

## المحاضرة رقم 14

### 1. نظرية الفجوة الرقمية:

تشير نظرية الفجوة الرقمية إلى الفجوة بين الأفراد أو المجتمعات في قدرتهم على الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) واستخدامها بفعالية.

#### أبعاد نظرية الفجوة الرقمية:

- الفجوة في الوصول: تشير إلى عدم قدرة بعض الأفراد أو المجتمعات على امتلاك أجهزة الكمبيوتر والاتصال بالإنترنت بسبب نقص الموارد أو عدم توفر البنية التحتية.

- الفجوة في المهارات: تشير إلى عدم امتلاك بعض الأفراد للمهارات الضرورية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل فعال، مثل مهارات البحث على الإنترنت، واستخدام البريد الإلكتروني، وإنشاء محتوى رقمي.

- الفجوة في الاستخدام: تشير إلى عدم استخدام بعض الأفراد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل كامل، حتى مع امتلاكهم للوصول والمهارات الضرورية.

#### أسباب الفجوة الرقمية:

- العوامل الاقتصادية: مثل الفقر، وعدم المساواة في الدخل، وارتفاع تكلفة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- العوامل الاجتماعية: مثل نقص التعليم، وعدم وجود مهارات رقمية، والعادات والتقاليد.

- العوامل الجغرافية: مثل الموقع الريفي، والبنية التحتية الرقمية غير المتطورة.

- العوامل السياسية: مثل الرقابة على الإنترنت، والقيود على حرية التعبير.

#### تأثيرات الفجوة الرقمية:

- إقصاء الاجتماعي: قد تؤدي الفجوة الرقمية إلى إقصاء بعض الأفراد والمجتمعات من المشاركة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

- عدم المساواة الاقتصادية: قد تؤدي الفجوة الرقمية إلى تفاقم عدم المساواة الاقتصادية، حيث تفتقر بعض الفئات إلى المهارات والفرص التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- التخلف: قد تؤدي الفجوة الرقمية إلى تخلف بعض الدول والمجتمعات عن ركب التقدم والتطور.

#### الحلول لمعالجة الفجوة الرقمية:

- استثمارات حكومية في البنية التحتية الرقمية، وبرامج التعليم والتدريب، ودعم الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- برامج التوعية: لزيادة الوعي بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكيفية استخدامها بشكل فعال.
- مبادرات القطاع الخاص: لتوفير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأسعار معقولة، وتطوير المحتوى الرقمي المحلي.

#### تطبيقات نظرية الفجوة الرقمية في وسائل الإعلام:

- فهم سلوكيات الجمهور: تساعد نظرية الفجوة الرقمية في فهم سلوكيات الجمهور المختلفة في استخدام وسائل الإعلام، مثل الفئات التي تفضل الاستهلاك الرقمي للمحتوى، والفئات التي تفضل الوسائل التقليدية.
- تصميم محتوى إعلامي مناسب: يمكن استخدام نظرية الفجوة الرقمية لتصميم محتوى إعلامي مناسب للفئات المختلفة من الجمهور، مع مراعاة احتياجاتهم ومهاراتهم الرقمية.
- توسيع الوصول إلى المعلومات: تساعد نظرية الفجوة الرقمية في تحديد العوائق التي تحول دون وصول بعض الأفراد إلى المعلومات، وتطوير برامج ومبادرات لمعالجة هذه الفجوة.
- مكافحة الفجوة الرقمية في مجال الإعلام: يمكن استخدام نظرية الفجوة الرقمية لتطوير برامج تعليمية وتدريبية لزيادة مهارات الأفراد في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بما في ذلك وسائل الإعلام الرقمية.

#### 2. نظرية التلاقي أو الدمج

تشير نظرية التلاقي أو الدمج إلى حدوث تغييرات جوهرية في طبيعة الإعلام وسلوكيات الجمهور مع ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى دمج خصائص الإعلام التقليدي والجديد.

##### أساسيات نظرية التلاقي:

- التقارب التقني: تشير إلى اندماج التقنيات المستخدمة في الإعلام التقليدي والجديد، مثل دمج النصوص والصور والفيديو على المنصات الرقمية.
- التقارب المحتوى: يشير إلى دمج محتوى الإعلام التقليدي والجديد، مثل نشر المقالات الصحفية على موقع التواصل الاجتماعي.

- التقارب الجماهيري: يُشير إلى تغيير سلوكيات الجمهور، حيث أصبحوا يستهلكون الإعلام من مصادر متنوعة، تقليدية ورقمية، في نفس الوقت.

افتراضات نظرية التلاقي:

- لا يُلغى الإعلام الجديد الإعلام القديم، بل يُكمّله.
- يتفاعل الجمهور مع الإعلام بشكل نشط<sup>1</sup>، وليس بشكل سلبي.
- تؤدي التكنولوجيا إلى مزيد من التنوع في الخيارات الإعلامية.

تأثيرات نظرية التلاقي:

- تغيرات في نماذج الأعمال الإعلامية: أدى التقارب إلى انهيار نماذج الأعمال التقليدية لوسائل الإعلام، مثل الاعتماد على إعلانات المطبوعة، مما أجبر المؤسسات الإعلامية على التكيف مع مصادر دخل جديدة مثل إعلانات الرقمية والاشتراكات.

- ظهور وسائل إعلام جديدة: أدى التقارب إلى ظهور وسائل إعلام جديدة، مثل الواقع الإلكتروني، ومدونات الإنترنت، وقنوات يوتوب، مما وفر مساحة أكبر للأصوات والآراء المتنوعة.

- تغيرات في سلوكيات الجمهور: غير التقارب طريقة استهلاك الجمهور للمعلومات، حيث أصبحوا يعتمدون بشكل متزايد على الإنترنت والهواتف الذكية للحصول على الأخبار والمعلومات.

- تحديات جديدة: طرح التقارب تحديات جديدة، مثل انتشار المعلومات المضللة، وكراهية الخطاب، وفقدان الوظائف في قطاع الإعلام التقليدي.

### 3. نظرية الإعلام الشخصي

تعرف أيضاً باسم نظرية "التخصيص الإعلامي" أو "الإعلام حسب الطلب"، وتشير إلى قدرة الأفراد على التحكم في محتوى المعلومات التي يتلقونها من خلال استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات، كما تُركّز النظرية على دور الفرد النشط في تشكيل تجربته الإعلامية، بدلاً من كونه متلقياً سلبياً للمحتوى.

سياسات نظرية الإعلام الشخصي:

- التكنولوجيا: توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل الإنترنت وأجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية، للأفراد أدوات للتحكم في محتوى المعلومات التي يتلقونها.

<sup>1</sup> - Sacher, L. (2006). Convergence: Does it matter?. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 50(4), 691-715.

- الاختيار: يتيح الإعلام الشخصي للأفراد اختيار المحتوى الذي يهتمون به من مصادر متنوعة، بدلاً من الاعتماد على مصادر محددة يفرضها عليهم الإعلام التقليدي.
  - التفاعل: يُشجع الإعلام الشخصي على التفاعل بين الأفراد ومحنتوى المعلومات، مثل التعليق على المقالات الإخبارية، والمشاركة في المنتديات، وإنتاج محتوى خاص.
- افتراضات نظرية الإعلام الشخصي:**

- يتمتع الأفراد بالقدرة على فهم احتياجاتهم الإعلامية وتحديدتها.
- تساعد التكنولوجيا الأفراد على الوصول إلى المعلومات التي يحتاجونها بشكل فعال.
- يؤدي الإعلام الشخصي إلى تجربة إعلامية أكثر فائدة وإثارة للأفراد.

**تأثيرات نظرية الإعلام الشخصي:**

- تغيرات في سلوكيات الجمهور: غير الإعلام الشخصي طريقة استهلاك الجمهور للمعلومات، حيث أصبحوا يعتمدون بشكل متزايد على مصادر متنوعة للحصول على الأخبار والمعلومات.
- ظهور وسائل إعلام جديدة: أدى الإعلام الشخصي إلى ظهور وسائل إعلام جديدة، مثل المدونات، وقنوات يوتيوب، والشبكات الاجتماعية، مما وفر مساحة أكبر للأصوات والآراء المتنوعة.
- تحديات جديدة: طرح الإعلام الشخصي تحديات جديدة، مثل انتشار المعلومات المضللة، وكراهية الخطاب، وفجوات المعلومات بين مختلف الفئات الاجتماعية.

4. نظرية أنترنت الأشياء، تبني على شبكة واسعة من الأجهزة المادية المزودة ببرامج مدمجة، تسمى "الأشياء الذكية"، يمكنها الاتصال والتعامل مع بعضها البعض ومع الإنترن特، تتضمن هذه الأجهزة أجهزة استشعار، وأجهزة تحكم، وأجهزة كمبيوتر صغيرة، يمكنها جمع البيانات ومعالجتها ونقلها عبر الإنترن特، وتهدف نظرية إنترنت الأشياء إلى خلق عالم ذكي متراوط، حيث يمكن للأجهزة التواصل مع بعضها البعض ومع البشر بشكل تلقائي<sup>2</sup>. ومن خصائصها:

- الوصولية: قدرة الأجهزة على الاتصال والتعامل مع بعضها البعض ومع الإنترن特.
- الذكاء: قدرة الأجهزة على جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها واتخاذ القرارات بشكل مستقل.
- التكامل: قدرة الأجهزة على العمل معًا بشكل سلس لتحقيق أهداف مشتركة.

<sup>2</sup> - Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). Artificial intelligence: A modern approach. Pearson Education, p19-33.

- التخصيص: قدرة الأجهزة على التكيف مع احتياجات المستخدمين الفردية.

- الأمان: قدرة الأجهزة على حماية البيانات والمعلومات من الوصول غير المصرح به.

#### مجالات تطبيق نظرية إنترنت الأشياء:

- المنازل الذكية: التحكم في الأجهزة المنزلية، مثل الإضاءة والتكييف وأجهزة الأمان، عن بعد.

- المدن الذكية: تحسين إدارة الموارد، مثل الطاقة والمياه والنقل، في المدن.

- الرعاية الصحية: مراقبة صحة المرضى وتقديم الرعاية الصحية عن بعد.

- الصناعة: تحسين كفاءة الإنتاج وصيانة المعدات.

- الزراعة: مراقبة المحاصيل والماشية وتحسين الإنتاجية<sup>3</sup> الزراعية.

#### فوائد نظرية إنترنت الأشياء:

- زيادة الكفاءة: يمكن أن تساعد إنترنت الأشياء في تحسين كفاءة العمليات في مختلف المجالات.

- خفض التكاليف: يمكن أن تساعد إنترنت الأشياء في خفض التكاليف من خلال أتمتة المهام وتحسين استخدام الموارد.

- تحسين تجربة المستخدم: يمكن أن تساعد إنترنت الأشياء في تحسين تجربة المستخدم من خلال توفير خدمات مخصصة وسهلة الاستخدام.

- خلق فرص عمل جديدة: يمكن أن تخلق إنترنت الأشياء فرص عمل جديدة في مجالات مثل تطوير الأجهزة والبرامج والبيانات.

#### التحديات التي تواجه نظرية إنترنت الأشياء:

- الأمان والخصوصية: حماية البيانات والمعلومات من الوصول غير المصرح به.

- التوافقية: ضمان قابلية عمل الأجهزة المختلفة مع بعضها البعض.

- البنية التحتية: تطوير بنية تحتية مناسبة لدعم الاتصالات بين الأجهزة.

- التكلفة: قد تكون تكلفة الأجهزة والأنظمة المرتبطة بإنترنت الأشياء مرتفعة.

- القبول من قبل المستخدمين: زيادة الوعي بفوائد إنترنت الأشياء وتشجيع المستخدمين على اعتمادها.

<sup>3</sup> - Bostrom, N. (2014). Superintelligence: Paths, dangers, strategies. Oxford University Press, p11-48.

5. نظرية الأخلاق الرقمية: ترتكز على مجموعة من المبادئ والقيم التي تنظم سلوك الأفراد في الفضاء الرقمي، بما في ذلك الإنترن特 ووسائل التواصل الاجتماعي. تهدف إلى ضمان استخدام التكنولوجيا بشكل مسؤول وأخلاقي، مع احترام حقوق الآخرين وتعزيز القيم الإيجابية. من بين مبادئها:

- **الخصوصية:** احترام خصوصية الآخرين وعدم مشاركة معلوماتهم الشخصية دون موافقهم.
- **الأمان:** حماية بياناتهم الشخصية وأجهزتهم من السرقة أو التلف.
- **المصداقية:** التحقق من صحة المعلومات قبل نشرها ومكافحة الأخبار المزيفة.
- **المسؤولية:** تحمل مسؤولية أفعالهم في الفضاء الرقمي وتجنب نشر المحتوى المسيء أو الضار.
- **الاحترام:** احترام آراء الآخرين ومعاملتهم بلطف، حتى عند الاختلاف.
- **المساواة:** ضمان المساواة في الوصول إلى المعلومات والتكنولوجيا ومنع التمييز.
- **المشاركة:** المساهمة في خلق فضاء رقمي إيجابي من خلال نشر المحتوى المفيد والمشاركة في الحوارات البناءة.

#### أهمية نظرية الأخلاق الرقمية:

- تُساعد في ضمان استخدام التكنولوجيا بشكل آمن ومسؤول.
- تُعزز القيم الإيجابية، مثل الاحترام والمساواة والمشاركة، في الفضاء الرقمي.
- تُساهم في مكافحة الظواهر السلبية، مثل التنمر الإلكتروني والتمييز الإلكتروني ونشر المعلومات المضللة.
- تُنشئ بيئة رقمية أكثر أماناً وإيجابية للجميع.

#### التحديات التي تواجه نظرية الأخلاق الرقمية:

- سرعة انتشار المعلومات: صعوبة التحكم في انتشار المعلومات المضللة والشائعات في الفضاء الرقمي.
- اختلاف الثقافات والقيم: صعوبة وضع مبادئ أخلاقية رقمية عالمية تتناسب مع جميع الثقافات والقيم.
- قلة الوعي: عدم وعي بعض الأفراد بأهمية الأخلاق الرقمية وكيفية تطبيقها في حياتهم اليومية.
- ضعف تطبيق القوانين: عدم وجود قوانين كافية لتنظيم السلوك في الفضاء الرقمي ومحاسبة المخالفين.

#### قائمة المراجع (المحاضرة رقم 14):

1.Saxer, L. (2006). Convergence: Does it matter?. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 50(4), 691-715.

- 2.Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). Artificial intelligence: A modern approach. Pearson Education, p19-33.
- 3.Bostrom, N. (2014). Superintelligence: Paths, dangers, strategies. Oxford University Press, p11-48.