



الإعلام الرقمي وتأثيره التوعوي على التنمية الاقتصادية في الدول العربية



منظمة العمل العربية
إدارة الإعلام والتوثيق والمعلومات
2025

شكرو تقدير

تتقدم منظمة العمل العربية (إدارة الإعلام والتوثيق والمعلومات) بجزيل الشكر والامتنان إلى الدكتور أحمد سليمان، وذلك تقديرًا لجهوده المتميزة في إعداد وتقديم هذه الدراسة القيّمة بعنوان:

"الإعلام الرقمي وتأثيره التوعوي على التنمية الاقتصادية في الدول العربية"

لقد جاءت هذه الدراسة ثمرة جهد علمي دؤوب وبحث معمّق، وأسهمت إسهامًا بالغ الأثر في إثراء المعرفة العلمية وتعميق الفهم حول الدور المتصاعد للإعلام الرقمي في خدمة مسارات التنمية الاقتصادية في الدول العربية.

تقديم

إن التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم في مجالات التكنولوجيا والاتصال الرقمي، أرست واقعاً جديداً يمس كافة جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية، أثرت تأثيراً مباشراً على أسواق العمل والعلاقات الإنتاجية. وفي هذا السياق، يبرز الإعلام الرقمي كأحد أبرز أدوات نقل المعلومات، والتأثير في تشكيل الوعي المجتمعي، وتحفيز النمو الاقتصادي، وتمكين أطراف الإنتاج الثلاثة من القيام بأدوارهم بكفاءة وفعالية.

تتناول دراسة "الإعلام الرقمي وتأثيره التوعوي على التنمية الاقتصادية في الدول العربية" أحد مجالات عمل منظمة العمل العربية، ومنذ نشأتها عام 1965 تحرص المنظمة على متابعة المستجدات العالمية وربطها بقضايا العمل والعمال في منطقتنا العربية، فعالجت موضوعاً محورياً يتمثل في كيفية توظيف الإعلام الرقمي لخدمة التنمية الاقتصادية، عبر تمكين الحكومات من وضع سياسات أكثر شفافية وفعالية، وإتاحة الفرص لأصحاب العمل لاستثمار الوسائط الرقمية في تطوير أعمالهم وفتح أسواق جديدة، وتمكين العمال من الوصول إلى المعرفة والمهارات التي تؤهلهم للمنافسة في سوق العمل الحديث، بما يساهم في خلق المزيد من فرص العمل اللائق وتحقيق العدالة الاجتماعية.

ولا تخفى علينا التحديات التي رصدتها الدراسة، سواء فيما يتعلق بالفجوة الرقمية، أو محدودية المهارات الرقمية، أو الحاجة إلى أطر تنظيمية وتشريعية متكاملة تحكم هذا المجال سريع التطور. غير أن ما خلصت إليه الدراسة من توصيات، يفتح أمامنا آفاقاً واسعة لوضع استراتيجيات عربية مشتركة، قادرة على تحويل الإعلام الرقمي إلى أداة تنموية تساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتعزز مكانة الاقتصاد العربي في الاقتصاد الرقمي العالمي.

وإذ أثنى على الجهد العلمي الذي بذله الباحث في إعداد الدراسة، فإنني أدعو جميع المعنيين بقضايا العمل والتنمية الاقتصادية في وطننا العربي إلى الاستفادة من مخرجاتها وتوصياتها، والعمل على توظيف الإعلام الرقمي كقوة إيجابية لتحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية شاملة ومستدامة، تساهم في بناء مستقبل أكثر إشراقاً لبلداننا العربية.

{ والله ولي التوفيق }

فايز علي المطيري

المدير العام

ملخص

تتناول هذه الدراسة تأثير الإعلام الرقمي التوعوي على التنمية الاقتصادية في الدول العربية، مركزةً على دوره الحيوي في إعادة تشكيل العلاقة بين أطراف الإنتاج الثلاثة: الحكومات، وأصحاب العمل، والعمال، وفي تنظيم أسواق العمل وتوفير فرص عمل مستدامة.

تُبرز الدراسة كيف أصبح الإعلام الرقمي أداة استراتيجية لنشر الوعي الاقتصادي، وتحفيز الابتكار، وتمكين رواد الأعمال، خاصة في مجال دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر. فقد أتاح الإعلام الرقمي بيئة جديدة لتبادل المعرفة، والتواصل الفعال، والوصول إلى أسواق أوسع بتكلفة أقل، مما ساهم في بناء اقتصاد رقمي أكثر انفتاحًا وتنافسية. وتشير الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي لا يقتصر أثره على الجوانب الاقتصادية فقط، بل يتعداها إلى تمكين الأفراد من التعلم المستمر، واكتساب المهارات الرقمية، والتفاعل الواعي مع قضايا العمل، بما يسهم في تحسين بيئة العمل وتعزيز الحقوق العمالية، وتحقيق التوازن بين أطراف الإنتاج، ورفع مستويات الشفافية والثقة.

غير أن الدراسة رصدت تحديات حقيقية تحد من استثمار كامل إمكانيات الإعلام الرقمي، من أبرزها الفجوة الرقمية بين الفئات والمناطق المختلفة، وضعف المهارات الرقمية، والتحديات المرتبطة بالأمن السيبراني، والبنية التحتية غير المتكاملة، فضلاً عن الحاجة إلى أطر تشريعية وتنظيمية واضحة تحكم هذا القطاع سريع التطور.

وتخلص الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي يمثل أداة قوية لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في الدول العربية، إذا ما تم تسخيرها في إطار رؤية استراتيجية شاملة، تضمن تطوير البنية التحتية الرقمية، وتنمية رأس المال البشري، وتبني سياسات تشاركية بين الحكومات، وأصحاب العمل، والعمال، لتحقيق أقصى استفادة ممكنة منه. هذا وأوصت الدراسة بضرورة صياغة استراتيجيات متكاملة لتعزيز دور الإعلام الرقمي في التنمية الاقتصادية، تشمل: تطوير التشريعات المنظمة للإعلام

الرقمي، والاستثمار في بناء القدرات والمهارات الرقمية، وتعزيز الأمن السيبراني، وتحفيز الابتكار، إضافة إلى تنسيق الجهود لبناء نموذج عربي متميز في الإعلام الرقمي التنموي، يراعي خصوصية المجتمعات العربية، ويسهم في خلق أسواق عمل مرنة، ويوفر المزيد من فرص العمل اللائقة، ويعزز القدرة التنافسية للاقتصاد العربي في الاقتصاد الرقمي العالمي.

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الرقمي الهادف، الإعلام التقليدي، الإعلام التجاري، الأمن السيبراني، الواقع المعزز، الواقع الافتراضي، أطراف الإنتاج، المشاريع الصغيرة، التنمية الاقتصادية العربية.

المحتويات

5	تقديم
7	ملخص
20	المحور الأول: دور الإعلام الرقمي في تمكين أطراف الإنتاج وتنظيم سوق العمل
37	المحور الثاني: الجدوى الاقتصادية والنماذج الناجحة للإعلام الرقمي التنموي
54	المحور الثالث: التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي ودور أطراف الإنتاج
59	نتائج الدراسة:
61	توصيات الدراسة:
63	الخاتمة
65	قائمة المراجع

المقدمة

1- تعريف الإعلام الرقمي

يشمل الإعلام الرقمي في جوهره، أي شكل من أشكال الاتصال يستخدم الأجهزة الإلكترونية والإنترنت لنقل، وتبادل المعلومات وتوزيعها واستهلاكها، ويشار إليه أحياناً باسم الوسائط الرقمية. وهو بذلك يمثل خروجاً كبيراً عن الوسائط التقليدية مثل المطبوعات والراديو والتلفزيون. ويتميز الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي بإمكانية التفاعل والمشاركة، مما يجعله أكثر ديناميكية وتنوعاً.

علاوة على ذلك، فإن الإعلام الرقمي ليس كياناً متجانساً، بل هو كوكبة من المنصات والتنسيقات المتنوعة. يتضمن ذلك مواقع الويب وشبكات التواصل الاجتماعي ومنصات الفيديو عبر الإنترنت والبودكاست والمدونات وتطبيقات الهاتف المحمول.¹ وثمة العديد من المصطلحات التي يطلقها الباحثون العرب والأجانب على الإعلام الرقمي ومنها الإعلام الإلكتروني، الإعلام التفاعلي، الإعلام الجديد، الإعلام الشبكي. وأيما كانت التسمية، يمكن إيجاز أهم سمات الإعلام الرقمي فيما يلي:

أ- التفاعل بين المرسل والمتلقي.

ب- المرونة الزمنية: الوصول للمحتوى في أي وقت.

ج- تعدد الأجهزة: الحواسيب، الهواتف المحمولة، وغيرها.

¹ Econ-Pedia (2024). الاقتصاد الرقمي.

<https://econ-pedia.com/glossary/الاقتصاد-الرقمي/>

² المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام. (2025). <https://jmdds.journals.ekb.eg>

2- أهمية الإعلام الرقمي في العصر الحديث

يتمثل الدور الحيوي للإعلام الرقمي في عصرنا في عدة عناصر تبرز تأثيره على مختلف جوانب الحياة لاسيما في مجال العمل. وأبرز تلك العناصر هي:

- أ- سرعة نقل المعلومات: حيث يتيح الإعلام الرقمي نقل الأخبار والمعلومات بشكل فوري، مما يسمح للجمهور بمتابعة الأحداث المحلية والعالمية لحظة بلحظة.
- ب- التفاعل المباشر: حيث يتمكن الجمهور من التفاعل مع المحتوى من خلال التعليقات والمشاركات، والتعبير عن آرائهم بشكل فوري.
- ج- الوصول العالمي: يمكن للإعلام الرقمي تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية مما يشكل ثورة في عالم التواصل مقارنةً بالإعلام التقليدي.
- د- تحديد الجمهور المستهدف: إذ يتيح الإعلام الرقمي للمؤسسات والأفراد تخصيص الرسائل الإعلامية لتصل إلى جمهور محدد بدقة، باستخدام أدوات مثل التحليل البياني وغيرها.

3- الدور التوعوي للإعلام الرقمي

أصبح الإعلام الرقمي أداة فعالة في تشكيل الوعي العام وتعزيز التفاهم المجتمعي، متجاوزاً محدودية الإعلام التقليدي. فهو يتيح الوصول السهل إلى المعلومات من أي مكان، مما يُمكن الأفراد من التعلم والتثقيف الذاتي عبر منصات تعليمية ومكتبات رقمية متنوعة.

كما يعزز الإعلام الرقمي المشاركة التفاعلية، حيث تتيح المنتديات والتعليقات والنقاشات عبر الإنترنت تبادل وجهات النظر وبناء المعرفة الجماعية، مما يدعم التفكير النقدي والمشاركة المجتمعية الواعية.

ومن أبرز أدواره التوعوية:

- تعزيز التعليم من خلال موارد تعليمية متاحة للجميع.

- تشجيع المشاركة المجتمعية والنقاش حول القضايا العامة.
 - مكافحة الأخبار الكاذبة عبر تقديم معلومات موثوقة.
 - نشر الوعي البيئي والسلوكيات الصديقة للبيئة.
 - التثقيف الصحي خاصة في الأزمات مثل جائحة كوفيد-19.
 - دعم حقوق الإنسان من خلال تسليط الضوء على الانتهاكات.
- ويوضح الجدول رقم 1 أبرز الاختلافات بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي.

الجدول رقم 1: مقارنة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي

وجه المقارنة	الإعلام التقليدي	الإعلام الرقمي
الوسائل المستخدمة	الصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون	المواقع الإلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، البث المباشر، المدونات، اليوتيوب
الانتشار والسرعة	بطيء نسبياً، يتطلب وقتاً في الطباعة والبث	سريع جداً، يمكن الوصول إليه في لحظات عبر الإنترنت
التفاعل مع الجمهور	محدود، غالباً من خلال الرد على المكالمات أو الرسائل	مباشر وتفاعلي، يمكن للمستخدمين التعليق والمشاركة بشكل فوري
تحديث المحتوى	يتطلب وقتاً لإنتاج المواد وتحديثها	يمكن تحديث المحتوى بشكل فوري ومستمر
التكلفة	مرتفعة، خاصة لإنتاج الوسائل التقليدية	أقل، غالباً ما يكون التواجد الرقمي أقل تكلفة
الوصول للجمهور	محصور بالمدن أو مناطق جغرافية محددة	عالمي، يتيح الوصول إلى جمهور واسع من مختلف أنحاء العالم

نوع المحتوى	تقليدي، يركز غالباً على النص والصور والفيديو الثابت	مرن، يتضمن النص، الصور، الفيديوهات، والبث المباشر والوسائط التفاعلية
التحكم في المحتوى	متحكم فيه بشكل أكبر من قبل الجهات المنتجة	أكثر حرية وتفاعلية، ويمكن للجمهور أيضاً مشاركة المحتوى
قياس النجاح والتأثير	يعتمد على المقاييس التقليدية مثل التوزيع والمشاهدات	يستخدم أدوات تحليلات رقمية لقياس التفاعل والمشاهدات بشكل دقيق

4- واقع الإعلام الرقمي في الدول العربية من حيث تأثيره التوعوي في مجال العمل

يساهم الإعلام الرقمي في العالم العربي في تشكيل الوعي المهني، حيث يتيح الوصول السهل إلى المعلومات المهنية عبر منصات مثل LinkedIn والمدونات المتخصصة، مما يساعد الأفراد على تطوير مهاراتهم واتخاذ قرارات مهنية مستنيرة. علاوة على ذلك، تسهل وسائل الإعلام الرقمية التواصل والتعاون، وتربط العمال وأصحاب المهن عبر الحدود الجغرافية، فيما بين الدول العربية والعالم. وتمكن من تبادل أفضل الممارسات.

يلعب الإعلام الرقمي دوراً محورياً في:

- التعليم والتطوير المهني عبر الدورات التدريبية والمحتوى التفاعلي.
 - التوجيه المهني من خلال النصائح حول التوظيف وإعداد السير الذاتية وتطويرها.
 - رفع الوعي بحقوق العمال وحمايتهم من الاستغلال.
- ورغم التحديات، يُتوقع أن يستمر الإعلام الرقمي في التأثير الإيجابي على التوعية المهنية، خاصة مع دعم المبادرات الحكومية، وتحسين جودة المحتوى، وتوسيع الوصول إلى الإنترنت. ومع تطوير المهارات الرقمية، يمكن أن يساهم الإعلام الرقمي في تحقيق تنمية اجتماعية واقتصادية أوسع في الدول العربية.

5- الدراسات السابقة

تصدت كثير من الدراسات العربية والأجنبية بشكل منفصل إما للإعلام الرقمي، أو لقضايا العمل والتنمية الاقتصادية كل على حدة، إلا أن تلك البحوث كادت تخلو من الربط بين دور الإعلام الرقمي التوعوي والتنمية الاقتصادية. وركزت معظم تلك الدراسات على عدة أمور:

- دراسة (سعيد عبد المنعم ومنى عيد2024).² كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين وتطوير المحتوى التسويقي الرقمي.
- دراسة (الجويسر2020)³ وتركز على استخدام الإعلام الرقمي لدعم الأهداف التنموية.
- دراسة (دعاء فتحي سالم2019) وتتناول اعتبار الإعلام الرقمي أداة مهمة لإحداث التغيير في المجتمع وربط التفاعلات بين أفرادها.⁴
- دراسة (وفاء حسن2024) تبحث في دور الإعلام الرقمي لنشر الوعي البيئي وتعزيز مشاركة المواطنين في المبادرات التنموية.⁵
- دراسة (فريق من الباحثين 2024) تبحث في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التنمية الاقتصادية من خلال تطوير رأس المال البشري والبنية التحتية الرقمية.⁶
- دراسة (تحرير Soichiro Takagi 2020) تأثير انتشار المنصات الرقمية بشكل كبير على كيفية الشراء والبيع والعمل في المجتمع، مع وجود مخاوف من الاحتكار وتدمير الصناعات التقليدية.⁷

³ عبد المنعم، سعيد & عيد، منى. (2024). فعالية تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغيير اتجاهات إنتاج محتوى الاتصالات التسويقية المتكاملة بالموقع الإلكتروني للمنظمة The Effectiveness of Artificial Intelligence Techniques in Changing the Production Trends of Integrated Marketing Communications Content the Organization's Website. المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، 1(2)، 217-280. doi: 10.21608/dmpos.2024.277392.1001

⁴ الجويسر، غ. (2020). الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية في ضوء رؤية 2030. <https://www.academia.edu/105908516>

⁵ سالم، د. ف. (2019). دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 66، 133-200. https://journals.ekb.eg/article_86836.html

⁶ حسن، و. (2024). دور الإعلام الرقمي في رسم ملامح التنمية المستدامة وصناعة المستقبل الأخضر في مصر. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، 4(5)، 1-34. https://journals.ekb.eg/article_360765.html

6- إشكالية الدراسة

تتلخص إشكالية هذه الدراسة في الإجابة على السؤال التالي: ما هو تأثير الإعلام الرقمي التوعوي على التنمية الاقتصادية في الدول العربية، وما هي وسائله، وكيف يمكن الاستفادة بها في تعزيز النمو والتنمية في الدول العربية؟

7- منهجية الدراسة

تستخدم الدراسة المنهج التحليلي حيث يتم تحليل البيانات والإحصاءات ذات الصلة، واستعراض تجارب الدول في الإعلام الرقمي لتقييم تأثير هذه الوسائل على التنمية الاقتصادية.

8- موضوع الدراسة وأهدافها

تهدف هذه الدراسة لبحث كيفية تأثير الإعلام الرقمي على التنمية الاقتصادية عبر توعية المجتمع ودعم بيانات الأعمال الناشئة، وتحليل مدى فعاليته في تحقيق التقدم الاقتصادي. وتعتمد الفرضية المركزية للدراسة على أن الأفراد القادرين على التعامل مع الرقمنة، الذين تم تمكينهم من المعرفة فيما يتعلق بالفرص الاقتصادية وتنمية المهارات وريادة الأعمال، يساهمون بشكل كبير في النمو الاقتصادي الشامل.

وتبحث الدراسة في العلاقة الدقيقة بين الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية في الدول العربية، باعتباره داعماً رئيسياً لتحقيق الأهداف الاستراتيجية لمنظمة العمل العربية. ومن ثم تهتم الدراسة ببحث وسائل تسخير أدوات الإعلام الرقمي لتحقيق تلك الأهداف، وأبرزها: تنسيق الجهود في ميدان

⁸ Literature Survey on the Economic Impact of Digital Platforms.

Takagi, S. Literature survey on the economic impact of digital platforms. *IJEPS* 14, 449–464 (2020).
<https://doi.org/10.1007/s42495-020-00043-0>

العمل والعمال، وترسيخ الحقوق النقابية، وتقديم المعونة الفنية، وتطوير التشريعات، وتحسين ظروف وشروط العمل. وتعتمد الدراسة عدة آليات أهمها:

1. تحليل دور الإعلام الرقمي في تعزيز المعرفة الاقتصادية، والفهم العام للسياسات المالية والاستثمارية.

2. تقييم الوضع الحالي لانتشار الوسائط الرقمية واستخدامها في مختلف الدول العربية.

3. استكشاف تأثير الإعلام الرقمي على دعم رواد الأعمال والمشاريع الناشئة في الدول العربية.

4. تحديد العقبات والتحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في تحقيق أهدافه التوعوية.

5. تزويد صانعي السياسات والمعنيين بالتنمية بتوصيات قائمة على الأدلة حول كيفية تسخير

الإمكانات التحويلية للإعلام الرقمي لتنشئة قوى عاملة عربية أكثر اطلاعاً وتمكيناً وازدهاراً اقتصادياً.

المحور الأول:
دور الإعلام الرقمي في تمكين أطراف الإنتاج
وتنظيم سوق العمل



المحور الأول: دور الإعلام الرقمي في تمكين أطراف الإنتاج وتنظيم سوق العمل

يقوم الإعلام الرقمي بدور محوري في تمكين أطراف الإنتاج الثلاثة وتنظيم سوق العمل. فهو يوفر فرصاً جديدة للنمو والتطور لجميع الأطراف المعنية، من الحكومات والشركات والمنتجين إلى العمال والمستهلكين. كما أنه يساهم في خلق بيئة عمل أكثر شفافية وعدالة، مع تعزيز الابتكار وزيادة الأعمال. ومع استمرار التطور التكنولوجي، من المتوقع أن يزداد تأثير الإعلام الرقمي على عالم العمل والإنتاج، مما يتطلب من جميع الأطراف التكيف مع هذه التغيرات، والاستفادة من الفرص التي يوفرها هذا العصر الرقمي.

المبحث الأول: تمكين أطراف الإنتاج والمسؤولية الثلاثية

تتوقف فعالية وسائل الإعلام الرقمية وتأثيرها الإيجابي على الجهود المتضافرة للحكومات وأصحاب العمل والعمال على نجاح ما يمكن وصفه بالمسؤولية الثلاثية. ويلعب كل طرف دوراً حاسماً في تشكيل المشهد الرقمي، وتعظيم إمكاناته لتحقيق الصالح المجتمعي. وتتوزع المسؤولية كالتالي:

أولاً: الحكومات: ينبغي للحكومات، من خلال وزارات العمل والهيئات التنظيمية للإعلام، إنشاء أطر تعزز محو الأمية الرقمية، وتحمي حقوق الملكية الفكرية، وتضمن ممارسات العمل العادلة في الاقتصاد الرقمي. ولابد هنا من الإشارة إلى ضرورة الاسترشاد بما تضمنته "الرؤية العربية للاقتصاد الرقمي" 2020، التي أطلقتها جامعة الدول العربية بالتعاون مع الاتحاد العربي للاقتصاد الرقمي،⁸ والتي بنيت على خمسة أبعاد هي: الأساس الرقمي، والابتكار الرقمي والحكومة الرقمية والأعمال التجارية الرقمية والمواطن الرقمي.

وتُعد "الرؤية العربية للاقتصاد الرقمي" من أبرز المبادرات الإقليمية التي تهدف إلى تطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز التحول الرقمي في الدول العربية. كما تهدف إلى إعادة بناء وتطوير المنظومات الاقتصادية في المنطقة العربية، ودعم جهود العمل العربي المشترك لتعزيز وتنمية الاقتصاد الرقمي.

ومن أبرز المشاريع في الرؤية العربية للاقتصاد الرقمي:

1. مؤشر التحول الرقمي العربي

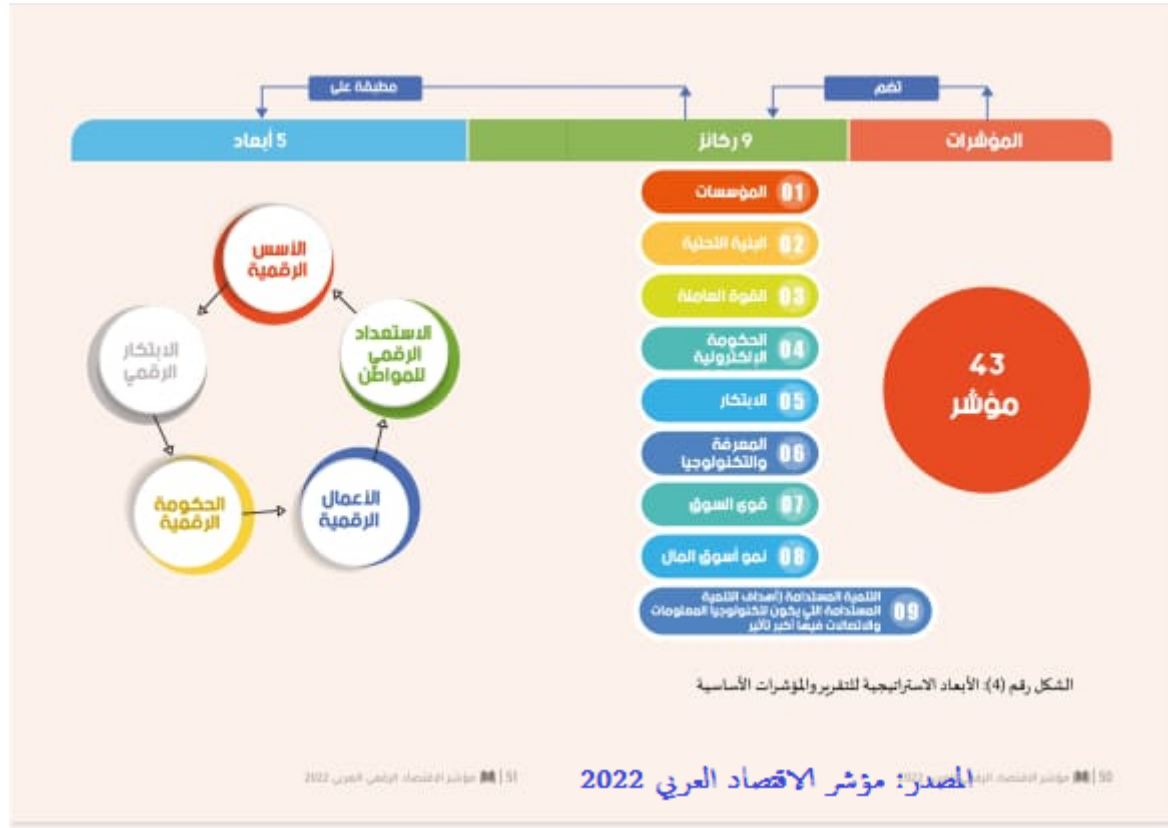
- يهدف إلى قياس مدى تقدم الدول العربية في التحول الرقمي.

وتجدر الإشارة إلى أن ثمة استمرار وتطوير في مسعى جامعة الدول العربية في عمليات قياس أثر التحول الرقمي في الدول العربية، ومنها محاولات مجلس الوحدة الاقتصادية العربية لقياس التحول الرقمي من خلال "المؤشر العربي للاقتصاد الرقمي" مرحلة ما بعد كوفيد 19 وأفاق التعافي والنمو

⁹ الرؤية العربية للاقتصاد الرقمي 2020: الطبعة الثانية 2020.
https://arab-digital-economy.org/ar_arab-vision

الاقتصادي العربي، حيث تضمن المؤشر العربي للتحوّل الرقمي نحو 43 مؤشراً تم تجميعها ضمن تسع ركائز رئيسية وخمسة أبعاد.

كما في الشكل رقم 1:



الشكل رقم 1: مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2022

نستخلص من الشكل السابق أن محاور بناء مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي تشمل البنية المؤسسية لمنظمات الأعمال الحكومية وغير الحكومية داخل كل دولة، كما تشمل البنية التحتية التكنولوجية والتشريعية بيئات الأعمال والتغطية الشبكية، والتعليم والمهارات، والقدرة على الابتكار والمعرفة والتكنولوجيا، وخدمات الحكومة الرقمية والخدمات المالية والمصرفية؛ وكذلك محور التنمية المستدامة الذي يؤكد أهمية أن تخضع أعمال التنمية الاقتصادية للمعايير التي تراعي مثلث الإنسان والبيئة والاقتصاد معاً بشكل متوازن.

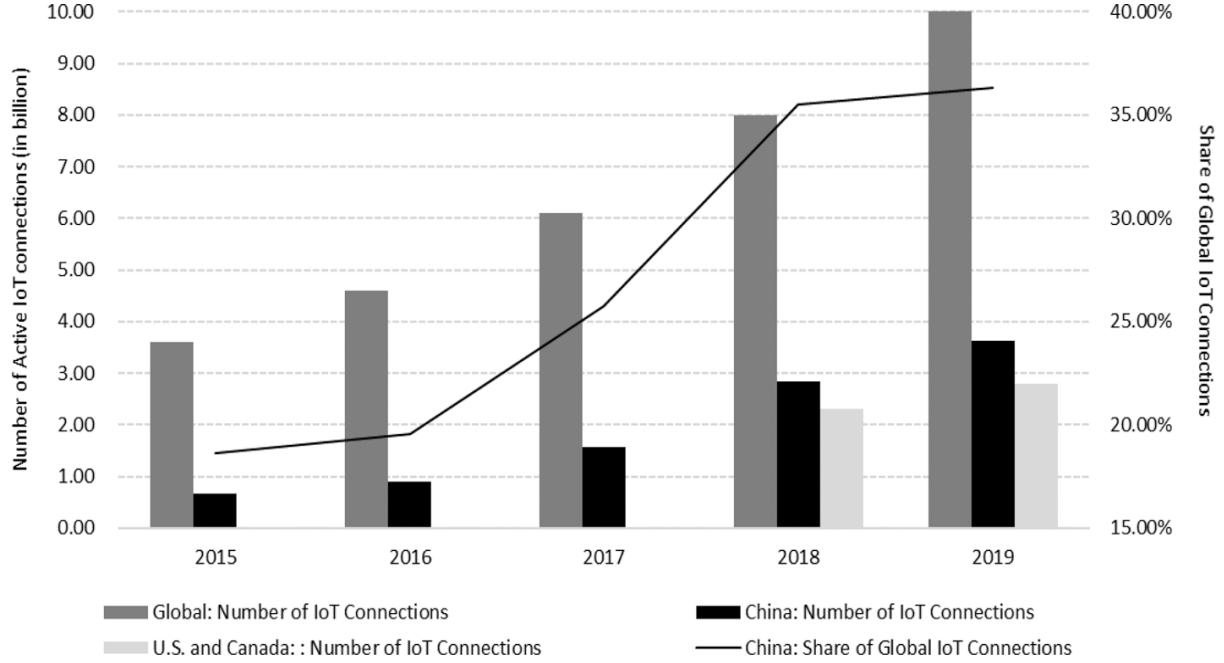
2. الهوية الرقمية العربية

- مشروع لإنشاء نظام موحد للهوية الرقمية يسهل المعاملات الحكومية والتجارية عبر الإنترنت.

3. المدن الذكية العربية

- مبادرة لتطوير نماذج مدن ذكية تعتمد على تقنيات إنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي.

الشكل رقم 2: حجم أبرز شبكات إنترنت الأشياء



[المصدر](#)

4. الجامعة الرقمية العربية

- تهدف إلى توفير تعليم رقمي عالي الجودة ومتاح للجميع في العالم العربي.

5. السوق الرقمية العربية المشتركة

- مشروع لإنشاء سوق إلكترونية موحدة بين الدول العربية لدعم التجارة الإلكترونية.

6. الابتكار وزيادة الأعمال الرقمية

- برامج لدعم الشركات الناشئة والمبتكرين في مجالات التكنولوجيا والاقتصاد الرقمي.

7. البيئة التشريعية الرقمية

- تطوير أطر قانونية وتشريعية تدعم الاقتصاد الرقمي وتحمي البيانات وحقوق المستخدمين.

8. التمويل الرقمي والشمول المالي

- مبادرات لتعزيز استخدام الخدمات المالية الرقمية والوصول المالي للفئات غير المخدومة.

ولا شك في أن تنفيذ مثل تلك المشروعات سيكون داعماً كبيراً لعملية تمكين أطراف الإنتاج الثلاثة. ولعله من المفيد هنا الاسترشاد بالتقارير الدولية في هذا الصدد ومنها التقرير الصادر عن منظمة التعاون الرقمي حول توجهات الاقتصاد الرقمي لعام 2024، الذي حدد ستة عوامل ستشكل مشهد الاقتصاد الرقمي مستقبلاً هي: "الذكاء الاصطناعي، واقتصاد الثقة، والواقع الرقمي، والأمن السيبراني، والأنظمة البيئية الذكية، والاقتصاد الأخضر".⁹

ثانياً: أصحاب العمل

يلعب أصحاب العمل دوراً محورياً في تحسين الإعلام الرقمي واستثماره لتعزيز الإنتاجية، وذلك عبر عدة أمور:

1. تحسين التواصل الداخلي:

- تطوير منصات إلكترونية داخلية لتسهيل التواصل بين العاملين والإدارة.
- استخدام الإعلام الرقمي لنشر التوجيهات والإرشادات المهنية والتحديثات التنظيمية.

2. التسويق الرقمي والتوظيف:

- الاستفادة من الإعلام الرقمي للترويج لفرص العمل وجذب المهارات المناسبة.
- استخدام الإعلام الرقمي لتعزيز سمعة الشركة وزيادة انتشارها في السوق.

3. دعم الابتكار والتكنولوجيا:

- الاستثمار في الحلول الرقمية لتحسين عمليات الإنتاج والإدارة.
- تشجيع ثقافة الابتكار عبر الإعلام الرقمي.

ثالثاً: العمال

يعد العمال العنصر الأساسي في بيئة العمل، ويمكنهم الاستفادة من الإعلام الرقمي من خلال:

1. التعلم المستمر والتدريب:

¹⁰ عطية، ب. (2024). توجهات الاقتصاد الرقمي العالمي في 2024. ايكونومي ميدل إيست. <https://economymiddleeast.com/ar/news/> توجهات-الاقتصاد-الرقمي-العالمي/

- الاستفادة من الدورات التدريبية الإلكترونية التي تعزز المهارات المهنية.
- متابعة المستجدات في مجالات العمل عبر منصات الإعلام الرقمي.

2. المشاركة الفعالة والتفاعل:

- استخدام الإعلام الرقمي للتعبير عن آرائهم حول تشريعات العمل وشروط وظروف العمل والمطالبة بحقوقهم.
- الانضمام إلى منصات التواصل المهني التي توفر فرصاً للتعاون والتطوير.

3. نشر المعرفة وتعزيز الوعي:

- المساهمة في نشر الوعي حول القضايا المهنية المهمة.
 - مشاركة التجارب المهنية عبر وسائل الإعلام الرقمية لتعزيز ثقافة العمل.
- لقد أحدث الإعلام الرقمي ثورة في عالم الإنتاج والأعمال، حيث أصبح أداة قوية لتمكين مختلف الأطراف المشاركة في العملية الإنتاجية. فمن خلال المنصات الرقمية والشبكات الاجتماعية، أصبح بإمكان الشركات والمنتجين الوصول إلى جمهور أوسع بتكلفة أقل وفعالية أكبر.

رابعاً: تمكين أصحاب المصلحة

1. تمكين الشركات والمؤسسات:

- يتيح الإعلام الرقمي للشركات فرصة التسويق المباشر لمنتجاتها وخدماتها عبر الإنترنت.
- يساعد في بناء علامة تجارية قوية من خلال التواصل المستمر مع العملاء.
- يوفر أدوات تحليلية متقدمة لفهم سلوك المستهلك واتجاهات السوق.

2. تمكين المنتجين والحرفيين المستقلين:

- يمنح الإعلام الرقمي فرصة للمنتجين المستقلين لعرض أعمالهم على نطاق واسع.
- يسهل عملية التواصل المباشر مع العملاء وتلقي الطلبات.
- يساعد في بناء سمعة مهنية من خلال المراجعات والتقييمات الإيجابية.

3. تمكين المستهلكين:

- يوفر الإعلام الرقمي للمستهلكين معلومات شاملة عن المنتجات والخدمات.
- يتيح إمكانية مقارنة الأسعار والجودة بسهولة.
- يمكن المستهلكين من مشاركة تجاربهم وآرائهم حول المنتجات.

المبحث الثاني: دور الإعلام الرقمي في تنظيم سوق العمل

يمتد تأثير الإعلام الرقمي على سوق العمل ليشمل كافة القطاعات، من التسويق والإعلان إلى التعليم والصحة، ويخلق فرص عمل جديدة لم تكن موجودة من قبل، بينما يعيد تشكيل الوظائف التقليدية ويفرض مهارات جديدة للتكيف مع متطلبات العصر.

1-2: آليات تأثير الإعلام الرقمي على توفير فرص العمل

يمكن تتبع تأثير الإعلام الرقمي على توفير فرص العمل من خلال عدة آليات رئيسية:

1. توفير وظائف جديدة مباشرة:

* صناعة المحتوى الرقمي: يشمل ذلك كتابة المحتوى (مقالات، مدونات، نصوص إعلانية)، تصميم الجرافيك، إنتاج الفيديو، صناعة الرسوم المتحركة، إدارة وسائل التواصل الاجتماعي، وكتابة السيناريو للأفلام والمسلسلات الرقمية. هذه المجالات تشهد نموًا هائلًا وتتطلب متخصصين ذوي مهارات عالية في الإبداع والتواصل والتكنولوجيا.

* التسويق الرقمي: يشمل ذلك متخصصي تحسين محركات البحث (SEO)، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (SMM)، والتسويق عبر المحتوى، والتسويق عبر البريد الإلكتروني، والتسويق بالعمولة، وتحليل البيانات. هذه الوظائف تتطلب فهمًا عميقًا لسلوك المستهلك عبر الإنترنت والقدرة على قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية. ومن المهم للعاملين هنا الإحاطة بأقسام دائرة التسويق الرقمي الأربعة، وفقاً لما يوضحه الشكل رقم 3 التالي:

الشكل رقم 3: دائرة التسويق الرقمي



The Digital Marketing Blueprint

Bolte Agency

المصدر: Bolte Agency

أضلاع دائرة التسويق الرقمي الأربعة:

أ- البحوث والتخطيط

ب- تحديد وتطوير الاستراتيجية

ج- تنفيذ وتطبيق الخطط

د- تحليل وتقييم الأداء

* التجارة الإلكترونية: يشمل ذلك مديري المتاجر الإلكترونية، ومطوري المواقع والتطبيقات، ومتخصصي إدارة المخزون، وخبراء تجربة المستخدم (UX)، ومقدمي خدمات الدعم الفني. ويزيد النمو المتسارع للتجارة الإلكترونية من الطلب على هذه الوظائف، خاصة مع تزايد اعتماد المستهلكين على التسوق عبر الإنترنت.

* تحليل البيانات الضخمة: يشمل ذلك علماء البيانات، ومهندسي البيانات، ومحللي البيانات، الذين يقومون بجمع وتحليل البيانات الضخمة المستمدة من مصادر مختلفة (وسائل التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، التطبيقات) لاستخلاص رؤى قيمة تساعد الشركات على اتخاذ قرارات أفضل وتحسين أدائها.

* تطوير البرمجيات والتطبيقات: يشمل ذلك مطوري الويب، ومطوري تطبيقات الهاتف المحمول، ومهندسي البرمجيات، الذين يقومون بتصميم وتطوير وصيانة البرامج والتطبيقات التي تعتمد عليها الشركات والأفراد في حياتهم اليومية.

2. تسهيل ريادة الأعمال والعمل الحر:

* المنصات الرقمية: توفر منصات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك، انستغرام، تويتر، لينكدإن) ومنصات التجارة الإلكترونية (مثل أمازون، إيباي، إتسي) فرصًا للأفراد والشركات الصغيرة لعرض منتجاتهم وخدماتهم والوصول إلى جمهور واسع دون الحاجة إلى استثمارات كبيرة.

* العمل عن بعد: يتيح الإعلام الرقمي للأفراد العمل عن بعد من أي مكان في العالم، مما يفتح لهم آفاقًا جديدة للتوظيف في شركات عالمية أو تقديم خدماتهم للعملاء في مختلف البلدان.

* المنصات الحرة: توفر منصات العمل الحر (مثل Upwork، Fiverr، Freelancer) فرصًا للأفراد ذوي المهارات المختلفة (مثل الكتابة، التصميم، الترجمة، البرمجة) لعرض خدماتهم والحصول على مشاريع من العملاء حول العالم.

3. تحويل وتطوير الوظائف التقليدية:

* التسويق: يتطلب المسوقون التقليديون الآن فهمًا عميقًا لأدوات التسويق الرقمي والقدرة على دمجها في استراتيجياتهم التسويقية.

* خدمة العملاء: أصبحت خدمة العملاء تعتمد بشكل كبير على القنوات الرقمية (مثل الدردشة الحية، البريد الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي)، مما يتطلب مهارات جديدة في التواصل الرقمي وحل المشكلات عن بعد.

* التعليم: يتطلب المعلمون الآن القدرة على استخدام الأدوات الرقمية في التدريس وتصميم محتوى تعليمي تفاعلي لجذب الطلاب وتحسين تجربتهم التعليمية.

* الصحافة: يحتاج الصحفيون الآن مهارات كتابة محتوى رقمي جذاب ومشاركته عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتحقق من الحقائق والمعلومات في عالم مليء بالأخبار الكاذبة.

2-2: استراتيجيات الاستفادة القصوى من فرص العمل التي يوفرها الإعلام الرقمي

للاستفادة القصوى من فرص العمل التي يوفرها الإعلام الرقمي، يمكن اتباع الاستراتيجيات التالية:

1. الاستثمار في التعليم والتدريب: ينبغي لأصحاب العمل والباحثين عن عمل الاستثمار في التعليم والتدريب المستمر لاكتساب المهارات الرقمية اللازمة لمواكبة متطلبات سوق العمل المتغيرة. ويمكن القيام بذلك من خلال الدورات التدريبية عبر الإنترنت، أو الحصول على شهادات مهنية، أو الدراسة في الجامعات والكليات المتخصصة في مجالات الإعلام الرقمي. ويمكن للجهات والمؤسسات المعنية بالإعلام الرقمي التعاون مع المنظمات العربية والدولية المتخصصة من خلال تنظيم ورش عمل وإجراء الدراسات والبحوث وإعداد الأدلة الاسترشادية الموجهة للعمال وأصحاب العمل.

2. بناء علامة تجارية شخصية قوية: ينبغي للأفراد بناء علامة تجارية شخصية قوية عبر الإنترنت من خلال إنشاء ملفات تعريف احترافية على وسائل التواصل الاجتماعي، والمشاركة في المجتمعات الرقمية ذات الصلة بمجال عملهم، وإنشاء مدونة أو موقع ويب لعرض أعمالهم ومهاراتهم.

3. التواصل وبناء العلاقات: ينبغي للأفراد التواصل مع الآخرين في مجال عملهم وبناء علاقات مهنية قوية من خلال حضور المؤتمرات والفعاليات الرقمية، والانضمام إلى المجموعات المهنية عبر الإنترنت، والتفاعل مع المؤثرين في مجالهم.

4. البحث عن فرص التدريب والعمل التطوعي: يمكن للأفراد اكتساب الخبرة العملية من خلال البحث عن فرص التدريب والعمل التطوعي في الشركات والمؤسسات العاملة في مجال الإعلام الرقمي.

5. تطوير مهارات ريادة الأعمال: يمكن للأفراد تطوير مهارات ريادة الأعمال من خلال حضور الدورات التدريبية المتخصصة بريادة الأعمال، والبحث عن مرشدين وموجهين لمساعدتهم على إطلاق مشاريعهم الخاصة.

6. مواكبة التطورات التكنولوجية ينبغي للأفراد مواكبة التطورات التكنولوجية المستمرة في مجال الإعلام الرقمي من خلال قراءة المدونات والمواقع الإخبارية المتخصصة، ومتابعة المؤثرين في هذا المجال، وتجربة الأدوات والتقنيات الجديدة.

2-3: دور الإعلام الرقمي في الإرشاد والتوجيه المهني

الإعلام الرقمي، بما يشمله من منصات تواصل اجتماعي، مواقع إلكترونية، تطبيقات تعليمية، ومنصات فيديو، يمتلك قدرة هائلة على التأثير في توجهات الشباب. ويمكن توظيفه في دعم توجيه الشباب إلى المهن المطلوبة، كما يلي:

1. نشر الوعي المهني:

- إنتاج محتوى مرئي ومسموع يسلط الضوء على المهن المطلوبة في سوق العمل.
- عرض قصص نجاح ملهمة في مجالات مثل الذكاء الاصطناعي، الطاقة المتجددة، الأمن السيبراني، والرعاية الصحية.

2. التوجيه التفاعلي:

- استخدام البودكاست، البث المباشر، والندوات الرقمية (Webinars) لاستضافة خبراء مهنيين.
- تقديم استشارات مهنية عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأروبوتات الدردشة.

3. الربط بين التعليم وسوق العمل:

- الترويج للبرامج التعليمية والتدريبية المرتبطة بالمهن المطلوبة.
 - التعاون مع الجامعات والمنصات التعليمية لتوفير محتوى تدريبي رقمي موجه.
- وهناك عدد من التجارب في الدول العربية لتوظيف الإعلام الرقمي في توجيه الشباب نحو المهن المطلوبة منها:

1- أكاديمية الإعلام الجديد، دولة الإمارات العربية المتحدة، دبي¹⁰

- أنشئت لتدريب الشباب على مهارات صناعة المحتوى الرقمي، والتسويق، والإعلام الحديث.

¹⁰<https://nma.ae/>

- تقدم برامج تعليمية عبر الإنترنت وورش عمل حضورية، وتستهدف تطوير جيل جديد من صناع التغيير الرقمي.
- تُعد منصة فعالة لتوجيه الشباب نحو مهن مثل التسويق الرقمي، تصميم المحتوى، وإدارة الحملات الإعلامية

2- المنتدى الإعلامي العربي للشباب – قمة الإعلام العربي 2025¹¹

- نظّم جلسة بعنوان "ما بعد التخرج: الواقع والمستقبل"، ركزت على توعية الشباب بكيفية الاستعداد لسوق العمل.
- ناقشت أهمية الإعلام الرقمي في بناء السيرة الذاتية، التسويق الشخصي، واكتساب المهارات المطلوبة في السوق مثل البرمجة والتصميم

3- منصة "سُبل" التابعة لصندوق تنمية الموارد البشرية (هدف)¹² المملكة العربية السعودية.

- تستخدم الإعلام الرقمي لتقديم محتوى توجيبي للشباب حول المهن المطلوبة في سوق العمل السعودي.
- تشمل أدوات تفاعلية مثل اختبارات الميول المهنية، فيديوهات تعريفية بالمهن، ودورات تدريبية رقمية.

4- مبادرة "تمهيد" من وزارة العمل، دولة قطر

- توظف الإعلام الرقمي لتقديم محتوى توعوي وتدريب للشباب القطري حول المهن المستقبلية.
- تشمل حملات على وسائل التواصل الاجتماعي، ومنصات تعليمية رقمية، وشراكات مع القطاع الخاص.

5- برنامج "كفاءات"، دولة الكويت

- يهدف إلى توجيه الشباب نحو المهن المطلوبة في القطاعين الحكومي والخاص.
- يستخدم الإعلام الرقمي لنشر قصص نجاح، مقابلات مع مهنيين، ودورات تدريبية عبر الإنترنت.

6- مبادرة "شباب مصر الرقمية – الجاهز للتوظيف"¹³

¹²<https://www.albayan.ae/news/uae/69878>

¹³<https://subol.sa/>

¹⁴ https://mcit.gov.eg/ar/Media_Center/Latest_News/Announcement/71519

- أطلقتها وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالتعاون مع المعهد القومي للاتصالات.
 - تستخدم الإعلام الرقمي لتدريب الشباب على مهارات مطلوبة في سوق العمل مثل:
 - الأمن السيبراني
 - البنية التحتية الرقمية
 - DevOps
 - هندسة البرمجيات
- تشمل المبادرة تدريباً عملياً داخل شركات تكنولوجيا، وتوفر محتوى رقمياً تفاعلياً، وفرص توظيف فعلية بعد التخرج

4-2: التواصل بين أطراف الإنتاج

يؤثر الإعلام الرقمي على كل من أطراف العمل بطرق مختلفة، مما أدى إلى تغييرات كبيرة في أدوارهم ومسؤولياتهم والعلاقات بينهم. وينعكس ذلك فيما يلي:

• الحكومات:

- توفير المعلومات: نشر المعلومات المتعلقة بقوانين العمل وحقوق العمال عبر الإنترنت.
- تقديم الخدمات: توفير خدمات إلكترونية للعمال وأصحاب العمل، مثل تسجيل الشركات ومتابعة إجراءات الاستقدام والتوظيف وتقديم طلبات الحصول على التأشيرات وتقديم الشكاوى.
- مراقبة سوق العمل: استخدام أدوات تحليل البيانات لمراقبة سوق العمل وتحديد التحديات والفرص.
- التواصل مع الجمهور: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوعيتهم بحقوقهم وواجباتهم.

• أصحاب العمل:

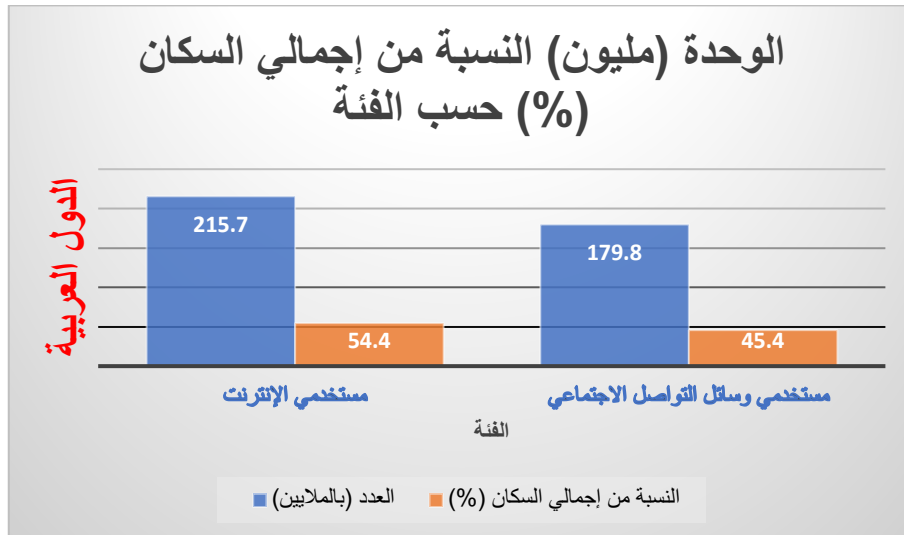
- تحسين إدارة الموارد البشرية: استخدام أدوات إدارة الموارد البشرية الرقمية لتسهيل عمليات التوظيف والتدريب وتقييم الأداء.
- التسويق الرقمي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني للترويج للمنتجات والخدمات وجذب العملاء. ويبين الشكل رقم (4) معدل استخدام وسائل التواصل في المنطقة العربية.

- التواصل مع العمال: استخدام قنوات التواصل الرقمية للتواصل مع العمال وتبادل المعلومات وتلقي ملاحظاتهم وآرائهم.
- تحليل البيانات: استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوك العملاء واتجاهات السوق واتخاذ قرارات مستنيرة.

•العمال:

- البحث عن فرص عمل: استخدام مواقع التوظيف والشبكات الاجتماعية للعثور على فرص عمل مناسبة.
- تطوير المهارات: الوصول إلى مصادر تعليمية وتدريبية متنوعة عبر الإنترنت لتطوير مهاراتهم.
- التواصل مع الزملاء: استخدام قنوات التواصل الرقمية للتواصل مع الزملاء وتبادل المعلومات والتعاون في المشاريع.
- المطالبة بحقوقهم: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتعبير عن آرائهم والمطالبة بحقوقهم والدفاع عن مكتسباتهم.

الشكل 4: معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية 2024



المصدر: العالم العربي يسجل رقمًا قياسيًا 348 مليون مستخدم للإنترنت في عام 2024. مجلة بيت

Report: Arab World Hits Record 348M Internet Users in 2024. Bayt Magazine.

<https://baytmagazine.com/report-arab-world-hits-record-348m-internet-users-in-2024/>

2-5: التكامل بين أطراف الإنتاج في سوق العمل وتعزيز الشفافية:

- يؤثر التكامل بين أطراف العمل تأثيراً عميقاً في سوق العمل ويفضي إلى نتائج إيجابية منها:
- تعزيز الإنتاجية: التعاون الفعال بين أطراف الإنتاج يؤدي إلى تحسين الإنتاجية وتحقيق المصالح والأهداف المشتركة.
- تحقيق التوازن: وجود علاقات عمل متوازنة يضمن استدامة الأعمال ويعزز الثقة بين الأطراف.
- الابتكار والتطوير: التفاعل بين الأطراف المختلفة يشجع على تبادل الأفكار والابتكار.
- تعزيز الشفافية والثقة بين العمال وأصحاب العمل.
- إن العلاقة بين العمال وأصحاب العمل هي حجر الزاوية في أي نظام اقتصادي ناجح. عندما تسود الثقة والشفافية هذه العلاقة، يتمكن الطرفان من التعاون بفعالية لتحقيق الأهداف المشتركة، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وتحسين جودة العمل.
- يلعب الإعلام الرقمي دوراً محورياً في تعزيز هذه الثقة والشفافية من خلال عدة آليات:

أ- توفير منصات للتواصل المباشر والفعال:

- التغلب على الحواجز الجغرافية والزمنية: يسهل تبادل المعلومات، وتوضيح التعليمات، وحل المشكلات بشكل أسرع وأكثر كفاءة، مما يقلل من سوء الفهم والاحتكاكات المحتملة. ويتيح الإعلام الرقمي منصات تواصل فعالة أخرى مثل الدردشات الفورية، والتطبيقات الإدارية مثل Slack و Microsoft Teams.
- تعزيز الحوار المفتوح: توفر المنصات الرقمية مساحة آمنة وفعالة للحوار المفتوح بين العمال وأصحاب العمل حول القضايا المتعلقة بالعمل وظروفه.
- إنشاء قنوات ردود الفعل والتعليقات Feed back: يمكن استخدام الأدوات الرقمية لإنشاء قنوات رسمية وغير رسمية للتغذية الراجعة. هذه التغذية الراجعة تساعد على تحسين الأداء، وتحديد المشكلات المحتملة، وإيجاد حلول لها بشكل تعاوني.
- وتوفير الاستطلاعات الرقمية ومنصات الاقتراحات مثل SurveyMonkey و Google Forms للموظفين فرصة لعرض آرائهم حول سياسات الشركة، مما يتيح لأصحاب العمل الاستجابة لتوقعاتهم وتحقيق بيئة عمل أكثر توافقاً مع احتياجاتهم.
- ب- إتاحة الوصول إلى المعلومات وتوزيعها بشكل عادل:
- توفير المعلومات حول حقوق وواجبات العمال.

- توزيع المعلومات حول أداء الشركة ونتائجها. وتساعد منصات التقييم الإلكترونية وبرامج تحليل الأداء مثل Zoho و Workday على توفير تقييمات عادلة وموضوعية للعاملين.
- نشر المعلومات حول سياسات الأجور والمكافآت، يساعد على ضمان المساواة في الأجور، وتقليل التمييز، وإرساء العدالة الاجتماعية.

ج- تعزيز المساءلة والرقابة:

- توثيق العمليات والإجراءات. هذا التوثيق يساعد على ضمان الشفافية والمساءلة، ويقلل من فرص الفساد والتحيز.
- مراقبة أداء العاملين: ينبغي أن تستخدم هذه المعلومات لتحسين الأداء وتحديد المشكلات المحتملة، وإيجاد الحلول المناسبة.
- مراقبة أداء الشركات: يمكن للجهات الحكومية والمنظمات غير الحكومية استخدام الإعلام الرقمي لمراقبة أداء الشركات وتقييم مدى التزامها وامتثالها لقوانين العمل ولوائح السلامة والصحة المهنية. هذا يساعد على حماية حقوق العمال، وضمان بيئة عمل آمنة وصحية.

4. تطوير المهارات وزيادة الوعي:

- توفير التدريب والتطوير عبر الإنترنت.
- نشر الوعي حول قضايا العمل.

2-6: تحسين ظروف بيئة العمل باستخدام أدوات الإعلام الرقمي:

يتحقق هذا الهدف من خلال عدة اعتبارات:

(أ) الإعلام الرقمي كمنصة للتواصل الفعال والشفاف:

يلعب الإعلام الرقمي دوراً حاسماً في بناء بيئة عمل قائمة على التواصل الفعال والشفافية. من خلال استخدام أدوات مثل البريد الإلكتروني، ومنصات التواصل الداخلي (مثل Slack أو Microsoft Teams)، وشبكات التواصل الاجتماعي المهنية (مثل LinkedIn)، يمكن للشركات والمؤسسات تسهيل تدفق المعلومات بين مختلف الأقسام والمستويات الإدارية.

(ب) الإعلام الرقمي كأداة للتدريب والتطوير المهني:

ويتم تفعيل هذه الأداة عن طريق:

- الدورات التدريبية والمؤتمرات والندوات عبر الإنترنت

- مكتبات الفيديو التعليمية وهي تتيح للموظفين التعلم بالسرعة التي تناسبهم وفي الوقت الذي يختارونه.

- منصات التعلم التفاعلي: توفر منصات التعلم التفاعلي بيئة تعليمية ممتعة وجذابة، حيث يمكن للموظفين المشاركة في الألعاب والمسابقات والاختبارات القصيرة، مما يزيد من دوافعهم للتعلم ويحسن من قدرتهم على استيعاب المعلومات.

(ج) الإعلام الرقمي كأداة لتعزيز المرونة والتوازن بين العمل والحياة:

أصبح التوازن بين العمل والحياة من الأمور الهامة التي يبحث عنها العمال، إذ إن تحقيق هذا التوازن يساهم في تحسين صحتهم النفسية والجسدية، وزيادة إنتاجيتهم ورضاهم الوظيفي. يتيح الإعلام الرقمي للشركات والمؤسسات توفير بيئة عمل مرنة تسمح للموظفين بالعمل من المنزل أو من أي مكان آخر، وذلك باستخدام أدوات مثل:

- الاجتماعات عبر الفيديو

- البرامج السحابية

- أدوات إدارة المشاريع

(د) الإعلام الرقمي كأداة لتحسين الصحة والسلامة المهنية:

تعتبر الصحة والسلامة المهنية من الأمور الأساسية التي يجب على الشركات والمؤسسات توفيرها في بيئة العمل، إذ إن توفير بيئة عمل صحية وآمنة حق أساسي من حقوق العمال ويساهم في حماية صحتهم، وزيادة إنتاجيتهم ورضاهم الوظيفي. ويمكن استخدام الإعلام الرقمي لتحسين الصحة والسلامة المهنية من خلال:

- نشر المعلومات والتعليمات والمبادئ التوجيهية، مثل كيفية استخدام المعدات والأدوات بشكل آمن، وكيفية التعامل مع المواد الخطرة، وكيفية إجراء الإسعافات الأولية.

- إجراء التقييمات والاختبارات: وذلك بهدف التأكد من أن العمال على دراية بقواعد وإجراءات نظام إدارة الصحة والسلامة المهنية التي تتبناها المنشأة، وتحديد نقاط الضعف التي تحتاج إلى تحسين.

- توفير الدعم النفسي والاجتماعي: وذلك من خلال توفير قنوات اتصال سرية وآمنة مع متخصصين في الصحة النفسية.

- مراقبة بيئة العمل: يمكن استخدام أجهزة الاستشعار والكاميرات المتصلة بالإنترنت لمراقبة بيئة العمل وتحديد المخاطر المحتملة، واتخاذ الإجراءات اللازمة لتجنبها.

(هـ) الإعلام الرقمي كأداة لتعزيز الابتكار والإبداع:

يساهم الإعلام الرقمي في خلق بيئة عمل محفزة للابتكار والإبداع، وذلك من خلال ما يلي:

- منصات تبادل الأفكار
- أدوات التعاون في التصميم
- منصات البحث والتطوير
- حلبات الإبداع (الهكاثونات) والمسابقات

7-2: مساهمة الإعلام الرقمي في تحسين الإنتاجية

لقد غيرت وسائل الإعلام الرقمية مشهد الإنتاجية بشكل لا رجعة فيه، حيث قدمت أدوات ومنصات غير مسبوقة تبسط العمليات وتعزز الكفاءة. وتتعدد أوجه مساهماتها، وتؤثر على التواصل والتعاون وإدارة المعلومات تأثيراً عميقاً ومن أبرزها:

1- تسهيل منصات الوسائط الرقمية الاتصال الفوري والفعال من حيث التكلفة. يحل البريد الإلكتروني والمراسلة الفورية ومؤتمرات الفيديو محل الطرق التقليدية، مما يتيح التبادل السريع للأفكار والتعليقات، وبالتالي تسريع الجداول الزمنية للمشروع وتقليل التأخيرات المحتملة. علاوة على ذلك، يمكن للفرق المتفرقة جغرافياً التعاون بسلاسة من خلال مساحات العمل المشتركة وبرامج إدارة المشاريع التي يمكن الوصول إليها عبر الإنترنت، مما يعزز بيئة متماسكة ومنتجة بغض النظر عن الموقع.

ويمكن تنفيذ ذلك بالطرق التالية:

- الدورات التدريبية الإلكترونية المتاحة على مواقع تعليمية عالمية ومحلية.
- المحتوى المرئي والتفاعلي الذي يساعد على تبسيط المفاهيم المعقدة وزيادة سرعة التعلم.
- المنتديات والنقاشات عبر الإنترنت التي تسهم في تبادل الخبرات المهنية.

2- توفر وسائل الإعلام الرقمية وصولاً لا مثيل له إلى المعلومات. حيث توفر محركات البحث وقواعد البيانات عبر الإنترنت والمكتبات الرقمية وصولاً فورياً إلى خزانات هائلة من المعرفة، مما يمكن الأفراد من البحث والتعلم وحل المشكلات بشكل مستقل. تلغي هذه المعلومات المتاحة بسهولة الحاجة إلى عمليات البحث اليدوية التي تستغرق وقتاً طويلاً، مما يسمح للعاملين بالتركيز على المهام ذات المستوى الأعلى والمساهمة بشكل أكثر فعالية في الابتكار.

ويمكن دعم الابتكار وزيادة الأعمال من خلال:

- توفير منصات لرواد الأعمال لتسويق منتجاتهم وخدماتهم عبر الإنترنت.
- نشر الأبحاث والدراسات التي تساعد الشركات على تطوير حلول جديدة.

- تقديم بيانات وتحليلات دقيقة حول الأسواق، مما يسهم في اتخاذ قرارات تجارية أكثر كفاءة.
- 3- تسهيل الوسائط الرقمية أتمتة المهام وتحسينها. حيث تعمل تطبيقات البرامج والخدمات المستندة إلى السحابة على أتمتة العمليات المتكررة، مما يحرر الموارد البشرية لمزيد من المساعي الاستراتيجية والإبداعية. توفر أدوات تحليل البيانات، التي غالباً ما يتم دمجها في منصات الوسائط الرقمية، رؤى حول مقاييس الأداء، مما يمكن الشركات من تحديد مجالات التطوير وتحسين سير العمل لتحقيق أقصى قدر من الكفاءة.

وبفضل ذلك أصبحت المؤسسات قادرة على تحسين إدارة الموارد من خلال:

- استخدام برامج الذكاء الاصطناعي لتقليل الأخطاء وزيادة الكفاءة التشغيلية.
- الاستفادة من التحليلات الرقمية لتقييم أداء الموظفين وتحسين استراتيجيات العمل.
- تقليل الوقت المهدور في الاجتماعات التقليدية عبر تبني الحلول الرقمية السريعة.

المحور الثاني:
الجدوى الاقتصادية والنماذج الناجحة
للإعلام الرقمي التنموي



المحور الثاني: الجدوى الاقتصادية والنماذج الناجحة للإعلام الرقمي التنموي

أصبح الإعلام الرقمي التنموي أحد المحركات الأساسية للنمو في الدول النامية والمتقدمة على حد سواء. حيث يمتد أثره الاقتصادي والمالي إلى مجالات عديدة، تشمل تحسين الكفاءة الاقتصادية، وتوسيع فرص الاستثمار، وتعزيز الشمول المالي، ودعم التعليم، والسياحة، وغيرها.

المبحث الأول: تعزيز الكفاءة الاقتصادية والشمول المالي

يلعب الإعلام الرقمي التنموي دورًا مهمًا في تعزيز الشمول المالي، خاصة في المناطق النائية، من خلال:

- نشر الثقافة المالية: عبر حملات توعوية رقمية، يمكن رفع مستوى الوعي المالي لدى الأفراد، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات مالية أفضل.
- الترويج للخدمات المصرفية الرقمية: حيث يساهم في تعريف الناس بالخدمات البنكية الإلكترونية، مما يزيد من استخدام الحسابات البنكية والمحافظ الرقمية، ويقلل من الاعتماد على النقد.

1-1: تقليل التكاليف وزيادة العائد

يتميز الإعلام الرقمي التنموي من الناحية المالية، بما يلي:

- انخفاض تكاليف التشغيل: مقارنة بالإعلام التقليدي، فإن الإعلام الرقمي أقل تكلفة في الإنتاج والنشر، مما يجعله خيارًا اقتصاديًا للدول والمؤسسات.
- زيادة العائد على الاستثمار (ROI): الحملات الرقمية غالبًا ما تحقق نتائج ملموسة بسرعة، سواء في التعليم أو السياحة أو الصحة، مما يعزز من العائد المالي للمشاريع التنموية.

2-1: دعم السياحة والاقتصاد المحلي

أصبح الإعلام الرقمي التنموي أحد أبرز الأدوات التي يمكن أن تعتمد عليها الدول العربية لتنشيط قطاع السياحة، لما يتمتع به من قدرة على الوصول إلى جمهور واسع، وتقديم محتوى تفاعلي وجذاب يعكس ثراء وتنوع المقومات السياحية في المنطقة. فبفضل التحول الرقمي، لم تعد السياحة تعتمد فقط على الكتيبات الورقية أو المعارض التقليدية، بل أصبحت تعتمد على المنصات الرقمية التي تدمج بين الإعلام والتسويق، والتقنيات الحديثة.

ويساهم الإعلام الرقمي التنموي في هذا المجال من عدة زوايا:

- الترويج للمواقع السياحية من خلال الفيديوهات التفاعلية، الصور عالية الجودة، والجولات الافتراضية.
- الوصول إلى شرائح جديدة من السياح، خاصة الشباب والمستخدمين الرقميين.

- تعزيز السياحة الداخلية عبر حملات توعوية رقمية تستهدف المواطنين والمقيمين.
- تحفيز الاقتصاد المحلي من خلال زيادة الطلب على الخدمات السياحية مثل الإيواء، النقل، والمطاعم.

وهناك العديد من النماذج لمنصات عربية ناجحة من بينها:

1. **Visit Dubai** منصة رقمية متكاملة تقدم محتوى تفاعلياً عن أبرز المعالم والفعاليات في دبي، وتُعد نموذجاً ناجحاً في استخدام الإعلام الرقمي لجذب السياح عالمياً.¹⁴
2. **Experience Egypt** منصة أطلقتها وزارة السياحة المصرية للترويج للمقاصد السياحية المصرية باستخدام تقنيات الواقع الافتراضي والفيديوهات الترويجية.¹⁵
3. **Visit Saudi** منصة سعودية رسمية تقدم محتوى رقمياً غنياً عن السياحة في المملكة، وتدعم عدة لغات لتوسيع قاعدة الزوار.¹⁶
4. **Jordan Tourism Board – Visit Jordan** منصة رقمية تروج للسياحة في الأردن من خلال محتوى مرئي وتفاعلي يعكس التنوع الثقافي والطبيعي للمملكة.¹⁷

3-1: دعم المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر والمتوسطة

من الضروري هنا التأكيد على الأهمية الاستراتيجية التي تكتسبها هذه المشاريع كركائز أساسية للتنمية الاقتصادية بوصفها؛ محركاً للابتكار، ومصدراً رئيسياً للتوظيف، وعاملاً لتحقيق التنوع الاقتصادي، ووسيلةً لتنمية المجتمعات المحلية.

ويوفر الإعلام الرقمي مجموعة واسعة من الأدوات والمنصات التي يمكن للمشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر والمتوسطة الاستفادة منها لتحقيق أهدافها التجارية. يمكن تلخيص هذا الدور في النقاط التالية:

1. التسويق والترويج:

- وسائل التواصل الاجتماعي: توفر منصات مثل فيسبوك، وإنستغرام، وتويتر، ولينكدإن، أدوات تسويقية فعالة من حيث التكلفة، تمكن المشاريع من الوصول إلى جمهور واسع ومستهدف. يمكن استخدام هذه المنصات لإنشاء حملات إعلانية موجهة، والتفاعل مع العملاء، وبناء علامة تجارية قوية.

¹⁵ <https://www.visitdubai.com>

¹⁶ <https://www.experienceegypt.eg>

¹⁷ <https://www.visitsaudi.com>

¹⁸ <https://www.visitjordan.com>

- التسويق بالمحتوى: إنشاء محتوى جذاب وذو قيمة (مثل المقالات، والفيديوهات، والمدونات) يساعد على جذب العملاء المحتملين، وبناء الثقة، وترسيخ مكانة المشروع كخبير في مجاله.
- تحسين محركات البحث (SEO): تحسين موقع الويب الخاص بالمشروع لضمان ظهوره في أعلى نتائج البحث، مما يزيد من فرص الوصول إلى العملاء المحتملين.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني: بناء قائمة بريدية للعملاء، وإرسال رسائل إخبارية وعروض ترويجية بشكل منتظم، يساعد على الحفاظ على التواصل مع العملاء، وزيادة المبيعات.

2. التجارة الإلكترونية:

- إنشاء متاجر إلكترونية: توفر منصات التجارة الإلكترونية (مثل Shopify، وWooCommerce، وMagento) أدوات سهلة الاستخدام لإنشاء متاجر إلكترونية متكاملة، تمكن المشاريع من بيع منتجاتها وخدماتها عبر الإنترنت.
- معالجة المدفوعات الإلكترونية: توفر بوابات الدفع الإلكترونية (مثل PayPal، وStripe) حلولاً آمنة وموثوقة لمعالجة المدفوعات عبر الإنترنت، مما يسهل على العملاء إجراء عمليات الشراء.
- إدارة المخزون والشحن: توفر العديد من البرامج والتطبيقات أدوات لإدارة المخزون وعمليات الشحن، مما يساعد على تبسيط العمليات اللوجستية، وتقليل التكاليف.

3. التواصل وخدمة العملاء:

- خدمة العملاء عبر الإنترنت: استخدام قنوات التواصل الرقمية (مثل الدردشة الحية، والبريد الإلكتروني، ووسائل التواصل الاجتماعي) لتقديم خدمة عملاء سريعة وفعالة.
- تحليل بيانات العملاء: استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوك العملاء، وتحديد احتياجاتهم، وتقديم خدمات مخصصة تلبي هذه الاحتياجات.
- بناء علاقات قوية مع العملاء: التفاعل مع العملاء عبر الإنترنت، والاستماع إلى ملاحظاتهم، وتقديم حلول لمشاكلهم، يساعد على بناء علاقات قوية وطويلة الأمد.

4-1: التدريب والتطوير:

- الدورات التدريبية عبر الإنترنت: توفر العديد من المنصات (مثل Coursera، وUdemy، وedX) دورات تدريبية عبر الإنترنت في مختلف المجالات (مثل التسويق الرقمي، والتجارة الإلكترونية، وإدارة الأعمال)، مما يساعد أصحاب المشاريع والموظفين على تطوير مهاراتهم.

○ الموارد التعليمية المجانية: توفر العديد من المواقع والمدونات والمقالات معلومات ونصائح قيمة حول إدارة المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر والمتوسطة، مما يساعد أصحاب المشاريع على اتخاذ قرارات مستنيرة.

○ الشبكات المهنية عبر الإنترنت: الانضمام إلى الشبكات المهنية عبر الإنترنت (مثل LinkedIn) يسمح لأصحاب المشاريع بالتواصل مع الخبراء والمتخصصين في مجال عملهم، وتبادل الخبرات، والتعلم من أفضل الممارسات.

المبحث الثاني: التحديات التي تواجه المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر والمتوسطة في تبني الإعلام الرقمي وفرص المستقبل

على الرغم من الفوائد العديدة التي يوفرها الإعلام الرقمي، إلا أن هناك العديد من التحديات في تبنيه، ومن أبرزها:

أ- نقص الموارد المالية: قد يكون لدى هذه المشاريع ميزانيات محدودة للتسويق الرقمي، وشراء البرامج والأدوات اللازمة، وتوظيف خبراء متخصصين.

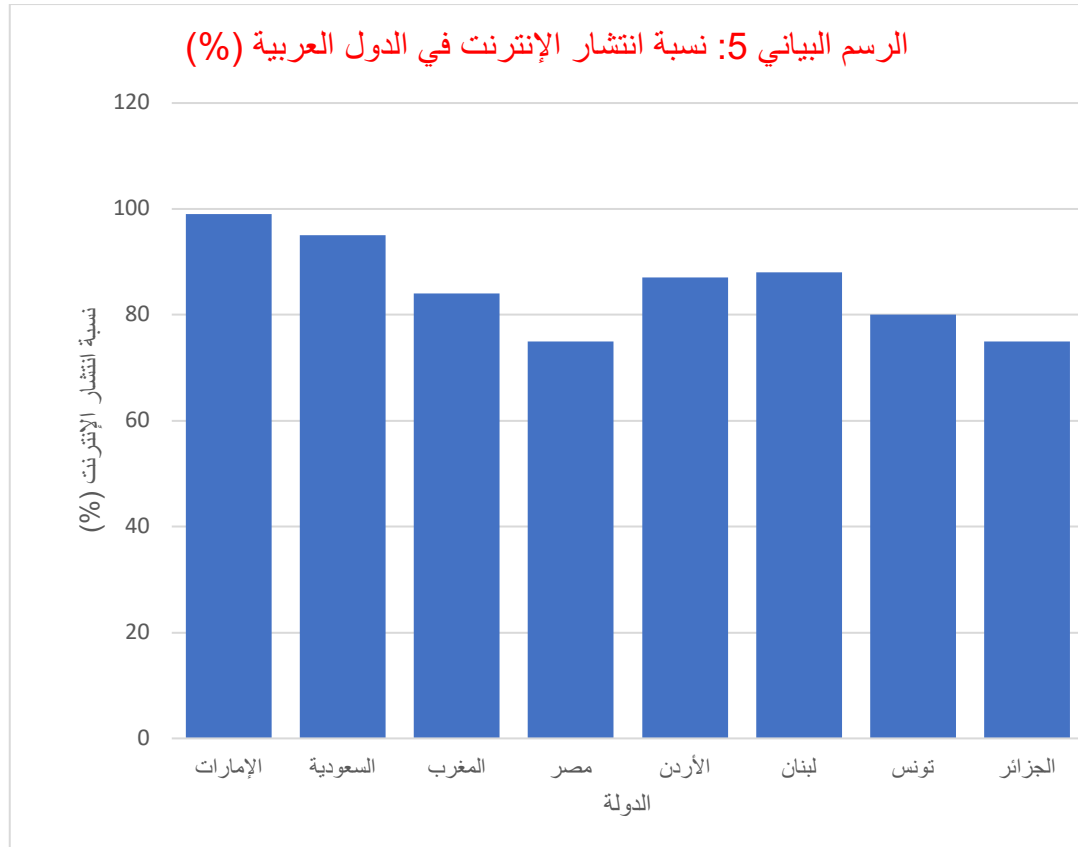
ب- نقص المعرفة والمهارات: قد يفتقر أصحاب المشاريع والموظفين إلى المعرفة والمهارات اللازمة لاستخدام أدوات الإعلام الرقمي بشكل فعال.

ج- صعوبة قياس العائد على الاستثمار (ROI): قد يكون من الصعب قياس مدى فعالية حملات التسويق الرقمي، وتحديد ما إذا كانت تحقق عائداً إيجابياً على الاستثمار.

د- المنافسة الشديدة: يواجه هذه المشاريع منافسة شديدة من الشركات الكبيرة التي لديها موارد مالية وخبرات أكبر في مجال الإعلام الرقمي.

هـ- مشاكل الأمان والخصوصية: قد تكون هذه المشاريع عرضة للهجمات الإلكترونية، وسرقة البيانات، وانتهاكات الخصوصية.

و- البنية التحتية الرقمية: في بعض المناطق، قد تكون البنية التحتية الرقمية غير متطورة، مما يعيق الوصول إلى الإنترنت واستخدام الأدوات الرقمية. ويبين الرسم البياني رقم 5 التالي نسبة انتشار الإنترنت في الدول العربية.



المصدر: استخدام الانترنت في الشرق الأوسط، Saleh, S. (2025, March 17). Internet usage in MENA - statistics & facts. Statista. Retrieved May 7, 2025, from <https://www.statista.com/topics/5550/internet-usage-in-mena>

وللتغلب على تلك التحديات وتذليل العقبات وتعزيز استخدام الإعلام الرقمي، يمكن اتخاذ الإجراءات التالية:

أ- تقديم الدعم المالي: توفير منح وقروض ميسرة للمشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر والمتوسطة لمساعدتها على تبني الإعلام الرقمي.

وهناك بعض الأمثلة العملية الناجحة في بعض الدول العربية منها:

1. صندوق الاستثمارات العامة في السعودية:

يدير صندوق الاستثمارات العامة وشركاته العديد من المبادرات المستهدفة لتمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة من تطوير الأعمال التنافسية والمساهمة فيها وتنميتها في المملكة العربية السعودية. تشمل هذه المبادرات دعم النظام البيئي لريادة الأعمال، وتوفير التدريب والتوجيه للشركات الصغيرة والمتوسطة.¹⁸

¹⁸ صندوق الاستثمارات العامة بالمملكة العربية السعودية: <https://www.pif.gov.sa/ar/private-sector-hub/private-sector-initiatives/portfolio-companies-sme-programs/>

2. برنامج تعزيز البيئة المواتية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في الأردن:

قدم صندوق النقد العربي قرضاً لدعم تنفيذ برنامج لتعزيز بيئة أعمال المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الأردن. يركز البرنامج على تعزيز وصول المشروعات الصغيرة والمتوسطة للتمويل والخدمات المالية، وتقوية الإطار القانوني والتنظيمي، وتطوير تطبيقات التقنيات المالية، وتعزيز القدرات البشرية والإحصائية.¹⁹

3. الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة "منشآت" في السعودية:

قدمت "منشآت" 23 مبادرة مرتبطة بأهداف رؤية المملكة 2030، تشمل التحول الوطني وتطوير القطاع الخاص. تهدف هذه المبادرات إلى دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في مختلف المجالات، بما في ذلك استخدام الإعلام الرقمي لتعزيز التنمية الاقتصادية.

4. مبادرة "فرصتنا.. رقمية" في مصر: تهدف إلى تعزيز مساهمة الشركات الصغيرة والمتوسطة

في مشروعات التحول الرقمي، مما يتيح لها فرصاً جديدة للنمو.²⁰

5. مبادرة "رواد النيل": تدعم رواد الأعمال والمشاريع الصغيرة من خلال تقديم خدمات

استشارية وتمويلية لتحسين أدائها في مصر.

ب- توفير التدريب والتأهيل: تنظيم دورات تدريبية وورش عمل لأصحاب المشاريع والموظفين لتدريبهم على استخدام أدوات الإعلام الرقمي بشكل فعال.

ج- تقديم الاستشارات والإرشاد: توفير خدمات استشارية وإرشادية للمشاريع لمساعدتها على تطوير استراتيجيات تسويق رقمي ناجحة.

د- تطوير البنية التحتية الرقمية: الاستثمار في تطوير البنية التحتية الرقمية، وتوفير خدمات إنترنت بأسعار معقولة.

هـ- التوعية بأهمية الأمن السيبراني: توعية أصحاب المشاريع بأهمية الأمن السيبراني، وتوفير الأدوات والبرامج اللازمة لحماية بياناتهم.

و- تشجيع التعاون والشراكات: تشجيع التعاون والشراكات بين المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر والمتوسطة لتبادل الخبرات والموارد.

الفرص المستقبلية

مع استمرار تطور التكنولوجيا، تظهر فرص جديدة للمشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر والمتوسطة للاستفادة من الإعلام الرقمي. تشمل هذه الفرص:

¹⁹ <https://www.amf.org.ae/ar/programs-support/small-medium-enterprises> بيانات صندوق النقد العربي.

²⁰ <https://itida.gov.eg/Arabic/Pages/default.aspx> تقرير هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات في مصر.

- الذكاء الاصطناعي (AI): استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين خدمة العملاء، وتحليل البيانات، وأتمتة العمليات التسويقية.
- الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR): استخدام الواقع المعزز والواقع الافتراضي لتقديم تجارب تسويقية مبتكرة، وتحسين تجربة العملاء.
- إنترنت الأشياء (IoT): استخدام إنترنت الأشياء لجمع البيانات، وتحسين العمليات التشغيلية، وتقديم خدمات مخصصة. ويمكن الاستفادة بتجربة اليابان فيما يعرف بمجتمع 22.0.5.
- تقنية البلوك تشين (Blockchain): استخدام تقنية البلوك تشين لضمان أمان المعاملات، وتحسين إدارة سلسلة التوريد، وبناء الثقة مع العملاء.

المبحث الثالث: دور الإعلام الرقمي في زيادة الناتج المحلي عبر دعم الشركات الرقمية الناشئة

يسهم الإعلام الرقمي في تعزيز الناتج المحلي للدولة بشكل عام لاسيما في حالة الاستفادة به في مرحلة الاقتصاد الصناعي التي تسبق مرحلة الاقتصاد الرقمي أصلاً، وهو الأمر الذي تسير فيه عدد من الدول العربية. ذلك لأن كثيراً من دول العالم على الرغم من امتلاكها مؤشرات إيجابية إلا أنها تستخدمها في جوانب استهلاكية وليس في جوانب إنتاجية. وعموماً، فإن مساهمة الاعلام الرقمي في دعم الشركات الناشئة وبالتالي زيادة الناتج المحلي تتم من خلال عدة محاور رئيسية:

1-3: زيادة الناتج المحلي ودعم الشركات الرقمية الناشئة

1. التسويق والترويج الفعال:

- يوفر الإعلام الرقمي منصات تسويقية منخفضة التكلفة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، تمكن الشركات الناشئة من الوصول لجمهور واسع ومتنوع على المستويين المحلي والعالمي.
- يساعد على إنشاء محتوى تسويقي جذاب ومتفاعل، يشمل الصور والفيديوهات والنصوص، مما يزيد من جاذبية العلامة التجارية.
- يعمل على تحسين ظهور الشركات في محركات البحث من خلال تقنيات تحسين محركات البحث (SEO)، مما يزيد من فرص اكتشاف العملاء المحتملين للشركة.

²¹ إنترنت الأشياء (IoT) يشير هذا المصطلح إلى شبكة من الأشياء المادية أو "الأشياء" المزودة بأجهزة استشعار وبرمجيات وتقنيات أخرى تمكنها من الاتصال وتبادل البيانات مع أجهزة وأنظمة أخرى عبر الإنترنت. تساعد هذه التكنولوجيا على أتمتة العمليات، وتعزيز التحليلات، وتحسين الكفاءة في مختلف القطاعات مثل التصنيع والرعاية الصحية والمدن الذكية.

²² المجتمع 5.0 (Society 5.0) هو مفهوم اجتماعي جديد في اليابان يهدف إلى تحقيق مجتمع أكثر راحة واستدامة من خلال الاستفادة من تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء.

- يتيح استهداف دقيق للعملاء المحتملين بناءً على خصائصهم الديموغرافية واهتماماتهم وسلوكياتهم الشرائية.

- يساعد في بناء قوائم بريدية للتواصل المباشر مع العملاء وإرسال العروض والتحديثات بشكل منظم.

- يمكن من إجراء حملات إعلانية مدفوعة بتكلفة معقولة وقياس نتائجها بدقة.

2. دعم التجارة الإلكترونية:

- يسهل إنشاء متاجر إلكترونية متكاملة بتكلفة منخفضة، مع توفير قوالب جاهزة وسهلة التخصيص.

- يوفر حلول آمنة ومتعددة للمدفوعات الإلكترونية، تشمل البطاقات الائتمانية والمحافظ الإلكترونية وخيارات الدفع عند الاستلام.

- يساعد في إدارة المخزون والشحن بكفاءة من خلال أنظمة متكاملة تربط بين المتجر الإلكتروني ونظام إدارة المخزون.

- يتيح تتبع الطلبات وإرسال إشعارات آلية للعملاء حول حالة شحناتهم.

- يمكن من إجراء تحليلات متقدمة لسلوك المتسوقين وتفضيلاتهم لتحسين تجربة التسوق.

3. تحسين خدمة العملاء:

- يتيح قنوات تواصل سريعة وفعالة مع العملاء، مثل الدردشة المباشرة والرسائل الفورية وخدمة العملاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- يمكن من تحليل بيانات العملاء لفهم احتياجاتهم وتفضيلاتهم بشكل أفضل، مما يساعد في تقديم خدمة مخصصة.

- يساعد على بناء علاقات قوية مع العملاء من خلال التفاعل المستمر وبرامج الولاء الرقمية.

- يتيح استخدام الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء، مثل الروبوتات المحادثة، لتوفير دعم على مدار الساعة.

- يسهل جمع وتحليل آراء وتقييمات العملاء لتحسين المنتجات والخدمات باستمرار.

4. التدريب وتطوير المهارات:

- يوفر دورات تدريبية عبر الإنترنت لتطوير مهارات أصحاب المشاريع والموظفين في مجالات متنوعة مثل التسويق الرقمي وإدارة الأعمال والبرمجة.

- يتيح الوصول لموارد تعليمية مجانية مثل المقالات والفيديوهات التعليمية والكتب الإلكترونية.

- يسهل التواصل مع الخبراء وتبادل الخبرات من خلال المنتديات والمجتمعات الافتراضية.

- يمكن من عقد ورش عمل وندوات افتراضية لتبادل المعرفة وأفضل الممارسات.

- يتيح التعلم الذاتي والمستمر من خلال منصات التعلم الإلكتروني المتخصصة.

5. خفض التكاليف وزيادة الكفاءة:

- يقلل تكاليف التشغيل مقارنة بالوسائل التقليدية، خاصة في مجالات التسويق والمبيعات وخدمة العملاء.

- يحسن كفاءة العمليات من خلال الأتمتة والتحليلات المتقدمة، مما يقلل من الأخطاء البشرية ويزيد الإنتاجية.

- يتيح العمل عن بعد، مما يقلل من تكاليف المكاتب والمرافق.

- يساعد في إدارة الموارد البشرية بكفاءة من خلال أنظمة إدارة الأداء والتوظيف الإلكتروني.

- يمكن من تحسين إدارة سلسلة التوريد وتقليل التكاليف المرتبطة بها.

6. فتح أسواق جديدة:

- يمكن الشركات الناشئة من الوصول لأسواق عالمية بسهولة، متجاوزة الحدود الجغرافية التقليدية.

- يساعد على استهداف شرائح جديدة من العملاء لم تكن متاحة سابقاً.

- يتيح دراسة الأسواق الجديدة وتحليل المنافسة بسهولة من خلال أدوات البحث والتحليل الرقمية.

- يسهل التعاون مع شركاء دوليين وإنشاء شبكات أعمال عالمية.

- يمكن من تكييف المنتجات والخدمات لتناسب الأسواق المختلفة بسرعة وكفاءة.

7. تعزيز الابتكار:

- يتيح استخدام تقنيات متطورة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز و"البلوك تشين" في تطوير منتجات وخدمات مبتكرة.

- يشجع على تطوير نماذج أعمال مبتكرة تعتمد على التكنولوجيا الرقمية.

- يسهل إجراء تجارب واختبارات سريعة للأفكار الجديدة بتكلفة منخفضة.

- يتيح التعاون المفتوح وتبادل الأفكار مع المجتمعات الإبداعية العالمية.

- يساعد في تسريع عملية تطوير المنتجات من خلال أدوات التصميم والنمذجة الرقمية.

من خلال هذه المحاور المتعددة والشاملة، يساهم الإعلام الرقمي بشكل فعال في تمكين الشركات الناشئة من النمو بسرعة وكفاءة غير مسبوقة. هذا النمو يعكس إيجاباً على زيادة الناتج المحلي من خلال خلق فرص عمل جديدة، زيادة الصادرات الرقمية، تحفيز الاستثمار في قطاع التكنولوجيا، وتحسين الإنتاجية الكلية للاقتصاد. كما يساهم في تعزيز التنافسية الاقتصادية للدولة على المستوى العالمي، ويدعم التحول نحو اقتصاد المعرفة القائم على الابتكار والتكنولوجيا المتقدمة.

وهناك عدد من النماذج الدولية والعربية التي تجدر الإشارة إليها هنا. ففي الولايات المتحدة، ساهم الإعلام الرقمي في دعم أكثر من 33 مليون شركة صغيرة ومتوسطة، من خلال أدوات مثل Google Ads وYouTube، مما أدى إلى خلق ملايين الوظائف وزيادة مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي بأكثر من 1.2 تريليون دولار سنوياً.

ومن أبرز النماذج العربية والدولية التي يمكن الإشارة إليها في هذا الصدد: النموذج السعودي - رؤية 2030. فقد أظهرت دراسة بعنوان "الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية في ضوء رؤية 2030" أن استخدام منصة "تويتر" في السعودية ساهم في رفع الوعي الاقتصادي لدى المواطنين، مما أدى إلى دعم المشاريع الناشئة وزيادة التفاعل مع المبادرات الريادية.

وقد ساعد الإعلام الرقمي في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال، مما انعكس على نمو عدد الشركات الناشئة وزيادة مساهمتها في الناتج المحلي.²³ وفي دولة الإمارات العربية المتحدة، فقد أكدت تقارير حكومية، أن الإمارات تهدف إلى رفع مساهمة الاقتصاد الرقمي إلى 19.4% من الناتج المحلي بحلول عام 2031. وقد اهتمت الإمارات العربية المتحدة بتحديد المحاور الرئيسية لما يعرف بخارطة طريق الرقمنة في البلاد للاسترشاد بها، وهو ما يتضح في الشكل رقم 6:

الشكل رقم 6: المحاور الستة الرئيسية لخارطة طريق الرقمنة في الإمارات العربية المتحدة

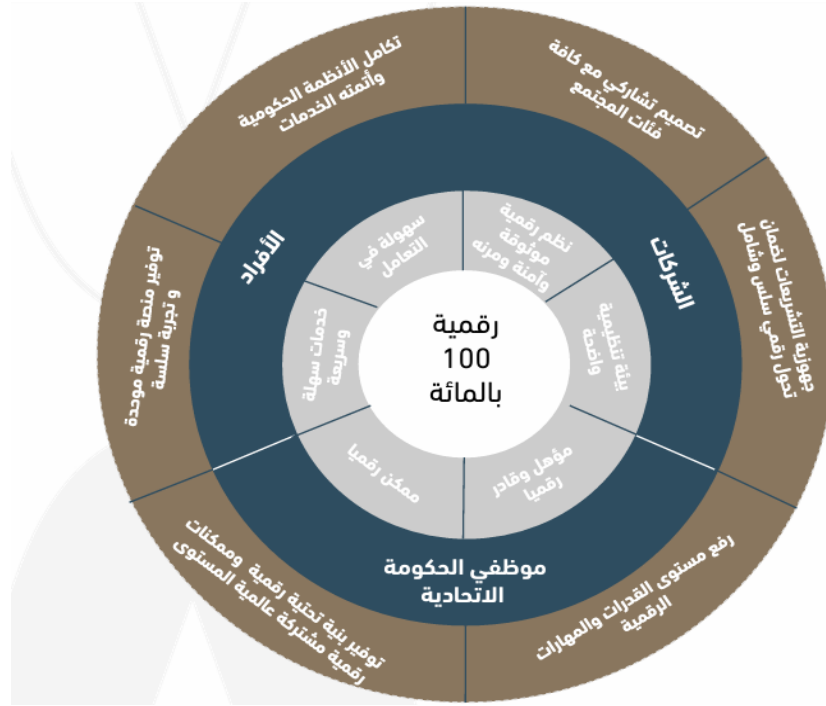


الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية في ضوء رؤية 2030: استعراض نموذج لدور منصة تويتر في رفع مستوى الوعي الاقتصادي للمواطنين السعوديين. (2020). الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية في ضوء رؤية 2030: استعراض نموذج لدور منصة تويتر في رفع مستوى الوعي الاقتصادي للمواطنين السعوديين.

تعتبر تجربة دولة الامارات العربية المتحدة في التحول الرقمي (حكومة الكترونية 100%) من التجارب الناجحة، وتتركز على ستة محاور²⁴ تعتبر نموذجية وهي:

1. توفير بنية تحتية رقمية عالمية المستوى
 2. توفير منصة رقمية موحدة وممكنات رقمية مشتركة
 3. تمكين خدمات رقمية متكاملة سهلة وسريعة مصممة على أساس احتياجات المتعاملين
 4. رفع مستوى القدرات والمهارات الرقمية
 5. جهوزية التشريعات لضمان تحول رقمي ثالث وشامل
 6. رفع كفاءة العمل الحكومي.
- وتتضح تفاصيل هذه الاستراتيجية في الشكل رقم 7 الذي نشرته هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية.

الشكل رقم 7: استراتيجية الحكومة الالكترونية في الإمارات العربية المتحدة



²⁴ هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية. (2025). استراتيجية الحكومة الرقمية 2020-2025.

2-3: نماذج ناجحة ذات جدوى اقتصادية للإعلام الرقمي

يعد مجالي التعليم الرقمي والسياحة، من أبرز المجالات التي يساهم فيها الإعلام الرقمي التنموي

التعليم الرقمي:

شهد قطاع التعليم في العالم العربي تطوراً ملحوظاً بفضل الإعلام الرقمي، الذي ساهم في نشر المنصات التعليمية وتوسيع قاعدة المستفيدين منها. وقد تطورت أخيراً العديد من المنصات التعليمية التي تقدم نماذج ناجحة. من أبرز هذه المنصات:

- منصة "مهارات" بجامعة الطائف: 25 تُعد من أبرز المبادرات السعودية في مجال التعليم الرقمي، حيث تجمع بين التعلم الذاتي والافتراضي في بيئة تفاعلية متكاملة. تقدم المنصة أكثر من 2400 فعالية تدريبية، وتجاوز عدد المتعلمين 214 ألفاً، مع أكثر من 210 ألف شهادة حضور، وتعتمد المنصة على تقنيات الألعاب التحفيزية وأساليب التعليم التفاعلي، مما يجعلها نموذجاً ناجحاً في تمكين التعلم الإلكتروني الجامعي والمهني.
- منصة "إدراك": 26 أطلقتها مؤسسة الملكة رانيا للتعليم والتنمية في المملكة الأردنية الهاشمية، وتقدم مقررات مجانية باللغة العربية في مجالات متعددة. ساهم الإعلام الرقمي في الترويج لهذه المنصة، مما أدى إلى وصولها إلى ملايين المتعلمين في العالم العربي.
- منصة "رواق": تقدم مقررات أكاديمية مجانية باللغة العربية، وتهدف شريحة واسعة من المتعلمين في العالم العربي، وتُعد مثلاً على كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يساهم في نشر المعرفة الأكاديمية خارج أسوار الجامعات. 27

نماذج عالمية ناجحة للإعلام الرقمي التنموي

هناك العديد من الأمثلة العالمية التي تثبت الدور الفعال للإعلام الرقمي في دعم التنمية الاقتصادية، من بين هذه الأمثلة:

- أ- وادي السيليكون (الولايات المتحدة): يعتبر وادي السيليكون مركزاً عالمياً للابتكار التكنولوجي وريادة الأعمال. وقد ساهم الإعلام الرقمي بشكل كبير في نمو وتطور الشركات الناشئة في وادي السيليكون، حيث يوفر لها منصات للوصول إلى العملاء والمستثمرين والموارد اللازمة للنجاح.
- ب- الهند: شهدت الهند نمواً اقتصادياً سريعاً في السنوات الأخيرة، ويرجع ذلك جزئياً إلى التوسع السريع في استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. وقد ساهم الإعلام الرقمي في تعزيز ريادة الأعمال وتوسيع نطاق التجارة الإلكترونية وتحسين كفاءة التسويق في الهند.

²⁵ <https://maharat.tu.edu.sa/>

²⁶ <https://www.edraak.org/>

²⁷ <https://www.rwaq.org/>

ج- **إستونيا:** تعتبر إستونيا واحدة من أكثر الدول تقدمًا في مجال التكنولوجيا الرقمية. وقد تبنت الحكومة الإستونية استراتيجية طموحة لتطوير الاقتصاد الرقمي، مما أدى إلى تحسين الخدمات الحكومية وزيادة الشفافية وتعزيز الابتكار.

د- **الصين:** نموذج فريد في تسخير الإعلام الرقمي للتنمية الاقتصادية.

تعتبر الصين مثالًا بارزًا على كيفية استخدام الإعلام الرقمي لتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية الطموحة. فقد شهدت الصين نموًا اقتصاديًا هائلًا في السنوات الأخيرة، ويرجع ذلك جزئيًا إلى الاستثمار الهائل في تطوير البنية التحتية الرقمية، وتشجيع استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وبرز الجدول رقم (2) أكبر 10 منصات رقمية وانترنت في الصين.

China's top 10 internet players

1 **Tencent**


2 **Alibaba**


3 **Ant Financial**


4 **Baidu**


5 **Xiaomi**


6 **JD**


7 **Lufax**


8 **Didi Chuxing**


9 **NetEase**


10 **Qihoo 360**


Sources: Crunchbase, ITjuzi, Zero2IPO

SCMP

دور الحكومة الصينية في دعم الإعلام الرقمي:

لعبت الحكومة الصينية دورًا حاسمًا في دعم الإعلام الرقمي وتوجيهه لخدمة أهداف التنمية الاقتصادية. وقد اتخذت الحكومة الصينية العديد من الإجراءات لتعزيز نمو الاقتصاد الرقمي، ومن بينها:

أ- الاستثمار في البنية التحتية الرقمية: استثمرت الحكومة الصينية بكثافة في تطوير البنية التحتية الرقمية، مثل شبكات الإنترنت عالية السرعة والجيل الخامس، مما أدى إلى زيادة انتشار استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. حيث بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الصين حتى نهاية يونيو 2024، حوالي 1.1 مليار شخص، مما يمثل زيادة قدرها 7.42 مليون شخص مقارنة بنهاية عام 2023.

ب- تشجيع الابتكار: قدمت الحكومة الصينية حوافز ضريبية ودعمًا ماليًا للشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا الرقمية، مما شجع على الابتكار والإبداع في تطوير المنتجات والخدمات الرقمية.

ج- تطوير القوانين واللوائح: قامت الحكومة الصينية بتطوير القوانين واللوائح اللازمة لتنظيم الاقتصاد الرقمي وحماية حقوق المستهلكين والمحافظة على الأمن السيبراني.

د- دعم التجارة الإلكترونية: شجعت الحكومة الصينية على تطوير التجارة الإلكترونية، وقدمت الدعم للشركات العاملة في هذا المجال، مما أدى إلى نمو سريع في حجم التجارة الإلكترونية في الصين.

تأثير الإعلام الرقمي على الاقتصاد الصيني:

كان للإعلام الرقمي تأثير كبير على الاقتصاد الصيني، حيث ساهم في:

أ- تعزيز زيادة الأعمال: ساعد الإعلام الرقمي على تعزيز زيادة الأعمال في الصين، حيث يتيح لرواد الأعمال الوصول إلى الموارد والمعلومات اللازمة لبدء مشاريعهم وتنميتها.

ب- توسيع نطاق التجارة الإلكترونية: ساهم الإعلام الرقمي في توسيع نطاق التجارة الإلكترونية في الصين، حيث أصبحت الصين أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في العالم.

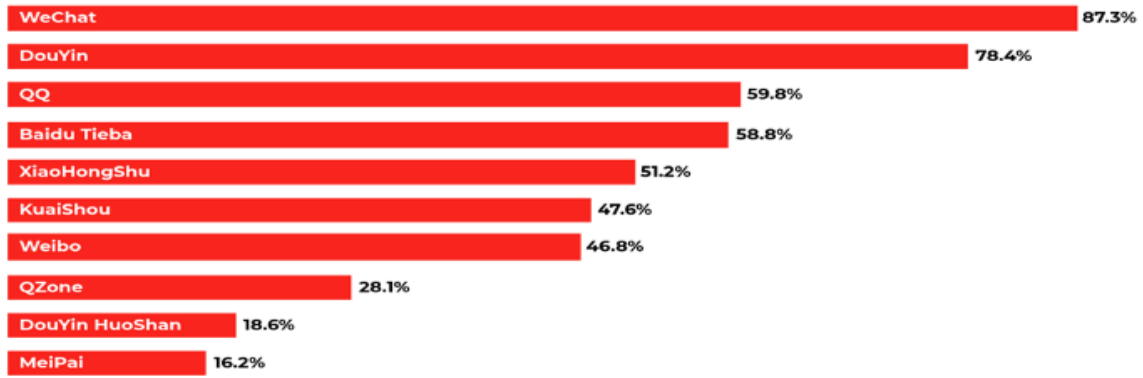
ج- تحسين كفاءة التسويق: مكّن الإعلام الرقمي الشركات الصينية من استهداف العملاء المحتملين بشكل أكثر دقة وفعالية، مما قلل من تكاليف التسويق وزاد العائد على الاستثمار.

د- تطوير السياحة: لعب الإعلام الرقمي دورًا حيويًا في تطوير السياحة في الصين، حيث ساعد على الترويج للوجهات السياحية وجذب السياح من جميع أنحاء العالم.

هـ- توفير فرص العمل: ساهم الإعلام الرقمي في توفير فرص عمل جديدة في مجالات مثل التسويق الرقمي، وتطوير الويب، والتصميم الجرافيكي، وإنتاج المحتوى، وغيرها.

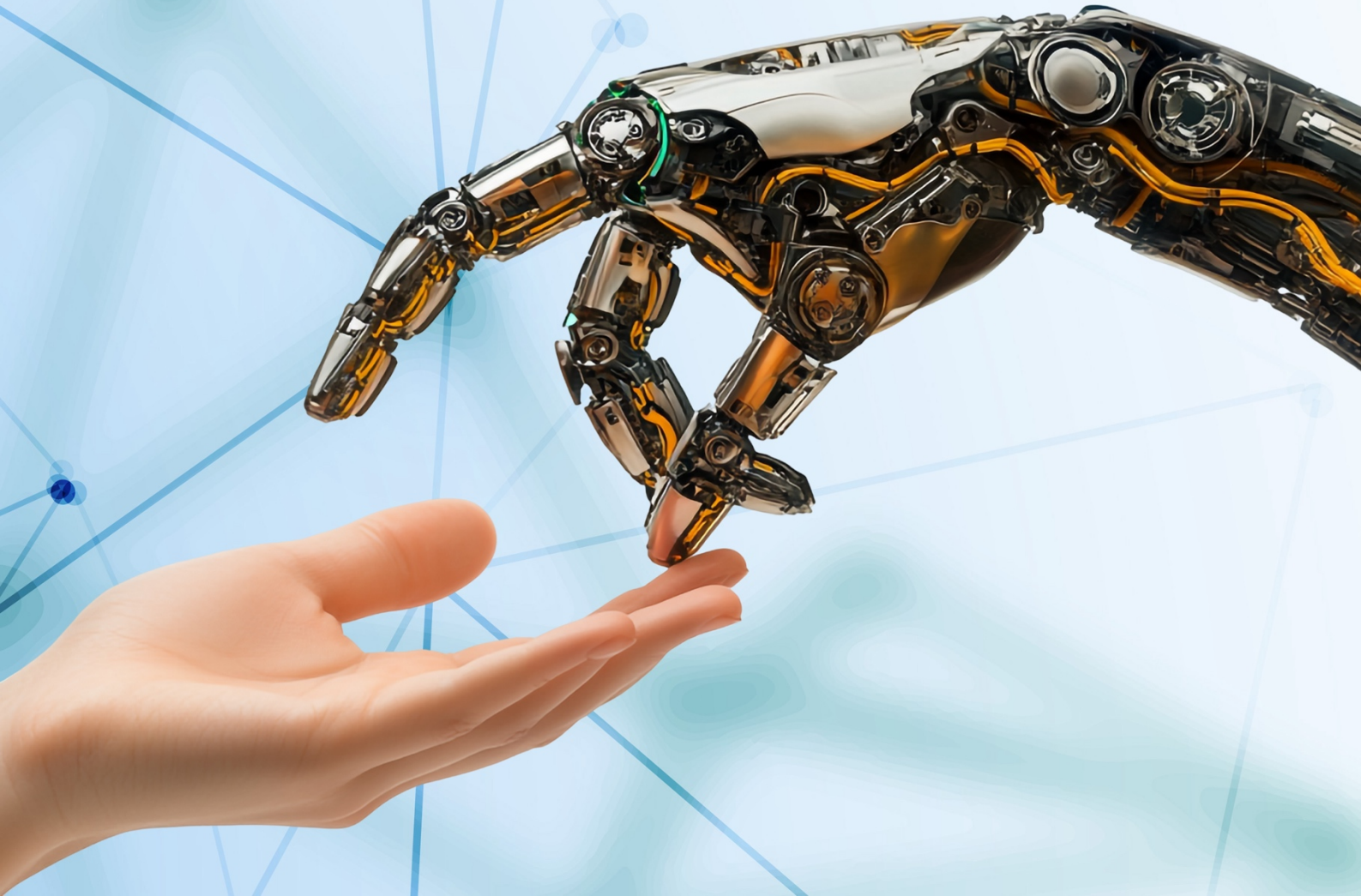
بيد أنه على الرغم من النجاحات الكبيرة التي حققها الإعلام الرقمي في الصين، إلا أنه يواجه بعض التحديات، من بينها، الرقابة حيث تخضع وسائل الإعلام الرقمية في الصين لرقابة مشددة من قبل الحكومة. هذا إلى جانب مشكلة الأمن السيبراني، حيث تواجه الصين تهديدات متزايدة لأمنها السيبراني، مما يتطلب اتخاذ إجراءات لحماية البيانات والمعلومات الحساسة. وتتزايد أهمية ذلك مع الزيادة الكبيرة في أعداد منصات التواصل الصينية، حسب الرسم البياني التالي:

الرسم البياني رقم 8: معدل استخدام أكبر منصات التواصل الاجتماعي الصينية 2024



ونخلص من ذلك أن الإعلام الرقمي أضحى قوة دافعة للتنمية الاقتصادية في جميع أنحاء العالم. وتعتبر الصين مثالاً بارزاً على كيفية تسخير الإعلام الرقمي لتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية الطموحة.

المحور الثالث:
التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي
التوعوي ودور أطراف الإنتاج



المحور الثالث: التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي التوعوي ودور أطراف الإنتاج

رغم المميزات العديدة والفرص الهائلة التي يتيحها الإعلام الرقمي الهادف، فإنه يواجه العديد من التحديات التي تحد من انتشاره وتأثيره، كما يطرح مجموعة من القضايا الناشئة التي تتطلب معالجة دقيقة ومدروسة. وتحتاج مواجهة هذه التحديات جهوداً مشتركة من جميع الأطراف المعنية، بما في ذلك الحكومات وأصحاب العمل والعمال والمجتمع والأفراد في الدول العربية. ويناقش هذا المحور أبرز التحديات، والحلول المقترحة.

أولاً: التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي التوعوي

تواجه الحكومات العربية مجموعة معقدة من التحديات عند محاولة تنفيذ سياسات فعالة للوسائط الرقمية. حيث يخلق التطور السريع للتكنولوجيا، إلى جانب الطبيعة اللامركزية للإنترنت، مشهداً ديناميكياً لا يمكن التنبؤ به في كثير من الأحيان.

والواقع أن تلك التحديات تكون أقوى خاصة في الدول التي لا تزال في طور تطوير بنيتها التحتية الرقمية أو تواجه عقبات قانونية وتنظيمية. من ثم يجب تحليل أبرز الصعوبات التي تواجه الحكومات في هذا المجال وكيف يمكن التغلب عليها لضمان تحقيق تأثير إيجابي للإعلام الرقمي، إذ إنها تؤثر سلباً على محاولات تحسين الإنتاجية.

ويمكن تلخيص التحديات الرئيسية فيما يلي:

1. البنية التحتية الرقمية غير المتكاملة

يعد ضعف البنية التحتية الرقمية من أكبر التحديات التي تواجه بعض الحكومات العربية. ويشمل ذلك عدة جوانب أبرزها:

- عدم توفر اتصال إنترنت سريع ومستقر في جميع المناطق، مما يحد من قدرة المواطنين على الوصول إلى المحتوى الرقمي.
- نقص الاستثمار في تطوير الشبكات الذكية وتقنيات الاتصالات الحديثة.
- ضعف الإمكانيات التقنية لمؤسسات الدولة في إدارة وتحليل البيانات الضخمة.

2. القوانين والتشريعات المنظمة للإعلام الرقمي

الأنظمة القانونية تلعب دوراً كبيراً في تنظيم الإعلام الرقمي، لكن بعض الحكومات العربية تواجه تحديات في هذا الجانب، مثل:

- غياب قوانين واضحة تحمي حرية التعبير عبر الإعلام الرقمي دون الإخلال بالأمن الوطني.

- ضعف الإطار القانوني لتنظيم المحتوى الرقمي، خاصة فيما يتعلق بحماية البيانات الشخصية ومنع التضليل الإعلامي.

- صعوبة مراقبة منصات الإعلام الرقمي دون انتهاك الحقوق الرقمية للمستخدمين.

3. انتشار المعلومات المضللة والأخبار الزائفة

يواجه عدد من الحكومات تحديًا كبيرًا في التعامل مع انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، حيث تؤثر هذه الظاهرة سلبًا على:

- ثقة المواطنين في الإعلام الرقمي.
- استقرار المجتمع والسياسات العامة، خاصة إذا تم استخدام الأخبار المضللة لأغراض سياسية أو اقتصادية.

- القدرة على التحكم في المحتوى الرقمي دون المساس بالحريات الفردية.

4. محدودية الثقافة الرقمية بين المواطنين

رغم الانتشار الواسع للوسائط الرقمية، لا يزال هناك تحدٍ مرتبط بمستوى الثقافة الرقمية لدى المواطنين، ويتضمن ذلك:

- نقص المعرفة حول كيفية تقييم مصداقية المعلومات عبر الإنترنت.
- عدم الإلمام بكيفية استخدام الإعلام الرقمي بشكل آمن ومسؤول.
- ضعف الوعي بأهمية حماية البيانات الشخصية في البيئات الرقمية.

5. التحديات الاقتصادية وتمويل سياسات الإعلام الرقمي

تحتاج سياسات الإعلام الرقمي إلى استثمارات ضخمة، مما يضع بعض الحكومات أمام تحديات مالية من أهمها:

- تأمين التمويل اللازم لتحسين البنية التحتية الرقمية وتحديث التقنيات المستخدمة في الإعلام.
- توفير دعم مالي للمنصات المحلية المنافسة للشركات الكبرى في الإعلام الرقمي.
- تحفيز الابتكار في قطاع الإعلام الرقمي دون زيادة الأعباء المالية على الدولة.

ثانيًا: التحديات المصاحبة لتأثير الإعلام الرقمي على سوق العمل

على الرغم من الفوائد العديدة التي يوفرها الإعلام الرقمي لسوق العمل، إلا أنه يطرح أيضًا بعض التحديات التي ينبغي معالجتها:

1. الفجوة الرقمية: لا يزال هناك فجوة رقمية كبيرة بين أولئك الذين لديهم إمكانية الوصول إلى التكنولوجيا والإنترنت وأولئك الذين لا يملكونها، مما يحد من فرص التوظيف المتاحة للأفراد في المناطق النائية أو الفقيرة.
2. الحاجة إلى مهارات جديدة: يتطلب الإعلام الرقمي مهارات جديدة ومتخصصة، مما يجعل من الضروري على الأفراد اكتساب هذه المهارات من خلال التعليم والتدريب المستمر، لمواكبة متطلبات سوق العمل المتغيرة.
3. المنافسة الشديدة: توفر المنصات الرقمية سوقًا عالميًا للمواهب والمهارات، مما يزيد من المنافسة على الوظائف ويجعل من الضروري على الأفراد التميز من خلال بناء علامة تجارية شخصية قوية وعرض مهاراتهم وخبراتهم بشكل فعال.
4. عدم الاستقرار الوظيفي: يتميز سوق العمل الرقمي بالديناميكية والتغير المستمر، مما قد يؤدي إلى عدم الاستقرار الوظيفي وظهور وظائف مؤقتة أو غير نظامية.
5. القضايا الأخلاقية والقانونية: يثير الإعلام الرقمي قضايا أخلاقية وقانونية جديدة تتعلق بالخصوصية والأمن السيبراني وحقوق الملكية الفكرية، مما يتطلب وضع قوانين ولوائح واضحة لحماية حقوق الأفراد والشركات.

ثالثاً: تحديات القضايا الناشئة في عصر الرقمنة وتطوير المهارات

تعد قضية تطوير المهارات من أبرز القضايا الناشئة في عصر الرقمنة. ولا يقتصر ذلك على مجرد اكتساب المعرفة التقنية، بل هو عملية شاملة تتضمن تطوير مجموعة متنوعة من المهارات التي تمكننا من التكيف مع التغيرات المستمرة والاستفادة القصوى من الفرص التي يتيحها العصر الرقمي، وذلك مواكبة للأهداف الطموحة التي تتبناها الرؤية العربية للاقتصاد الرقمي. يمكن تقسيم هذه المهارات إلى ثلاث فئات رئيسية:

1. المهارات الرقمية الأساسية:

- تشكل هذه المهارات القاعدة التي تبنى عليها جميع المهارات الأخرى في العصر الرقمي. وتشمل:
 - الكفاءة في استخدام الكمبيوتر الحواسيب والبرمجيات الأساسية: القدرة على استخدام أنظمة التشغيل، وبرامج معالجة النصوص، وجداول البيانات، وعروض الشرائح، والبرامج الأساسية الأخرى المستخدمة في بيئات العمل والدراسة.
 - البحث الفعال عن المعلومات عبر الإنترنت: القدرة على تحديد مصادر المعلومات الموثوقة، واستخدام محركات البحث بكفاءة، وتقييم جودة المعلومات التي يتم العثور عليها.

- **التواصل الرقمي الفعال:** القدرة على التواصل بوضوح وفعالية عبر مختلف الوسائط الرقمية، مثل البريد الإلكتروني، والرسائل الفورية، ومنصات التواصل الاجتماعي.
- **الأمن السيبراني الأساسي:** فهم المخاطر الأمنية عبر الإنترنت، وكيفية حماية البيانات الشخصية والمهنية من الاختراق والتهديدات الأخرى.
- **التعاون الرقمي:** القدرة على العمل بفعالية مع الآخرين عبر الإنترنت باستخدام أدوات التعاون الرقمي المختلفة.

2. المهارات الرقمية المتقدمة:

- تتجاوز هذه المهارات الأساسيات وتتطلب فهمًا أعمق للتكنولوجيا وتطبيقاتها. وتشمل:
- **البرمجة والتطوير:** القدرة على كتابة التعليمات البرمجية وتطوير التطبيقات والمواقع الإلكترونية. يعتبر تعلم البرمجة مهارة حيوية في عصر الرقمنة، حيث يزداد الطلب على المطورين والمبرمجين في مختلف القطاعات.
 - **تحليل البيانات:** القدرة على جمع البيانات وتحليلها واستخلاص رؤى قيمة منها. يساعد تحليل البيانات المؤسسات على اتخاذ قرارات مستنيرة وتحسين أدائها.
 - **التسويق الرقمي:** القدرة على الترويج للمنتجات والخدمات عبر الإنترنت باستخدام استراتيجيات التسويق الرقمي المختلفة، مثل تحسين محركات البحث (SEO)، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق عبر البريد الإلكتروني.
 - **تصميم تجربة المستخدم (UX/UI):** القدرة على تصميم واجهات مستخدم جذابة وسهلة الاستخدام للمواقع الإلكترونية والتطبيقات.
 - **إدارة المشاريع الرقمية:** القدرة على إدارة المشاريع الرقمية بكفاءة، وتنسيق العمل بين مختلف الفرق، وضمان تحقيق الأهداف في الوقت المحدد وفي حدود الميزانية المتاحة.

3. المهارات الناعمة (Soft Skills):

- على الرغم من أهمية المهارات الرقمية الصلبة، إلا أن المهارات الناعمة تلعب دوراً حاسماً في النجاح في العصر الرقمي. وتشمل:
- **التفكير النقدي وحل المشكلات:** القدرة على تحليل المعلومات بشكل نقدي، وتحديد المشكلات، واقتراح حلول مبتكرة.
 - **الإبداع والابتكار:** القدرة على توليد أفكار جديدة، وتطوير حلول مبتكرة، والتفكير خارج الصندوق.

- **التواصل الفعال:** القدرة على التواصل بوضوح وفعالية مع الآخرين، سواء كان ذلك شفهيًا أو كتابيًا أو رقميًا.
- **التعاون والعمل الجماعي:** القدرة على العمل بفعالية مع الآخرين لتحقيق الأهداف المشتركة.
- **المرونة والقدرة على التكيف:** القدرة على التكيف مع التغيرات المستمرة، والتعلم المستمر، وتبني التقنيات الجديدة.
- **الذكاء العاطفي:** القدرة على فهم وإدارة العواطف، والتواصل بفعالية مع الآخرين، وبناء علاقات قوية.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- 1- إن الأهمية القصوى للإعلام الرقمي التوعوي تكمن في ضرورة التكيف والاستجابة لمتطلبات عصر الرقمنة.
- 2- هناك علاقة إيجابية بين الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية مما يتطلب ضرورة قيام الدول العربية بتطوير كافة قطاعات الاقتصاد للاستفادة بتأثيرات الإعلام الرقمي في الجوانب الإنتاجية إلى جانب الجوانب الاستهلاكية.
- 3- إن امتلاك مقومات الإعلام الرقمي الصلبة والناعمة صار عنصراً حاسماً في دعم القدرات التنافسية للاقتصاد العربي.
- 4- إن نجاح الإعلام الرقمي التوعوي في أداء دوره المنشود مرهون بالنجاح في إنشاء بنيته التحتية وحسن إدارتها ومتابعة التطورات العالمية.
- 5- أهمية تطبيق نظام حوكمة رشيدة بالتنسيق بين الدول العربية في مجال الإعلام الرقمي التوعوي.
- 6- الاستثمار في عمليات الأبحاث والتطوير لمواكبة كل جديد في مجال الإعلام الرقمي، يشكل حافزاً رئيسياً للسعي لإيجاد نموذج عربي متميز يراعي قواعد وقيم المجتمعات العربية.

توصيات الدراسة:

- 1- ضرورة تنظيم وتطوير وتوحيد القوانين والتشريعات التي تحكم الإعلام الرقمي في الدول العربية ليؤدي دوره التوعوي المنشود.
- 2- العمل على تشجيع المنافسة بين شتى القطاعات والمنظمات والمؤسسات العربية المعنية بالإعلام الرقمي لتكون حافزاً على الابتكار.
- 3- تيسير استخدام تطبيقات الإعلام الرقمي والوصول إلى منصاته من جانب المستخدمين في مجتمع العمل بكافة أطرافه.
- 4- الاهتمام بتضمين قضايا الإعلام الرقمي ضمن الرؤى ذات الصلة مثل الرؤية العربية للاقتصاد العربي للربط بينه وبين القضايا الأخرى للاقتصاد الرقمي.
- 5- إجراء مزيد من الدراسات المتعمقة حول النماذج والتجارب الدولية للإعلام الرقمي ودوره التوعوي في التنمية الاقتصادية، لاسيما في الصين للاستفادة منها في الدول العربية.
- 6- منح أولوية كبيرة للاستثمار في كل من البنية التحتية، ومراكز البحث المتخصصة، ورأس المال البشري الذي يقوم بإدارة واستخدام وتطبيقات الإعلام الرقمي لأداء دوره التوعوي.
- 7- ضرورة العمل على تكامل جهود الباحثين ومراكز الأبحاث في مجال الإعلام الرقمي التوعوي في الدول العربية على الصعيدين الأكاديمي والعملي الميداني.
- 8- ضرورة وضع الإعلام الرقمي ومواجهة تحدياته في سلم الأولويات الوطنية العربية.

الخاتمة

أثبت الإعلام الرقمي، كأداة تنموية، قدرته على تحفيز أسواق العمل، وتعزيز التفاعلات بين أطراف الإنتاج الثلاثة: الحكومات، وأصحاب العمل، والعمال. وتعدى كونه وسيلة تواصل أو نشر محتوى، ليكون محفزاً استراتيجياً لإحداث التحولات الاقتصادية والاجتماعية، ورافعة أساسية لتمكين المجتمعات العربية من دخول اقتصاد المعرفة والابتكار.

إن تأثير الإعلام الرقمي على التنمية الاقتصادية يتجلى من خلال مستويات ثلاثة:

أولاً: على مستوى الحكومات

أضحى الإعلام الرقمي وسيلة أساسية لدى الحكومات لتوجيه السياسات، ونشر التشريعات العمالية، وتعزيز الشفافية، ومراقبة سوق العمل ببيانات دقيقة، ما يساهم في التخطيط السليم وتحديد احتياجات المهارات المستقبلية، وإيجاد بيئة تشريعية وتنظيمية تدعم الاقتصاد الرقمي، وتحمي حقوق جميع الأطراف.

ثانياً: على مستوى أصحاب العمل

يمنح الإعلام الرقمي أصحاب العمل إمكانيات غير مسبوقة في الوصول إلى أسواق جديدة، وخفض تكاليف العمليات التشغيلية، واكتشاف المواهب والمهارات، وتطوير بيئات العمل التشاركية والمرنة. كما أسهم في خلق قطاعات اقتصادية جديدة بالكامل قائمة على المحتوى الرقمي، والخدمات الرقمية، والتجارة الإلكترونية، مما وسّع من نطاق توفير فرص العمل.

ثالثاً: على مستوى العمال

يمثل الإعلام الرقمي للعمال أداة تمكين حقيقية، فهو يتيح لهم فرص التعلم المستمر، وبناء المهارات الرقمية، والعمل الحر، والتوظيف العابر للحدود. وقد أصبح بوابة لإعلاء أصوات العمال، وتعزيز وعيهم بحقوقهم وواجباتهم، وبناء قدراتهم التنافسية في سوق عمل يتسم بسرعة التحول والتطور.

ومن منظور التنمية الاقتصادية، فإن الإعلام الرقمي يسهم مباشرة في توليد فرص العمل، عبر الصناعات الرقمية، وتحفيز الاقتصاد التقليدي على تبني أساليب إنتاج وتسويق وخدمات تعتمد على التكنولوجيا، مما يخلق وظائف جديدة ويعيد تعريف وظائف قائمة، ولكن تظل هناك تحديات ينبغي

التصدي لها؛ أبرزها الفجوة الرقمية، وحماية الخصوصية، وضمان الأمن السيبراني، وضرورة صياغة سياسات تعليمية وتدريبية تسبق التغير التكنولوجي.

ومما سبق نجد أن الاستثمار في الإعلام الرقمي أضحى ضرورة استراتيجية لضمان نمو اقتصادي مستدام، وتحقيق العدالة الاجتماعية، وتعزيز قدرات الاقتصادات العربية على المنافسة عالميًا. ودولنا العربية مدعوة، إلى بناء شراكة واعية بين أطراف الإنتاج الثلاثة، تستثمر الإعلام الرقمي كأداة لإطلاق قدرات ومهارات الموارد البشرية، وتنمية أسواق العمل، وإيجاد بيئة اقتصادية قادرة على توليد الوظائف وتحقيق التنمية المستدامة.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. أحمد حامد رضوان، مصطفى. (2022). إثر التحول الرقمي على الناتج المحلي الاجمالي. المجلة الدولية للعلوم الإدارية والاقتصادية والمالية
doi:10.21608/ijaefs.2022.159236.1001
2. أحمد، م. (2023). كيف سيغير الذكاء الاصطناعي أداء وسائل الإعلام الرقمي الجديد مستقبلاً.
<https://mittrarabia.com/> الذكاء-الاصطناعي-والإعلام-الرقمي/
3. الاقتصاد الرقمي Econ-Pedia (2024).
4. <https://econ-pedia.com/glossary/> /الاقتصاد-الرقمي/
- الاتحاد العربي للاقتصاد الرقمي. (2020). *الرؤية العربية للاقتصاد الرقمي
[https://arab-digital-economy.org/ar_arab-vision] *.
(https://arab-digital-economy.org/ar_arab-vision)
5. الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية في ضوء رؤية 2030: استعراض نموذج لدور منصة تويتر في رفع مستوى الوعي الاقتصادي للمواطنين السعوديين. (2020). الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية في ضوء رؤية 2030: استعراض نموذج لدور منصة تويتر في رفع مستوى الوعي الاقتصادي للمواطنين السعوديين.
6. المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام. (2025).
<https://jmdds.journals.ekb.eg/>
7. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (2025). تقرير التنمية البشرية 2025: الإنسان والإمكانات في عصر الذكاء الاصطناعي.
https://hdr.undp.org/sites/default/files/2025HDR/HDR25PR_AR.pdf
8. بيان صلات صندوق النقد العربي.
<https://www.amf.org.ae/ar/programs-support/small-medium-enterprises>

9. تقرير هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات في مصر.

<https://itida.gov.eg/Arabic/Pages/default.aspx>

10. دعاء فتحي سالم. (2019). دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 66، 133-200.

11. صندوق الاستثمارات العامة بالملكة العربية السعودية.

<https://www.pif.gov.sa/ar/private-sector-hub/private-sector-initiatives/portfolio-companies-sme-programs/>

12. عبد المنعم، س.، وعيد، م. (2024). فعالية تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغيير اتجاهات إنتاج محتوى الاتصالات التسويقية المتكاملة بالموقع الإلكتروني للمنظمة. المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، 1(2)، 217-280.

<https://doi.org/10.21608/dmpos.2024.277392.1001>

13. عطية، ب. (2024). توجهات الاقتصاد الرقمي العالمي في 2024. ايكونومي ميدل ايست.

<https://economymiddleeast.com/ar/news/توجهات-الاقتصاد-الرقمي-العالمي/>

14. هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية، الإمارات العربية المتحدة. (2025). استراتيجية الحكومة الرقمية 2020-2025.

<https://beta-dgov.tdra.gov.ae/-/media/dgov/pdfs/publications/digital-government-strategy-ar.pdf>

ثانيًا: المراجع الأجنبية

1. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. W. W. Norton & Company.
2. Donner, J., & Escobari, M. X. (2010). Mobile banking adoption and usage: Across and within country evidence. Information Technologies & International Development, 6(2), 1–13.
3. Goldfarb, A., & Tucker, C. E. (2019). Digital economics. Journal of Economic Literature, 57(1), 3–43.
4. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. John Wiley & Sons.

5. Litan, R. E., & Rivlin, A. M. (2001). Brookings e-commerce project: Measuring the new economy. Brookings Institution Press.
6. Manyika, J., Chui, M., Bughin, J., Dobbs, R., Roxburgh, C., Byers, A. H., & Allas, T. (2011). Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity. McKinsey Global Institute.
7. O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*, 1(1), 17–37.
8. Qiang, C. Z. W. (2009). Wireless technologies and economic development. World Bank Publications.
9. Report: Arab World Hits Record 348M Internet Users in 2024. Bayt Magazine. <https://baytmagazine.com/report-arab-world-hits-record-348m-internet-users-in-2024/>
10. Saleh, S. (2025, March 17). Internet usage in MENA - statistics & facts. Statista. Retrieved May 7, 2025, from <https://www.statista.com/topics/5550/internet-usage-in-mena/>
11. Tapscott, D., & Williams, A. D. (2006). Wikinomics: How mass collaboration changes everything. Penguin.
12. Varian, H. R. (2014). Big data: New tricks for econometrics. *Journal of Economic Perspectives*, 28(2), 3–28.

* * *