرام

يبلغ عدد مستخدمي تطبيق (انستقرام) أكثر من 1.38 مليون مستخدم كواحدًا من أهم التطبيقات الرقمية وأكثرها استخداماً لقدرته على توفير ميزة إنشاء المتجر الإلكتروني فضلاً على خدمة المراسلة⁽⁶⁾.

4. وي شات (wechat)

مريم آيت أحمد، نشأة تكنولوجيا الاتصالات وتطورها وعلاقتها مع حوار الأديان - الحوار اليوم، 22 يوليو 2015م، شوهده في 2023/4/14م، في: (1) <https://www.alhiwartoday.net> > node

نشأة الإنترنت، الكون الرقمي: الثورة العالمية في الاتصالات - مؤسسة هنداوي، شوهده في 2023/4/3م، في: (2) <https://www.hindawi.org> < books

مريم آيت أحمد. (3)

غالية غضبان، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك، بجامعة باتنة (1) نموذج (الجزائر، جامعة الحاج لخضر باتنة (1)، أطروحة دكتوراه، في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018م)، ص 74 - 75.

خالد فوزان، أشهر مواقع التواصل الاجتماعي في بريطانيا، 10 مواقع عالمية تعرف عليها، 24 أغسطس 2021م، شوهده في 2023/4/14م، في: (5) <https://www.mdmods.com>

(6) رماح اللقموني، وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام، الجزيرة نت، 6 أكتوبر 2021م، شوهده في 2023/4/27م، في: <https://www.aljazeera.net>.

يوفر تطبيق (وي شات)، الصيني النشأة خدمات كثيرة لمستخدميه مثل: دفع رسوم الكهرباء وغيرها، وترويج الخدمات التجارية، والحجز في وسائل النقل، وحجز موعد مع أي إخصائي، ويُستخدمه أكثر من 1.2 مليار مستخدم وبشكل كبير في الولايات المتحدة الأمريكية.

5. تيك توك (Tik Tok)

يتميز تطبيق تيك توك (Douyin) بقدرته الفائقة على استقبال مقاطع الفيديو الترفيهية. وعلى الرغم من ظهوره المتأخر في عام 2018م إلا أنه استطاع أن يكسب حوالي 800 مليون مستخدم⁽¹⁾.

6. فيسبوك ماسنجر (Messenger)

بعد أن كان هذا التطبيق مرتبطاً (بفيسبوك) فقد أصبح في الوقت الراهن تطبيقاً مستقلاً بذاته، ويُستخدمه حوالي مليار مستخدم.

7. دوين (Douyin)

يتشابه هذا التطبيق في الصين مع (تيك توك)، الذي يختلف عنه في بعض الميزات ويبلغ مستخدميه حوالي 715 مليون مستخدم.

8. تلجرام (Telegram)

يُعد تطبيق تلغرام (Telegram) من أفضل التطبيقات المشهورة في خدمة المراسلة الحرة حول العالم، لما يتمتع به من تشفير أممي عال، ويستخدمه حوالي 700 مليون مستخدم.

9. سناب شات

يوفر (سناب شات)، المملوك أميركياً خاصية المراسلة الفورية، وعرض القصص، ونشر الصور ويستخدمه ما يربو على 557 مليوناً.

10. كوايشو

يُعد كوايشو أو (كواي / Kwai) أبرز تطبيقات نشر الفيديوهات داخل الصين ويُقدر عدد مستخدميه 573 مليون مستخدم⁽²⁾.

ثانياً: التأثير السلبي لاستخدام وسائل الاتصال الرقمية على ثقافة الشباب العربي

تسببت وسائل الاتصال الرقمية في خلق حالة من الصراع النفسي لدى الشباب العربي بين قيم، وتقاليد المجتمع، والثقافة الوافدة التي يشهدها العالم، والتي أثرت سلباً في الدين الإسلامي، واللغة العربية، والتاريخ⁽³⁾.

بما أن العادات، والتقاليد، والقيم العربية والإسلامية كانت هي التي تكون وترسم ثقافة الشاب العربي منذ نعومة أظفاره فإننا اليوم نجد وسائل الاتصال الرقمية قد ألحقت به الضرر الثقافي بطريقتين: الأولى؛ تمثلت في اعتماد بعض الشباب العربي الذين يفتقرون لأسباب مختلفة إلى ثقافة الأسرة، والبيئة كلياً على التثقف من خلال هذه الوسائل، والثانية؛ تتمثل في قدرة هذه الوسائل بما جاءت به من نماذج ومحتويات ثقافية مختلفة، على زعزعة

(1) بالأرقام .. أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في العالم، 4 أكتوبر 2020م، شوهد في 2023/4/5م، في: <https://www.argaam.com>

(2) ترتيب أفضل 10 مواقع التواصل الاجتماعي - لسنة 2023م، شوهد في 2023/5/1م في: <https://www.star2apps.com>

(3) بن زايد إيمان، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، دراسة في الاستعمالات والإشباع لطلبة طاهري محمد بشار (الفيسبوك نموذجاً)، (الجزائر، جامعة طاهري محمد بشار، مجلة دراسات، المجلد 7، العدد 2، 2018م)، ص 276.

إيمان بعض الشباب بما تم تعليمهم من ثقافة (ثقافتهم الأصلية) خلال تنشئتهم الاجتماعية. الأمر الذي أدى إلى بروز وانتشار ممارسات، وسلوكيات دخيلة على المجتمع، والأسرة العربيين⁽¹⁾.

1. التأثير على الدين الإسلامي

إنّ السوسولوجيا الاجتماعية ترى الشباب بناء اجتماعي، وليس كياناً بيولوجياً أو فئةً عمرية فقط، إذ يقول "بيير بورديو/ Pierre Bourdieu" إنّ الشباب كلمة، ومعنى، أنه بناء اجتماعي؛ بمعنى أنه يكتسب خبراته بفعل تناغمه الاجتماعي وعلاقاته مع الآخرين من حوله، لينتهي به المطاف إلى بناء كيان اجتماعي جديد بهوية جديدة بأنماط سلوكية ونظام اجتماعي جديدين، أثناء هذه المرحلة العمرية من حياتهم التي تُعرف بمرحلة (الاختيارات)، أو (التفضيلات)، أو بناء الطموحات. ولكوننا مجتمع إسلامي، فإن المقوم الديني يُعتبر من أهم ما يتم الركون عليه لتنشئة الشباب وتشكيل ثقافتهم التي تركز في الأساس على تعاليم الدين الإسلامي السامية، وأخلاقه النبيلة التي تُنشئ شباب يُسهم في بناء أمته ويدافع عن هويتها وإرثها الثقافي، والحضاري⁽²⁾.

بيد أنّ الكثير من الشباب نتيجة للتعاطي السلبي مع محتويات وسائل الاتصال الرقمية تاهو بقصد، أو دون قصد في مسارات حياتية عديدة: أولها التخلي عن تعاليم الدين تقليداً منهم لثقافات أجنبية، وثانيها التدين بتطرف منافي لجوهر رسالة الإسلام؛ إذ يتحولون: إما إلى مجرمين وانتحاريين في هذه المعركة، أو تلك العملية الانتحارية كتنظيمي القاعدة وداعش الجهاديين، أو إلى مسيسين إسلاميين يعملون على تسييس الدين من خلال ممارسة أنشطة مجتمعية- مختلفة تحت غطاء الشعارات الدينية "الصحة الإسلامية" التي تروج لها العديد من الحركات الإسلامية، لأهداف وغاية سياسية بحته. فلا يمكن في عالمنا الإسلامي إحراز أي طموحات سياسية من دون الإتكاء على الدين، ولا يمكن إجراء أي إصلاحات دينية من غير مساندة السلطة السياسية⁽³⁾.

من جانب آخر ارتفعت نسبة اللادينيين في بعض الدول العربية منذ سنة 2013م، من 8% إلى 13% وبشكل كبير في الفئة العمرية الأقل من 30 سنة، ما عدا اليمن الذي انخفضت فيه ظاهرة اللادينية من 10% قبل عام 2013 إلى 5% بعدها⁽⁴⁾.

ويُعد تطبيق (تيك توك)، من أكثر التطبيقات الرقمية استخداماً وخطراً على المراهقين حيث يصيبهم بأمراض نفسية، وعصبية مثل: الأرق، والاكتئاب.

حيث ذكرت وكالة (بلومبيرغ) الأميركية في 4 أكتوبر 2022م، إنّ عدد الدعاوى القضائية من مراهقين وشباب بحق وسائل التواصل الاجتماعي وبالذات (تيك توك) بلغت (70) دعوى خلال عام 2022م⁽⁵⁾.

لقد باتت الأحاديث النبوية التي ليست صحيحة ولا سند لها منتشرة بكثرة عبر وسائل الاتصال الرقمية وقريبة جداً من الشباب العربي وغيرهم دون ترو، أو أي محاولة للتثبت من صحة هذا الحديث أو ذاك.

(1) علي الحكيم، دور برامج التواصل الاجتماعي في تغيير ثقافة المجتمعات والعراق أنموذجاً على المنهج البنائي، المركز الديمقراطي العربي، 4 يناير 2022م، في: <https://democraticac.de>

(2) بشرى زكاغ، مواقع التواصل الاجتماعي وبناء القاعات الدينية السائلة لدى الشباب، مايو 2019م، شوهد في 2023/4/21م في: <https://www.mominoun.com>

(3) أنماط استخدام الإرهاب الشبكي، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، 2 أكتوبر 2014م، شوهد في 2023/4/25م، في: <https://futureuae.com>

(4) فرح أشباب، هل حقاً أدار الشباب العربي ظهره للدين؟ - صحيفة الاستقلال، 30 يونيو 2019م، شوهد في 2023/4/18م، في: <https://www.alestiklal.net>

(5) علي صباحي، بخلاف التطبيقات الأخرى.. لماذا يدفع تيك توك المراهقين نحو الانتحار؟ 29 ديسمبر 2022م، شوهد في 2023/4/17م، في: <https://www.alestiklal.net> > view

ومن هذه الأحاديث: (أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ يَأْكُلُ الْبَطِيخَ بِالرُّطْبِ) رواه الترمذي (رقم/1843) وصححه الألباني. وحديث: (من صام يوم عرفة كمن تعبد سنتان، ومن أخبر الناس كمن تعبد 80 سنة). وحديث (إذا سبق شخص بإخبار شخص آخر بالشهر المبارك حرمت عليه النار)⁽¹⁾.

بالإضافة إلى غياب الصدق والأمانة والنزاهة؛ بفعل الأسماء المستعارة التي يتسنى بها العديد من مرتادي التواصل الاجتماعي؛ بل وقد يمتلك الشخص الواحد أكثر من حساب بأسماء وهمية حتى ظهر نتيجة لذلك شباب الإسلام الافتراضي الذي له عالمه الخاص وأفكاره وطقوسه البعيدة عن الواقع المعاش والذي أيضًا يفرغ طاقته عبر الشبكة العنكبوتية بدلاً من أن يوظفها لخدمة الإسلام والمجتمع في الحياة العملية⁽²⁾.

2. التأثير على اللغة العربية

تأثرت اللغة العربية كواحدة من أهم مقومات الثقافة العربية سلبيًا لدى البعض من الشباب العربي، لاستخدامهم طريقة الكتابة غير القلمية في سائل الاتصال الرقمية؛ مما جعلهم يفقدون تدريجيًا القدرة والمهارة على الكتابة بواسطة القلم جراء سهرهم، وإسرافهم، وإدمانهم غالبًا في استخدامها، بل وشعورهم بالتوتر والارهاق إذا ما انقطعت هذه الخدمة عنهم⁽³⁾.

تجعل هذه الوسائل الرقمية أغلب الشباب المستخدم لها غير مكترث لعدم الوقوع في الأخطاء اللغوية النحوية منها أو الإملائية. كالقدرة على إعراب الفاعل، والمفعول به أو المبتدأ، والخبر، وعدم التمييز بين التاء والهاء المربوطة، وبين التاء المفتوحة، والتاء المربوطة، وبين الضاء، والضاد وبخاصة مع انتشار الكتب الصوتية التي مع مالها من فائدة؛ إلا إنَّ القراءة الصوتية للكتاب غالبًا ماتكون خالية من نطق التشكيلات؛ مما يجعل المستمع يجانب صواب النطق، كما أنَّ ترجمة بعض الكتب إلى اللغة العربية من غير المتخصصين يقدمها للقراء بصورة لغوية منقوصة، وغير سليمة وظهور لغة هجينة بين العربية والانجليزية (العربي/العربييني)⁽⁴⁾.

إنَّ سبب سرعة الكتابة لدى بعض الشباب، وعدم تفكيرهم في ضبط الكلمات أثناء الكتابة على أجهزة وسائل التواصل الرقمية قد أدى إلى التخلي عن قواعد اللغة العربية الفصحى لأن الكتابة باللغة العالمية يجعلهم يتمادوا في تحريف الكلمات، علاوة على أنَّ استخدام اللهجات المحلية، أو الدارجة في الكتابة، والتأليف يقود مع مرور الوقت إلى تكريس اللغة العامية وخلق تجزئة ثقافية قُطرية على حساب اللغة العربية الفصحى المشتركة التي تربط الأمة العربية، وتحفظ كينونتها، وتماسكها المعنوي، والفكري وتُنمي فيها مشاعر الوحدة، وروح التضامن. والأنتكى من ذلك هو الميول نحو اللغة الانجليزية سواءً خلال الدردشة على وسائل التواصل أو داخل المناهج الدراسية ووسائل التدريس بصورة تهدد أولوية، ومكانة اللغة العربية⁽⁵⁾.

لا يقتصر خطر التعاطي السلبي للغة العربية في وسائل الاتصال الرقمية على اللغة العربية نفسها بل يتعداه إلى الهوية الثقافية من خلال تجسيد الأخطاء اللغوية التي يأتي بها العالم الافتراضي في الحياة العملية؛ ويتجلى ذلك في

أحمد محمد الشافعي أحمد، مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على التراث الإسلامي، 3 مايو 2018م، شوهد في 27/4/2023م، في: (1) <https://m.ahewar.org › s.asp>

عكاشة بن المصطفى، الإسلاميون والتواصل الاجتماعي: المؤثرات الثقافية، 7 نوفمبر 2019م، شوهد في 3/5/2023م، في: (2) <https://www.almesbar.net>

هناء النابلسي، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجامعي، دراسة على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، (الأردن، الجامعة الأردنية، مجلة (3) دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 48، العدد 3، ملحق 1، 2021)، ص 392.

شوقي عبد الله عبّاد، اللغة العربية ومواقع التواصل الاجتماعي الفرص والتحديات، مجلة البيان، شوهد في 13/4/2023م، في: (4) <https://www.albayan.co.uk...>

(5) إبراهيم عبد المعطي، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اللغة العربية، شوهد في 18/4/2023م، في: <https://www.drabelmoaty.com>

أنَّ العديد من الشباب مستواهم متدني في قواعد اللغة العربية الأساسية، ومهاراتها وينتقل هذا التدني من المدارس الابتدائية إلى الجامعات⁽¹⁾.

لاسيما حينما يقتني أغلب الشباب وسائل اتصال رقمية- محمولة ذات برامج لغوية غير عربية؛ لحتى يكونوا مضطرين إلى استخدام الحروف اللاتينية وغيرها بصورة مستمرة وغالبًا ما يكون استخدامهم للغات الأجنبية قرائةً، وكتابة مرتبط بشعور نفسي لديهم؛ مبعثه إنَّ استخدام اللغة اللاتينية فيه نوع من التقدُّم، والتحضر⁽²⁾.

3. التأثير على القيم

تعني القيم كل التقاليد، والعادات التي يكتسبها الفرد بواسطة التنشئة الاجتماعية، التي يتلقاها في إطار المؤسسات المجتمعية، كالأُسرة، والمدرسة وغيرهما، وتختلف من شعب إلى آخر ومن منطقة إلى أخرى داخل الشعب. فهي التي تجعل الفرد يتبنى هذا الموقف ويرفض ذاك ويساند هذه القضية، ويناهض تلك. وهناك قيم معيارية، وأخرى موضوعية. فالقيم المعيارية هي التي يمارسها الفرد يوميًا وتختلف من فرد إلى آخر وفقًا لمركز الفرد الاجتماعي، ومستواه الثقافي. أما القيم الموضوعية، فهي التي لها علاقة بقيمة الأشياء الواقعية⁽³⁾.

ويُقصد بالقيم الاجتماعية: المثل والمعايير والمعتقدات الاجتماعية التي تربط الفرد بالآخرين كالتعاون والتدين، والتواصل، وتقدير الذات، والاتصال الثقافي⁽⁴⁾.

لذلك فإن محتويات وسائل الاتصال الرقمية تؤثر في تكوين قيم الشباب العربي الذي يتفاعل معها من خلال التأثير على مشاعرهم واستمالتها إلى الغاية التي يروم إليها صانع المحتوى. فعلى سبيل المثال: لو أدمن الشاب على متابعة محتويات العنف تجاه الغير لتأثر بذلك وأصبح العنف وسيلته المثلى لتحقيق طموحاته ومبتغاه. كما أنَّ انخراط الشاب في استخدام وسائل الاتصال هذه قد يجعله مبتعدًا عن أسرته، ومقربيه ويظل في حالة من الانفصال المكاني داخل المنزل الواحد، والانفصال الذهني من خلال التيه، والاستغراق؛ اللذان يجعلانه عديم الشعور بالآخرين من حوله حتى يصل به الحال إلى رفض وانتهاك القيم المجتمعية والتخلي المرحلي عنها مقابل ثقافة عالمية افتراضية تجره إليها وسائل التواصل الرقمية عن بُعد ويرتبط شكلاً وموضوعاً من خلالها بالنموذج الغربي.

من قبيل استخدام حساب إلكتروني أو تطبيق باسم مستعار لاستغلال الغير وابتزازهم بأي معلومات أو صور شخصية للتشهير، والإساءة إليهم⁽⁵⁾.

كانت وما زالت وسائل الاتصال الرقمية تبث الأفكار الغربية التي تبعد الشاب عن العائلة، وتقاليدها، وعن المناسبات الاجتماعية، واحترام كبار السن وتعلمه الجليل والخداع⁽⁶⁾.

(1) زكية إبراهيم الحجي، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على لغة الضاد، 27 نوفمبر 2020م، شوهد في 19/4/2023م، في:

... < <https://www.al-jazirah.com>

(2) حسن أجمولة، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تدهور استخدام اللغة العربية، 9 نوفمبر 2017، شوهد في 3/5/2023م، في:

< <https://www.alukah.net>

(3) عيد الرحيم عني، في تغير القيم وبناء الهويات الرقمية - ديوان العرب، 15 أغسطس 2013م، شوهد في 28/4/2023م، في:

< <https://www.diwanalarab.com>

(4) محمد بن عبدالوهاب الفقيه كافي وحاتم علي حيدر الصلاحي، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية والاجتماعية للشباب العربي(السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2016م)، ص13.

(5) أماني عبدالحافظ، التأثيرات الاجتماعية والسياسية للإعلام الرقمي 20 سبتمبر 2021م، شوهد في 26/4/2023م، في:

<https://idsc.gov.eg> > View

(6) سمير سليمان الجمل، الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من القيم، دراسة ميدانية على طلبة جامعة الاستقلال في أريحا، (إمارة الشارقة، جمعية الاجتماعيين، مجلة شؤون اجتماعية، السنة 37، العدد 145، 2020م) ص 70 - 71.

وتعمل على ترتيب سلم قيم الشباب بصورة عبثية، تتجاوز خصوصية مجتمعنا العربي الذي يتعرض نسيجه الاجتماعي وقيمه الاجتماعية يوماً بعد آخر للتمزق والانحسار⁽¹⁾.

أظهر استطلاع نفذه مركز (بيو) للأبحاث عام 2018م، لنحو (750) شاب عربي تتراوح أعمارهم بين 13-17 سنة، إن (45%) منهم متصلون بالإنترنت بصورة مستمرة، و(97%) مدمنون على تطبيقات: فيسبوك، ويوتيوب، وسناب شات، وإنستغرام، بعيداً عن الرقابة الأسرية والثقافة المثلى بما يجعلهم مشتتي الانتباه وعرضة، للاكتئاب، والعصبية، والتمرد على السلوكيات العائلية، والعامية، والإحباط، وفي بعض الأحيان عرضة للانتحار⁽²⁾.

وللإعلام الرقمي بصمته الواضحة في استهداف الهوية العربية لدى بعض الشباب تحديداً بهوية افتراضية أو فضاء السايبر (Cyber Space)، ليصبحوا أشخاص "أنترنتية" هجيني الهوية⁽³⁾.

فلو تأملنا في خطورة محتويات مواقع التواصل الاجتماعي لوجدنا أنها تسببت في تراجع العادات والتقاليد المألوفة وبشكل كبير لدى الشباب، مثل: المعايير في مناسبات عيدي الفطر، والأضحى بين الأقرباء في المنطقة الواحدة تُجرى عبر الرسائل، المباشرة، ووسائل الاتصال الإلكترونية الأخرى؛ كبديل عن الزيارة المباشرة، والمصافحة وتفقد المرضى، وكبار السن، والأكل الجماعي، وأيضاً استخدام الرموز التعبيرية للتعبير عن السعادة، والحزن، وهي لا تُفسّر المشاعر الحقيقية لمُرسلها، علاوةً على أنّ وسائل التواصل الاجتماعي سهلت للمخابرات الأجنبية مهمة استدراج العديد من الفتيان، والفتيات العرب في المدارس، والجامعات، لامتحان الجاسوسية داخل بلدانهم، والقيام بنشاط يهدد الأمن القومي العربي لصالح أجندة القوى الخارجية⁽⁴⁾.

الموضة هي الأخرى أُلقت بظلالها على أغلب الشباب العربي المتأثر بالزّي الموضاوي، وكذب (الماركة) إذ نراهم مندفعين لتقليد المشاهير، فهذا الفنان يقلدون قصات شعره، وذاك الرقاص يقلدون ملبسه، وباتو يتشبهون بمطربي (الروك اند رول، والراب)، وعارضي الأزياء الخليعة، متأثرين إلى حدّ كبير، بإشاعات هدامة مؤداها: إنّ من لا يفتح ويواكب حداثة العصر ونمط الحياة الغربية فهو متخلف، ورجعي⁽⁵⁾.

في دراسة أشرفت عليها الجمعية الملكية البريطانية للصحة العامة (RSPH) لنحو (1500) شاب وفتاة، أعمارهم تتراوح بين 14 و24 عاماً، تبين أنّ الأدمان على وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب أكثر من الإدمان على السجائر والكحول.

إنّ 3.2 مليار حول العالم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ما يعادل 42% من سكانه، وتحصد المحتويات الترفيهية مشاهدات أكثر بين الشباب من المحتويات المعرفية التي لا يشاهدها إلا قليل من المهتمين والباحثين، وتشكل نسبة المحتويات الزائفة، أيّاً كان نوعها 70% من أجمالي المحتويات المنشورة⁽⁶⁾.

(1) محمد الجيزاوي، وسائل التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين وعلينا توجيهه لحماية القيم 6 فبراير 2022م، شوهد في 2023/4/24م، في: <https://mugtama.com> › item

(2) يونس الكعبي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تفكير الشباب العربي، 12 يوليو 2021م، شوهد في 2023/4/11م، في: <https://tisri.org>

(3) الذهب عفان، الإعلام الجديد ومدى تأثيره في المجتمع - المركز الديمقراطي العربي، 17 سبتمبر 2021م، شوهد في 2023/4/29م، في: <https://democraticac.de> ...

(4) علي الحكيم، دور برامج التواصل الاجتماعي في تغيير ثقافة المجتمعات والعراق أنموذجاً على المنهج البنائي، المركز الديمقراطي العربي، 4 يناير 2022م. شوهد في 2023/5/2م، في: <https://democraticac.de>

(5) زهراء وحيد، الشباب والتقليد الأعمى للموضة، ضياع الشخصية الحقيقية، 7 ديسمبر 2016م، شوهد في 2023/4/28م، في: <https://bshra.com> › culture

(6) آدم يحيى، مواقع التواصل الاجتماعي.. كيف تسببت في تسطيح عقول الشباب؟ 4 ديسمبر 2019م، شوهد في 2023/4/27م، في: <https://www.alestiklal.net> view

وظهرت معتقدات وأفكار غير مألوفة لدى الشباب، بدلاً عن القيم والروابط الأولية التي يعيشها الناس داخل مجتمعهم. حتى أوجدت لدى الشباب انتماءات مختلفة واهتمامات واحتياجات متباينة⁽¹⁾.

(1) سمر إبراهيم، دور وسائل التواصل الاجتماعي في الأزمات السياسية والحروب، 14 سبتمبر 2022م، مجلة شؤون عربية العدد 191، شوهد في 2023/4/27م، في:

◀ <https://arabaffairsonline.com>

الخاتمة

ما من شك في أنّ لوسائل التواصل الرقمية فوائد في العديد من المجالات التي تخدم الإنسان وأبرزها توفر المعلومة وسهولة إرسالها وإستقبالها. ويقدر هذه الفوائد والمحاسن؛ يوجد هناك العديد من الخسائر والمساوئ التي أحدثتها وسائل التواصل الرقمية وبخاصة لدى فئة الشباب العربي وأثرت سلباً على نزعهم الدينية- الإسلامية، واللغوية- العربية، والقومية. وباتت هذه الوسائل بتطبيقاتها وبرامجها وبما جاءت به من محتويات: مسموعة ومرئية ومقروءة، بمنزلة فاعل غير رسمي يقوم بدور أساسي ومؤثر في شتى مناحي الحياة داخل جغرافيا دولة ما وخارجها، وجعلت من العالم قرية متواصلة، لالتزم بالحدود الوطنية للدول، وصنعت عالماً دون أمة، ودون وطن وأنشأت شباب، وثقفته بالثقافة التي يريد لها صانع المحتوى الخارجي، وباتت فاعليتها تنافس فاعلية الدولة العربية، أو قد تتجاوزها في مسألة القدرة على التأثير الفكري وصناعة الوعي أيًا كان نمطه في أوساط المجتمع.

التوصيات

- قيام الدول العربية- الإسلامية منفردة ومجموعة بإتخاذ التدابير المختلفة للحد من تدفق المحتويات السلبية عبر وسائل التواصل الرقمية التي تشوش العقل العربي وبخاصة فئة الشباب، لما من شأنه حماية الثقافة العربية من التراجع لصالح الثقافات الأجنبية الوافدة والدخيلة.
- العمل على ضخ المحتويات الهادفة والبناءة باللغة العربية داخل الشبكة العنكبوتية وزيادة حجمها مقارنة بالمحتويات المكتوبة باللغة غير العربية.
- تخصيص مساحات كافية في وسائل الإعلام العربية المرئية والمسموعة والمقروءة لتجسيد الثقافة العربية- الإسلامية، وتوضيح مخاطر المحتويات السلبية التي تعج بها وسائل التواصل الرقمية، وتوعية الأسرة والمجتمع بدورهما تجاه تربية الأبناء وتنشئتهم على أساس تعاليم ديننا الإسلامي الحنيف وثقافتنا العربية.
- تضمين الدروس التي تحمي وتعزز الثقافتين العربية، والإسلامية، ضمن مقررات المناهج الدراسية في المدارس والجامعات العربية؛ وينسب متفاوتة وفق المستوى العمري للدارسين.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- 1- الفقيه كافي محمد بن عبد الوهاب و الصلاحي حاتم علي حيدر، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية والاجتماعية للشباب العربي(السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2016م).

ثانياً: المقالات العلمية

- 1- إيمان بن زايد ، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، دراسة في الاستعمالات والإشبعات لطلبة طاهري محمد بشار(الفيديسبوك نموذجاً)،(الجزائر، جامعة طاهري محمد بشار، مجلة دراسات، المجلد 7، العدد2، 2018م).
- 2- الجمل سمير سليمان ، الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من القيم، دراسة ميدانية على طلبة جامعة الاستقلال في أريحا،(إمارة الشارقة، جمعية الاجتماعيين، مجلة شؤون اجتماعية، السنة 37، العدد 145، 2020م).
- 3- العمارات فارس محمد، الاتصال الرقمي ودوره في التنوع الثقافي، الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة، لنشر الأبحاث العلمية، والتربوية(mecs)، العدد(15) آب 2019م، في: <https://www.new-educ.com>
- 4- غضبان غالية، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية، دراسة على عينة من مستخدمي الفايديسبوك، بجامعة باتنة(1) نموذج(الجزائر، جامعة الحاج لخضر باتنة (1)، أطروحة دكتوراه، في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018م).
- 5- النابلسي هناء ، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجامعي، دراسة على عينة من طلبة الجامعات الأردنية،(الأردن، الجامعة الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 48، العدد 3، ملحق1، 2021).

ثالثاً: المواقع الالكترونية

- 1- إبراهيم سمر ، دور وسائل التواصل الاجتماعي في الأزمات السياسية والحروب، 14 سبتمبر 2022م، مجلة شؤون عربية العدد 191، في: <https://arabaffairsonline.com>
- 2- أجمولة حسن ، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تدهور استخدام اللغة العربية، 9 نوفمبر 2017، في: <https://www.alukah.net>
- 3- أحمد محمد الشافعي أحمد، مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على التراث الإسلامي، 3 مايو 2018م، في: <https://m.ahewar.org> s.asp
- 4- أحمد مريم آيت ، نشأة تكنولوجيا الاتصالات وتطورها وعلاقتها مع حوار الأديان - الحوار اليوم، 22 يوليو 2015م، في: <https://www.alhiwartoday.net> node
- 5- أشباب فرح، هل حقاً أدار الشباب العربي ظهره للدين؟ - صحيفة الاستقلال، 30 يونيو 2019م، في: <https://www.alestiklal.net>
- 6- أنماط استخدام الإرهاب الشبكي، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، 2 أكتوبر 2014م، في: <http://fut.ureuae.com>

- 7- بالأرقام .. أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا في العالم، 4 أكتوبر 2020م، في: <https://www.argaam.com>
- 8- بن مصطفى عكاشة ، الإسلاميون والتواصل الاجتماعي: المؤثرات الثقافية، 7 نوفمبر 2019م، في: <https://www.almesbar.net>
- 9- ترتيب أفضل 10 مواقع التواصل الاجتماعي - لسنة 2023م، في: <https://www.star2apps.com>
- 10- الجيزاوي محمد، وسائل التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين وعلينا توجيهه لحماية القيم 6 فبراير 2022م، في: <https://mugtama.com> > item
- 11- الحجى زكية إبراهيم ، أثير وسائل التواصل الاجتماعي على لغة الضاد، 27 نوفمبر 2020م، في: <https://www.al-jazirah.com> > ...
- 12- حسن حنان ، مفهوم التواصل الاجتماعي ومكونات عملية التواصل الاجتماعي وأشكال عملية التواصل الاجتماعي، 21 ديسمبر 2021م، في: <https://www.sanadkk.com> > post
- 13- الحكيم علي، دور برامج التواصل الاجتماعي في تغيير ثقافة المجتمعات والعراق أنموذجا على المنهج البنائي، المركز الديمقراطي العربي، 4 يناير 2022م، في: <https://democraticac.de>
- 14- الحكيم علي، دور برامج التواصل الاجتماعي في تغيير ثقافة المجتمعات والعراق أنموذجا على المنهج البنائي، المركز الديمقراطي العربي، 4 يناير 2022م، في: <https://democraticac.de>
- 15- الحنايفة هدى، نشأة الاتصال الرقمي، موضوع تك، 9 أغسطس 2022م، في: <https://tech.mawdoo3.com>
- 16- السلقموني رماح، وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام، الجزيرة نت، 6 أكتوبر 2021م، في: <https://www.aljazeera.net>
- 17- زكاغ بشرى ، مواقع التواصل الاجتماعي وبناء القناعات الدينية السائلة لدى الشباب، مايو 2019م، في: <https://www.mominoun.com>
- 18- صباحي علي، بخلاف التطبيقات الأخرى.. لماذا يدفع تيك توك المراهقين نحو الانتحار؟ 29 ديسمبر 2022م، في: <https://www.alestiklal.net> > view
- 19- عبّاد شوقي عبد الله ، اللغة العربية ومواقع التواصل الاجتماعي الفرص والتحديات، مجلة البيان، في: <https://www.albayan.co.uk> > ...
- 20- عبد المعطي، إبراهيم ، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اللغة العربية في: <https://www.drabdelmoaty.com>
- 21- عبدالحافظ أماني ، التأثيرات الاجتماعية والسياسية للإعلام الرقمي 20 سبتمبر 2021م، في: <https://idsc.gov.eg> > View
- 22- عفان الذهب الإعلام الجديد ومدى تأثيره في المجتمع، المركز الديمقراطي العربي، 17 سبتمبر 2021م، في: <https://democraticac.de> > ...
- 23- عني عبد الرحيم ، في تغيير القيم وبناء الهويات الرقمية - ديوان العرب، 15 أغسطس 2013م، في:

- 24- فوزان خالد ، أشهر مواقع التواصل الاجتماعي في بريطانيا، 10 مواقع عالمية تعرف عليها، 24 أغسطس 2021م، في: <https://www.mdmods.com>
- 25- الكعبي يونس، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تفكير الشباب العربي، 12 يوليو 2021م، في: <https://tisri.org>
- 26- محمود دينا، تعريف الإعلام الرقمي وأنواعه وأهميته، المرسال، 28 أغسطس 2022م، في: <https://www.almrsal.com> > post
- 27- نشأة الإنترنت، الكون الرقمي: الثورة العالمية في الاتصالات - مؤسسة هنداوي، في: <https://www.hindawi.org> > books
- 28- وحيد زهراء ، الشباب والتقليد الأعمى للموضة، ضياع الشخصية الحقيقية، 7 ديسمبر 2016م، في: <https://bshra.com> > culture
- 29- يحي آدم ، مواقع التواصل الاجتماعي.. كيف تسببت في تسطيح عقول الشباب؟ 4 ديسمبر 2019م، في: <https://www.alestiklal.net> > view

التربية الإعلامية والإعلام الرقمي

"دراسة ميدانية"

Media education and digital media

"Empirical Study"

الأستاذ الدكتور/ عبد الملك الدناني

أستاذ الاتصال في قسم العلاقات العامة بكلية ليوا في أبوظبي - كلية الإعلام بجامعة صنعاء

الدكتور/ سمير بني ياسين

أستاذ الإعلام الرقمي المساعد في جامعة المدينة - عجمان

الملخص:

لقد فرض الإعلام الرقمي نفسه في المجال التعليمي والعلمي في كليات وأقسام الصحافة والإعلام في الوطن العربي، كما اقتضت التطورات المتسارعة الحاصلة من خلال الإعلام الرقمي الاهتمام بالإعلام الاجتماعي، وذلك بحكم هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي والنشاط المتسارع والمؤثر فيها، وأصبحت من بين القضايا الحيوية والجوهرية الهامة التي يتطلب التعرف على أبعادها المختلفة.

وتأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع نفسه الذي يسלט الضوء على التربية الإعلامية كضرورة حتمية نتيجة للتطور الحاصل في وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات، لما صاحبها من انعكاسات سلبية على حياة الفرد والمجتمع، من خلال بث ما هو غث وسمين، في وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات، وتفعيل ممارسة الثقافة التشاركية لأفراد المجتمع.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية التربية الإعلامية في ظل التطور الحاصل في مجال الإعلام الرقمي، وهناك العديد من التساؤلات التي تطرح نفسها في هذا الإطار ويتطلب الإجابة عنها للربط بين أهمية التربية الإعلامية في ظل التطور الواسع والسريع للإعلام الرقمي والعلاقة الجدلية بينهما، لا سيما في الوطن العربي بحكم أنه جزء من المنظومة الدولية.

الكلمات المفتاحية:

التربية الإعلامية، الإعلام الرقمي، الإعلام التربوي، التطور التقني.

Abstract:

The digital media has imposed itself in the educational and scientific field in the colleges and departments of journalism and media in the Arab world, and the rapid developments taking place through digital media have required attention to social media, due to the dominance of social networks and the accelerated and influential activity, and it has become among the most vital and fundamental issues that require Learn about its different dimensions.

The importance of this study comes from the importance of the subject itself, which highlights the need to pay attention to media education as an inevitable necessity as a result of the development taking place in the means of communication and information technologies, and that is due to the negative repercussions on the life of the individual and society, by broadcasting what is sick and fat, in the means of communication and techniques information, and activate the practice of participatory culture for community members.

This study aims to identify the importance of media education in light of the development taking place in the field of digital media. In the Arab world because it is part of the international system.

المقدمة:

لقد برز مفهوم التربية الإعلامية منذ أواخر عقد الستينيات من القرن العشرين، وكان ينظر إليه على أنه (التربية التي تختص في التعامل مع وسائل الإعلام وقنوات الاتصال المختلفة)، ويدخل ضمنها الكلمات والرسوم المطبوعة، والصوت والصورة المتحركة والساكنة، والتي يتم عرضها وتقديمها من خلال أي وسيلة من وسائل الاتصال. وفرض التطور الذي حصل في وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات خلال العقد الأخير من القرن العشرين ومطلع القرن الحادي والعشرين في انتشار قنوات البث الفضائي وظهور شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، مما أتاح للفرد في أي مكان الحصول على المعلومة التي يبحث عنها في أي مجال من مجالات الحياة المختلفة، وهذا مجال إيجابي للتطور الحاصل في انتشار وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة، حيث أصبحت مشاركة الإنسان في مختلف الأنشطة الثقافية والتربوية والاجتماعية والاقتصادية، وكان للمؤسسة التعليمية والتربوية حصة منها وهدف رئيس لانفتاح المؤسسات الإعلامية، ويدخل ضمنها الإعلام الرقمي.

وأصبحت التربية الإعلامية ضرورة ملحة وهادفة لزيادة المعارف في المجالات التحليلية والنقدية للنص الإعلامي سواء الذي تقدمه وسائل الاتصال التقليدية أو تقنيات المعلومات الحديثة، وقد عقدت العديد من المؤتمرات والورش العلمية في العديد من الأقطار العربية لمناقشة الابعاد الاستراتيجية للتربية الإعلامية، بهدف التعرف على مفهوم التربية الإعلامية في ظل عولمة الاتصال، وانتشار وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات وتأثيرها في بروز العديد من المفاهيم الاجتماعية والفكرية لدى المواطن في المجتمع العربي. وفي ظل التطورات التي وفرها الإعلام الرقمي أصبحت المعلومة متاحة، بل ومشاعة "مثل الماء والهواء"، لمن يرغب في الترويج لها أو يبحث عنها، ويمكن الحصول عليها بسهولة ويسر.

المبحث الأول/ الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة:

في ظل التطور السريع والواسع الحاصل في وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات الحديثة تواجه التربية الإعلامية عربياً وعالمياً إشكاليات وتحديات متعددة يأتي في مقدمتها هيمنة الإعلام الرقمي الذي فرض نفسه بقوة في كافة المجالات، ومنها المجال التعليمي والعلمي وهيمنة شبكات التواصل الاجتماعي والنشاط المتسارع والمؤثر على أفراد المجتمع، لاسيما شرائح النشء والشباب والمراهقين، حيث اقتضت هذه التطورات المتسارعة الحاصلة في الإعلام الرقمي الاهتمام بما ينشره الإعلام الاجتماعي، ومواكبة كليات وأقسام الإعلام والاتصال الجماهيري في الجامعات العربية، بأدراج مقررات ومفردات للتربية الإعلامية والإعلام الرقمي ضمن مناهجها التعليمية، هذه القضية من بين القضايا الحيوية والجوهرية التي يتطلب التعرف على أبعادها وتأثيراتها المختلفة.

وتتمحور إشكالية هذه الدراسة من قضية جوهرية تربط الإعلام الرقمي بالتربية الإعلامية، واستقراء تأثيراته المختلفة، ومصداقيته في التغطية الإعلامية ونشر الاخبار والمعلومات، والترويج للأفكار التي يحملها للجمهور.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع نفسه الذي يسלט الضوء على التربية الإعلامية كضرورة حتمية نتيجة للتطور الحاصل في وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات، وذلك لما صاحبها من انعكاسات سلبية على حياة الفرد والمجتمع، من خلال بث كل ما هو "غث وسمين"، في وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات الحديثة، وتفعيل ممارسة الثقافة التشاركية لأفراد المجتمع. ويمكن أن تكون هذه الدراسة دليل استرشادي ومرجع مفيد للباحثين في مجال التربية الإعلامية للتغلب على الدور السلبي للإعلام الرقمي وتقوية دوره الإيجابي.

ثالثاً: هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الآتي:

- الكشف عن العلاقة الجدلية القائمة بين التربية الإعلامية والتطور الحاصل في الإعلام الرقمي.
- التعرف على مدي اهتمام المؤسسات التعليمية والإعلامية العربية بالتربية الإعلامية.
- التعرف على مستوى الأهمية التي فرضها تطور الإعلام الرقمي على التربية الإعلامية.
- التعرف على التأصيل العلمي للتربية الإعلامية في ظل التطور الحاصل في الإعلام الرقمي.
- التعرف على واقع التربية الإعلامية في المجال التربوي العربي لمواكبة تطور الإعلام الرقمي.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

تسعي هذه الدراسة إلى الإجابة عن العديد من التساؤلات المتصلة بواقع العلاقة القائمة بين التربية الإعلامية والإعلام الرقمي وأهميتها في ظل التطور الحاصل في مجال الإعلام الرقمي، لا سيما في الوطن العربي بحكم أنه جزء من المنظومة الدولية، ويمكن إيجاز التساؤلات في الآتي:

- ما العلاقة الجدلية القائمة بين التربية الإعلامية والإعلام الرقمي؟
 - ما مدي اهتمام المؤسسات التعليمية والإعلامية العربية بالتربية الإعلامية؟
 - ما مجالات تأثير الإعلام الرقمي على التربية الإعلامية؟
- تحاول هذه الدراسة العلمية الإجابة عن هذه التساؤلات وغيرها وصولاً إلى النتائج والتوصيات.
- ويمكن صياغة فروض الدراسة على النحو الآتي:
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التربية الإعلامية والإعلام الرقمي.
 - يخلو الإعلام الرقمي من محددات التربية الإعلامية وضوابطها.

خامساً: منهجية البحث:

استخدمنا في تنفيذ هذه الدراسة المنهج الوصفي اعتماداً على أسلوب المسح "المسح بالعينة"، بُغية الحصول على المعطيات المطلوبة كمياً ونوعياً عن اتجاهات المبحوثين تجاه التربية الإعلامية، بهدف التوصل إلى استنتاجات علمية بشأنها. باستخدام منهجية التحليل والاستقصاء، بوصفها أنسب المناهج لوصف المحتوى مما تمّ استقصاؤه وتتبعه من كتابات ومدشورات حول التربية الإعلامية والإعلام الرقمي.

سادساً: أدوات جمع البيانات:

تعدّ الاستبانة الأداة الرئيسة لجمع المعلومات المتصلة بالدراسة، فضلاً عن استخدام المقابلة كأداة مساعدة في عملية التحليل، ذلك أن المعطيات الكمية وحدها يمكن أن تكون ليست كافية في الوصول إلى الاستنتاجات. ولهذا تطلب الأمر إجراء مقابلات مع عينة صغيرة من المبحوثين للوقوف على دلالات المعطيات الإحصائية وتفسيراتها من خلال منصة زوم الإلكترونية، لا سيما مع الزملاء اللذين يقومون بالتدريس في بعض الجامعات، وهم مشمولين بعينة الدراسة. كما تم تنفيذ اختبار صدق الاستبانة وتحكيمه من جهة مجموعة من الزملاء المتخصصين، للاستفادة من خبراتهم التراكمية العملية والعلمية في مجال البحث العلمي، وحظيت الاستبانة على موافقة المحكمين شكلاً ومضموناً، لا سيما فيما يتصل بالصياغة المجملية للمكونات الإعلامية والتربوية.

سابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:

شمل مجتمع الدراسة عينة من الأساتذة الجامعيين في مجالي الاعلام والتربية، ويعملون في الجامعات الإماراتية والعربية للعام الدراسي 2022/2021. وقد بلغ عدد أفراد العينة العشوائية 320 استاذ جامعي، تم اختيارهم بأسلوب عشوائي، حسب معادلة راوسوفت. ووزعت الاستبانة باستخدام تقنية برنامج جوجل Google، ومن خلال ردود أفراد العينة بلغ عدد الاستبيانات المملوءة بعد 20 يومًا من التعميم والمتابعة (300) استمارة، وهو العدد الذي تم الاعتماد عليه في الدراسة التحليلية.

ثامناً: حدود الدراسة:

الحدود البشرية: عينة من الأساتذة الأكاديميين العاملين في الجامعات الموجودة بدولة الإمارات العربية المتحدة.
الحدود المكانية: الجامعات الموجودة في إمارات أبوظبي، ودبي، والشارقة.
الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2021-2022م.

تاسعاً: المعالجات الإحصائية:

تم استخدام برنامج SPSS لمعالجة البيانات إحصائياً، حيث استخدمت نسب التكرارات والمتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية بهدف تحديد الوزن النسبي للاستبانة، كما استخدم كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha بهدف تحديد الثبات. وتم استخراج المتوسط الحسابية لإجابات عينة الدراسة على كل سؤال من اسئلة الاستبانة.

عاشراً: الدراسات السابقة:

اطلع الباحثان على العديد من الدراسات السابقة التي تتصل بقضايا التربية الإعلامية والإعلام الرقمي ومجالاتها المتعددة، منها دراسات تناولت التربية الإعلامية وبعضها الآخر تناولت الإعلام الرقمي. ولوحظ أن بعض الدراسات السابقة تناولت أفكاراً بحثية قريبة من هذه الدراسة أو أنها تناولت أجزاء منها، ومن هذه الدراسات:

- (دراسة هبة سليم، 2019)¹، بعنوان: دور الإعلام التربوي في تلبية احتياجات الطلبة العلمية في ظل أزمة كورونا من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام التربوي في

¹ هبة سليم، دور الإعلام التربوي في تلبية احتياجات الطلبة العلمية في ظل أزمة كوفيد19 من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية، 2019.

تلبية الاحتياجات العلمية للطلاب في ظل جائحة كوفيد19 من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها:

1- أن للإعلام التربوي دور في تلبية الاحتياجات العلمية للطلاب تراوحت بين عالية إلى الأقل.

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة تجاه دور الوسائط التربوية في تلبية الاحتياجات العلمية للطلاب في ظل أزمة كوفيد19.

- (دراسة حسين، والحربي، 2019)¹، بعنوان: دور الإعلام التربوي في إثارة قضايا الإدارة التربوية، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام التربوي في إثارة قضايا الإدارة التربوية من وجهة نظر الخبراء التربويين والإعلاميين في منطقة الرياض. وبلغ مجتمع الدراسة (345) خبيراً ومتخصصاً في مجال الإعلام التربوي من الخبراء التربويين والإعلاميين. واستخدم الاستبانة أداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها:

1- أن للإعلام التربوي دور ضعيف في إثارة قضايا الإدارة التربوية المتصلة بالتخطيط والتنظيم والرقابة والتطوير من وجهة نظر الخبراء التربويين والإعلاميين.

- (دراسة عمر العامري، وخصاونة، 2018)²، بعنوان: تصور مقترح لتطوير دور الإعلام التربوي في المدارس الثانوية بإمارة أبوظبي. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الإعلام التربوي في المدارس الثانوية بإمارة أبوظبي من وجهة نظر الطلبة. وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات موزعة على خمسة مجالات، هي (الصحافة المدرسية، والتكنولوجيا التدريسية، والإذاعة المدرسية، والندوات والمحاضرات، والتواصل مع الأسرة والمجتمع المحلي). وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج، منها:

1- أن مجالي الصحافة المدرسية والتكنولوجيا التدريسية جاءت في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (2.43)، ومجال الإذاعة المدرسية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.41).

2- جاء مجالي الندوات والمحاضرات والتواصل مع الأسرة والمجتمع المحلي في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.40).

- (دراسة حارث الخيون، 2018)³، بعنوان: الإعلام التربوي ودوره في تشكيل وعي الطفل. وهدفت الدراسة إلى الكشف عن الإعلام التربوي والدور المطلوب منه، وبيان أثر الإعلام التربوي في بناء الشخصية الإنسانية السوية وبيان أثر الإعلام التربوي في تشكيل وعي الطفل. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها:

1- أن للإعلام التربوي يساهم في تقويم سلوك الإنسان، وبناء نظام اجتماعي يساهم في تحقيق غايات عليا ويساهم في تنمية وعي الطفل.

¹ حسين والحربي، دور الإعلام التربوي في إثارة قضايا الإدارة التربوية من وجهة نظر الخبراء التربويين والإعلاميين.
² عمر العامري، وخصاونة، تصور مقترح لتطوير دور الإعلام التربوي في المدارس الثانوية في أبوظبي، 2018.
³ حارث الخيون، الإعلام التربوي ودوره في تشكيل وعي الطفل، 2018.

- (دراسة إبراهيم، 2016)¹، حول الإعلام في البحرين وما يقدمه من رسائل في تنمية المهارات الشخصية، وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام التربوي في مملكة البحرين، والمهام التي تقوم بها لتنمية القدرات التعليمية للطلاب، والقدرات المهنية، وكشف فاعلية التعليم التربوي لدى طلاب المرحلة الثانوية في البحرين. تم تطبيقهما على عينة من عينة من الطلاب مكونة من 500 فقرة، وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج، منها:

1- هناك دلالة إحصائية في دور الإعلام والتعليم في وزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين، وتنمية المهارات الشخصية في تنمية المهارات الشخصية للمهارات التربوية في التربية والتعليم بمملكة البحرين.

2- ظهرت تنمية المهارات الشخصية لطلاب المرحلة الثانوية في كيفية تغيير التخصص.

- (دراسة نهى السيد أحمد ناصر 2016م)²، هدفت هذه الدراسة إلى إعداد معلمين قادرين على فهم وسائل الإعلام التي تستخدم في مجتمعهم، والأساليب التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكينهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام لتفاهم مع الطلاب وتطوير الأسلوب التعليمي في مرحلة التعليم قبل الجامعي. وخرجت هذه الدراسة بالعديد من النتائج، منها:

1- حالة التربية الإعلامية والرقمية في الوطن العربي متردية، ومستواها متدني لدى الشباب العربي.

2- ما زالت الجهود المصرية في مجال التربية الإعلامية، متدنية وتحتاج إلى مزيد من التأسيس للمفهوم في المؤسسات التعليمية.

3- ضعف الوعي بمفهوم التربية الإعلامية عند المعلمين، في ظل تطور مستمر في مجال الإعلام الرقمي.

- (دراسة أحمد جمال حسن محمد، 2015)³، بعنوان: التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات، وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر أنموذج التربية الإعلامية المقترح نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، بالتطبيق على عينة قوامها (32) طالباً من طلاب الفرقة الثانية قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا، وتمثلت أدوات الدراسة في اختيار تحصيلي، ومقياس المسؤولية الاجتماعية. وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- هناك تأثير لأنموذج التربية الإعلامية المقترح في تحصيل طلاب عينة الدراسة للجانب المعرفي لموضوع التربية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية.

2- هناك تأثير لأنموذج التربية الإعلامية المقترح في تنمية مستوى مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب عينة الدراسة والتقليل من تأثيراتها السلبية عليهم.

¹ إبراهيم، الإعلام البحريني وما يقدمه من رسائل في تنمية المهارات الشخصية، 2016.

² نهى السيد أحمد ناصر، 2016.

³ أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية: نحو مضامين الشبكات، 2015،

- (دراسة ميرى عبود، فارس الحاج، محمد كالس، 2013م)¹، بعنوان: التربية الإعلامية في عصر المواطن الصحفي، وانطلقت هذه الدراسة من إشكالية ربط صحافة المواطن بالتربية الإعلامية، واستقراء تأثيراتها المختلفة، ومصداقية تغطيتها لدى الجمهور. وخرجت هذه الدراسة بالعديد من النتائج، منها:

1-ازدادت أهمية التربية الإعلامية في ظل صحافة المواطن، ورسائلها أقل موضوعية ومنتقصة للدقة.

2-أتاحت صحافة المواطن حرية الإرسال والمقدرة على الاستقبال، كجزء لا يتجزأ من التربية الإعلامية.

- (دراسة ريهام عبد الرازق محمود خطاب، 2013)²، بعنوان: فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية في إدراك عينة من الأطفال المصريين للعنف التلفزيوني. وسعت هذه الدراسة إلى إعداد برنامج لإكساب أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة مهارات التربية الإعلامية لإدراك مظاهر العنف بالأفلام المصرية، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وشملت عينة الدراسة (23) طفلاً من أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة، أعمارهم ما بين 9 – 12 عاماً. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها:

وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات الأطفال عينة الدراسة قبل تطبيق برنامج التربية الإعلامية على مقياس "إدراك العنف بالأفلام المصرية من خلال مهارات التربية الإعلامية وبعده لصالح التطبيق البعدي.

- (دراسة الدري، 2012)³، حول واقع استخدام الوسائط التربوية في إكساب مهارات الإعلام التربوي. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام الوسائط التربوية في إكساب مهارات الإعلام التربوي. دراسة وصفية، واستخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، بتطبيقها على عينة من الطلاب. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج الدراسية، من أهمها:

1-اتفق أفراد عينة الدراسة على أهمية استخدام الوسائط التربوية في مهارات الاتصال للطلاب الذين يعانون من صعوبات التعلم، وفق المعيار الذي تحدده الدراسة.

2-اتفق أفراد عينة الدراسة على أن درجة استخدام الوسائط التربوية في نقل مهارات الاتصال للطلاب ذوي صعوبات التعلم كانت ذات دلالة إحصائية وفق المعيار الذي حددته الدراسة.

- (دراسة مسعود، 2010)⁴، وهدفت إلى التعرف على دوافع استخدام طلاب المرحلة الثانوية لوسائل الإعلام التربوية والإرشادات التي تحققت منهم في محافظتي المنيا والإسكندرية. دراسة وصفية واستخدام الاستبانة كأداة بتطبيقها على عينة من الطلاب. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج الدراسية، من أهمها:

هناك دلالة إحصائية بين معدل استخدام طلاب المرحلة الثانوية للوسائط التعليمية والدوافع وراء استخدام هؤلاء الطلاب لهذه الوسائط، ومدى مشاركتهم في تلك الوسائط، والإشباع الذي تحقق من خلال استخدامهم لها.

¹ ميرى عبود، وآخرين، التربية الإعلامية في عصر المواطن الصحفي، 2013.

² ريهام عبد الرازق محمود، فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية في إدراك عينة من الأطفال المصريين للعنف التلفزيوني، 2013.

³ الدري، واقع استخدام الوسائط التربوية في إكساب مهارات الإعلام التربوي، 2012.

⁴ مسعود، دوافع استخدام طلاب المرحلة الثانوية لوسائل الإعلام التربوي، 2010.

- (دراسة محمد بن بجات الخطيب 2007)¹، بعنوان: دور المدرسة في التربية الإعلامية، وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد أوجه المقاربة والمفارقة بين التربية والإعلام، وإلقاء مزيداً من الضوء على التربية الإعلامية من حيث أهدافها وأساليبها ومجالاتها ووسائلها، استناداً إلى الوظيفة التي تقوم بها المدرسة في التربية الإعلامية، وخلصت إلى العديد من النتائج، منها:

1- هناك نسبة قليلة من المدارس التي تتبنى تقديم خدمات التربية الإعلامية على الصعيد المدرسي.

2- تواجه التربية الإعلامية المدرسية العديد من المعوقات الناجمة أساساً عن الإهمال الممارس.

ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة:

اطلع الباحثان على العديد من الدراسات واستفادا منها وبنيا بحثهما عليها فأبانا العلاقة الجدلية القائمة بين التربية الإعلامية والإعلام الرقمي، لاسيما في ظل التطور المتسارع الحاصل في مجال الإعلام الرقمي من وجهة نظر الأستاذة المتخصصةين في مجال الإعلام والتربية، ولعل أبرز ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة:

1- تركيزها على التعرف على وجهة نظر أساتذة الإعلام والتربية في الجامعات العربية، حول التربية الإعلامية والإعلام الرقمي.

2- تصديها للعلاقة الجدلية القائمة بين التربية الإعلامية والإعلام الرقمي، وأثر الإعلام الرقمي على السلوك الإنساني في ظل التطورات التقنية المتسارعة لوسائل الاتصال المتعددة.

3- تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عشوائية من أساتذة الإعلام والتربية في الجامعات العربية، في دولة الإمارات العربية المتحدة خلال عام 2021.

4- تنفيذها في ظل الانتشار الواسع والسريع للإعلام الرقمي، لا سيما في ظل انتشار جائحة وباء كوفيد19، التي تعيشها دول العالم، ومنها الدول العربية.

المفاهيم العلمية المتصلة بالدراسة:

تعريف التربية الإعلامية: يعرف مؤتمر التربية الإعلامية للشباب عام 2002، على أنها «التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية، ويشمل التحليل النقدي للمواد الإعلامية، وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها. وتشمل التفكير النقدي، والمشاركة وإنتاج الأفكار والمعالجات. وتحليل الخبر، بل إعادة قراءة ونقد التعليم والأفلام التلفزيونية والسينما والصورة وغيرها وأن يكون للمواطن حق المشاركة في كافة مجالات الحياة.

¹ محمد بن بجات الخطيب، دور المدرسة في التربية الإعلامية، 2007،

التربية الإعلامية: يشمل التعليم الإعلامي على كافة الممارسات التي تمكن الناس من الوصول إلى الوسائط، أو تقييمها بشكل نقدي، أو إنشاءها، أو معالجتها، يهدف التعليم الإعلامي إلى تعزيز الوعي بتأثير وسائل الإعلام وخلق موقف نشط تجاه كل من استهلاك وإنشاء وسائل الإعلام.

الاعلام الرقمي: تقنيات الاتصال الحديثة التي تولدت من التزاوج بين أجهزة الحواسيب والهواتف الذكية والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي، والصوت، والنص، والفيديو. وكثيراً ما يحدث خلط بين مفهوم الاعلام التربوي والتربية الإعلامية، مع أنهما يختلفان في الغاية. فالتربية الإعلامية تستهدف تربية النشء على التعامل النقدي والواعي مع وسائل الاعلام، أي محو الأمية الإعلامية.

الاعلام التربوي، فانه يعني توظيف وسائل الاعلام المدرسية من صحافه مدرسيه واذاعه مدرسيه لتحقيق اهداف التربية. في حين ان التربية الإعلامية تعتمد على تنشيط وتفعيل قدرة الجمهور في الادراك والتحليل والنقد والانتقاء بأسلوب فعال مع الاعلام وقنواته ورسائله بأساليب ذكية.

المبحث الثاني/ الإطار المعرفي للدراسة

التربية الإعلامية والإعلام الرقمي:

لقد كان لوسائل الاتصال وتقنيات المعلومات الحديثة دورها في تطوير مسار التعليم. حيث لعبت دوراً مهماً في التأثير على الفئات المحرومة من التعليم، من خلال إدراك أهمية التعليم. وساهمت وسائل الإعلام، ومنها الإذاعة والتلفزيون وشبكة المعلومات الدولية الإنترنت في انتشاره بين الجماهير التي هي في أمس الحاجة إلى تطوير مهارات القراءة والكتابة الأساسية والحساب، من أجل جعل معيشتهم فعالة. ولها العديد من الوظائف والاهداف التي سعت إلى تحقيقها على مستوى الأفراد والجماعات، وتعد هذه الوسائل أحد الركائز الاستراتيجية لبناء مشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لجميع المجتمعات من خلال التربية الاجتماعية، والأخلاقية، والتعليمية، والإرشادية. حيث يمكن من خلال هذه الوسائل بناء الفرد، وشخصية متكاملة ومتوازنة تساهم في أداء الواجبات والمسؤوليات بالشكل المجتمعي المطلوب.

وأصبح الإعلام محور من محاور العملية التعليمية، لاسيما في ظل التطورات المتسارعة الحاصلة في وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات التي فرضت مظهراً من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية، لهذا تم

إدراج الإعلام التربوي ضمن التخصصات التربوية المنتشرة في المؤسسات التعليمية، فالإعلام التربوي هو الموائمة بين التعليم والإعلام من أجل صياغة سلوك البشر، لاسيما النشء والشباب بشكل متوازن، حيث لا تجر مرونة وسائل الإعلام إلى الانفلات، ولا يقيد حذر التربية مسيرة التطور المتلاحق في مجال الإعلام الرقمي الحاصل في دول العالم¹.

وعلى هذا الأساس فهي تشمل القدرة على الوصول للمعلومات، والقدرة على تحليل الرسائل وتقويمها وإيصالها، كونها تلعب دوراً بارزاً في إكساب الأطفال الثقافة الاجتماعية السليمة، ومساعدتهم على امتلاك مهارات النقد والتقويم، والتحليل وحل المشكلات والربط بين المتغيرات، والمهارات التركيبية ومهارات القراءة والكتابة والحديث، والمهارات الاجتماعية والثقافية، التي تساعدهم على الاتصال الفعال².

إن الإعلام التربوي عملية تتكون من مجموعة من الخطوات المرتبة والمنظمة والقائمة على تحقيق أهداف محددة يترتب على تحقيقها مواجهة مشكلات تربوية يعاني منها أفراد المجتمع، حيث يتفاعل ويتكامل مع عمليات أخرى في المجتمع، سواء كانت هذه العمليات ذات طابع اقتصادي، ديني، سياسي، اجتماعي، ثقافي، وغير ذلك من المجالات، للوصول إلى الهدف التربوي نفسه، وهذا لن يتحقق إلا بضرورة وجود ممارسين مهرة في مجال الإعلام التربوي³.

لقد انطلقت فكرة التربية الإعلامية في الوطن العربي خلال العقد الأول من الألفية الثالثة، كضرورة ملحة وهادفة لزيادة المعارف في المجالات التحليلية والنقدية للنص الإعلامي سواء الذي يقدمه الإعلام العربي أو الأجنبي،

¹ د. محمد منير سعد الدين، دراسات في التربية الإعلامية، ط1، المكتبة العصرية، بيروت: 1990، ص90.
² أشجان حامد أشديفات، خلود أحمد الخصاونة: "واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في 2012، المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها"، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، العدد 60.
³ نوف بنت دغش بن سعيد القحطاني، الإعلام التربوي ودوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي في المملكة العربية السعودية"، (رسالة ماجستير منشورة)، كلية التربية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2006، ص38-39.

وعقدت العديد من المؤتمرات والورش العلمية في العديد من الأقطار العربية لمناقشة الأبعاد الاستراتيجية للتربية الإعلامية، ومنها ورشة علمية في بيروت عام 2006، بدعوة من الجامعة الأمريكية، بهدف التعرف على مفهوم التربية الإعلامية في ظل عولمة الإعلام، وانتشار وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات وتأثيرها في بروز العديد من المفاهيم الاجتماعية والفكرية لدى المواطن في المجتمع العربي.

التربية الإعلامية في المناهج الدراسية العربية:

لم يكن موضوع الاهتمام والدعوة لدراسة التربية الإعلامية والرقمية أمراً حديثاً، إنما هو يدخل ضمن اهتمامات العديد من المنظمات المحلية والإقليمية والدولية، ومنها توجهات منظمة اليونسكو، حيث دعت لتدريس التربية الإعلامية منذ عام 1982. وهناك مساهمات دولية في تعريف التربية الإعلامية، حيث عرّفها مؤتمر فيينا 1999 بأنها التعامل مع وسائل الإعلام والاتصال، من صور متحركة وثابتة وكلمات ورسوم، التي تقدمها تقنيات المعلومات والاتصالات المختلفة، وتمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم المناسبة.

وبالنسبة للوطن العربي فإنه يتفاعل بشكل محدود مع قضية التربية الإعلامية والرقمية، لا سيما في كليات الإعلام بالدراسات الجامعية الأولية والعليا، وابتداءً من لبنان حيث كانت نقطة الانطلاق لطرح هذا المفهوم وتعميمه على الجامعات وبعض المدارس بالتعاون مع منظمة اليونسكو، وكذلك في العراق دخلت في مناهج الدراسات العليا، وفي سورية دخلت إلى المجالات التعليمية في الجامعات، وكذلك في الجامعات المصرية والفلسطينية والأردنية، لا سيما في معهد الإعلام للدراسات العليا، وحتى في سلطنة عمان واليمن التي دخل مشاركون منها في أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية ببيروت.

وبحسب المعطيات التي تم الحصول عليها من بعض التقارير فإن الانفتاح سيكون على كافة البلدان العربية، وفق خطة لليونسكو، حيث ظهر منذ بداية القرن الحادي والعشرين محاولات عربية من المؤسسات الإعلامية والأكاديمية وبعض الشخصيات والناشطون لتعميق مفهوم التربية الإعلامية وتطبيقاته، وإنضاج فكرة إدخاله ضمن المناهج الدراسية، وطرحت فعلاً المقالات والأبحاث العلمية، حتى أصبحت وزارات التربية والتعليم العالي في الوطن العربي على دراية تامة بأهمية الإعلام الرقمي بغية إلزام مؤسساتها بتطبيقه ضمن مناهجها التربوية والتعليمية. (رمضان، عليا، 2019).

لقد أصبح الإعلام الرقمي من بين أهم الموضوعات الحيوية والجوهرية التي فرضت نفسها بقوة في المجال الأكاديمي، في بعض كليات وأقسام الصحافة والإعلام في الوطن العربي، حيث اقتضت التطورات الحاصلة في مجال وسائل الاتصال من خلال الإعلام الرقمي إدخال الإعلام الاجتماعي، بفعل هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي والنشاط المؤثر للصحفي المواطن، وكذلك التصوير بالكاميرا الرقمية ضمن المناهج العلمية لكليات وأقسام الإعلام في الجامعات العربية، وأخذت وسائل الإعلام دوراً فاعلاً في توجهاتها الفكرية والسياسية والاجتماعية¹.

¹ رمضان، عليا عبد الفتاح، التربية الإعلامية في بيئة الإعلام الجديد، القاهرة: عالم الكتب، 2019، ص106.

ومن هذا المنطلق يقتضي الأمر ضرورة إدخال منهج التربية الإعلامية للتدريس في المدارس الابتدائية والاعدادية والجامعات، لكي يتم الاسهام في تحصيل النشء من الأطفال والشباب والمراهقين ضد الأفكار الهدامة والمتطرفة، على الرغم من محاولة البعض التقليل من تفعيل مسألة التواصل المععمق، وبالنتيجة سوف يكشف عن العديد من الأخطاء والترسبات الموروثة من خلال البحث والنقاش، لا سيما لدى الشباب الذي يبحث عن الشراكة في المعلومة وليس الرجوع إلى سلبيات الماضي باستغلال تقنيات التطور الحاصل في مجال الإعلام الرقمي.

وبناءً على ما سبق ذكره من حقائق علمية، وعلى الرغم من أنه يمكن ارتكاب تجاوزات مختلفة ومتعددة على شبكة الإنترنت وموقع التواصل الاجتماعي فإنّ التجاوزات التربوية تعدّ من المخالفات التي يقع ارتكابها من خلال الإعلام الرقمي. وهناك العديد من التجاوزات التي تحصل في مجال التربية الإعلامية، وتؤثر على الآخرين من أفراد المجتمع من خلال ما ينشر في الإعلام الرقمي.

ويمكن أن يساعد التعليم الإعلامي الشباب على وضع الصور والرسائل الحالية حول السكان الأصليين في منظورها الصحيح من خلال مساعدتهم على فهم كيفية عمل وسائل الإعلام وسبب وجود القوالب النمطية، وكيفية اتخاذ القرارات، ولماذا "من المهم جعلها مهمة". لا يتعلق التعليم الإعلامي بتعلم الإجابات الصحيحة؛ يتصل الأمر باستهلاك صور الوسائط بعقل نشط وناقد وطرح الأسئلة الصحيحة.

المبحث الثالث

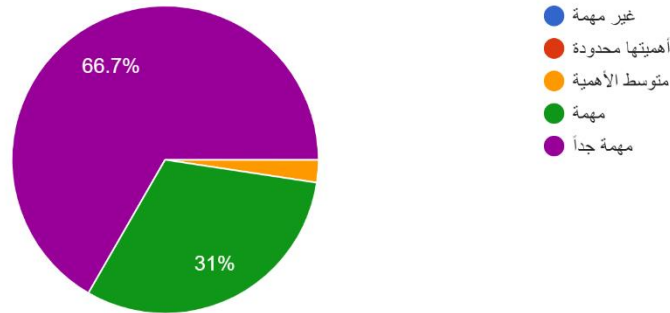
عرض نتائج الدراسة الميدانية في ضوء التساؤلات والفروض وتحليلها

قام الباحثان بتصميم استبانة، وتم عرضها على مجموعة من الزملاء لتحكيمها، واستفاد الباحثان من ملاحظاتهم وآرائهم، لاسيما فيما يتصل باختيار عينة الدراسة، وكما ورد سابقاً فقد تم استخدام عينة عشوائية بسيطة شملت أساتذة ومتخصصين في مجالي الإعلام والتربية، وتم الحصول على عدد 300 من الاستبانات الالكترونية التي وزعت إلكترونياً، وهو ما سيتم الاستناد إليه في عملية التحليل، وذلك كما يأتي:

أولاً: أهمية التربية الإعلامية في ظل الإعلام الرقمي:

1-تمكين المجتمع من مواجهة تحديات التطور الرقمي:

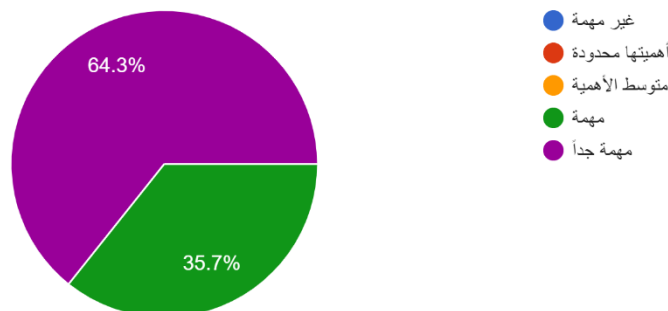
الشكل رقم (1) يبين تمكين المجتمع من مواجهة تحديات التطور الرقمي



أظهرت نتائج الشكل رقم (1) أن التربية الإعلامية تمكن المجتمع من مواجهة تحديات التطور الرقمي. وعند سؤال الباحثين عن دور وأهمية التربية الإعلامية في ظل الإعلام الرقمي أظهرت النتائج أن التربية الإعلامية تساهم في مواجهة تحديات التطور الرقمي بنسبة 66.7% مهمة جداً وبنسبة 31% مهمة.

2-إكساب الأفراد معارف ومهارات محو الأمية الإعلامية:

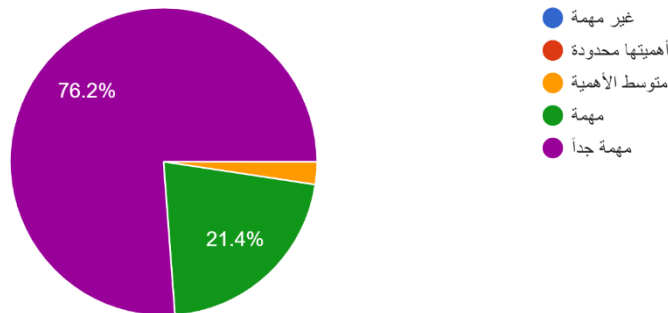
الشكل رقم (2) يوضح إكساب الأفراد معارف ومهارات محو الأمية الإعلامية



كانت النتائج %64.3 مهمة جداً ومهمة بنسبة 35.7%، وهذا مؤشر واضح على دور وأهمية التربية الإعلامية في إكساب الأفراد معارف ومهارات محو الأمية الإعلامية.

3-تعزيز أخلاقيات الإعلام:

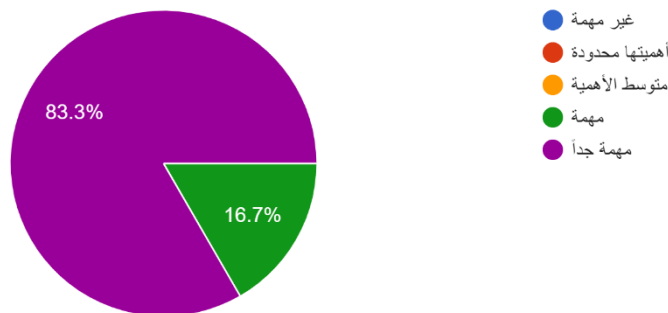
الشكل رقم (3) يوضح تعزيز أخلاقيات الإعلام



وعند عرض سؤال للمبحوثين حول دور التربية الإعلامية في تعزيز أخلاقيات الإعلام. كانت النتائج %76.2 مهمة جداً ومهمة بنسبة 21.4%. وهذا مؤشر واضح على دور وأهمية التربية الإعلامية في تعزيز أخلاقيات الإعلام.

4-تمكين المجتمع من مواجهة التضليل الإعلامي:

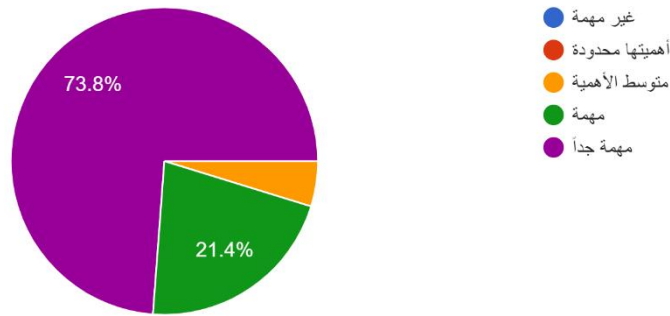
الشكل رقم (4) يوضح تمكين المجتمع من مواجهة التضليل الإعلامي



وعند عرض سؤال للمبحوثين حول دور التربية الإعلامية في تمكين المجتمع من مواجهة التضليل الإعلامي. كانت النتائج 83.3% مهمة جداً ومهمة بنسبة 16.7%. وهذا مؤشر واضح على دور وأهمية التربية الإعلامية في تمكين المجتمع من مواجهة التضليل الإعلامي.

5-تحقيق الاستخدام الآمن لوسائل الإعلام:

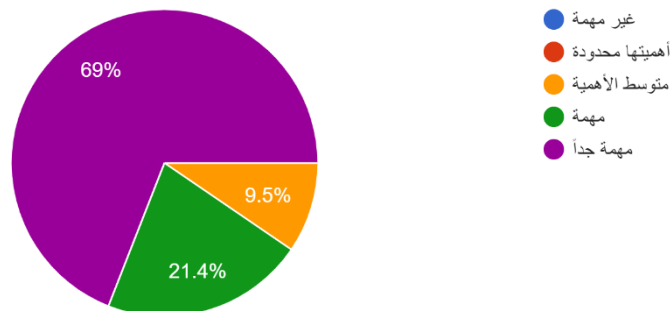
الشكل رقم (5) يبين تحقيق الاستخدام الآمن لوسائل الإعلام



وحول سؤال للمبحوثين عن دور التربية الإعلامية في تحقيق الاستخدام الآمن لوسائل الإعلام جاءت النتائج على النحو الآتي: أن نسبة 73.8% مهمة جداً، ومهمة بنسبة 21.4%. وهذا مؤشر واضح على دور وأهمية التربية الإعلامية في تحقيق الاستخدام الآمن لوسائل الإعلام.

6-الحد من التأثير السلبي للإعلام في المجتمع:

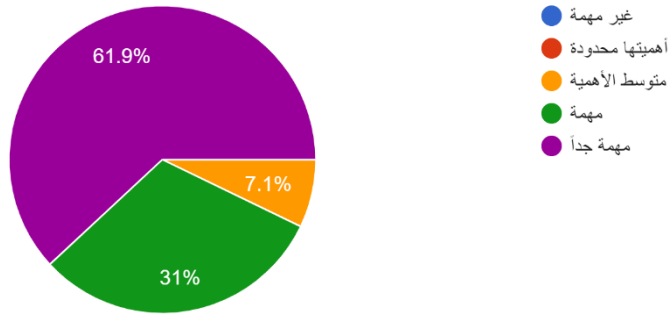
الشكل رقم (6) يوضح الحد من التأثير السلبي للإعلام في المجتمع



يبين الشكل رقم (6) أن أهمية التربية الإعلامية في الحد من التأثير السالب للإعلام في المجتمع نسبة بلغت 21.4% مهمة، و69% مهمة جداً وهذا مؤشر وأضح على دور التربية الإعلامية في الحد من التأثير السالب للإعلام في المجتمع.

7-ضمان التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية:

الشكل رقم (7) يوضح ضمان التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية

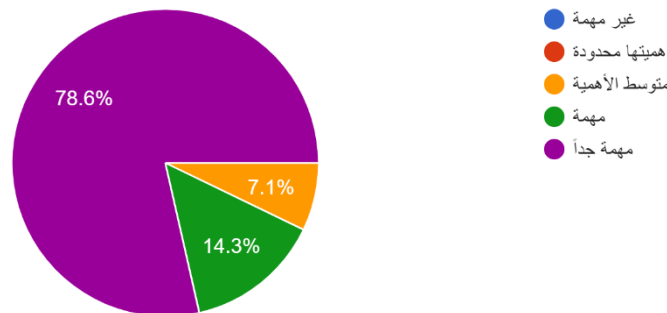


يبين الشكل رقم (7) أن أهمية التربية الإعلامية في ضمان التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية جاءت بنسبة 61.9% بين مهمة جداً ومهمة 31%، وجاءت نسبة متوسط الأهمية 7.1%، وهذا مؤشر يعكس أهمية التربية الإعلامية في ضمان التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية.

8-حماية المجتمع من الغزو الثقافي والاختراق الفكري:

الشكل رقم (8) يوضح حماية المجتمع من الغزو الثقافي والاختراق الفكري

يتضح من الشكل رقم (8) أن أهمية التربية الإعلامية في حماية المجتمع من الغزو الثقافي والاختراق الفكري بلغت نسبته وفق ما يرى المبحوثين 78.6% مهم جداً، و14.3% مهم، وبلغت نسبة 7.1% ممن كان رأيهم بأن التربية



الإعلامية تلعب دور متوسط الأهمية في حماية المجتمع من الغزو الثقافي.

9-تدعيم دور الإعلام في إكساب التربية السليمة:

الجدول رقم (9) يوضح تدعيم دور الإعلام في اكساب التربية السليمة

ت	العبارات	الخيارات			
		غير مهمة	أهميتها محدودة	متوسط الأهمية	مهمة جداً
9	تدعيم دور الإعلام في اكساب التربية السليمة.			7.1%	28.6%

تشير النتائج في الجدول رقم (9) أن نسبة أهمية التربية الإعلامية في تدعيم دور الإعلام واكساب التربية السليمة كانت بنسبة 64.3% مهم جداً، و28.6% مهم، وجاءت نسبة متوسط الأهمية 7.1%، وهذا المؤشر يظهر أهمية التربية الإعلامية ودورها في تدعيم واكساب التربية السليمة.

ثانياً: التحديات التي تواجه التربية الإعلامية الرقمية:

ت	العبارات	الخيارات			
		متدنية جداً	متدنية	متوسطة	عالية جداً
1	ضعف وعي المجتمع بأهمية التربية الإعلامية.		9.5%	16.7%	21.4%
2	عدم وجود المقررات الدراسية التي تعزز التربية الإعلامية.	9.5%	14.3%	28.6%	19%
3	قلة الخبرات والكوادر المهنية في مجال التربية الإعلامية.		11.9%	28.6%	35.7%
4	عدم التنسيق بين المؤسسات التعليمية والمؤسسات الإعلامية.		11.9%	19%	33.3%
5	قلة برامج التدريب والتطوير في مجال التربية الإعلامية.	10.5%	10.5%	26.5%	31%

6	تدني المستوى المعرفي والأداء المهاري للغات الأجنبية.	%14.3	%26.2	%21.4	%31
---	------------------------------------------------------	-------	-------	-------	-----

- عند سؤال الباحثين حول التحديات التي تواجه التربية الإعلامية الرقمية، أظهرت النتائج أن نسبة ضعف وعي المجتمع بأهمية التربية الإعلامية بلغت على التوالي 21.4% نسبة عالية جداً، و26.2%، وعالية بنسبة 16.7%، ومتوسطة بنسبة 9.5% متدنية.

- وبالنسبة للفقرة التي تشير إلى عدم وجود المقررات الدراسية التي تعزز التربية الإعلامية. جاءت النتائج كالآتي: متدنية جداً بنسبة 9.5%، ومتدنية 14.3%، ومتوسطة بنسبة 28.6%، وعالية بنسبة 19%، وعالية جداً بنسبة 28.6%.

- أما بالنسبة لسؤال حول تدني مستوى الخبرات والكوادر المهنية في مجال التربية الإعلامية فقد حققت أعلى نسبة 19% عالية جداً، تلاها عالية بنسبة 35.7%، وجاء خيار أقل بنسبة 11.9% متدنية.

- أما عبارة سبب عدم التنسيق بين المؤسسات التعليمية والمؤسسات الإعلامية، والتي تعدّ من التحديات التي تواجه التربية الإعلامية الرقمية فقد جاءت نسبة عالية جداً 26.2%، ونسبة عالية 33.3%، ونسبة متوسطة فقد جاءت بنسبة 19%، ونسبة 11.9% متدنية.

- وعند سؤال الباحثين حول قلة برامج التدريب والتطوير في مجال التربية الإعلامية كأحد التحديات في مجال التربية الإعلامية فقد جاءت بنسبة عالية جداً 21.5%، ونسبة عالية 31% ونسبة متوسط 26.5%.

- وعند سؤال الباحثين عن تدني المستوى المعرفي والأداء المهاري للغات الأجنبية كانت تتفاوت آرائهم ما بين نسبة 31% عالية جداً، ونسبة 21.4% عالية.

ثالثاً: المقترحات العملية لتفعيل التربية الإعلامية في المجتمع:

ت	العبارات	الخيارات			
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة
1	الاستفادة من التجارب العالمية الناجحة.			7.1%	40.5%
2	تضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية.			4.2%	32.5%
					52.4%
					62.8%

3	توجيه ودعم الأنشطة البحثية نحو مجالات التربية الإعلامية.				2.7%	51.2%	46.5%
4	عقد المؤتمرات وورش العمل والمنتديات المتخصصة.				9.1%	38.6%	52.3%
5	زيادة التوعية المجتمعية بأهمية التربية الإعلامية.				2.4%	54.4%	43.2%
6	عقد شراكات بين الجهات التعليمية والمؤسسات الإعلامية.				4.5%	50%	45.5%
7	تضمين التفكير الناقد في المناهج الدراسية حول التربية الإعلامية.				13.6%	45.5%	39.5%

- عند سؤال المبحوثين حول الاستفادة من التجارب العالمية الناجحة كمقترح لتفعيل التربية الإعلامية في المجتمع جاءت نسبة موافق بشدة 52.4%، ونسبة موافق كانت 40.5%، وجاءت أقل نسبة محايد 7.1%.

- أما بالنسبة للفقرة الثانية التي كانت حول المقترح بتضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية فقد كانت نسبة موافق وموافق بشدة على التوالي 32.5% 62.8%.

- وعند سؤال المبحوثين حول توجيه ودعم الأنشطة البحثية نحو مجالات التربية الإعلامية أجمع المبحوثين على أهمية هذا التوجه ونسبة 97.7%.

- أما بالنسبة للعبارة التي حملت مقترح عقد المؤتمرات وورش العمل والمنتديات المتخصصة لتفعيل التربية الإعلامية في المجتمع فقد جاءت نسبة موافق بشدة 52.3%، ونسبة موافق كانت 38.6%، أما محايد فقد كانت نسبتها 9.1%.

- وعند سؤال المبحوثين حول أهمية زيادة التوعية المجتمعية بهدف تفعيل دور التربية الإعلامية فقد جاءت نسبة الموافقين بشدة 43.2%، ونسبة موافق كانت 54.4%، ويتضح من الإجابات على هذه العبارة، بأنها تعكس رأي فئة من المتخصصين في مجال التربية الإعلامية أن زيادة التوعية المجتمعية بأهمية التربية الإعلامية حققت نسبة عالية.

- وعند سؤال المبحوثين حول أهمية عقد شراكات بين الجهات التعليمية والمؤسسات الإعلامية لتفعيل التربية الإعلامية جاءت النتائج كالآتي: نسبة 45.5% موافق بشدة، ونسبة 50% موافق، ونسبة 4.5% محايد.

- وفيما يخص عبارة تضمين التفكير الناقد في المناهج الدراسية حول التربية الإعلامية جاءت نسبة موافق بشدة 39.5%، ونسبة موافق 45.5%، ونسبة محايد بلغت 13.6% من عينة الدراسة.

نتائج الدراسة وتوصياتها:

أولاً: نتائج الدراسة:

- توصلت الدراسة في جانبها النظري والميداني إلى العديد من النتائج العلمية التي تحقق أهدافها، وقد وردت في صفحات المبحث الثالث الخاص بتحليل نتائج وعرض الدراسة الميدانية العديد منها، ويمكن إيجازها بالآتي:
- 1- إن الجهود العربية في مجال التربية الإعلامية والرقمية في الوطن العربي لا تزال ضعيفة ومحدودة، وتحتاج إلى مزيد من التأسيس للمفهوم في المؤسسات التعليمية ونشر الوعي به ثم الدخول في مرحلة التنفيذ.
 - 2- هناك خلط واضح بين مفهومي الإعلام التربوي والتربية الإعلامية في البحوث المصنفة.
 - 3- اتفق أفراد عينة الدراسة على المعوقات التي تحول من دون استخدام الوسائط التربوية في نقل مهارات الاتصال لطلاب مرحلة التعليم وذلك إلى حد كبير.
 - 4- ما تم تطبيقه بالفعل من خلال اقتراح نماذج للتربية الإعلامية وتطبيقها على بعض فئات الجماهير أثبتت فعاليتها، وهو ما يعدّ مؤشر إيجابي لاستعداد الجماهير لتقبل المفهوم وممارسته على أرض الواقع.
 - 5- ضعف البحوث العلمية في مجال التربية الإعلامية التي تربط بينها وبين الإعلام الرقمي، وإذا كان هذا هو الوضع في هذا المجال كيف يمكن نشر العلم بكافة تطورات له لدى فئات الجماهير المستهدفة.
 - 6- ضعف الاستثمار في مجال التربية الإعلامية أو التربية على وسائل الإعلام، ثم الدخول في مرحلة التنفيذ وخير دليل على ذلك محدودية البحوث العلمية العربية في مجالي التربية الإعلامية والإعلام الرقمي.

ثانياً: التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يوصى الباحثان بالآتي:

- 1- يجب إدراج التربية الإعلامية ضمن المناهج التعليمية، وذلك لما من شأنه رفع الثقافة الاتصالية لدى الطلبة الجامعين على الصعيدين المهني والاجتماعي.
- 2- ضرورة أن تركز وسائل الإعلام التربوية على تزويد الطلاب بخبرات حديثة في مجال الإعلام التربوي، وأن تخصص الجامعات أكثر من بث تعليمي من أجل توفير الفرص للطلاب في تخصصات التعلم كافة.
- 3- تفعيل دور الإعلام التربوي في إثارة قضايا الإدارة التربوية المتصلة بالتخطيط، والتنظيم، والرقابة، والتطوير.
- 4- توفير وسائل تقنية حديثة لتنفيذ البرامج المتصلة بتطوير المجال المهني في الإعلام الرقمي.
- 5- ابتكار أساليب حديثة للتفاعل بين المعلم والطالب، تقوم على الحوار وتبادل الآراء ووجهات النظر حول ما يعرض في وسائل الإعلام.

6-إجراء دراسات مستقبلية ميدانية لتسليط الضوء على دور الإعلام التربوي في المدارس الثانوية وتفعيله في المدارس بمختلف المراحل.

المراجع والمصادر:

- (رمضان، عليا عبد الفتاح، 2019)، التربية الإعلامية في بيئة الإعلام الجديد، القاهرة: عالم الكتب.
- إبراهيم، محمد رائد (2016)، دور الإعلام التربوي في تنمية المهارات الشخصية - طلاب المرحلة الثانوية في مملكة البحرين كنموذج (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة البحرين، كلية الآداب، قسم الإعلام، السياحة والفنون.
- حسين، بنجا طه والحربي، عياد (2019) دور الإعلان التربوي في رفع قضايا الإدارة التربوية من وجهة نظر الخبراء التربويين والإعلاميين في منطقة الرياض، المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 98، ص 93-123.
- الخصاونة، عمر، ربيعة العامري (2018)، واقع الإعلام التربوي في المدارس الثانوية في إمارة أبوظبي، المجلة الدولية للبحوث التربوية، مجلة جامعة الإمارات، العدد 42، ص 286-313.
- الديري، غادة فرج (2012)، واقع استخدام وسائل الإعلام التربوية في توفير مهارات الاتصال للطلاب ذوي صعوبات التعلم، مجلة دراسات الطفولة، العدد 15، ص 59-92.
- مسعود، أحمد محمد (2010)، استخدامات طلاب المرحلة الثانوية لوسائل الإعلام التربوية والتحقق الذي حصلوا عليه (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، جمهورية مصر العربية.
- عبود، ميري، وآخرون (2013) التربية الإعلامية في عصر المواطن الصحفي، ورقة بحثية مقدمة لمختصات دورة أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية، الجامعة الأمريكية في بيروت AUB، بيروت، لبنان.
- الخطيب، محمد بن بجات (2007) دور المدرسة في التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، وعي ومهارة اختيار المنعقد في قاعة الملك فيصل للمؤتمرات بمدينة الرياض، الرياض.
- الخيون، محمد طارق (2018)، الإعلام التربوي ودوره في تشكيل وعي الطفل، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل العدد 36، ص 14-23.
- https://jacc.journals.ekb.eg/article_45946_ba5074e55cde541ec95b987c1ecefed9.pdf
- ريهام عبد الرازق محمود خطاب: فعالية استخدام برامج للتربية الإعلامية في إدراج عينة من الأطفال المصريين للعنف التلفزيوني"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- سليم، هبي (2019) دور الإعلام التربوي في تلبية احتياجات الطلبة العلمية في ظل أزمة كورونا من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث النوعية، 35، ص 16-28.

- خطاب، بهام عبد الرازق محمود " فعالية استخدام برامج للتربية الإعلامية في إدراج عينة من الأطفال المصريين للعنف التلفزيوني، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

- الزيني، كمال الزيني محمد، (2018)، تفعيل دوز التربية الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الطفل بمدارس التعليم الأساسي بمحافظة الدقهلية، مجلة تطوير الأداء الجامعي، العدد، 27، ص 22-24.

دور الوسائط المتعددة في متابعة طلبة الجامعات الفلسطينية

لشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية

The Role of Multimedia in Palestinian University Students' Follow-up to Social Networks: A Field Study

إعداد الباحثين:

أ. روان خالد الرنتيسي

ماجستير صحافة

غزة - فلسطين

أ. د. طلعت عبد الحميد عيسى

أستاذ الصحافة

كلية الآداب - الجامعة الإسلامية بغزة

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي على متابعتها لدى الطلبة الجامعيين في فلسطين، وأسباب هذا الاستخدام، ورصد أنواع الوسائط المتعددة التي يستخدمها المبحوثون، ومعوقات استخدامها، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وقد تم جمع بيانات الدراسة باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، التي وزعت على عينة متاحة الكترونياً من 400 مبحوثاً من طلبة الجامعات الرئيسية في غزة وذلك خلال شهر إبريل 2022م، واستخدمت الدراسة نظرية الاستخدامات والاشباع، وكشفت الدراسة أن المبحوثين يستخدمون الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة عالية، وتبين وجود دور لاستخدام الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المبحوثين لهذه الشبكات، حيث توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الوسائط ودرجة المتابعة، وكانت أهم دوافع المبحوثين هي توفير وقت الحصول على الأخبار والمعلومات.

كلمات مفتاحية:

الوسائط المتعددة - شبكات التواصل الاجتماعي - طلبة الجامعات الفلسطينية - الاستخدامات والاشباع

Abstract:

The study aimed to identify the role of multimedia in social networks on the followership of Palestinian university students. It also aimed to explore the reasons behind this usage, the types of multimedia used by the students, and obstacles to their use, This study is a descriptive research and used a survey research methodology. A media audience survey method was used, and data was collected using a questionnaire distributed electronically to a sample of 400 students from major universities in Gaza during April 2022. The study employed Uses and Gratifications theory, the research revealed that the degree of students use of multimedia in social networks is high, It turns out there is a role of multimedia usage in social networks in the students followership of these networks, there is a significant correlation between the degree of media usage and the students level of networks followership. The main motivations for the them were to save time in accessing news and information.

Key Words:**Multimedia - Social Networks - Palestinian university students - Uses and Gratifications****مقدمة:**

شهد العالم في الفترة الأخيرة تقدماً وتطوراً كبيراً في شتى مناحي الحياة، وتعد ثورة تكنولوجيا الاتصالات السبب الرئيس في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي تركز كثيراً على استخدام الوسائط المتعددة التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بتكنولوجيا المعلومات الحديثة، مما أدى إلى ظهور سوق حقيقي للوسائط المتعددة، لما تنتجه من صور وفيديوهات وأصوات ورسوم متحركة وتصميم جرافيكي وإنتاج الدعاية والإعلان المطبوع والمرئي والمسموع ومحاكاة التصميم الجرافيكي والمجسمات والتصوير ثلاثي الأبعاد والمتحرك، والتي تبقى عالقة في ذهن المتلقي، وتسهل عليه عملية استرجاع وتذكر ما تعرّض له في شبكات التواصل الاجتماعي.

ويسعى منتجو الوسائط المتعددة للبحث عن فضاء واسع لعرض أعمالهم وتوصيل المعلومات بشكلها المرئي والمسموع والتفاعلي لضمان وصولها السريع إلى الفئة المستهدفة، ويرتكز مفهوم الوسائط المتعددة على النص مصحوباً بالصوت واللقطات الحية من فيديو وصورة وتأثيرات خاصة، مما يزيد من قوة العرض وخبرة المتلقي بأقل تكلفة وأقل وقت (شفيق، 2006، صفحة 13)، وقد برزت الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي كعنصر فاعل ومؤثر في جذب ومتابعة الطلبة الجامعيين لهذه الشبكات، وزيادة استفادتهم من الشبكات، ولوحظ تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مدار السنوات القليلة الماضية، وقد بلغ عدد مستخدمي هذه الشبكات حول العالم في عام 2022م حوالي 4.7 مليار مستخدم نشط (أبيوك، 2022، صفحة 7).

وتعد الوسائط المتعددة اختراعاً رائعاً لتكنولوجيا الاتصالات الحديثة، فهي تعزز عالم الاتصال للناس من خلال إثراء المعلومات التي يقوم بتقديمها، وتساعد المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال على تحديث المواقع الصحفية للصحف المطبوعة والبرامج الإعلامية أو الوسائل السمعية والبصرية المتنوعة، بحيث تلعب دوراً في ابتكار الموضوعات والأفكار، بحيث يتم تقديمها بطرق مشرقة وجذابة.

تحاول هذه الدراسة الكشف عن دور استخدام الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة هذه الشبكات لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة، عبر رصد درجة استخدامها، وأسباب هذا الاستخدام، وأنواع الوسائط المتعددة، والشبكات، وموضوعات الوسائط المتعددة، ودرجة ثقة المبحوثين بها، والاشباع المتحققة، بالإضافة إلى رأي الطلبة في معوقات استخدامها، ومقترحاتهم لزيادة استفادتهم من استخدامها في شبكات التواصل الاجتماعي.

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: الدراسات السابقة:

بعد فحص التراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة، استطاع الباحثان الوصول لعدد من الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة، حيث أكدت دراسة (القص صوري، 2021) أن تطبيقات الوسائط المتعددة باتت من أهم الوسائل التي أسهمت في الترويج للسياحة في الجزائر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، حيث ساهمت بالتعريف بالمقومات السياحية، في حين تطرقت دراسة (محمد، 2020) إلى استخدام المواقع الإلكترونية المصرية والبريطانية والأمريكية للوسائط المتعددة، واتضح اعتماد مواقع الدراسة على مقاطع الفيديو بنسبة كبيرة.

فيما هدفت دراسة (أحمد، 2019) إلى التعرف إلى أشكال الوسائط المتعددة التي وُظفت في مواقع شركات الاتصالات المصرية، واتضح ضعف استخدام هذه الشركات للوسائط المتعددة، حيث توجد روابط وخدمات لا تعمل وصفحات فارغة وروابط مضللة، وتناولت دراسة (نصرالدين، 2018) أنماط وعادات القراءة المكتسبة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال في الجزائر بعد استغلالهم لوسائط الميديا، أما دراسة (Ye & Starkey, 2017) فأثبتت أنه تم اعتماد الصحافة الإخبارية متعددة الوسائط على نطاق واسع في كل من الصين والمملكة المتحدة، وأنه تم تفضيل النص البسيط والصور الثابتة لتوصيل القصص أكثر من استغلال محتوى الوسائط المتعددة بالكامل.

ووجدت دراسة (Kartveit, 2017) أن تحديات إنتاج الوسائط المتعددة متشابهة بالنسبة لوسائل الإعلام المطبوعة القديمة الموروثة في أنحاء العالم، وتبين وجود درجة عالية من الاستعداد لدى هذه الوسائل لتجربة شكل ومحتوى جديد في إنتاج الوسائط المتعددة، ولكن من بين العاملين في مجال الإعلام ذوي الخبرة في وسائل الإعلام السائدة عبر الإنترنت، فإن طريقة التجريب تصل إلى حد يعتمد على تصور ممارسة الإنتاج وفهم مزايا وخصائص أنواع الوسائط المختلفة.

أما دراسة (Pincus, Wojcieszak, & Boomgarden, 2017) فهي دراسة تجريبية حاولت أن تقارن بين تأثيرات الوسائط المتعددة المدمجة، والوسائط المتعددة التقليدية، والنصوص فقط على اكتساب المعرفة للقراء وردود الفعل العاطفية ونقل السرد، واتضح أن التأثيرات كانت أقل وضوحاً بشكل كبير مما كان متوقعاً، وتبين أن ردود الفعل العاطفية للجماهير والنقل السرد لا تعتمدان على الأسلوب، في حين أن اكتساب المعرفة ينخفض قليلاً بواسطة الوسائط المتعددة، وناقشت الدراسة الآثار النظرية والعملية والمنهجية لهذه الآثار المحدودة.

وأكدت دراسة (عفيفي و محمود، 2016) أن الصحف الأمريكية الرياضية تستخدم وظائف الوسائط الفائقة بنسبة 25%، في حين أن الصحف الرياضية العربية لم تستخدم هذا النوع من الوسائط الفائقة، وركزت الصحف الأمريكية على استخدام النص الفائق، في حين درس (عبد الله، 2015) أدوات ومعالم وأشكال التفاعلية المتاحة على مواقع الويب للصحف الإلكترونية في الجزائر وتوصل إلى ضعف استغلال مواقع الصحف الإلكترونية للوسائط المتعددة والتقنية التي تتيحها مثل الصور والفيديو والصوت واقتصرت على النصوص المكتوبة والصور الفوتوغرافية والرسوم.

وهدفت دراسة (أحمد أ.، 2015) إلى التعرف على الطرق والأساليب الصحيحة لتوظيف الوسائط المتعددة في تصميم المواقع الإلكترونية، والتقنيات المستخدمة في المواقع وحقيقة التفاعلية بينها والجمهور بالتطبيق على موقع الفضائية السودانية وقناة الشروق الفضائية.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تحددت مشكلة الدراسة في التعرف إلى دور استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في متابعتها، وذلك من خلال معرفة درجة استخدامها، وأسباب هذا الاستخدام، ورصد أنواع الوسائط المتعددة، وأهم الشبكات، وموضوعات الوسائط، ودرجة ثقة المبحوثين بها، والاشباع المتحققة، بالإضافة إلى معوقات استخدامها، ومقترحاتهم لزيادة استفادتهم منها.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

1. قلة الدراسات الفلسطينية التي تتناول الوسائط المتعددة بشكل خاص، سيما في شبكات التواصل الاجتماعي.
2. أهمية دور الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في جذب الجمهور وخاصة الطلبة الجامعيين لمتابعتها.
3. ترصد هذه الدراسة مدى متابعة الطلبة الجامعيين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى تسخير هذه الشبكات باستخدام الوسائط المتعددة لطلبة الجامعيين.

رابعاً: أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور استخدام الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في متابعتها لدى الطلبة الجامعيين الفلسطينيين في غزة، وينعكس هذا الهدف في التساؤلات التالية:

1. ما درجة استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي؟ وما أسباب ذلك؟
2. ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدم المبحوثون الوسائط المتعددة فيها؟ وما موضوعاتها؟
3. ما أنواع الوسائط المتعددة التي يستخدمها المبحوثون في شبكات التواصل الاجتماعي؟
4. ما درجة ثقة المبحوثين في محتوى الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي؟
5. ما الاشباعات المتحققة من استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي؟
6. ما معوقات استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي؟ وما مقترحاتهم لزيادة الاستفادة؟

خامساً: فروض الدراسة:

1. الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$) بين درجة استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعتهم لهذه الشبكات.
2. الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$) بين درجة استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة لهم.

سادساً: النظرية المستخدمة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وهي من النظريات التي تفسر الدور الذي يؤديه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الاعلام، والحاجات والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبسها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة (المزاهرة، 2012، صفحة 169)، وتنقسم الاشباعات التي تحددها النظرية إلى اشباعات المحتوى واشباعات عملية الاتصال (حسن، 2010، صفحة 302)، وتم توظيف هذه النظرية في الدراسة من خلال معرفة العلاقة بين اشباع حاجات الطلبة الجامعيين في محافظات غزة واختيارهم لشبكات التواصل الاجتماعي والوسائط المتعددة فيها، وأسباب استخدامهم للوسائط المتعددة، بالإضافة إلى التعرف على الاشباعات المتحققة من استخدام هذه الوسائط.

سابعاً: منهجية الدراسة:

تصنف الدراسة ضمن البحوث الوصفية، اعتمد الباحثان على منهج الدراسات المسحية، الذي جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات والمعلومات ووصف الظاهرة موضوع البحث (المزاهرة، 2012، صفحة 327)، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، المتمثل في الطلبة الجامعيين الفلسطينيين في غزة، وذلك من خلال أداة هي صحيفة الاستقصاء التي تم توزيعها بشكل إلكتروني، حيث صمم الباحثان الاستمارة بالاعتماد على تساؤلات الدراسة، وتكونت من أربعة محاور تضمنت 14 سؤالاً بالإضافة إلى أسئلة السمات العامة.

ثامناً: مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة هو جميع طلبة الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة، والبالغ عددهم 136519 طالباً وطالبة خلال العام الدراسي 2022/2021 (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2022، صفحة XI)، واختار الباحثان العينة المتاحة من أربع جامعات رئيسية هي: الأقصى والإسلامية والأزهر وفلسطين من خلال الاستقصاء الإلكتروني خلال شهر إبريل 2022، وبلغ عدد المبحوثين 400 طالباً وطالبة، فيما يلي السمات العامة لهم:

جدول رقم (1)

السمة	ك	%	المجموع	%
النوع الاجتماعي	ذكر	159	39.8	400
	أنثى	241	60.2	
المستوى الدراسي	الأول	106	26.5	400
	الثاني	74	18.5	
	الثالث	53	13.3	
	الرابع	65	16.3	
مكان السكن	الشمال	52	13.0	400
	غزة	146	36.5	
	الوسطى	65	16.3	
	خانيونس	77	19.3	
	رفح	60	15.0	
الجامعة	الإسلامية	91	22.8	400
	الأزهر	88	22.0	
	الأقصى	123	30.8	
	فلسطين	98	24.5	
المؤهل العلمي	بكالوريوس	344	86.0	400
	ماجستير	46	11.5	

السمة	ك	%	المجموع	%
دكتوراه	10	2.5		

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات:

تم التحقق من صدق صحيفة الاستقصاء من وجهة نظر المحكمين من أصحاب الخبرة والاختصاص^{*}، واستجاب الباحثان لأراء المحكمين وتم إجراء ما يلزم من حذف وإضافة وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، حتى خرجت الصحيفة في صورتها النهائية التي تم تطبيقها.

أما اختبار الثبات فتم باستخدام طريقة ألفا كرونباخ كما يوضح الجدول التالي:

جدول رقم (2)

المحاور	كرونباخ ألفا	سبيرمان براون
درجة استخدام الوسائط المتعددة في شبكات التواصل	0.801	0.700
درجة الاشباعات المتحققة من استخدام الوسائط المتعددة	0.804	0.719

يظهر الجدول أن معاملات الثبات مرتفعة بدرجة عالية جداً، ما يؤهلها لتكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة ويمكن تطبيقها بثقة، وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية.

مناقشة نتائج الدراسة

يتناول هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على 400 طالباً وطالبة من الجامعات الفلسطينية الرئيسية في غزة خلال شهر إبريل 2022م، ويناقش هذه النتائج وفروض الدراسة ويقارنها مع نتائج الدراسات السابقة والتراث العلمي المرتبط بها.

أولاً: متابعة شبكات التواصل الاجتماعي:

^{*} أسماء محكمي صحيفة الاستقصاء (وفق الدرجة العلمية):

أ. د. بركات عبد العزيز أستاذ الإعلام في جامعة القاهرة مصر.

أ. د. فرج محمد الكامل أستاذ الإعلام في جامعة القاهرة مصر.

أ. د. أمين منصور وافي أستاذ الإعلام في الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين.

د. أحمد ابراهيم حماد أستاذ الإعلام المشارك في جامعة الأقصى فلسطين.

د. أحمد عرابي الترك أستاذ الإعلام المشارك في الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين.

د. أحمد الشقافي أستاذ الصحافة المساعد في جامعة الإسراء فلسطين.

د. رائد أبو ربيع أستاذ الإعلام المساعد في جامعة الأزهر - غزة فلسطين.

1- متابعة الشبكات:

جدول رقم (3)

المتابعة	ك	%
نعم	394	98.5
لا	6	1.5
المجموع	400	100

تشير نتائج الجدول السابق أن نسبة المبحوثين الذين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي 98.5%، وهو أمر طبيعي من وجهة نظر الباحثين، فشبكات التواصل الاجتماعي تتميز بخصائص متعددة تسهل على الجمهور استخدامها، وبالذات الطلبة الجامعيين، وتوضح الأرقام ازدياداً كبيراً في أعداد المستخدمين في أنحاء العالم، وبلغت مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين عام 2022م حوالي 65.7% من الجمهور (آبيوك، 2022، صفحة 12).

2- درجة المتابعة:

جدول رقم (4)

الانحراف المعياري	الوزن النسبي	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً					
0.856	76.8	0.3	1	3.6	14	34.0	134	36.8	145	25.4	100

ن=394

بلغ الوزن النسبي لدرجة متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي 76.8% وبانحراف معياري 0.856، وهي درجة متابعة عالية، وتعد نتيجة منطقية، حيث تزايد استخدام الشبكات حول العالم تدريجياً، وبالتالي كان هناك زيادة في نسبة الاستخدام لدى المبحوثين بسبب امتلاك غالبية الطلبة للأجهزة الذكية المدعومة بالتطبيقات المتعلقة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات القريبة، مثل دراسة (فرج، 2019، صفحة 87)، التي جاء فيها أم الوزن النسبي لمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي وصل إلى 67.7%، ودراسة (الطلاقة، 2021، صفحة 79)، وجاء فيها أن 86.5% من الصحفيين الفلسطينيين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بمسيرات العودة، ودراسة (السماك، 2016، صفحة 98) حيث أظهرت بأن الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 86.6%.

3- أسباب المتابعة:

جدول رقم (5)

أسباب المتابعة	ك	%
الحصول على آخر الاخبار	244	61.9
التسلية والترفيه	231	58.6
الدردشة مع الأصدقاء	224	56.9
التخلص من وقت الفراغ	154	39.1
وسيلة تواصل مجانية وفورية	152	38.6
تلبية احتياجاتي الشخصية	125	31.7
بساطة الاستخدام	112	28.4
وسيلة عصرية مهمة	104	26.4

ن = 394

يلاحظ من أسباب متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي أن أهم سبب كان الحصول على آخر الأخبار، وهو سبب مفهوم نظراً لأن فلسطين المحتلة منطقة تعج بالأزمات والأحداث ولذا من الطبيعي أن يتجه المبحوثون إلى شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار، وجاء بعد ذلك التسلية والترفيه ثم الدردشة مع الأصدقاء، وربما كانت هذه النتيجة مختلفة عن السبب الأول إلا أنها برأي الباحثين مفهومة لأن هذه الشبكات تعد وسيلة للهروب من ضغوط الحياة والأزمات التي تعصف بالمنطقة وبالذات في غزة.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (جرغون، 2020، صفحة 108)، حيث جاء الحصول على آخر الأخبار والمستجدات بنسبة 91.5%، ومع دراسة (أبيوك، 2022، صفحة 16) التي أشارت إلى أن 74.6% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطيني يستخدمونها لمعرفة الأخبار، إلا أنها تختلف عن دراسة (الطلاقة، 2021، صفحة 83) التي أشارت إلى أن أهم أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي كانت السرعة الكبيرة في الوصول للجمهور، ويفسر الباحثان هذا الاختلاف بأن عينة الطلاقة هي الصحفيين الذين يهتمون بالسرعة الكبيرة في الوصول للجماهير التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي وهو أمر مهم لعملهم.

ثانياً: استخدام الوسائط المتعددة:

1- درجة الاستخدام:

جدول رقم (6)

عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة	الوزن	الانحراف
------------	-------	--------	--------	--------	-------	----------

المعياري	النسبي	جداً									
0.839	69.8	0.5	2	6.9	27	49.5	195	28.9	114	14.2	56

ن = 394

وصل الوزن النسبي لدرجة استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي إلى 69.8%، وبانحراف معياري 0.839، وهي استخدام درجة عالية تشير إلى اهتمامهم بهذه الوسائط وتفضيلهم لها أثناء استخدامهم للشبكات، لما لها من دور كبير في إيصال الفكرة المراد إيصالها بطريقة سهلة وسلسة ومريحة للمستخدم. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (فركوس، مغادشة، وعلال، 2017، صفحة 82) حيث كانت نسبة استخدام الوسائط المتعددة في الوكالات السياحية للصفحات الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي 100%، ومع دراسة (رزق الله و سعد، 2018، صفحة 192) حيث كانت نتيجة استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في المؤسسة بدرجة عالية بنسبة 40.3%.

2- أسباب الاستخدام:

جدول رقم (7)

%	ك	أسباب الاستخدام
61.2	241	تسهيل من عملية وصول المعلومة
45.2	178	ربط الحدث بالصورة والصوت
44.9	177	قدرتها على جذب الانتباه
44.9	177	تساهم في حفظ المعلومة وتذكرها
38.8	153	تنوع أشكال تقديم المحتوى
15.2	60	صدق معلوماتها
0.5	2	أخرى

ن = 394

تنوعت أسباب استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة لكن معظمها كان يتركز حول مميزات الوسائط مثل سهولة الوصول للمعلومة وربط الحدث بالصورة والصوت، ويرى الباحثان أن قدرة الوسائط المتعددة في تسهيل المعلومة والصورة وإيصالها للجماهير بطريقة سهلة وبمبسطة تجعلها أنسب للمستخدمين وبالذات طلبة الجامعات والشباب، وأيضاً قدرتها على جذب الانتباه وحفظ المعلومة وتذكرها، وهو أمر طبيعي لأن العين البشرية تتراح

لمشاهدة الألوان والصور والفيديوهات أكثر من غيرها وبالتالي تسهم في جعل الصورة والمعلومة راسخة في ذهن المتلقي.

تتشابه هذه النتائج مع نتائج عدد كبير من الدراسات، مثل دراسة (رزق الله وسعد، 2018، صفحة 193)، التي أكدت على سهولة استخدام التكنولوجيا للحصول على المعلومات، ودراسة (Marangon, 2020, p. 31)، حيث كان السبب هو تحسين التواصل مع المجتمعات، وتزويدهم بالمشاركة الرقمية، واتفقت أيضاً مع دراسة (خليل، 2016، صفحة 112)، حيث تم استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة في المجال الصحفي.

3- الشبكات المستخدمة:

جدول رقم (8)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الشبكة
84.00	0.91	4.20	واتس آب
72.40	1.36	3.62	إنستغرام
67.60	1.24	3.38	فيس بوك
58.80	1.21	2.94	تيلجرام
42.40	1.36	2.12	تيك توك
39.00	1.15	1.95	تويتر
29.00	0.77	1.45	لينكد إن
26.80	0.64	1.34	كلوب هاوس
52.51	0.60	2.63	المجموع

يتضح من الجدول أن الوزن النسبي لدرجة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الوسائط المتعددة بشكل عام بلغ 52.51 %، وانحراف معياري 0.60، وهي درجة متوسطة، وجاء في مقدمة هذه الشبكات واتس آب ثم إنستغرام وفيس بوك بنسب عالية، تلاها تليجرام وتيك توك وتويتر بنسب متوسطة، وتدل هذه النتائج على تصدر شبكة الواتس آب، وهو ما يتوافق مع نتائج الجدول السابق والطبيعة الإخبارية للواتس آب حيث جاء في مقدمة دوافع الاستخدام الحصول على الأخبار والمعلومات، بالإضافة إلى أهمية الصورة والفيديو الأمر الذي جعل إنستغرام يحتل المرتبة الثانية، لما فيه من مزايا تسهل في عملية وصول المعلومة بالصوت والصورة لدى المبحوث.

ويشير التقرير السنوي للواقع الرقمي الفلسطيني 2021 "آيبوك"، إلى نسبة مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين من مستخدمي الإنترنت، حيث يستخدم 92.16% من الفلسطينيين شبكة فيسبوك، و90% يستخدمون واتس أب، و67% يتابعون انستغرام و26% يتابعون تويتر (آيبوك، 2022، صفحة 12).

وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة (حمادين، 2021، صفحة 118) حيث يعتمد المبحوثون على الواتس أب كمصدر للمعلومات خلال الأزمات بشكل كبير، لكنها تختلف عن دراسة (نصرالدين، 2018، صفحة 27)، ودراسة (القص صوري، 2021، صفحة 72)، التي احتل فيها الفيس بوك المرتبة الأعلى في استخدام المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي.

4- أنواع الوسائط المتعددة:

جدول رقم (9)

أنواع الوسائط	ك	%
مقاطع الفيديو	328	83.2
الصور الفوتوغرافية	261	66.2
النصوص المتحركة	211	53.6
المقاطع الصوتية	209	53.0
الصور المتحركة GIF	76	19.3
اللوحات والمنحوتات والرسوم المتحركة	48	12.0
الانفوجرافيك	35	8.9
الخرائط	31	7.9
صور بانوراما بزاوية 360	21	5.3

ن = 394

كان من الطبيعي أن يتصدر الفيديو أنواع الوسائط المتعددة التي يستخدمها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي، ويعود ذلك برأي الباحثين إلى قدرة الفيديو على إيصال الفكرة المراد توضيحها لدى المبحوث بسهولة، كذلك الصور تأتي في الدرجة الثانية وذلك لسهولة نشر الصور مقارنة بالمقاطع الصوتية والنصوص والصور المتحركة، ويرى الباحثان أن ارتفاع نسبة المقاطع الصوتية يعود إلى سهولة تحميلها وإرسالها، وسهولة فهم الرسالة المراد إيصالها، خصوصاً للطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة البصرية، كونهم يفضلون الاستماع إلى الرسائل لأنها طريقتهم الوحيد في فهم الرسالة الالكترونية، كما انخفضت نسبة الخرائط والصور البانورامية كونها غير منتشرة ومعروفة لدى الطلبة الجامعيين.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (محمد، 2020، صفحة 614)، ومع دراسة (عفيفي ومحمود، 2016، صفحة 82) حيث تصدر استخدام مقاطع الفيديو في الدراسات، لكنها اختلفت عن دراسة (نصرالدين، 2018، صفحة 26)، التي تصدرت فيها النصوص الفائقة، وعن دراسة (فركوس، مغادشة، وعلال، 2017، صفحة 70)، التي تصدرت فيها الصور والنصوص، وعن دراسة (اللواتي، 2016، صفحة 557)، التي احتل الصوت فيها المرتبة الأولى في الوسائط المتعددة المستخدمة.

5- موضوعات الوسائط المتعددة:

جدول رقم (10)

موضوعات الوسائط	ك	%
تسليية وترفيه	275	69.8
ثقافية	260	66.0
دينية	246	62.4
اجتماعية	222	56.3
سياسية	205	52.0
علمية	180	45.7
رياضية	128	32.5
تكنولوجية	126	32.0
اقتصادية	111	28.2

ن = 394

جاءت التسليية والترفيه في المرتبة الأولى في موضوعات الوسائط المتعددة التي يتابعها المبحوثون بنسبة 69.8%، ويرى الباحثان أن هذا متوقع متوقعة نتيجة الظروف التي يعيشها قطاع غزة على مدار السنوات الماضية من أزمات متكررة وحصار وأوضاع معيشية واقتصادية صعبة، وتلا ذلك بنسب متقاربة الموضوعات الثقافية والدينية وهو ما يشير إلى أهمية الوسائط المتعددة في ثقافة المبحوثين ودورها في تغذيتهم بالمعلومات الثقافية والدينية بأسلوب سهل مبسط وجذاب.

ولاحظ الباحثان ارتفاع نسبة الموضوعات السياسية نظراً للظروف التي يعيشها الشعب الفلسطيني والتي تفرض عليها متابعة حثيثة للمستجدات والقضايا السياسية، وهذا ما يتوافق مع دراسة (حمادين، 2021، صفحة 118)، التي جاءت فيها الموضوعات السياسية في مقدمة الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في الواتس آب.

6- درجة الثقة:

جدول رقم (11)

الانحراف المعياري	الوزن النسبي	منخفضة جداً		منخفضة		متوسطة		عالية		عالية جداً	
		1.5	6	7.1	28	56.9	224	25.6	101	8.9	35
0.797	66.7										

ن = 394

تبين أن الوزن النسبي لدرجة ثقة المبحوثين في الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي هو 66.7%، وانحراف معياري 0.797، وهي درجة ثقة متوسطة تؤكد أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تستطع الحصول على درجة ثقة عالية عند الجمهور بعكس وسائل الإعلام التقليدية وهذا راجع إلى اختلاف القائم بالاتصال وقدرة أي مستخدم لها على نشر المعلومات وكثرة المصادر المجهولة فيها مما يؤدي لتفاوت الثقة بها تقدمه.

ثالثاً: الاشباعات والمقترحات:

1- الاشباعات المتحققة:

جدول رقم (12)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الاشباعات
79.00	0.865	3.95	الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة
78.40	0.876	3.92	السعي في الحصول على معلومات مبسطة
78.00	0.888	3.90	زادت معلوماتي الخاصة بشكل عام
76.80	0.974	3.84	شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل
68.60	1.015	3.43	توفر لي التفاعلية كفرصة لإبداء الرأي بحرية في الموضوعات
65.80	1.085	3.29	المساعدة في التعامل مع الآخرين لمعرفة رأيهم في الوسائط المتعددة

63.40	1.079	3.17	أناقش محتواها مع أسرتي
72.84	0.61	3.64	المجموع

تشير هذه النتائج إلى ارتباط الاشباع المتحقق لدى المبحوثين من استخدام الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام قد بلغ 72.8% وهي درجة اشباع عالية وهذا يعني أن الوسائط المتعددة تلبي احتياجات المبحوثين بشكل كبير وتحقق لهم الاشباع المطلوبة، والتي يأتي على رأسها اشباع الحصول على المعلومات سواء السرعة في الوصول لها أو التبسيط أو قدرتها على زيادة الحصيلة المعلوماتية لدى المبحوث، كما يأتي بنسبة قريبة من اشباع المعلومات شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل وهو ما يتوافق مع النتائج السابقة التي أشارت إلى أهم الموضوعات التي يتابعها المبحوثون.

2- معوقات الاستخدام:

جدول رقم (13)

معوقات الاستخدام	ك	%
ضعف سرعة الانترنت	286	72.6
قيام بعض صناعات المحتوى بتقديم محتوى سيئ غير مرغوب للمتابع	250	63.5
الإعلانات الممولة التي تقطع سياق الاستخدام	218	55.3
استهلاك وقت المتابع بكثرة الوسائط المتعددة وتنوعها	184	46.7
ضعف قدرة المستخدم على التعامل مع برامج الوسائط المتعددة والفائقة	181	45.9

ن = 394

تشير نتائج الجدول السابق أن أهم معوقات استخدام الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي كانت ضعف سرعة الانترنت بنسبة 72.6%، وهي نتيجة منطقية برأي الباحثين، نظرًا للظروف الاقتصادية السيئة التي يعيشها القطاع، وهيمنة شركات الاتصالات على سرعة الانترنت وسعر الخدمات التي تقدمها، وضعف السرعات والجودة التي تقدمها في ظل تهاك أجهزة الإنترنت وعدم سماح الاحتلال بدخول قطع الغيار ومستلزمات الصيانة لها، وجاء بعد ذلك قيام بعض صناعات المحتوى بتقديم محتوى سيئ غير مرغوب للمتابع وهي نتيجة ملفتة لأن الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي تغص بالمحتوى السيء الذي لا يراعي قيم الشعوب العربية والإسلامية ويخرج عن المؤلف فيها بهدف جذب الجمهور والحصول على متابعين واعجابات بغض النظر عن فائدة هذا المحتوى.

3- المقترحات:

جدول رقم (14)

المقترحات	ك	%
زيادة الثقافة العلمية والمعرفية والاستفادة منها بصورة أكثر فاعلية في التعليم	253	64.2
قيام الجهات المختصة بعقد دورات مجانية لتعلم الوسائط المتعددة	239	60.7
تقييد محتوى استخدام الوسائط المتعددة بما يتناسب مع جميع الفئات العمرية	217	55.1
تقديم دروس متخصصة في الوسائط المتعددة وكيفية استخدامها وصنعها	200	50.8

ن = 394

كان المقترح الأول زيادة الثقافة العلمية والمعرفية والاستفادة منها بصورة أكثر فاعلية في التعليم نظراً لقلّة الإمكانات المادية والمعرفية في استخدام الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم.

ويرى الباحثان أن المقترح الثاني وهو قيام الجهات المختصة بعقد دورات مجانية لتعلم الوسائط المتعددة بالغ الأهمية نظراً لقلّة وجود طلاب مؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي، ولحاجة المجتمع الفلسطيني للتعرف أكثر على الوسائط المتعددة وقدرتها في المسيرة التعليمية والجامعية.

رابعاً: اختبار فروض الدراسة:

1- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$) بين درجة استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعتهم لهذه الشبكات.

تم التحقق من صحة هذه الفرضية عن طريق إيجاد معامل بيرسون كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (15)

العلاقة بين درجة الاستخدام ودرجة المتابعة	قيمة R	قيمة الدلالة	الدلالة
	0.606	0.001	دال

تشير النتائج الى صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعتهم لهذه الشبكات، وتبين أن هذه العلاقة موجبة وكانت قيمة معامل الارتباط 0.606. بمعنى أنه كلما زاد استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي كلما زادت متابعتهم لهذه الشبكات، وهو أمر منطقي حيث أن الوسائط المتعددة تجذب المستخدم إلى متابعتها بما تملكه من عناصر تشويق وجذب.

2- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$) بين درجة استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة لهم.

تم التحقق من صحة هذه الفرضية عن طريق إيجاد معامل بيرسون كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (12)

العلاقة بين درجة الاستخدام والاشباع المتحققة	قيمة R	قيمة الدلالة	الدلالة
	0.405	0.001	دال

أثبت الاختبار صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة لهم من وراء هذا الاستخدام، وتبين أن هذه العلاقة موجبة وكانت قيمة معامل الارتباط 0.405، بمعنى أنه كلما زاد استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي كلما زادت الاشباع المتحققة لديهم، وهي نتيجة تؤكد ما توصل إليه الفرض السابق وبقيّة النتائج، فزيادة الاستخدام تعني اهتماماً أكبر بهذه الوسائط التي تسهم في تلبية اشباع واحتياجات المبحوثين المعرفية والنفسية وغيرها.

خاتمة الدراسة:

أولاً: خلاصة عامة:

تعطي النتائج السابقة جملة من المؤشرات المهمة والتي تسهم في التعرف على طبيعة استخدام الوسائط المتعددة لدى جمهور مهم في الشعب الفلسطيني وهو طلبة الجامعات الفلسطينية في غزة، حيث تبين أن المبحوثين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة عالية، وهي التي أصبحت جزءاً من روتين الإنسان المعاصر، كما تشابهت هذه النتيجة مع استخدام المبحوثين للوسائط المتعددة والتي كانت درجتها عالية أيضاً، وكانت أهم أسباب استخدام الوسائط نابعة من مميزات مثل سهولة الوصول للمعلومة وربط الحدث بالصورة والصوت، وقدرتها على جذب الانتباه وحفظ المعلومة وتذكرها.

وجاء في مقدمة الشبكات التي يتابع المبحوثون الوسائط المتعددة من خلالها واتس أب ثم انستغرام وفيس بوك بنسب عالية، ويبدو أن السبب هو طبيعة شبكة الواتس أب الإخبارية التي تساعد المبحوث في الوصول للأخبار

بطريقة مرئية أكثر من خلال الوسائط المتعددة، حيث كانت مقاطع الفيديو والصور الفوتوغرافية في مقدمة أنواع الوسائط المستخدمة.

وتبين أن درجة ثقة الباحثين في الوسائط المتعددة متوسطة رغم درجة الاستخدام العالية وهذا يؤكد أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تحظ بعد بثقة عالية لدى الجمهور نظراً للفوضى المنتشرة في صناعة المحتوى ووجود صناعات محتوى لا يتمتعون بحس عالي من المسؤولية التي تجعلهم يتحققون من المصادر ودقة المعلومات وجديتها وفائدتها للمتلقي، وهذا يتضح في معوقات الاستخدام التي أكد عليها الباحثون ومنها قيام بعض صناعات المحتوى بتقديم محتوى سئ غير مرغوب للمتابع، والإعلانات الممولة التي تقطع سياق الاستخدام، وكذلك في مقترحات الباحثين التي كان من ضمنها تقييد محتوى استخدام الوسائط المتعددة بما يتناسب مع جميع الفئات العمرية.

واتضح من النتائج صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الباحثين للوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعتهم لهذه الشبكات، وهو ما يؤكد وجود دور مهم لهذا الاستخدام في زيادة متابعة الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي واعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات وتمضية وقت الفراغ، كما اتضح وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاستخدام والشبكات المتحققة للمبشرين من وراء هذا الاستخدام.

ثانياً: توصيات الدراسة:

يمكن للباحثين استناداً إلى نتائج الدراسة وضع مجموعة من التوصيات والمقترحات للجهات التعليمية والجامعات الفلسطينية وصناعة المحتوى الفلسطيني، وهي:

1. توجيه صناعة محتوى الوسائط المتعددة إلى زيادة جرعة الثقافة العلمية والمعرفية والدينية في محتواهم وتنوع أشكال تقديم المحتوى.
2. إنشاء فريق خاص من صانعي المحتوى الذين باستطاعتهم التغيير وترك الأثر في الطلبة الجامعيين باستخدام الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي.
3. قيام الجهات التعليمية بعقد دورات مجانية لتعليم الطلبة الجامعيين كيفية استخدام الوسائط المتعددة والاستفادة منها في مجالهم التخصصي.
4. دعم الجامعات الفلسطينية لاستخدام الوسائط المتعددة في طرق التدريس للمواد التعليمية للطلبة الجامعيين.
5. توجيه الباحثين وطلاب الدراسات العليا لإجراء دراسات حول استخدام الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي.

مراجع الدراسة:

المراجع العربية:

- أحمد أحمد. (2015). استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات: دراسة تحليلية لموقعي (الفضائية السودانية وقناة الشروق). رسالة دكتوراه غير منشورة. الخرطوم، السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- أحمد جرجون. (2020). تقييم الصحفيين الفلسطينيين لانتشار الإشاعات على شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. غزة، فلسطين: الجامعة الإسلامية بغزة.
- أيوبك. (2022). الواقع الرقمي الفلسطيني. أيوبك فلسطين.
- جمال السماك. (2016). استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاسها على أدائهم المهني: دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين الفلسطينيين في قطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة، مصر: معهد البحوث والدراسات العربية.
- حمزة فركوس، يامنة مغادشة، والغالية علال. (2017). دور تطبيقات الوسائط المتعددة في تفعيل الاتصال السياحي: دراسة ميدانية لعينة من الوكالات السياحية بولاية قلمة. رسالة ماجستير غير منشورة. قلمة، الجزائر: جامعة 8 ماي قلمة.
- سهيلة القص صوري. (2021). توظيف الديوان الوطني للسياحة للوسائط المتعددة على شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة الداخلية. رسالة ماجستير غير منشورة. بسكرة، الجزائر: جامعة محمد خيضر.
- سي موسى عبد الله. (2015). الصحافة الالكترونية في الجزائر: دراسة في تصميم المواقع والتفاعلية. الساوره للدراسات الانسانية والاجتماعية، 1 (1)، الصفحات 153-190.
- صفاء خليل. (2016). الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية. رسالة ماجستير غير منشورة. الخرطوم، السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- عائشة رزق الله، والسر سعد. (2018). استخدام تطبيقات الوسائط المتعددة في الإعلام بالمؤسسات الخدمية. مجلة العلوم الإنسانية، 19 (3)، الصفحات 184-195.
- عطوة محمد. (2020). استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للصحف. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال (28)، الصفحات 614-637.
- فداء فرج. (2019). اتجاهات المرأة الفلسطينية نحو متابعة الصفحات النسائية على شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. غزة، فلسطين: الجامعة الإسلامية بغزة.
- محمد عفيفي، وأحمد محمود. (2016). استخدام الوسائط المتعددة في الصحف الرياضية الالكترونية. المجلة العلمية للبحوث والدراسات في التربية الرياضية (32)، الصفحات 82-96.
- مصعب الطالقة. (2021). استخدام الصحفيين الفلسطينيين لشبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بمسيرات العودة: دراسة ميدانية في محافظات قطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة. غزة، فلسطين: الجامعة الإسلامية بغزة.
- منال المزاهرة. (2012). نظريات الاتصال (المجلد 1). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- مهداوي نصرالدين. (2018). أساليب توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية للمؤسسات الاقتصادية وعلاقتها بتسويق خدماتها لدى الجمهور المصري. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 2 (7)، الصفحات 31-10.
- نشوى اللواتي. (2016). تأثير طرق عرض الوسائط المتعددة للقضايا المختلفة في العمليات الإدراكية لدى مستخدميها. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 15 (4)، الصفحات 557-621.

هبة حمادين. (2021). اعتماد الجمهور الفلسطيني على الواتس أب خلال الأزمات: دراسة ميدانية في محافظات قطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة. غزة، فلسطين: الجامعة الإسلامية بغزة.

همت حسن. (2010). دراسات في نظريات الإعلام (المجلد 1). القاهرة، مصر: مصر العربية للنشر والتوزيع.

هند أحمد. (2019). أساليب توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية للمؤسسات الاقتصادية وعلاقتها بتسويق خدماتها لدى الجمهور المصري. المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال (5)، الصفحات 75-54.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. (2022). الكتاب الإحصائي السنوي لمؤسسات التعليم العالي الفلسطينية. غزة: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

المراجع الأجنبية:

Kartveit, K. (2017). How do they do it? Multimedia journalism and perceptions of the practice. *Journalism*, 21(10), pp. 1468-1485.

Marangon, C. (2020). Interactive and multimedia journalism: evaluating Canadian news media's implementation of non-traditional storytelling elements in online features about the "Airbnb Effect". *Unpublished Master Thesis*. Montreal, Canada: Concordia University.

Pincus, H., Wojcieszak, M., & Boomgarden, H. (2017). Do multimedia matter? Cognitive and affective effects of embedded multimedia journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(3), pp. 747-771.

Ye, H., & Starkey, G. (2017). Multimedia Journalism: A comparative study of six news web sites in China and the UK. *GSTF Journal on Media & Communications (JMC)*, 3(2), pp. 1-10.

الإعلام وصناعة الرأي في عصر الرقمنة

د. الشرقاوي مجيدي

أستاذ باحث مؤهل بكلية العلوم القانونية، الاجتماعية والاقتصادية

-عين الشق-

جامعة الحسن الثاني -الدار البيضاء- المغرب

ملخص المداخلة:

يمكن القول ان دور الاعلام محوري في تشكيل رأي عام عند جمهور المتلقي، ويختلف ذلك من مجتمع الى آخر ومن نظام سياسي إلى آخر، كما أن المتلقي لا يوجد في صورة واحدة، لي طرح معه الاشكال المركب بين مدى تأثير الإعلام بمختلف توجهاته على المتلقي بمختلف انتماءاته في كل صورها.

وايضا كيف يمكن للإعلام ان يكرس الصور النمطية لدى الغرب عن العرب والعكس،

وما هي شروط ومحددات الإعلام الموضوعي؛ وكيف يجعل الخبر مقدسا وإعطاء هامش للراي والراي الاخر دون المس بحقوق المتلقي في الحق على الحصول على المعلومة بشكل موضوعي.

من خلال هذا الملخص نحاول أن نناقش موضوع الإعلام وصناعة الرأي

في محورين:

المحور الأول: يتعلق بدور الإعلام في تشكيل الصور النمطية في المجتمعات.

والمحور الثاني: المتعلق بالإعلام القديم والإعلام الجديد تحديات التواصل والخبار.

Résumé :

On peut dire que le rôle de la presse reste prépondérant à plusieurs facteurs et paramètres pour influencer et construire l'opinion publique. De même, le public qui reçoit l'information de la presse, dans toutes ses facettes, n'est pas sur la même longueur d'onde, puisque les sociétés sont hétérogènes, aussi bien dans leur construction sociologique ethnographique, morphologique et convictionnelle de façon à produire un avis public uniforme et commun.

Comment donc la presse peut-elle, devant ces données, participer à influencer l'avis public pour qu'il soit unique, et quelles sont les conditions objectives pour une presse qui respecte aussi bien les règles déontologiques du métier et le public destinataire de l'information.

Abstract :

We can say that the role of the press remains predominant several factors and parameters to influence and shape public opinion , Likewise ,the public receiving the information from the press, in all it's faces, Not all members were on the same wavelength , since societies are heterogenous as well their construction sociologic and ethnographic and convictional in a way to generate the public opinion .

So, how the press participate in influencing the public opinion so that it's unique.

The objective conditions for a press witch respects the rules of ethics of career and the public receiving the information.

Keywords :

Press influence-public opinion-rules ethics-information-societies.

مقدمة:

يمكن القول إن دور الإعلام محوري وأساسي في المجتمعات منذ الحضارات القديمة التي كانت تعتمد التراسل عن طريق الأشخاص والرسائل المطولة من أجل الإخبار والتواصل، وقد عرف التواصل الاجتماعي والبصري تطوراً هائلاً على مر العصور وما لعلاقة ذلك بتطور الأنظمة السياسية وطبيعة العلاقات بين المجتمعات البشرية وإيضاً من خلال العوامل المؤثرة فيه والغايات التي يسعى إلى تحقيقها، فالإعلام في عصرنا الحالي وعلاقته بصناعة الرأي في عصر الرقمنة تبدو علاقة لها من الأهمية بمكان، لما له من تأثير بمختلف أوجهه وأوساطه وإيضاً من خلال المتلقي الذي يوجد في مستويات اجتماعية وثقافية مختلفة ومتباينة يصعب معها الجزم، أحياناً، بوجود تأثير مباشر في صناعة رأي عام من عدمه، لأجل هذا نحاول مقارنة هذا الموضوع من خلال دور الإعلام في صناعة الرأي في عصر الرقمنة وسؤال الموضوعية في الإجابة عن هذا الاشكال.

فوسائل الاعلام تلعب دورا كبيرا في التأثير على الجمهور من خلال استخدام اساليب مختلفة شكلا ومضمونا وقد يكون لها التأثير السريع او البطيء سواء على الفرد وعلى المجتمع برمته.

فاذا كان الاعلام حسب العالم الالماني اوتوغروت هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها (1)، فهل هذا الجانب من الموضوع يظل دائما هاجسا محمدا في نشر الخبر؟

ام ان الامر تتداخل فيه عوامل اخرى تتعلق بخلق عنصر التوتر والتشويق لدى المتلقي المستهلك للمنتوج الاعلامي بغض النظر عن مدى موضوعيته؟

حيث ان الراي العام وكما يعرفه الدكتور سعيد سراج 2بانه وجهة نظر لأغلبية تجاه قضية عامه معينة في زمن معين تهتم الجماهير وتكون مطروحة للنقاش والجدل بحثا عن حل يحقق الصالح العام.

من هذا المنطلق يمكن القول ان هذا الموضوع يحتاج منا تمحيصا لهذا الموضوع ووضع في السياق الزماني والمكاني؟

وما هي طبيعة العلاقة الجدلية بين الاعلام القديم والاعلام الجديد هل هي علاقة امتداد وتكامل أم تجاوز؟

وكيف استطاع الإعلام القديم أن يساير التكنولوجيا الرقمية في ظاهرة الإخبار؟ وما هي آلياته لتجديده لذاته؟ وهل يمكن الحديث عن رأي عام أم أن هناك آراء عامة لا تعدو أن تراوح المجالات الثقافية والفكرية لأصحابها أم أن العولمة استطاعت بسط ذاتها وفرض قواعدها بكل سلطوية وشراسة حتى أصبحت ظواهر الإدمان عن الهواتف النقالة من المواضيع الراهنة وحديث القاصي والداني؟

للإجابة على هذه التساؤلات اقترح التصميم التالي في محورين:

- المحور الأول: دور الإعلام في تشكيل الصور النمطية في المجتمعات من خلال التكنولوجيا الرقمية.
- المحور الثاني: تطور الإعلام وصناعة الرأي في المجتمعات بين الواقع والمستقبل.

1- دور الإعلام في تشكيل الصور النمطية في المجتمعات من خلال التكنولوجيا الرقمية:

1- الاعلام والتأثير في المتلقي:

يعتبر الاعلام وسيلة التواصل بين الافراد والجماعات، غير ان تطورها في العقدین الاخیرین بشکلها اللافت بعثر اوراق الباحثين و فرض نفسه في كل وسائل التواصل السمعية والبصرية والالكترونية وفرض تجاوز الانماط التقليدية، وبهذا ساهم في ارساء صور نمطية قد تكون عاكسة للمجتمعات وقيمها، وقد تكون فتوية في احيان اخرى على اعتبار ان الإعلام قد يكون سطحيا في تغطيته لحدث معين، كما قد يكون في اطار التحقيق او التقصي في ظاهرة ما او تحليلا، حيث اصبح دوره يزج الوسائل التربوية الاخرى من دور المدرسة والجامعة والأسرة في التربية واصبح الاعلام هو صاحب كلمة الفيصل علما ان هذه الوسائل تتفاوت في المقدرة على الاقناع وايصال الرسالة بالقوة المنتظرة دائما، وذلك بالنظر الى وسائل التأثير المستعملة وايضا الى المستوى الثقافي للمتلقي علما ان نسب التأثير تختلف حسب الظروف العامة، قد تكون جغرافية سياسية اجتماعية وامنية وثقافية...

حيث حسب بعض الدراسات فان تأثير وسائل الاعلام على سلوك المتلقي يبقى محدودا ولا يكتسب سلوكا معيناً من خلال تعرضه لوسائل الاعلام، الا إذا كانت لديه الاستعدادات الفطرية لممارسة ذلك السلوك، وتزداد خطورة التأثير إذا كانت مدبرة (3) ولها اهداف اخرى بعيدا عن دور الاخبار وذلك من خلال دعم بعض المؤثرين مما يصعب معه إبطالها في المجتمع، مما يسمح معه القول ان الآثار التي يتركها عند المتلقي متعددة الجوانب و ايضا لطبيعة القراءة التي يسمها المتلقي للخبر الذي قد يقبله وقد يجعل منه معلومة مقدسة او مثيرة بل مرفوضة احيانا او قابلة للنقاش او مطعون فيها او في مصداقيتها او بالارتهاان على الخلفية الثقافية لكل متلق، ومن هنا يمكن استلهاام نظرية المؤامرة ودورها في اعطاء صبغة ما لخبر ما (4)، فالانتماء الجغرافي إلى الشمال او الجنوب لا يمكن على اية حال ربطه بالصور النمطية الاستعمارية التاريخية بين الشعوب (5)، كما لا يمكن ربط الدين الاسلامي بالإرهاب (6) وايضا انتفاء وجود شروط علمية في تشكيل الصور النمطية عن المجتمعات وما لذلك من ترويج الصور الخاطئة عن الثقافات المختلفة حيث يمكن ربط نجاح المعلومة المعدة لهدف ما بانخفاض مستوى الوعي الجماهيري والمستوى الثقافي وغياب او تغيير دور المثقف كفاعل اساسي في التنشئة الاجتماعية وتكريس الفكر النقدي الموضوعي وتحطيم الفكر النمطي الهدام الذي يجعل من المتلقي في قالب واحد في صور متكررة بينما الحال عكس ذلك .

ويظهر هذا جليا في تحيز بعض وسائل الاعلام لطرف على حساب طرف اخر والتركيز على منطقة معينة او إعادة احياء بعض النعرات القبلية والدينية والعرقية لإثارة النزاعات من خلال التضخيم حسب زوايا التصوير والالوان والاصوات واللقطات، واغفال الجوانب الموضوعية في الموضوع حيث تزعم بعض المحطات الإخبارية او بعض المواقع الإخبارية تقديمها الخبر، بينما هي تعرض اخبارا محددة تم انتقائها من طرف اشخاص محددين بهدف الإثارة والتشويق بل قد يفسر احيانا بنظرية المؤامرة 7من خلال استضافة طرف يزكي طرحا محددًا دون استحضار الطرف

الأخر، كما لدور الصحفي المستضيف دورا أساسيا في الميول لطرف معين على حساب طرف آخر وذلك من خلال اللغة المستعملة أو السلوك، علما انه يفترض فيه الحياد والموضوعية كما ان الاندفاع العاطفي للجماهير لا يمكن اعتباره رايًا عاما لانعدام تأسسه على قواعد رصينة، بل هو نتاج حماس واثاره من خلال هتافات وخطب والتصفيق بل يبقى سلوكا مؤقتا وانطباعا عابرا مما قد يعتبره بعض السياسيين في التأسيس لأفكارهم والتي قد تصطدم بالواقع في رفضها ان من خلال صناديق الاقتراع أو الرفض المطلق لسياساتهم في مجال ما، وبالتالي يمكن تسجيل المفارقة بين الانطباع والتأثير اللحظي والعالم الافتراضي كما يسميه البعض والواقع الذي يأبى التجاوز ويستعصي عن التخفي وراء أي سلوك كان بسبب طابعه المادي الصرف الذي يفرض نفسه.

ب- الاعلام بين الخصوصية والكونية:

هنا يكمن دور الاعلام في نقل الاخبار بشكل موضوعي وعلمي يجعل من الخبر حرا وقابلا للتشكيك والنسبية، وذلك أيضا من خلال عرضه على جمهور أوسع، ففي العقدين الاخيرين فرضت مقاربات جديدة وافرزت اجيالا لم تعاصر الاستعمار ولا التلفاز بالأبيض والاسود ولا الوسائل التقليدية القديمة للتواصل، وايضا من خلال ارتباطها بوسائل التواصل الاجتماعي الجديدة، جعلت منها فئة لها خصوصيتها وثقافتها المرتبطة بالأساس بعالم الرقمنة، وكانت حاضرة مؤثرة من خلال ما حصل في العالم العربي فيما يصطلح عليه بالربيع الديمقراطي العربي والذي كان للشباب دور محوري فيه، من خلال المناداة والمطالبة بالحقوق والحريات وإنكار الحدود الجغرافية والانتماء التاريخي ورفع السقف الى المطالبة بالحقوق والواجبات وفق المواثيق الدولية والمعاهدات المرتبطة بحقوق الانسان على المستوى الكوني، متجاوزة الخصوصية المحلية للأنظمة السياسية لبلدانها، كما نجحت معه الاطاحة بمجموعة من الأنظمة السياسية التي كانت قائمة .

ويأتي التفاعل الإيجابي أيضا ومتطلبات الشباب بشكل خاص، وايضا المساهمة في التطور التواصلي الرقمي ساهم في استبدال الدساتير وكذا القوانين المؤطرة لمجموعة من الظواهر الاجتماعية كالإجهاض، وزواج القاصرات، والحريات الفردية... على سبيل المثال لا الحصر.

حيث ان سرعة انتقال الخبر تجعل منه سلاحا ذو حدين، وذلك من خلال طبيعة مصدر الخبر وكذا المتلقي وذلك من خلال نشر الوعي ومحاربة الجهل وتصحيح بعض المغالطات السائدة في التراث وبعض العادات البالية التي تبين عدم صدقيتها واعتمادها على الفكر المتحجر والمتشدد والفكر الخرافي، مما سمح معه الاعلام الجاد في التنشئة الصحيحة الواعية والمؤطرة للفعل البشري من خلال قواعد انسانية محضنة تجعل من الانسان قطب الرحى في الاخبار والتلقي على حد سواء من خلال التركيز على نشر القيم النبيلة واستبيان فضائلها والتزام الاعلام الهادف واخلاقيات المهنة واهدافها الحقيقية، وهذا ما يتطلب وعيا كبيرا وعملا حقيقيا من قبل الحكومات والافراد لبناء عقول مفكرة لا تقبل الانسياق والتقليد الاعى.

II - الإعلام القديم والإعلام الجديد وتحديات التواصل والإخبار :

ا- تطور الاعلام بين الضرورة والمسيرة:

لابد أن نؤكد في البداية أن جزء كبير من الإعلام الجديد هو امتداد للإعلام القديم وقد يكون شكلا من أشكال تطوره أو إعادة إحياء ذاته أو استبدال أساليبه ولغته أيضا، وللتاريخ يمكن القول إن إذاعة صوت العرب بمصر وارتباطها باسم أحمد سعيد ومدى تأثيره على الرأي العام العربي آنذاك (8) ، ويمكن إسقاط هذه التجربة على القنوات التلفزيونية العالمية التي تعمل على التأثير لأجل صنع رأي عام موحد في القطر العربي وإتاحة الفرصة للنقاش وتجديد القضايا المتعلقة بالهوية والدين والجنس والحقوق والحريات والمواضيع الطابوهات في المجتمعات العربية المحافظة والتي تجعل من الدين الإسلامي بوصلتها وأثر ذلك على الفكر التقدمي والشيوعي أحيانا، وكذلك على المجتمعات مما يصعب معه الجزم بالقول بأن الإعلام يساهم في صنع رأي عام واحد، بل ساهم في صنع آراء عامة مختلفة بل متضاربة أحيانا من خلال الخلفية الثقافية والفكرية والتاريخية في المجتمعات الغربية وايضا العربية، فإذا كان الإعلام الغربي تاريخيا ساهم في تشكيل الصور النمطية على المجتمعات العربية فإن الرقمنة بسطت كل صور التكامل والاختلاف بين المجتمعات الغربية والعربية على حد سواء ان حيث ان الآلة الإعلامية الحالية لها صور كثيرة ومتعددة ومتجددة ومتشابهة وتساهم بشكل كبير في تحريك عواطف الجماهير نحو اتجاه معين حتى لو كان مخالفا للواقع والحقيقة، حيث ان التكتلات والقوى السياسية قد تستغل الآلة الإعلامية أحيانا الى غير المصالح العامة للوطن والمواطنين (9). ولا ادل على ذلك العدد الهائل للمشاركين في وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات السريعة، وعدم انعكاس ذلك على مستوى الوعي والعيش المشترك من خلال نبد العنف وقبول الاخر المختلف، بل قد تزكي التوترو والتشدد أحيانا امام هشاشة وتدني مستوى الوعي لدى المتلقي الذي يقبل أحيانا بالخبر دون تمحيص او عمق تفكير.

لذلك فان الراي العام لا يمكن الاستهانة به، لما له من تأثير-رد فعل -قد يكون هدفه الإطاحة بالأنظمة السياسية والحكومات كما اسلفنا ذلك بخصوص حاله الربيع العربي، ومالات نتائج الكارثية على الشعوب خاصة مع ما تعانيه دول العالم الثالث من مشاكل التعليم والصحة والشغل والعدالة المجالية...

من هنا يمكن القول ان الاصل هو التواصل بين بين الافراد والجماعات مهما اختلفت توجهاتهم، وهذا هو نتاج الاعلام بشكل فطري انساني وتعزيز روح الانتماء الى الجماعة والمجتمع وتقاسم القيم داخله مما يساهم معه في طرح الأسئلة لأجل التغيير والتجديد وتشجيع الناس على المشاركة بشكل فاعل وجدي في المجتمعات التي ينتمون اليها.

ب-الاعلام الموضوعي وسؤال التنشئة الاجتماعية:

حيث ان دور الاعلام خطير للغاية، لذلك وجب احاطته بمقتضيات تبنى على دراسات وبحوث اعلامية تستهدف الكشف عن طبيعة وجوهر المشكلات الاجتماعية التي يجب تناولها وتشريحها وتحديد الاهداف على المستوى القريب والمتوسط وايضا البعيد، وذلك من خلال تعبئة الكفاءات البشرية المكونة والحاملة لهم الإخبار الحقيقي حيث ان الشباب محوري في التلقي والإخبار فلا بد من استيعابه وادخال مقارباته الدامجة والمؤطرة لمحاربة كل نوع من انواع الغلو الفكري المحطم للفكر الايجابي المتنور والافكار الجادة لأجل التصدي للشائعات الهدامة و انتشار الفكر المتطرف التي قد تؤثر بشكل مباشر على قدرات الاوطان والاستقرار في الدول، وانعكاس ذلك على سياسات الدول في

برامج التنمية بشكل فعال وجاد خاصة في الدول النامية التي تواجه مظاهر التخلف وتصارع من اجل تحقيق النهوض الاقتصادي والتنمية الاجتماعية والسياسية وهنا نشير الى مجموعة من الدراسات (10) التي تؤكد على تحول الفرد نحو كل ما هورقمي واستخدام ذلك في العوامل .

المؤثرة والمتغيرات مثل التعليم واستخدامها الاستخدام الجيد والتطلع الى الانجاز والانفتاح على العالم الخارجي فضلا عن الادراك السياسي وتعزيز الانتماء والانفتاح.

فالإعلام القديم اذن طور ذاته أمام ملحاحيه عدم التجاوز والمسايرة وكذلك من خلال إنشاء قنوات المباشر ومشاركة المتلقي في صناعة الخبر من خلال تتبع التعليقات ومستوى المشاهدة، وذلك من خلال إقبال المتلقي الكبير من عدمه على برنامج دون آخر وأيضا من خلال الاهتمام بالمدونين وإدماج ثقافة التراندين (trending) في إخبار المتلقي الذي أصبح معادلة صعبة في كسب وده وتتبعه.

يمكن الجزم بالقول ان المتلقي الذي كان سلبيا بالأمس أصبح فاعلا قويا ومؤثرا أيضا، بفعل التطور التكنولوجي حيث ان الجمهور أصبح فاعلا اعلاميا من خلال قدرته على الإلقاء والنشر والتفاعل وهذا ما يعقد الظاهرة المتعلقة بالرأي العام بطرح سؤال اشكالي من يؤثر؟ في من؟ نظرا لالتباس الادوار واختلاف المنطلقات والغايات حتى.

خاصة مع ربط ثلاثية -الإعلام -الرأي العام -الازمات- التي تثير الكثير من الجدل

والبوليميك وتعقد الوضعيات جراء تسارع ظهور المستحدثات التكنولوجية وينجم عن هذا ظاهرة ثلاثية الابعاد - الإعلام كوظيفة ,الرأي العام كظاهرة سياسية, والازمات كحالة توتر انساني يجب الإحاطة به لأجل ايجاد الحلول الكفيلة لإبطال اثاره على الشعوب⁽¹¹⁾.

خلاصة:

فالإعلام عموما سواء في الشرق او الغرب لابد ان يبدل جهودا للتطوير والتحديث والتصحيح ليواكب المتغيرات المتسارعة تكنولوجيا وليسائر التحديات المستجدة في المجتمعات الإنسانية لمحاربة الاحكام القيمية ومظاهر التشنج والتطرف وكذا التخلف المزمّن في دول العالم الثالث، مما يفرض معه اعاده ربط العلاقة بين الإعلام والرأي العام والازمات بشكل دقيق وموضوعي¹².

ضرورة إعلام ملتزم ومسؤول ضرورة أساسية في إنشاء الفكر الثقافي في مجتمع ما وضبط قواعد الإخبار واحترام المتلقي تجعله من الموقع الإعلامي سواء كان تلفزة أو موقعا إلكترونيا تكتسي المكانة اللائقة بمفهوم الإخبار والتأثير في صناعة رأي عام ملتزم بالقيم الحضارية والعيش الكريم المشترك واعتبار ذكاء المتلقي في تحليله للأخبار وتقييمها لأجل المساهمة في إنشاء فكر حضاري لمواطن عالمي يسهل له العيش في هذا العالم المتقلب والمتعدد.

بيبلوغرافيا عامة:

- 1_ السيد احمد مصطفى عمر: " البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه" جامعه قاري يونس بن غازي ليبيا الطبعة الأولى 1994 صفحة 211.
- 2_ سعيد سراج: " الرأي العام مقوماته وأثاره في النظم السياسية المعاصرة" الهيئة المصرية للكتاب القاهرة 1978 الصفحة ستة.
- 3_ مصطفى عبد الله خشيم: " نظرية المؤامرة في إطار علم السياسة" رقم الإذاع القانوني بدار الكتب الوطنية 139_ 2017 مجلة جامعة سبراطية العلمية مجلة علمية نصف سنوية محكمة متخصصة في العلوم الإنسانية تصدرها جامعة سبراطية بشكل الكتروني.
- 4_ نفس المرجع سابقا السابق.
- 5- عبد الرحيم الورديني: " فاس في عهد الاستعمار الفرنسي 1912 1956 ملامح من مدينة فاس" وصولها تغيراتها حالتها الاجتماعية اون لاين.
- 6- ألبير عياش: " حصيلة الاستعمار الفرنسي في المغرب" ترجمة عبد القادر الشاوي ونور الدين مسعودي الطبعة الثانية منقحة كلمات.
- 7- مرجع سابق.
- 8- علي خليل شقرة: " الإعلام الجديد (شبكة التواصل الاجتماعي)" الناشر دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان الطبعة الأولى 2014 الصفحة 193.
- 9- نفس المرجع الصفحة 96.
- 10- أحمد حسين اللقاني وعلي الجمل: "معجم المصطلحات التربوية في مناهج وطرق التدريس" القاهرة عالم الكتب 1949 -بحوث دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني دراسة ميدانية على طلبة الجامعات إعداد دكتور رويح العيزي جامعة صنعاء.
- 11- علي خليل شقرة: «الإعلام الجديد شبكة التواصل الاجتماعي» نباء ناشرون وموزعون الأردن، عمان دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، عمان الطبعة الأولى 2014.
- 12 - برونو برناردي ترجمة محمد عرب صاصيلا -القرار السياسي- منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب 2017

-

اختراع العامل بين قانون العمل وقانون الملكية الفكرية

دراسة تحليلية مقارنة

اسم الباحث: أ.د. عبدالكريم صالح عبدالكريم

المرتبة العلمية: مدرس

المؤسسة التابعة لها: جامعة دهوك

اسم الباحث: أوس رائد سالم

المرتبة العلمية: استاذ

المؤسسة التابعة لها: جامعة دهوك

ملخص البحث:

عرف النشاط الوظيفي في القطاع الخاص- وهنا نقصد بذلك العمال حيث من البديهي ان اي شخص يعمل في القطاع الخاص يخضع الى قانون العمل بغض النظر عن صفته او المسمى الوظيفي- تطوراً هاماً في ظل تنامي طرق البحث العلمي بقصد الوصول الى وسائل متطورة في الانتاج اضافة الى المنافسة القوية في ظل الاقتصاد المفتوح على جميع الجهات، أدى الى ظهور الكثير من الاختراعات على ايدي هؤلاء العمال في العديد من بلدان العالم ولاسيما الصناعية منها الأمر الذي ادى الى خلق مشاكل عديدة تكمن حول الاعتراف بحق هؤلاء العمال باختراعاتهم التي يتوصلون اليها اثناء عملهم أو بسببه.

ونظراً لكون الاختراعات التي يكون عقد العمل منظمها موضوعها لا تثير أية إشكالية بين العمال واصحاب العمل ذلك لان عقد العمل يعد ضامناً لهم بالاساس إلا أن المشكلة تتفاقم وتثور بالنسبة للاختراعات التي لاتشكل موضوع عقد العمل اذ كثيراً مايتوصل العامل أو موظف القطاع الخاص الى اختراع سواء عن طريق استخدام وسائل وادوات رب العمل في الوقت الذي لا يكون فيه موضوع عقد العمل الوصول الى هذا الاختراع، أو أنه قد يتوصل اليه بعيداً عن تلك الادوات والوسائل ومع ذلك قد يمس هذا المخترع النشاط الذي يمارسه رب العمل وقد يؤثر فيه. وتأسيساً على ذلك سوف نقسم البحث الى ثلاثة مباحث.

The invention of the worker between labor law and intellectual property law

(A comparative analytical study of the Iraqi and comparative legal system)

Abstract

Most people see that an invention is a major scientific event that is limited to the class of scientists, such as Edison's invention of the light bulb, or that it is the product of international universities and research centers, or the result of major companies' research. Many misconceptions have spread about the right of invention and the patent granted to its owner, but these concepts It faded away little by little

and became not limited to those categories. Rather, it became possible for any individual or any small company to acquire this right and protect it by issuing a certificate called a patent for this invention by registering it in the competent departments. There is no doubt that the process of registering this invention requires the existence of a legislative regulation. arbitrator for the subject in the respective state Employment activity in the private sector (and by this we mean workers, as it is obvious that any person working in the private sector is subject to the Labor Law regardless of his capacity or job title) has witnessed an important development in light of the growing methods of scientific research with the aim of reaching advanced means of production. In addition to the strong competition in light of the open economy on all sides, it led to the emergence of many inventions at the hands of these workers in many countries of the world, especially the industrial ones, which led to the creation of many problems that lie around the recognition of the right of these workers to their inventions that they come up with during their work or because of him. In view of the fact that the inventions whose subject is regulated by the work contract do not raise any problem between the workers and the employers, because the work contract is a guarantee for them in the first place, but the problem aggravates and arises with regard to inventions that do not constitute the subject of the work contract, as often the worker or the private sector employee comes up with an invention whether By using the means and tools of the employer at a time when the subject of the work contract is not access to this invention, or he may reach it far from those tools and means. Nevertheless, this inventor may affect the activity practiced by the employer and may affect it. This research addresses the problem of protecting rights Workers in the inventions that they come up with, whether through the relevant legal rules in the labor law and their counterparts in the intellectual property laws

Keywords: Worker, invention, industrial intellectual property, employers

مقدمة

مدخل لموضوع البحث:

قد يتوصل العامل الذي يربطه عقد عمل ما إلى خلق فكري أو اختراع ما، فكان لا بدّ حينها من إيجاد منظومة قانونية للتعامل مع هذه الاختراعات وذلك بتوفير حماية للعامل باعتباره الطرف الضعيف أو المذعن في العقد، وذلك سواء من خلال الرجوع إلى قانون العمل أو قوانين الملكية الفكرية التي تنظم الاختراعات بصفة عامة. ولا بدّ هنا من إيجاد نوع من التوازن بين حقوق العمال في الاختراعات وحقوق رب العمل.

أهمية البحث:

تكمن أهمية الدراسة في كونها محاولة لفحص التنظيم القانوني لتسجيل الاختراع وكان من الضروري أيضا القاء نظرة تحليلية على الأنظمة القانونية في التشريعات العراقية المتعلقة بالموضوع، حيث نجد ان قانون العمل نص على انه لا تؤثر احكامه على اي حق من حقوق التي يمنحها للعامل اي قانون اخر اذا كان اي منها يرتب للعامل حقوقا افضل من حقوق المقررة له بموجب احكام هذا القانون .

مشكلة البحث:

أن براءات الاختراع تمس حقوق العاملين، وأن هذا النوع من العلاقات تتداخل فيها حقوق العاملين وأصحاب العمل بالنسبة للاختراعات، ويكمن التحدي بالنسبة للمشرع في مسألة إيجاد التوازن بين حقوق العاملين ومصالح أصحاب العمل.

منهجية البحث:

لغرض الوصول الى الغاية المبتغاه من هذا البحث، قمنا بتحليل النصوص القانونية المنظمة للموضوع مع آراء الفقه وذلك في اطار من الدراسة المقارنة بين موقف القانون العراقي وبعض القوانين المقارنة كالقانون الألماني الذي يتسم بالأصالة في هذا الشأن.

هيكلية البحث:

تقتضي دراسة موضوع البحث تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، ففي المبحث الاول سنتناول (ماهية اختراع العامل)، وقد قسم الى ثلاثة مطالب، في المطلب الأول مفهوم اختراع العامل، وفي المطلب الثاني تعريف اختراع العامل وفي المطلب الثالث صور الاختراع وانواع اختراع العامل، اما في المبحث الثاني فقد تكلمنا فيه عن (شروط الاختراع) وقسمناه الى مطلبين الاول: الشروط الشكلية والموضوعية، اما المطلب الثاني: صفة المخترع، أما المبحث الثالث تكلمنا فيه عن القواعد القانونية التي تحكم اختراعات العمال وقسمناه الى: المطلب الاول: الوثائق الدولية التي تحكم الاختراعات (الأساس القانوني الدولي) المطلب الثاني: قانون العمل العراقي رقم 37 لسنة 2015 المطلب الثالث: قانون براءة الاختراع العراقي رقم 65 لسنة 1970 .

المبحث الاول: ماهية اختراعات العمال

للقوف على مضمون الاختراع بمعناه القانوني، فإننا سنعمد في هذا المطلب من الدراسة لبحث مفهوم الاختراع ومراحل تكوينه عبر تقسيمه إلى مطلبين، نخصص الأول منهما لبيان مفهوم الاختراع . وتتناول في المطلب الثاني تعريف الاختراع وللوصول الى تكون الاختراع وبلورته تناولنا في المطلب الثالث صور وانواع الاختراعات .

المطلب الاول: مفهوم اختراعات العامل

يعود ظهور الاختراعات الى بداية العصر الحجري القديم، وكانت الاختراعات آنذاك تشمل: الفأس، والأقواس، والرماح، والسهام، من خلال تشذيب الصخور، والعظام، وقرن الحيوانات، والعاج، اكتشف الإنسان في هذا العصر النار وكيفية إشعالها، تعلم إنتاج المحاصيل الزراعية وصيد الحيوانات اختراع والمناجل، استخدام جلود

الحيوانات في صنع الملابس، اختراعات المنوال الذي يقوم على نسج الخيوط وصنع الأقمشة، تعلم ضرب المعادن ليصنع منها الأسلحة، وأدوات للزينة، تعلم صناعة البرونز، واخترع العجلة.

اما مفهوم العامل المخترع فلم يعد قاصراً على تلك الفئة من العمال الذين تقتضي طبيعة عملهم ذلك بل تم التوسع في ذلك المفهوم كي يشمل طائفة اخرى من العمال الذين وان لم يكن الاختراع من صميم الاعمال المساندة لهم، اذ انهم واثناء قيامهم بالعمل، يخترعون بعض الطرق او المبتكرات سواء كان ذلك عرضياً وهو ما يرتبط بعملهم، او كان اختراعات لا يتصل به او عديم بها كالاختراع الحر، يعيش العالم ثوره صناعية تكنولوجية في كافة جوانب الحياة، فلم تعد الابتكارات والاختراعات محصورة على مراكز الابحاث في المنشآت الكبرى او مراكز الابحاث الحكومية، فقد يتوصل الموظف في الشركة خاصة اثناء قيامه بعمله الى اختراع معين ، وقد يكون هذا الاختراع في بعض الاحيان من صميم عمله المسند اليه وفي احيان اخرى قد يكون عديم الصلة.

المطلب الثاني: تعريف اختراعات العامل

اولاً: تعريف الاختراع لغة: الاختراع في اللغة العربية مشتق من فعل خرع أو اخترع بمعنى أنشأ الشيء و أوجده أو ابتدعه فيكون الاختراع هو الكشف عن وجود شيء لم يكن معروفاً (بذاته أو بالوسيلة إليه ويعني كذلك إيجاد شيء لم يكن له وجود فعلي وفي اللغة الفرنسية يعبر عنه بكلمة invention وهي مشتقة من فعل inventor المأخوذة من اللاتينية invenire وتعني إيجاد شيء لم يكن موجوداً أصلاً كما تعني أيضاً الكشف عن شيء (مخترار الصحاح، 1987 وأيضاً المعجم الوجيز بوزارة التربية المصرية، 1990، ص192).

ثانياً: الاختراع اصطلاحاً

هو اخراج ما في الامكان العدم الى الجوب والوجود، وهو افاضة الصور على المواد القابلة، ومنه جعل الموجود الذهني خارجاً، واما الاختراع كمصطلح معاصر فهو ينصرف الى اختراع الاشياء الحسية التي تتعلق بالامور الصناعية، او وسائلها التي يخرجها المخترع ويجسدها في الواقع المادي الملموس في شكل آلة او جهاز او وسيلة جديدة مثلاً، وهذا الاختراع هو ما اصطلح عليه تسميته بالملكية الصناعية. (حسين بن معلوي الشهراني، 2004 ، ص63-64).

ثالثاً: الاختراع قانوناً

الاختراع هو المحل الذي من اجله يقرر المشرع بسط حمايته عن طريق إصدار السند المطلوب والمناسب لذلك تعتبر مسألة إعطاء التعريف القانوني الدقيق جوهرية وحساسة ولعل هذا ما جعل المواقف تتباين وتختلف حول مدى إلزامية وضرورة قيام المشرع بإعطاء التعريف أم ترك ذلك للقضاء والفقهاء. ومع ذلك فان بعض المشرعين لم يترددوا في وضع التعريف الذي يعتبر في نظرهم ضرورياً لتحديد نطاق تطبيق النصوص القانونية بما لا يدع مجالاً للتأويل والتفسير الذي قد لا يتفق وقصد المشرع ، وفي مقابل ذلك يميل أغلب المشرعين الآخرين إلى الاكتفاء بوضع الضوابط والشروط المطلوبة لكي يكون .

نجد ان المشرع العراقي عرّف في المادة الأولى من قانون براءة الاختراع العراقي المعدل رقم (65) لسنة 1970 الاختراع بأنه: أي فكرة ابداعية يتوصل اليها المخترع في اي من المجالات التقنية وتتعلق بمنتج او طريقة صنع تؤدي عملياً الى حل مشكلة معينة في اي من المجالات (قانون براءة الاختراع العراقي رقم 65 لسنة 1970)، وحسب فعل المشرع العراقي في النص الحالي كان اكثر دقة وتفصيلاً من النص القديم ، وحسن الفعل عندما عدل النص اذ جعل من أية فكرة ابداعية في الميادين التقنية شتى محل معضلة معينة في المجالات جميعاً الاختراعات ، في حين نجد النص القديم قد حصر الموضوع بالتطبيقات الصناعية ومنتجاتها بعيداً عن التقنيات التي اصبحت اليوم جزءاً سائداً للمخترع في شتى الميادين العلمية والبحثية المتطورة. (على محمد رضا يونس، 2017، ص 342).

المطلب الثالث: صور وأنواع الاختراعات

ويشتمل هذا المطلب على فرعين، يخصص أولهما لصور الاختراعات، أما الفرع الثاني فيخصص لأنواع الاختراعات.

الفرع الأول: صور الاختراعات

• أولاً: اختراع الناتج الجديد

وهو الصورة التقليدية في الاختراعات ويقصد به خلق شيء مادي له خصائصه المميزة عن غيره سواء من حيث شكله أو مكوناته، فقد يكون جسماً ميكانيكياً أو تركيباً كيميائياً أو أي شيء مادي. والأثر المترتب على الاعتراف

لصاحب اختراع الناتج الجديد بالحماية هو حصوله على براءة اختراع تسمى "براءة الناتج" تعطيه حق احتكار

استغلاله وحق منع الغير من إنتاجه ولو باستعمال طريقة مختلفة

• ثانياً: اختراع الطريقة أو الوسيلة الجديدة

ويقصد بالوسيلة أو الطريقة الجديدة تلك العملية المنظمة التي يكون من شأن استعمالها الحصول على

نتيجة أو ناتج صناعي ولو لم يكن جديداً، وتأسيساً على ذلك فإن الوسيلة أو الطريقة الجديدة تختلف عن الناتج

الصناعي كونها تتجسد عملياً إما في شكلها أو تطبيقها أو الوظيفة التي تؤديها بينما يكون الناتج دائماً جسماً مادياً. وفي

هذه الحالة يحصل صاحب اختراع الوسيلة أو الطريقة على براءة اختراع تسمى "براءة الوسيلة والطريقة" تعطيه حق

احتكار استعمال تلك الوسيلة أو الطريقة وليس على الناتج المتولد عنها، فيمكن لأي شخص الحصول على نفس

الناتج بشرط أن يستعمل وسيلة أو طريقة أخرى مختلفة.

وهناك أيضاً اختراع التطبيق الجديد لوسائل معروفة: ويقصد بالاختراع هنا طريقة استعمال لوسائل معروفة كما

هي دون إضافة أو تغيير من أجل الحصول على ناتج مختلف عما هو معهود. وفي هذه الحالة يحصل صاحب الاختراع

على براءة اختراع تسمى "براءة التطبيق الجديد" تعطيه الحق في احتكار مجرد هذا التطبيق الجديد وليس على الناتج

الصناعي ولا حتى على الوسائل المستعملة طالما أن حقه يتعلق فقط بالتوظيف الجديد لتلك الوسائل.

ثالثاً: اختراع التركيب الجديد

هذا الاختراع يقوم على فكرة تجميع عناصر أو وسائل معروفة وترتيبها في نسق معين لم يسبق له ذلك

فيتولد عن ذلك نتيجة جديدة مشتركة واحدة، ولكن حتى نكون بصدد اختراع تركيب يجب أن يؤدي كل عنصر من

عناصر هذا التركيب وظيفته المعروفة ويتفاعل مع باقي العناصر التي تحتفظ هي الأخرى بوظائفها ينتج شيء جديد

عبارة عن نتيجة مشتركة تختلف عن مجرد التجميع والترتيب، إذ أن العبرة بالوحدة المتجانسة للعناصر التي تدخل

في التركيب، بحيث أن أي تغيير أو نقل أو حذف لأي عنصر يؤدي إلى عدم إمكانية تحقيق النتيجة المطلوبة. وفي حالة

اختراع التركيب يحصل صاحبه على براءة اختراع تسمى "براءة التركيب" بموجبها يتمتع باحتكار على المركب الجديد

وليس على العناصر المكونة له ولا على الكيفية التي ركب بها. (فرحات حمو_2020ص248).

الفرع الثاني: أنواع الاختراعات

للاختراع عدة أنواع منها ذكرها المشرعون في قوانين العمل والملكية الفكرية ومنها لم يذكر وسوف نبينها تباعاً وعلى

الشكل التالي

أولاً: الاختراع الحر

هي الاختراعات التي لا يلتزم العامل في تحقيقها ولا تدخل في نطاق المنشأة التي تحققت اختراع يعني ذلك ان

ماتوصل اليه العامل من اختراع منقطع الصلة عن تنفيذ العقد المبرم بين الطرفين ذلك لان العامل قد توصل إلى

هذا الاختراع نتيجة مجهوده الخاص وباوقات فراغه وبأدواته الشخصية وخارج مشروع ونطاق العمل وصاحب

العمل . ويحتفظ العامل هنا بجميع الحقوق فله الحق بإدارة هذا الاختراع أو اعلانه أو بيعه أو استغلال الاختراع لأمور شخصية تجارية مثلا وبمقابل ذلك إذا استطاع صاحب العمل أن يثبت أن الاختراع الموجود على أرض الواقع هو ليس اختراع حر بل أنه مرتبط بعقد العمل المبرم بين الطرفين وهو من التزامات العامل مثلا في هذه الحالة تجوز له جميع الحقوق الفكرية الممنوحة للعامل لصاحب الاختراع .

أما بالنسبة إلى الاتفاق بين العامل وصاحب العمل على أن يكون ضمن بنود العقد أن الاختراعات التي يتوصل إليها العامل تنشأ حقوق مادية ومعنوية لصاحب العمل فهذا المنهج منتقد من قبل الفقه القانوني والعلّة هنا هي اعتبار ذلك مصادرة للحقوق الشخصية دون مبرر قانوني وواقعي، أما إذا كان لها الاتفاق أو الشرط بدون مقابل مبلغ مالي مثلا فهذا أيضا اعتبره باطل وغير مقيد للعامل بأعباءه شرطا تعسفيا في عقد العمل .

ثانياً: الاختراعات العرضية

يوصف الاختراع العرضي بأنه الذي يتوصل إليه العامل أثناء تنفيذه عقد العمل دون أن يكون مكلفاً بالتوصل إلى الاختراعات، أي لم يكن الاختراع داخلاً في نطاق عمله أصلاً ولم يطلب منه ذلك من قبل صاحب العمل وقد يكون اختراعه نتاج صدفة أو تخطيط سابق المهم هنا هو أن صاحب العمل لم يكلف العامل بالاختراع أو يطلبه منه، ومع ذلك توصل إلى هذا الاختراع (زين الدين صلاح_ 2000 _ ص51). أي أن العامل ليس ملزماً بموجب العقد بـ أن يعمل لتحقيق الاختراعات، فإذا توصل لاختراع وكان هناك شرط صريح يعطي الحق لصاحب العمل في هذا الاختراع فإنه يكون من حقه، وإن كان العقد أساساً لا يهدف لتحقيق اختراعات، وقد نصت على ذلك المادة (٨٢٠ /ب) من القانون المدني الأردني بقولها: (إذا وافق العامل إلى اختراع أو اكتشاف جديد أثناء عمله فلا حق لصاحب العمل فيه إلا في الأحوال الآتية:...

ب- إذا اتفق في العقد صراحة على أن يكون له الحق في كل ما يهتدي إليه العامل من اختراعات).

وهذا الاختراع على هذا الوجه له ناحيتين: ناحية تمثل في العنصر الفكري بأن خصص له العامل جهده العقلي، بحيث لا يكون بشكل العام ملزماً أصلاً بتحقيق هذا الاختراع، ومن ناحية أخرى يتحقق أثناء تنفيذ عقد العمل وبالإستعانة بأدوات و مواد مقدمة من صاحب العمل والمتمثل بالعنصر المادي أي أن هناك تقديراً للعنصر المادي والفكري لأن العنصرين مجتمعين أدى إلى خلق هذا الاختراع. (قانون المدني الأردني_مادة 820_1976) أما في القانون المدني العراقي لقد نص أن الحق المالي لهذا الاختراع يكون للعامل، ويجوز لرب العمل أن يشترط ملكيته له في العقد، وعندئذ كان للعامل المطالبة بتعويض وفق ما يقتضيه العدالة. المادة 912 قانون مدني عراقي. (قانون مدني عراقي_912_1951).

ثالثاً: اختراعات الخدمة

وهو الاختراع الذي يتوصل له العامل نتيجة عقد أو التزام أثناء قيام رابطة العمل التي تربطه بصاحب العمل، ويكون الاختراع ناتجاً عن تنفيذ عقد مضمونه يكون هناك اتفاق بين العامل ورب العمل على أن يتوصل العامل إلى اختراع بشأن موضوع معين، وفي حالات أخرى لا يكون هناك اتفاق بين العامل ورب العمل على أن يتوصل العامل إلى اختراع وإنما يكون مضمون الاتفاق هو التزام العامل بإفراغ جهده في عمل معين ويتمخض عن هذا الجهد اختراع، أو وهو الذي يتوصل إليه العامل من خلال عمل اقتضى منه إفراغ جهده في الاختراع ويكون ذلك خلال إجرة. فهذا الاختراع يكون من حق صاحب العمل، على أنه يحق للعامل أن يطالب بالتعويض إذا كان لاختراعه جدوى اقتصادية، ويراعي في تقدير التعويض مقدار المعونة التي قدمها رب العمل.

مثال ذلك أن يكون العامل مكلفاً بأن يقوم بالتركيز على إجراء بحوث وتجارب ويخصص جهده لهذا العمل مقابل أجر وحسن خلال القيام بهذا التجارب يتحول إلى اختراع معين. (سميحة القليوبي_ 2009_ص68).

هنا نلاحظ ان القانون العراقي اختلف مع القانون الالماني حيث ان القانون الالماني لم ينص فيه على ثلاثة انواع للاختراع وانما ركز على نوعين فقط . ومن البديهي انه يستطيع العاملون وأصحاب العمل الاتفاق على مسألة لمن تكون ملكية الاختراعات التي يتوصل لها العاملون. الوضع في ألمانيا مختلف عن مثل هذه الدول. وفق قانون اختراعات العاملين الألماني أي اختراع يتوصل إليه العامل يكون ملكاً له، ويمكن أن تنتقل ملكية هذا الاختراع لصاحب العمل إذا رغب في ذلك عن طريق القيام بإجراءات خاصة ومقابل تعويض. إلا أنه تجدر الإشارة إلى أن صاحب العمل يستطيع أن يطلب تملك اختراع العامل الذي يعمل لديه إذا كان الاختراع من اختراعات الخدمة، أما الاختراعات الحرة فليس لصاحب العمل عليها أية حقوق مصدر.

(2010) Jens Kirchner, Pascal R. Kremp, Michael Magotsch,

يعود موقف القانون الألماني من هذه المسألة لأسباب تاريخية تعود جذورها إلى العام 1942م. ن شيبا يسمى قانون جوا أصدرت ألمانيا في ذلك العام قانون (Verordnung-Speer-Göring) وهذا القانون استمد اسمه من أسمي وزيرين في الحكومة الألمانية وهما (Göring Herman) و (Speer Albert) واللذان كانا مسئولان عن زيادة الإنتاج الصناعي الألماني للاستفادة منه لكسب الحرب العالمية الثانية. كان الهدف من ذلك القانون هو تشجيع المخترعين أن يتوصلوا إلى اختراعات ويبلغوا أصحاب العمل بهذه الاختراعات بأسرع وقت ممكن ومن ثم يتمكن أصحاب العمل من استخدام هذه الاختراعات لمساعدة الدولة في ذلك تضمن مصدر (1999. _ Kraig M. editors: Editors: Kraig M. p 146) الحرب كسباً خاصاً بتعويض العاملين عن اختراعاتهم لتشجيع العاملين على القانون بنود التوصل إلى اختراعات. في العام 1957 صدر قانون باسم قانون اختراعات العاملين والذي لا يزال داخل حيز التنفيذ. تضمن هذا القانون نصوص تفصيلية بخصوص اختراعات العاملين غير أنه احتفظ بنفس المبادئ التي قام عليها قانون ن شيبا والمتمثلة في ملكية العامل للاختراع، وأن انتقال الملكية إلى رب العمل جوا تكون بترتيبات محددة ومقابل تعويض. المصدر (قانون اختراعات العاملين الألماني (Arbeitnehmererfindungen)، يمكن الوصول إلى هذا القانون على الرابط التالي:

http://www.wipo.int/clea/docs_new/pdf/en/de/de039en.pdf

قانون براءات الاختراع الألماني (Patentgesetz) الصادر في الخامس من مايو عام 1936م، وعدل عدة مرات

كان آخرها 31 يوليو 2009م. يمكن الإطلاع على هذا القانون على

الرابط التالي منشور http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=238776

(Patentrechtmodernisierungsgesetz)، قانون تبسيط وتحديث قانون براءات الاختراع Federal Law Gazette

(Bundesgesetzblatt) في جريدة القوانين الفيدرالية الألمانية.

في المقابل نجد أن نصوص القانون الألماني فيما يتعلق بتحديد صور الاختراعات العاملين جاءت منضبطة وصيغت بطريقة أفضل من صياغة الفقرة القانون العمل العراقي إذ حدد القانون بدقة صور اختراعات العاملين وحصرها في نوعين وهما اختراعات الخدمة والاختراعات الحرة.

من ناحية أخرى نجد أن القانون الألماني قد نص صراحة على أن نصوص هذا القانون تعتبر من النظام العام وبالتالي لا يجوز الاتفاق على مخالفتها، في حين أن القانون العراقي لم ينص صراحة على ذلك، الأمر الذي يفتح الباب للاجتهاد ويترك الأمر لقاضي الموضوع لتحديد متى يجوز الاتفاق على مخالفة قواعد اختراعات العاملين ومتى لا يجوز ذلك.

المبحث الثاني: شروط الاختراع

إن توافر الشروط الموضوعية بحد ذاتها في الاختراع لا تكفي بمفردها لحفظ وصون حق صاحب هذا الاختراع، وإنما لابد من المبادرة بترجمة هذا الاختراع إلى وثيقة رسمية تصدر من هيئة رسمية أيضاً، وذلك بإتباع

إجراءات معينة وفق نظام قانوني معمول به كتقديم الطلب، ثم قيام الهيئة بدورها والمتمثل في فحص هذا الطلب مع مراعاة مدى توفر الشروط الموضوعية والشكلية. استنادا على ذلك قسمنا هذا المبحث الى :

المطلب الاول : الشروط الموضوعية والشكلية

المطلب الثاني : صفة المخترع العامل.

المطلب الأول: الشروط الموضوعية والشكلية

الشروط الموضوعية: يجب ان يكون الاختراع متضمن ابتكارا او اختراعا يضيف به المخترع انتاجا جديدا الى ماهو معروف من قبل حيث ممكن ان يكون الاختراع متعلق بوسيلة صناعية جديدة او استبدال مادة بأخرى من تكوين منتجات معينة كالادوية مثلا ، او يمكن ان يكون بتطبيق جديد ولطريقة معروفة بنتائج مختلفة . ويتبين من النصوص القانونية التي تضمنها قانون براءة الاختراع العراقي لسنة 1970 هناك عدة شروط اهمها :

الشرط الأول: وجود اختراع قانوني من البديهي أن يكون هنالك اختراع تطبق عليه المواصفات المميزة لالختراع فيكون يتضمن ابتكارا أو إبداعا يضيف قدرا جديدا إلى ما هو موجود من ذي قبل، أو طريقة صناعية، أو تطبيقات جديدة لطرق صناعية معروفة من قبل، وقد يكون الاختراع متعلقا بنتائج صناعية جديدة متميز عن غيره من الأشياء . فالاختراع فكرة لمخترع تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية "، فهذا الاختراع يشمل جانب نظري وآخر عملي تطبيقي، فعلى المخترع تنفيذ أفكاره في الواقع على شيء ملموس، أو على طريقة حديثة ويكون مختلفا على الاكتشاف أو الإبداع أو على أمور أخرى متشابهة . إضافة على هذا يجب أن يكون هذا الاختراع الذي تنطبق عليه هذه المواصفات القانونية الشكلية والموضوعية (عباس حلبي المتزالي 1983_ ص65)

الشرط الثاني: أن يكون الاختراع جديدا يشترط لمنح براءة الاختراع أن يكون جديدا لم يسبق نشره، أو استعماله، أو سبق منح براءة عن ذلك الاختراع، باعتبار أن براءة الاختراع تمنح لصاحبها احتكار استغلال الفكرة مقابل الكشف عنها للجمهور، أما إذا كانت معروفة من قبل انتفى مبرر إصدار البراءة. ولا يكفي أن يكون الاختراع جديدا في موضوعه أو وسيلته، بل لا بد أن يكون أيضا عند الإفصاح عنه لدى الجهة المختصة بمنح براءة الاختراع ، أن يكون جديدا وان يكون المخترع قد احتفظ بسر اختراعه ولم يقدّم بإذاعة ذلك السر إلى أحد قبل طلب البراءة . وان الجودة تشترط في الوسائل والطرق وأيضا في المنتجات عنه من الجهة المختصة الصناعية نفسها، وحتى يكون الاختراع محميا ببراءة يجب أن يكون ناتجا عن ابتكار يتصف بالجدة، ويضيف الجديد إلى التراث المعرفي والتقني للمجتمع. (منى جمال الدين محمد محمود_ دون سنة نشر_ص255)

الشرط الثالث: التطبيق الصناعي هو عنصر جوهري في الاختراع لانه يخرج الاختراع من عالم التفكير المجرد إلى عالم التنفيذ ويعتبر صناعيا كل اختراع يسمح بواسطة يد الإنسان أو بواسطة آلة بإنتاج منافع أو التوصل إلى إنتاج تقنية، وعبارة صناعي تؤخذ بمفهومها الواسع أي كل نشاط بشري يحقق نتيجة وهذا ما جاءت به المادة 01 ف 03 من اتفاقية باريس " تؤخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فال تقتصر على الصناعة بل تمتد إلى الصناعات الزراعية والإستراتيجية". فيجب أن يترتب على استعمال الابتكار نتيجة صناعية صالحة للاستغلال في المجال الصناعي أما مجرد ابتكار الآراء والنظريات فإنه ال يصلح بذاته موضوعا لبراءة الاختراع طالما ال يمكن استغلاله صناعيا . (ناصر محمد عبد هلال سلطان_2009_ ص238)

الشروط الشكلية:(إجراءات الحصول على براءة)

يجوز ان تطلب براءة الاختراع من شخص الطبيعي او شخص المعنوي خاصا كان ام عاما او من الت اليه

الحقوق كالمتصرف اليه في حق الاختراع او ورثة المخترع (د.اكثم امين خولي_1973_ص42)

وهناك عدة شروط شكلية يتوقف عليها الحصول على شهادة امتياز براءة الاختراع بهدف حمايته، تتمثل في الإجراءات الإدارية اللازمة حتى تتم عملية تسجيل الاختراع والحصول على شهادة امتياز براءة الاختراع (مجبل المالكى 2007_ص44) وهذه الإجراءات هي عبارة عن مراحل ينص عليها القانون والنظام الخاص به وفي مايلي نذكر هذه الشروط على شكل نقاط كالآتي:

1_ تقديم طلب تسجيل الاختراع لوزارة او الى ادارة براءات الاختراع التابعة للمصلحة الملكية الصناعية بوزارة التجارة (المادة 16 من قانون براءة الاختراع والنماذج الصناعية العراقي 1970). ان الحصول على ملكية البراءة لاي اختراع قد يبرزه المخترع قد يكون محصورا في دولة محددة او قد تمتد الى باقي دول العالم ، ويستتبع ذلك ان يكون لمقدم الطلب صفة قانونية قائمة لذلك. (نوري خاطر_ 2005_ص78). إن اي طلب لتسجيل الاختراع يقدم الى مكتب قسم براءات الاختراع ، يجب ان يكون لمقدمه صفة في تقديم هذا الطلب ، قد يكون هو صاحب الحق في ملكية هذا الاختراع ، ان تقديم الطلب الى جهة المختصة قد يكون شخصيا وتمثل هذ الحالة الصورة الاولى من صور اصحاب الحق في تقديم الطلب، وان كان الاختراع نتيجة عمل مشترك بين عدة اشخاص، يكون الحق في طلب البراءة لهم جميعا ، لمن تقدم بالطلب لهم جميعا ، ويمتلكونها على الشئوع بالتساوي بينهم، كما انها تصدر باسمهم جميعا، سواء قام اكثر من شخص بالتواصل الى اختراع واحد او اشتركوا في عدة اختراعات (نوري خاطر_ 2005_ص78).

ويحق لكل منهم ان يستغل البراءة لحسابه الخاص، اما اذا امكن تحديد جهد كل منهم او فصله، فنه يجوز بشكل ثانوي بينهم على غير ذلك(ماتئوس جاك قرعة ، 2015_ص113 – 115)

2_ فحص طلب التسجيل، يتبع الموظف المختص جملة من الاليات التي يجب اتباعها لفحص الاختراع الذي يكون أمام الموظف المختص يتضمن جملة من الاجراءات التي يجب إتباعها ،وهذه الاجراءات تختلف هذه الاجراءات بحسب نظام كل دولة ومدى سلطة المسجل في فحص الطلبات.

فهنالك دول تأخذ بنظام الفحص المسبق ودول تأخذ بنظام الفحص المؤجل، ودول اخرى تأخذ بنظام التسليم التلقائي، وعليه فان الدول تختلف في فحص طلبات الاختراع التي تقدم اليها ، وكل دولة لها أنظمة تميزها عن الأخرى. (جلال خليل_ 1983_ص123)

أما بالنسبة الى الآثار التي تترتب على تقديم الطلب، فيترتب على تقديم طلب البراءة الى مكتب البراءة المختص عدة آثار قانونية تتمثل في احتفاظ صاحب الابتكار بحق الاسبقية عن غيره في منح هذه البراءة، كما يترتب على تقديم الطلب احتساب مدة الحماية القانونية للبراءة ، واخيرا فان مكتب البراءات يلزم الاعلان عن طلب البراءة بالطريقة الموضحة بالقانون ، ومن هذه الآثار ان يحتفظ المخترع لنفسه بحق الاسبقية في منحة البراءة (محمد انور حمادة_ 2002_ص55)

3_ الاعتراض على الطلب، بعد قيام المكتب بالاعلان عن طلب البراءة بواسطة مكتب البراءات يجوز لكل ذي مصلحة ان يقدم لادارة البراءات الأختراع اخطاراً كتابيا بمعارضته في منح البراءة للطالب البراءة الأول فتقوم ادارة البراءات بالتأكد الطلب المعارض وفحصه .

من الجدير بالذكر هناك نوع آخر يسمى البراءة الاضافية ومفهوم الاضافة في البراءة او البراءة الاضافية يعني الحصول على نتيجة مماثلة ، بالاضافة طريقة جديدة، والتحسين هو الاحتفاظ بنفس الطريقة ولكن لتحسينها الى افضل، والتعديل هو احلال طريقة جديدة بدلا من احدى الطرق التي كانت تستعمل للأختراع الاصلي ، او تغير جزء من هذه الطريقة، وفي الحالات الثلاث يظل الأختراع الاصلي محتفظ بفكرته الاساسية كما هي وهي ما يسمى بالفكرة الام. (محمد بهجت عبدالله فايد_ 2001_ص376)

وتجدر الإشارة إلى ان المشرع العراقي نص على الحالات التي لا يجوز منح براءة الاختراع لصاحبها وهي:

- 1- الاختراعات التي ينشا من استغلالها اخلالا بالاداب العامة او النظام العام او التي تتعارض والمصلحة العامة.
- 2- خرائط البناء والرسوم المجسمة المتعلقة بذلك ، المادة 3 من قانون براءة الاختراع العراقي والنماذج الصناعية والمعلومات غير المفصح عنها والبدائل المتكاملة والاصناف النباتية المعدل .
- 3- ان لا يكون ماسا بالنظام الاساسي للدولة، أن يكون مشروعاً، وحرص قانون براءة الاختراع العراقي على عدم منح براءة الاختراع التي ينشا من استغلالها الاخلال بالاداب العامة او النظام العام او تتعارض والمصلحة العامة.

من امثلة اخلاص استغلال الاختراع بالنظام العام والاداب العامة ان يتعلق بأختراع آلة للعب القمار او تزييف النقود او تدوير لمخلفات صناعية ينبعث منها دخان ملوث او ابخرة تضر بالبيئة ، او معدات طبية للاستنساخ ، او اختراع وسائل تصنت يمكن ان يؤدي استغلالها الى المساس بالأمن القومي للبلد والاعتداء على حرية الأفراد. (سامة احمد بدر_2011_ص49).

المطلب الثاني: صفة المخترع

ان كيفية تحديد صفة المخترع عالجها المشرع العراقي ضمن نصوصه اذ جعل ذلك متحققا في مجال عمل معين خلال تنفيذ عقد العمل بين المخترع ورب العمل ، اي جعل دائرة الصفة للمخترع ضمن نطاق العملية العقدية خلافا للمشرع المصري الذي لم يشترط ارتباط العامل بصاحب العمل بعقد عمل لبيان صفة المخترع فضلا عن مساواته بين من يخضون في تحديد هذه صفة للعلاقة العقدية وبين من يخضون لعقود متشابهة لعقد المفاوضة كان حريا بالمشرع العراقي ان يتوسع في تحديد هذه الصفة اسوة بالمشرع المصري لفسح مجال اكبر من التصنيف الوارد ضمن نصوصه.

وفي قانون براءة الاختراع، رقم (65) لسنة 1970، المادة (8) إن ملكية حق الاختراع تكون للحامل الفعلي للبراءة او لمن الت اليه، واذا كان الاختراع نتيجة عمل مشترك بين عدة اشخاص كان حق البراءة لهم جميعا على مشترك على وجه الشيعوع مالم يتفقوا على خلاف ذلك ، اما اذا توصل الى الاختراع عدة اشخاص كل منهم مستقل عن الاخر فيكون حق البراءة لمن اودع طلبه قبل الاخرين. (على محمد رضا يونس _ دون سنة _ص351)

المبحث الثالث: القواعد القانونية التي تحكم اختراعات العمال

لكل حق ممنوح هناك انظمة وتشريعات قانونية تسعى الى تنظيم هذا الحق وحمايته وكفالة عدم الاعتداء عليه من قبل الاخرين من هذا المنطلق اوجد التشريعات والقوانين وبما أنه حقوق الطبقة العاملة باعتبارها المستضعفة في اغلب الاحيان اوجد المشرع قوانين لحمايتها والحفاظ عليها وماهمنا في هذا البحث هو حقوقها الفكرية والصناعية واستنادا الى ذلك قسمنا هذا المبحث الى:

المطلب الاول: الوثائق الدولية التي تحكم الاختراعات (الاساس القانوني الدولي)

المطلب الثاني: قانون العمل العراقي رقم 37 لسنة 2015

المطلب الثالث: قانون براءة الاختراع العراقي 1970

المطلب الاول: الأساس القانوني للحق في الاختراع

يتربع الأساس القانوني لحق الفرد في حماية نتاجه الذهني في قمة المنظومة القانونية لحقوق الانسان المتمثلة بالإعلان العالمي لحقوق الانسان الصادر عام ١٩٤٨ (أُعدت ونشر على الملأ بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة ٢١٧ ألف (د. ٣) المؤرخ في ١٠ كانون الأول/ديسمبر ١٩٤٨).

والعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية لسنة ١٩٦٦ (أُعدت وعرض للتوقيع والتصديق والانضمام بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة ٢٢٠٠ ألف (د. ٢١) المؤرخ في ١٦ كانون الأول/ديسمبر ١٩٦٦. تاريخ بدء النفاذ: ٢٣ مارس/آذار ١٩٧٦ وفقاً لأحكام المادة ٤٩).

إن نصت المادة (١٩) من الاعلان العالمي على انه: "لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اكتشاف الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود". كما ونصت المادة (٢/٢٧) من الاعلان ذاته على هذا الحق بالقول: "لكل فرد الحق في حماية المصالح الادبية والمادية المترتبة علنتاجه العلمي او الادبي او الفني". ونستخلص من النص المتقدم اشارة ضمنية ولكن واضحة إلى وجود حق الفرد في نتاجه الذهني.

وكذلك تضمن العهد الدولي لسنة ١٩٦٦ إشارة إلى هذا الحق في المادة (٢/١٩) والتي نصت على انه: "لكل انسان حق في حرية التعبير.

ويشمل هذا الحق حريته في التماس مختلف ضروب المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها إلى آخرين دونما اعتبار للحدود، سواء على شكل مكتوب أو مطبوع أو في قالب فني أو بأية وسيلة أخرى يختارها."

وتتمثل الغاية في حماية هذه المصالح في فكرة الحق بالاشتراك الحر في حياة المجتمع الثقافي، والمساهمة في التقدم العلمي والاستفادة من نتاجه (د. صلاح زين الدين - ٢٠٠٦ - ص ٦٧).

ولما صادقت الدول على الوثيقة والعهد الدولي، أصبح لزاماً عليها اتخاذ كافة الاجراءات الضرورية لضمان حسن تنفيذها. وكان ذلك عن طريق تبني تلك النصوص ذات النطاق الدولي بالنص عليها داخلياً، وذلك بتضمينها في دساتيرها وهذا ما فعله المشرع العراقي، إذ نص في المادة (٣٨) من الدستور الع ارقى النافذ لعام ٢٠٠٥ على انه: (تكفل الدولة بما لا يخل بالنظام العام والآداب: اولاً- حرية التعبير عن ال اري بكل الوسائل). ومن ذلك فقد اصبح لهذا الحق اساساً دستورياً يوجب على مشرع القانون العادي طبقاً لمبدأ السمو الدستوري بتنظيمها فيقوانين مستقلة، وكان ذلك في قانون حماية براءة الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المفصح عنها والدوائر المتكاملة والاصناف النباتية رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠ المعدل وفق أمر سلطة الائتلاف (المنحلة) رقم (٨١) لسنة ٢٠٠٤.

وجاءت المادة (٦٥) من الدستور المصري الصادر سنة ٢٠١٢ والمعدل سنة ٢٠١٤، لتقرر: "حرية الفكر والرأي مكفولة. ولكل إنسان حق التعبير عن رأيه...". أعقبها المادة (٦٦) لتؤكد على أن: "حرية البحث العلمي مكفولة، وتلتزم الدولة برعاية الباحثين والمخترعين وحماية ابتكاراتهم والعمل على تطبيقها". أما المادة (٦٧) فجاءت بينة في مبنائها، صريحة في معناها، حين قالت: "حق الإبداع الفني والأدبي مكفولة، وتلتزم الدولة بالنهوض بالفنون والآداب، ورعاية المبدعين وحماية إبداعاتهم، وتوفير وسائل التشجيع اللازمة لذلك". وهذا لا يتحقق إلاً بقانون مُتخصص يُنظّم المسائل المتعلقة بالموضوع، ويوفر الحماية القانونية بصورها المتعددة، ويمنع الاعتداء، ويردع مرتكبيه، ويتمثل ذلك بقانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢ النافذ والمعدل.

المطلب الثاني: قانون العمل العراقي رقم 37 سنة 2015

تبدو أهمية قانون العمل كونه يتصل بحياة عدد كبير من أفراد المجت مع، فالغالبية العظمى منهم يعملون لحساب أشخاص غيرهم، بحيث يكونوا تحت سلطتهم وإشرافهم، والقانون يتدخل لحماية هؤلاء العمال سعياً لرفع مستوى حياتهم، وبذلك يعتبر بحق القانون الأكثر مساساً بالمجتمع ككل. ومن خلال استعراض نصوص قانون العمل

نلاحظ الاهتمام الذي يوليه المشرع للطرف الضعيف-العامل- في مواجهة صاحب العمل، حيث يمتاز قانون العمل به أن له (١) طبيعة حمائية توفر الاستقرار والتوازن بين الطرفين حيث نجد ان قانون العمل العراقي لسنة 2015 الذي ينظم بشكل عام حقوق وواجبات العمال والعاملين، ولكنه لا يتطرق بشكل محدد إلى قضايا حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالاختراعات التي تقوم بها العمال في سياق عملهم.

عادةً ما يكون لحقوق الملكية الفكرية تنظيم مستقل يختلف عن قوانين العمل العامة، مثل قوانين حقوق البراءات وحقوق الابتكار والاختراع. وغالبًا ما يكون للملكية الفكرية قوانين خاصة تنظمها وتحمي حقوق المخترعين والمبتكرين.

وفقًا للقوانين العراقية المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، فإن الاختراعات التي يبتكرها العمال في سياق عملهم تعتبر عادةً ملكية لأصحاب العمل أو الشركات التي يعملون فيها. ينص قانون حقوق الملكية الفكرية في العديد من البلدان على أنه في حالة وجود اختراعات تتم في إطار العمل، يكون لصاحب العمل حق الملكية على تلك الاختراعات، ما لم يتم توجيه ترتيبات خاصة أو اتفاقات مختلفة.

ومع ذلك، يجب الإشارة إلى أن هذا المبدأ قد يختلف اعتمادًا على الاتفاق المبرم بين صاحب العمل والعامل. اذا قمنا بالمقارنة بين القانون العراقي والقانون الالماني نلاحظ ان قانون العمل العراقي قد خلا من نصوص تعالج حق الاختراع بصورة عامة بكلا شقيه الحق الادبي والحق المالي ويبدو انه قد احوال هذا الحق الى القواعد العامة والتي نقصد بها القانون المدني بصورة عامة وقوانين الملكية الفكرية بصورة خاصة، اما ألمانيا فإن لديها تشريع خاص وفريد من نوعه ينظم اختراعات العاملين صدر عام 1957م. يتميز القانون الألماني كذلك بأن هناك الكثير من الدراسات التي أجريت عليه وخضع للفحص والتمحيص من قبل متخصصين بارزين، وأجريت عليه تعديلات كثيرة جعلت منه أحد أبرز القوانين على المستوى الدولي أخذًا في الاعتبار أن ألمانيا من أكثر الدول المنتجة للاختراعات والمعرفة عالمي.

ويسمى بحكم اختراعات العاملين في ألمانيا قانون خاص، كما مبين في التشريع الالماني. وقد صدر (3) القانون الاتحادي لاختراعات العاملين (Arbeitnehmererfindungen) هذا القانون في 25 يوليو 1957م، ودخل حيز التنفيذ في أكتوبر من العام نفسه.

يتكون هذا القانون من أربعة فصول و(49) مادة الفصل الأول: وموضوعه نطاق تطبيق القانون ويتضمن بعض التعريفات. يتضمن هذا الفصل المواد من (1) إلى (4) الفصل الثاني: وموضوعه الاختراعات واقتراحات تحسين التقنية التي يقدمها العاملون في القطاع الخاص. يتضمن هذا الفصل المواد من (5) إلى (39) الفصل الثالث: وموضوعه الاختراعات واقتراحات تحسين التقنية التي يقدمها العاملون في القطاع العام والخدمة المدنية والقوات المسلحة. يتضمن هذا الفصل المواد من (40) إلى (42) الفصل الرابع: وموضوعه الأحكام الانتقالية والتنفيذية. يتضمن هذا الفصل المواد من (41) إلى (49) تنص المادة (22) من هذا القانون على أنه لا يمكن تعديلها بعقد أو خلافة بما يضر بمصلحة العامل، وهو ما يعني أن نصوص هذا القانون من النظام العام. يعود السبب وراء جعل المشرع الألماني نصوص هذا القانون من النظام العام لرغبته في تحقيق مصلحة عامة تتمثل في رعاية الطرف الضعيف في علاقات العمل وهو العامل ومنعنا لتحكم الطرف القوي الذي هو صاحب العمل في العامل عن طريق فرض شروط تعسفية جائزة تلحق به الضرر أو تمس مصالحه. من هنا نلاحظ مدى تطور التشريع الالماني في هذا الخصوص والجدير بالذكر ان المانيا ليست الدولة الوحيدة التي لديها تشريع متطور خاص باختراعات العاملين بل هناك دول اخرى تمتلك تشريعات قد تبدو مماثلة مثل التشريع الفنلندي الصادر عام 1967،
المطلب الثالث :قانون براءة الاختراع العراقي رقم 65 لسنة 1970.

تنقسم الملكية الفكرية الى اقسام منها ماهو متعلق بالجهد الادبي كحقوق المؤلف مثلا ومنها مايتعلق بالجهد الصناعي او الحرفي وهو موضوع بحثنا والتي تسمى قانون براءة الاختراع الصناعية وهو ماسوف نتكلم عنه، بالنظر الى القانون الاخير لسنة 1970 نرى ان هذا القانون قد عدل سنة 2004 حسب امر سلطة الائتلاف المؤقتة رقم (81 / قانون براءات الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المفصح عنها والدوائر المتكاملة والاصناف النباتية رقم 65) لسنة 1970. وقد إتجه المشرع الع ارقى في قانون ب اراءات الاختراع والنماذج الصناعية والمعلومات غير المفصح عنها والدوائر المتكاملة والاصناف النباتية رقم (٦٥) لسنة ١٩٧٠ المعدل (١) إلى تضمينه مادة لتعريف الاختراع وهي المادة (١/٤) التي نصت على ان الاختراع هو: "اي فكرة إبداعية يتوصل اليها المخترع في اي من المجالات التقنية وتتعلق بمنتج او طريقة صنع المخترع في اي من المجالات لتقنية معينة وتتعلق بمنتج او طريقة صنع تؤدي عملياً إلى حل مشكلة معينة في اي من المجالات، كما نصت مضمون المادة 8 من القانون اعلاه ، يتم منح حق الملكية للحامل الفعلي للبراءة أو للشخص الذي يتم تحويل الحق إليه. إذا كان الاختراع نتيجة عمل مشترك بين عدة أشخاص ولم يتم التوصل إلى اتفاق بينهم ، فإن حق الملكية يكون مشتركاً بينهم وفقاً لنظام الشيوخ. يعني أنهم يمتلكون الحقوق المتساوية في الاختراع ويمكنهم استخدامه واستغلاله دون الحاجة إلى موافقة بعضهم البعض.

أما إذا وصل عدة أشخاص مستقلين منفصلين إلى اختراع مشابه أو متشابه، وتم تقديم طلبات براءة اختراع منفصلة، فيكون حق البراءة لمن قدم طلبه قبل الآخرين. في هذه الحالة، يكون الشخص الذي قدم أول طلب للحصول على براءة الاختراع هو الذي يحصل على حق الملكية.

اما نص المادة التاسعة المعدلة بموجب قانون رقم 28 لسنة 1999 فقد تضمنت نصوص تبين احكاما واضحة في حالة التوصل اختراع معين في مجال عمل معين وخلال تنفيذ العقد او الاتفاق المبرم بين الطرفين ونقصد بهم المخترع ورب العمل او اثناء تنفيذ العقد او اداء العمل من قبل المخترع (العامل) فللمخترع الحق في ما ياتي:
 ا - حق المطالبة بالتعويض العادل من رب العمل اذا كان عقد العمل ينص على كون الاختراع مقابل اجر معين .
 ب - تثبيت اسم المخترع بعد اسم رب العمل في براءة

اما إذا كان الاختراع او الابتكار من ضمن اختصاص او من ضمن مجال عمل المخترع فهنا بين القانون العراقي 1970 المعدل فقد خير صاحب العمل بين امرين الاول هو استغلال الاختراع او شراءه مقابل تعويض مادي مجزي للعامل مساويا لقيمة الفعلية او الربحية العائدة لصاحب العمل من ذلك الاختراع بشرط ان يبين صاحب العمل نيته بصورة تحريرية مكتوبة الى المسجل وخلال فترة زمنية لاتتجاوز الثلاثة اشهر التالية لصدور براءة الاختراع في القبول او الرفض (مادة 10 من قانون براءة الاختراع العراقي 1970 المعدل سنة 2004). بينما اتت المادة 11 تبين لنا ان الطلب المقدم من المخترع للحصول على البراءة خلال سنة من تاريخ تركه العمل يعتبر كأنه قدم خلال تنفيذ العقد أو قيام رابطة العمل أو الاستخدام ويكون لكل من المخترع ورب العمل جميع الحقوق المنصوص عليها في المادتين التاسعة والعاشر من هذا القانون إذا كان لعمل المخترع عند رب العمل شأن في التوصل إلى الاختراع. يهدف هذا النص إلى حماية حقوق صاحب العمل ومنع العامل من الاستيلاء على الاختراع بطريقة غير مشروعة إلا أن مدى قدرة هذا النص على حماية حقوق صاحب العمل تظل محل تساؤل. عدد من التساؤلات يمكن أن تثار هنا:

السؤال الاول: ماذا لو أن العامل تقدم بطلب للحصول على براءة اختراع في اليوم التالي لانتهاء فترة السنة التي حددها المشرع وأثبت صاحب العمل أن ذلك الاختراع تم التوصل إليه أثناء الخدمة؟ الإجابة هي أن المشرع لا يعتبر

هذا الاختراع بأنه حصل أثناء الخدمة ويستطيع العامل أن يسجل ذلك الاختراع ويحصل على البراءة في حال انطبقت عليه شروط الاختراع جميع الشروط الموضوعية والشكلية .

السؤال الثاني: هل يجوز الاتفاق بين العامل وصاحب العمل على أنه إذا ثبتت لصاحب العمل أن الاختراع قد حصل أثناء الخدمة فيجوز لصاحب العمل أن يطالب بحقوقه على ذلك الاختراع حتى بعد انقضاء فترة سنة التي حدها المشرع العراقي ؟ لقد اغفل المشرع العراقي هذا الجانب المهم ولكن بنظرنا أنه ليس هناك ما يمنع من دخول العامل مع صاحب العمل في اتفاق من هذا النوع ولا ينتقص ذلك من حقوق العامل.

السؤال الثالث: هل يعتبر من قواعد العدل أن نعتبر كل اختراع توصل له العامل خلال سنة من تاريخ تركه الخدمة وكأنه حصل أثناء الخدمة؟ من البديهي أن الإجابة هي أنه ليس من الضروري أن يكون كل اختراع توصل إليه العامل خلال سنة من تاريخ تركه الخدمة قد حصل أثناء الخدمة. فمن الممكن أن يعمل عامل لدى صاحب عمل ويترك الخدمة دون التوصل إلى اختراع، ثم ينتقل إلى العمل لدى صاحب عمل ويتوصل إلى اختراع خلال فترة 15 شهر مثلاً. لذلك نرى أن موقف المشرع العراقي غير دقيق في هذا الجانب المهم .

ومن الجدير بالذكر أن العراق وقع على عام 1976 انظم العراق الاتفاقية باريس واصبح عضوا في المنظمة العالمية للملكية الفكرية حيث تضمن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي تعتبر الدعامة الرئيسية التي يركز عليها نظام الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية .

ووفقاً للمادة الأولى من الاتفاقية فقد أنشئ اتحاد يضم كافة الدول الأطراف في الاتفاقية اطلق عليه

اتحاد باريس .

وقد قررت الاتفاقية في المادة 1 (2) أن الحماية المقررة للملكية الصناعية في الاتفاقية تشمل براءات الاختراع ، ونماذج المنفعة ، والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية أو الصناعية ، وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر أو مسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة .

كما أوجبت المادة 1 (3) أن تؤخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا يقتصر تطبيقها على الصناعة والتجارة بمعناها الحرفي ، وإنما تطبق كذلك على الصناعات الزراعية والاستخراجية وعلى جميع المنتجات الطبيعية أو المصنعة.

وكان الغرض الرئيسي من ابرام اتفاقية باريس هو أن يكون لكل شخص تابع أو مقيم بإحدى الدول الأطراف في الاتفاقية أو له منشأة تجارية فيها، الحق في حماية اختراعه أو رسومه أو نماذجه الصناعية أو علامته التجارية أو باقي صور الملكية الصناعية الأخرى التي ذكرتها المادة الأولى من الاتفاقية في كل دولة من دول اتحاد باريس ، عن طريق معاملته بخصوص حماية تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني كل دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد على حده ووفقاً لقانونها الوطني .(د. حسام الدين الصغير، 2007_ص4).

وبمجرد مصادقة الدول على اتفاقية باريس تصبح نصوص الاتفاقية جزءاً من القانون الوطني في تلك الدولة دون حاجة إلى أن تصدر الدولة قانوناً يتضمن القواعد الواردة في الاتفاقية . وهذا يعني أن الأجانب يستمدون حقوقاً مباشرة من الاتفاقية ويجوز لهم التمسك باحكامها أمام القضاء الوطني في كل الدول الأعضاء في اتحاد باريس بغض النظر عن التشريع الوطني . ولذلك فإن نصوص الاتفاقية ذاتية التنفيذ self-executing

غير أن اتفاقية باريس لم تلزم الدول الأطراف فيما بأن تضع في تشريعاتها الوطنية معايير standards لحماية حقوق الملكية الصناعية ، وإنما كان الهدف من ابرام الاتفاقية هو حماية رعايا كل دولة من الدول الأعضاء في اتحاد باريس في كافة البلدان الأخرى الأعضاء في الاتحاد ، عن طريق المبادئ التي قررتها الاتفاقية وأهمها مبدأ المعاملة الوطنية، والسبقية .(اتفاقية باريس_ مادة 1 فقره 2و3)

وايضاً من الجدير بالذكر ان العراق بتاريخ 31/1/2022 انضم لاتفاقية (pct) معاهدة التعاون بشأن براءات الاختراع وان هذا الانضمام إلى معاهدة التعاون بشأن براءات الاختراع سيجعل نظام البراءات في العراق أكثر كفاءة وأن الإجراءات ستكون أقل تكلفة لمقدمي الطلبات الذين يسعون للحصول على حماية لبراءات الاختراع دولياً.

يتضح لنا من خلال خلاصة هذا المبحث ؛ أن قانون براءات الاختراع لا يعطي أي ضمانات سواء للعام أو لصاحب العمل، وإنما الضمانات الحقيقية تكمن في قانون العمل قانون العمل ، والذي لم ينص على حماية العام بل المخترع جملته وتفصيلاً ولا يتحدث مطلقاً عن حماية الاختراعات بحذ ذاتها ، ونجد أن قانون العمل هو القانون الذي يحدد لنا من هو العامل وماهي حقوقه وامتيازاته ووان هذا القانون يتميز بواقعيته وانطباقه وسريانه على اكبر شريحة في المجتمع وبالرغم من هذا لم يتناول او لم ينظم حقوق العمال المخترعين وترك تنظيمها لقانون براءة الاختراع الذي اتى ايضا يتكلم عن حماية هذا الحق والصحيح والواقعي ان هذا الحق ثبت له الحماية منذ البداية وان المستفيد الاكبر من هذا القانون هو صاحب العمل لكونه الطرف القوي في العلاقة هذا حسب منظورنا الشخصي واستنادا الى هذا الرأي كان من الافضل على المشرع العراقي ان يبقى قانون براءات الاختراع وغيره من القوانين بعيدة عن تنظيم المسائل المتعلقة بالأمور التي تتعلق بالعمل والعمال -إلا في حالة إعطاء حقوق أفضل للعامل -، لما يتمتع به قانون العمل من مميزات و ضمانات تختلف عن باقي القوانين، وبالتالي إن حماية اختراعات العاملين يكمن في قوانين العمل وليست في قانون براءة الاختراع.

الخاتمة:

في نهاية هذا البحث المتواضع توصلنا الى عدة استنتاجات اختصرناها في نقاط مهمة وموضوعية، كذلك توصلنا الى عدد من التوصيات التي من الممكن ان يستفيد منها ذوي الشأن، ونقصد بهم المشرع و الباحثين اختصرناها ايضاً بعدة نقاط في نظرنا مهمة وقد تغير ولو بشكل بسيط من الواقع القانوني والتشريعي .

أولاً: الاستنتاجات

- 1- نستنتج من هذه الدراسة ان اغلب قوانين العمل وبالاخص قانون العمل العراقي الجديد 2015 لم ينص على اي حقوق للعمال المخترعين.
- 2- ان قانون الملكية الفكرية العراقي عدلت بعض موادها سنة 2004 لن يتماشى مع التطور الحاصل الان وخاصة بعد ظهور انواع من العمل الجديدة كالعمل من المنزل او العمل الجزئي او العمل عن بعد .
- 3- عدم وجود قانون خاص باختراعات العمال يكون بشكل منفرد عن بقية القوانين مثل (القانون الالماني).
- 4- ان حقوق الاختراع التي يمكن أن تنتقل لصاحب العمل هي الحقوق المالية فقط، بينما تبقى الحقوق الأدبية من صالح العامل المخترع كونها من الحقوق اللصيقة بالشخصية ولا يجوز التنازل عنها، ويجب أن يذكر اسم المخترع في براءة الاختراع بغض النظر عن مالك البراءة أو من صدرت باسمه.
- 5- أن النصوص المتعلقة باختراعات العاملين في قانون العمل وقانون براءات الاختراع جاءت مطلقة، بحيث أنها لا تفرق بين الاختراعات الحرة وهي الاختراعات التي يتوصل إليها العام ل بوسائله الخاصة دون استفادة من أدوات وخبرات صاحب العمل، واختراعات الخدمة أي الاتفاق بين صاحب العمل والعامل قد يشمل كل ما يحققه الأخير من مخترعات، حتى لو لم تكن لها صلة بطبيعة العمل الذي يقوم به، فكل ما اشترط النص، أن يكون هناك اتفاق بين صاحب العمل والعامل على ذلك هذا ويقضي الأمر بفرقة بين حالة العامل الذي التحق خصيصاً لكي يقوم بالدراسات والأبحاث التي من شأنها أن تؤدي إلى تحقيق

الاختراعات، أو إذا استخدم العامل أدوات ومواد صاحب العمل، وبين العامل الذي لم يكن يكلف الاختراع ولم يستخدم أدوات ومواد صاحب العمل.

ثانياً: التوصيات

- 1- نقترح على المشرع العراقي ان يحذو حذو المشرع الألماني حينما شرع قانون خاص يعالج فيه مسألة اختراعات الطبقة العاملة في القطاع الخاص وفصله عن قانون براءة الاختراع فصلا كاملا لكي يضمن الطرف الضعيف (العامل) حقوقه كاملة .
- 2- نصي المشرع العراقي بان ياخذ بنظر الاعتبار انواع العمل الجديدة التي ظهرت بعد انتشار فيروس الكورونا ادت الى دمج الكثير من الاعمال وتقليصها فالكثير من الاحيان وخاصة في وقت فايروس الكورونا نرى ان العامل او الموظف في القطاع الخاص يعمل في منزله وبادواته الخاصة ويكون تابع الى رب العمل ففي هذه الحالة مامصير الاختراعات والابتكارات التي يتوصل اليها العامل ،لذلك يستوجب الاخذ بنظر الاعتبار هذه المسائل .
- 3- ان اغلب تشريعات الدول اطلقت تسمية (براءة الاختراع على التشريعات المنظمة له، وتأثر الفقه في هذه التسمية حتى اعتنقها الغالب منه، إلا ان هذه التسمية محل نظر بل يشوبها عدم الانضباط، فبراءة الاختراع شيء والاختراع شيء آخر، إذ ان المفترض حمايته هو الاختراع : "أي الشيء المكتشف وليس البراءة ذاتها ، فالأخيرة انما هي وسيلة لحماية الاختراع وليست الاختراع ذاته، في حين ان التشريعات ينبغي ان تنص لحماية الاختراع نفسه لبراءته ، لذا ينبغي اطلاق مصطلح: "حماية الاختراع" ، لا: "حماية براءة الاختراع" ، كما هو معمولٌ به حالياً.
- 4- ان من الحسن انضمام العراق لعدة اتفاقيات ومعاهدات متعلقة بهذا الموضوع وخاصة الاتفاقية الاخيرة العراق بتاريخ 31/1/2022 انضم لاتفاقية (pct) معاهدة التعاون بشأن براءات الاختراع، ولكن الاهم من ذلك هو الالتزام وحسن تنفيذ وتطبيق هذه الاتفاقيات بما يتلائم مع التشريعات العراقية المتعلقة بالموضوع .
- 5- نقترح ان يقوم المشرع العراقي بتعديل المادة 11 من قانون براءة الاختراع 1970 كالتالي : الطلب المقدم من المخترع للحصول على البراءة خلال سنة من تاريخ تركه العمل يعتبر كأنه قدم خلال تنفيذ العقد أو قيام رابطة العمل أو الاستخدام ويكون لكل من المخترع ورب العمل جميع الحقوق المنصوص عليها في المادتين التاسعة والعاشرة من هذا القانون إذا كان لعمل المخترع عند رب العمل شأن في التوصل إلى الاختراع. ، ما لم يثبت عكس ذلك من جانب صاحب العمل .

قائمة المصادر:

القوانين :

- 1_ الدستور العراقي النافذ لسنة 2005.
- 2_ الدستور المصري النافذ لسنة 2012 والمعدل لسنة 2014 .
- 3_ القانون المدني العراقي لسنة رقم (40) لسنة 1951 المعدل.
- 4_ قانون الملكية الفكرية العراق يرقم 65 لسنة 1970 وتعديلاته
- 5_ القانون المدني الاردني رقم 43 لسنة 1976.
- 6_ قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢ النافذ والمعدل.
- 7_ القانون الاتحادي لاختراعات العاملين (Arbeitnehmererfindungen) في 25 يوليو 1957م

الكتب والرسائل :

الرسائل :

- 1- (رسالة ماجستير_ جامعة بن حميد باديس_ فرحات حمو_ سنة 2020 ص 248).
- 2- ماثيوس جاك قرعة ، التنظييم القانوني لتسجيل الاختراع ، رسالة لنيل الماجستير في القانون ، بكلية الحقوق والادارة العامة ، جامعة بيرزيت ، فلسطين، 2015، ص 113 – 115
- 3- ختار الصحاح، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر ، بيروت، 1987 وأيضا، المعجم الوجيز، طبعة خاصة بوزارة التربية المصرية، 1990، ص 192.
- 4- حسين بن معلوي الشهراني، حقوق الاختراع والتأليف في الفقه الاسلامي ، دار طيبة للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى، الرياض 2004 ، (63-64).
- 5- - على محمد رضا يونس ، التنظييم القانوني لحقوق صاحب العمل والت ازماته على اخت ارعات العامل ، مجلة ال ارفدين للحقوق ، المجلد (15) العدد (53) السنة 2017، ص 342.
- 6- زين الدين، صلاح . الملكية الصناعية والتجارية ، ط ١، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص (٥١)
- 7_ سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية ، الطبعة الثامنة ، القاهرة 2009، ص 68.
- 8_ عباس حلمي المنزالي: ، الملكية الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص 65.
- 9_ منى جمال الدين محمد محمود: دون داروسنة نشر، الحماية الدولية لبراءات الاختراع _ القاهرة، ص 255.
- 10_ ناصر محمد عبد هلال سلطان: ، حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 238.
- 11_ .داكثم امين خوي _ الوسيط في القانون التجاري _ القاهرة _ دا النهضة _ 1973_ ص 42).
- 12_ مجبل المالكي ، براءات الاختراع واهمية استثمارها ، مؤسسة الوارق ، عمان ، 2007 ، ص 44.
- 13_ نوري خاطر ، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية ، الطبعة الاولى ، وائل للنشر ، عمان ، 2005 ، ص 78.
- 14_ جلال خليل، النظام القانوني لحماية الاختراعات ، الطبعة الاولى ، جامعة الكويت ، الكويت ، 1983 ، ص 123.
- 15_ محمد انور حمادة ، النظام القانوني لب ارعات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية.
- 16_ محمد بهجت عبدالله فايد ، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، الطبعة الثانية ، مصر ، 2001 ، ص 376.

- 17 _ اسامة احمد بدر، العمل الفكري في احكام قانون العمل ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية، 2011، ص49.
- 18_ على محمد رضا يونس ، التنظيم القانوني لحقوق صاحب العمل والتزاماته على اختراعات العامل ، ص351).
- 19 _ د. صلاح زين الدين: المدخل إلى الملكية الفكرية، ط ١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠٠٦، ص٦٧).
- 20 _ د. حسام الدين الصغير، أستاذ القانون التجاري، مدير المعهد الإقليمي للملكية الفكرية، وكيل كلية الحقوق، جامعة حلوان القاهرة_ دون سنة _ص4.

الوثائق الدولية :

- 1_الإعلان العالمي لحقوق الانسان الصادر عام ١٩٤٨ (أُعتد ونشر على الملأ بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة ٢١٧ ألف(د.٣) المؤرخ في ١٠ كانون الأول /ديسمبر١٩٤٨).
- 2_العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية لسنة ١٩٦٦(أُعتد وعرض للتوقيع والتصديق والإنضمام بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة ٢٢٠٠ ألف(د.٢١) المؤرخ في ١٦ كانون الأول/ديسمبر١٩٦٦. تاريخ بدء النفاذ:٢٣ مارس/آذار١٩٧٦ وفقاً لأحكام المادة٤٩).
- 3_اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية سنة 1883.
- المصادر بلغة الانكليزية :

(1) Schönbohm, J. and Kremp, P.R. (2010) Employee Inventions and Copyrights, in Jens Kirchner, Pascal R. Kremp, Michael Magotsch (ed.), Key Aspects of German Employment and Labour Law, Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer

(2) Goddar, H. (2000) Compliance with th German Employees' Invention Law in the Handling of Inventions Developed by Universities, Proceedings of the 1999 Summit Conference on Intellectual Property, University of Washington, Seattle, (editors: Editors: Kraig M. Hill, Toshiko Takenaka, Kevin Takeuchi, CASRIP Symposium Publication Series Number 5, p. 146..

(3)_قانون براءات الاختراع الألماني (Patentgesetz) الصادر في الخامس من مايو عام 1936م، وعدل عدة مرات كان آخرها 31 يوليو 2009م. يمكن الإطلاع على هذا القانون على الرابط التالي منشور http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=238776 :فهرس القانون (Patentrechtmodernisierungsgesetz) ، قانون تبسيط وتحديث قانون براءات الاختراع Federal Law Gazette (Bundesgesetzblatt) في جريدة القوانين الفيدرالية الألمانية.

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار بالقنوات الفضائية الفلسطينية

الباحثان

د. علاء الدين عياش
رئيس قسم تكنولوجيا الإعلام
جامعة فلسطين التقنية- خضوري

د. حسين سعد
كلية الإعلام
جامعة القدس المفتوحة

الملخص :

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى توظيف القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار من وجهة نظر القائم بالاتصال، ورصد مميزات ومجالات توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدم الباحثان أداة الاستبانة في جمع البيانات، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية قوامها 74 مبحوثاً، وكانت أهم نتائج الدراسة:-

1. أن توظيف القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار جاءت بدرجة متوسطة.
2. جاء جمع المحتوى وتحريره من أهم مجالات توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار بنسبة 55.4%، يليها تصميم الصور في المحتوى الإخباري بنسبة 53%، ثم مونتاج المحتوى الإخباري بنسبة 39.2%.
3. كانت تقنية "التصوير الآلي مثل طائرة الدورن" و"الاعتماد على جوجل في جمع المادة الإخبارية" من أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية بنسبة 41.9%.
4. أن أهم أسباب استخدام القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار هو (لأنها تساعد على إنجاز العمل في زمن قصير) بمتوسط حسابي 4.24 وبنسبة 84.8%.
5. إن أهم العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية هي المعرفة بتطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي وبنسبة 82.2%.
6. من الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية أثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار هي عدم وجود إعلاميين مدربين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها" بمتوسط حسابي 4.2 وبنسبة 84%.

كلمات مفتاحية: تقنيات الذكاء الاصطناعي، صناعة الأخبار، القنوات الفضائية، القنوات الفضائية الفلسطينية، تقنيات.

Abstract

This study aimed to identify the extent to which Palestinian satellite channels employ artificial intelligence (AI) technologies in news production from the perspective of the communicator, and to monitor the advantages and areas of employment of the communicator in Palestinian satellite channels for AI technologies in news production. The study relied on the descriptive survey method, and the researchers used the questionnaire tool in the process of collecting information, and the study was applied to a simple random sample of communicators in Palestinian satellite channels of 74 researchers. The most important results of the study were:

1. The use of AI technologies in news production by Palestinian satellite channels came at a medium level.
2. Collecting and editing content was one of the most important areas of employment of communicators in Palestinian satellite channels for AI technologies in news production with a percentage of 55.4%, followed by designing images in the news content by a percentage of 53%, then editing the news content by a percentage of 39.2%.
3. The technology of "automatic photography such as a drone" and "reliance on Google in collecting news material" were among the most important AI technologies that communicators rely on in news production in Palestinian satellite channels with a percentage of 41.9%.
4. The reasons for the use of AI technologies by communicators in Palestinian satellite channels in news production came in the first place because it helps to complete the work in a short time with an average of 4.24 and a percentage of 84.8%.
5. One of the most important factors affecting the employment of AI technologies is knowledge of the developments of AI technologies in the first place with a percentage of 82.2%.
6. Among the difficulties faced by the communicator during the employment of AI technologies is "the lack of trained journalists to employ AI technologies and benefit from them" with an average of 4.2 and a percentage of 84%.

Keywords: AI technologies, news production, satellite channels, Palestinian satellite channels, technologies

مقدمة

تغيرت صناعة الأخبار على مدى السنوات الماضية بسرعة كبيرة نظراً للتطورات التكنولوجية في مجالات عدة أهمها في مجال الإعلام، وما رافقه من تطورات تقنية من التلغراف والراديو والتلفزيون وصولاً إلى الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر وتوظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام، وعلى الرغم من كل هذه التطورات، ظلت التكنولوجيا هي الوسيلة أو الأداة، بينما يصنع الصحفيون الخبر.

أدركت المؤسسات الإعلامية أهمية الذكاء الاصطناعي خاصة بعد جائحة كورونا والآثار السلبية التي لحقت بالصحفيين في مجال صناعة الأخبار، إذ شلت حركتهم نظراً للإجراءات الصحية التي فرضتها وزارة الصحة العالمية، فاقترنت الأخبار على المقالات المكتوبة بواسطة الذكاء الاصطناعي وعلى الموضوعات البسيطة كنتائج سوق الأوراق المالية، ونتائج الألعاب الرياضية، مما منح الصحفيين شريكاً اصطناعياً جديداً مبرمجاً للمساعدة في جمع الأخبار وتقديمها، وهذا يعني أنّ الذكاء الاصطناعي أصبح أداة ووسيطاً في الوقت نفسه، باستخدام التعلم الآلي وهو مجال بحث داخل الذكاء الاصطناعي يهدف إلى تطوير قدرة الآلات على فهم كميات كبيرة من البيانات والتعامل معها بشكل مستقل.

وسارعت وسائل الإعلام إلى الإقبال والانفتاح على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير، لمساعدة المرسلين والصحفيين والمعدّين ومقدمي نشرات الأخبار والبرامج في صناعة الأخبار، والتي تسهم في تعريف الجمهور بالأحداث والقضايا والاتجاهات على المستويين المحلي والدولي، ويسعى الباحثان إلى تسليط الضوء على أهمية الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي وترتيب أولويات الأخبار والتحقق منها، ومدى تأثيره على صناعة الأخبار ودور القائم بالاتصال في مواكبة تلك التطورات في مجال الإعلام.

مشكلة الدراسة:

تعد التقنيات الحديثة المستخدمة في مجال الإعلام السمة البارزة لمواكبة التطورات التكنولوجية بالمؤسسات الإعلامية، إذ أصبحت تقنيات الذكاء الاصطناعي نقطة تحول لدى المؤسسات الإعلامية في عملية إنتاج الرسالة الإعلامية وتحريرها، ويعد القائم بالاتصال حلقة الوصل التي تربط المشاهد بالوسيلة من خلال مهاراته في تقديم تلك الرسالة الإعلامية.

من هنا تكمن مشكلة الدراسة في تحليل واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار بالقنوات الفضائية الفلسطينية، وبالتالي فإن الدراسة تسعى إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي:-

ما مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار بالقنوات الفضائية الفلسطينية؟ ويتفرع من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية، وهي:-

1. ما درجة اهتمام المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي؟

2. ما درجة توظيف القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار من وجهة نظر القائم بالاتصال؟
3. ما مميزات توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟
4. ما مجالات توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟
5. ما تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية؟
6. ما أسباب استخدام القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟
7. ما العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية؟
8. ما الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية أثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟

أهمية الدراسة:

1. توضح هذه الدراسة أهم الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية في صناعة الأخبار، وبذلك ستفيدهم في تحديد هذه الصعوبات للوصول إلى طرق التغلب عليها.
2. أهمية موضوع الدراسة باعتبار أن الذكاء الاصطناعي وتقنياته من أهم التطورات التكنولوجية التي دخلت العمل الإعلامي ونتاجاته، فحدثة الموضوع يشكل مجالاً حيويًا ودافعاً للاهتمام بدراسة آليات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية.

أهداف الدراسة

1. التعرف إلى مدى اهتمام الباحثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
2. التعرف إلى مدى توظيف القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار من وجهة نظر القائم بالاتصال.
3. رصد مميزات ومجالات توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار.
4. التعرف إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية.
5. تحليل أسباب استخدام القائم بالاتصال في الفضائيات الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار.
6. دراسة العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية.

7. كشف الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية أثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار.

الدراسات السابقة:

1. دراسة حرب (2022)، رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية.

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية خلال العقد (2021-2031)، وتنتهي الدراسة إلى الدراسات الوصفية الاستشرافية فهي وصفية من جهة كونها تكشف عن ملامح واقع تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي بالقنوات الفضائية الفلسطينية من حيث الاهتمام بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وماهية تلك التقنيات، ومجالات توظيفها، والعوامل المؤثرة فيها بالإضافة إلى إيجابيات وسلبيات هذا التبني والتي تعتبر من الأهداف التي انبثقت عن الهدف الرئيس للدراسة، ومن جهة أخرى فهي من الدراسات المستقبلية كونها تقدم رؤى استشرافية لتوقعات القائمين بالاتصال، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الاستبانة والسيناريوهات للتعرف على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية والرؤى المستقبلية حول تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية خلال العقد القادم، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (81) مفردة من القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية.

وبينت النتائج أن معظم المبحوثين أكدوا على أن أهم العوامل المؤثرة على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية خلال العقد القادم تتمثل في العوامل الاقتصادية باعتبار أن التحول التكنولوجي لتقنيات الذكاء الاصطناعي يحتاج إلى إمكانات مادية ضخمة، بالإضافة إلى العوامل المهنية المرتبطة بالتدريب والتأهيل للقائم بالاتصال في تلك المؤسسات. وأوضحت النتائج أن السيناريو المرجعي (الثبات) هو السيناريو الأكثر ترجيحاً لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية بحلول عام 2031م مع استمرار نوعية المتغيرات التي تتحكم فيها، يليه السيناريو التفاؤلي (الاصلاحي)، وأخيراً السيناريو التشاؤمي (الانهيار).

2. دراسة الدلو. أبو حشيش. إسماعيل (2022)، اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية، ومدى جاهزية المؤسسات لتوظيفها، ومتطلباتها، والمهارات اللازمة لها، ومجالاتها، وتحدياتها، وهي من البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وتم جمع بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، بتطبيقها على (102) مفردة من خبراء الإعلام الفلسطينيين، بأسلوب العينة المتاحة في الفترة من 2021/8/30م وحتى 2021/10/1م.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة: أن معظم الخبراء يرون أن المؤسسات الفلسطينية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت أهم مجالات استخدامها "متابعة الأخبار العاجلة والتغطية السريعة" بنسبة 80.0%، يليها

"التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها" بنسبة 73.5%، ورأى الخبراء أن طبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين الفلسطينيين تكاملية تقوم على توظيف الصحفيين للتقنيات بما يخدم مهنة الصحافة بنسبة 61.8%، وأوصت الدراسة باهتمام المؤسسات الفلسطينية بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوفير الإرادة العليا والبيئة والإمكانات اللازمة لعملها، وتدريب الصحفيين وإكسابهم مهارات التعامل معها، واستحداث مساقات جديدة في الجامعات الفلسطينية لتدريس التقنيات.

3. دراسة (عبدالرازق، 2022)، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية- دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتأثير ذلك على واقع ممارستهم الإعلامية ومحاولة استقرار مستقبل استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (451) مفردة من القائمين بالاتصال مقسمة إلى عينة قوامها (265) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية المصرية و (186) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية العربية بمختلف الإدارات والأقسام خاصة ذات الصلة بالبيئة الرقمية، وتم توظيف النظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات، فيما توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة منها:

1. يتابع المبحوثون الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بمعدل مرتفع، ويأتي ذلك في إطار أن الذكاء الاصطناعي أصبح حاضراً نعيشه وسط جدال مستمر حول فوائده المدركة ومخاطره المحتملة وقدراته المتطورة باستمرار.
 2. أشار المبحوثون إلى قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على محاكاة السلوك البشري في القيام بالعديد من المهمات الإعلامية، وتؤكد هذه النتيجة أهمية تلك التقنيات وضرورة العمل على امتلاكها واستثمارها والاستفادة مما تحققه من إيجابيات ولكن تحت إشراف ومتابعة دقيقة من البشر.
 3. جاءت المجالات الأكثر استخداماً لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفقاً لآراء المبحوثين بالترتيب الآتي: المجال التسويقي ثم المجال الإعلامي ثم الفني والإداري، وتمثلت أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظرهم في صحافة البيانات كتحويل النصوص لبيانات بمختلف الأشكال، وتقنيات الأخبار من الأستوديو أو ميدانياً، واستخدام ال BOTS الدردشة الآلية للرد على استفسارات وتعليقات الجمهور.
 4. بينت النتائج أن النسبة الأكبر تتجه نحو تأييد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
4. دراسة (Jamil, 2021) ،

Artificial intelligence and journalistic practice: The crossroads of obstacles and opportunities for the Pakistani journalists

الذكاء الاصطناعي والممارسة الصحفية: العقبات وفرص الصحفيين الباكستانيين.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى وجهة نظر الصحفيين الباكستانيين من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية، وأهم القيود التي تواجه أجهزة الاتصال التي تدعم الذكاء الاصطناعي، واعتمدت الدراسة المنهج الكيفي من خلال المقابلات المتعمقة مع عينة قوامها 60 صحفياً باكستانياً.

وأشارت أهم نتائج هذه الدراسة إلى:

يرى الصحفيون الباكستانيون أن استخدام الصحافة الآلية والأجهزة التي تدعم الذكاء الاصطناعي تشكل تهديداً لمعيشتهم، ولا يمكن استخدام الصحافة الآلية في المجالات التي لا تتوفر فيها بيانات دقيقة، وبشكل ذلك تحدياً بسبب ضعف إمكانية الوصول إلى البيانات الدقيقة ذات الجودة كما هو الحال في باكستان، كما يرى الصحفيون الباكستانيون أن من أهم محددات الذكاء الاصطناعي في الصحافة هو غياب برامج تدريب للصحفيين الباكستانيين.

5. دراسة الزعنون (2021)، آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى درجة اهتمام القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، ومدى تكيفهم معها، وانعكاسها على المصداقية والمهنية، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، فيما طبقت الدراسة من خلال إدارة الاستبانة التي تم توزيعها لجميع العاملين بالموقع.

وتوصلت إلى قدرة صحافة الروبوت على إنتاج محتوى صحفي متميز، ويساعد في تحقيق ذلك وجود غرفة أخبار رقمية حديثة، وأنها تركز في تغطيتها على الموضوعات الاقتصادية والرياضية، كما رأى المبحوثون أن تأثيراتها المهنية والأخلاقية إيجابية، واستبعدوا أن تؤثر صحافة الروبوت على الصحفي البشري.

مفهوم الذكاء الاصطناعي:

هناك اختلاف وجدل حول إيجاد تعريف جامع مانع لمفهوم الذكاء الاصطناعي إلا أن هناك شبه اتفاق بين الباحثين على أن الذكاء الاصطناعي هو التيار العلمي والتقني الذي يضم الطرق والنظريات والتقنيات التي تهدف إلى إنشاء آلات قادرة على محاكاة الذكاء، بحيث يكون لدى النظام مقدرة على تفسير البيانات الخارجية بشكل صحي، والتعلم من هذه البيانات، واستخدام تلك المعرفة لتحقيق أهداف ومهام محددة من خلال التكيف المرن (Haenlein.2019).

مجتمع الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية، والذين تم تقسيمهم على النحو الآتي: محرر، مذيع أو مقدم، مصور، مراسل، مونتر، مخرج، هندسة صوتية؛ وذلك في القنوات الفضائية الفلسطينية الآتية: قناة فلسطين الفضائية، قناة الأقصى الفضائية، قناة الكوفية الفضائية، قناة عودة الفضائية، ويعود سبب اختيار هذه القنوات الفضائية؛ لأنها تشكل تنوعاً واضحاً في اتجاهاتها وقدراتها، وبعضها تميل إلى الحزبية.

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من القائم بالاتصال في أقسام التحرير والمونتاج بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية، مكونة من 74 مبحوثاً من القائمين بالاتصال.

توصيف عينة الدراسة:

صمم الباحثان استبانة لمعرفة مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار بالقنوات الفضائية الفلسطينية، حيث تم توزيع الاستبانة على القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية (فلسطين، الأقصى، عودة، الكوفية)، ومن ثم قاما بتجميعها وتحليلها عبر برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وفيما يأتي إجابات المبحوثين في جداول بيانية توضح نتائج التحليل.

جدول رقم (1)

توصيف عينة الدراسة

الفئة	توصيف عينة الدراسة	ك	%
النوع الاجتماعي	ذكر	53	71.6
	أنثى	21	28.4
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة	12	16.2
	من 25 سنة لأقل من 40 سنة	21	28.4
	من 40 سنة فأكثر	41	55.4
الوسيلة الإعلامية	فضائية فلسطين	33	44.6
	فضائية الأقصى	23	31.1
	فضائية عودة	10	13.5
	فضائية الكوفية	8	10.8
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	17	23
	من 5 إلى أقل من 15 سنة	27	36.5
	من 15 سنة فأكثر	30	40.5
مجال العمل	محرر	15	20.2
	مونتير ومونتاج	14	19
	مراسل	10	13.5
	مصور	9	12.1
	مذيع أو مقدم	8	10.8
	هندسة	8	10.8
	مخرج	6	8.2
	أخرى	4	5.4
	الإجمالي	74	100%

تشير بيانات توصيف عينة الدراسة في جدول رقم (1) أن نسبة الذكور 71.6% مقابل نسبة الإناث ممن استجابوا عن أسئلة الاستبانة، وجاءت الفئة العمرية لعينة الدراسة بالمرتبة الأولى فئة (من 40 سنة فأكثر)، بنسبة 55.4% وجاءت عينة الدراسة ممن استجابت للدراسة بالمرتبة الأولى فضائية فلسطين بنسبة 44.6%، وجاءت سنوات لعينة الدراسة لفئة من 15 سنة فأكثر بنسبة 40.5%، وجاءت فئة المحررين في مجال العمل بالمرتبة الأولى بنسبة 20.2%.

نتائج الدراسة:

الإجابة عن التساؤل الأول: ما درجة اهتمام المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي؟

جدول رقم (2)

درجة الاهتمام بتقنيات الذكاء الاصطناعي

النسبة المئوية	انحراف معياري	متوسط حسابي	%	درجة منخفضة	%	درجة متوسطة	%	درجة مرتفعة	درجة الاهتمام بتقنيات الذكاء الاصطناعي
56.33	0.66	1.69	41.9	31	47.3	35	10.8	8	
56.33	0.66	1.69	المتوسط العام						

تشير بيانات جدول رقم (2) أن درجة اهتمام المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي جاءت بدرجة متوسطة بنسبة 47.3%، وجاء المتوسط الحسابي لاتجاه العينة 1.69، والنسبة المئوية لاتجاه العينة 56.3%، وهذه النتيجة تؤكد أن درجة الاهتمام ليست عالية بالرغم من الحاجة الماسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار والتطورات الكبيرة في هذا المجال.

الإجابة عن التساؤل الثاني: ما درجة توظيف القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار من وجهة نظر القائم بالاتصال؟

جدول رقم (3)

توظيف القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار

النسبة المئوية	انحراف معياري	متوسط حسابي	%	درجة منخفضة	%	درجة متوسطة	%	درجة مرتفعة	توظيف القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي
74.33	0.65	2.23	12.2	9	52.7	39	35.1	26	
74.33	0.65	2.23	المتوسط العام						

تبين بيانات جدول رقم (3) أن توظيف القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار جاءت بدرجة متوسطة بنسبة 52.7%، وجاء المتوسط الحسابي لاتجاه العينة 2.23، والنسبة المئوية لاتجاه العينة 74.3%.

تؤكد هذه النتيجة على نسبة توظيف على أن القنوات الفضائية الفلسطينية بحاجة لتطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؛ لما لها من أهمية كبيرة في جذب انتباه المشاهدين،

الإجابة عن التساؤل الثالث: ما مميزات توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟

جدول رقم (4)

مميزات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار

مميزات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار	درجة عالية جداً	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة منخفضة	بدرجة منخفضة جداً	متوسط حسابي	انحراف معياري	النسبة المئوية	اتجاه العينة
تختصر الوقت والجهد	31	23	18	2	-	4.12	0.87	82.4	درجة عالية
تواكب التطورات التقنية للقبلة التليفزيونية	24	31	17	2	-	4.04	0.81	80.8	درجة عالية
تحسين أداء للصورة والنص في المادة الإعلامية	20	39	13	1	1	4.03	0.79	80.6	درجة عالية
تساهم في جودة المحتوى الإعلامي	20	36	15	1	2	3.96	0.88	79.2	درجة عالية
تساعد في زيادة جودة ودقة المعلومات الإعلامية	22	24	25	3	-	3.88	0.88	77.6	درجة عالية
المتوسط العام									
						4.1	0.85	80.2	درجة عالية

تبين نتائج الجدول رقم (4) أن أهم مميزات توظيف الذكاء الاصطناعي جاءت في المرتبة الأولى فئة تختصر الوقت والجهد، بمتوسط حسابي 4.12 وبنسبة 82.4%، وجاءت بالمرتبة الأخيرة تساعد في زيادة جودة ودقة المعلومات الإعلامية بمتوسط حسابي 3.88 وبنسبة 77.6%.

كما أن نتائج الجدول السابق تشير إلى أن كل مميزات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار من وجهة نظر القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية جاءت بدرجة مرتفعة، وهذا ما يؤكد مدى معرفة ووعي القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة الأخبار، وبالتالي من المهم العمل على توفير هذه التقنيات لصناعة الأخبار بما يواكب التطور التكنولوجي عالمياً في هذا المجال.

الإجابة عن التساؤل الرابع: ما مجالات توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟

جدول رقم (5)

مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار

مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار	ك	%
-------------------------------------------------------	---	---

55.4	41	جمع المحتوى وتحريه
53	39	تصميم الصور في المحتوى الإخباري
39.2	29	مونتاج المحتوى الإخباري
38	28	تدقيق المحتوى الإخباري
35.6	27	مراسلة الفضائية باليـث المباشر
32.4	24	تقديم النشرة الإخبارية
32.4	24	تصوير المادة الإعلامية لمحتوى الأخبار
100%	212	المتوسط العام

تشير بيانات جدول رقم (5) إلى أن مجالات توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار جاءت مرتبة على النحو الآتي:

فئة جمع المحتوى وتحريه بنسبة 55.4%، يليها تصميم الصور في المحتوى الإخباري بنسبة 53%، ثم مونتاج المحتوى الإخباري بنسبة 39.2%، يليها تدقيق المحتوى الإخباري بنسبة 38%، ثم مراسلة الفضائية باليـث المباشر بنسبة 35.6%، وجاءت بالمرتبة الأخيرة كلاً من "تقديم النشرة الإخبارية" و"تصوير المادة الإعلامية لمحتوى الأخبار" بنسبة 32.4%.

الإجابة عن التساؤل الخامس: ما تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية؟

جدول رقم (6)

تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية

تقنيات الذكاء الاصطناعي	ك	%
التصوير الآلي مثل طائرة الدورن	31	41.9
الاعتماد على جوجل في جمع المادة الإخبارية	31	41.9
تطبيقات الهاتف المحمول في إنشاء الفيديوهات	29	39.2
أدوات تحويل الصوت إلى نص مكتوب والعكس	28	37.8
تقنيات التأكد من المحتوى الزائف والتأكد من المصادر.	20	27
التصوير المحيطي بزواوية 360 درجة.	18	24.3
الواقع الافتراضي (محاكاة رسومية للحدث)	17	23
تطبيقات الواقع المعزز	16	21.6
الواقع المختلط (دمج عناصر مبرمجة تتفاعل مع الواقع وتسمح بالتفاعل معها)	16	21.6
استخدام الروبوت AI في التحرير الصحفي	12	16.2
الطابعة ثلاثية الأبعاد	7	9.5
المتوسط العام	225	100%

تشير بيانات جدول رقم (6) أن تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية جاءت مرتبة على النحو الآتي:

جاءت تقنية "التصوير الآلي مثل طائرة الدورن" و"الاعتماد على جوجل في جمع المادة الإخبارية" بالمرتبة الأولى بنسبة 41.9%. يليها تطبيقات الهاتف المحمول في إنشاء الفيديوهات بنسبة 39.2%، ثم أدوات تحويل الصوت إلى نص مكتوب والعكس بنسبة 37.8%، يليها تقنيات التأكد من المحتوى الزائف والتأكد من المصادر بنسبة 27%، ثم التصوير المحيطي بزوايا 360 درجة بنسبة 24.3%، ثم الواقع الافتراضي (محاكاة رسومية للحدث) بنسبة 23%. وجاءت فئة "تطبيقات الواقع المعزز" وفئة "الواقع المختلط (دمج عناصر مبرمجة تتفاعل مع الواقع وتسمح بالتفاعل معها) بالنسبة نفسها 21.6%. ثم استخدام الروبوت Ai في التحرير الصحفي بنسبة 16.2%، وفي المرتبة الأخيرة الطباعة ثلاثية الأبعاد بنسبة 9.5%.

الإجابة عن التساؤل السادس: ما أسباب استخدام القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟

جدول رقم (7)

أسباب استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

أسباب استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	درجة عالية جداً	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة منخفضة	درجة منخفضة جداً	متوسط حسابي	انحراف معياري	النسبة المئوية	اتجاه العينة
تساعد على إنجاز العمل في زمن قصير	29	34	11	-	-	4.24	0.69	84.8	عالية جداً
مواكبة التطورات التقنية في مجال العمل	25	40	9	-	-	4.22	0.64	84.4	عالية جداً
تشجع القائمين بالاتصال على تطوير أعمالهم ومؤسساتهم الإعلامية	25	35	13	-	1	4.12	0.79	82.4	بدرجة عالية
توفر قدرًا مميّزًا من التنوع في صناعة المحتوى للرسالة الإعلامية	21	41	11	-	1	4.09	0.74	81.8	بدرجة عالية
تحقيق مستوى جودة عالٍ في إعداد وإنتاج المحتوى الإعلامي	19	41	11	2	1	4.01	0.8	80.2	بدرجة عالية
تتيح قدرًا عاليًا من	21	34	16	2	1	3.97	0.85	79.4	بدرجة

عالية									الدقة في بيانات المحتوى الإعلامي
بدرجة عالية	77.6	0.88	3.88	1	3	19	32	19	تساعد في صياغة المحتوى الإعلامي بصورة تتلاءم مع طبيعة الجمهور
بدرجة عالية	81.6	0.78	4.08						المتوسط العام

تشير بيانات جدول رقم (7) إلى أن أسباب استخدام القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار جاءت في المرتبة الأولى تساعد على إنجاز العمل في زمن قصير بمتوسط حسابي 4.24 وبنسبة 84.8%، وجاءت بالمرتبة الأخيرة تساعد في صياغة المحتوى الإعلامي بصورة تتلاءم مع طبيعة الجمهور بمتوسط حسابي 3.88 وبنسبة 77.6%.

وجاءت العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي كالتالي:

تساعد على إنجاز العمل في زمن قصير بمتوسط حسابي 4.24 وبنسبة 84.8%، مواكبة التطورات التقنية في مجال العمل بمتوسط حسابي 4.22 وبنسبة 84.4%، تشجع القائمين بالاتصال على تطوير أعمالهم ومؤسساتهم الإعلامية بمتوسط حسابي 4.12 وبنسبة 82.4%، توفر قدراً مميّزاً من التنوع في صناعة المحتوى للرسالة الإعلامية بمتوسط حسابي 4.09 وبنسبة 81.8%، تحقيق مستوى جودة عالٍ في إعداد وإنتاج المحتوى الإعلامي بمتوسط حسابي 4.01 وبنسبة 80.2%، تتيح قدراً عالياً من الدقة في بيانات المحتوى الإعلامي بمتوسط حسابي 3.97 وبنسبة 79.4%، تساعد في صياغة المحتوى الإعلامي بصورة تتلاءم مع طبيعة الجمهور بمتوسط حسابي 3.88 وبنسبة 77.6%.

الإجابة عن التساؤل السابع: ما العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية؟

جدول رقم (8)

العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	درجة عالية جداً	درجة متوسطة عالية	درجة متوسطة منخفضة	درجة منخفضة جداً	متوسط حسابي	انحراف معياري	النسبة المئوية	اتجاه العينة
المعرفة بتطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي	24	39	8	1	4.11	0.85	82.2	بدرجة عالية
خبرة العاملين في استخدام وتوظيف	29	24	15	4	4	1.03	80	بدرجة عالية

تقنيات الذكاء الاصطناعي									
طبيعة التطور الحاصل في مجال صناعة الأخبار	20	38	12	2	2	3.97	0.88	79.4	درجة عالية
المتعة في استخدامها تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها	17	38	14	5	-	3.91	0.82	78.2	درجة عالية
توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي في القناة التليفزيونية	21	28	18	4	3	3.81	1.04	76.2	درجة عالية
اتخاذ القرار داخل الدائرة التي تعمل بها	20	27	21	4	2	3.8	0.99	76	درجة عالية
اتاحة الفرصة للعاملين باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	14	39	15	3	3	3.78	0.93	75.6	درجة عالية
المتوسط العام									
						3.91	0.94	78.2	درجة عالية

تشير بيانات جدول رقم (9) أن العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي جاءت في المرتبة الأولى المعرفة بتطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 4.11 وبنسبة 82.2%، وجاءت بالمرتبة الأخيرة اتاحة الفرصة للعاملين باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 0.93 وبنسبة 75.6%.

وجاءت الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال اثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي كالتالي:

المعرفة بتطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 4.11 وبنسبة 82.2%، خبرة العاملين في استخدام وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 4 وبنسبة 80%، طبيعة التطور الحاصل في مجال صناعة الأخبار بمتوسط حسابي 0.88 وبنسبة 79.4%، المتعة في استخدامها تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها بمتوسط حسابي 0.82 وبنسبة 78.2%، توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي في القناة التليفزيونية بمتوسط حسابي 1.04 وبنسبة 76.2%، اتخاذ القرار داخل الدائرة التي تعمل بها بمتوسط حسابي 0.99 وبنسبة 76%، اتاحة الفرصة للعاملين باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 0.93 وبنسبة 75.6%.

الإجابة عن التساؤل الثامن: ما الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية أثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟

جدول رقم (9)

الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال أثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار

الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة	معارض	متوسط	انحراف معياري	النسبة المئوية	اتجاه العينة
عدم وجود إعلاميين مدربين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها	26	38	9	1	-	4.2	0.7	84	عالية جداً
عدم وجود عاملين مدربين لتدريب العاملين على تقنيات الذكاء الاصطناعي	29	33	7	3	2	4.14	0.93	82.8	بدرجة عالية
نقص الفنيين والخبراء والمختصين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	28	33	8	3	2	4.11	0.94	82.2	بدرجة عالية
عدم وجود بنية لتكنولوجيا تقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضاءية	24	35	11	4	-	4.07	0.83	81.4	بدرجة عالية
عدم وجود رؤية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي	21	39	9	5	-	4.03	0.82	80.6	بدرجة عالية
قصور لدى إدارة الفضاءية في دعم وتطوير الفضاءية لتقنيات الذكاء الاصطناعي	24	31	17	1	1	4.03	0.85	80.6	بدرجة عالية
ضعف تصميم الأستوديوهات الداخلية	27	27	12	8	-	3.99	0.98	79.8	بدرجة عالية
شعور القائمين بالاتصال باللامبالاة بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق انجاز عملي	14	36	19	4	1	3.78	0.86	75.6	بدرجة عالية
المتوسط العام									
						4.04	0.88	80.8	بدرجة عالية

تشير بيانات جدول رقم (9) أن الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال أثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي جاءت في المرتبة الأولى "عدم وجود إعلاميين مدربين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها" بمتوسط حسابي

4.2 وبنسبة 84%، وجاءت بالمرتبة الأخيرة "شعور القائمين بالاتصال باللامبالاة بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق انجاز عملي" بمتوسط حسابي 3.78 وبنسبة 75.6%.

وجاءت الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال اثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي مرتبة وفقاً للمتوسط الحسابي كالتالي:

عدم وجود إعلاميين مدربين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها بمتوسط حسابي 4.2 وبنسبة 84%، عدم وجود عاملين مدربين لتدريب العاملين على تقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 4.14 وبنسبة 82.8%، نقص الفنيين والخبراء والمختصين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 4.11 وبنسبة 82.2%، عدم وجود بنية لتكنولوجيا تقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائية بمتوسط حسابي 4.07 وبنسبة 81.4%، عدم وجود رؤية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي بمتوسط حسابي 4.03 وبنسبة 80.6%، قصور لدى إدارة الفضائية في دعم وتطوير الفضائية لتقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 4.03 وبنسبة 80.6%، ضعف تصميم الاستوديوهات الداخلية بمتوسط حسابي 3.99 وبنسبة 79.8%، شعور القائمين بالاتصال باللامبالاة بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق انجاز عملي بمتوسط حسابي 3.78 وبنسبة 75.6%.

خاتمة الدراسة:

تتضمن أهم النتائج والتوصيات، وفيما يأتي أهم نتائج الدراسة:

7. إن درجة اهتمام الباحثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي جاءت بدرجة متوسطة.
8. إن توظيف القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار جاءت بدرجة متوسطة.
9. إن كل مميزات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار من وجهة نظر القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية جاءت بدرجات مرتفعة.
10. إن فئة جمع المحتوى وتحريه جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة 55.4% من أهم مجالات توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار، يليها تصميم الصور في المحتوى الإخباري بنسبة 53%، ثم مونتاج المحتوى الإخباري بنسبة 39.2%.
11. إن تقنية "التصوير الآلي مثل طائرة الدورن" و"الاعتماد على جوجل في جمع المادة الإخبارية" بالمرتبة الأولى بنسبة 41.9% من أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الفلسطينية.
12. أن أسباب استخدام القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار جاءت في المرتبة الأولى تساعد على إنجاز العمل في زمن قصير بمتوسط حسابي 4.24 وبنسبة 84.8%.

13. إن من أهم العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي هي المعرفة بتطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 4.11 وبنسبة 82.2%، وجاءت بالمرتبة الأخيرة إتاحة الفرصة للعاملين باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بمتوسط حسابي 0.93 وبنسبة 75.6%.
14. إن من أهم الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال أثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي هي عدم وجود إعلاميين مدربين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها" بمتوسط حسابي 4.2 وبنسبة 84%، وجاءت بالمرتبة الأخيرة "شعور القائمين بالاتصال باللامبالاة بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق إنجاز عملي" بمتوسط حسابي 3.78 وبنسبة 75.6%.

التوصيات:

- 1- استناداً إلى نتائج الدراسة فيما يتعلق بالصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال أثناء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، توصي الدراسة بضرورة تنظيم دورات تدريبية وورشات عمل للعاملين في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، وبخاصة القنوات الفضائية؛ لإكسابهم المهارات اللازمة للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي.
 - 2- دعوة القنوات الفضائية الفلسطينية إلى زيادة الاهتمام بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار ومواكبة التطورات المتلاحقة في هذا المجال.
- العمل على تدريس مساق متعلق بالذكاء الاصطناعي وتوظيفه في العمل الصحفي والإعلامي؛ وذلك لطلبة الإعلام في الجامعات.
- وفي نهاية هذه الدراسة لا بد من تقديم الشكر والتقدير لجامعتي الباحثين الموقرتين على كل ما تقدمانه من دعم دائم ومستمر للبحث العلمي وتمويل كل الأبحاث بما يساهم في رقي الجامعتين ومنتسبيهما في مجال البحث العلمي.

المراجع

- Haenlein, siri . *in my Hand, who's the Fairest in the Land? On the Interpretations, Illustrations and* . Implications of Artificial Intelligence, Business Horizons 62 (1).
- Jamil, S. (2021). Artificial intelligence and journalistic practice: The crossroads of obstacles and opportunities for the Pakistani journalists. *Journalism Practice*, 15 (10), pp. 1400-1422.

بدوي، محمد جمال. (2021). آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، الصفحات 47-120.

جواد الدلو. يوسف أبو حشيش. أحمد إسماعيل. (مايو، 2022). اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية* ، الصفحات 53-90.

غسان إبراهيم حرب. (2022). رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية. *المجلة الجزائرية للاتصال* ، الصفحات 8-29.

Cybersecurity and digital security in the Arab world: Saudi Arabia, the United Arab Emirates and Morocco as examples

Karima BAKRI

Doctor in public law and political science, Morocco.

Résumé :

Suite aux changements dans les méthodes de travail et de vie (télétravail, téléassistance, l'accélération de la digitalisation...) exigés par le covid-19, les attaques et menaces cybernétiques se sont multipliés et les risques liés à la cybersécurité se sont aggravés. Ce papier à travers une approche analytique à prédominance juridique, et en s'appuyant sur l'étude de trois cas : l'Arabie Saoudite, les Emirats Arabes Unis et le Maroc, tente de savoir dans quelle mesure les législations arabes en vigueur permettent la protection des utilisateurs de l'espace cybernétique ? L'objectif est de relever les lacunes du cadre juridique en la matière, et de chercher les alternatives qui pourront renforcer la sécurité desdits utilisateurs.

ملخص

على إثر جائحة كوفيد 19، عرف العالم تغيرات في أساليب العمل والمعيشة (العمل عن بعد، المساعدة عن بعد، تسريع الرقمنة ...) مما أدى إلى تضاعف الهجمات والتهديدات السيبرانية وتفاقم المخاطر المرتبطة بالأمن السيبراني. وفي هذا الصدد، تحاول هذه المقالة من خلال مقارنة قانونية وإعتماداً على دراسة ثلاث حالات : المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة والمغرب، معرفة إلى أي مدى التشريعات العربية تحمي مستخدمي الفضاء الإلكتروني؟ الهدف من هذه الدراسة هو تحديد أوجه القصور في الإطار القانوني المنظم لهذا المجال والبحث عن بدائل يمكن أن تعزز أمن المستخدمين.

Introduction

Internet est un moyen de communication très performant qui n'a ni limites ni frontières naturelles permettant d'intégrer potentiellement d'un seul système, la totalité des informations numérisées existant dans le monde dont le champ ne cesse de s'accroître au point que, demain, ce qui ne sera pas numérisé sera condamné à l'oubli : le moindre geste d'un consommateur (achat en ligne) signe sa localisation, son emploi du temps, et combiné à d'autres informations de nature aussi banale, ses goûts, ses revenus, ses fréquentations (ARBAGIAN Nicolas., 2009, p. 5).

En effet, le pourcentage de personnes utilisant internet dans le monde est passé de 53,7% en 2019 à 66,3% en 2022. Répartie par continent le pourcentage le plus bas est enregistré en Afrique avec 27,7% en 2019 et 39,7% en 2022 et le taux le plus élevé revient à l'Europe avec 81,7% en 2019 et 89,5% en 2022 quant aux pays arabes, il a évolué, pour la même période, de 15,1% pour atteindre 70,3% en 2022 (ITU, 2022)

En fait, la digitalisation d'une grande partie de la société engendre de nombreuses vulnérabilités pour tous les publics : la société en ligne est identique à la société hors ligne, les menaces du monde numérique sont similaires à celles du monde physique mais le cyberspace change la donne, les attaques auront les mêmes objectifs et appliqueront les mêmes techniques que leurs homologues du monde réel mais elles seront différentes, le malfaiteur manipulera des connexions numériques et des entrées de bases de données au lieu de passer partout et pied de biche (SCHNEIER Bruce., 2001, p. 14-15), se connecter à un ordinateur situé à Casablanca à partir d'Indonésie que d'Iran n'est plus difficile, tout ordinateur est à la même distance de tout autre). Les attaques sont et seront plus communes et bien plus répondues, et plus difficiles à traquer et leurs auteurs plus difficiles à arrêter et condamner (SCHNEIER Bruce., 2001, p. 17). Leurs objectifs consistent à voler les données privées de millions de personnes à partir d'un seul site Web ou détruire les entreprises concurrentes ou encore le vol de banques centrales et privées, ou la propagation des effets externes négatifs de l'attaque malin sans oublier l'exploitation des failles et des maillons faibles. Ainsi, les particuliers, entreprises et administrations sont soumis aux cyberattaques d'ampleur variable émanant d'individu isolé ou de groupe.

Ainsi, à travers une approche en général juridique, et en s'appuyant sur l'étude de trois cas : l'Arabie Saoudite, les Emirats Arabes Unis et le Maroc, la présente étude tente de savoir dans quelle mesure les législations arabes en vigueur permettent la protection des utilisateurs de l'espace cybernétique ?

Avant d'y faire, il nous apparaît judicieux de clarifier certaines notions notamment :

Cybercriminalité se définit comme « tout comportement illégal faisant intervenir des opérations électroniques qui visent la sécurité des systèmes informatiques et des données qu'ils traitent » (ONU, 2000). En effet, la plupart des activités cybercriminelles sont commises par des cybercriminels ou des pirates informatiques qui veulent se faire de l'argent, ce qui différencie ces activités du cyberterrorisme, dont le but est autre (ALSAEDI Musabbeh., 2022, p. 384).

Cybersécurité c'est un « état recherché pour un système d'information lui permettant de résister à des événements issus du cyberspace susceptibles de compromettre la disponibilité, l'intégrité ou la confidentialité des données stockées, traitées ou transmises, et des services connexes que ces systèmes offrent ou qu'ils rendent accessibles » (BOYER Bertrand., 2015, p 101). On l'appelle également sécurité informatique ou sécurité des systèmes d'information.

Le terme sécurité numérique renvoi à la protection des données personnelles et de la vie privée des personnes en cas de connexion via Internet alors que la cybersécurité fait référence à toutes sortes de protection lors de l'utilisation d'appareils électroniques.

Cyberprotection recouvre « l'ensemble des moyens techniques et non techniques de protection, permettant à un système d'information de résister à des événements susceptibles de compromettre la disponibilité, l'intégrité ou la confidentialité des données traitées ou transmises et des services connexes que ces systèmes offrent ou rendent accessibles » (BOYER Bertrand, 2015, p 101).

En fait, l'importance de l'étude découle de l'augmentation de l'intensité des menaces et attaques électroniques dans le monde en générale et dans les pays du conseil de coopération du Golfe en particulier avec les conséquences qui en découle. Notre objectif est de tenter de parvenir à des conclusions qui pourront contribuer à combler les lacunes dans ce domaine.

Ceci fait, notre travail sera axé en deux parties, la première sera consacrée à la cybersécurité dans les trois pays, et la deuxième partie analysera l'arsenal juridique relatif à la protection des données personnelles et de la vie privée dans lesdits pays.

I. La cybersécurité en Arabie Saoudite, aux Émirats Arabes Unies et au Maroc

Il sera question dans cette section non seulement de scanner la cybersécurité en Arabie Saoudite, aux Émirats Arabes Unies et au Maroc, mais également de s'interroger l'impact des mesures prises en la matière.

A. La cybersécurité dans les pays objet de l'étude : Aperçu général

Les risques en matière de cybersécurité sont de plus en plus reconnus qu'il s'agissent de menace ou d'attaque, ainsi, en 2021, la violation moyenne des données impliquant des informations sur les clients a coûté 4,24 millions de dollars aux entreprises, soit une augmentation de 10% par rapport à 2020. En outre, plus de 250 millions de noms, de numéros de téléphone personnels et d'identifiants d'utilisateurs de comptes Facebook ont été révélés dans une base de données en ligne non sécurisée, et mis à disposition sur un forum de pirates informatiques en 2019 (Arabe News, 24 février 2022).

Ainsi, le cyberspace emporte avec lui de nouvelles formes de menace contre la sécurité des États et les trois cas objet de notre étude ne sont pas à l'abri de ces menaces : l'attaque informatique de 2012 sur les infrastructures de Saudi Aramco en est la preuve : le virus « Shamoon » en infectant les ordinateurs de la compagnie a effacé les données des disques durs de 30.000 ordinateurs sur son passage et, pendant plusieurs semaines, les salariés ont dû revenir au fax (DUMOULIN Sébastien., 2016). Depuis les cyberattaques ciblant ses institutions ont augmenté pour atteindre en 2019 plus de **160 000 attaques par jour**, (KAWA, 2019). Ce pays s'est doté depuis 2007 d'une loi contre la cybercriminalité et en 2018, le Royaume via l'autorité nationale de la cybersécurité a publié les contrôles essentiels de cybersécurité (ECC), corrélativement plusieurs organismes et initiatives ont été adoptées ou créés, notamment le BADIR,

le Réseau arabe pour la recherche et l'innovation et la Fédération saoudienne pour la cybersécurité et la programmation. Le pays a également développé une solide collaboration avec des partenaires publics et privés, internes et externes (la société saoudienne Raytheon à titre d'exemple).

Quant aux Émirats arabes unis, le chef de la cybersécurité, Mohamed Hamad Al Kuwaiti, a déclaré que « *le Conseil de la cybersécurité des Émirats arabes unis (EAU) coopère avec ses partenaires pour dissuader plus de 50 000 cyberattaques par jour, ciblant des secteurs nationaux stratégiques* » (Agence de presse Emirates., 2023).

En fait, en plus de l'arsenal juridique dont dispose le pays en la matière, nous citons entre autres la loi n° (1) de 2006 relatif aux transactions et au commerce électronique, la loi n° (12) de 2016 modifiant le décret-loi fédéral n° (5) de 2012 relative à la lutte contre les crimes informatiques, ce pays a conçu sa stratégie nationale de cybersécurité en 2019, un an après, le Dubai Cyber Index a été lancé. Depuis plusieurs règlements avaient lieu certains de portée générale tels que le règlement sur la sécurité de l'information du *Dubai Electronic Security Center* et d'autres plus spécifiques au secteur (la norme d'Abu Dhabi sur l'information et la cybersécurité dans le secteur de la santé à titre d'exemple) ([BEYROUTHY Antoun, 2023](#)).

De plus, des loi ont venu renforcer la sécurité de l'espace numérique : nous citons à titre d'exemple le décret-loi fédéral n° (34) de 2021 relatif à la lutte contre les rumeurs et la cybercriminalité, celui n° (46) de 2021 concernant les transactions électroniques et les services de confiance, sans oublier bien évidemment les directives d'utilisation d'Internet et la politique de gestion de l'accès à Internet élaborées sous l'égide de l'autorité de régulation des télécommunications et gouvernement numérique.

Pour le Maroc, le rapport d'évaluation des cybermenaces en Afrique a indiqué que sur l'ensemble des pays africains étudiés, 69,24 % (13 002) des courriels d'extorsion ont été détectés au Maroc (INTERPOL, 2023, p. 25) le deuxième pays le plus touché par les attaques par rançongiciel, à hauteur de (8 %) (INTERPOL, 2023, p. 20) et si l'on s'intéresse à la répartition mondiale des détections identifiées par Trend Micro, 2,13 % des adresses IP des expéditeurs étaient géolocalisées au Maroc (INTERPOL, 2023, p. 25).

En fait, comme les deux autres pays susmentionnés, le Maroc a opté pour une approche transversale en la matière aussi bien au niveau institutionnel que réglementaire. Ainsi, l'année 2010 a vu la création du centre d'alerte et de gestion des incidents informatiques (MA-CERT) et en 2011, afin d'assurer le sécurité des systèmes d'information, le Maroc via les décrets [n° 2-11-508](#) et [n° 2-11-509](#) du 21 septembre 2011 à crée respectivement le Comité Stratégique de la Sécurité des Systèmes d'Informations (CSSSI) et la Direction Générale de la Sécurité des Systèmes d'Informations (DGSSI). Un an après, le Maroc s'est doté d'une Stratégie Nationale de Cybersécurité et d'une Directive Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (applicable depuis 2014 aux administrations et aux organismes publics). 2 ans après (le 15 mai 2014), via le décret n° 2-13-881, toutes les activités ayant une relation avec la cryptographie ont passé sous les auspices de la CSSSI, sans oublier le rôle de l'Agence Nationale de Réglementation des

Télécommunications (ANRT), qui œuvre en étroite relation avec les fournisseurs d'accès à Internet et les organismes internationaux concernés par la cybersécurité.

En 2016, l'Administration de la Défense Nationale (ADN) a également émet un décret fixant le dispositif de protection des systèmes d'information sensibles (SIS) des infrastructures d'importance vitale. Deux ans plus tard, ce décret a été complété par l'élaboration d'un arrêté du Chef du Gouvernement qui fixe les critères d'homologation des prestataires d'audit des SIS des infrastructures d'importance vitale et les modalités de déroulement de l'audit.

En 2020, le droit de la cybersécurité au Maroc a été profondément renforcé et actualisé par la mise en place de la loi n° 05-20 en juillet 2020 et le décret n° 2-21-406 pris pour son application. C'est ainsi que les missions assignées à la Commission Stratégique de Cybersécurité qui vient remplacée CSSSI et à l'Autorité Nationale de la Cybersécurité et au Comité de gestion des crises et évènements cybernétiques majeurs ont été fixé.

Il est à noter que si les EAU et l'Arabie Saoudite ne sont pas membre, comme le Maroc, à la Convention de Budapest de 2001 et son protocole additionnel, ils s'y sont inespérés pour élaborer leur législation et règlementation en la matière. Il est aussi partie à la Convention Arabe relative à la lutte contre la cybercriminalité.

Au regard de ce qui précède, nous pouvons dire que les 3 trois Pays objet de notre étude ont fournis des efforts colossale en matière de cybersécurité durant les 10 dernières années, la question est : qu'il est l'impact des mesures prises sur le terrain ?

B : Une évolution croissante ?

L'appréciation du niveau d'engagement et de développement des Etats en matière de Cybersécurité se fait via plusieurs indices dont le plus connu est l'indice mondial de la cybersécurité de l'UIT : il s'agit d'un indice dont le calcul s'appuie sur cinq variables (les piliers du « *Global Cybersecurity Agenda* » de l'UI) à savoir : **Droit** (qui évalue les lois et règlements traitant de la cybersécurité et la cybersécurité dans le pays), **technique** (évaluant la mise en œuvre des capacités techniques via des organismes nationaux et sectoriels), **organisation** (il évalue les stratégies nationales et les organisations qui mettent en œuvre la cybersécurité), **renforcement des capacités** (évaluation des campagnes de sensibilisation, de la formation, de l'éducation et des incitations au renforcement des capacités en matière de cybersécurité) et **coopération** (évaluation des partenariats entre organismes, entreprises et pays) .

Arabie saoudite	99,54	1	2
Émirats arabes unis	98,06	2	5
Maroc	82,41	7	50

Le tableau suivant illustre le classement des pays objet de notre étude au niveau régionale et mondiale (UIT, 2021).

L'analyse du tableau montre qu'en 2020 l'Arabie saoudite s'est classée au deuxième rang mondial derrière les USA et à la tête des pays Arabes, les EAU se sont classées au cinquième rang mondial tandis que le Maroc a occupé le 50 eme place du classement mondial (malgré qu'il a été précurseur en la matière depuis 2007(ce classement a constitué une avancée par rapport à l'année 2018 lorsque ces trois pays avaient arrivé respectivement 13 eme, 33 eme et 93 eme)) vue entre autre l'insuffisance en terme des mesures organisationnelles et de renforcement des capacités, comme le montre le tableau qui suit (UIT, 2021).

Ainsi, nous constatons que le Maroc et les Émirats Arabes Unies sont convié de développer des mesures

	Maroc	Arabie Saoudite	Émirats Arabes Unis
Note globale	82,41	99,54	98,06
Mesures juridiques	18,40	20,00	20,00
Mesures techniques	17,94	19,54	19,08
Mesures organisationnelles	12,37	20,00	18,98
Renforcement des capacités	15,24	20,00	20,00
Mesures de coopération	18,46	20,00	20,00

organisationnelles tandis que l'Arabie saoudite est invité à renforcé les mesures techniques en matière de cybersécurité.

Ainsi, si cet indice permet de décrire d'une façon sélective et générale l'état de lieu de la cybersécurité dans les pays objet de l'enquête, il en reste qu'il reste descriptif et il ne rend pas compte de la mise en œuvre desdites mesures ni de leur impact étant (l'existence des mesures n'est pas le corollaire de l'effectivité).

En fait, dans son volet juridique, ledit indice mesure la présence d'une législation définissant les activités illicites dans le cyberspace et des outils de procédure nécessaires pour enquêter, engager des poursuites et faire appliquer cette législation, et la mise en place de bases de référence en matière de cybersécurité et de mécanismes de conformité pour un ensemble de parties prenantes nationales et des procédures visant à garantir la cohérence avec les obligations internationales (UIT, 2021, p. 3).

En effet, d'après ce rapport de UIT de 2020, les pays à forte pénétration de l'Internet sont plus susceptibles de disposer d'une loi et ou d'une réglementation sur la protection des données et de la vie privée que ceux à faible pénétration de l'Internet (UIT, 2021, p. 5). À ce titre, l'étude menée par *Statista Research Department*, a

fait ressortir que en janvier 2023 ce taux pour l'Arabie saoudite et EAU était de 99 % et de 88,1% pour le Maroc et vue les chiffres enregistrés en terme de mesures juridiques une attention particulière sera mise sur le Maroc.

II : La protection de données personnelles et de vie privée

L'omniprésence des technologies et des systèmes d'information dans notre vie quotidienne rend leur utilisation quasi-systémique ce qui nous expose aux risque cybernétiques. Les données personnelles se sont devenu des biens marchands, échangés, loués, achetés dans le cadre d'un marché lucratif en pleine expansion, et parfois à l'insu des personnes concernées (NLEND Cecile Valerie., 2007, p. 35). Afin de garantir la protection des données personnelles le législateur arabe a prévu un arsenal juridique afin d'accompagner ce développement.

A. Un arsenal juridique parfait

Avoir 20 comme notation pour les mesures juridiques dans la dernière version du rapport portant sur l'indice mondial de cybersécurité témoigne que l'Arabie saoudite et les EAU ont mis en place non seulement des prescriptions de base qui doivent être respectées par les acteurs publics et privés et des d'instruments juridiques interdisant les actes préjudiciables (UIT, 2021, p. 3). Ces pays comme le Maroc, pour développer leurs arsenal juridique se sont inespérés des réglementations internationales et régionales notamment européenne (nous citons à titre d'exemple le règlement e-Privacy 2002, modifie en 2006, les règlements n° : 2009/136/CE, 611/2013, 2016/280, 2016/ 679 (RGDP) et 2018/1725). C'est ainsi que les Émirats Arabes Unis et l'Arabie saoudite se sont dotés respectivement d'une loi sur la protection des données personnelles en novembre 2021 et en octobre 2021 en plus des réglementations qui lui préexiste en la matière couvrant un large éventail d'obligations, y compris la collecte, le traitement et la « maintenance » des données personnelles.

Pour Maroc, dès le 11 novembre 2003 une loi n° 07-03 complétant le code pénal et portant sur les atteintes aux systèmes de traitement automatisé des données notamment l'accès frauduleux et l'entrave du fonctionnement d'un système automatisé a été adopté suivi par la loi n° 53-03 relative à l'échange électronique de données juridiques. Néanmoins, l'épine dorsale de la protection des données reste la loi n° 09-08 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel qui vise à assurer une protection efficace des particuliers contre l'utilisation abusive des données de nature à porter atteinte à leur vie privée et d'harmoniser le système marocain de protection des données personnelles avec celles de ses partenaires et institue la Commission Nationale de protection des Données Personnelles (CNDP).

D'autre loi assure une protection indirecte des données personnelles notamment entre autres la loi n° 31-08 édictant des mesures de protection du consommateur, la loi n° 88-13 relative à la presse et à l'édition (articles 33 et 64) et la loi n° 24-96 relative à la poste et aux télécommunications (articles 23, 25 et 26).

L'analyse des trois cadres juridiques révèlent que globalement les droits suivants : droit d'accès à ces propres données, droit de les rectifier, droit à l'oubli, droit à la limitation du traitement, droit à la probabilité des données et le droit d'opposition sont garantis aux individus parallèlement, certaines obligations sont imposées aux organismes notamment le principe d'auto responsabilité, d'information, de minimisation, de conservation limitée, de confidentialité dès la conception et par défaut, de licéité et de nomination d'un data protection officer. En fait, la violation de ces droits et obligations donne lieu à des sanctions (administratives ou juridictionnelles ou les deux à la fois) assortie de voie de recours.

Certes, le Maroc, l'Arabie saoudite et les Emirates Arabes Unies ont développé un arsenal juridique qui protège parfaitement en théorie l'utilisateur de l'espace cybernétique non seulement contre les attaques des tiers (individu ou groupes d'individus ou Etat) mais contre lui-même (particulièrement mineurs), la question est de savoir s'il existe des limites que pourraient affaiblir cette protection ?

B. Une protection totale impossible

L'arsenal juridique à vocation à s'adapter continuellement : les lois peinent à suivre la pratique sociale. Au niveau international la législation en matière de cybersécurité et corrélativement en matière de protection des données personnelles reste faible incomplète et non répressive : les tentatives de codifications d'une convention internationale n'ont pas abouti si en exclu la convention de Budapest ouverte à la signature aux pays non membre de l'UE) et celle de Malabo et CITO.

Quant aux droits garantis aux individus, ils sont tous des droits conditionnels c.-à-d. non absolus ce qui signifie qu'ils peuvent faire l'objet de limitations au motif de sauvegarder la sécurité ou la sûreté nationale ou encore maintenir l'ordre public voir de dérogation du moment où la situation constitue une menace à la vie de la nation. Situation dont l'appréciation relève de la compétence exclusive des autorités nationales. Ainsi, en cas de stockage des données personnelles en dehors des frontières, l'Etat hébergeant lesdites données si sa sécurité est mise en jeu, il peut leurs y accéder légalement, et même un Etat peut demander aux sociétés qui siègent sur son territoire et ouvrent sur d'autres territoires dans le monde des informations y compris les données personnelles (les USA est un bon exemple en la matière).

De plus, l'existence des différences d'un pays à l'autre quant à la définition des infractions pénales et l'insuffisance des moyens de lutte contre elle relativise également la protection des utilisateurs de l'espace cybernétique, d'autant plus que la nature planétaire d'internet complique les enquêtes et les poursuites judiciaires, la difficulté de repérer des assaillants suffisamment rusés pour dissimuler leur localisation, et

même si vous les repérez que faites alors sans la coopération des autres acteurs notamment le pays siège de l'attaque ou de l'auteur ?

En fait, en terme de coopération internationale, particulièrement en matière d'entraide judiciaire, la commission rogatoire permet de poursuivre les infractions transnationales, néanmoins elle reste subordonnée **à l'existence d'accords bilatéraux ou multilatéraux entre les États qui peuvent limiter son objet et sa portée d'autant plus que** son exécution dépend de la législation nationale de l'État qui reçoit la demande, et non de l'État demandeur.

A ce titre, il est primordial de noter que lors de la signature de la convention de Budapest, de nombreux États ont émis des réserves portant sur les demandes d'exécution de commission rogatoire, si la condition de double incrimination n'était pas remplie **ce qui permet aux cybercriminels de continuer à échapper à la justice** vu que pour le moment de nombreuses cyberinfractions restent exclues de toute incrimination dans de nombreux États (Nations Unies, 2015, p. 6-7).

En outre, pour les infractions impliquant des preuves numériques, la nature transitoire de ces derniers suppose une réponse rapide (afin de ne pas dépasser la durée de conservation des données ou d'empêcher les délinquants de les détruire) et des mesures d'enquête spécialisées c'est ainsi que certains instruments multilatéraux existants établissent des mécanismes qui visent à faciliter l'accès aux données pour les services de détection et de répression, notamment des points de contact joignables 24 heures sur 24 pendant les enquêtes, l'accès transfrontière à des données stockées, avec consentement ou lorsqu'elles sont accessibles au public, et les demandes urgentes d'entraide (nous citons à titre d'exemple la convention de Budapest dont le Maroc fait Partie (Nations Unies, 2015, p. 6-7)). Néanmoins, la mise en œuvre de ses mécanismes reste tributaire du degré des engagements des États en la matière.

Conclusion

La situation actuelle de la législation en matière de cybersécurité est dynamique : nous assistons à des réformes juridiques en cours et à la reconnaissance croissante de la nécessité d'une riposte juridique multidisciplinaire. Il n'en demeure pas moins qu'il appartient à nos pays arabes de développer un cadre de contrôle unifié qui couvre toutes les exigences applicables et d'harmoniser leurs législations afin de mieux protéger les utilisateurs non seulement pour contrer les cyberattaques et l'usage abusif des données personnelles mais pour les prévenir. Le renforcement des coopérations entre ces pays en la matière est primordial (la politique de l'Arabie saoudite en est le bon exemple).

Pour le Maroc, afin de parachever son système de cybersécurité est appelé à compléter son dispositif inclusif de sécurité informatique par la ratification de la convention africaine de Malabo en matière de cybersécurité et de protection des données personnelles, adoptée le 27 juin 2014.

En fait, si la technologie facilite nos vies, il n'en demeure pas qu'il constitue aussi un risque pour elles. D'où l'intérêt de la collaboration de tous les intervenants pour en minimiser les risques et en particulier l'utilisateur lui-même.

Bibliographie

Agence de presse Emirates., Les Émirats arabes unis neutralisent jusqu'à 50 000 cyberattaques par jour : Mohammed Al Kuwaiti, publie le 03-05-2023 20:23 in <https://www.wam.ae/fr/details/1395303153933>, consulté le 29-06-2023 ;

ALSAEDI Musabbeh., Les Émirats arabes unis et la révolution numérique : nouveaux défis pour le droit public, le droit privé et le droit pénal, thèse de doctorat en Droit, Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2022;

ARBAGIAN Nicolas, L'avenir de la cybersécurité, éd. Institut Diderot, Paris, 2009 ;

BEYROUTHY Antoun., cybersécurité aux émirats arabes unis : un processus de maturation rapide et continu, posté le 27 janvier 2023 in <https://incyber.org/cybersecurite-emirats-arabes-unis-processus-maturation-rapide-continu/>, consulté le 28-06-2023 ;

Arabe News, L'Arabie saoudite parmi les pays qui appellent à protéger la confidentialité des données, Publié le 24 février 2022, in <https://www.arabnews.fr/node/209401/%C3%A9conomie>, consulté le 07-07-2023 ;

BOYER Bertrand., 2015, Dictionnaire de cybersécurité et des réseaux, Nuvis, Paris ;

DUMOULIN Sébastien., Saudi Aramco perd les données de ses PC, Publié le 25 août 2016 à 1:01, in <https://www.lesechos.fr/2016/08/saudi-aramco-perd-les-donnees-de-ses-pc-223233>, consulté le 1-07-2023 ;

INTERPOL, Rapport d'évaluation des cybermenaces en Afrique : présentation des principales cybermenaces par le desk Africain pour les opérations de lutte contre la cybercriminalité, 2023 ;

ITU, World Telecommunication/ICT Indicators database, Version November 2022, for Facts and Figures 2;

KAWA, Cybersécurité : l'Arabie saoudite face aux hackers ; posté le 18-04-2019 ;

Nations Unies, Conférence des Parties à la Convention des Nations Unies contre la criminalité transnationale organisée, Groupe de travail sur la coopération internationale, Collecte et partage de preuves électroniques, Document d'information établi par le Secrétariat, Vienne, 27-28 octobre 2015, (CTOC/COP/WG.3/2015/2) ;

Organisation des Nations Unies, 2000, Xe Congrès des Nations Unies à Vienne ;

SCHNEIER Bruce., Secret et mensonge : la sécurité numérique dans un monde en réseaux, Vuibert, Paris, 2001;

UIT, Perspectives mondiales de la réglementation des TIC 2020, https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/pref/D-PREF-BB.REG_OUT01-2020-PDF-E.pdf, consulté le 01-07-2023 ;

UIT, Indice mondial de cybersécurité 2020 : mesurer l'engagement en matière de cybersécurité, Genève, 2021;

NLEND Cecile Valerie, La protection du mineur dans le cyber espace, thèse de doctorat en Droit Public, Université de Picardie jules verne, 2007 ;

دور الإعلام في تفشي ظاهرة الإسلاموفوبيا

The role of the media in the spread of Islam phobia

إعداد: نبيلة عبد الفتاح قشطى

كبير معد برامج التلفزيون المصرى

دكتوراه فى القانون الدستورى والنظم السياسية

كلية القانون والعلوم السياسية جامعة الأفروآسيوية

الملخص:

يشكل الإعلام أهم الوسائل المؤثرة في الترويج لظاهرة الإسلاموفوبيا، حيث يقوم الإعلام بدور كبير في زيادة مساحة الفوبيا من الإسلام بتضخيم الأحداث وتكبير الأمور واستقاء المعلومات من مصادر غير حيادية، وهو ما يقود إلى الخوف المرضي من الإسلام أو ما يطلق عليه "الإسلاموفوبيا".

وتكمن أهمية هذا البحث في تحديد أبرز المفاهيم الخاطئة والصور النمطية إزاء الإسلام والمسلمين؛ والتي يتعين دحضها بصورة ملحة، وتفعيل الدور الإيجابي للإعلام من خلال تنظيم حملات إعلامية متواصلة في وسائل الإعلام الأجنبية للتصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا.

ونظراً لطبيعة البحث تم انتهاج المنهج الوصفي التحليلي لما يقتضيه موضوع البحث من التعرض لشتى جوانب التحليل والتمحيص في أسباب ظاهرة التفشي وكيفية التصدي لها، والدور السلبي الذي يقوم به الإعلام للأسف.

وينتهى البحث بمجموعة من التوصيات أهمها:

- إنشاء صندوق لدعم مبادرات مواجهة الإسلاموفوبيا.
- رصد وسائل الإعلام وتحديد المواقع الإعلامية ذات التأثير الأكبر لنشر تعليقات وأخبار في أبرز المنشورات الغربية.
- إنتاج أفلام وثائقية متكاملة لمعرفة آثار الإسلاموفوبيا على المجتمعات المسلمة والغربية على حد سواء.

الكلمات المفتاحية: الإسلاموفوبيا، الإعلام السلبي، آليات التصدي، إجراءات المواجهة.

Abstract:

The media is the most important means of promoting Islam phobia, The media plays a major role in increasing the area of phobia of Islam by amplifying events, amplifying things and extracting information from non-neutral, biased sources, This leads to pathological fear of Islam or so-called "Islam phobia."

The importance of this research lies in identifying the most prominent misconceptions and stereotypes about Islam and Muslims, which must be urgently refuted, and the positive role of the media must be activated by organizing ongoing media campaigns in foreign media to face the so-called Islam phobia.

Due to the nature of the research, the descriptive analytical approach has been adopted because of the exposure required by the subject of the research to various aspects of analysis and scrutiny of the causes of the phenomenon of this outbreak and how to face it, unfortunately, with the negative role played by the media.

The research ends with a set of recommendations, the most important of which are:

- Establishing a fund to support Islam phobia initiatives.
- Monitoring the media and identifying media sites with the greatest impact to publish comments and news in most prominent Western publications.
- Producing integrated documentaries to find out the effects of Islam phobia on Muslim and Western communities alike.

Keywords: Islam phobia; negative media; mechanisms of combating; confrontational measures.

المقدمة:

ظاهرة الإسلاموفوبيا من الظواهر العلمانية التي يرى البعض أنها ظهرت بعد هجمات 11 سبتمبر 2011، بينما أضحى استعمال المفهوم دارجاً لغوياً وسياسياً منذ مؤتمر «تحدي الإسلاموفوبيا» الذي أشرفت عليه الأمم المتحدة سنة 2004، ولكن هذه الظاهرة تعود إلى القرون الوسطى؛ وهذا ما سيتم تناوله في البحث من خلال النظر إلى سياقها التاريخي، كما يتناول البحث أسباب ظهور هذه الظاهرة، والدور السلبي للإعلام في تفشي ظاهرة الإسلاموفوبيا، كما يتناول البحث إجراءات وآليات مواجهة ظاهرة الإسلاموفوبيا على كافة الأصعدة، بما في ذلك الصعيد الإعلامي الخارجي أو الأجنبي للتعاطي الجاد مع هذه الظاهرة والدفاع عن الإسلام والمسلمين.

إشكالية البحث:

يثير مفهوم الإسلاموفوبيا الكثير من التساؤلات وي طرح نفسه بقوة على بساط الجدل والنقاش، خاصةً مع الدور السلبي للإعلام الذي يساعد على انتشاره، وتدور الإشكالية الرئيسية للبحث حول سؤال محوري يمكن صياغته كالآتي: هل الإعلام كان سبباً في تفشي ظاهرة الإسلاموفوبيا؟ ويتفرع من هذه الإشكالية أسئلة فرعية وهي:

- 1- ما معنى مصطلح الإسلاموفوبيا؟
- 2- ما أسباب شيوع ظاهرة الإسلاموفوبيا؟
- 3- ما هي طرق علاج ظاهرة الإسلاموفوبيا؟

أهمية البحث:

تتأتى أهمية هذا البحث من عدة اعتبارات منها:

- 1- أن موضوع الإسلاموفوبيا أصبح من الموضوعات الهامة التي باتت تشغل حيزاً واسعاً من الاهتمامات الأكاديمية والسياسية والإعلامية، كما أصبح موضوعاً يطرح نفسه بقوة على أجندة المؤتمرات العلمية والدولية.
- 2- تنامي ظاهرة الإسلاموفوبيا وربطها بالإعلام، حيث أحتل هذا الموضوع أولوية سلم القضايا العالمية، وتصدر اهتمامات المنظمات الدولية والإقليمية والوطنية، والمؤتمرات خاصةً التي تهتم بحوار الأديان والحضارات.
- 3- الوقوف على الأسباب الحقيقية لظاهرة الإسلاموفوبيا.
- 4- بيان كيفية العلاج لظاهرة الإسلاموفوبيا.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- التعريف بمصطلح الإسلاموفوبيا.
- 2- استعراض أسباب انتشار ظاهرة الإسلاموفوبيا.
- 3- كيفية مواجهة ظاهرة الإسلاموفوبيا.
- 4- آليات الاستراتيجية الإعلامية للتصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا

منهجية البحث:

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي بهدف وصف ظاهرة الإسلاموفوبيا، والتعرف على أسبابها، وتحليل الدور الذي لعبه الإعلام -خاصةً الأجنبي- في تفشي ظاهرة الإسلاموفوبيا، ويعتمد البحث في جمع وتحليل البيانات والمعلومات على أسلوب البحث المكتبي استناداً على مصادر معلومات أولية، ومصادر ثانوية تتمثل في عدد من الدوريات والأبحاث والدراسات والمواقع الإلكترونية التي تناولت الموضوع وأبعاده المختلفة.

تقسيمات البحث ومحاوره:

بغية تحقيق الأهداف البحثية، تسعى الباحثة إلى تغطية موضوع البحث من خلال المحاور الآتية:

أولاً: تعريف الإسلاموفوبيا.

ثانياً: أسباب الإسلاموفوبيا.

ثالثاً: كيفية مواجهة ظاهرة الإسلاموفوبيا.

رابعاً: آليات الاستراتيجية الإعلامية للتصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا.

خامساً: الخلاصة والنتائج.

أولاً: تعريف الإسلاموفوبيا

الإسلاموفوبيا Islam phobia من حيث الاشتقاق اللغوي تعود إلى اللفظ اليوناني "phobos"، بمعنى الخوف اللاشعوري واللامبرر، استناداً لهذا يمكن القول بأن الإسلاموفوبيا خوف لا شعوري ولا مبرر ورفض عشوائي للإسلام، والإسلاموفوبيا كلمة مستحدثة، تتكون من كلمتي إسلام وفوبيا، يُقصد بها الخوف أو الرهاب غير العقلاني من شيء يتجاوز خطره الفعلي المفترض، وهو بالإنجليزية: (Islam phobia) بمعنى التحامل والكرهية والخوف من الإسلام أو من المسلمين، وهذا المفهوم شاع استخدامه بكثافة في نهايات الثمانينيات من القرن الماضي⁽¹⁾.

وترى بعض الأدبيات أن النشأة الأولى لاستخدام مفهوم "الإسلاموفوبيا" في الأدبيات والكتابات الغربية تقترن بالدراسات الاستشراقية، حيث استخدمه مستشرق بلجيكي هو "هنري لامينس" في سياق كتاب له عن الرسول محمد صلى الله عليه وسلم، كما أن المصطلح ورد ذكره أيضاً في كتاب للرسام الاستشراقي الفرنسي "ايتيان ديني" بعنوان "الشرق كما ينظر إليه من الغرب"⁽²⁾.

وظهر الاستخدام الأول للمصطلح في اللغة الإنجليزية طبقاً لقاموس أكسفورد عام 1923 في مقال بـ "مجلة الدراسات اللاهوتية The Journal of Theological Studies"، حيث عرّفها قاموس أكسفورد الإنجليزي بأنها: "الخوف والكرهية الموجهة ضد الإسلام، كقوة سياسية تحديداً، والتحامل والتمييز ضد المسلمين"⁽³⁾، كما عرفها قاموس لاروس La Rousse الفرنسي بأنها: "معاداة الإسلام والمسلمين"⁽⁴⁾.

1- محمد فاضل رضوان: الإسلام وفوبيا: قلق المفهوم وجدل الرؤى نموذج فرنسا، مجلة فكر ونقد المغربية، العدد 76، 2006، ، سالم أحمد العجيل\ عبد الهادي اللافي على: الإسلاموفوبيا جدلية الدين والسياسة في المجتمع الأمريكي، مجلة آفاق اقتصادية، العدد الرابع، 2016

2- تمارست، موقع صحيفة هسبريس

1- Juan Cole: Islamophobia as a Social Problem, Middle East Studies Association Bulletin, Vol. 41, No. 1 (June 2007), P7

2- Islamophobie, Dictionnaire de français Larousse, 2015

وقد استُخدم ببحث مطبوع لأول مرة في تقرير دوري في أمريكا عام 1991(1)، ودخل المصطلح إلى الاستخدام في اللغة الإنجليزية عام 1997 عندما قامت منظمة بريطانية غير الحكومية يسارية التوجه تدعى "رنيميد ترست" باستخدامه لإدانة مشاعر الكراهية والخوف والحكم المسبق الموجهة ضد الإسلام أو المسلمين، في دراسة بعنوان "Islamophobia: A Challenge for Us All"، وقد عُرِف مفهوم الإسلاموفوبيا في هذه الدراسة بأنه: "العداوة التي لا أساس لها ضد الإسلام"(2).

وتقرير "رانيميد تراست" الذي يعد من أكثر الدراسات التي أعدت حول الإسلاموفوبيا انتشارًا؛ لم يكتف بتعريف الإسلاموفوبيا بأنه الحقد والكراهية الموجهة ضد المسلمين فحسب، بل تناول كذلك الممارسات العنصرية والاقصائية الموجهة ضد المسلمين، وكشف عن أن هذه الممارسات تؤدي إلى استبعاد المسلمين من صلب الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية(3).

كما عرفت اللجنة الإسلامية لحقوق الإنسان (IHRC) الإسلاموفوبيا بأنه: "الرعب من الإسلام" بعيدًا عن التعريف المتكامل؛ لأنه لا يتطرق إلا إلى البعد النفسي للموضوع(4).

عرّف بعض الباحثون الإسلاموفوبيا بأنها: "شكل من أشكال العنصرية"، وآخرون اعتبروها ظاهرة مصاحبة لتزايد عدد المهاجرين المسلمين في الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي، وربطها البعض الآخر بأحداث 11 سبتمبر(5)، ويُعدّ كتاب "acces de delire islamophobe" الذي كتبه نصر الدين دينات وسليمان بن إبراهيم أول دراسة تناولت مصطلح الإسلاموفوبيا وفقًا لمُدلوله المستخدم اليوم(6).

وأكد "كوفي عنان" في مؤتمر عام 2004 بعنوان "مواجهة الإسلاموفوبيا" على أهمية صياغة هذا المصطلح من أجل مواجهة التعصّب المتزايد للإسلام(7).

عرفها روديجي: "الإسلاموفوبيا هي تغذية لكراهية عنصرية ضد الشعوب والأفراد، ذات أصول شرق أوسطية خاصةً العربية الإسلامية وكذا الجنوب آسيوية، تقوم على أحكام عنصرية مسبقة والكراهية للأجانب".

3- **Islamophobia A Challenge For Us All**, Report Of The Runnymede Trust Commission On British Muslims and Islamophobia, 1997, p4

4- Abu Sadat Nurullah: **Portrayal of Muslims in the media: "24" and the 'Othering' process**, International Journal Of Human Sciences, Volume: 7, Issue: 1, 2010, P1022

5- **The Last Hate Phenomenon, New Europe: In search of a true inclusive and pluralistic Europe, Islamophobia: Construction-Deconstruction**, Published, Office of the Prime Minister, Directorate General of Press and Information, p161

6- Corey Saylor: **The U.S. Islamophobia Network, Its Funding and Impact**, Islamophobia Studies Journal, Volume 2, Issue.1, Spring 2014, P. 104-105

7- Stephen Lyon, **In The Shadow of September 11: Multiculturalism and Identity**, Muslim Britain: Communities Under Pressure, Tahir Abbas, Zed Books, London and Newyork, 2005, P80

1- Chris Allen: **Islamophobia**, Ashgate Publishing Company, England, 2010, p6

2- Bülent Şenay, **Europe's Identity Crisis – Roots Behind Routes Ahead, New Europe: In search of a true inclusive and pluralistic Europe, Islamophobia: Construction-Deconstruction içinde**, Published, Office of the Prime Minister, Directorate General of Press and Information, p127

وقد اكتسب هذا المصطلح معاني إضافية في أوروبا في الثلاثين عاماً الماضية. وأصبح المقصود به في فرنسا وألمانيا مثلاً المهاجرين الأجانب من المغرب والجزائر وتركيا ويوغسلافيا، وعندما تشير لجان الاتحاد الأوروبي إلى هذه العبارة فإنهم يقصدون الأجانب داخل الدول العربية وليس الأجانب في دول العالم عموماً، أما العبارة الجديدة المبتكرة إسلاموفوبيا فإنها تتضمن المخاوف بنوعها: مخاوف من المسلمين الذين يعيشون داخل الوطن وبذلك فإن كثيراً من غير المسلمين يزدادون خوفاً من الإسلام وكراهية له، الإسلاموفوبيا معناها الكراهية أو الخوف من الإسلام، وهي موجودة في الدول الغربية وثقافتها منذ قرون، ولكنها ازدادت وضوحاً وتطرفاً في السنوات الأخيرة في شتى القطاعات.

كما أصدر مجلس أوروبا تقريراً عن "الإسلاموفوبيا 2005" يعرفها بأنها: "التخوف أو الأحكام المسبقة تجاه الإسلام والمسلمين وما يتعلق بهم، سواء تم التعبير عنه بالأشكال اليومية للعنصرية والتمييز أو في أشكاله الأكثر عنفاً، هو انتهاك لحقوق الإنسان وخطر على التماسك الاجتماعي"⁽¹⁾.

كما قدم مركز التقدم الأمريكي {Center for American Progress} مفهوماً للإسلاموفوبيا خلال السنوات العشر الأخيرة والنمو السريع لتلك الظاهرة، والتي تطورت بصفة ملحوظة حسبته بعد عام 2011، وهذا في تقريره السنوي لعام 2011 حول "شركة الخوف": جذور شبكة الإسلاموفوبيا في أمريكا مفاده: "إن الإسلاموفوبيا هي خوف أو كراهية أو عداً مبالغ فيه ضد الإسلام والمسلمين، وتقوم على صورة نمطية سلبية وتؤدي إلى التحيز ضد المسلمين والتمييز وتمييزهم وإقصائهم من الحياة الأمريكية الاجتماعية والسياسية العامة"⁽²⁾.

وترد كلمة الفوبيا في القواميس النفسية بمعنى الخوف المرضي، والخوف والرغبة، والرهاب تدل تحديداً على القلق العصبي الذي لا يخضع للعقل، ويساور المرء بصورة جامحة من حيث كونه رغبة في النفس شاذة عن المؤلف، يصعب التحكم فيها، وتدل اللفظة أيضاً على خوف لا شعوري من أشياء أو أشخاص أو مواقف ليس له في الشعور ما يبرره أو يفسره⁽³⁾.

وفي الاصطلاح العام تدل لفظة إسلاموفوبيا على ما تم ترسيبه وتكريسه وإشاعته من قلق مرضي وخوف نفسي لا شعوري لدى الغرب من الإسلام وكل ما يتصل به، وينتفش هذا المصطلح بصورة أكبر عندما يحتد عداً الغرب للإسلام، ويظهر من خلال القيام بحملات تشويهية للإسلام خاصةً من خلال الإعلام الغربي؛ كما حدث في الصحافة الدنماركية وغيرها من الصحف الأوروبية عندما تم نشر صور مسيئة للرسول⁽⁴⁾.

وانطلاقاً مما سبق يرى المصابون بالإسلاموفوبيا أن العداً للإسلام والمسلمين والتحيز ضدهم أمر طبيعي ورد فعل تلقائي على طبيعة المسلمين الشريرة، لذا فهم يساندون التمييز ضد المسلمين وحشد قوى الغرب في حرب ضد الإسلام وأتباعه⁽⁵⁾.

ثانياً: أسباب الإسلاموفوبيا

1- هيثم مناع: الإسلاموفوبيا كإشكالية وحقوق الإنسان، المؤتمر الدولي حول ظاهرة الإسلاموفوبيا، اسطنبول في 8/9/2007

2- علاء بيومي: شبكة الإسلاموفوبيا في أمريكا، بيروت، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2012، ص3

1- أسعد رزق: موسوعة علم النفس، بيروت، 1979، مادة فوبيا

2- انجمار كالسون: الإسلام وأوروبا تعيش أم مجابهة، ترجمة سمير بوتاني، القاهرة، مكتبة الشروق، 2003، ص13
3-Hamid Dabashi, Post-Orientalism: Knowledge and Power In Time Of Terror, New Brunswick, and London, 2009, P X

- 1- احتجاجات الإسلاموفوبيون التي يمكن اعتبارها من اللحظات التاريخية للخطاب الاستشراقي تُشكّل على قيم العداء بين الغرب والإسلام، فالغرب -على الرغم من الخطابات التحريرية، مثل حرية التعبير واحترام الخيار الفردي- ينظر إلى وجود المسلمين في الحياة العامة وفقاً لقيمهم وهويتهم الخاصة بهم- مصدر خطر على القيم الغربية. والعداء القائم على (نحن وهم) يشكّل سبباً للاعتقاد بأن المسلمين أجنب يشكّلون بصورة دائمة تحدياً للثقافة الغربية وقيمها ومؤسستها(1).
- 2- استعمال العداء تجاه الإسلام لتبرير ممارسات تمييزية تجاه المسلمين وإبعادهم عن المجتمع المهيمن.
- 3- اعتبار الإسلام إيديولوجية سياسية لتحقيق مصالح سياسية وعسكرية.
- 4- اعتبار الإسلام عنيفاً وعدوانياً ومصدر خطر مفطوراً على الإرهاب والصدام بين الحضارات.
- 5- اعتبار العداء تجاه المسلمين أمراً عادياً وطبيعياً ومبرراً.
- 6- التغطية على الفشل السياسي لبعض الحكومات: عندما يعجز بعض السياسيين عن إيجاد حلول لبعض مشاكل بلادهم كمشكلة البطالة أو بعض الاخفاقات السياسية والاقتصادية فإنهم يبحثون عن كبش فداء لإلهاء الجماهير والتغطية على إخفاقهم؛ فيوجهون سهامهم باتجاه المسلمين بتحميلهم مسئولية المشاكل التي تتخبط فيها بلادهم وللأسف هذا النوع من الخطاب يجد صدى لدى بعض الجماهير المخدوعة، ما ينجم عنه انشغال الإعلام كله بالقضية المفتعلة وزيادة جرعة الإسلاموفوبيا(2).
- 7- الجهل بالإسلام: هناك جهلاً صارخاً بحقيقة الإسلام خاصة في العالم الغربي، الذي يستقي معلوماته عن الإسلام من مصادر قد تفتقر في كثير من الحالات إلى الموضوعية والنزاهة والتجرد، أو الإحاطة الكافية بحقيقة الإسلام وجوهره(3).
- 8- الخلط بين الدين الإسلامي وواقع المسلمين: تعاني الأمة الإسلامية منذ قرون عديدة واقعاً مأزوماً على مختلف الأصعدة والمستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية مما ينعكس في وقوف تلك الأمة في ذيل سائر أمم الدنيا على صعيد الإسهام الحضاري والمشاركة في ارتقاء الإنسانية وتقدمها(4).
- 9- الدور الإعلامي اللا حيادي: يقوم الإعلام بدور كبير في زيادة مساحة الفوبيا من الإسلام بتضخيم الأحداث وتكبير الأمور واستقاء المعلومات من مصادر غير حيادية، مما يسهم في تكوين الآراء عن الإسلام والمسلمين في العالم الغربي، وهو ما يقود إلى الخوف المرضي من الإسلام أو "الإسلاموفوبيا"(1).

4- Submission to the Changing Landscape of Citizenship and Security 6th PCRD of European Commission, Securitized And Religious Divides In Europe Muslims In Western Europe After 9/11, 2006, P156-157

1- John L. Esposito, **What Everyone Needs To Know About Islam**, Oxford University Press, 2002, P61

3- محمد فاضل رضوان: **الإسلام وفوبيا: قلق المفهوم وجدل الرؤى نموذج فرنسا**، مجلة فكر ونقد المغربية، العدد 76، 2006

3- **Islamophobia A Challenge For Us All**, Report Of The Runnymede Trust Commission On British Muslims and Islamophobia

- 10- الرفض التام لأي نقد يقدم من طرف إسلامي للغرب⁽²⁾.
- 11- السياسات غير التقليدية وغير الإسلامية التي مورست في العالم الإسلامي في مرحلة ما بعد الاستعمار وأنشأت (الأخر) في هذه المجتمعات المحلية كانت عاملاً مباشراً في إنتاج الإسلاموفوبيا المحلية وفقاً لتعبير إبراهيم قالين⁽³⁾.
- 12- الصراع التاريخي بين الإسلام والغرب المسيحي اليهودي: كان ذلك نتيجة الفتوحات الإسلامية التي تركت أثراً لدى الغرب كان نتيجته خوفهم من الإسلام.
- 13- النظر إلى الإسلام على أنه دوني بالنسبة للغرب.. بربري وغير عقلاني، بدائي وجنسي النزعة.
- 14- النظر إلى الإسلام على أنه كائن مستقل ليس له قيم مشتركة مع الثقافات الأخرى وهو لا يتأثر بها أو يؤثر فيها.
- 15- النظر إلى الإسلام على أنه كتلة متجانسة أحادية جامدة لا تستجيب للتغيير.
- 16- المشروعات العلمانية الراديكالية التي طُبِّقت في العالم الإسلامي في مرحلة ما بعد الاستعمار كانت سبباً في تشكيل إسلاموفوبيا محلية أيضاً.
- 17- تبني صورة نمطية سلبية للمسلمين: حيث يتم تحميل الإسلام مسئولية السلوك غير السوي الذي يصدر عن بعض المسلمين، وقد لعب بعض المسلمين دوراً في تصديق تلك الصور النمطية الشائنة عن طريق سلوكهم المنحرف حيث قدموا النموذج الأسوأ عن الشخصية المسلمة، ومن ثم عن الإسلام نفسه⁽⁴⁾.
- 18- تجاهل المعلومات الصحيحة حول الإسلام والتغافل عنها يشكلان سبباً من أسباب تعزيز الصورة السلبية عن الإسلام والمسلمين، ويؤدي دوراً مباشراً في نشر العنف اللفظي والمادي الموجه ضد المسلمين. هذه الحالة التي تحولت إلى مفهوم على شكل "الإسلاموفوبيا المنظمة"، تشكل المخطط التصوري الخلفي للمواقف الإسلاموفوبية التي باتت تظهر في كل المجالات تقريباً⁽⁵⁾.

¹ - حمد عبدلي: صناعة الخوف في وسائل الإعلام وأثره على الرأي العام، مجلة المعيار، العدد 18، 2008، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر

5- David Tyrer: The Politics of Islamophobia, Race, Power and Fantasy, U.S.A, Pluto Press, 2013, pp126-128

6- John Cerone, The Danish Cartoon Row and the International Regulation of Expression, Islamic Studies, Vol. 45, No. 1, P134-135

1- European Monitoring Centre On Racism and Xenophobia, Perceptions Of Discrimination and Islamophobia, Voices From Members Of Muslim Communities In The European Union, P44-45

2- Bülent Şenay, Europe's Identity Crisis – Roots Behind Routes Ahead, Age, P134

19- حالة اعتبار الإسلام خطراً على الغرب كانت من الأسباب التي عرّضت الحياة الاجتماعية للمسلمين لمواجهة التحديات في مختلف المجالات، كما أن الدراسات التي أُجريت حول تصور الإسلام في المواد التعليمية كشفت أسباب التحيز ضد الإسلام والمسلمين(1).

20- سوء تطبيق البعض للإسلام من الجماعات التي تبني تيار التشدد والعنف والقتل والذبح تعطي للمتريبين بهذا الدين المزيد من المبررات لمحاربتهم، وتضيق الخناق عليه بحجة مسؤوليته المباشرة عن توليد الإرهاب والإرهابيين(2).

ثالثاً: كيفية مواجهة ظاهرة الإسلاموفوبيا

تكلمنا فيما سبق عن ظاهرة الإسلاموفوبيا وعن أسباب نشأتها، وتجلت لنا ملامح تلك الظاهرة وأخطارها التي تعود على العالمين الغربي والإسلامي، وهذا يحتم علينا إيجاد الحلول المناسبة لعلاج هذه المشكلة، والسؤال الذي يطرح نفسه على من تقع مسؤولية علاج هذه المشكلة؟ هل هي مسؤولية الحكومات، أم المؤسسات، أم الأفراد، أم مسؤولية من؟

إن المسؤولية مشتركة بحيث تشترك فيها جميع فئات المجتمع من حكومات، دول، مؤسسات، أفراد، ويتجلى حل هذه المشكلة بما يأتي:

- 1- الحد من الخطاب الإعلامي الغربي المتطرف وتفعيل مبادرات لوقف الكتابات الداعمة للإسلاموفوبيا والبرامج التلفزيونية التي تروج للإسلاموفوبيا.
- 2- الحوار والانفتاح والتواصل: لإذابة جبال الجليد بين المجتمعات التي نعيش فيها؛ من خلال استثمار وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال الحديثة في معالجة ظاهرة الخوف من الإسلام، وتصحيح المفاهيم الخاطئة من خلال تعزيز وتفعيل سبل الحوار الحضاري مع الغرب.
- 3- المواطنة: علينا كمسلمين أن نندمج بالمجتمع الذي نعيش فيه بتقديم الخدمات، والمشاركة في الفعاليات، وتحقيق الفائدة للآخرين، كما في الحديث (خير الناس أنفعهم للناس).
- 4- تدخل الحكومات الغربية بوقف مد حركات المعادية للوجود الإسلامي في بلدانها.
- 5- تفعيل سياسات اندماج حقيقية للمسلمين في المجتمعات الغربية بدلاً من التهميش والإقصاء.
- 6- ضرورة تدخل المنظمات الإسلامية في الغرب في تبديد عوامل الخوف من الإسلام التي يروج لها بشكل مقصود من أجل الإساءة إلى الإسلام والمسلمين(3).

3- Liz Fekete, A Suitable Enemy: Racism, Migration and Islamophobia in Europe, New York, Pluto Press, 2009, P80

2- سعيد رضا عاملي: هوية المسلمين الإنجليز والإسلاموفوبيا، الإسلاموفوبيا والتناقضات الأوروبية ضمن مقالات (الإسلاموفوبيا)، 2007-2008، بيساو، ص 20 - 22

3- جاسم خالد السعدون: أحداث 11 أيلول / سبتمبر وانعكاساتها على منطقة الخليج، مجلة المستقبل العربي، العدد 285، 2002، مركز دراسات الوحدة العربية

7- مضاعفة الجهود لتعريف الناس بديننا؛ هناك حاجة ملحة للتعرف على الإسلام من جانب أبنائه أولاً تمهيداً لتعريف العالم به؛ وهذا يتطلب جهوداً صادقة لتعريف الناس بجوهر دينهم وتعاليمه الحقيقية، ووضع تلك التعاليم موضع التطبيق الفعلي.

8- يجب تخلص العقلية الغربية من فكرة الصراع القديم بين المسلمين والمسحيين سواء فيما يتعلق بالفتوحات الإسلامية أو تمجيد الحروب الصليبية عن طريق تنقية المناهج الدراسية في أغلب البلاد الغربية.

رابعاً: الإسلاموفوبيا في وسائل الإعلام

يلعب الإعلام دوراً رئيسياً في الترويج للإسلاموفوبيا في جميع أنحاء العالم، وكانت هناك حالات مختلفة في وسائل الإعلام حول كيفية تحريف المجتمع المسلم في كثير من الأحيان بطريقة تركز بشكل كبير على الإرهاب⁽¹⁾، وهذا شيء يُنظر إليه في مجلتين رئيسيتين هما مجلتا "نيوزويك"، "تايم" اللتان تناولتا العلاقات بين الولايات المتحدة وأفغانستان على مدى العقد الماضي، وزع هذان المنشوران عشرون مقالة رائدة تصور حوالي 57٪ من التغطية السلبية فيما يتعلق بالأحداث الجارية في أفغانستان، بينما كان حوالي 6٪ فقط من المعلومات إيجابية، ويستشهد الباحثون البريطانيون إيغور وفا وتيودور بالباحثين الأوروبيين لاقتراح أن التعبيرات المستخدمة في وسائل الإعلام مثل "الإرهاب الإسلامي"، "القنابل الإسلامية"، "الإسلام العنيف" بينما لا تستخدم نفس المصطلحات المتعلقة بغير المسلمين قد أسفرت عن رؤية سلبية للإسلام.

ويرى الباحثون أن التغطية الإعلامية للمسلمين والإسلام من المرجح أن تشكل آراء من لديهم اتصال محدود أو لا اتصال على الإطلاق بهذا الدين وشعبه، فمن المهم تحليل الارتباطات المحتملة لهذه التصورات الإعلامية مع مواقف الناس حول الإسلام بشكل عام والمسلمين بشكل خاص، كما لاحظ البعض أن القليل من المسلمين يتم تمثيلهم في وسائل الإعلام عند مناقشة السياسات التي تؤثر على المسلمين بشكل مباشر.

وكان إدوارد سعيد أول من تناول موضوع التمثيل الإعلامي السلبي للإسلام والمسلمين بصورة ملموسة، حيث يمكن اعتبار الدراسة التي قام بها سعيد باسم (تغطية الإسلام / Covering Islam) استمراراً للأبحاث الاستشراقية، تناولت هذه الدراسة كيف أوجد الإعلام الغربي انطباعاً سلبياً عن المسلمين.

وطبقاً لموسوعة الدراسات العرقية والإثنية تم دراسة عينة من المقالات في الصحافة البريطانية بين عامي 1994-2004 خلصت إلى أن وجهات نظر المسلمين كانت ممثلة تمثيلاً ناقصاً، وأن القضايا التي تنطوي على المسلمين عادةً ما تصورهم في شكل سلبي كتهديد للأمن والقيم الغربية⁽²⁾، كما كانت هناك أيضاً أمثلة في صناعة السينما التي غالباً ما يرتبط بها المسلمون بالإرهاب، كما هو الحال في فيلم "الحصار" عام 1998، وقد ذكر بعض منتقدي هذا الفيلم أن الطريقة التي يصور بها الإسلام في هذا الفيلم لا تزيد عن الصورة النمطية التي تربط بين المسلمين

2- أصول الإسلاموفوبيا في الغرب- عوامل متشابكة، ميدل ايست أونلاين

<http://www.middle-east-online.com/?id=227093>

1-Ali Murat Yel ve Alparslan Nas, Insight Islamophobia: **Governing the Public Visibility Of Islamic lifestyle In Turkey**, European Journal of Cultural Studies, January 2014, P2

والإرهاب والوحشية(1)، ويركز سيد رضا عاملي على قدرة صناعة الإعلام على إنتاج الحقيقة، فيذكر أن الحقيقة المصنّعة التي ينتجها الإعلام يشكّل ضاغطاً أكبر من الحقيقة الموجودة على أرض الواقع(2).

وعملت بعض وسائل الإعلام بشكل صريح ضد رهاب الإسلام، ففي عام 2008 نشرت النزاهة والدقة في إعداد التقارير "FAIR" دراسة بعنوان "Smearcasting"، وكيف ينشر الإسلاموفوبيون التعصب والخوف والتضليل، واستشهد التقرير بالعديد من الحالات التي قام فيها المقربون من التيار السائد من الصحفيين والمؤلفين والأكاديميين بإجراء تحليلات تجعل السمات السلبية جزءاً لا يتجزأ من التكوين الأخلاقي للمسلمين(3).

وفي عام 2009 انتقد مهدي حسن في صحيفة نيوسيتيسمان وسائل الإعلام الغربية للإفراط في الإبلاغ عن عدد قليل من الحوادث الإرهابية الإسلامية دون الإبلاغ عن عدد أكبر بكثير من الهجمات الإرهابية غير الإسلامية المخطط لها، والتي يقوم بها أشخاص من البيض غير الأيرلنديين(4)، وادعى الباحثون كذلك أن التغطية الإعلامية للمسلمين والإسلام من المرجح أن تشكل آراء من لديهم اتصال محدود أو لا اتصال على الإطلاق بهذا الدين وشعبه، فمن المهم تحليل الارتباطات المحتملة لهذه التصورات الإعلامية مع مواقف الناس حول الإسلام بشكل عام والمسلمين بشكل خاص(5).

بعد أحداث 11 سبتمبر بتنسيق من تنظيم القاعدة الإسلامي الإرهابي كان اهتمام وسائل الإعلام بالإسلام والمجتمع الإسلامي كبيراً، لكنه تم اعتباره مثيراً لكثير من المشاكل، ففي غضون دقائق من تحطم الطائرات في البرجين التوأمين في نيويورك أصبح المسلمون والإرهاب لا ينفصلان، وشعر العديد من الباحثين بأن أحداث 11 سبتمبر قد أبرزت نبذة واضحة من الهستيريا وانحدار عام في المعايير الصحفية فيما يتعلق بالمناقشات حول الإسلام والمسلمين(6).

وقد أصبح الخوف من المسلمين أكثر حدة منذ هذا التفجير في مدينة نيويورك، تصوّر وسائل الإعلام الإسلام كجنس من الأشخاص المرتبطين مباشرة بالعنف، وتعمل بعض وسائل الإعلام بشكل صريح ضد كراهية الإسلام،

2-Cemil Aydin & Juliane Hammer, **Muslims and media: perceptions, participation, and change**, Cont Islam (2010) 4, P6-7

3- Saied R. Ameli Syed Mohammed Marandi, **Sameera Ahmed, Seyfeddin Kara ve Arzu Merali: British Muslims' Expectations of The Government, The British Media and Representantion, The Ideology Of Demonisation**, (Ed), Islamic Human Rights Commision, 2007, P10

1- Chris Allen: **Reflections On The Crisis Of Europe's Multiculturalism, Islamophobia, Construction-Deconstruction içinde**, Published, Office of the Prime Minister, Directorate General of Press and Information, P33

2- Chris Allen: **From Race To Religion: The New Face Of Discrimination**, Muslim Britain: Communities Under Pressure, içinde (Ed.) Tahir Abbas, Zed Books, London and Newyork, 2005, P 50

3- **What Everyone Needs To Know About Islam**, Oxford University Press, 2002, P117

6- هانز كوجلر: **الإسلاموفوبيا والتناقضات الأوروبية، في خطابات (الإسلاموفوبيا)**، 2007 - 2008، بيساو، ص 9، طورغاي يزلي قايا: الإسلاموفوبيا والإعلام المظاهر المعاصرة لمعاداة الإسلام، مجلة رؤية تركية، مركز ستا للدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، المجلد الخامس، العدد الرابع، 2016، ص 15

وأحياناً تهم الحكومة بالتآمر(1)، ففي أعقاب هجمات 11 سبتمبر تلقى الموقف المعادي للمسلمين دعماً من الأطراف السياسية؛ حيث شكّل صانعوا القرار السياسي الأرضية القانونية لعداء الأجانب، ونظّمها على أسس قانونية من خلال قرارات تُحد من التنوع الثقافي(2).

وفي عام 2011 نشر مركز التقدم الأمريكي (Center for American Progress) تقرير الهدف منه فضح المنظمات والعلماء والمثقفين والنشطاء الذين يشكلون شبكة مكرسة لنشر المعلومات المضللة والدعاية عن المسلمين الأمريكيين والإسلام، وجد التقرير أن سبع مؤسسات خيرية أنفقت 42.6 مليون دولار بين عامي 2001-2009 لدعم انتشار الخطاب المعادي للمسلمين(3)، كما قدر تقرير صادر عن جامعة كاليفورنيا بيركلي ومجلس العلاقات الأمريكية الإسلامية أنه تم تمويل 206 مليون دولار إلى 33 مجموعة كان غرضها الأساسي هو تشجيع التحيز ضد الإسلام أو المسلمين أو الكراهية لهم في الولايات المتحدة في الفترة ما بين 2008 - 2013، مع 74 مجموعة تساهم في رهاب الإسلام في الولايات المتحدة خلال تلك الفترة(4).

وفي دراسة أخرى أجراها "جون ريتشاردسون" وجد أن 85٪ من المقالات في الصحف السائدة تعاملت مع المسلمين ككتلة متجانسة تم تصويرها على أنها تهديد للمجتمع البريطاني، وتشير دراسة أجريت عام 2012 إلى أن المسلمين في مختلف الدول الأوروبية -مثل فرنسا وألمانيا والمملكة المتحدة- يعانون من أعلى درجات الخوف من الإسلام في وسائل الإعلام(5).

نشرت الدكتورة كريستين أوغان وزملاؤها مقالاً في عدد فبراير 2014 من جريدة التواصل الدولية (International Journal of Communication)، بعنوان "صعود التحيز ضد المسلمين" (الإعلام والإسلاموفوبيا في أوروبا والولايات المتحدة)(6).

كما وجد استطلاع للرأي أجرته جامعة سيتي لندن في ديسمبر 2015 أن هناك نقصاً في تمثيل المسلمين في المجال الإعلامي في المملكة المتحدة، فقط 0.4٪ من الصحفيين البريطانيين تم تحديدهم كمسلمين أو هندوس، 31.6٪ كانوا مسيحيين، 61.1٪ ليس لديهم دين.

وفي عام 2017 قام صحفيون في Media Matters بتجميع قائمة بالضيوف المدعويين في ثلاثة برامج إخبارية أمريكية (CNN، Fox News، وMSNBC) في الأسبوع الممتد من 30 يناير إلى 5 فبراير لمناقشة الأمر التنفيذي المثير

5- Akbar Ahmed: Postmodernism and Islam, Predicament and Promise, Routledge, London and Newyork, 1992, P. 3

6-Muhammad Safeer Awan, Global Terror and the Rise of Xenophobia/Islamophobia: An Analysis of American Cultural Production since September 11, Islamic Studies, Vol. 49, No. 4, 2010, P. 525

1- The Future Of Islam, Oxford University Press, 2010, P. 10

4- إدوارد سعيد: الإسلام في شبكة الإعلام "Haberlerin Ağında İslam"، ترجمة ألو الأطللي، إسطنبول، منشورات بابل، 2000، ص 23، كربوسة عمرانى: ظاهرة الإسلاموفوبيا المفهوم والآليات، مجلة العلوم الإنسانية، العدد44، 2016، ص78

3- Hatem Bazian, National Entry-Exit Registration System: Arabs, Muslims, and Southeast Asians and Post-9/11 "Security Measures", Islamophobia Studies Journal, Volume 2, Issue 1, Spring 2014, P 84

4- Zafar Iqbal, Islamophobia or Islamophobias: Towards Developing A Process Model, Islamic Studies, Vol. 49, No. 1, 2010, P86

للجدل الذي أصدره الرئيس ترامب (13769)، والذي يحظر الهجرة من سبع دول ذات غالبية مسلمة. وجدوا أنه من بين 176 ضيقاً تمت دعوتهم لمناقشة القضية كان أقل من 8٪ من المسلمين⁽¹⁾.

كما نشر معهد السياسة الاجتماعية والتفاهم تقريراً في عام 2018 صرحوا فيه: "فيما يتعلق بالتغطية الإعلامية المطبوعة تلقى الجناة المسلمون ضعف الكمية المطلقة للتغطية الإعلامية مثل نظرائهم غير المسلمين في حالات أعمال العنف المكتملة⁽²⁾.

خامساً: آليات الاستراتيجية الإعلامية للتصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا

من أجل القضاء على هذه الظاهرة ينبغي معالجة الأسباب التي تقود إلى صناعة الإرهاب وتناميه، وليست النتائج، وكشف منابع تصديره، كما أن مهمة وقف انتشار الإسلاموفوبيا ليست مهمة جهة واحدة بل: أنها مهمة إنسانية ينبغي أن يتكاتف العالم أجمع في العمل على إيقاف توسعها وتمددتها، فيجب تعزيز مبادرات فاعلة لمواجهة الإسلاموفوبيا في العالم الغربي وبلورتها، من خلال مجموعة من الإجراءات والآليات المترابطة والرامية إلى تحقيق أهداف قصيرة المدى وأخرى بعيدة المدى، ومن ضمن هذه الإجراءات خلق شبكة شعبية استباقية لمكافحة ظاهرة الإسلاموفوبيا في البلدان الأوروبية، والتعاون مع مكاتب إقليمية للعلاقات العامة والقيام بالبحث حول أبرز المفاهيم الخاطئة عن الإسلام والمسلمين وتحديدها ودحضها عن طريق توفير موارد شاملة على شبكة الإنترنت ودعمها بشبكات التواصل الاجتماعي، وبناء تحالفات مع المجموعات الأكاديمية والصحفية والإعلامية ومع المجتمع المدني⁽³⁾.

إضافة إلى ذلك استقطاب الشخصيات العامة من المشاهير لدعم هذه المبادرة؛ والانخراط في تنظيم مندييات بين شخصيات غربية بارزة وشخصيات من العالم الإسلامي؛ وإنشاء صندوق لدعم مبادرات محلية لمواجهة الإسلاموفوبيا، والقيام برصد وسائل الإعلام وتحديد المواقع الإعلامية ذات التأثير الأكبر لنشر تعليقات وأخبار في أبرز المنشورات الغربية، وتنظيم حملة دعائية في إطار الحملة الإعلامية الشاملة، وإنتاج أفلام وثائقية متكاملة لمعرفة آثار الإسلاموفوبيا على المجتمعات المسلمة والغربية على حد سواء.

حملات الإعلام والعلاقات العامة:

- 1- إنتاج برنامج وثائقي متكامل يتناول مسألة تنامي ظاهرة الإسلاموفوبيا في الغرب وأثرها على المسلمين في العالم وعلى العلاقات بين الأديان.
- 2- تشجيع الحملات الإعلامية عبر وسائل الإعلام الاجتماعية عن طريق الشبكات الثانوية أو الداخلية.
- 3- تصحيح صورة الإسلام في وسائل الإعلام الأجنبية، وإبراز قيمه السمحة، وموروثه الثقافي الغني وحضارته العريقة، والتعريف بإسهاماته في صنع المسار الطويل لتاريخ الإنسانية وإنجازاتها الخلاقة.

5-Philippe d' Iribarne: **L'islam devant la démocratie**, Paris: Collection Le Débat, Gallimard, 2013, p19 et 31

6- John L. Esposito, **Unholy War: Terror In The Name Of Islam**, Oxford, University Press, 2002, P 157

1-Tahir Abbas: **After 9/11: British South Asian Muslims, islamo phobia, Multiculturalism, and the State**, The American Journal of Islamic Social Sciences, Volume: 21, Number: 3, P30

- 4- تنظيم ثلاث برامج حوارية حول الإسلام في أشهر القنوات التلفزيونية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا بمشاركة أفراد يتم اختيارهم بدقة من الدول الإسلامية⁽¹⁾.
- 5- حملة تلفزيونية على مدى أسبوعين وحملة دعائية على مدى أسبوعين في وسائل النقل العامة (الحافلات والمترو) وفي الجرائد والمجلات المعروفة في كل بلد، وذلك لمرتين في السنة.
- 6- زيادة التعاون المؤسسي بين الدول الإسلامية من أجل مكافحة فعالة للإسلاموفوبيا، من خلال وضع استراتيجية شاملة تأخذ بعين الاعتبار الاختلافات الاجتماعية والاقتصادية لإيجاد محيط دولي موثوق بين الأديان والحضارات.
- 7- عقد عدد من المحاضرات في السنة في كل دولة (الجامعات والاتحادات والمراكز المقترحة) حول دور الإسلام في بناء الثقافات والربط والتقريب بين الأديان⁽²⁾.

آليات التصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا على المدى القصير:

- 1- تشجيع الفهم الدقيق للإسلام المبني على الحقائق وعرضه على هذا الأساس؛ وتجنب الربط بين الإسلام والإرهاب.
- 2- تشجيع وسائل الإعلام والإعلاميين على نقل الأخبار المتعلقة بالتمييز ضد المسلمين من وجهة نظر الضحايا، فمثل هذا النقل الذي يمكن أن يأخذ بعين الاعتبار انتهاك الحقوق الأساسية والإنسانية للمسلمين من قبيل الممارسات التمييزية والممارسات التي تشوبها كراهية الأجانب التي تتبع ضد المسلمين في التوظيف والإسكان وتقديم الخدمات، وغيرها من نواحي الحياة الاجتماعية الأخرى.
- 3- جمع الأموال للحملات الإعلامية لدرء التعصب ضد الإسلام والتمييز ضد المسلمين والتصدي لهما.
- 4- دعم نشر كتب ومذكرات ومواد روائية يكتبها مسلمون وغير مسلمين، تعرض الإسلام وتبين أنه دين قيم ومبادئ.
- 5- يجب أن تكون هنالك أخبار تبين المنظور الإسلامي تجاه القضايا اليومية مثل البيئة والتغير المناخي والعدالة الاجتماعية والتنمية والفقر وغيرها من المواضيع.
- 6- يجب على المسلمين التمكن من كتابة أخبار يكون لها أثر إعلامي لكنها لا تتعلق بالإسلام⁽³⁾.

2- Abdellah Hajat, Marwan Mohammed: **Islamophobie, Comment les élites Français, Fabrique le problème Musulman**, la découverte, 2016, P12

²⁻ الإسلاموفوبيا ذريعة لتعزيز قرارات سياسية لا يمكن تبريرها، مجلة السياسي، المعهد العربي للحقوق والدراسات الاستراتيجية، <http://www.syasi.com/new/64/6761>، نعيم إبراهيم الظاهر: **ظاهرة الإسلاموفوبيا الرهاب من الإسلام كتحدي سياسي للعالم الإسلامي والحلول المقترحة لها**، أعمال مؤتمر الإسلام والتحديات المعاصرة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية أصول الدين، 2007، ص1015

³⁻ جريدة الرياض: **الغرب والخوف من الإسلام، الإسلام فوبيا**، رؤية المفكرين، 2011، العدد 15635، حسام شاكرا: **لغة الإسلاموفوبيا وتعبيراتها الإعلامية في الواقع الأوروبي**، مركز سنا للدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، المجلد الخامس، العدد الرابع، 2016، ص14

آليات التصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا على المدى المتوسط:

- 1- استخدام التغطية الإعلامية لتعزيز نشاطات الطلاب المسلمين في المباني الدراسية في البلدان الغربية مما يساعد في عرض الصورة الحقيقية للمسلمين الذين يعيشون في تلك البلاد⁽¹⁾.
- 2- استخدام قصص النجاح في العالم الإسلامي كسيلة لتوضيح أن اهتمامات المسلمين مماثلة للاهتمامات في بقية العالم عندما يتعلق الأمر بالديمقراطية والحكم الرشيد وحقوق الإنسان.
- 3- إنشاء كراسي علمية في كليات الإعلام بكبرى الجامعات العالمية لدراسة هذه الظاهرة وسبل التغلب عليها.
- 4- تدشين جوائز للتفوق في العمل الصحفي وإعداد التقارير والتصوير والنشر الذي يتسم بعدم التعصب، ومنح جوائز على مقالات أو أفلام وثائقية أو مسلسلات أو معارض فوتوغرافية أو كتب عن الإسلام وعن المسلمين.
- 5- تنفيذ برامج تعليمية إعلامية في المدارس خاصة على المستوى الثانوي؛ للمساعدة في تطوير نهج نقدي تبصيري للتغطية الإخبارية من قِبَل مستخدمي أجهزة الإعلام، ومكافحة المفاهيم الخاطئة وصور التعصب وخطاب الكراهية⁽²⁾.
- 6- دعم المواقع الإلكترونية التي يديرها الطلاب لمكافحة الإسلاموفوبيا.
- 7- دعوة مختلف العلماء والأكاديميين والإعلاميين لتشكيل فريق من الخبراء يكون له حضور ملحوظ في أجهزة الإعلام، يطلب منهم إيلاء الانتباه إلى إنجازات الإسلام والمسلمين الثقافية والفكرية وعطاؤهم الحضاري دون تعصب⁽³⁾.

آليات التصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا على المدى الطويل:

- 1- إشراك الحكومات الغربية في التوعية بمخاطر الإسلاموفوبيا من خلال مناقشة مسئولية أجهزة الإعلام تجاه هذه القضية.
- 2- إعداد برامج تدريبية للصحفيين الأجانب مخصصة لبناء القدرات حول آليات التعامل مع ظاهرة الكراهية والإساءة للدين الإسلامي.

- 1- محمد بشاري: الإعلام الغربي قضايا الإسلام والمسلمين، دمشق، دار الفكر، 2004، ص15، وليد كاصد الزبيدي: واقع الإسلاموفوبيا في أوروبا بعد أحداث 2015 فرنسا نموذجاً، جامعة الدول العربية، الأمانة العامة، العدد157، 2016، ص134
- 2- ريهام عاطف: دراسات غربية أكدت تنامي الظاهرة الخوف من الإسلام مسئولية من؟ وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، دار الإعلام العربية، العدد585، 2014، ص11
- سعيد اللاوندي: فوبيا الإسلام في الغرب، دار أخبار اليوم، 2006، ص14، راند سعيد أحمد بنى عبد الرحمن: ظاهرة 3 الخوف من الإسلام في الغرب "الإسلاموفوبيا" معناها أسبابها ملامحها مخاطر علاجها، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، جامعة آل البيت، 2018، ص123

- 3- إعداد دليل إرشاد لوسائل الإعلام العالمية لأهم القضايا والمصطلحات التي عادة ما يساء فهمها، ويمكن الاستفادة من تجربة دار الإفتاء المصرية بهذا الشأن.
- 4- تشجيع برامج منح دراسية للغربيين للدراسة في العالم الإسلامي على أن تركز هذه المنح الدراسية على التعليم الإسلامي، ويستحسن أن يمول البرنامج نفسه في جامعات غربية.
- 5- تقييم الحملات الإعلامية الناجحة بغية فهم العوامل القوية من أجل استنساخها واستعراض الحملات غير الناجحة لتجنب ضعف محتوياتها وإجراءاتها.
- 6- دعوة الإعلاميين لوضع وتنفيذ موثيق شرف طوعية للتصدي للإسلاموفوبيا.
- 7- مساعدة المجتمعات المدنية المسلمة في الغرب على فهم القضايا الصحفية الدولية الهامة خاصة ما يتعلق منها بمجالات تلتقي فيها السياسة بالدين⁽¹⁾.
- 8- يجب بدء مبادرة تعاونية تبادلية لرصد التغطية الإعلامية للعلاقات الإسلامية الغربية من أجل إتاحة استعراض شامل لوسائل الإعلام ولكافأة الجهود الهادفة لتحسين تغطية العلاقات بين المجتمعات المسلمة والغربية⁽²⁾.

الخاتمة

لم تكن ظاهرة الإسلاموفوبيا سوى أداة وذريعة وإيديولوجيا تستخدمها القوى المعادية للإسلام كلما اقتضت الحاجة إلى ذلك، فهي حينئذ شبيهة غريبة عن الإسلام الوسطي والمعتدل، ويتوجب علينا درأها بكلّ السبل المتاحة، خاصة إعلان البراءة من أولئك الذين يرسلون للعالم رسائل انتقامية ودموية باسم الإسلام فيلتقطها أعداء الداخل والخارج ويستثمرونها لتأجيج المزيد من الصراعات الطائفية والدينية وتمزيق وحدة الأمة، وفي ختام هذه الورقة توصلنا لمجموعة من النتائج والتوصيات نعرضها على النحو التالي:

أولاً: النتائج

- 1- ظاهرة الإسلاموفوبيا ليست جديدة بل هي ظاهرة قديمة متجددة تجد لها حضور في الفكر والواقع الغربي.
- 2- شهدت ظاهرة الإسلاموفوبيا تحولاً كمياً في كثافة الاستخدام في العالم الغربي بعد 11 سبتمبر 2001.
- 3- كان للإعلام الغربي تأثيراً واضحاً على تفشي ظاهرة الإسلاموفوبيا.
- 4- قوة وسائل الإعلام الغربي المعادية للمسلمين والإسلام مقارنة بتخاذل وسائل الإعلام المعتمدة على الجهود الذاتية للمسلمين.

1- سعيد اللوندى. لماذا يخاف الغرب من الإسلام، دار النهضة، القاهرة، الطبعة الثانية، 2007، ص191، رضوان بلخيري: وسائل الإعلام الغربية والترويج للإسلاموفوبيا دراسة تحليلية في الصناعة السينمائية الأمريكية، جامعة المدينة العالمية، العدد 24، 2018، ص213

2- عبد الله إبراهيم: العلاقة مع الغرب الإشكالية المنهج، المركز الثقافي العربي، 2000، ص23، قطب مصطفى سانو: في ظاهرة الإسلاموفوبيا المواجهة الآنية والمستقبلية، مجلة الكلمة، منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، العدد 60، 2008، ص120

ثانيًا: التوصيات

- 1- الاستعانة بوسائل الإعلام الحديث التي من بينها قنوات التواصل الاجتماعي -لما لها من فاعلية وسرعة- في إيصال الرسائل والمعلومات كآليات لتنفيذ الاستراتيجية الإعلامية للتصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا.
- 2- إشراك المجتمع المدني والأكاديميين والشباب المسلم في الغرب في وضع الخطط والبرامج للتصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا.
- 3- إطلاق بوابة إلكترونية على شبكة الإنترنت تحتوي على مواد وبرامج حول كيفية التصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا.
- 4- إقامة شراكات مع المؤسسات الأكاديمية الغربية ومؤسسات المجتمع المدني للتصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا.
- 5- بناء شبكة علاقات مع أبرز الشخصيات الغربية العامة التي تدعم الجهود الرامية لمواجهة ظاهرة الإسلاموفوبيا في السياسة والصحافة والمجتمع المدني
- 6- تحديد أبرز المفاهيم الخاطئة والصور النمطية إزاء الإسلام والمسلمين التي يتعين دحضها.
- 7- تقييم الرصد الإعلامي للمواد الإعلامية التي تنم عن كراهية الإسلام في كل بلد على حدة.
- 8- تنظيم حملة إعلامية متواصلة للتصدي للخطاب المعادي للإسلام في وسائل الإعلام في الدول الأوروبية.
- 9- دعوة المؤسسات المعنية إلى النظر في إمكانية ترجمة البحوث العلمية حول ظاهرة الإسلاموفوبيا إلى اللغات الرسمية للمنظمة لوضعها على البوابة الإلكترونية.
- 10- العمل على المشاركة الفعالة في وسائل الإعلام الغربية لبث برامج للتعريف بالإسلام بلغات الذين ضلّهم الإعلام الغربي.

المراجع

أولاً: المراجع اللغة العربية

1- الكتب

إدوارد سعيد: الإسلام في شبكة الإعلام "Haberlerin Ağında İslam"، ترجمة ألو الأطلي، إسطنبول، منشورات بابل، 2000

أسعد رزق: موسوعة علم النفس، بيروت، 1979، مادة فوبيا

انجمار كالسون: الإسلام وأوروبا تعايش أم مجابهة، ترجمة سمير بوتاني، القاهرة، مكتبة الشروق، 2003

سعيد اللاوندي: فوبيا الإسلام في الغرب، دار أخبار اليوم، 2006

سعيد اللاوندي: لماذا يخاف الغرب من الإسلام، دار النهضة، القاهرة، الطبعة الثانية، 2007

عبد الله إبراهيم: العلاقة مع الغرب الإشكالية المنهج، المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٠

محمد بشاري: الإعلام الغربي قضايا الإسلام والمسلمين، دمشق، دار الفكر، 2004

2- الدوريات والمجلات:

جاسم خالد السعدون: أحداث 11 أيلول / سبتمبر وانعكاساتها على منطقة الخليج، مجلة المستقبل العربي، العدد 285، 2002، مركز دراسات الوحدة العربية

جريدة الرياض: الغرب والخوف من الإسلام، الإسلام فوبيا، رؤية المفكرين، 2011، العدد 15635

حسام شاكر: لغة الإسلاموفوبيا وتعبيراتها الإعلامية في الواقع الأوروبي، مركز ستا للدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، المجلد الخامس، العدد الرابع، 2016

حمد عبدلي: صناعة الخوف في وسائل الإعلام وأثره على الرأي العام، مجلة المعيار، العدد 18، 2008، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر

رائد سعيد أحمد بن عبد الرحمن: ظاهرة الخوف من الإسلام في الغرب "الإسلاموفوبيا" معناها أسبابها ملامحها مخاطرها علاجها، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، جامعة آل البيت، 2018

رضوان بلخيرى: وسائل الإعلام الغربية والترويج للإسلاموفوبيا دراسة تحليلية في الصناعة السينمائية الأمريكية، جامعة المدينة العالمية، العدد 24، 2018

ريهام عاطف: دراسات غربية أكدت تنامي الظاهرة الخوف من الإسلام مسئولية من؟ وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، دار الإعلام العربية، العدد 585، 2014

سالم أحمد العجيل\ عبد الهادي اللافي على: الإسلاموفوبيا حديثة الدين والسياسة في المجتمع الأمريكي، مجلة آفاق اقتصادية، العدد الرابع، 2016

سعيد رضا عاملي: هوية المسلمين الإنجليز والإسلاموفوبيا، الإسلاموفوبيا والتناقضات الأوروبية ضمن مقالات (الإسلاموفوبيا)، 2007-2008

طورغاي زيلى قايا: الإسلاموفوبيا والإعلام المظاهر المعاصرة لمعاداة الإسلام، مجلة رؤية تركية، مركز ستا للدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، المجلد الخامس، العدد الرابع، 2016

علاء بيومي: شبكة الإسلاموفوبيا في أمريكا، بيروت، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2012

قطب مصطفى سانو: في ظاهرة الإسلاموفوبيا المواجهة الأنية والمستقبلية. مجلة الكلمة، منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، العدد 60

كربوسة عمراني: ظاهرة الإسلاموفوبيا المفهوم والآليات. مجلة العلوم الإنسانية، العدد 44، 2016
محمد فاضل رضوان: الإسلام وفوبيا: قلق المفهوم وجدل الرؤى نموذج فرنسا. مجلة فكر ونقد المغربية، العدد 76، 2006

نعيم إبراهيم الظاهر: ظاهرة الإسلاموفوبيا الرهاب من الإسلام كتحدى سياسى للعالم الإسلامى والحلول المقترحة لها. أعمال مؤتمر الإسلام والتحديات المعاصرة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية أصول الدين، 2007

هانز كوجلر: الإسلاموفوبيا والتناقضات الأوربية، في خطابات (الإسلاموفوبيا). 2007 – 2998
مبتم مناع: الإسلاموفوبيا كاشكالية وحقوق الإنسان. المؤتمر الدولي حول ظاهرة الإسلاموفوبيا، اسطنبول في 8 / 9 / 2007

وليد كاصد الزيدى: واقع الإسلاموفوبيا في أوروبا بعد أحداث 2015 فرنسا نموذجاً. جامعة الدول العربية، الأمانة العامة، العدد 157، 2016

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

1- المراجع الإنجليزية:

-Abu Sadat Nurullah: Portrayal of Muslims in the media: "24" and the 'Othering' process, International Journal Of Human Sciences, Volume: 7, Issue: 1, 2010

-Akbar Ahmed: Postmodernism and Islam, Predicament and Promise, Routledge, London and Newyork, 1992

-Ali Murat Yel ve Alparslan Nas, Insight Islamophobia: Governing the Public Visibility Of Islamic lifestyle In Turkey, European Journal of Cultural Studies, January 2014

-Bülent Şenay, Europe's Identity Crisis – Roots Behind Routes Ahead, New Europe: In search of a true inclusive and pluralistic Europe, Islamophobia: Construction-Deconstruction içinde, Published, Office of the Prime Minister, Directorate General of Press and Information

-Bülent Şenay, Europe's Identity Crisis – Roots Behind Routes Ahead, Age

-Cemil Aydin & Juliane Hammer, Muslims and media: perceptions, participation, and change, Cont Islam (2010)

-Chris Allen: From Race To Religion: The New Face Of Discrimination, Muslim Britain: Communities Under Pressure, içinde (Ed.) Tahir Abbas, Zed Books, London and Newyork, 2005

-Chris Allen: Islamophobia, Ashgate Publishing Company, England, 2010

- Chris Allen: **Reflections On The Crisis Of Europe's Multiculturalism, Islamophobia, Construction-Deconstruction içinde**, Published, Office of the Prime Minister, Directorate General of Press and Information
- Corey Saylor: **The U.S. Islamophobia Network, Its Funding and Impact**, Islamophobia Studies Journal, Volume 2, Issue.1, Spring 2014
- David Tyrer: **The Politics of Islamophobia, Race, Power and Fantasy**, U.S.A, Pluto Press, 2013
- European Monitoring Centre On Racism and Xenophobia, Perceptions Of Discrimination and Islamophobia, Voices From Members Of Muslim Communities In The European Union**,
- Hamid Dabashi, **Post-Orientalism: Knowledge and Power in Time Of Terror**, New Brunswick, and London, 2009
- Hatem Bazian, National Entry-Exit Registration System: Arabs, Muslims, and **Southeast Asians and Post-9/11 "Security Measures"**, Islamophobia Studies Journal, Volume 2, Issue 1, Spring 2014
- Islamophobia A Challenge For Us All**, Report Of The Runnymede Trust Commission On British Muslims and Islamophobia, 1997
- Islamophobia A Challenge For Us All**, Report Of The Runnymede Trust Commission On British Muslims and Islamophobia
- Islamophobie**, Dictionnaire de français Larousse, 2015
- John Cerone, **The Danish Cartoon Row and the International Regulation of Expression**, Islamic Studies, Vol. 45, No. 1
- John L. Esposito, **Unholy War: Terror In The Name Of Islam**, Oxford, University Press, 2002
- John L. Esposito, **What Everyone Needs To Know About Islam**, Oxford University Press, 2002
- Juan Cole: **Islamophobia as a Social Problem**, Middle East Studies Association Bulletin, Vol. 41, No. 1 (June 2007)
- Liz Fekete, A Suitable Enemy: **Racism, Migration and Islamophobia in Europe**, New York, Pluto Press, 2009
- Muhammad Safeer Awan, **Global Terror and the Rise of Xenophobia/Islamophobia: An Analysis of American Cultural Production since September 11**, Islamic Studies, Vol. 49, No. 4, 2010
- Philippe d' Iribarne: **L'islam devant la démocratie, Paris: Collection Le Débat, Gallimard**, 2013
- Saied R. Ameli Syed Mohammed Marandi, **Sameera Ahmed, Seyfeddin Kara ve Arzu Merali: British Muslims' --Expectations of The Government, The British Media and**

Representation, The Ideology Of Demonisation, (Ed), Islamic Human Rights
Commision, 2007

-Stephen Lyon, **In The Shadow of September 11: Multiculturalism and Identity**, Muslim Britain:
Communities Under Pressure, Tahir Abbas, Zed Books, London and Newyork, 2005

**-Submission to the Changing Landscape of Citizenship and Security 6th PCRD of European
Commission, Securitization And Religious Divides In Europe Muslims In
Western Europe After 9/11**, 2006

-Tahir Abbas: **After 9/11: British South Asian Muslims, islamo phobia, Multiculturalism, and the
State**, The American Journal of Islamic Social Sciences, Volume: 21, Number:3
The Future Of Islam, Oxford University Press, 2010

**-The Last Hate Phenomenon, New Europe: In search of a true inclusive and pluralistic Europe,
Islamophobia: Construction-Deconstruction**, Published, Office of the Prime
Minister, Directorate General of Press and Information

-What Everyone Needs To Know About Islam, Oxford University Press, 2002

-Zafar Iqbal, **Islamophobia or Islamophobias: Towards Developing A Process Model, Islamic Studies**,
Vol. 49, No. 1, 2010

2- المراجع الفرنسية:

-Abdellah Hajat, Marwan Mohammed: **Islamophobie, Comment les élites Français, Fabrique le
problème Musulman**, la découverte, 2016

المواقع الإلكترونية:

أصول الإسلاموفوبيا في الغرب-عوامل متشابكة، ميدل ايست أونلاين

الإسلاموفوبيا ذريعة لتعزيز قرارات <http://www.middle-east-online.com/?id=227093>

سياسية لا يمكن تبريرها، مجلة السياسى، المعهد العربى للبحوث والدراسات الاستراتيجية،
<http://www.syasi.com/new/64/6761>

دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المصطلحات العامية المستحدثة

لدى طلاب الجامعات في قطاع غزة

إعداد: د. موسى علي طالب

استاذ الاعلام والرأي العام المشارك

قسم الاعلام والاتصال الجماهيري - جامعة الأزهر بغزة

مقدمة:

تستحوذ وسائل التواصل الاجتماعي على حيز كبير من وقت الشباب وذلك وفقا للعديد من الدراسات والتي اشارت في بعض نتائجها الى التأثير الواضح لمواقع التواصل على سلوكيات الشباب وعلاقتهم مع الاخرين ، ومن الطبيعي ان تأتي مسألة اللغة المستخدمة لتواصل الشباب فيما بينهم في مقدمة الاشياء التي تتحدد درجة التأثير والتأثير لدى فئة الشباب خاصة وانها مرتبطة بقدرتهم على التواصل مع الاخرين وفقا للاطار المعرفي والمخزون الثقافي الذي يمتلكونه ، وهنا تبرز أهمية طبيعة المصطلحات التي يمتلكونها وفقا للمخزون اللغوي لديهم ومدى وكيفية قدرتهم على استخدام هذه المصطلحات للتعبير عن انفسهم خاصة في ظل ما يتعرضون له من ضغوطات نفسية واجتماعية في اطار ما يعرف بلغة العصر والحداثة ومواكبة عصر السرعة وهو ما انعكس بشكل واضح على كيفية استخدامهم للغة والمصطلحات الدارجة لديهم في اطار عملية التخاطب فيما بينهم وخاصة عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

ومن منطلق ان طلبة الجامعات هم الفئة التي تعبر عن الحالة الثقافية الوسطية للشباب والفئة الاكثر تفاعلا واستخداما لمواقع التواصل وبالتالي هي الفئة الاكثر وضوحا في معرفة وتحديد الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في طبيعة المصطلحات المستخدمة من قبلهم . تأتي هذه الدراسة لتعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المصطلحات العامية المستحدثة لدى طلاب الجامعات في قطاع غزة

المبحث الأول:

الإجراءات المنهجية للدراسة

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المصطلحات العامية المستحدثة لدى طلاب الجامعات في قطاع غزة، والأسباب التي أدت إلى وجود هذه الظاهرة، والأساليب المستخدمة فيها

أهمية الدراسة:

- أهمية اللغة العربية في الحفاظ على الدين كونها لغة القرآن الكريم
- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كعالم افتراضي يعيش في إطاره الشباب.
- أهمية فئة الشباب وخاصة طلبة الجامعات في تحديد مستقبل المجتمعات .
- أهمية المصطلحات المستخدمة في تحديد الهوية والحفاظ على اللغة .
- قلة الدراسات العربية والفلسطينية التي ناقشت دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المصطلحات العامية المستحدثة.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المصطلحات العامية المستحدثة بين طلبة الجامعات الفلسطينية

وقد تمت صياغة هذه الأهداف في مجموعة من التساؤلات التي تحقق الإجابة عنها أهداف الدراسة:

1. ما درجة استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما طبيعة اللغة المستخدمة لدى طلبة الجامعات الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما طبيعة المصطلحات المستخدمة لدى طلبة الجامعات الفلسطينية على مواقع التواصل؟
4. ما هي المصادر والجهات التي يستقون منها مصطلحاتهم؟
5. هل المصطلحات التي يستخدمونها على مواقع التواصل هي نفسها المصطلحات المستخدمة لديهم في حياتهم اليومية؟
6. هل تتأثر مصطلحاتهم اليومية بالمصطلحات المستخدمة على مواقع التواصل؟

فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية للمصطلحات العامية على مواقع التواصل وبين استخدامها في الحياة اليومية.
- 2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديمغرافية (النوع ، التخصص ، المستوى الدراسي ، مكان السكن) ودرجة استخدام المصطلحات على مواقع التواصل وفي الحياة اليومية.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي، الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية، ويعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها، وفي إطار هذا المنهج تستخدم الدراسة أسلوب مسح الجمهور من خلال استمارة الاستقصاء لعينة من طلبة الجامعات الفلسطينية

أداة الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة صحيفة الاستقصاء، التي تم تصميمها في ضوء أهداف الدراسة وفروضها، وتعتمد على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة التي تحتوي على أسئلة مغلقة.

مجتمع الدراسة، وعينتها:

يشمل مجتمع الدراسة جميع الطلبة المسجلين في الجامعات الفلسطينية

أما عينة الدراسة فتحددت في العينة العشوائية البسيطة حيث تم بلغت العينة 350 مبحوث من طلبة الجامعات في قطاع غزة وذلك نتيجة لصعوبة الوصول الى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية وجاءت العينة بالشكل الآتي:

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة حسب النوع

المجموع		أنثى		ذكر	
%	ك	%	ك	%	ك
100%	350	31.4	110	68.6	240

تمثلت عينة الدراسة في 240 طالب من الذكور، ومن الطالبات 110 وهو امر قد يكون عائد لحرص الطالبات من الحديث حول طبيعة المصطلحات المستخدمة فيما بينهم عبر مواقع التواصل

جدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

المجموع		الاول		الثاني		الثالث		الايخبر	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك

50	14.3	130	37.2	80	22.8	90	25.7	350	%100
----	------	-----	------	----	------	----	------	-----	------

كان النصيب الأكبر من عينة الدراسة للمستوى الثاني وقد يرجع هذا لكون الطلبة في هذا المستوى اكتسبوا اصدقاء جدد في المستوى الاول وبالتالي هم بحاجة لتعزيز هذه الصداقة وغربلتها كونها الصداقة التي ستدوم خلال المرحلة الجامعية، وجاء في المرتبة الثانية طلبة السنة الاخيرة من التخصص حسب طبيعة التخصص ، وفيها يكثر الطلبة الحديث عن احلامهم ورؤيتهم للمستقبل العملي والاجتماعي بعد التخرج

جدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

المجموع		تخصصات علمية		تخصصات انسانية		تخصصات ادبية	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
%100	350	28.6	100	40	140	31.4	110

جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة حسب مكان السكن

المجموع		الوسطى		الشمال		الجنوب		غزة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
%100	35	8.6	30	20	70	51.4	110	20	140

تمثلت العينة بمحافظات قطاع غزة مع مراعاة درجة التجانس بينها لذلك تم ضم محافظة خان يونس مع محافظة رفح في فئة واحدة نتيجة للتجانس الكبير بينهما في العادات والتقاليد واللهجة العامية المستخدمة ، وتم توزيع باقي المحافظات وفقا للتباين بينها في اللهجة والعادات والتقاليد

اختبار الثبات:

يحدث الثبات إذا كان المقياس يعطي الإجابات نفسها، رغم مرور الوقت أو تغيير الباحث، وقد اختار الباحث من الطرق الثلاث للثبات طريقة الاستقرار، التي تشير إلى اتفاق النتائج المقاسة بمرور الوقت أي القياس على فترتين والوصول بعد ذلك إلى معدل الاتفاق.

المعالجة الإحصائية:

قام الباحث بمعالجة البيانات التي تم جمعها، من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وتم خلاله استخدام المعاملات الإحصائية المناسبة

المبحث الثاني:

انتشار المصطلحات العامية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يستعرض هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية التي أجراها الباحث على عينة من طلبة الجامعات

الفلسطينية:

1- درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (5)

المجموع		منخفضة		متوسطة		مرتفعة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
100	350	17.2	60	31.4	110	51.4	180

جاءت نتائج المتابعة المرتفعة في المرتبة الاولى والمتوسطة في المرتبة الثانية وبنسبة فارقة بدرجة كبيرة عن المتابعة المنخفضة ويرى الباحث ان اهتمام الطلبة بمتابعة مواقع التواصل مسألة طبيعية مرتبطة بمرحلته العمرية والتطورات التكنولوجية

2- درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل في تعزيز حصيلتهم اللغوية

جدول رقم (6)

المجموع		منخفضة		متوسطة		مرتفعة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
100	350	40	140	1702	60	42.8	150

جاءت نسبة الاعتماد المنخفضة والمرتفعة متقاربة جدا في حين اختلفت النسبة المتوسطة وقد يكون ذلك مرتبط باختلاف المستويات والتخصصات او مرتبط بالبيئة واماكن السكن

3- درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل المختلفة في التعزيز اللغوي:

جدول رقم (7)

منخفضة	متوسطة	عالية	الدرجة

الوسيلة	ك	%	ك	%	ك	%
الفييس بوك	170	48.6	120	34.3	60	17.1
اخرى	120	34.3	160	45.7	70	20
الواتس اب	150	42.9	140	40	60	17.1
الانستجرام	40	11.4	90	25.7	220	62.9

ن = 350

يتضح من الجدول ان الاعتماد على الفييس بوك حصلت على المرتبة الاولى في المتابعة وذلك نابع من سهولة الوصول والانتشار ووجود الماسنجر والارتباط ما بين اللغة والصور والفيديوهات وجاء في المرتبة الثانية الواتس اب نتيجة لانتشار المجموعات المغلقة عليه وخاصة المجموعات الدراسية للمسابقات المختلفة، واما اخرى فجاءت عالية نتيجة لاحتواءها على عدد كبير من مواقع التواصل

5- أهم الموضوعات التي يتفاعل معها الطلبة على مواقع التواصل:

جدول رقم (8)

الموضوعات	ك	%
الدراسية	350	100
الفنية	310	88.6
السياسية	280	80
الحياتية	340	97.1
المشاهير	250	71.4
الاجتماعية	260	74.3
الدينية	180	51.4
اخرى	60	17.1

ن = 350

جاءت الموضوعات المتعلقة بالجانب الدراسي في المرتبة الاولى وبنسبة 100% وهي مسألة طبيعية كون الطلبة مرتبطين بالجانب الدراسي وهو الهم الشاغل بالنسبة الهم كون مستقبلهم كله متوقف على ذلك ، وجاء في المرتبة

الثانية الموضوعات الحياتية ونسبة 97% وذلك مرتبط بالمرحلة العمرية وطبيعة اهتماماتها، وحصلت فئة الموضوعات السياسية على نسبة 80% وهي نسبة عالية في اطار المرحلة الجامعية الا في الحالة الفلسطينية والتي ترتبط فيها السياسة والمعاناة مع الميلاد والنشأة، واما الاهتمامات الدينية فجاءت متأخرة قليلا وان كانت نسبة لا بأس بها مقارنة بالمرحلة العمرية والعلمية

6- درجة التفاعل في استخدام المصطلحات العامية الدارجة عبر المواقع :

جدول رقم (9)

المجموع		معدومة		منخفضة		متوسطة		عالية		عالية جدا	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
10	350	22.	80	25.	90	8.6	30	20	70	22.	80
0		9		7						9	

توازنت نسبة التفاعل بين الطلبة بالنسبة لاستخدام المصطلحات العامية الدارجة عبر المواقع حيث ارجع العديد من الطلبة الامر الى عدة اسباب اهمها

- التربية والاخلاق والدين ، وهذا الامر قد يكون له علاقة بالتنشئة وهي مسألة مرتبطة بمكان السكن ايضا كما هو واضح في الفروض
- المرحلة التعليمية والتخصص ، حيث يرى البعض ان المرحلة العلمية وطبيعة التخصص وخاصة التخصصات ذات المكانة الاجتماعية تفرض عليهم مستوى معين من اللغة

7- أسباب تفاعل الطلبة باستخدام المصطلحات العامية الدارجة :

جدول رقم (10)

%	ك	الأسباب
80	280	مرحلة الشباب
17.2	60	السرعة والجاذبية

34.3	120	لغة العصر
20	70	الاندماج مع المجموعة
22.9	80	جمال اللغة والمصطلحات العامة
5.7	20	اخرى

ن = 350

جاءت فئة مرحلة الشباب في المرتبة الاولى وبفارق شاسع مع باقي الفئات وهو ما يشير لاعتقاد الشباب في هذه المرحلة العمرية انهم بحاجة للغة خاصة تلبي احتياجاتهم ويشير ايضا لاعتقادهم بان مرحلة الشباب هي مرحلة متفردة في عمر الانسان تختلف ولا تتناغم مع باقي المراحل العمرية

8- اتجاهات الباحثين نحو المصطلحات العامة:

جدول رقم (11)

المجموع		سلبية		محايدة		إيجابية	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
100	350	24.5	86	12.6	44	62.9	220

جاءت اتجاهات الطلبة ايجابية نحو استخدام المصطلحات العامة وهو امر مرتبط بالمرحلة العمرية والاجواء الجامعية واحساسهم في المراحل الاولى منها بالانتقال من المدارس واجواءها وفي المراحل النهائية الاقتراب من انتهاء هذه الاجواء ، وجاء في المرتبة الثانية الاتجاهات السلبية وقد تكون مرتبطة بالتخصصات ذات المكانة المرموقة في المجتمع

9- درجة استخدام الباحثين للمصطلحات العامة في الحياة اليومية:

جدول رقم (12)

المجموع		منخفضة		متوسطة		مرتفعة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
100	350	25.4	89	36.3	127	38.3	134

أشارت نتائج الدراسة الى ان استخدام المصطلحات العامية بدرجة مرتفعة جاء في المرتبة الاولى وان تقاربت النتائج مع الدرجة المتوسطة واختلفت مع الدرجة المنخفضة وهو ما يشير بشكل ما الى تأثير المتغيرات الديمغرافية على طبيعة استخدام هذه اللغة في الحياة اليومية

10

- درجة تأثير استخدام المبحوثين للمصطلحات العامية في المواقع على استخدامها في الحياة اليومية:

جدول رقم (13)

المجموع		منخفضة		متوسطة		مرتفعة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
100	350	26.6	93	29.1	102	44.3	155

أشارت النتائج الى حصول تأثير بدرجة كبيرة ما بين استخدام المصطلحات في مواقع التواصل واستخدامها في الحياة وهو ما يعزز فكرة محاولة الشباب ايجاد هوية ثقافية معززة بحصيلة لغوية خاصة بهم وفرضها على الوسط المحيط بهم في الحياة اليومية

اختبار فروض الدراسة:

فيما يأتي نتائج اختبار الفروض التي حاولت الدراسة التثبت من صحتها، وهي:

1- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية للمصطلحات العامية على مواقع التواصل وبين استخدامها في الحياة اليومية ثبت صحة الفرض، وتم التحقق من ذلك من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (14)

استخدام المصطلحات في الحياة اليومية		استخدام المصطلحات على مواقع التواصل الاجتماعي
مستوى المعنوية	معامل سبيرمان	
0.031	0.258*	

ن=350، * مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.05

1- تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الطلبة المصطلحات العامية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين استخدامها لها في الحياة اليومية، وقد بلغت قيمة معامل سبيرمان للارتباط 0.258 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.031، وبذلك يثبت صحة الفرض.

وتوضح هذه النتيجة أن كلما زاد استخدام الطلبة للمصطلحات العامية في مواقع التواصل ازداد اعتمادهم عليها في استخداماتهم اليومية وهو ما يشير إلى اتجاه الشباب بشكل عام والطلبة بشكل خاص لايجاد لغة خاصة بهم وفرضها على المجتمع كجزء من هويتهم الثقافية الخاصة

2- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديمغرافية (النوع –مكان السكن-) واستخدام المصطلحات العامية على مواقع التواصل.

ثبت صحة الشق الأول من الفرض المتعلق بالنوع، وكانت الفروق لصالح الذكور، وتم التحقق من صحة الفرض باستخدام اختبار معامل T. Test، كما نلاحظ في الجدول الآتي:

جدول رقم (15)

المجموعا ت	العدد د	متوسط مستوى الاهتمام	الانحرا ف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الذكور	240	2.71	0.460	68	5.175	0.000
الإناث	110	1.91	0.818			

مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.05

تؤكد النتائج السابقة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام الطلبة الذكور للمصطلحات العامية على مواقع التواصل واستخدامها لدى الإناث حيث جاءت قيمة (ت) (5.175)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، ودرجة حرية (68)، وتشير النتائج إلى أن متوسط استخدام الذكور أعلى من الإناث، وقد يكون هذا عائد الطبيعة الانثوية ومفاهيم المجتمع للأخلاقيات والحياء وهو ما تشير إليه بعض الآراء لدى الفتيات بان مجموعات الفتيات المغلقة أكثر تحرراً وجرأة في المصطلحات العامية من المواقع المفتوحة

ثبت صحة الشق الثاني من الفرض الثاني والمتعلق بمكان السكن، وكانت الفروق لصالح فئة الجنوب، وتم التحقق من ذلك باستخدام معامل تحليل التباين (ANOVA)، كما نلاحظ في الجدول الآتي:

جدول رقم (16)

مكان السكن	العدد	متوسط	الانحراف	درجتي	قيمة	مستوى
------------	-------	-------	----------	-------	------	-------

المعنوية	(ف)	الحرية	المعياري	كفاية التغطية		
0.00	17.894	3	0.675	1.70	70	غزة
			0.523	1.16	140	الجنوب
		66	0.577	2.20	110	الشمال
			0.00	1.00	30	الوسطى
		69	0.730	1.60	350	المجموع

مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.05

تؤكد نتائج المعاملات الإحصائية وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام المصطلحات العامية حسب مكان سكن المبحوثين في المحافظات الفلسطينية، حيث بلغت قيمة (ف) (17.894)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.00) ودرجات حرية (3، و66)

ويعود الأمر برأي الباحث لطبيعة البيئة السكانية ودرجة التحضر والمدنية والانفتاح، إلى جانب الإحساس بالترفع أو الدونية مقارنة بالاماكن السكنية وبعضها البعض، كما يرى الباحث أن الأمر مرتبط بطبيعة اللغة والمصطلحات والالفاظ المستخدمة في المنطقة السكنية ومن ثم إعادة تدويرها لتصبح جزء من الحصيلة اللغوية للطلبة في التعبير عن انفسهم وفقاً للهوية الثقافية الخاصة بهم والتي يسعون لتكوينها عبر عالمهم الافتراضي ومن ثم استخدامه في عالمهم الحقيقي

المبحث الثالث:

خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات

أهم نتائج الدراسة:

1. متابعة الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي مرتفعة حيث جاءت النسبة ثلاث اضعاف المتابعة المنخفضة
2. تقاربت النسبة المرتفعة والمنخفضة في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الحصيلة اللغوية للطلبة وذلك بنسبة 42.8 مرتفعة 40.0% منخفضة
3. حصل موقع الفيس بوك على المرتبة الاولى في الاعتماد عليه لتعزيز الحصيلة اللغوية ، تلاه موقع الفيس بوك بفارق واضح
4. جاءت المواضيع الدراسية في المرتبة الاولى بنسبة 100%، تلتها المواضيع الحياتية بنسبة 97.3%، واحتلت المواضيع الدينية ذيل القائمة بنسبة 51.4%
5. تساوت نسبة التفاعل في استخدام المصطلحات العامية العالية جدا والدرجة المعدومة بنسبة 22.9.
6. حصلت مرحلة الشباب على النسبة الاعلى 80% كأهم سبب لتفاعل الطلبة مع المصطلحات العامية، وحصلت السرعة والجاذبية على النسبة الادنى بواقع 17.2%
7. حصلت الاتجاهات الايجابية للطلبة نحو المصطلحات العامية على المرتبة الاولى بنسبة 62.9
8. اشارت النتائج لحصول استخدام الطلبة المرتفع والمتوسط للمصطلحات العامية في الحياة اليومية على نسبة متقاربة وحصول الاستخدام المنخفض على نسبة منخفضة
9. ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المصطلحات العامية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين استخدامها في الحياة اليومية
10. 11- ثبت صحة الشق الاول من الفرض الثاني القائل بوجود فروق في استخدام المصطلحات نتيجة لمتغير النوع وذلك لصالح الذكور
- 12 ثبت صحة الشق الثاني من الفرض الثاني القائل بوجود فروق في استخدام المصطلحات نتيجة لمتغير السكن وذلك لصالح المحافظات الجنوبية

توصيات الدراسة:

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن أن نخرج بالتوصيات الآتية:

1. ضرورة الاهتمام بمتابعة الآباء للغة اليومية التي يستخدمها أبناءهم وتوجيههم للجانب الأخلاقي اللغوي والذي يجعل المصطلحات المستخدمة تبقى ضمن الإطار الأخلاقي المسموح به في المجتمع

2. أهمية وجود توجه لدى المؤسسات التعليمية والتربوية لزيادة الاهتمام وتعزيز الحصيلة اللغوية للطلبة في المدارس والجامعات حتى يجدوا لديهم مخزون لغوي معرفي يغنيهم عن إيجاد مصطلحات شاذة للتخاطب فيما بينهم

3. العمل على إيجاد صيغة مقبولة لدى الشباب بحيث تحافظ على مستلزمات مرحلة الشباب في التخاطب وعدم الانحدار والتدني بمستوى اللغة.

4. المجالات التي تثيرها الدراسة:

يأمل الباحث أن تؤدي هذه الدراسة إلى فتح الباب أمام المزيد من الدراسات الإعلامية في مجال العلاقة بين الإعلام واللغة ويقترح إجراء دراسات حول

1- دور الإعلام في تغيير السلوك في المجتمع نتيجة لإيجاد مصطلحات تجمل السلوكيات الخاطئة على سبيل المثال الشواذ (المثليين)

2- دور الإعلام في الحفاظ على اللغة العربية والربط بين الحفاظ على اللغة وفهم القرآن الكريم

رهانات التعليم الرقمي في الجامعة الجزائرية – جامعة العربي بن مهيدي

بأم البواقي- أنموذجاً

The stakes of digital education in Algerian universitie - Larbi Ben M'hidi
University in Oum El Bouaghi as a model -

الباحث ولقبه : لينا زواوي .
الدرجة العلمية: طالبة دكتوراه.
الباحث ولقبه : رضا بيرش
الدرجة العلمية: استاذ محاضرأ.
المؤسسة : المركز الجامعي سي الحواس بريكة الجزائر.

الملخص :

ليس غريباً أن تكون التكنولوجيا في يومنا هذا هي نقطة الاستقطاب التي امتد تأثيرها إلى كل مجالات الحياة، حيث خلقت لنفسها تواجدا وضمنت لها مكانة مرموقة ، فمع ظهور الحاسوب وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، لمع في الساحة الأكاديمية الحديثة وافد جديد ألا وهو "التعليم الرقمي" ، وهو الوليد الشرعي لعلاقة التعليم مع التكنولوجيا ، ومما لا شك فيه أن هذا الوافد الجديد قد لقي رواجا كبيرا في الجامعة الجزائرية ، خاصة وأن إنسان القرن الواحد والعشرين أصبح كائنا رقميا لا يستطيع أن يتنفس خارج الفضاء الافتراضي، أين تغيرت المعادلات وانقلبت الموازين وأضحى الحاسوب هو البديل للثقافة الورقية ، فشاع التعليم الرقمي في الجامعات الجزائرية والذي صاحب ظهوره رهانات عديدة ، وتكمن أهمية هذه المداخلة في محاولة الوقوف على مختلف تلك الرهانات ، وذلك من خلال الإجابة عن هذا التساؤل الجوهري : ماهي الرهانات التي أفرزها التعليم الرقمي في الجامعات الجزائرية عامة ، وجامعة العربي بن مهيدي خاصة ؟

الكلمات المفتاحية : تعليم –رقمنة – تعليم رقمي .

Abstract

Today, technology is a point of polarization whose influence extends to all areas of life, as it has created a prominent place for it in the contemporary scientific reality. The Algerian university, especially since the person of the twenty-first century has become a digital being who cannot breathe outside the virtual space. Digital education has become widespread in Algerian (2023 , زواوي و بيرش) universities, and its emergence has been accompanied by many bets. The importance of this intervention lies in trying to stand on the various of these bets. By answering this fundamental question: What are the stakes raised by digital education in Algerian universities in general, and Larbi Benmehidi University in particular?

Keywords: education - digitization - digital education.

مقدمة :

لا يخفى على أحد من اهل التخصص في اللغة العربية أن التعليم الأكاديمي في الجزائر قد قطع أشواطاً تاريخية مختلفة ، وفي كل مرحلة تظهر عليه علامات التجديد إلى أن وصل على ما هو عليه اليوم في عصرنا الراهن والمعروف بما بعد الحداثة ، حيث شهد آخر صيحة من صيحات التجديد ألا وهي التعليم الرقمي ، وظهر بالتوازي مع ظهور الحاسوب الذي أصبح أساسياً في جميع مجالات الحياة المختلفة وهو البديل للثقافة الورقية ووسائلها التقليدية ، وعلى رأسها المجال التعليمي ، وواكب عالم السرعة والتجديد والتلقي والاستقبال .

فعصر الثورة المعلوماتية أو الرقمية أو التقنية غيرت فيه معادلة العملية التواصلية بين الإنسان والورقة إلى التواصل بين الإنسان والآلة ، وهي نقلة فكرية جد مهمة لآلية الاتصال وأطرافه ، وعصر لكسر كل الحدود الجغرافية والقيود التقليدية ، استطاع أفرادها التعايش مع المستجدات والمعطيات الحديثة ، فكان لا بد من الاطلاع على الظروف التي اختمرت فيها التجارب الإبداعية التعليمية الحديثة ، كل هذا تمخض عنه جنس أكاديمي جديد يزاوج بين التعليم والتكنولوجيا ، وبما أنه جديد فإن أنظار كل الباحثين انصببت فيه خاصة أهل الاختصاص في الساحة الأكاديمية المعاصرة .

فالتعليم الرقمي في الجامعة الجزائرية عبر عن روح العصر لأنه ظهر في مناخ تكنولوجي جديد بعد أن كان التعليم متقوقعا بين صفحات الكتب في المدارس والجامعات فقط ، كما أن ظروف التعليم الرقمي تختلف عنها في التعليم العادي ، ذلك لأن الوافد الجديد - التعليم الرقمي - يختلف عن التعليم العادي السابق له ، فعصر المعلومات أصبح في كل لحظة يفاجئنا بما لم نعهد ولم نعرف ، فهو عصر السرعة بلا منازع وساهم في ظهور البيات ووسائل لم يكن بالوسع تحقيقها سابقا ، وهو الوليد الشرعي له ويعبر عن ممارسة جديدة هي الآن بصدد تشكيل تاريخها المتميز، وهذا الوافد الجديد قد صاحب ظهوره رهانات عديدة .

الإشكالية :

مما لا شك فيه أن التعليم الرقمي في جامعة العربي بن مهيدي يحظى بأهمية كبيرة شأنه شأن باقي جميع الجامعات في الجزائر ، فهو أحد القواعد الأساسية التي يستند عليها الطلبة لبناء مستقبلهم في أهبى حلة والعمود الذي يضمن تماسك مسيرتهم في الحياة بطريقة صحيحة وناجحة، كما أن وزارة التعليم العالي في الجزائر تبذل مجهودات جبارة لتحسين وتوفير الإمكانيات التعليمية اللازمة والضرورية لإنجاح عملية التعليم الرقمي الأكاديمي، إلا أن مجموعة من الرهانات كانت ظاهرة وواضحة بشدة، وبناءً على ما سبق يمكننا طرح الإشكالات التالية :

ماهي الرهانات التي أفرزها التعليم الرقمي في الجامعات الجزائرية عامة ، وجامعة العربي بن مهيدي خاصة ؟

أهمية الدراسة :

نظرا لتفشي ظاهرة التعليم الرقمي واستفحالها في الجامعات الجزائرية عامة وجامعة العربي بن مهيدي خاصة ونظرا لما صاحبها من رهانات عديدة ، فإن أهمية هذه الدراسة تكمن فيما يلي:

- التطرق إلى مفهوم التعليم الرقمي .
- الوقوف على حقيقة التعليم الرقمي في الجامعات الجزائرية عامة وجامعة العربي بن مهيدي خاصة .
- معرفة الرهانات التي تواجه التعليم الرقمي في الجامعات الجزائرية عامة وجامعة العربي بن مهيدي خاصة .

- محاولة تقديم حلول للرهانات التي تواجه التعليم الأكاديمي في الجزائر.

منهج الدراسة :

اتبعنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي - دراسة وصفية تحليلية - ، والذي ارتأينا أنه يتلاءم مع طبيعة موضوع دراستنا والمتمثل في " التعليم الرقمي في جامعات الجزائرية " ، وكذا الرهانات التي تواجهه .

تمهيد :

ليس غريبا في يومنا هذا أن يكون التعليم الرقمي الأكاديمي هو أسعى الأهداف التي تسعى الدولة الجزائرية تحقيقها وانجاحها ، كما بات معروفا أن مختلف الجامعات الجزائرية في عصرنا الراهن كثيرا ما تلجأ بالطلبية إلى طريقة التعليم الرقمي في عدة مواد تعليمية وفي مختلف التخصصات .

ظهر مصطلح التعليم الرقمي بشكل رسمي تحديدا في عام 1982 ، حين تغير اسم المجلس الدولي للتعليم بالمراسلة إلى المجلس الدولي للتعليم عن بعد في مؤتمر فانكوفر ، أما فكرة تغيير الاسم فقد ظهرت ملامحها عام 1979 خلال المؤتمر الدولي الذي انعقد ببيرمنغهام ، وذلك حين اتضح أن المجلس الدولي للتعليم بالمراسلة لا يجيب على بعض الاحتياجات الجديدة لبعض مؤسسات التعليم ، فكان لا بد من تكييفه مع المستجدات ومصاحبته بتسمية جديدة لها ، وهو مصطلح له مفاهيم متعددة ومتداخلة ، كما أن المتأمل في مصطلح " التعليم الرقمي " يلاحظ أنه يتكون من كلمتين "التعليم " و " الرقمي " ، والمطلع على مختلف المعاجم يجد أنها تحوي في طياتها مفاهيم كل من المصطلحين متفرقين ، ما يستدعي منا أيضا تقديم مفاهيم كل واحد على حدة .

مفهوم التعليم :

التعليم عند محمد الدرج هو: " مجموعة الأفعال التواصلية والقرارات التي تم اللجوء إليها بشكل قصدي ومنظم، أي يتم استغلاله من طرف الشخص (أو مجموعة من الأشخاص) الذي يتدخل كوسيط في إطار موقف تربوي تعليمي " (الدرج محمد، 2000، ص 13)

التعليم هو المحور الأساسي للتفكير الإنساني والمصدر الرئيسي لاكتساب المعارف والخبرات ، فهو ذلك المؤشر الحقيقي الذي يدل على ما آلت إليه الأمم والشعوب من تطور وازدهار، كما أنه عملية منظمة قائمة بتيسير المعلم وتهدف إلى إيصال معلومات وتنمية معارف ومهارات المتعلم

من التعاريف السابقة يمكن القول أن التعليم هو عملية نقل المعرفة والمهارات والقيم من شخص إلى آخر أو من جيل إلى جيل ، ويشمل مجموعة واسعة من الأنشطة التعليمية مثل التعلم والتدريس والبحث والتقييم .

مفهوم التعلم :

تناول الكثير من الباحثين والمختصين التعلم وفق الاتجاهات العلمية والمجالات التي يتعاملون بها ، حيث حددت مفاهيمه بطرق مختلفة من قبل مؤلفين عدة ، فهو تغيير في السلوك أو نشأة سلوك لم يكن موجودا من قبل مثل تعلم ركوب الدراجة واكتساب مفردات اللغة وحفظ قصيدة من الشعر .

ولكي نقيس التعلم ، فإننا نقارن سلوك الفرد في فترة زمنية بفترة زمنية أخرى وتحت ظروف متشابهة ، فإذا كان السلوك متقدما في المرة الثانية فإن تقدما في التعلم قد حدث .

إن مفهوم التعلم يتضمن صفة التقدم أو التحسن أو الزيادة في المعرفة والخبرة ، فالإستجابات التي يؤديها الفرد في المراحل الأولى من تعلمه تكون عادة استطلاعية عشوائية وغير متميزة ولكن بالممارسة المستمرة تقل الأخطاء ويزداد الربط والتنظيم والتنسيق في عملية التعلم .

ويعرف التعلم على أنه العملية التي من خلالها يستطيع الفرد تكوين قابليات أو مهارات جديدة أو تعديل قابلياته أو مهاراته عن طريق الممارسة والتجربة .

و يذكر بان التعلم هو حالة حاسمة من وجودنا ينتج عن تفاعل بين الخبرة والتمرين ، وأن الطرق التي يتعلم بها الأشخاص هي استطاعتهم وتمكنهم من اكتساب معرفة ومهارات جديدة تقودهم إلى حالة قوية ممتعة في التعلم . ولهذا تم تحديد ثلاثة مفاهيم للتعلم هي :

1 التعلم عملية تذكر .

2 التعلم عملية تدريب للعقل .

3 التعلم تعديل للسلوك . (مازن عبد الهادي الشمري ، 1971 ، ص 65)

إذا فالتعلم يشير إلى اكتساب المعرفة والمهارات والفهم الجديد عن طريق الدراسة والتجربة والتفاعل مع المحيط ، فهو عملية داخلية تتضمن استيعاب المعلومات وتحليلها وتفسيرها وتطبيقها ، وهو ليس مقتصرًا على مرحلة معينة في الحياة بل هو عملية مستمرة طوال العمر ، يمكن للأفراد أن يتعلموا وينمو في مختلف المجالات ، سواء كان ذلك في المجال الأكاديمي أو المهني أو الشخصي .

إذا فالتعليم والتعلم هما مصطلحان مرتبطان ببعضهما البعض ولكن لهما تفاصيل ودلالات مختلفة ، بشكل عام يمكن اعتبار التعليم عملية خارجية تتم عن طريق مؤسسات تعليمية ، في حين يمكن اعتبار التعلم عملية داخلية وشخصية تتم بواسطة الفرد نفسه . ومع ذلك يعمل الإثنين معا لتحقيق تحسين المعرفة والمهارات وتطوير الأفراد .

أما بالنسبة لمصطلح " الرقمي " : فقد ورد في معجم " الوسيط " لفظ (رقم) الكتاب ، و عليه ، وفيه ، رقم رقما : كتبه . و (الرقم) : الخط الغليظ . والرقم : العلامة . والرقم : الختم . والرقم في عالم الحساب : العدد ؛ وهو الرمز المستعمل للتعبير عن أحد الأعداد البسيطة ، وهي الأعداد التسعة الأولى والصفير . (شوقي ضيف ، 2004 ، 366) فالرقم في معاجم اللغة العربية أو حتى في المعاجم الأعجمية كالفرنسية أو الإنجليزية يدل في أحد تعريفاته على العدد .

أما الرقمنة في عالم الحاسوب فتعني : تلك العملية التي تنقل المعلومات الصوتية والكتابية والفيديوهات والصور في الشبكة الإلكترونية أو تخزينها في ذاكرة الحاسوب ، الذي يحول المعلومات والبيانات إلى أرقام ، لذا تسمى هذه العملية بالرقمنة .

مفهوم التعليم الرقمي :

" هو التعليم الذي يهدف إلى إيجاد بيئة تفاعلية غنية بالتطبيقات المعتمدة على تقنية الحاسب والأنترنت وتمكن الطالب من الوصول إلى مصادر التعلم في أي وقت ومن أي مكان" ، ويستخدم الوسائط الإعلامية أو جهاز الحاسوب أو الكمبيوتر ، "

ويعرف أيضا على أنه : " شكل من أشكال التعليم عن بعد، يكون باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة يواكب التطور العلمي الراهن عن طريق استخدام الحاسوب على سبيل المثال الشبكة العنكبوتية والوسائط المتعددة ، قصد وصول المعلومات بأسرع وقت وبأقل تكلفة بين المتعلمين مع التفاعل الإيجابي للمعلومة. " (سعدي فاطمة ، 2018 ، ص 504)

هو تقديم المحتوى التعليمي وما يتضمنه من شروحات وتمارين وتفاعل ومتابعة بصورة جزئية أو شاملة في الفصل أو عن بعد ، بواسطة برامج متقدمة مخزنة في الحاسب أو عبر شبكة الانترنت . (الاحمري سعدية ، 2015 ، ص 04)

كما يعد التعليم الرقمي أسلوب من أساليب التعليم في إيصال المعلومة للمتعلم ، ويتم فيه استخدام آليات الاتصال الحديثة من حاسب آلي إلى شبكاته ووسائطه المتعددة من صوت وصورة ورسومات وآليات بحث ومكتسبات الكترونية ، وكذلك بوابة الأنترنت سواء كان عن بعد أو في الفصل الدراسي . (النوايسة اديب ، 2007 ، ص 2005)

مما سبق يمكن القول بأن التعليم الرقمي يشير إلى استخدام التكنولوجيا الرقمية ولسوائط المتعددة لتعزيز وتحسين عملية التعليم والتعلم ، ويتضمن استخدام الأجهزة الإلكترونية مثل الحواسيب والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية ، بالإضافة إلى استخدام البرامج والتطبيقات والموارد التعليمية عبر الأنترنت .

أهداف التعليم الرقمي :

يعتبر التعليم الرقمي أحد الركائز الأساسية في عصرنا الراهن ، حيث يسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف المتعلقة بالمعلم والمتعلم والوسط التعليمي ، ومن هذه الأهداف ما يلي :

- ✓ زيادة إمكانية الوصول والمرونة أي توفير فرص التعليم لجميع الأفراد بغض النظر عن المسافة أو الزمان .
- ✓ تحسين جودة التعليم من خلال استخدام وسائل تقنية متقدمة وكذا التفاعل المباشر مع المعلمين عبر الأنترنت وتوفير محتوى تفاعلي وشخصي .
- ✓ تعزيز التفاعل والمشاركة من خلال توفير بيئة تعلم تفاعلية تشجع المشاركة الفعالة للطلاب ، سواء عن طريق المناقشات الإلكترونية ، أو التعاون على المشاريع عبر الأنترنت ، أو استخدام تقنيات التعلم الآلي التفاعلية .
- ✓ تطوير مهارات التكنولوجيا والمعرفة الرقمية لدى الطلاب ، يتعلم الطلاب كيفية استخدام الأدوات والتطبيقات التكنولوجية بشكل فعال في عملية التعلم والتواصل .
- ✓ تعزيز التعلم المستمر والمستقل ، فيمكن للتعليم الرقمي تمكين الأفراد من الاستمرار في عملية التعلم وتنمية مهاراتهم على مدى الحياة .
- ✓ يعزز قدرة الطلاب على التخطيط لمستقبل أفضل .
- ✓ تقديم ضمانات القياس و الدقة في الإدارة وجودة الأداء في النظام .
- ✓ خلق جو جديد من الإبداع والتميز والمنافسة بين الطلاب للوصول إلى أفضل النتائج المسطرة .

- ✓ تحويل النظام التعليمي بأكمله إلى نظام تعليمي رقمي .
- ✓ الحاجة الماسة للتنوع في أنظمة التعلم الجامعي ، مع محاولة إيجاد بدائل للأنظمة التقليدية .
- ✓ إتباع طرق أخرى ميسورة للتعلم في ظروف تناسب عملهم .
- ✓ تقليص القصور الواضح في تحقيق مبدا تكافؤ الفرص التعليمية .
- ✓ تقليص ارتفاع تكاليف التعليم العالي مما يشكل عبئا على كل من مؤسساته وطلابه .
- ✓ محاولة تلبية جميع الطلبات على التعليم العالي في الوقت الذي عجزت فيه المؤسسات بنظمها التقليدية على تلبية كل هاته الطلبات .
- ✓ نشر وتعميم ثقافة التعلم الموزع وهو نمط يتم في أي مكان وفي أي وقت . (مورل مايكل ، سلى جيركبير ، 2009 ، ص 15)
- ✓ مواكبة مؤسسات التعليم العالي للبرامج والأنشطة المستحدثة والمناهج الجديدة الخاصة بمكونات العملية التعليمية .
- ✓ جعل الطالب يشارك في مختلف مراحل العملية التعليمية بشكل إيجابي وجعله ينتهي إلى نظام التعليم عن بعد .
- ✓ تنوع وسائل الاتصال التكنولوجية بين المعلم والمتعلم .
- ✓ إمكانية ممارسة عدة أنشطة تعليمية وفق أي منهج دراسي ومن أي مكان خارج أسوار الجامعة .

هذه هي بعض أهداف التعليم الرقمي ، وتعتمد الأهداف الفردية على سياق التعليم واحتياجات المتعلمين والمؤسسات التعليمية .

أنواع التعليم الرقمي :

توجد عدة انواع للتعليم الرقمي وتمثل فيما يلي :

1 التعليم الرقمي باستخدام الأقراص المدمجة :

اعتمد في عقد الثمانينات ، ويمكن اعتماد هذا النمط من التعليم كصورة مكملة لأساليب التعليم التقليدية القديمة .

2 التعليم الرقمي باستخدام الأنترنت :

في هذا النوع من التعليم تقوم المؤسسة التعليمية بإنشاء موقع خاص بها و مواد او برامج معينة لها ، ويسمح هذا النمط من التعليم للمتعلمين بالاتصال من اي مكان خارج الجامعة و متابعة دروسهم و مناقشة المحاضرين وفق جداول زمنية محددة و بالتالي فالمحتوى في ذلك النوع من التعليم هو المقررات المعدة الكترونيا في موقع عبر الانترنت .

3 التعليم الرقمي باستخدام الكتب الإلكترونية :

الكتاب الإلكتروني أو أي مطبوع بشكل عام يوجد على هيئة إلكترونية ، ويمكن توزيعه إلكترونياً عن طريق الأنترنت والبريد الإلكتروني والنقل المباشر للملفات ، أو النقل على أي من الوسائط التخزينية المختلفة ، وقد بدأ استخدام الكتب الإلكترونية في مجال التعليم الرقمي مع بداية عام 2000 على سبيل التجربة في بعض مدارس الولايات المتحدة . (عبد العاطي ، حسن ابوخطوة السيد ، 2009 ، ص 24) .

معوقات التعليم الرقمي :

التعليم الرقمي كغيره من طرق التعليم الأخرى لديه جملة من معوقات تعوق التنفيذ الفعلي والفعال ومن هذه العوائق ما يلي :

1. تطوير المعايير :

يواجه التعليم الرقمي مصاعب قد تطفئ بريقه وتعيق انتشاره بسرعة وأهم هذه العوائق قضية المعايير المعتمدة ، فما هي هذه المعايير وما الذي يجعلها ضرورية ؟

لو نظرنا إلى بعض المناهج والمقررات التعليمية في الجامعات أو المدارس ، لوجدنا أنهما بحاجة لإجراء تعديلات وتحديثات كثيرة نتيجة للتطورات المختلفة كل سنة بل كل شهر أحياناً ، فإذا كانت الجامعة قد استثمرت في شراء مواد تعليمية على شكل كتب أو لقرص مدمجة cd ، ستجد أنها عاجزة عن تعديل أي شيء فيها ما لم تكن هذه الكتب والأقراص قابلة للإعادة الكتابة وهو أمر معقد حتى لو كان ممكناً ، ولضمان حماية استثمار الجهة التي تتبين التعليم الرقمي لا بد من حل قابل للتخصيص والتعديل بسهولة .

2. الأنظمة والحوافز التعويضية :

من المتطلبات التي تحفز وتشجع الطلاب على التعليم الرقمي ، حيث لازال التعليم الرقمي يعاني من عدم وضوح في الأنظمة والطرق والأساليب التي يتم فيها التعليم بشكل واضح ، كما أن عدم البت في قضية الحوافز التشجيعية لبيئة التعليم هي إحدى العقبات التي تعوق فعالية التعليم الرقمي .

3. التسليم المضمون والفعال للبيئة التعليمية :

نقص الدعم والتعاون المقدم من أجل طبيعة التعليم الفعالة .

نقص المعايير لوضع وتشغيل برنامج فعال ومستقل .

نقص الحوافز لتطوير المحتويات .

4. علم المنهج أو الميثودولوجيا :

غالباً ما تؤخذ القرارات التقنية من قبل التقنيين أو الفنيين معتمدين في ذلك على استخداماتهم وتجاربهم الشخصية ، وغالباً لا يؤخذ بعين الاعتبار مصلحة المستخدم ، أما عندما يتعلق الأمر بالتعليم فلا بد لنا من وضع خطة وبرنامج معياري لأن ذلك يؤثر بصورة مباشرة على المعلم " كيف يعلم " وعلى الطالب " كيف يتعلم " ، وهذا يعني أن معظم القائمين على التعليم الرقمي هم من المختصين في مجال التقنية أو على الأقل هم أكثرهم ، أما المتخصصون في مجال

المناهج والتربية والتعليم فليس لهم رأي في التعليم الرقمي ، أو على الأقل ليسوا هم صناع القرار في العملية التعليمية ، ولذا فإنه من الأهمية بمكان ضم التربويين والمعلمين والمدربين في عملية اتخاذ القرار.

5. الخصوصية السرية :

إن حدوث هجمات على المواقع الرئيسية في الأنترنت أثرت على المعلمين والتربويين ووضعت في أذهانهم العديد من الأسئلة حول تأثير ذلك التعليم الرقمي مستقبلا ، ولذا فإن اختراق المحتوى والامتحانات من أهم معوقات التعليم الرقمي .

6. التصفية الرقمية :

هي مقدرة الاشخاص أو المؤسسات على تحديد محيط الاتصال والزمن بالنسبة للأشخاص ، وهل هناك حاجة لاستقبال اتصالاتهم ، ثم هل هذه الاتصالات مقيدة أم لا ، وهل تسبب ضررا وتلفا ، ويكون ذلك بوضع فلاتر أو مرشحات لمنع الاتصال أو اغلاقه أمام الاتصالات غير المرغوب فيها، وكذلك الأمر بالنسبة للدعايات والإعلانات .

مدى استجابة الطلاب مع النمط الجديد وتفاعلهم معه .

مراقبة طرق تكامل قاعات الدرس مع التعليم الفوري مع التأكد من ان المناهج الدراسية تسير وفق الخطة المرسومة لها .

زيادة التركيز على المعلم وإشعاره بشخصيته وأهميته بالنسبة للمؤسسة التعليمية والتأكد من عدم شعوره بعدم أهميته وأنه أصبح شيئا تراثيا تقليديا .

وعي أفراد المجتمع بهذا النوع من التعليم وعدم الوقوف السلبي منه .

توفر مساحة واسعة من الحيز الكهرومغناطيسي وتوسيع مجال الاتصال اللاسلكي .

الحاجة المستمرة لتدريس ودعم المتعلمين والإداريين في كافة المستويات ، حيث أن هذا النوع من التعليم يحتاج إلى التدريب المستمر وفقا لتجدد التقنية .

الحاجة إلى تدريب المتعلمين لكيفية التعليم باستخدام الأنترنت ، له الحاجة إلى نشر محتويات المناهج على مستوى عالي من الجودة ، ذلك أن المنافسة عالمية .

تعديل كل القواعد القديمة التي تعوق الابتكار ووضع طرق جديدة تنهض بالابتكار في كل مكان وزمان للتقدم بالتعليم وإظهار الكفاءة والبراعة . (عطار عيسى ، ص 22 23 24) .

7 التحديات التقنية

لا يخفى على أحد أنه من أكثر التحديات التي يواجهها التعليم الرقمي محدودية قدرة المؤسسات التعليمية على إنشاء شبكات واسعة وتوفير أعداد كبيرة من الأجهزة والمعدات ، إضافة إلى تحديثها خاصة وأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تشهد تطورات وتحولات متعددة وبصفة سريعة ومستمرة ، مما يجعل من الصعب اقتناء مختلف هذه التكنولوجيات . أما من ناحية البرمجيات ، فقد شكل عدم توفر تطبيقات تعلم إلكتروني باللغة العربية تحديا كبيرا، إضافة إلى تعددها وضرورة التماثل فيما بينها عائقا أمام اختيار البرمجية المناسبة، ومن هنا كان على الوزارات المعنية

خاصة وزارة التعليم ووزارة الاتصال وتكنولوجيا الاعلام، التنسيق فيما بينها من أجل إنتاج برامج محلية تراعي فيها مختلف خصوصيات التعليم والمتعلم .

البيئة التشريعية :

حتى نضمن سلاسة التحول الى نظام التعليم الرقمي ، لا بد من تطويع القوانين و التعليمات بشكل يضمن ديناميكية النظام التعليمي ، ليوائم التطورات العصرية سريعة الوتيرة . و يجب ان توفر القوانين الغطاء اللازم لحماية حرية التفكير و تحصيل المعرفة و الاهم من ذلك توليدها ، مما يتطلب تعديل بعض القوانين التي تقف عقبة في طريق التعامل الالكروني .

الموارد البشرية :

تشكل حركة التغيير والتوجه نحو التعليم الرقمي تحديا للكثير من المعلمين الذين تعودوا على النظام التقليدي ، وبالتالي سيواجه هذا التوجه العديد من المقاومة ضد هذا التام ، وبالتالي لابد من سياسة التوعية والتحفيز والحزم من أجل تقبل هذا التغيير .

التمويل :

إن الاستثمار في ميدان التعليم من المجالات التي لا تجذب الشركات وأصحاب الأموال من أجل الاستثمار فيها، وبالتالي نقص التمويل لهذا القطاع ، بالإضافة إلى تكلفة التشغيل والصيانة والتجديد وتكلفة إنتاج المحتويات اللازمة للعملية التعليمية تشكل تحديا حقيقيا ، ولذا كان على الحكومات إعطاء الأولوية خاصة لهذا المجال ، من خلال تشجيع الشراكة فيه ودعم المشاريع من خلال تنشيط العلاقات وتوسيع الشراكة ما بين قطاع الاتصالات وتكنولوجيا الإعلام وقطاع التعليم ، من أجل دعم وتطوير أنظمة التعليم الرقمي . (اسماعيل الغريب زاهر ، 2009 ، 64) .

الدراسة الميدانية :

تمهيد :

تعتبر الدراسة الميدانية جانب جد مهم في بحثنا هذا ، فهي تهدف إلى تدعيم الدراسة النظرية ، ويتضح هذا من خلال الاستطلاع والملاحظة لمختلف المعطيات المأخوذة من الميدان ومن ثم تحليلها وتفسيرها للتوصل إلى النتائج المرجوة .

مجالات الدراسة :

المجال الزمكاني :

أجرينا الدراسة الميدانية في جامعة العربي بن مهيدي المتواجدة بحي بير الترش بولاية أم البواقي، والتي تضم مجموعة كبيرة من التخصصات ومن بينها قسم الأدب العربي والذي كان محط دراستنا الميدانية ، وكان هذا طيلة السداسي الثاني من عام 2023 / 2024 ، أين قمنا بعدة زيارات ميدانية لمختلف أقسام الكلية ، وأجرينا لقاءات ومقابلات مع كل من الطلاب والمعلمين ، بهدف الوقوف على واقع الظاهرة المدروسة عن قرب ، وما إذا كان الطلبة يعانون من مشاكل أثناء تلقيهم للتعليم الرقمي .

المجال البشري :

شملت الدراسة الميدانية مجموعة طلبة اقسام كلية الادب العربي لجامعة العربي بن مهيدي لموسم 2023 / 2024 ، الذين يتلقون تعليم رقمي و البالغ عددهم 24 قسما .

منهج الدراسة :

المنهج هو الطريق الذي يسلكه الباحث لمتابعة موضوع بحثه ، ويحدد وفقا لطبيعة الموضوع المراد دراسته . (رحيم يونس كرو العزاوي ، 2008 ، ص 97) .

وفي هاته الدراسة الميدانية اعتمدنا على المنهج الوصفي وآلية التحليل ذلك أنه ملائم لطبيعة الموضوع ، فهو منهج يتميز بدقة الملاحظة لخصائص ومميزات الشيء الموصوف بصورة كمية وكيفية وبصفة موضوعية .

عينة الدراسة :

فالعينة هي أداة من أدوات جمع البيانات وهي جزء من المجموع الكلي ، فدراسة العينة تعيننا على تعميم النتائج لمجتمع الدراسة لأن لهم نفس الخصائص .

وتتمثل عينة دراستنا في أننا اخترنا قسمين من كل سنة (قسمين سنة أولى - قسمين سنة ثانية - قسمين سنة ثالثة - قسمين سنة أولى ماستر) ، فكان مجموع أقسام العينة 8 أقسام بالإضافة إلى اجراء عدم مقابلات مع عدة اساتذة مشرفين على تقديم الدروس وفق طريقة التعليم الرقمي ، فاستخلصنا مجموعة من الآراء المتباينة .

آراء الاساتذة :

صرح الأساتذة أنه بالرغم من فوائد التعليم الرقمي ، هناك معوقات تواجه تطبيقه الفعال ومن بين هذه المعوقات ما يلي :

عدم التواصل والتفاعل الشخصي المباشر بين المعلم والطالب، مما يؤثر على التفاعل والمشاركة الفعالة .

التواصل الإلكتروني غير قادر على نقل التجارب الشخصية والتوجيه الفردي بنفس القدر الذي يوفره التواصل وجها لوجه .

إن الدمج بين الدروس العادية والدروس الرقمية قد خلق جوا من التشتت في الدراسة من خلال خلق جو عدم اللامبالاة وعدم التركيز من طرف غالبية الطلاب ، باعتبار أن جل تركيزهم منصب على المحيط الخارجي والانشغال بأشياء خارج الدرس، ذلك أن 80 بالمئة الأساتذة _ أساتذة قسم الأدب العربي_ أخبرونا بأن أكثر من خمسين بالمئة من طلابهم يتلقون دروس رقمية بصفة عبثية فقط من أجل تسجيل الحضور، وهذا راجع إلى صعوبات متنوعة يعاني منها هؤلاء الطلبة أو في غالب الأحيان يدعونها حتى لا يحاسبهم الأستاذ ، وهذه السلوكات المخيفة والكارثية تبعث على التساؤل ما إذا كان الخلل في التلاميذ أنفسهم أم في الأستاذ الذي يقدم الدروس الخصوصية أم في كلاهما معا أم في جهاز الحاسوب أم في الأنترنت .

قال 80 بالمئة من الأساتذة بأن الدروس الرقمية التي لقوها على طلبتهم قد أثرت سلبا عليهم وعلى نتائجهم .

وبالتالي فإن أغلب الأساتذة اتفقوا على أن نتائج الطلبة الذين يتلقون دروس رقمية غير مرضية، لأنها جعلتهم اتكاليين بشكل كبير وأبعدتهم عن التركيز وإعمال عقولهم، وانعكس هذا بالسلب على نتائجهم وهذا ينطبق على كل أقسام الكلية بدون استثناء.

في حين أن فئة 20 بالمئة من الأساتذة، قالوا بأن الطلبة هم في أمس الحاجة لتلقيها بحجة أن التعليم العادي لا يساعد على الاستيعاب والفهم الجيد وأن هذه المرحلة هي مرحلة مهمة وحساسة جدا، فهي قاعدية وجد ضرورة جسر للحاق بالركب الحضاري العالمي.

يواجه أستاذ التعليم العالي تحديات في ضمان تحقيق الأهداف التعليمية والمنهجية المحددة في إطار الوقت المحدود المتاح للتدريس.

يمكن أن تكون البنية التحتية المحدودة في بعض المدارس التحدي الذي يواجه أستاذ التعليم الابتدائي، مثل نقص الموارد التعليمية والتكنولوجية والفصول المزدحمة.

يحتاج أستاذ التعليم الابتدائي إلى التوجيه والتطوير المهني المستمر لمواكبة التطورات التعليمية وتحسين ممارسته التعليمية واستخدام أحدث الأساليب والتقنيات التعليمية.

آراء الطلبة :

وبعد أخذ آراء بعض الطلبة من كل قسم وافونا بما يلي :

الوصول المحدود إلى التكنولوجيا والاتصال بالإنترنت يكون محدودا في بعض المناطق أو البيئات .

هناك نقص في البنية التحتية للاتصالات أو قلة الأجهزة الإلكترونية المتاحة، مما يؤثر على قدرة الأفراد على الوصول إلى التعليم الرقمي .

نقص المهارات التقنية والمتمثلة في صعوبة استخدام التكنولوجيا والتطبيقات المتعلقة بالتعليم، والذي شكل عائقا للتعلم الفعال عبر الوسائط الرقمية، مما يتطلب دعم وتدريب إضافي لتعزيز هذه المهارات .

قال 40 بالمئة منهم بأن تلقي التعليم الرقمي أصبح من الضروريات التي يجب تواجدها في مساهمهم الدراسي، حيث أنهم بحاجة ماسة إليها في جميع السنوات وأنها ليست حكرا على أقسام دون أخرى، إلا أنهم يشكون من ضعف أو انقطاع شبكة الإنترنت في بعض الأحيان، مما يتسبب في عدم التحاقهم بالدرس .

إن التعليم الرقمي له أثر إيجابي كبير على نتائجهم، إلا أنهم لا يعتمدون على تلك الدروس الرقمية لأنهم في كثير من الأحيان ينسون موعدها فهم في منازلهم وينشغلون بأمور أخرى أو أنهم حتى خارج المنازل.

في حين اخبرنا بعضهم أنهم مجبرون على تلقي التعليم الرقمي من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، فهم يعانون من نقص شبكة الإنترنت في منازلهم ذلك أنهم يسكنون في الأرياف .

أما آخرون قالوا بأن التعليم الرقمي له نكهة خاصة لأنه بعيدا عن روح المنافسة والجد، أين كل شيء جاهز وبعيدا عن الرقابة، كما أن لهم فرص طرح أسئلة إضافية... وهذا لا ينفي أنهم لا يملكون جهاز الحاسوب فهم مضطرون إلى قطع مسافات طويلة للحاق ببيوت أحد زملائهم ومشاركتهم الدرس .

تراجع في القدرة على التركيز لدى الطلاب. أي أداء دراسي أقل وضعف في التركيز مقارنة بالتلاميذ الذين يعتمدون على التعليم التقليدي.

تقليل فرص التواصل الشفهي والتعبير اللغوي الفعال بسبب الاعتماد على وسائل التكنولوجيا وانخفاض في مستوى التواصل الكتابي والمهارات اللغوية التقليدية نتيجة تقليل التدريب على الكتابة اليدوية والممارسات اللغوية التقليدية. وتبقى الآراء مختلفة ومتباينة لكنها تنصب كلها في رأي بين وواضح، وهو أن التعليم الرقمي قد أفرز عدة تحديات أثرت بالسلب على أغلبية طلاب المؤسسة وأورثت فيهم العجز والاتكال والتكاسل وعدم إعمال العقل، وهذا راجع إلى عدة تحديات عرقلت المسار الجيد لها، وهذا ما يدعو إلى القلق ومحاولة إيجاد حلول ناجعة للتقليل منها، والتي باتت جزءاً لا يتجزأ من المنظومة التعليمية في الجامعات الجزائرية.

عموما هذا ما استطعنا التوصل إليه من رهانات صاحبت التعليم الرقمي في الجامعة العربي بن مهيدي خاصة، والجامعة الجزائرية عامة، ويمكن إجمالها عموما فيما يلي:

رهانات تطبيق التعليم الرقمي بجامعة أم البواقي:

- لا يخفى على أحد من أهل التخصص في التعليم ما للتعليم الرقمي من منافع كثيرة، إلا أنه لا يخلو أيضا من معوقات ومنها:
- التعليم الرقمي هو وسيلة تعليمية ليست متاحة لأي طالب، إذ لا يمكن لجميع الطلبة أن تتوفر لديهم أنترنيت وأجهزة كمبيوتر قوية ليستخدموها كوسيط للتعليم الرقمي.
- رغم امتلاك الطلاب لوسائل التعليم الرقمي إلا أنهم يعانون من كيفية استخدامها، وهذا يعود إلى عدم تكوينهم كما يجب التدريب حول كيفية استخدام هاته الوسائط الرقمية.
- نجد أن فئة من الطلاب تحس بالعزلة، ذلك أن الأقسام ليست مجرد مكان للتعلم فقط، بل هي أيضا لتكوين صداقات جديدة.
- التعليم الرقمي يغيب فيه التفاعل بين المعلم والمتعلم.
- التعليم الرقمي ليس متاحا استخدامه في جميع المواد والتخصصات.
- أحيانا يتعذر على الطالب الولوج إلى الموقع بسبب الازدحام والاستخدام المكثف له.
- هذا النوع من التعليم يغيب فيه عنصر التأثير بالمعلم.
- هذا النوع من التعليم يصعب فيه اكتشاف مواهب الطلاب.
- يتعذر على الطلاب تنمية قدراتهم في الكلام
- التعليم الرقمي يولد الملل لدى كل من المعلم والمتعلم بسبب جلوسهم طوال الوقت مقابل الشاشة.

- المعاناة من ضعف الأنترنت في بعض الأحيان .
- في بعض الأحيان يصطدم الطلاب بمصادر علمية غير صحيحة مما يولد لديهم تشويشا .
- غياب المصداقية لدى الطلاب أثناء تهرهم من عدم حضور الدروس بسبب ضعف الأنترنت او عدم توفرها أصلا أو حتى عدم امتلاكهم للجهاز .
- غياب مصداقية إنجاز المشاريع التي يقدمها المعلم للطلاب ، ذلك أنه يمكن لأي شخص أن ينوب عن الطالب في إنجاز المشروع .

إنه لمن المهم التعرف على هذه المعوقات والعمل على تجاوزها من خلال تطوير البنية التحتية التكنولوجية وتوفير التدريب والدعم اللازم للأساتذة والطلبة كما يجب أن يتم توجيه الجهود لتحقيق الوصول الشامل والتكامل المتوازن بين التعليم الرقمي والتعليم التقليدي لتحقيق أقصى استفادة من التكنولوجيا في العملية التعليمية .

خاتمة :

في ختامنا حول رهانات التعليم الرقمي في جامعة الجامعة الجزائرية عموما ، وجامعة العربي بن مهيدي خصوصا ، يمكننا أن نستنتج أنه بالرغم من المزايا والفرص التي يوفرها التعليم الرقمي ، فإن هناك تحديات ورهانات يجب أن نواجهها ونتعامل معها بشكل فعال ، فالتعليم الرقمي يمكن أن يكون أداة فعالة لتحقيق تجربة تعليمية مبتكرة وشاملة ، يتطلب الأمر جهودا مستمرة لتطوير وتحسين التعليم الرقمي بناء على أفضل الممارسات والتطورات التكنولوجية الحديثة ، فالتعليم الرقمي يتطلب تنمية البنية التحتية التكنولوجية ، وتوفير التدريب والدعم المناسبين ، وتصميم محتوى جودة ، وتعزيز التواصل والتفاعل ، وتحفيز اهتمامهم في عملية التعلم .

قائمة المراجع :

1. الدرج محمد ، مدخل الى علم التدريس تحليل العملية التعليمية ، قصر الكتاب ، 2000.
2. مازن عبد الهادي الشمري ، نظريات التعلم والعمليات العقلية ، دار الكتب العلمية ، 1971 .
3. شوقي ضيف ، المعجم الوسيط ، مجمع اللغة العربية ، 2004 ، ط 4 .
4. سعدي فاطمة ، دور الوسائط الالكترونية في تعليم اللغة العربية ، مخبر المعالجة الآلية للغة العربية ، 2018 ، المجلد 5 ، العدد 14 .
5. الاحمري سعدية ، التعليم الالكتروني ، وزارة التربية ، 2015 .
6. النوايسة اديب ، الاستخدامات التربوية لتكنولوجيا التعليم ، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ، 2007 .
7. مورل مايكل ، سلى جريكير ، التعليم عن بعد ، الدار الاكاديمية للعلوم ، 2009 .
8. التعليم الالكتروني الرقمي ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، 2009 .
9. عطار عيسى ، معوقات تطبيق التعليم الالكتروني في الجامعة الجزائرية .
10. اسماعيل الغريب زاهر ، التعليم الالكتروني من التطبيق اتلى الاحتراف والجودة ، عالم الكتب ، 2009 .
11. رحيم يونس كرو العزاوي ، مقدمة في منهج البحث العلمي ، دار دجلة ، 2008 ، ط 1 .

الإقتصاد البنفسجي (الأرجواني) في المكتبات الجامعية الفلسطينية: درجة تبنيه، وتحديات الوصول إلى التنمية المستدامة، من وجهة نظر العاملين فيها

The Purple Economy in Palestinian University Libraries: The Degree of Its Adoption, and the Challenges of Achieving Sustainable Development, from the Viewpoint of its Employees

د. ابراهيم خليل خضر/ استاذ مشارك

جامعة فلسطين التقنية - خضوري/ كلية الآداب والعلوم التربوية

المُلخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الإقتصاد البنفسجي (الأرجواني) في المكتبات الجامعية الفلسطينية: درجة تبنيه، وتحديات الوصول إلى التنمية المستدامة، من وجهة نظر العاملين بهذه المكتبات، وقد تكون مجتمع الدراسة من العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية، موزعين على ثلاث مناطق وهي: (الداخل المحتل عام 1948، والضفة الغربية، وقطاع غزة). ولتحقيق أهداف الدراسة صمم إستبيان خاص بها، وتم التحقق من صدقه وثباته. تمّ اختيار عيّنة عشوائية مكوّنة من (282) فرداً، وزع عليهم استبيان إلكترونية مكونة من ثلاث مجالات: الأول يتعلق بالمعلومات الشخصية (الجنس، المنطقة، التخصص)، والثاني يتكون من 20 فقرة تتعلق بدرجة تبني الإقتصاد البنفسجي وأغراضه، والثالث يتكون من 15 فقرة تتعلق بالتحديات التي تواجه المكتبات الجامعية في تبني الإقتصاد البنفسجي، استرجع منها 262 استبيان، وكان 7 استبيانات غير صالحة لأغراض التحليل الإحصائي، و255 صالحة لأغراض التحليل

تعزى للمتغيرات: ($\alpha \leq 0.05$) بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة احصائية في درجة تبني الإقتصاد البنفسجي عند مستوى الدلالة

(المنطقة، والتخصص) لصالح الأرض المحتلة عام (1948)، ولصالح الإدارة والإقتصاد فيما يتعلق بالتخصص، وعدم وجود فروق تعزى لمتغير (الجنس). وبينت النتائج ايضاً أن الدرجة الكلية لتقديرات ($\alpha \leq 0.05$) ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

المستجيبين من أفراد عينة الدراسة لتبني الإقتصاد البنفسجي وأغراضه، ومواجهة تحديات تبنيه، كانت بدرجة تقدير منخفضة.

مصطلحات الدراسة: الإقتصاد البنفسجي، التنمية المستدامة، المكتبات الجامعية، البعد الثقافي، التبني، العاملين في المكتبات.

Abstract:

This study aimed to identify the purple economy in Palestinian university libraries: the degree of its adoption, and the challenges of achieving sustainable development, from the point of view of those working in these libraries. The occupied interior in 1948, the West Bank, and the Gaza Strip). To achieve the objectives of the study, a questionnaire was designed for it, and its validity and reliability were verified. A random sample consisting of (282) individuals was selected. An electronic questionnaire consisting of three areas was distributed to them: the first is related to personal information (gender, region, specialty), the second consists of 20 items related to the degree of adoption of the purple economy and its purposes, and the third consists of 15 items related to With the challenges facing university libraries in adopting the purple economy, 262 questionnaires were retrieved from them, and 7 questionnaires were not valid for the purposes of statistical analysis, and 255 were valid for analysis purposes.

The results showed that there were statistically significant differences in the degree of adoption of the purple economy at the level of significance: ($\alpha \leq 0.05$) due to the variables:

(Region, specialization) in favor of the occupied territories in (1948), and in favor of administration and economics with regard to specialization, and there were no statistically significant differences at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) due to the variable (sex). The results also showed that the overall score of the study sample respondents' estimates of adopting the purple economy and its purposes, and facing the challenges of adopting it, was of a low degree.

Keywords: purple economy, sustainable development, university libraries, cultural dimension, adoption, library workers.

المقدمة:

يعتبر الإقتصاد البنفسجي في المكتبات الجامعية من المواضيع التي لم يبحر بها أساتذة الجامعات المتخصصين والباحثين في علم المكتبات والمعلومات. فالإقتصاد البنفسجي يعتبر تحالفا ما بين الإقتصاد والثقافة؛ للتوفيق بين التنمية الاقتصادية والاستدامة، إذ يؤكد على ضرورة إضفاء الطابع الإنساني بين العولمة واستخدام الثقافة، بحيث تسهم وتساعد في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة؛ من خلال (Tripathi, D, & Jaiswal, 2019). تثمين العائد الثقافي للسلع والخدمات

إن الإقتصاد البنفسجي يحمل بين طياته قيماً ترتبط ارتباطاً وثيقاً بثقافة المجتمع؛ مما يحقق استجابة وتفاعل الإنسان؛ فتكون بذلك الثقافة خادمة للاقتصاد وموصلة لأهدافه (غوال، وبلهادف، 2020). وقد ظهر هذا المفهوم في فرنسا عام 2011 في صحيفة لوموند الفرنسية من خلال جمعية "ديفيسيوم"، التي نظمت في باريس أول منتدى دولي حول الإقتصاد البنفسجي تحت رعاية كل (Ilkharacan, 2016) من منظمة اليونيسكو والاتحاد الأوروبي

إن الاقتصاد البنفسجي يدل على الاقتصاد الذي يستدعي العوامل الثقافية لتأخذ مكانتها ضمن العوامل التي لها أثر في توجيه الاقتصاد وتحقيق أهداف الرفاه والتنمية (مالك، 2019). كما أن التغيرات على الساحة الدولية تؤكد فشل المخططات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية التي تسطر في منأى عن العوامل الثقافية. إن الإنسان كائن متعدد الثقافات، والتي يتدخل في بنائه عامل العقيدة)، مما يحتم على المكتبات الجامعية إستدعاء كل العوامل التي لها أثر في Ouail, & Ouadi, 2020 والانتماء الحضاري (والتقاليد المجتمعية في الاستقطاب. يقول الاقتصادي الياباني يوشهارا كيونيو "إن أحد أسباب تطور اليابان هو أنها تملك ثقافة مناسبة لذلك " وأن الدول المتقدمة، تمتلك ثقافة مناسبة للتطور حكومة وشعبا، قيادة وقاعدة من رأس المثلث إلى قاعدته، وهذا من أسرار تطورها (قوراية، 2020). إن التغيرات التي فرضتها الساحة الدولية في ظل العولة، تؤكد فشل المخططات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية التي تُسطر بمنأى عن العوامل الثقافية؛ لذا يقوم الاقتصاد البنفسجي على استدعاء العوامل الثقافية؛ لتأخذ مكانتها ضمن العوامل المؤثرة في توجيه الاقتصاد، وتحقيق أهداف الرفاهية والتنمية (صالي، 2021). مشكلة الدراسة وأسئلتها: جاءت هذه الدراسة لمعرفة درجة تبني مفهوم الإقتصاد البنفسجي(الأرجواني) في المكتبات الجامعية الفلسطينية، وتحديات الوصول إلى التنمية المستدامة من وجهة نظر العاملين فيها، وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة الآتية:

الأول: ما درجة تبني العاملين في المكتبات الجامعية في فلسطين للإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم؟

الثاني: ما أغراض تبني العاملين في المكتبات الجامعية في فلسطين للإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم؟

، بين المتوسطات الحسابية ($a \leq 0.05$) الثالث: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

لتقديرات تبني الإقتصاد البنفسجي في المكتبات الجامعية في فلسطين من وجهة نظر العاملين فيها، تعزى للمتغيرات: (الجنس، والمنطقة، والتخصص).

الرابع: ما التحديات التي تواجه العاملين في المكتبات الجامعية في فلسطين في تبني الإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم؟

، بين المتوسطات الحسابية ($a \leq 0.05$) الخامس: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

لتقديرات تحديات الوصول إلى التنمية المستدامة، التي تواجه العاملين في المكتبات الجامعية في فلسطين من وجهة نظرهم، تعزى للمتغيرات: (الجنس، والمنطقة، والتخصص).

أهداف الدراسة:

إن الهدف العام من هذه الدراسة: هو تسليط الضوء على الإقتصاد البنفسجي كركيزه من أهم ركائز التنمية المستدامة التي تركز على الجانب الثقافي، ومدى وعي العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية لمفهوم وأهمية الإقتصاد البنفسجي، ومدى متابعتهم لهذا التطور، واستعدادهم لتبني الإقتصادي البنفسجي في مكتباتهم، فمن هذا الهدف، سعت هذه الدراسة إلى:

أولاً: محاولة تقديم صورة واضحة عن الإقتصاد البنفسجي (الأرجواني) في المكتبات الجامعية الفلسطينية: درجة تبنيه، وتحديات الوصول إلى التنمية المستدامة، من وجهة نظر العاملين فيها، بهدف الإرتقاء بوعيهم بأهميته.

ثانياً: تسليط الضوء على التحديات التي تواجه العاملين في المكتبات الجامعية في فلسطين من تبني الإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم؛ بهدف تقديم التوصيات التي قد تساعد في التغلب على هذه التحديات وبالتالي تسهيل عمليات التبني.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في:

أولاً: أهمية الإقتصاد البنفسجي ذاته، كونه أصبح من أحدث المواضيع في علم المكتبات والمعلومات، والتي يكاد الجزم بأنه لا يوجد على مستوى العالم أي دراسة علمية منشورة تتناول الإقتصاد البنفسجي لأي نوع من أنواع المكتبات بوجه عام وفي فلسطين على وجه الخصوص على حد علم الباحث.

ثانياً: توضيح مفهوم الإقتصاد البنفسجي وأبعاده الثقافية والإجتماعية، كمجال تفاعلي بين أفراد المجتمع، خاصة اذا ما تعلق الأمر بالمكتبات بشكل عام، والمكتبات الجامعية على وجه الخصوص.

ثالثاً: معرفة الدور الإيجابي الذي ممكن ان يلعبه تبني الإقتصاد البنفسجي في المكتبات الجامعية، من خلال إبراز أهمية الإقتصاد البنفسجي في تحقيق التنمية المستدامة.

رابعاً: معرفة التحديات التي تواجه تبني الإقتصاد البنفسجي في المكتبات الجامعية في فلسطين.

خامساً: إفادة جهات مختلفة كأصحاب القرار من خلال تعزيز الوعي بضرورة تبني الإقتصاد البنفسجي، كما قد تفيد المكتبات الجامعية؛ لإستحداث استراتيجيات تساعد في تبني الإقتصاد البنفسجي فيها بشكل خاص، وانواع المكتبات الأخرى بوجه عام، كما يمكن أن يستفيد الباحثون من هذه الدراسة من خلال القيام بدراسات علمية مشابهة في دول أخرى لتسليط الضوء على هذا الموضوع بشكل أوضح.

مصطلحات الدراسة:

تشتمل مصطلحات هذه الدراسة على:

وهو أحد Purple Economy أولاً: الإقتصاد البنفسجي؛ هو ذاته الإقتصاد الأرجواني أو بالإنجليزية المكونات الثلاثة للإقتصاد المستديم، (الإقتصاد: الاجتماعي، والبيئي، والبنفسجي)، للإقتصاد البيئي والاجتماعي يتضح من تسميتها، مجال اهتمام كل منهما، فالأول في قضايا البيئة، والثاني في قضايا المجتمع، أما الإقتصاد البنفسجي: فهو مجال اقتصادي يسهم في التنمية المستدامة من خلال زيادة الاعتبار وتثمين العائد الثقافي للسلع والخدمات، والإقتصاد البنفسجي يراعي ويركز على البعد الثقافي). (Santosh, 2018) عن اقتصاد الثقافة الذي يعتبر قطاعاً بحد ذاته

ثانياً: التنمية المستدامة: تعني تلبية احتياجات الأجيال الحاضرة، وتمكينها الفعلي من الانتفاع بالتنمية الاقتصادية، مع عدم المساس بحقوق الأجيال القادمة تطبيقاً لمبدأ الإنصاف بين الأجيال؛ اي الترابط بين الأجيال(عويوي، 2022).

ثالثاً: المكتبات الجامعية: هي تلك المكتبات التي تنشأ وتمول وتدار من قبل الجامعات او مؤسسات التعليم العالي وتقدم خدماتها لجميع المستفيدين بأشراف مجموعة من الأشخاص المتخصصين مكتبياً وادارياً وتمتاز بأنها مفتوحة النهايات لأن المعرفة لا تتوقف عند حد معين وشموليتها تجميع الكتب المختلفة بكافة فروع المعرفة البشرية، وهي مؤسسة علمية ثقافية تربوية اجتماعية تهدف إلى جمع مصادر المعلومات وتنميتها بالطرق المختلفة الشراء والإهداء

والتبادل والإبداع وتنظيمها وفهرستها وتصنيفها وترتيبها على الرفوف واسترجاعها بأقصر وقت ممكن وتقديمها إلى المجتمع المستفيدين (محمد، 2022).

رابعاً: البعد الثقافي: هو بُعداً رابعاً يضاف للأبعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية التي يبنى عليها مفهوم التنمية المستدامة، الذي يضع الفرد في قلب إهتمامات العملية الاقتصادية، فلا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال المرور عبر البعد الثقافي، والذي بدوره يسمح بنشر مبادئ التنمية المستدامة، والمسؤولية البيئية والاجتماعية، من خلال الاحتكاك الكائن بين الثقافات المختلفة من زاوية تعدد وتنوع الثقافات (محمد، 2016).

خامساً: التبني: يستخدم هذا المصطلح مجازاً؛ بمعنى التأسيس والتنمية والإعتماد؛ أي الأخذ به في مجال عمل معين أو في اتباع سياسة معينة؛ بحيث يُمكن هذا التبني تحقيق أهداف معينة وتجاوز تحديات معينة (الباحث).

سادساً: العاملين في المكتبات: هم الأشخاص خبيري المعلومات المدربين على أعمال تخص المكتبات والمعلومات، وهم أيضاً المسؤولين عن خدمات المعلومات، والتي تتمثل في الأنشطة والعمليات الفنية التي تتم داخل المكتبة؛ من أجل توفير المعلومات المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب، وتقتضي طبيعة عملهم خدمة المستفيدين، وتوفير توعية بمصادر المعلومات الحديثة، إذ يتطور دورهم باستمرار؛ لتلبية الاحتياجات: التعليمية، والثقافية، والبحثية، والاجتماعية، والتكنولوجية (الديبس، 2004).

حدود الدراسة ومحدداتها:

تتمثل حدود الدراسة بما يأتي:

أولاً: الحدود الموضوعية: تمثلت في الإقتصاد البنفسجي (الأرجواني).

ثانياً: الحدود البشرية: تمثلت في العاملين في المكتبات الجامعات الفلسطينية.

ثالثاً: الحدود الزمنية: تمثلت في الفترة الزمنية من 2022/4/1 – 2023/4/1.

رابعاً: الحدود الجغرافية: جميع المكتبات الجامعية على كافة الأراضي الفلسطينية المحتلة، موزعة إلى ثلاث مناطق وهي: (الداخل المحتل عام 1948، والضفة الغربية، وقطاع غزة).

وتحددت نتائج الدراسة بطبيعة مجتمعها، وعينتها، وأداتها، ومعالجتها الإحصائية، ونتائجها.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

دراسة (بن موسى، 2021)، بعنوان "الإقتصاد البنفسجي والتنمية المستدامة – تجارب دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية" هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الإمكانيات الاقتصادية والاجتماعية للاقتصاد البنفسجي التي يمكن أن تخدم التنمية المستدامة مع التعرض إلى تجارب دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية باعتبارها رائدة الاقتصاد البنفسجي في العالم لاستخلاص دروس يمكن الاستفادة منها في بناء إستراتيجية وطنية تعزز مكانة الاقتصاد البنفسجي. خلصت الدراسة إلى أن الاقتصاد البنفسجي، بفضل الصناعات الثقافية والإبداعية، يمتلك من الإمكانيات ما يمكنها من تعزيز التنمية المستدامة، وهو ما دفع دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية إلى تشجيع نمو الصناعات الثقافية والإبداعية.

دراسة (كزيز، وكزيز (2021)، بعنوان " آليات تفعيل الإقتصاد البنفسجي في المدرسة الخضراء-دراسة تحليلية" يمر المجتمع بفترات تغيير على عدة مستويات، لا سيما في الشرق الأوسط المجال التعليمي والاقتصادي، والتي تضم العديد من مجالات الاقتصاد: مثل الاقتصاد الأزرق والأخضر والبنفسجي ... والبنفسجي، وبحكم ظهوره الحديث في مجال الدراسات العلمية، فإنه يعبر عن مجمل محددات الثقافة ومساهماتها في تنمية المجتمع الذي يمكن ربطه بالمدرسة الخضراء التي تقع في جزء منه في المجال الأخضر، وبالتالي فإن الترابط كان الهدف الرئيسي من هذه الدراسة بحكم عدم ربط الدراسات بين هذين المجالين، وبناءً عليه توصلت الباحثتان إلى استنتاج مفاده أن تحتاج المدرسة الخضراء إلى مجال تطوير ثقافي معياري وأخلاقي يعبر عن الاقتصاد الأرجواني، في تطوير جوانبه البيئية، العلمية والتعليمية.

دراسة (بلبشير قورايه وآخرون، 2020) بعنوان " الإقتصاد البنفسجي، الأهداف والفرص" تناولت الدراسة الإطار التنظيري الخاص بالإقتصاد البنفسجي من حيث المفهوم ، وتناولت بعض المصطلحات ذات الصلة بالإقتصاد البنفسجي، والأهداف والفرص الخاصة بالإقتصاد البنفسجي، كما ساهمت الدراسة في تقديم دور الثقافة في الإقتصاد على وجه العموم والإقتصاد البنفسجي على وجه الخصوص.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

(. بعنوان " الاقتصاد الأرجواني، الرؤية الاقتصادية للثقافة في المملكة العربية (Lawind, 2022)دراسة السعودية، هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الاقتصاد الأرجواني في المملكة العربية السعودية كأحد أنواع الاقتصاد الذي يعتبر ركيزة أساسية للتنمية الاقتصادية لجميع الدول، وأشارت الدراسة إلى أن الإقتصاد البنفسجي أو مايسمى بالاقتصاد المتكامل مع الثقافة واللون الأرجواني هو رمز الإبداع الذي سمي عليه لأول مرة في فرنسا، ومن هنا بدأت الأهمية في هذا النوع من الاقتصاد في جميع البلدان ووصلت إلى المملكة العربية السعودية باعتبارها بلدًا نفطيًا واقتصاديًا متناميًا يحاول الانفتاح والتوسع ليشمل كل التطور الاقتصادي والنمو، وأشارت أيضا إلى أن القطاع الثقافي يساهم في 3٪ من الناتج المحلي الإجمالي، كما أن المملكة العربية السعودية لديها 16 فرعاً ثقافياً يديرها 11 مكتبا لتسهيل عمل هذه الفروع.

(. الاقتصاد الأرجواني - قضية وضع اقتصاديات الرعاية في قلب التنمية (Ilkcaracan, 2018) دراسة المستدامة، تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الإقتصاد البنفسجي القائم على المساواة بين الجنسين وتوفير مسارا ؛ لتقديم حجة مقنعة Ipek Ilkcaracan Purple Economy للنمو الشامل والمستدام، يعتمد على نموذج للإستثمار في اقتصاد الرعاية في أوروبا كجزء من إستراتيجية تنمية مستدامة تطلعية وطويلة الأجل، تقترح الدراسة مجموعة من التوصيات وتؤكد على وجوب مراعاة النوع الاجتماعي في سياسات الاقتصاد البنفسجي.

. هدفت هذه الدراسة إلى تأسيس أول مجموعة عمل مشتركة بين (AI) (Hassan, etal, 2013)دراسة المؤسسات، تُعنى بالإقتصاد الأرجواني؛ نتيجة لتزايد أهمية المكونات الثقافية التي تساهم في العديد من العوامل الظاهرة في الثقافة الأفقية، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج كان أهمها إعادة التفكير في الاستراتيجيات بإستخدام أدوات مفاهيمية وتشغيلية جديدة؛ لأن هذا التطور ليس اقتصاديًا فقط، بل إنه أيضًا ثقافي

يسير جنباً إلى جنب مع تنوع الثقافات، كما توصلت أنه يجب أن تكون الثقافة اليوم أكثر من أي وقت مضى حافزاً لجميع الأنشطة البشرية، وتوصلت أيضاً إلى أن إنتاج الثقافة بدرجات متفاوتة؛ كان سببه عدم التعرف على هذه التدفقات الثقافية التي تروى من الإقتصاد البنفسجي.

يلاحظ من الدراسات السابقة أنه لا يوجد أي دراسة قد تناولت الإقتصاد البنفسجي في أي نوع من أنواع المكتبات على حد علم الباحث، وعليه تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في موضوعها الفرعي، وفي مجتمعها، وعينتها، وأداتها، ومجالاتها، ونتائجها، وزمانها الذي طبقت فيه.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من العاملين في المكتبات الجامعية في فلسطين، وقد اختير منهم عينة عشوائية، بلغ عدد أفرادها 282 من العاملين، استجاب منهم 262، في حين تم استبعاد 7 استبيانات؛ لوجود خلل فيها، وكان الصالح منها 255 استبيان، والجدول رقم (1) يبين توزيع أفراد الدراسة، تبعاً لمتغيرات الدراسة: (الجنس، والمنطقة، والتخصص):

جدول (1) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغيرات الدراسة: (الجنس، والمنطقة، والتخصص).

المتغير	الفئات	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	64	25.09%
	انثى	191	74.91%
	الكلي	255	100%
المنطقة	فلسطين المحتلة (1948)	72	28.2%
	الضفة الغربية	102	40%
	قطاع غزة	81	31.8%
	الكلي	255	100%
التخصص	علم المكتبات والمعلومات	38	14.9%
	علم الحاسوب	61	23.9%
	الإدارة والإقتصاد	51	20%
	اللغات	33	12.9%
	أخرى	72	28.3%
	الكلي	255	100%

يبين الجدول (1)، أن غالبية أفراد الدراسة هم من الإناث بنسبة 74.91%، وهذه النتيجة طبيعية إذ تتوافق مع طبيعة العاملين في المكتبات بشكل عام، وفي مناطق فلسطين، فإن الضفة الغربية مثلت الغالبية، بنسبة 40% والتي تعتبر أيضاً نتيجة طبيعية؛ إذ أفادت تقديرات الإحصاء الفلسطيني بأن عدد سكان الضفة الغربية 3.2 مليون نسمة، وفي قطاع غزة 2.1 مليون نسمة، وفي أراضي المنطقة المحتلة عام (1948) 1.7 مليون نسمة (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2022). وفيما يتعلق بالتخصص، فإن تخصصات أخرى قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 28.3%، وتدلل هذه النسبة على تشكيلة غير فعالة، إذ نجد أن تخصص علم المكتبات والمعلومات لا يشكل النسبة المقبولة، إذ كانت النسبة 14.9، ومن الإدارة والإقتصاد بنسبة 20%.

أداة الدراسة:

، طور (Lawind, 2020) من خلال مراجعة الأدب المنشور، وأهداف الدراسة وأسئلتها، وبالإفادة من دراسة إستبيان تكون من ثلاثة محاور، (35 فقرة)، على النحو الآتي:

الأول: إشمتم على البيانات الشخصية: (الجنس، المنطقة، التخصص).

الثاني: إشمتم على درجة تبني الإقتصاد البنفسجي وأعراضه، (20 فقرة).

الثالث: إشمتم على التحديات التي تواجه المكتبات الجامعية، لتبني الإقتصاد البنفسجي، (15 فقرة).

صدق أداة الدراسة وثباتها:

للتحقق من صدق أداة الدراسة، تم عرضها على ثلاث متخصصين في علم المكتبات والمعلومات، وإثنان متخصصان في علم الحاسوب، وإثنان في مجال الإدارة والإقتصاد. وقد تم الأخذ بملاحظاتهم، وتم تعديل الفقرات بناء على تلك الملاحظات. وللتحقق من ثبات أداة الدراسة، استخرجت معاملات الثبات (الإتساق الداخلي)- كرونباخ الفاء، ويتضح ثبات الأداة في جدول رقم (2):

جدول (2) يبين معاملات الإتساق الداخلي لأداة الدراسة وفق معادلة كرونباخ الفاء.

المحور	معامل الفاء
درجة تبني الإقتصاد البنفسجي في المكتبات الجامعية الفلسطينية.	0.82
التحديات التي تواجه تبني الإقتصاد البنفسجي في المكتبات الجامعية الفلسطينية.	0.84

تصحيح أداة الدراسة:

صمم إستبيان خاص؛ للإجابة عن فقرات الدراسة وفق التدرج الخماسي، حيث أعطي للإجابة موافق بشده خمس درجات، وللإجابة موافق أربع درجات، ومحايد ثلاث درجات، وللإجابة أعارض درجتان، ودرجة واحدة للإجابة أعارض بشده، وتم أيضاً إعتداد مقياس تقسيم الدرجات من 1-2.33 درجة تقدير منخفضة، ومن 2.43-3.67 درجة تقدير متوسطة، ومن 3.68-5.00 درجة تقدير مرتفعة.

المعالجة الإحصائية:

أولاً: تم إستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابة عن الأسئلة: (الأول والثاني والثالث).

ثانياً: تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الثلاثي واختبار شفيه للإجابة عن السؤال الرابع.

ثالثاً: تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الثلاثي للإجابة عن السؤال الخامس. نتائج الدراسة ومناقشتها:

السؤال الأول: ما درجة تبني العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية للإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم؟

استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، للإجابة عن هذا السؤال، والجدول رقم(3) يوضح ذلك:

جدول (3) يبين ما درجة تبني العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية للإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم؟ مرتبة تنازلياً وفقاً لمحاو الدراسة.

الترتيب	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	لدى المكتبة، معرفة ودراية كافية بمفهوم الإقتصاد البنفسجي.	2.25	1.51	منخفضة
2	لدى المكتبة، معرفة ودراية بالامتيازات التي يمنحها تبني أطر الإقتصاد البنفسجي.	2.22	1.45	منخفضة
3	المكتبة، واعية لأهمية الإقتصاد البنفسجي في دفع عجلة التنمية المستدامة.	2.21	1.09	منخفضة
4	المكتبة، تقيم دورات تدريبية وندوات وورش عمل خاصة لمعرفة مفهوم الإقتصاد البنفسجي.	2.15	1.39	منخفضة
5	المكتبة، لديها خطط وآليات وبرامج لتبني الإقتصاد البنفسجي.	1.98	1.29	منخفضة
6	يوجد جوانب إيجابية للعوامة الثقافية يمكن أن تتحقق في ظل تبني مفهوم الإقتصاد البنفسجي بمفهومه الفعلي.	1.80	1.17	منخفضة
7	الإقتصاد البنفسجي يبنى الهوية الوطنية، وإعادة تشكيلها في إطار هوية وشخصية عالمية.	1.72	1.26	منخفضة
8	الإقتصاد البنفسجي يعزز الثقافة والحضارة الوطنية، ويعزز الفرد مع تاريخه الوطني وموروثاته الثقافية.	1.72	1.26	منخفضة
9	الإقتصاد البنفسجي يعزز الخصوصية الوطنية ويحولها إلى كيان قوي ومتماسك.	1.71	1.19	منخفضة
10	الإقتصاد البنفسجي يحقق تنمية البعد البيئي والإجتماعي والإقتصادي.	1.71	1.19	منخفضة
11	الإقتصاد البنفسجي يحقق اقتصاد إبداعي غير مادي يخلق توليفة حقيقية بين كل من الثقافة والإقتصاد.	1.67	1.09	منخفضة

12	الإقتصاد البنفسجي يحقق رقي المجتمع من خلال الدفع بعجلة التنمية المستدامة في ظل احترام ونشر ثقافة الشعوب.	1.63	1.10	منخفضة
13	التحالف بين الإقتصاد والثقافة من شأنه الحفاظ على الهوية وترسيخ مقوماته في ظل العولمة.	1.63	1.10	منخفضة
14	الإقتصاد البنفسجي بمثابة منبر للحوار والتفتح الثقافي والاستفادة من ثقافة الغير، ولتكامل الثقافات.	1.58	1.05	منخفضة
15	الإقتصاد البنفسجي يدفع الناس إلى التحرك والسير في الإصلاح والقضاء على التبعية الثقافية في القيم والعادات، وذلك باستعمال وسائل دعم الهوية الثقافية	1.58	1.05	منخفضة
	الكلية	1.73	1.12	منخفضة

يتضح من جدول (3)، أن الدرجة الكلية لتبني المكتبات الجامعية أفراد عينة الدراسة للإقتصاد البنفسجي كانت بدرجة تقدير منخفضة، وبمتوسط حسابي 1.73، وانحراف معياري 1.12، وأن جميع فقرات التبني قد حصلت على درجات تقدير منخفضة، في حين حل في الترتيب الأخير وبمتوسط حسابي 1.58 وانحراف معياري 1.05 مجال الإقتصاد البنفسجي يدفع الناس إلى التحرك والسير في الإصلاح والقضاء على التبعية الثقافية في القيم والعادات، وذلك باستعمال وسائل دعم الهوية الثقافية استناداً إلى التعاون والتماسك والشعور بالانتماء الصحيح وعدم التعصب، ويؤكد هذه الحقيقة ما نتج عن جميع المجالات بشكل عام، والمجالات (1،2،3) على وجه الخصوص، والتي تؤكد على أن ليس لدى العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية معرفة ودراية كافية بمفهوم الإقتصاد البنفسجي وأهميته؛ وذلك نظراً لحدثة الموضوع في أدبيات الإقتصاد بشكل عام وفي علم المكتبات والمعلومات على وجه الخصوص؛ وهذا بدوره أدى إلى الإعتقاد بأن تبني الإقتصاد البنفسجي، يؤدي إلى تبعية ثقافتهم إلى الثقافات الأجنبية، الأمر الذي سيؤثر سلباً من وجهة نظرهم على الهوية الثقافية، وضعف الإلتزام الوطني، وعلى نبيذ العادات والتقاليد الأصيلة في المجتمع الفلسطيني، وبالتالي إثارة المشكلات الإجتماعية. يرى الباحث من خلال ما سبق أن هناك ضبابية وعدم وضوح لدى العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية لمفهوم الإقتصاد البنفسجي وأهميته، ومدى إنعكاسه بالإيجاب على الجوانب: البيئية والإقتصادية والإجتماعية؛ وبالتالي التمكين من دفع عجلة التنمية المستدامة.

السؤال الثاني: ما أغراض تبني المكتبات الجامعية في فلسطين للإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم؟

جدول (4) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأغراض تبني الإقتصاد البنفسجي مرتبة تنازلياً.

الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	التطور والتأقلم مع كافة المتغيرات.	1.98	1.17	منخفضة
2	المساهمة في إزدهار المجتمع.	1.96	1.16	منخفضة

3	للتعبير عن الموروثات الثقافية.	1.95	1.26	منخفضة
4	التكيف مع الثقافة العالمية	1.89	1.11	منخفضة
5	للوصول إلى إقتصاد مستديم: بيئياً وإجتماعياً وإقتصادياً.	1.82	1.05	منخفضة
	الكلية	1.92	1.15	منخفضة

يتضح من جدول (4)، أن الدرجة الكلية لأغراض تبني الإقتصاد البنفسجي جاءت منخفضة، وبمتوسط حسابي 1.92 وانحراف معياري 1.15، وجاء في الترتيب الأخير فقرة الوصول إلى إقتصاد مستديم، ويدلل ذلك عدم الوعي بالإمكانيات التي يمكن ان يتم تحقيقها؛ نتيجة لتبني الإقتصاد البنفسجي في المكتبات الجامعية الفلسطينية، وقد يعزى ذلك إلى قلة برامج التوعية والإرشاد والدورات التدريبية وورش العمل والمؤتمرات التي توضح الأمور، والتي يمكن أن يتم تحقيقها كنتيجة حتمية جراء تبني الإقتصاد البنفسجي.

، بين المتوسطات ($a < 0.05$) السؤال الثالث: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الحسابية، لتقديرات درجة تبني العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية للإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم، تعزى للمتغيرات: (الجنس، والمنطقة، والتخصص)؟

استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الثلاثي ($2 \times 2 \times 5$)، للإجابة عن هذا السؤال، والجدول ذات الأرقام (5+6+7) توضح ذلك:

جدول (5) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تبني العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية للإقتصاد البنفسجي، وفق متغيرات الدراسة: (الجنس، والمنطقة، والتخصص):

المتغير	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الجنس	ذكر	64	3.41	0.49
	انثى	191	3.52	0.47
	الكلية	255	3.46	0.51
المنطقة	فلسطين المحتلة (1948)	72	3.52	0.45
	الضفة الغربية	102	3.49	0.44
	قطاع غزة	81	3.48	0.44
	الكلية	255	3.51	0.47
التخصص	الإدارة والإقتصاد	38	3.48	0.44
	علم الحاسوب	61	3.47	0.47
	اللغات	51	3.48	0.44
	تخصصات اخرى	33	3.34	0.54
	علم المكتبات والمعلومات	72	3.33	0.54

0.48	3.47	255	الكلي
------	------	-----	-------

يبين جدول (5)، أن هناك فروقا ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، لتقدير أفراد عينة الدراسة لدرجة تبني الإقتصاد البنفسجي، تبعا للمتغيرات (الجنس، المنطقة، التخصص)، ولمعرفة فيما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (النتائج: $a \leq 0.05$)،

تم اجراء تحليل التباين الثلاثي $2 \times 2 \times 5$ ، وفيما يأتي هذه النتائج: (6) يبين درجة تبني العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية للإقتصاد البنفسجي تبعا للمتغيرات: (الجنس، والمنطقة، والتخصص).

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة
الجنس	0.51	1	0.51	2.24	0.135
المنطقة	3.15	1	3.15	13.81	*0.0000
التخصص	2.28	4	0.57	2.50	*0.042
الخطأ	93.58	822	0.23		
الكلي	99.33	834			

* دالة احصائيا.

يتضح من جدول (6) عدم وجود فروق دالة احصائيا في إجابات أفراد عينة الدراسة لدرجة تبني الإقتصاد البنفسجي تعزى لمتغير . ، إذ أن قيمة (ف) كانت 2.24، إذ تعد هذه النتيجة منطوية: $a \leq 0.05$ (الجنس) وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ()

لأن كلا الجنسين يعيشون نفس البيئة الأكاديمية من كافة الجوانب سواء من إدراك المفهوم أو الأهمية أو مواجهة التحديات الخ...، لذا فإن هذه النتيجة قد كانت متوقعة، وليس هناك ما يدعو إلى الإستغراب. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة احصائيا عند

، بين المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد الدراسة حول تبني الإقتصاد البنفسجي، وفقا لمتغيرات ($a \leq 0.05$) مستوى الدلالة

المنطقة، حيث كانت الفروق لصالح المنطقة (فلسطين المحتلة -1948)، كما كانت قيمة (ف) 13.81 ومتوسطهم الحسابي 3.52، بينما كان المتوسط الحسابي لمنطقة الضفة الغربية 3.49، ومنطقة قطاع غزة 3.48، وهذه النتيجة طبيعية ومنطوية؛ لأن فلسطين المحتلة 1948 لديها الكثير من المقومات التي تؤهلها لتبني الإقتصاد البنفسجي أكثر من منطقتي الضفة الغربية وقطاع غزة؛ وهذا يعود إلى اختلاف الثقافة والعادات والتقاليد وطبيعة البيئة الإجتماعية. أما ما يتعلق بالتخصص فقد كانت دالة احصائيا عند مستوى

، حيث كانت قيمة (ف) 2.50، والمتوسط الحسابي 3.47، وللكشف عن الفروق بين قيمة المتغير ($a \leq 0.05$) الدلالة (التخصص)، تم إجراء اختبار شففيه للمقارنات البعدية، والجدول رقم (7) يوضح ذلك:

جدول (7) يبين إجابات أفراد عينة الدراسة عن تبني الإقتصاد البنفسجي تبعاً للمتغير (التخصص)، وفقاً لإختبار شففيه لدلالة الفروق.

التخصص	تخصصات أخرى	اللغات	علم الحاسوب	الإدارة والإقتصاد	علم المعلومات والمكتبات
الإدارة والإقتصاد	-	-	-	-	-
علم الحاسوب	0.16	-	-	-	-
اللغات	0.004	.012	-	-	-
تخصصات أخرى	*.153	*.137	*150	-	-
علم المكتبات والمعلومات	.064	.048	.060	.090	-

* دالة إحصائية.

يتضح من جدول (7) أن تقديرات العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية في تخصصات: (الإدارة والإقتصاد، و علم الحاسوب، واللغات) لتبنيهم الإقتصاد البنفسجي أعلى من تقدير العاملين المتخصصين في: (تخصصات أخرى، و علم المكتبات والمعلومات). إذ كان المتوسط الحسابي للعاملين المتخصصين في الإدارة والإقتصاد 3.48، وللعاملين المتخصصين في علم الحاسوب 3.47، أما المتخصصين في اللغات فقد كان المتوسط الحسابي لديهم 3.48، بينما كان المتوسط الحسابي لتخصصات أخرى، وتخصص علم المكتبات والمعلومات 3.34 و 3.33 على التوالي، وترجع هذه النتيجة إلى طبيعة تخصص الإدارة والإقتصاد، إذ ان الإقتصاد البنفسجي جزءاً لا يتجزء من الإدارة والإقتصاد، وبما أن الإقتصاد البنفسجي موضوع حديث فإن من التخصصات التي يمكن أن تكون سباقه للبحث والتحري عنه، هم المتخصصين في علم الحاسوب؛ لأن هذا التخصص قائم على التكنولوجيا والحداثة أكثر منه في التخصصات الأخرى.

السؤال الرابع: ما التحديات التي تواجه العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية في تبني الإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم؟

جدول (8) يبين ما درجة تبني العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية للإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم؟ مرتبة تنازلياً وفقاً لمحاور الدراسة.

الترتيب	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	المكتبة، لديها الدعم المعنوي والتوجيهات الصريحة من رؤساء الجامعات للعمل على تبني الإقتصاد البنفسجي.	2.04	1.19	منخفضة
2	المكتبة، تنسق بشكل عام مع بعضها البعض، لتبني مفهوم الإقتصاد البنفسجي.	2.02	1.26	منخفضة

منخفضة	1.16	2.00	المكتبة، تقوم بجهود مشتركة، لتبني مفهوم الإقتصاد البنفسجي.	3
منخفضة	1.16	2.00	المكتبة، لديها من الإمكانيات البشرية المتخصصة ما يؤهلها لتبني الإقتصاد البنفسجي.	4
منخفضة	1.17	1.98	المكتبة، لديها من الإمكانيات المادية ما يؤهلها لتبني الإقتصاد البنفسجي.	5
منخفضة	1.16	1.96	المكتبة، لديها من الإمكانيات البرمجية ما يؤهلها لتبني الإقتصاد البنفسجي.	6
منخفضة	1.26	1.95	المكتبة، ليس لديها ما يدعو للخوف على الهوية الوطنية وموروثاتها الثقافية، إذا ما تم إعادة تشكيلها عالمياً.	7
منخفضة	1.11	1.89	المكتبات الجامعية في فلسطين، لا تخشى أن تتأثر الثقافة والحضارة الوطنية في حال تبنيها للإقتصاد البنفسجي.	8
منخفضة	1.05	1.82	المكتبة، لا تخشى على الخصوصية الوطنية جراء تبني الإقتصاد البنفسجي.	9
منخفضة	1.05	1.82	المكتبة، لا تخشى من تيارات العولمة في أن يكون هناك أي وصاية أجنبية.	10
منخفضة	1.10	1.79	المكتبة، لا ترى أي خطر محتمل على الثقافة جراء ترسيخ مقومات الإقتصاد البنفسجي في ظل العولمة.	11
منخفضة	1.05	1.69	المكتبة، لا ترى احتمالية أن يكون هناك مشكلات إجتماعية نتيجةً لتبني الإقتصاد البنفسجي.	12
منخفضة	1.05	1.69	المكتبة، لا تخشى أن يكون هناك تبعية ثقافية؛ نتيجةً لتبني الإقتصاد البنفسجي.	13
منخفضة	1.01	1.52	المكتبة، لا تخشى أن يكون هناك أي تأثير على العادات والتقاليد؛ نتيجةً لتبني الإقتصاد البنفسجي.	14
منخفضة	1.01	1.52	المكتبة، جاهزة للانتقال إلى الإقتصاد البنفسجي.	15
منخفضة	1.12	1.84	الكلية	

يتضح من جدول (8)، أن الدرجة الكلية لمواجهة تحديات تبني الإقتصاد البنفسجي في المكتبات الجامعية أفراد عينة الدراسة كانت بدرجة تقدير منخفضة، وبمتوسط حسابي 1.84، وانحراف معياري 1.12، وأن جميع فقرات مواجهة التحديات قد حصلت على درجات تقدير منخفضة، في حين حل في الترتيب الأخير وبمتوسط حسابي 1.52 وانحراف معياري 1.05 مجال المكتبات الجامعية في فلسطين جاهزة للانتقال إلى الإقتصاد البنفسجي؛ مما يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن المكتبات الجامعية في فلسطين غير جاهزة بعد للانتقال إلى الإقتصاد

البنفسجي وهو بعيد جدا عن التركيز على التعبئة الثقافية وتنمية دورها لتحقيق الاستجابة لمتطلبات التطور وضمان حلول أكثر جاذبية لما تتخبط فيه فلسطين من عوائق تحول دون مواجهة التحديات من أجل الوصول إلى التنمية المستدامة؛ وهذا يدل على أن الاقتصاد الفلسطيني برمته غير جاهز حاليا لتبني الفكر الحديث القائم على إدراج الجانب الثقافي والتركيز على التعبئة الثقافية وتنمية دورها لتحقيق الاستجابة لمتطلبات التطور وضمان حلول أكثر جاذبية، لما تتخبط فيه فلسطين بسبب الإحتلال الإسرائيلي من عوائق تحول دون تحقيقها للتنمية المستدامة. كما يدل على أن هناك ضبابية فيما يتعلق بالعلاقة بين الاقتصاد والثقافة والتنمية المستدامة، وعدم الإدراك بأن الإقتصاد البنفسجي يؤثر في الثقافة ويتأثرها، وأن الاقتصاد البنفسجي يشمل جميع المؤسسات الموجودة في الدولة سواء كانت اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو إقتصادية. ويرى الباحث أن جل ذلك يعود إلى ثقافة الدولة التي تحدد وجهتها وسياستها الخارجية قبل أن تكون ثقافة مواطن، وهي ترتبط ارتباطا وثيقا بالجانب الاقتصادي والذي يعتبر غاية في الأهمية حيث يعكس مدى التماسك الاجتماعي للدولة وخاصة عندما تعبر عن موروثاتها الثقافية.

، بين المتوسطات ($\alpha \leq 0.05$) السؤال الخامس: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الحسابية لتقديرات التحديات التي تواجه المكتبات الجامعية في فلسطين حول تبني الإقتصاد البنفسجي من وجهة نظرهم، تعزى للمتغيرات: (الجنس، والمنطقة، والتخصص)؟

استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الثلاثي ($2 \times 2 \times 5$)، للإجابة عن هذا السؤال، والجدول رقم (9+10) يوضحان ذلك:

الجدول (9) يبين تقدير التحديات التي تواجه العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية، تبعا للمتغيرات: (الجنس، المنطقة، التخصص).

المتغير	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الجنس	ذكر	64	2.83	0.49
	انثى	191	2.99	0.47
المنطقة	الكلية	255	2.86	480.
	فلسطين المحتلة (1948)	72	2.88	0.45
	الضفة الغربية	102	2.88	0.44
	قطاع غزة	81	2.76	0.44
التخصص	الكلية	255	482.	440.
	الإدارة والإقتصاد	38	2.90	0.44
	علم الحاسوب	61	2.82	0.47
	اللغات	51	2.87	0.44
	تخصصات أخرى	33	2.83	0.54
	علم المكتبات والمعلومات	72	2.99	0.54

60.4	882.	255	الكلي
------	------	-----	-------

يبين جدول (9)، أن هناك فروقا ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، لتقدير أفراد الدراسة لتحديات تبني الإقتصاد البنفسجي في ($\alpha \leq 0.05$) المكتبات الجامعية الفلسطينية، ولمعرفة فيما اذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

تبعاً للمتغيرات: (الجنس، المنطقة، التخصص)، إستخدم تحليل التباين الثلاثي $2 \times 2 \times 5$ ، وفيما يأتي هذه النتائج: جدول (10) يبين إجابات العاملين في المكتبات الجامعية حول التحديات التي تواجههم في تبني الإقتصاد البنفسجي تبعاً للمتغيرات: (الجنس، المنطقة، التخصص).

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة
الجنس	1.71	1	1.71	3.29	0.070
المنطقة	0.01	1	0.01	0.03	869.0
التخصص	2.13	4	0.53	1.02	0.395
الخطأ	213.97	252	0.52		
الكلي	217.90	255			

يتضح من جدول (10) عدم وجود فروق دالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة لمواجهة تحديات تبني الإقتصاد البنفسجي، تعزى لأي من المتغيرات: (الجنس، المنطقة التخصص)، إذ أن قيمة (ف) في متغير الجنس كانت ($\alpha \leq 0.05$) عند مستوى الدلالة

3.29 ومستوى الدلالة 0.07، اما متغير المنطقة فقد كانت قيمة (ف) 0.03 ومستوى الدلالة 0.86، في حين كانت قيمة (ف) في متغير التخصص 1.02 ومستوى الدلالة 0.39، إذ أن هذه النتيجة تثير نوع من الإستغراب؛ لأن في سؤال تبني الإقتصاد البنفسجي كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مجال المنطقة ولصالح منطقة فلسطين المحتلة عام 1948، وقد علل ذلك بسبب أن فلسطين المحتلة 1948 لديها الكثير من المقومات التي تؤهلها لتبني الإقتصاد البنفسجي أكثر من منطقتي الضفة الغربية وقطاع غزة؛ وهذا يعود إلى اختلاف الثقافة والعادات والتقاليد وطبيعة البيئة الإجتماعية؛ وقد يعزى ذلك إلى عدم استجابة المحتل الإسرائيلي إلى الكثير من حاجيات المجتمع الفلسطيني في فلسطين المحتلة عام 1948؛ لجعل المجتمع الإسرائيلي أكثر منه تطوراً وانفتاحاً على العالم، الأمر الذي يقلل من قدراتهم سواء المادية أو البشرية أو البرمجية لمواجهة التحديات في تبني الإقتصاد البنفسجي، كذلك فقد كان تقديرات العاملين في المكتبات الجامعية الفلسطينية في تخصصات: (الإدارة والإقتصاد، وعلم الحاسوب، واللغات) لتبنيهم الإقتصاد البنفسجي أعلى من تقدير العاملين المتخصصين في: (تخصصات أخرى، وعلم المكتبات والمعلومات)، وقد علل ذلك بسبب طبيعة تخصص الإدارة والإقتصاد، إذ ان الإقتصاد البنفسجي جزءاً لا يتجزأ من الإدارة والإقتصاد، وبما أن الإقتصاد البنفسجي موضوع حديث فإن من التخصصات التي ممكن أن تكون سباقه للبحث والتحري عنه، هم المتخصصين في علم الحاسوب؛ لأن هذا التخصص قائم على التكنولوجيا والحدثة أكثر منه في

التخصصات الأخرى، فقد يعزى سبب عدم وجود فروق دالة احصائياً بخلاف تبني الإقتصاد البنفسجي، إلى ذات التحديات المجتمعية والمادية والبرمجية التي تواجه جميع التخصصات بنفس الدرجة.

خاتمة الدراسة:

إن الإقتصاد البنفسجي لا يزال يحتاج إلى المزيد من الدراسات النظرية والتطبيقية العميقة؛ لفهم آليات تأثيره في الإقتصاد ودوره في تحقيق الاستدامة، في ظل مناخ عالمي يتسم بتعدد الثقافات وتنوعها، ويتميز بطبيعته الشمولية التي تتعدى تامين السلع والخدمات؛ لكونه مستند على الثقافة النابعة من البعد الإنساني الذي يبني على تعدد الثقافات واختلاف التقاليد، والذي يشجع وينمي الاتصال والتعاون في ميدان الثقافة والعلم.

توصيات الدراسة:

الحكومة: على الحكومة أن تعمل على توعية المجتمع الفلسطيني بشكلٍ عام والعاملين في المكتبات الجامعية على وجه الخصوص؛ بإعتبارهم يعملون في حقل التعلم والتعليم والثقافة والمعلوماتية، بمفهوم الإقتصاد البنفسجي؛ من خلال إرسال رسائل توعوية بأهمية الإستفادة بما يحيط بهم، وكيفية تحويل ذلك إلى قيمة في جميع جوانب الحياة، على أن تكون بأدوات مبتكرة وخلاقة ومقنعة.

كافة الوزارات: أن تعمل جميع الوزارات بصورة ممنهجة، وذلك بتبني مفهوم الإقتصاد البنفسجي في جميع الوزارات، وأن تناط المهام والمسؤوليات لكل جهة حسب اختصاصاتها الإشرافية والتشريعية والتنفيذية والمالية وفق خطة زمنية واضحة ومحددة، وإلا فإن التقدم في هذا الملف سوف يكون بطيئاً ومبنيًا على مبادرات فردية وارتجالية، والتي أثرها يكون قليلاً وغير فعال وغير مجدٍ اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: أن تعمل وفق خطة تحفيزية، من خلال برامج تحفيزية: مادية وبشرية وبرمجية ولوجستية؛ من أجل مواجهة التحديات التي تعترض تبني الإقتصاد البنفسجي في المكتبات الجامعية.

وزارة الثقافة ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي: أن تعمل على التكامل ما بينهما، سواء في التوعية بمفهوم وأهمية الإقتصاد البنفسجي وامتيازات تبنيه، أو في إعداد الدراسات والخطط وتوفير الكوادر البشرية المدربة، وتوفير الإحتياجات المادية والبرمجية المتعلقة بتبني الإقتصاد البنفسجي.

الجامعات: أن تعمل على تسليط الضوء على مفهوم الإقتصاد البنفسجي وأهميته وإيجابيات تبنيه، وشرح سبل تفعيله، من خلال تدريس المساقات وعقد المؤتمرات والدورات وورش العمل.

أقسام المكتبات والمعلومات الأكاديمية: أن تقوم بدراسات وبحوث أخرى حول الموضوع، تركز على الخطط التي من شأنها أن تؤدي إلى تبني مفهوم الإقتصاد البنفسجي، وأن تخصص مساقاً واحداً على الأقل يهدف في محصلته إلى الإقناع بضرورة تبني الإقتصاد البنفسجي في المكتبات.

المكتبات الجامعية: أن تقوم المكتبات الجامعية الفلسطينية بالبحث والتجربة عن الإقتصاد البنفسجي؛ لمعرفة مفهومه والتحديات التي تحول دون تبنيه للإستفادة من مميزاتة؛ من أجل النهوض بالجانب الثقافي للمجتمع في كافة نواحي الحياة بشكلٍ عام، والإقتصادية منها على وجه الخصوص؛ لينعكس ذلك على القيم الثقافية والحضارية للمجتمع، ويحقق التنمية المستدامة.

Thanks

-The researcher thanks and appreciates the management of - Palestine Technical University Kadoorie (PTUK) for their moral and material support to the researcher.

الشكر والتقدير

يتقدمُ الباحثُ بالشكرِ والتقديرِ إلى إدارة جامعة فلسطين التقنية-خضوري على دعمهم المعنوي والمادي للباحث.

المراجع:

- بن موسى (2021). الإقتصاد البنفسجي والتنمية المستدامة –تجارب دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، مجلة بحوث الإقتصاد والمنجمنت، مج2، ع2، ص.ص 161-180.
- الديس، ماجد مصطفى (2004). علم المكتبات وما يحتاجه أمين المكتبة، عمان: جمعية المكتبات الأردنية، ص(11).
- صالي، فتيحة (2021). الإقتصاد البنفسجي كبديل إستراتيجي للنهوض بالإقتصاد الوطني ودعم التنمية المستدامة، مجلة ابن خلدون للإبداع والتنمية، مج3، ع2، ص55.
- عويوي، سهير عبد الحميد (2022). درجة تضمين محتوى كتب العلوم والحياة الفلسطينية للصفين السادس والسابع لأبعاد التنمية المستدامة : دراسة تحليلية، جامعة النجاح الوطنية، دراسة ماجستير منشورة، ص31.
- غوال، نادية، وبلهادف، رحمة (2020). أهمية الإقتصاد البنفسجي كمدخل استراتيجي لإستكمال الإقتصاد الأخضر نحو الإستدامة، مجلة الإقتصاد والتنمية المستدامة، مج3، ع3، ص18.
- قورايه، بلبشير (2020). الإقتصاد البنفسجي: الأهداف والفرص، مجلة المالية والأسواق، مج7، ع2، ص237.
- قورايه، بلبشير، وآخرون(2020). الإقتصاد البنفسجي، الأهداف والفرص، مجلة المالية والأسواق، مج7، ع2، ص.ص230-246.
- كزبز، أمال، كزبز، نسرين (2021). آليات تفعيل الإقتصاد البنفسجي في المدرسة الخضراء-دراسة تحليلية، مجلة ايفاد للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مج1، ع1، ص.ص1-15.
- مالك، عمار(2019). مساهمة السياحة الرياضية في تحقيق أبعاد الإقتصاد البنفسجي-حالة كأس العالم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج2، ع5، ص41.
- محمد، عثمان (2016). البعد الثقافي مدخل لاعتماد مبادئ التنمية المستدامة والمسؤولية البيئية والاجتماعية، مجلة الإصلاحات الإقتصادية والإندماج في الإقتصاد الإسلامي، مج11، ع21، ص193.
- محمد، لينا جمال (2022). المكتبات الجامعية وإدارتها، عمان-الأردن: البيئة للنشر والتوزيع، ص12.

:References

- al, (2013). The purple economy: An objective an opportunity, Paris, 11 June 2013. AL Hassan, Nada, et
<https://www.diversum.net/fichiers/File/The%20purple%20economy,%20an%20objective,%20an%20opportunity.pdf>
- Lawind, Vian. (2022). Purple Economy, the Economic Vision for Culture in the Kingdom of Saudi Arabia, Al- Adab journal, VOL2,NU142,
<https://aladabj.uobaghdad.edu.iq/index.php/aladabjournal/article/view/3793>
- Ilkcaracan, Ipek. (2018). Purple Economy - The case for placing the economics of care at the heart of sustainable development. <https://www.womenlobby.org/Purple-Economy-The-case-for-placing-the-economics-of-care-at-the-heart-of>
- Ilkcaracan, I. (2016). The purple Economy: A Call for a new Economic Order beyond the Green Economy. Sustainable Economy and Green Growth: Who Cares? International Workshop linking Care, Livelihood and Sustainable Economy –Germany.
- Ouail, M, & Ouadi, A. (2020). The purple economy and sustainable development in Algeria (Requirement and Challenges), VOL14, Nu4, P469.
- Santosh, Kumar Tripathi, Snehlata, Jaiswal. (2018). Purple Economy: Component of a Sustainable Economy in India. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), Vol 20, Nu 12. Ver. III
- Tripathi, D, & Jaiswal, M. (2018, December), Purple Economy:-Component of a Sustainable Economy in India. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)
<https://2020.alavirtualevent.org/>
<https://pcbs.gov.ps/postar.aspx?lang=ar&ItemID=4280>

التكنولوجيا والإعلام في خدمة البروباغاندا الإرهابية Technology and media in the service of terrorist propaganda

يوسف الهيشو

باحث في الدكتوراه/ علوم سياسية وعلاقات دولية

جامعة الحسن الثاني . الدار البيضاء

YOUSSEF EL HICHO

PhD researcher/ political science and international relations

HASSAN II UNIVERSTY - CASABLANCA

تقديم

شكلت التكنولوجيا والإعلام أحد مظاهر القوة لدى التنظيمات الجهادية خاصة "القاعدة" و "تنظيم الدولة"، حيث أدركت أهميتها في الترويج العابر للحدود لإيديولوجيتها بهدف استقطاب عناصر جديدة، وفعاليتها في التأثير والتواصل من جهة، وفي التهيب والتخويف من جهة ثانية.

وإذا كانت الدول والأنظمة السياسية تركز على التكنولوجيا والإعلام بشكل أساسي؛ فإن التنظيمات الإرهابية جعلت منها جهازاً إيديولوجياً وسلاحاً حربياً يضاف إلى عتادها الحربي في ساحة الجهاد الميدانية، ويشرف عليه شبكة من التقنيين والفنيين المتخصصين في الإعلام التكنولوجي والدعاية من جنسيات مختلفة، أخذت على عاتقها مهمة ادعاء القوة في أقصى تمثلاتها لمواجهة (عالم بأكمله) يقف ضدها وضد مشروع "الخلافة"

كما أن المادة الإعلامية التي أنتجتها التنظيمات الإرهابية شكلت ولا زالت مصدر اهتمام كبير من طرف الأجهزة الأمنية والعسكرية والاستخباراتية ومراكز الأبحاث والدراسات الاستراتيجية على الصعيد العالمي واتخذت منها وسيلة لمعرفة ومعرفة خطاها وتحليله وتتبع حركتها ونشاطها، وساعدها على مواجهتها والتصدي الاستباقي لعملياتها الإرهابية.

فما هي دواعي وأسباب استعمال التكنولوجيا الحديثة في الترويج لإيديولوجيا التنظيمات الإرهابية؟ وما هي طبيعة استعمالها؟ وما الذي يريده الإرهاب من التكنولوجيا والإعلام؟ وإلى أي حد يمكن أن تكون أجهزة الرقابة التكنولوجية ناجحة في التصدي للإرهاب الإلكتروني؟

Abstract:

Technology and media constituted one of the manifestations of strength for jihadist organizations, especially "Al Qaeda" and "ISIS", as they realized their importance in cross-border promotion of their ideology with the aim of attracting new elements, and their effectiveness in influencing and communicating on the one hand, and in intimidating and intimidating on the other hand.

And if countries and political systems focus mainly on technology and information; Terrorist organizations have made it an ideological device and a war weapon that is added to their military equipment in the field of jihad, and it is supervised by a network of technicians and technicians specialized in technological media and propaganda from different nationalities, who have taken upon themselves the task of claiming

power in its maximum representations to confront (an entire world) standing against it and against it. Project "Caliphate"

In addition, the media material produced by the terrorist organizations was and still is a source of great interest by the security, military and intelligence services and research centers and strategic studies at the global level, and they used it as a means to know it, know its discourse, analyze it, track its movement and activity, and help it confront it and preemptively respond to its terrorist operations.

What are the motives and reasons for using modern technology to promote the ideology of terrorist organizations? What is the nature of its use? What does terrorism want from technology and media? And to what extent can technological censorship devices be successful in confronting the electronic terrorism?

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا والإعلام . الإرهاب . البروباغندا . ايدولوجيا التنظيم . الإرهاب الإلكتروني

Keywords: *Technology and media, terrorism, propaganda, organization ideology – electronic terrorism*

1/ التكنولوجيا والإعلام من أركان المشروع الجهادي:

نسعى من خلال هذا المبحث إلى التأطير المرحلي لعنصر التكنولوجيا والإعلام لدى المشروع الجهادي، مبرزين أسباب ودواعي تركيز التنظيمات الجهادية على هذا العنصر خاصة تنظيمي "القاعدة" و "الدولة"، ومن ثم إبراز الأهداف التي تهدف إليها من خلالهما.

تمتد فكرة الاهتمام بالمادة الإعلامية والدعائية في المشروع الجهادي إلى عهد الأب الروحي للجهاديين الأفغان العرب عبد الله عزام في ثمانينات القرن الماضي، وقد أسس لهذا الغرض (مكتب خدمات المجاهدين)، حيث يرجع الفضل لهذا الأخير . باعتباره الذراع الإعلامي للمشروع الجهادي . في الترويج للقضية الأفغانية في مقاومتها ضد الاتحاد السوفياتي آنذاك، وقد لعب هذا المكتب وفروعه الخارجية دورا إعلاميا بارزا في نصرة القضية الأفغانية واستقطاب عدد كبير من العناصر العربية والغربية المتعاطفة من مختلف بقاع العالم للتدريب والقتال في أفغانستان ضد السوفيات¹، معتمدا في ذلك على المادة الإعلامية بشكل أساسي، حيث عمل على إنتاج مجموعة من الأشرطة المصورة بتقنيات تصوير كبيرة تتخللها مقاطع أناشيد جهادية، بالإضافة الى عدد ضخم من الأشرطة الصوتية تشتمل على دروس للتعريف بالقضية الأفغانية ومشروعها الجهادي ومجموعة من المجالات خاصة مجلة الجهاد وأناشيد حماسية وكتيبات ومطويات وملصقات وغيرها كثير، وقد ساهمت إلى حد كبير في شحذ الهمم وجلب تعاطف الملايين

¹ توماس هيغهامر، القافلة: عبد الله عزام وصعود الجهاد العالمي، ترجمة عبيدة عامر، ط 1 (بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2021)، ص 29.

من المسلمين مع "القضية الأفغانية"، ويمكن القول أن الفضل يرجع إلى هذا المكتب الإعلامي في "عولمة المشروع الجهادي" ومنحه "الشرعية العالمية"

جدير بالذكر أن أسامة بن لادن الذي كان يقاتل في صفوف الأفغان العرب بمعية عبد الله عزام، انشق عن هذا الأخير سنة 1998 بسبب خلافات إيديولوجية حول "جهاد الاستسلام" الذي تبناه عزام وجماعته، ثم حول قبوله التعايش في ظل نظام غير إسلامي من أجل العمل الدعوي، وأيضا حول الدعم المادي الكبير الذي كان يتلقاه مكتب خدمات المجاهدين من مختلف بقاع العالم، فلم يستسغ بن لادن الأمر فتخلى عن جماعة عزام وكون تنظيمًا جهاديا متشددا اتخذ من العنف منهجا له وهو تنظيم "القاعدة" ومعلنا الحرب ضد من أسماهم (الصليبيين والصهاينة)، دون أن يتخلى عن منهجه الإعلامي الذي أدرك أهميته في الترويج لإيديولوجية العنف التي تبناها التنظيم الجديد.

استمر العنف كمحور رئيسي للدعاية الجهادية مع تنظيم "الدولة" بقيادة أبي مصعب الزرقاوي الذي وجد الفرصة جد مواتية لاستغلالها على أوسع نطاق، وذلك بسبب الانتشار الكبير للتكنولوجيا والانترنت، فعمل على الترويج لإيديولوجية التنظيم ذو الحمولة التكفيرية الكبيرة على أوسع نطاق وفي زمن قصير، مشكلا صورة إعلامية مغايرة تماما لكل من "الحركة الأفغانية" و"القاعدة"، كيف لا والزرقاوي أصبحت له "دولة" وأصبح من واجبه أن يبرز مقوماتها وأركانها وفي مقدمتها الإعلام كآلية فعالة لإبراز قدرة هاته "الدولة" ورجالاتها على الفتك والقتال، تمت ترجمتها بمشاهد التفجير والذبح وقطع الرؤوس وبترا الأيدي والأرجل.

ومن أجل الدفاع عن مشروعية "الدولة"، كان لزاما عليها الاهتمام بمنظومة الإعلام في الكشف عن تمددها وتطور استراتيجيتها لمواجهة العالم، حيث أصبحت الحاجة ملحة أكثر من قبل إلى البحث عن أدوات جديدة ومتعددة مواكبة للتطور التكنولوجي من شأنها أن توسع من قاعدة المعجبين والمتعاطفين والمستهدفين وتشكل نسقا إعلاميا بنويا متكاملًا يكون قادرا على خدمة أهداف "الدولة" ومشروعها "الجهادي"، وهو ما يتجلى بوضوح من خلال المحتوى الذي عملت مؤسسات التنظيم وكتائبه الإعلامية على صناعته باحترافية عالية والتسويق له عبر شبكة الانترنت سواء بالنشر أو باختراق المواقع الالكترونية وهو ما أطلقت عليه كثير من الأبحاث والتقارير اسم (الإرهاب الالكتروني)¹.

سنحاول رصد خطورة هذا الصنف الإرهابي الجديد من خلال وقوفنا على مجموعة من المواقف المستوحاة من الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الذي يتم الترويج له عبر القنوات والأجهزة الرسمية التابعة له، وهو ما سنتطرق له في المبحث الثاني لهاته الورقة.

2/ أجهزة المنظومة الإعلامية لتنظيم "الدولة":

عمل تنظيم الدولة على إحداث عدد كبير من الصفحات الاعلامية الالكترونية حيث نجد أن معظمها تابع لمؤسسات رسمية، والباقي تابع لجهات مناصرة للتنظيم كانت مهمتها تنحصر في ترويج ونشر ما تنتجه المؤسسات الرسمية، وصل عددها ما بين منتصف سنة 2014 و 2015 وفقاً لبحث مؤسسة Brooking، إلى أكثر من 46 ألف حساب على تويتر،

¹ انظر تقرير مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة "استخدام الانترنت لأغراض إرهابية" ص 33، نيويورك - 2013

ينشرون من خلالها رسائلهم مباشرة على الهواتف الذكية لجمهورهم¹، وهو ما يدل على الحضور الاعلامي الحاشد للتنظيم وجهاته المناصرة وهيمنته على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام استراتيجيات متطورة تنتج مواد ومحتويات مصممة لتلائم جماهير مختلفة وبلغات متعددة بهدف الوصول إلى فئات عريضة من الجماهير، حيث أطلق تنظيم الدولة سنة 2015 أكثر من 120 حملة تستهدف الدول الغربية: 27٪ منها باللغة الإنجليزية، و 15٪ بالروسية، و 13٪ بالفرنسية، و 3٪ بالألمانية.

اتبع التنظيم استراتيجية سمعية بصرية متطورة غير مسبقة، تتكون من تطوير وتوزيع هائل للصور السمعية والبصرية التي تكون بارزة للغاية وذات صدى في ثقافة الجماهير المستهدفة، كما أن الحملات السمعية والبصرية للتنظيم واسعة النطاق، وبحسب المعطيات التي حلتها، أطلقت الجماعة الإرهابية 845 حملة سمعية بصرية بين 2014 ومنتصف 2015، أي أكثر من حملة كل يوم لمدة عام ونصف.

والأخطر من ذلك، أن هذه الصور التي يتم نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي للتنظيم مشحونة بصور مستوحاة مباشرة من الثقافة الحديثة لجمهور عريض من فئة الشباب، ويُظهر التحليل النوعي لجميع الحملات البالغ عددها 845 أن أكثر من 15 بالمائة مستوحاة بشكل مباشر من الأفلام الحقيقية وألعاب الفيديو ومقاطع الفيديو الموسيقية للثقافة الشعبية المعاصرة.² وقد قام مسلحو التنظيم في هذا الإطار بإنتاج مقطع دعائي جهادي مصور على شكل لعبة فيديو شهيرة اسمها GTA (Grand Theft Auto) تستهدف فئة الشباب بشكل خاص بهدف من خلاله إلى تدمير القوات العراقية والأمريكية، ورفع معنويات المجاهدين وتدريب الأطفال والشباب على محاربة الغرب وبث الرعب في قلوب المعارضين للدولة الإسلامية، وجاء المقطع مليئاً بالانفجارات وسيناريوهات القتال والقنص، وتتخله صيحات "الله أكبر" طول مدة الشريط، مع بث صور مروعة لشخصياته وهي تقوم بذبح وقطع رؤوس ضحاياهم وتفجير السيارات والبنائيات، وفي الجزء الأعلى للشاشة كانت هوية التنظيم حاضرة من البداية حتى النهاية.

سنعرض الآن لمجموعة من المؤسسات الإعلامية الرسمية التابعة للتنظيم وإصداراتها المتنوعة³ لتتعرف على محتواها وطبيعتها وأدوارها في خدمة الأهداف الاستراتيجية ولنرى فيما إذا كانت موفقة في إحراز المكاسب والنتائج المنتظرة منها كآلية من آليات البروباغندا الإرهابية.

. مؤسسة الفرقان للإنتاج الإعلامي:

تم إنشاؤها من طرف "دولة العراق الإسلامية" في 2006 بمبادرة من القيادي الإعلامي السابق في "القاعدة"، محارب عبد اللطيف الجبوري الذي تولى فيما بعد مهمة "وزير الإعلام" في التنظيم، كانت تعمل تحت إشراف مركز الفجر للإعلام التابع للقاعدة، وبعد إعلان أبي بكر البغدادي استقالته منه عام 2013 أصبحت هذه المؤسسة مستقلة.⁴ تعرض مقرها للهجوم في مدينة الموصل بعد مقتل أبي عمر البغدادي وأبي حمزة المهاجر سنة 2010، بعد سنتين من ذلك عادت للعمل، وفي 2015/9/1 نشرت إحدى وكالات الأنباء العراقية خبراً حول هاتمة المؤسسة بعدما كانت جل

¹ Magdalena EL GHAMARI, PhD "PRO-DAESH JIHADIST PROPAGANDA. A STUDY OF SOCIAL MEDIA AND VIDEO GAMES" P: 77 Collegium Civitas, Warsaw, Poland - https://securityanddefence.pl/pdf-103197-36129?filename=Pro_Daesh%20jihadist.pdf

² Ibid...P: 78

³ نشير هنا بأن أغلب الإصدارات المرئية لتنظيم الدولة التي سنعرض لعناوينها فيما يأتي، تم حظرها على شبكات الانترنت وذلك بسبب قسوة وبشاعة مشاهداتها في أغلب الأحيان، والإحالة إلى روابطها هو من باب الأمانة العلمية وليس من باب الدعاية والترويج لإيديولوجية التنظيم، فنحن نسعى إلى فهم واستيعاب وتحليل هاته الأيديولوجية بهدف مواجهتها والتصدي لها.

⁴ مقتبس من نص مقابلة لوكالة "واي نيوز" مع الباحث العراقي هشام الهاشمي، جريدة الصباح الجديد العراقية، عدد 4 يونيو 2014 على الرابط: <http://newsabah.com/wp/newspaper/6752>

المعلومات حول العناصر المشتغلة فيها مفقودة، ويتعلق بحدوث تغييرات هامة في هيكلتها التنظيمية منها تنصيب إعلامي جديد على رأس إدارتها يدعى عبد الله جلال العباسي عوض إعلامي سابق يدعى أبو هدى اليمني، مع الاعتماد على إعلاميين متخصصين أجنب خاصة من ألمانيا وبريطانيا بهدف نهوضهم بمشروع تطويرهاته المؤسسة.¹

اضطلعت مؤسسة الفرقان بأدوار ومهام إعلامية كبرى في التعبير عن توجهات "الدولة الإسلامية في العراق"، حيث واكبت مرحلة نشأتها الأولى وأيضاً مرحلة تطورها وسيطرتها على مجموعة مدن عراقية، وعملت على إبراز قوة "الدولة" واستراتيجيتها العسكرية بشكل مبالغ فيه، معتمدة في ذلك على تصدير كلمات القادة وخطبهم، وإنتاج عدد مهم من الأفلام الوثائقية والاستطلاعات والدروس المصورة.

من أبرز إنتاجات المؤسسة سلسلة أفلام "صليل الصوارم" التي وثقت بشكل درامي للعمليات العسكرية للتنظيم في العراق على شكل أجزاء منذ دخول العراق وحتى إعلان "الخلافة"،² اشتملت على رصد غزوات وتحركات مقاتلي التنظيم وتصوير لقاءات معهم وشهادات شخصية لهم حول طريقة سقوط مدن عراقية في أيديهم، مع مشاهد دموية لعمليات قتل وتفجيرات كان الهدف منها هو توسيع عملية السيطرة والتمدد المواكبة لمرحلة إعلان "الخلافة".

إلا أن هذا التوجه الإعلامي للمؤسسة سيعرف تغيراً خطيراً مع بداية التحالف الحربي الدولي ضد التنظيم الإرهابي تجلى بوضوح في إطار استراتيجية التنظيم لمواجهة هذا التحالف التي اعتمدت بالأساس على (سلطة الصورة) من خلال بث المؤسسة لإصدارات مرئية عنيفة توثق للحظات ذبح وقطع رؤوس رهائن أجنب وعنونتها بأسماء تبدأ باسم (رسالة) إلى الدولة المتحالفة مع أمريكا والتي ينتهي إليها الرهينة،³ وتحميل حكومة تلك الدولة مسؤولية ذبح وقطع رأس الرهينة، بل أحياناً كان ذلك يتم على لسان الرهينة الضحية مثلما حدث مع الأسير الصحافي البريطاني جون كانتلي.⁴

سلسلة إعلامية أخرى عملت مؤسسة الفرقان على إنتاجها وقد جاءت تعلي من شأن مقاتلي التنظيم وتشجذ همهم للمزيد من القتال وتضفي الشهامة البطولية عليهم، تبتدأ عادة بسيرة ذاتية للمقاتل مع أقوالهم ووصاياهم، ثم كلمات مجد وثناء في حقهم من قبل قادة التنظيم وفي بعض الأحيان كلمات رثاء في حق من (استشهدوا منهم في ساحات الوغى)⁵

الصنف الآخر من إنتاجات المؤسسة كان يصب في اتجاه الترويج والتصدير الدعائي للتنظيم، ويهدف إلى المباهاة بـ "الدولة" وإنجازاتها التي تحققت منذ تأسيسها وحتى إعلان "الخلافة"، ودعواتها للجهاد والالتحاق بالتنظيم، من هذه الإصدارات نذكر استطلاعاً مصوراً بعنوان "حصار المهزمين في بلاد الرافدين" سنة 2007، و "عامان لدولة الاسلام وما حققته من إنجازات" سنة 2008، و "خمسة أعوام لدولة الإسلام" سنة 2011، و "رسائل من أرض الملاحم" و "الدولة من أفواههم"⁶

¹ مركز أخبار شبكة الإعلام العراقي (IMN)، بغداد 2015/9/1، على الرابط: <http://goo.gl/J8DTg2>

² سلسلة (صليل الصوارم) لم تعد متاحة على رابطها: <http://goo.gl/GLDnv8>، والنشيد التصويري للسلسلة متاح على الرابط:

https://archive.org/details/20200129_20200129_0902

³ مثل فيديو بعنوان "رسالة إلى أمريكا" يوثق لعملية ذبح الرهينة الأمريكي جيمس فولي، وفيديو بعنوان "رسالة أخرى إلى أمريكا وحلفائها" يوثق لعملية ذبح الرهينة البريطاني الآن هيبينغ، وفيديو بعنوان "رسالة إلى حكومة وشعب اليابان" وفيه تهديد بذبح رهينتين يابانيتين، وفيديو لاحق له بعنوان "رسالة إلى حكومة اليابان" يوثق لعملية إعدام الرهينة الياباني كينجي غوتو.

⁴ مثل فيديو بعنوان "أعبروني سمعكم: رسائل من الأسير البريطاني جون كانتلي" نشرته مؤسسة الفرقان في سلسلة حلقات

⁵ مثل شريط مرئي بعنوان "فرسان الشهادة" وآخر بعنوان "هداء الشهداء" وآخر بعنوان "قوافل الشهداء" و "رثاء القائد عمر أمير الامارة الإسلامية في القوقاز" و "رثاء أبي أسامة الذي قتلته جبهة الغدر"

⁶ نجلاء مكاوي، محمد محمود السيد، هيثم سمير "تنظيم الدولة، دراسة تحليلية في بنية الخطاب" مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، 67/66 - الطبعة الثانية

مؤسسة الاعتصام للإنتاج الإعلامي:

تأتي مؤسسة الاعتصام في المرتبة الثانية بعد الفرقان، غير أنها تركز اهتمامها على سوريا، وقد أنتجت بدورها مجموعة من الأفلام والاستطلاعات الوثائقية والإصدارات المرئية، من أهمها سلسلة "نوافذ على أرض الملاحم" وأيضاً سلسلة "الرسائل" نذكر منها "رسالة إلى الأردن" و "رسالة إلى أهل البحرين" و "رسالة إلى أهلنا في معان" و "رسالة إلى أهل تونس"¹

مجموعة أخرى من إصدارات مؤسسة الاعتصام المرئية وهي تلك التي جاءت على شكل رسائل من مقاتلين أجنب يمثّلون جنسيات مختلفة موجهة إلى الدول التي ينتمون إليها، حيث بدوا وهم معترفون بانتمائهم للتنظيم ومنددين بحرب التحالف الدولي ضده ومتوعدين بالانتصار عليهم، نذكر من بينها رسالة بعنوان "رسالة مجاهد أول أبو سعيد البريطاني" و "رسالة مجاهد ثان أبو عمر الأنصاري" و "رسالة مجاهد رابع أبو خالد الاسترالي" و "رسالة مجاهد خامس أبو أنور الكندي"

صنف آخر من إصدارات المؤسسة هو المتعلق باستعراض قوة التنظيم وجبروته وقدرته على الفتك، نذكر منها إصدارين مصورين سنة 2014 بعنوان "عزم الأباة" و "من داخل عين الاسلام كوياني"² وإصداراً آخر سنة 2015 بعنوان "صد الصفويين في صلاح الدين" الذي عرض لمشاهد انتحارية قام بها أفراد التنظيم، مع وصايا لهم على ألسنتهم قبل التفجير، حملت التحريض على (الطواغيت) و (المرتدين)، والنفير لدولة "الخلافة"³.

يمكن القول أن مؤسسة الاعتصام تميزت عن مؤسسة الفرقان بسلسلة إصدارات لدعم التنظيم ومشروعه الجهادي التي سلطت الضوء فيها على قيادات التنظيم ورموزه والتي عنونها المؤسسة باسم "سلسلة الحياة، من كلام العلماء حول مشروع الدولة الإسلامية" حيث جاءت السلسلة خاصة بكل من (أسامة بن لادن . أبو مصعب الزرقاوي . أبو حمزة المهاجر . أنور العولقي . أبو عمر البغدادي . أبو يحيى الليبي)⁴

مؤسسة الحياة للإعلام:

تتميز هاته المؤسسة عن الفرقان والاعتصام بكونها تركز في جميع إصداراتها على التجنيد واستقطاب المقاتلين الأجانب من غير العرب والدعوة إلى الالتحاق بالدولة الإسلامية لأداء (فريضة الجهاد)، ولذلك تم التركيز فيها على الإصدارات بلغات أجنبية خاصة اللغة الانجليزية بالدرجة الأولى، كما تتميز أيضاً بكونها قامت بالإشراف على إصدار مجلة ورقية ناطقة باسم التنظيم بشكل رسمي اسمها "دابق" سنعرض لتفاصيلها بعده.

إذا كان التنظيم ركز على جانب الظهور بمظهر القوة ومظهر المنتشي بالنصر أمام العالم كله، فإن نفس النهج اعتمده أيضاً في استقطاب الأجانب من العرب وغير العرب، بدا ذلك واضحاً من خلال إصدارات مؤسسة الحياة التي ركزت على عنصر التحفيز والتمويه باعتماد تقنيات عالية وذات جودة في التصوير والمونتاج والميكساج، حيث عكست

¹ نفس المرجع السابق، ص 69

² مدينة سورية تقع في الشمال على الحدود مع تركيا، اسمها عين العرب، والتنظيم يسميها عين الاسلام، ويوثق الإصدار المرئي لمعركة كوياني في اللحظة التي كان يحاصرها وعلى وشك السيطرة عليها على الرغم من ضربات التحالف الدولي.

³ نجلاء مكاوي، محمد محمود السيد، هيثم سمير "تنظيم الدولة، دراسة تحليلية في بنية الخطاب" مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، ص 70 و 71 - الطبعة الثانية

2017

⁴ نفس المرجع، ص 71

للمشاهد أن الدولة الإسلامية قائمة وأنها آمنة والعيش فيها أفضل ولها موارد مالية هامة، وهي ماضية في التوسع وتحقيق الانتصارات ومن التحق بها فقد من الله عليه بعالم النور بعدما كان في عالم الظلام، وفي هذا الإطار أنتجت مؤسسة الحياة سنة 2015 سلسلة مصورة بعنوان "قصص من أرض الحياة" على شكل حلقات، الحلقة الأولى عن مقاتل فرنسي كاثوليكي كبير السن أطلق عليه التنظيم اسم "أبو صهيب الفرنسي" ويحكي هو بنفسه عن قصة إسلامه والتحاقه بالجهاد واعتزازه بالانضمام للدولة، ويعكس الفيديو من خلاله حالة الهدوء والاستقرار في (دار الحياة/أي دار الإسلام)، حيث يظهر وهو يتجول في إحدى ولايات التنظيم بسوريا، (يتعايش مع الناس، ويرتاد المسجد ويصلي، ولم يفته أن يؤكد في حديثه أن المسلمين الذين قابلهم خارج التنظيم، ليسوا مسلمين حقيقيين، وأن الإسلام، بما يفرضه من جهاد، وتطبيق للشريعة، متجسد فيما أقامه التنظيم داخل دولته، التي دعا إلى الهجرة إليها)¹، وهنا لا بد أن نتوقف عند ملاحظة أساسية متعلقة بتركيز التنظيم في إعلامه على العناصر الأجنبية والغير مسلمة بالدرجة الأولى، في إشارة واضحة إلى عالمية مشروع "الدولة" من جهة، وإلى استغلال قنوات الأجانب من غير المسلمين في التنظيم وحقيقة مشروعه من جهة ثانية.

نفس الأمر تجسد من خلال إصدارين مصورين لكن هذه المرة بطلهما هو الرهينة البريطاني جون كانتلي، الأول يحمل عنوان "من داخل الموصل" والثاني "من داخل حلب"، حيث بدا كانتلي وهو يتجول في سوق بالموصل ليوضح للعالم أن الحياة فيها تسير بشكل طبيعي وأن ساكنة المدينتين رحبت بحكم التنظيم وتطبيق الشريعة مكذبا ما نشرته عدة صحف عربية وغربية وخاصة صحيفة (The guardian) الأمريكية حول حياة العذاب في "الدولة الإسلامية" نتيجة ارتفاع الأسعار وانقطاع الكهرباء وانتشار الجريمة.

هناك حلقات مصورة أخرى من سلسلة "قصص من أرض الحياة" جاءت في نفس السياق، نذكر منها قصة حياة مقاتل بوذي أسترالي الأصل سماه التنظيم باسم "أبو خالد الكمبودي" ركز فيها المخرج من خلاله على تجسيد كيان الدولة بجميع أجهزتها وقطاعاتها مثل المدارس والمستشفيات والمحاكم، وأكد هو بنفسه أن التحاقه بالدولة جاء بناء على قنواته الشخصية نافيا أن يكون له ولأمثاله (سوابق قضائية) كما يصورهم الإعلام.

نفس الأمر ينطبق على حلقة خاصة بمقاتل شاب آخر من كندا اسمه "أبو مسلم الكندي" ركز فيها المخرج على تصويره وهو يهوى الطبيعة ويمارس هواية صيد الأسماك ويلعب رياضة الهوكي ويعيش حياة مطمئنة عادية، وينفي من خلال هذا الفيديو أن تكون أوضاعه المادية والاجتماعية المزرية بكندا هي التي قادته للانضمام للتنظيم، وأن ما دفعه لذلك هو طاعة الله التي تتجسد في (دار الحياة/الإسلام) وليس في (دار الكفر)²

هناك إصدارات أخرى لمؤسسة الحياة تم إنتاجها بهدف المباهاة بالتنظيم وقوته وتجسيد مفهوم "سلطة الدولة" نذكر منها "شروق الخلافة وعودة الدينار الذهبي" أعلن فيه التنظيم عن إصدار عملة "الدولة الإسلامية" الجديدة وهي الدينار الذهبي والشروع في تداولها مدعيا أنها ستدمر الدولار الأمريكي، وإصدار آخر بعنوان "ماذا تنتظرون" عرض لجنود فرنسيين وهم يحرقون جوازات سفرهم كفرا بها ويقوانين دولتهم، داعين الفرنسيين إلى الهجرة من (أرض الكفر) إلى (أرض الخلافة)، وإصدار آخر بعنوان "لهيب الحرب" حيث صور فيه حربه ضد أمريكا بحرب الإيمان ضد

¹ نفس المرجع، ص 73

² نجلاء مكاوي، محمد محمود السيد، هيثم سمير "تنظيم الدولة، دراسة تحليلية في بنية الخطاب" مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، ص 74 - الطبعة الثانية 2017

الكفر، ويظهر فيه مجموعة من جنود النظام السوري الأسرى من منطقة ريفية بمحافظة الرقة وهم يحفرون قبورهم ثم قتلهم بالرصاص من طرف مقاتلي التنظيم، وانتهى الفيلم بتوجيه رسالة لأمريكا جاء فيها: (.. فلتعلمي يا حامية الصليب، أن حرب الوكالة لن تنفعك في الشام، كما أنها لن تنفعك في العراق، وعمما قريب ستكونين في مواجهة المباشرة مرغمة، وأن أبناء الإسلام قد وطنوا أنفسهم لهذا الشيء، فتربصوا إنا معكم متربصون)¹ والمقصود هنا بحرب الوكالة هي حرب التحالف ضد الإرهاب بقيادة أمريكا، وإصدار آخر بعنوان "رسالة موقعة بالدماء إلى أمة الصليب" نشرته المؤسسة سنة 2015، وتم تصويره في ليبيا، ويعرض لعملية ذبح مصريين هناك، وجه التنظيم من خلاله رسالة إلى (الصليبيين) بأنه سيقاتلهم كافة كما يقاتلونهم كافة، في إشارة إلى التحالف العالمي ضد الإرهاب.

النوع الثاني من أنواع الإصدارات الإعلامية لمؤسسة الحياة هو ما جاء بصيغة ورقية، ونقصد بذلك مجلة "دابق" لسان حال التنظيم والناطقة الرسمية باسمه، تعبر عن نفسها بكونها "مجلة دورية تركز على قضايا التوحيد والمنهج والهجرة والجهاد والجماعة، وتحتوي على تقارير مصورة وأحداث جارية ومقالات إعلامية حول مسائل تتعلق بالدولة الإسلامية"، وقد اعتمدت بدورها على التباهي بانتصارات التنظيم ورسم صورة خاصة لاستعادة العصر الذهبي الإسلامي والتبشير بخلافة جديدة قائمة على الجهاد.

ودابق منطقة في سوريا من المفترض أن تكون موقعاً لإحدى معارك التنظيم، تبعد بحوالي عشرة كيلومترات من الحدود مع تركيا، وقد تم اختيار هذا الاسم ليرمز إلى ملحمة الانتصار ويعكس توجه التنظيم لخدمة أهداف الخلافة.

أعداد المجلة تجاوزت العشرة، نسوق هنا مختصراً لمضمون الأعداد الأربعة الأولى لنرى التوجه الإعلامي العام لها ونطلع على المواضيع التي كانت تهتم بها.

ركز العدد الأول من دابق الذي صدر تحت اسم "عودة الخلافة" على إعلان الخلافة وما يعنيه ذلك. حيث تم شرح إيديولوجية التنظيم في محاولة لإقناع المزيد من المسلمين بالانضمام له، ثم شرح اسم المجلة والافتخار بانتصارات تنظيم الدولة داعش، متحدثاً عن الجهود المبذولة لحشد الدعم بين الجماعات القبلية المحلية، والإبلاغ عن تعهداتهم بالولاء لأبي بكر البغدادي، (خليفة الدولة الإسلامية).

يستخدم العدد الثاني من دابق صدر بعنوان "الطوفان" التشبيه المجازي لقصة نوح كتعبير عن رسالة قوية موجّهة للآخر، إما أن تكون مع الدولة الإسلامية أو ضدها ومحكوم عليك بالانهيار، إنها دعوة لجميع المسلمين في جميع أنحاء العالم إلى التعهد بالولاء للدولة الإسلامية والالتحاق بها².

يركز العدد الثالث الذي حمل اسم "الدعوة إلى الهجرة" على دعوة الجهاديين للمسلمين في جميع أنحاء العالم للانتقال إلى العراق وسوريا للانضمام إلى دولة الخلافة في أسرع وقت ممكن.

العدد الرابع بعنوان "الحملة الصليبية الفاشلة"، ركز على حرب التحالف الذي تقوده الولايات المتحدة لمواجهة تنظيم الدولة الإسلامية وسخر مما يعتبره الإسلاميون حملة محكوم عليها بالفشل، معبرين عن يقينهم قائلين "هذا

¹ نفس المرجع، ص 78

² BBC NEWS, "Dabiq: Why is Syrian town so important for IS?" 4 October 2016 <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-30083303>

الدين هو الموعد بالنصر"، وقد جاءت صورة الغلاف تمثل ساحة القديس بطرس الشهيرة في روما، وتشير إلى طموحات الدولة للوصول إلى مهد المسيحية وغزو العالم.¹

لقد عكست المجلة بدورها ومن خلال جميع أعدادها استراتيجية التنظيم الإعلامية القائمة. وكما أشرنا سابقا. على عناصر الظهور بمظهر الدولة المكتملة الأركان وإبراز قوتها وصمودها واستقطاب المزيد من المقاتلين والدعم المالي وتعبئة عناصرها وشحنهم وتحفيزهم على القتال وترهيب العدو وتخويفه، وعملت على تسويق مجموعة كبيرة من المقولات الدينية ذات الحمولة الجهادية وآيات القرآن والأحاديث النبوية وأقوال السلف وأقوال قادة التنظيم مثل البغدادي والعدناني.

. شركة السحاب للانتاج الاعلامي:

يتبين من خلال اسمها أنها تحمل صفة "شركة" في إشارة لاختلافها عن باقي الأسماء الأخرى التي وجدنا أنها تسمي نفسها "مؤسسة"، لكن الظاهر أنها مجرد أسماء يختارها تنظيم (القاعدة) عمدا ليضفي طابع الهالة والقوة والكثرة على "كيانه" وكأنها دولة مكتملة الأركان لها مؤسساتها وشركاتها وأجهزتها المادية والايديولوجية.

تعتبر هذه (الشركة الاعلامية) من المؤسسات الحديثة الظهور، ويظهر من مختصرها التعريفي أنها تمثل "تغطية إخبارية خاصة بالمجاهدين في خرسان"² ، وقد نشرت مؤخرا عبر موقعها بيانا من (القيادة العامة لقاعدة الجهاد) تحت عنوان "بيان بشأن الزحف الإباحي لجزيرة محمد . صلى الله عليه وسلم . عبر كأس العالم قطر 2022" تتهم من خلاله أنظمة الحكم بـ "إفساد المنظومة الأخلاقية الأصيلة لشعوب جزيرة محمد عبر ما يسمونه بمواسم الترفيه الموغلة في اللهو والمجون والإفساد، لإشاعة تبرج الجاهلية الأولى بين فتيات ونساء المسلمين، وصناعة التفاهة بين أبناءهم" وتوجه فيه الاتهام لقطر "بتبذير المال وإفساد النسل، وإهدار أعراض وثرورات أهل جزيرة محمد (ص) عبر التبذير الخيالي المتعمد الذي لم يشهد تاريخ الانسانية مثله...، وإنما والله الطامة والرزية التي تحل بالجزيرة المحمدية بجوار الحرميين الشريفين ومهبط التوحيد، وإنما . تالله . لساعة الأهوال لأمة الاسلام، فحق للأمة كلها أن يقال لها بعدئذ: (اصنعوا لآل جعفر طعاما) وإلى الله المشتكى"³

من خلال هذا البيان يمكن أن نتوقف عند الاستنتاجات التالية:

- 1 . تم نشره على الصفحة الرئيسية لشركة السحاب وينسب إلى (القيادة العامة لقاعدة الجهاد)، وهو مصدر يبدو أنه يمثل تنظيم القاعدة
- 2 . يؤكد البيان صحة ما تدولناه في هذه الورقة من كون التنظيمات الإرهابية تستغل التكنولوجيا والإعلام الرقمي في إثبات وجودها وأنها لا زالت كائنة رغم الحرب ضدها، وأيضا في إبراز قوتها واستعراض عضلاتها وترهيب عدوها.
- 3 . تركز التنظيمات الإرهابية على الأحداث العالمية الراهنة واهتمامات الشعوب بهاته الأحداث في إشارة لكأس العالم قطر 2022 في محاولة يائسة منها للفت الانتباه بها (Tendance) وتوجيه هذا الاهتمام نحوها ونحو ما تسميه بـ (قضايا الأمة)

¹ BBC NEWS, "Dabiq: Why is Syrian town so important for IS?" 4 October 2016 <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-30083303>

² <https://sahabmedia.co/?p=6025>

³ نفس الرابط

4. تستعمل هذه التنظيمات خطابا إعلاميا شديد اللهجة مستعملة أسلوبا متطرفا ولغة متعصبة ومرادفات التحقير والتنكيل من قبيل (صهاينة العرب) و(وكلاء الصليبيين) و(الطغاة) و(حثة أهل الأرض)، وهذا يدل على ما أصبحت تعانيه من نبذ وعدم تقبل من طرف الجميع.

. وكالة أعماق للأنباء:

تعمدت الجيوش الإرهابية الالكترونية بمنحها صفة (وكالة) كتقليد لجميع الدول التي تتوفر على وكالات أنباء رسمية، وأعماق تمثل التوجه الرسمي لتنظيم الدولة، حيث تقوم بنشر جميع الأخبار السياسية والعسكرية له على مدار الساعة، ولها تطبيق يمكن تنزيله على الهواتف الذكية من متجر (google)

. شركة الراية للانتاج الاعلامي:

لها موقع إلكتروني مفعّل وتسمي نفسها بأنها "صوت الجهاد والمجاهدين في بيت المقدس"، تصدر نشرة (توعوية تهتم بشؤون الأمة) باللغة العربية اسمها (النفير)، ومجلة باللغة الانجليزية اسمها (One Ommah / أمة واحدة)، لا زالت تنشر على صفحاتها الرئيسية حملة بعنوان (جهز غازيا)، تدعو من خلالها إلى دعم الجهاد والمجاهدين عن طريق استقبالات التبرعات بواسطة "الخدمة الأكثر أمانا، والأكثر سهولة في عصرنا، خدمة العملة الرقمية BITCOIN/البيتكوين، فهي تتناسب مع طبيعة وظروف عصرنا الحالي في معظم دول العالم، خاصة في ظل الحرب الشعواء على الأمة الإسلامية عامة وعلى أبنائها المجاهدين خاصة"¹ في إشارة واضحة لتعاطي التنظيمات الإرهابية لعمليات تبييض الأموال وتهريبها عبر قنوات مزيفة ومشبوهة.

. مؤسسة أجناد للانتاج الاعلامي:

وهي مؤسسة متخصصة في الإصدارات الصوتية ذات الجودة العالية باستعمال تقنيات حديثة مثل الأناشيد الجهادية والقرآن والدروس، وكذلك الخلفيات الصوتية والترنيمات والأيقونات الصوتية.

. إذاعة "البيان":

وهي أول إذاعة ينشئها التنظيم، كان مقرها يتواجد في مبنى إذاعة الزهور بالموصل (العراق) ولها أبراج في الرقة وسوريا، وكانت تبث نشراتها وبرامجها بعدة لغات على الموجة القصيرة لساكني المناطق التي سيطر عليها التنظيم في البلدين وعبر الإنترنت، وتتناول تغطيتها الإخبارية أخبار التنظيم وبياناته بشأن عملياته العسكرية وقراراته الإدارية، كما كانت تبث القرآن الكريم وسلسلة برامج دينية تروج للخطاب الايديولوجي للتنظيم، ومجموعة من خطب "الخليفة" أبو بكر البغدادي².

¹ <https://alraia.net>

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/issues/2015/12/15/%D8%AF%D8%A7%D8%A8%D9%82-%D9%88->

² انظر الرابط

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/issues/2015/12/15/%D8%AF%D8%A7%D8%A8%D9%82-%D9%88-%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%82-%D8%A3%D8%B0%D8%B1%D8%B9-%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85>

. مركز الفجر للإعلام:

يعد من أكبر المؤسسات الإعلامية التابعة للقاعدة، يركز على الانتاجات الإعلامية الموجهة للأجنحة النسوية التابعة لهذا التنظيم، له مجلة نسائية اسمها (الشامخة) وأخرى اسمها (الخنساء)¹ وهما مجلتان إلكترونيتان صادرتان عن (المكتب الاعلامي النسوي بجزيرة العرب) منسوبة لذراع النساء المنخرطات في العمل الارهابي لتنظيم القاعدة، والهدف منها هو "إرشاد النساء إلى كيفية الجمع بين الجهاد وممارسة الحياة اليومية"²

هناك مجموعة كبيرة من المؤسسات والاصدارات الإعلامية الرقمية تحمل أسماء مختلفة، غير أنه يصعب في كثير من الأحيان تصنيفها ومعرفة ما إذا كانت تابعة بشكل رسمي للتنظيمات الارهابية خاصة القاعدة والدولة، على اعتبار أنهما التنظيمان الأكثر استعمالاً وتداولاً للإعلام التكنولوجي والأكثر تغلغلاً ونفوذاً رقمياً، كما أن مجموعة كبيرة منها ظهرت مؤخراً ولا زالت تنشط في الفضاء السيبراني، ويبدو من خلال ملخصاتها التعريفية أنها تابعة لمناطق أو (ولايات) أو (إمارات) دون ذكر أسماء التنظيمات التي تنتمي إليها، نذكر منها (وكالة شهادة الاخبارية الخاصة بالصومال وإفريقيا) و (صوت الاسلام الخاص بمسلي تركستان) و (الموقع الرسمي لإمارة أفغانستان الاسلامية) و (مؤسسة صانع المجد) وغيرها.

. وسائل التواصل الاجتماعي:

تمتلك التنظيمات الارهابية خاصة تنظيم "الدولة" عدداً مهولاً من الحسابات والوسائط الالكترونية المفتوحة على فايسبوك ويوتيوب وتويتر وانستغرام، بالإضافة إلى تطبيقات الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية مثل تطبيق "فجر البشائر" والفيروسات المتطورة، ويعمل على توظيفها بشكل أساسي وفعال لعرض موادها ومحتواها الدعائي الذي ينشر عبر مؤسساته وأجنحته الإعلامية المشار إليها أعلاه، وأيضا للتواصل مع مناصريه واستقطابهم للقتال في صفوفه، أو توظيفهم في خدمة خطته الإعلامية ونشر التغريدات وتنسيق تعميمها، وفي جمع المعلومات الاستخبارية، وتنسيق عمليات الرد على الأصوات والتغريدات المعادية لنشاط التنظيم وأهدافه، ويتبنى التنظيم منهجية الإغراق المعلوماتي عبر مواقع لا يمتلكها، إذ تعج الأخبار التي تنشرها المواقع المختلفة وتتناول تنظيم الدولة بتعليقات المدافعين عنه. ويقول خبراء إن للتنظيم جيشاً إلكترونياً مدرباً بشكل جيد ومهمته حماية مواقع التنظيم وحساباته على مواقع التواصل الاجتماعي من الإغلاق أو الاختراق.³

فبالنسبة لـ "يوتيوب" فقد بدأ واضحاً خلال الفترة الممتدة ما بين 2013 و 2016 استخدام تنظيم الدولة له بشكل مثير للانتباه كمرسح للدعاية والاستقطاب، حيث انتشرت عبره مجموعة كبيرة قدرت بعشرات الآلاف من الفيديوهات التي تعرف بالتنظيم وأفكاره وتوثق لتطوره وتغلغله خلال هذه الفترة، واجهها المشرفون على الموقع بالحذف والتعطيل خصوصاً منها ذات المشاهد العنيفة التي توثق لعملية ذبح الرهائن وتقطيع رؤوسهم وبتراً أصابع

¹ الخنساء من أولى المجالات التي أصدرها تنظيم القاعدة سنة 2004، سرعان ما توقفت عن الإصدار ليتم تعويضها بمجلة الشامخة، انظر الرابط <https://www.alanba.com.kw/ar/world-news/191003/27-04-2011/>

² صورة غلاف مجلة الشامخة النسوية على نفس الرابط <https://www.alanba.com.kw/ar/world-news/191003/27-04-2011>

³ انظر الرابط <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/issues/2015/12/15/%D8%AF%D8%A7%D8%A8%D9%82-%D9%88-%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%82-%D8%A3%D8%B0%D8%B1%D8%B9-%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85>

يدهم وأرجلهم، مما جعل جنود التنظيم الإلكتروني تتحارب على ذلك من خلال فتح قنوات جديدة بأسماء مختلفة التي أغرقت يوتيوب بإصدارات التنظيم الإرهابي، ورغم ذلك فإن الحرب الإلكترونية ضد إصداراته لا زالت قائمة¹.

أما بالنسبة لـ "تويتر" فإن تنظيم الدولة اعتمد عليه بشكل كبير في التواصل بين عناصره لما يتيح من سهولة في إرسال الرسائل المكثفة والقصيرة وانتشارها بسرعة فائقة وواسعة الانتشار، وذلك من خلال آلاف المستخدمين له الذين أطلقوا ملايين الوسوم (الهاشتاغات) والروابط الدعائية الصوتية والمرئية التي تعرف بالتنظيم وتؤيده وتدعو إلى الالتحاق به، وتكرر من خلاله خطاب التهيب والوعيد (للعُدو) الذي يشن حرباً عالمية ضده من خلال الفيديوهات الدموية ذات المشاهد البشعة، كما عمل التنظيم على شن حرب إلكترونية من خلال تسخير لجيوش من التقنيين والهاكر الذين أسندت لهم مهام مضاعفة عدد الحسابات الممولة للتنظيم واختراق الحسابات المناهضة له، ونذكر منهم "جيش الصحابة الإلكتروني" و "هاكر الخلافة"²، والتي عملت إدارة "تويتر" على تعطيلها رغم الصعوبات المرتبطة بمراقبتها ومتابعتها نظراً لكثرتها وفتحها بأسماء مستعارة.

وبالنسبة لـ "فايسبوك" فإن جنود التنظيم الإلكتروني استغلته على أوسع نطاق في الترويج لخطابها، بل إن طبيعة هذا الفضاء ساهمت بنفسها في الحضور الكبير للتنظيم من خلال نشر أخباره من خلال حسابات أشخاص ومؤسسات إعلامية وهيئات وحكومات رافضين له ومنددين بأفعاله الإرهابية، فمجرد ذلك جعله حاضراً بقوة وساهم في الدعاية المعكوسة لصالحه، وأثبت مبتغاه في التهيب والوعيد من خلال إصداراته المصورة العنيفة.

أمام هذا الزخم التكنولوجي والإعلامي الكبير للتنظيمات الإرهابية عبر كتائبها الرقمية، والذي ساهم - كما رأينا - إلى حد كبير في الانتشار الواسع لها بما أصبح يهدد الأمن السيبراني وحتى الواقعي، ويطرح أكثر من احتمال حول حدود هذا التغلغل وحول مستقبل الإرهاب وفيما إذا كان سيختفي أم يزيد من عنفه في القادم من الأيام؛ فإن سؤال نجاعة أجهزة المراقبة الإلكترونية يطرح نفسه بقوة، فهل استطاعت هاته الأجهزة بالفعل أن تتصدى للإعلام التكنولوجي الإرهابي؟ وإلى أي حد كانت سياساتها فعالة في وقف تغلغله وانتشاره؟

سنحاول الإجابة على هاته الأسئلة من خلال الجزء الأخير لهاته الورقة البحثية.

3/ الرقابة على المنظومة الإعلامية للتنظيمات الإرهابية:

إذا كانت التنظيمات الإرهابية (القاعدة وداعش) قد نجحت في ترويع العالم بإنتاجاتها الإعلامية المتطورة للغاية، فإن خبراء الأمن الإلكتروني خاصة الأمريكيين منهم أكدوا أن الأمر لا يعدو أن يكون تعبيراً عن ضعفهم وإدراكهم للمصير الأسود الذي ينتظرهم، بدا ذلك واضحاً خلال فترة النكسات العسكرية التي واجهتها هاته التنظيمات جراء الحرب العالمية عليها خلال الفترة الممتدة من 2015 و 2017، حيث بدأ تنظيم "الدولة" يروج لعمليات وهمية عبر الانترنت، وتوازي ذلك مع جهود لجان المراقبة للمنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي الشهيرة خاصة يوتيوب وتويتر وفايسبوك وانستغرام وتلغرام.

¹ انظر نجلاء مكاي، محمد محمود السيد، هيثم سمير "تنظيم الدولة، دراسة تحليلية في بنية الخطاب" مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، ص 106 - الطبعة الثانية 2017

² نفس المرجع، ص 110 - 111

وفي هذا الإطار أكد جيمس لويس خبير الأمن الإلكتروني بمركز الدراسات الاستراتيجية والدولية أنه على الرغم من خطورة (الارهاب الإلكتروني) إلا أنه لا يعكس القدرة الفعلية للتنظيم الإرهابي، والذي بات يستخدم شبكة الانترنت لتحقيق أغراض متباينة، تشمل التجنيد والدعاية والتمويل وبث الذعر والخوف في النفوس. كما عبر جون موليجان، نائب مدير المركز الوطني لمكافحة الإرهاب السابق، إنه ينبغي للولايات المتحدة أن تستهين بقدرة التنظيمات الإرهابية مثل داعش على شن هجمات إلكترونية ضد الوطن، في أثناء الانشغال بتقليص سيطرتها على الأراضي في العراق وسوريا، حيث تمد هذه التنظيمات جيهاً قتالها ضد الولايات المتحدة الأمريكية إلى المجال الإلكتروني كاستخدامها للطائرات بدون طيار (الدرون)، وتسليحها أو استغلالها لوسائل التواصل الاجتماعي¹

كما سعت وزارة الدفاع الأمريكية عقب هجمات 11 سبتمبر 2001 الإرهابية إلى مضاعفة مجهوداتها المرتبطة بقضايا الأمن الإلكتروني والتصدي لجميع أشكال الغزو للقاعدة وداعش على الفضاء السيبراني، حيث تم اعتماد قانون باتريوت USA Patriot Act في أعقاب هذه الأحداث مباشرة، وكان هناك اهتمام واضح من بين نصوصه بقضايا الأمن الإلكتروني.

وقد وضع قانون (باتريوت) المذكور الارهاب الإلكتروني على قائمة الأفعال الإجرامية، ووسع من سلطات الحكومة الفيدرالية في مجال المراقبة الإلكترونية للاتصالات واعتراضها لتيسير القبض على الإرهابيين، كما يحتوي القانون، أيضاً، على أحكام خاصة بتوثيق المعاملات المالية بغرض مكافحة غسل الأموال، وذلك لعرقلة تمويل الإرهاب²، غير أنه وبعد أحداث 11 سبتمبر، ستعرف الولايات المتحدة الأمريكية زخماً غير مسبقاً من التشريعات والقوانين الخاصة بمواجهة الجريمة الإرهابية، وأهم ما ميز مواجهة التشريعية الأمريكية للإرهاب، عدم اقتصرها على صعيد واحد أو أصعدة محدودة، حيث يمكن وصف هاته التشريعات بـ "المتعددة الحقول والأصعدة"³، ونذكر منها بالخصوص تعزيز الأمن الإلكتروني من خلال الاستفادة من المجتمع المفتوح والتقدم في تشفير الاتصالات والإنترنت بهدف مواجهة استخدام الإرهابيين للإنترنت في التجنيد والتعبئة والتمويل للقيام بعملياتها الإرهابية داخل الولايات المتحدة، ومحاربة داعش والجماعات الإرهابية حتى بعد هزيمتهم الميدانية في سوريا والعراق، وكذلك العمل على تعقيمهم في شبكاتهم الرقمية مع قطع مصادر القوة للجماعات الإرهابية؛ من خلال العمل على تعطيل موارد الدعم المالي لها، والعمل على وقف تمويلهم وحماية الولايات المتحدة ونظامها المالي الدولي من الخطر، وإصابة قدرتهم على تجنيد الشباب، ومكافحة أيديولوجية الشر التي تقودها الجماعات الجهادية ومواجهة خطاباتهم المتطرفة، وتطوير الاستخبارات الإلكترونية لتحسين قدرة الحكومة الفيدرالية على التنبؤ بالتهديدات المتعلقة بالكمبيوتر وقدرات ردعها، وأخيراً تشارك المسؤولية مع الحلفاء والشركاء، الذين هم

¹ Kimberly Underwood, *ISIS takes fight to cyber battlefield*. The Cyber edge, November 1, 2017. Available at <https://www.afcea.org/content/isis-takes-fight-cyber-battlefield>

² Arije Antinori, *The "Jihadi Wolf Threat: The Evolution Of Terror Narratives Between The (Cyber-) Social Ecosystem And Self-Radicalization "Ego-System"*, Paper Presented At The 1st European Counter Terrorism Centre (ECTC) Conference On Online Terrorist Propaganda, The Hague, 10-11 April 2017. At: <https://www.linkedin.com/pulse/jihadi-wolf-threat-evolution-terror-narratives-pdf-antinori-phd>

³ Jeffrey Richelson and Michael L. Evans, *National Security Archive Electronic Briefing Book No. 55, September 21, 2001*, The National Security Archive, The September 11th Sourcebooks. At <https://nsarchive2.gwu.edu/NSAEBB/NSAEBB55/index1.html>

عرضة أيضا لاستهداف الجماعات الإرهابية، والاستمرار في المشاركة في مقاومة هذه الجماعات، ومساعدة الحلفاء على تطوير وتوسيع المسؤولية لتعزيز قدرتهم في مواجهة تلك الجماعات¹

إضافة إلى ما تقدم، بدأت الولايات المتحدة خلال الأربع سنوات الأخيرة في بناء ترسانة عسكرية لمواجهة الإرهاب الإلكتروني، وذلك من خلال منح الجيش الأمريكي المزيد من السلطات والموارد في مجال مكافحة هذا الإرهاب. يعد هذا النقل للسلطة من السلطة التنفيذية المدنية التي كانت تنصدي للإرهاب الإلكتروني بمفردها إلى الجيش دليلاً قوياً على أن حكومة الولايات المتحدة تخشى من استخدام الغزو الإلكتروني كأحد أعمال الحرب ضدها. وتحتل البحرية الأمريكية، في هذا الشأن، مركز الصدارة في مواجهة الهجمات الإرهابية الإلكترونية².

أما على مستوى المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي الضخمة خاصة يوتيوب وتويتر وفيسبوك وانستغرام وتلغرام؛ فإن شروط خدماتها تنص على حظر المحتوى الإرهابي، على سبيل المثال، معايير فيسبوك تنص على عدم السماح للمنظمات التي تمارس نشاطاً إرهابياً بالتواجد على المنصة، وتحظر استخدام منصته لتسهيل أو تنظيم نشاط إجرامي يسبب ضرراً جسدياً أو ضرراً مالياً للأشخاص أو الشركات، وكذلك الشأن بالنسبة لمنصة (تويتر) التي تمنع استخدامها لأية أغراض غير قانونية أو تعزيزاً لأنشطة غير قانونية، ويشمل ذلك التهديد بالإرهاب أو الترويج له، وكذلك الانتماء إلى المنظمات التي تستخدم أو تروج للعنف ضد المدنيين لتعزيز أسبابها، أما (يوتيوب) فقد ذكر أنه لا يجوز للمنظمات الإرهابية استخدام المنصة لأي غرض، بما في ذلك التجنيد، ويُحظر أيضاً المحتوى المرتبط بالإرهاب، مثل المحتوى الذي يروج لأعمال إرهابية أو يحرض على العنف أو يشيد بهجمات إرهابية³.

بالنظر إلى الحجم الهائل للمحتوى عبر الإنترنت (كل دقيقة تم نشر 350.000 تغريدة على تويتر، وتحميل 1300 ساعة من الفيديوهات على يوتيوب وعلى فيسبوك تم نشر 510.000 تعليق، وتم تحديث 293.000 حالة وتحميل 136.000 صورة، فليس من المستغرب أن كل من هذه المنصات تستخدم الذكاء الاصطناعي للمساعدة في إنفاذ قواعدها ومعاييرها بالإضافة إلى الإحالات من المستخدمين، وسلطات إنفاذ القانون والحكومات، ويتضمن استخدام Facebook للذكاء الاصطناعي مطابقة الصور (بحيث إذا حاول شخص ما تحميل صورة أو مقطع فيديو تم تحديده سابقاً على أنه إرهابي، فسيتم منعه من القيام بذلك)، وفهم اللغة (تحليل النص الذي تم إزالته بسبب الإشادة بالمنظمات الإرهابية أو دعمها من أجل تطوير إشارات نصية يمكن أن تدخل في خوارزميات التعلم الآلي لاكتشاف المنشورات المماثلة في المستقبل، كما أن twitter يستخدم أيضاً خوارزميات لتحديد الحسابات التي قد تنتهك قواعده، فمثلاً من منتصف 2015 إلى منتصف 2017 تم تعليق ما مجموعه 1.210.357 حساباً للترويج للإرهاب، وفي الوقت نفسه، أزال YouTube أكثر من 150 ألف مقطع فيديو للتطرف العنيف، مع 98 بالمائة منها تم الإبلاغ عنها بواسطة خوارزميات التعلم الآلي. وتمت إزالة ما يقرب من 70 بالمائة في غضون ثماني ساعات من التحميل (ونصفها تقريباً في غضون ساعتين، كما خفض موقع يوتيوب بشكل كبير أرشيف الفيديوهات للداعية الجهادي أنور العولقي. على الرغم من أن بعض هذا المحتوى لم ينتهك شروط استخدام منصة YouTube، فقد تم اتخاذ قرار بضرورة معاملة العولقي بشكل مشابه لمنظمة إرهابية مع حظر تام، وقبل هذا الحظر، أدى البحث عن "أنور

¹ Ibid.

² Charlotte Mellgard, *The Silent war of cyber terrorism* ·VANDERBILT Political Review ·Nov. 10, 2015.

At <http://vanderbiltpoliticalreview.com/the-silent-war-of-cyber-terrorism/>

للتفصيل راجع شروط استخدام منصات التواصل الاجتماعي على صفحاتها الإلكترونية الرئيسية³

(twitter/facebook/youtube/instagram/telegram/flickr)

العولقي" إلى ظهور أكثر من 70 ألف مقطع فيديو، وهذه تقارير إخبارية بأغلبية ساحقة عن حياته وموته، ومناقشات حول شرعية قتله ودحض أعماله من قبل العلماء حيث يتم استخدام تقنية بصمات الفيديو من قبل يوتيوب للإبلاغ عن مقاطع فيديو العولقي تلقائياً قبل أن يراها أي شخص.¹

لقد أصبحت منصات وسائل التواصل الاجتماعي جهات فاعلة مهمة في مكافحة التطرف على المنصات التي يديرونها، على سبيل المثال، طور Facebook تقنيات وبروتوكولات داخلية،² وتعمل بشراكة مع المجتمع المدني الذي يتكفل بإنتاج ونشر الرسائل المضادة للإرهاب الرقمي،³ ويدير المحتوى ويوقف المستخدمين عند الضرورة،⁴

كما تم التعاقد مع شركات ومؤسسات الصناعات الإعلامية - لا سيما الإعلان والعلاقات العامة والإنتاج الإعلامي - من قبل الدولة لإنتاج محتوى روائي مضاد. ومن الأمثلة المعروفة على ذلك قيام وحدة الأبحاث والمعلومات والاتصالات بوزارة الداخلية البريطانية بالتعاقد مع شركة Breakthrough Media،⁵ وهي شركة إنتاج، لإنتاج محتوى يتحدى الروايات الجهادية العنيفة. كما تعاقدت وزارة الداخلية البريطانية مع M&C Saatchi وهي شركة إعلانات كبرى، لإدارة حساب بقيمة 60 مليون جنيه إسترليني لتطوير حملات مكافحة التطرف العنيف،⁶ والتي استمرت في المملكة المتحدة في إطار برنامج "بناء بريطانيا أقوى معاً" الذي تديره وزارة الداخلية.

4/ استنتاجات:

تأسيساً على ما سبق نخلص إلى الاستنتاجات التالية:

. إن توظيف التنظيمات الإرهابية للانترنت يعكس قدراً كبيراً من الاحترافية والتعقيد في الأداء، سواء فيما يتعلق بعدد المنصات الإعلامية التابعة لها أو التقنيات التي تستخدمها أو الموضوعات التي تتناولها أو الجمهور الذي تستهدفه.⁷ ويظهر ذلك واضحاً من خلال استعمال الأسماء والعناوين ذات الحمولة الدينية المقتبسة من القرآن الكريم ومن بعض المعارك والبطولات الإسلامية ثم من خلال التقنيات الحديثة العالية الجودة على مستوى الصوت والصورة والمونتاج والإخراج وغيرها.

. تعمل التنظيمات الإرهابية على تجديد المحتوى المنشور لها عبر قنواتها الافتراضية، بالتركيز على الأخبار العاجلة التي لا يتعدى مداها الزمني 48 ساعة، لإعلام أفرادها بتحركاتها، وكذلك لتشثيت القوات الأمنية المحاربة لها،

¹ الأمم المتحدة - 2017، مقال باللغة الانجليزية مترجم عبر غوغل مترجم، الرابط: " مقال " تحدي الأمن السيبراني: مكافحة الإرهاب الرقمي

<https://ideas.unite.un.org/counterdigiterrorism/Page/Home>

² <https://about.fb.com/news/2017/06/how-we-counter-terrorism/>

³ <https://www.lifeafterhate.org/blog/2019/3/27/life-after-hate-working-with-facebook-to-help-individuals-leave-behind-hate-groups>

⁴ <https://transparency.facebook.com/community-standards-enforcement#instagram-terrorist-propaganda>

⁵ <https://www.theguardian.com/politics/2016/may/02/inside-ricu-the-shadowy-propaganda-unit-inspired-by-the-cold-war>

⁶ <https://www.theguardian.com/world/2017/feb/06/uks-government-hires-advertising-giant-as-it-fights-far-right-threat>

⁷ Sofia Karadima, "New Trends In Terrorism: The Use Of Social Media, Cyber-Terrorism, The Role Of Open Source Intelligence And The Cases Of rightwing Extremism And Lone Wolf Terrorism", "Master Thesis", University of Piraeus, Department of International and European Studies, 2016, p.55. At: <http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/handle/unipi/9315>.

وتثبيط نجاحاتهم ضدها، وتوصيل رسالة مفادها أنها مازالت موجودة. علاوة على ذلك، تقوم أيضا بنشر المعلومات عن العمليات التي تقوم بها باقي الذئاب المنفردة، وتبني العمليات الإرهابية حتى ولو كانت خارج أعضائها¹

. لاحظ المتابعون للإنتاج الإعلامي لهاته التنظيمات تباينا في خطابها الإعلامي حسب الجمهور والبيئة المستهدفة به، فعندما تخاطب ساكنة البلاد الإسلامية يكون هدفها هو إظهار قدرتها على إدارة دولة قابلة للحياة، وذلك بنشر صور تتعلق بالحياة "الطبيعية" في الشوارع والأسواق واستتباب أمن الدولة، إضافة إلى صور لإعدام أو معاقبة الأشخاص المتهمين بارتكابهم جرائم، أما حين تخاطب إعلام التنظيم الجمهور في البلاد الغربية - من مسلمين وغيرهم- فإن لغة الخطاب تختلف لتتلاءم مع ثقافات هذه الشعوب، حيث تركز على الحياة "المزدهرة" في مناطق التنظيم وعلى "المظالم" التي ترتكها الأنظمة الغربية ضد المسلمين و"حربها العدوانية" على التنظيم، سعيا لكسب منتسبين جدد منها بالاستفادة من سياسات حكوماتهم تجاههم، ويمكن القول أن متابعة المحتوى الإعلامي للتنظيمات الإرهابية في الفضاء الافتراضي تعكس أن لديهم نوعين من الرسائل حسب الجمهور المستهدف، وهما²:

1. الرسائل الإيجابية التطمينية.

2. رسائل عنيفة أو ترهيبية.

. التنظيمات الإرهابية تعتمد على التكنولوجيا والاعلام لأنها لا تملك وسائل تواصل بديلة غير ذلك، فطابعها الإرهابي يزيل عنها صفة الشرعية والحضور الدبلوماسي وإن كانت تمثل كيان "دولة" كما يتبها لها، كما أنها توظف المصطلحات والتسميات الضخمة لتظهر بمظهر الكيان القوي والمنظم، يظهر ذلك جليا من خلال مجموعة من البيانات الرسمية التي تستعمل مفردات جيواستراتيجية من قبيل (اللجنة المفوضة) و (القيادة العامة) و (قاعدة الجهاد) و (الذراع الاعلامي) وغيرها كثير.

. هناك تراجع ملحوظ على مستوى استعمال داعش للتكنولوجيا والاعلام، فالتنظيم يجد نفسه أمام تحدي البروباغاندا الجهادية والترويج الإيديولوجي لخطاباته على أوسع نطاق واستقطاب المزيد من الأنصار والأتباع، وأيضا أمام تحدي الكشف عن أسراره وفضح استراتيجيته لأعدائه، وهو ما أكدته الرسالة بمثابة (تعميم موجه إلى جنود الدولة الإسلامية كافة) تحظر بشكل رسمي استعمال وسائل التواصل الاجتماعي (في إشارة إلى فايسبوك واتساب وانستاغرام وتويتير وتلغرام) صادرة عن اللجنة المفوضة لتنظيم الدولة مؤرخة في 14 مايو 2017، والتي ليس لها إلا تفسير واحد وهو المتعلق بتمكين الجهات المحاربة للتنظيم من امتلاك معلومات دقيقة من مصادرها الأصلية. حيث جاء فيها (... وقد اتخذ أعداء الدين شتى الوسائل لاختراق صفوف الموحدين والاطلاع على أسرارهم ومن تلك الوسائل مواقع التواصل الاجتماعي، فإن تفشي استخدام هذه المواقع بين جنود الدولة الإسلامية له ضرر كبير على الجماعة لاسيما وهم غافلون أنها أنشئت من قبل أعداء الله ورسوله وتراقبها ليل نهار...)³

¹ محمود رشدي، "الاتجاهات السببرانية للمحتوي الإرهابي.. "داعش" نموذجا"، مركز سمات للدراسات، 21 ديسمبر 2018، على الرابط: <http://smtcenter.net>

² جهاد فتحي، "كيف استخدمت التنظيمات الإرهابية التكنولوجيا في صناعة الإرهاب"، مركز البديل للتخطيط والدراسات الاستراتيجية، 17 يناير 2017.
³ راجع الوثيقة على الرابط: <https://ctc.westpoint.edu/ctc-perspectives-the-islamic-states-internal-rifts-and-social-media-ban/>

. استمرت الدعاية الرسمية لداعش في التضائل منذ 2018 إلى الآن. وأصبحت إصدارات مقاطع الفيديو من ولايات داعش على وجه الخصوص نادرة الحدوث، ولذلك؛ فإن ما تبقى من استعمال لوسائل التواصل الاجتماعي هو في اعتقادي لا يصدر عن التنظيمات الإرهابية بشكل رسمي وإنما من مناصريها. كما ان "اللجنة المفوضة لتنظيم الدولة" أكدت في ذات السياق على أن مسألة النشر على الانترنت تبقى من اختصاص مكاتب التنظيم الإعلامية المختصة، وهو ما يدل على أنها تعاني من مشاكل على مستوى ضعف قيادته وفقدان عناصرها الإعلامية المختصة وتبعثر استراتيجياتها على المستوى الاعلامي.

. لا تهديد للتنظيمات الإرهابية إلا في العالم الافتراضي، أما العالم الواقعي فقد أصبحت محاصرة فيه بشكل كبير ولم يعد لها القدرة على تنفيذ عملياتها إلا عبر الفضاء السيبراني، وهو ما ينذر بتوسعها فيه باعتماد خطط واستراتيجيات جديدة في القادم من الأيام، رغم الحرب الالكترونية الموجهة ضد (الجهاد الرقمي) سواء من طرف أجهزة المراقبة الالكترونية الأمنية والاستخباراتية أو منصات التواصل الاجتماعي الخاصة أو منظمات المجتمع المدني والتي لا زالت مجهوداتها غير كافية بالمقارنة مع حجم التهديدات الإرهابية.

المراجع:

. توماس هيغهامر " القافلة: عبد الله عزام وصعود الجهاد العالمي " ترجمة عبيدة عامر، ط 1 (بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2021)

. نجلاء مكاوي، محمد محمود السيد، هيثم سمير " تنظيم الدولة، دراسة تحليلية في بنية الخطاب " مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، 67/66. الطبعة الثانية 2017

. محمود رشدي، " الاتجاهات السببرانية للمحتوي الإرهابي.. "داعش" نموذجاً"، مركز سمت للدراسات، 21 ديسمبر 2018،

. جهاد فتحي، " كيف استخدمت التنظيمات الإرهابية التكنولوجيا في صناعة الإرهاب"، مركز البديل للتخطيط والدراسات الاستراتيجية، 17 يناير 2017.

. تقرير مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة " استخدام الانترنت لأغراض إرهابية " نيويورك . 2013

. تقرير مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة " تحدي الأمن السببراني: مكافحة الإرهاب الرقمي " نيويورك . 2017

- Magdalena EL GHAMARI, PhD "PRO-DAESH JIHADIST PROPAGANDA. A STUDY OF SOCIAL MEDIA AND VIDEO GAMES" Collegium Civitas, Warsaw, Poland

- Jeffrey Richelson and Michael L. Evans, National Security Archive Electronic Briefing Book No. 55, Sourcebooks The September 11th, The National Security Archive, September 21, 2001

- Arije Antinori, The "Jihadi Wolf Threat: The Evolution Of Terror Narratives Between The (Cyber-) European Paper Presented At The 1st, "Social Ecosystem And Self-Radicalization" Ego-System The Hague. 10-11, Counter Terrorism Centre (ECTC) Conference On Online Terrorist Propaganda April 2017

" November 1, 2017. :The Cyber edge - Kimberly Underwood " ISIS takes fight to cyber battlefield

," VANDERBILT Political Review- Charlotte Mellgard " The Silent war of cyber terrorism November. 10, 2015.

- Sofia Karadima, "New Trends In Terrorism: The Use Of Social Media, Cyber-Terrorism, The Role "Of Open Source Intelligence And The Cases Of rightwing Extremism And Lone Wolf Terrorism University of Piraeus, Department of International and European Studies, 2016 .Master Thesis