

# نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي 2014







# نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي 2014

برنامج الحوكمة والابتكار  
كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية



تتنوع الاتجاهات الحالية في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي. ويأتي هذا التقرير الخاص من برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، كثمرة لشراكة معرفية بين الكلية ونادي دبي للصحافة، والذي يعتمد على استبيان إقليمي شارك فيه ما يقرب من 4000 شخص من جميع أنحاء المنطقة العربية، ليقدم معلومات أساسية حول منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة وآراء أفراد المجتمع العربي حول الاتصال عبرها. ففي عصر يلعب فيه الإعلام دوراً محورياً في تشكيل المجتمعات، عمد الفرد في المجتمعات العربية إلى تخطي حدود ما يقدم له عبر الوسائل الإعلامية التقليدية وأصبح مشاركاً ومحللاً لما يدور حوله من أحداث بحيث يسارع إلى التفاعل مع الآراء المختلفة بفعالية.

يأتي هذا التقرير بما يتضمنه من دراسات وتحليلات ليستكمل أهداف كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية كمركز للبحوث الإقليمية والدور الرائد الذي يقوم به نادي دبي للصحافة والذي يسعى للإبقاء على استخدام أدوات وقنوات مبتكرة لتحقيق تواصل غير تقليدي بين أفراد المجتمع والعاملين في وسائل الإعلام العربية والدولية.

نرجو أن يتمكن هذا التقرير من إلقاء الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي ويعزز الوعي حول أهمية مساهمة البحث العلمي في صياغة سياسات عامة قائمة على أسس ثابتة وربط الجانب العلمي بالتطبيق العملي في عالم يتسم بسرعة التغير وانتقال المعلومة، وصولاً لاستخدام هذه المعلومات في صياغة سياسات أفضل، ودعم الحوكمة الرشيدة، وتعزيز الإدماج الاجتماعي في الدول العربية.

د. علي سباع المري

الرئيس التنفيذي

كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية

للاشك في أن "التواصل الاجتماعي" أصبح من السمات الأساسية المميزة لهذا العصر بما تركته وسائله ومنصاته من آثار عميقة على المجتمع، وبما استحدثته من قواعد غير تقليدية للاتصال بين الناس وتناقل المعلومات والأخبار والصور ومقاطع الفيديو، ليتحول العالم الذي وُصف في الأمس القريب ومع بدايات ثورة تقنية المعلومات بأنه "قرية صغيرة"، إلى "بيت متناهي الصغر" بفضل الانتشار الواسع لوسائل الاتصال النصي والمرئي المتنوعة، التي أضحت الشغل الشاغل لقطاع كبير من الناس، جلّه من الشباب.

ومع الانعقاد الثالث عشر لمنتدى الإعلام العربي، وانطلاقاً من نهجه في مواكبة أحدث الظواهر المؤثرة على قطاع الإعلام، كان الاهتمام بإطلاق جهد بحثي متخصص يرصد الأبعاد المختلفة لظاهرة انتشار منصات وشبكات التواصل (Social Networks)، وعلاقتها بالمشهد الإعلامي وما أفرزته من أنماط جديدة في الاتصال يمكن وصفها بـ "الإعلام الاجتماعي"، في الوقت الذي وضعت وسائل التواصل الاجتماعي الإعلاميين أمام تحدٍ كبير، وألزمتهم بعملية تحديث وتطوير القصد منها مواكبة القدرة المتنامية لدى أفراد المجتمع العاديين على توصيل المعلومة والخبر بامتلاك الأدوات والمنصات اللازمة لذلك.

وإنه لمن داوعي سرورنا أن يأتي هذا التقرير بالتعاون مع واحدة من المؤسسات الأكاديمية المرموقة وهي "كلية محمد بن راشد للإدارة الحكوميّة" والتي تتمتع برصيد وافر من الانجازات في مجال الدراسات والأبحاث، والتي ساهمت من خلالها في دعم العديد من القطاعات الاستراتيجية، وامتد نشاطها البحثي لتجد مخرجاته طريقها إلى العديد من المؤتمرات والمنتديات والمحافل الإقليمية والدولية، لما ميّزها من استيفاء للقواعد المهنية والمعايير العلمية الدقيقة، وعزز مكانتها كمرجعية بحثية عالية المصداقية.

ونحن إذ نضع بين أيديكم هذا التقرير حول واقع ومستقبل وسائل الإعلام الاجتماعي، نرجو أن تجدوا بين دفتيه المفيد والنافع من البيانات والمعلومات، وما يعينكم على الوقوف بدقة على المدى الذي وصلت إليه تلك الوسائل والمنصات تأثيراً وتأثراً بالمجتمع عموماً وبقطاع الإعلام خاصة، ليكون التقرير مُكملاً لأهداف منتدى الإعلام العربي تجاه وضع تصور كامل لمستقبل الإعلام في عالمنا العربي، وداعماً لخطط التطوير الإعلامي الحالية والمستقبلية.

منى غانم المرّي

رئيس نادي دبي للصحافة

رئيس اللجنة التنظيمية لمنتدى الإعلام العربي

# المحتوى

واقع الإعلام الاجتماعي في العالم العربي - نهاية عام 2013

توجهات استخدام الإعلام الاجتماعي كمصدر للأخبار في العالم العربي

أثر الإعلام الاجتماعي على التعليم عربياً (استبيان إقليمي)

الملحقات

# مقدمة

مع بلوغنا منتصف العام 2014، لدينا اليوم ما يزيد عن 71 مليون مستخدم نشط للإعلام الاجتماعي من بين 135 مليون مستخدم للإنترنت في العالم العربي<sup>1</sup>. واليوم تخطت وسائل الإعلام الاجتماعي دورها كوسيلة إعلامية فحسب، فبالإضافة إلى الاستخدامات المبتكرة للإعلام الاجتماعي من قبل وسائل الإعلام التقليدية في نقل الخبر، ودورها في إدماج القارئ أو المشاهد أو المستمع بطرق تفاعلية، بل وفي صنع الخبر كذلك، باتت هذه الوسائل أساسية اليوم للقطاع الخاص والحكومي كوسيلة للتواصل والابتكار وإشراك المتعامل وتقديم الخدمات وتعزيز دور المواطنين بكل فئاتهم.

يهدف هذا التقرير الخاص لاستكشاف اتجاهات الإعلام الاجتماعي في المنطقة عبر العام 2013 ممهداً الطريق لفهم التنامي المستمر لدور الإعلام الاجتماعي في مختلف أوجه حياة المواطن العربي في العام 2014. ويبنى التقرير الذي يعتبر ثمرة شراكة معرفية بين برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية ونادي دبي للصحافة على مجموعة كبيرة من الدراسات التي أجراها البرنامج لتحليل تأثير وسائل الإعلام الاجتماعي على الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لمواطني وسكان البلدان العربية. وساهمت هذه البحوث حتى الآن، في بناء المعرفة التي جمعناها عن الطرق الجديدة والمبتكرة لاستخدام وسائل المعلومات والاتصالات الحديثة في العالم العربي. ويلقي هذا التقرير في قسمه الأول نظرة على واقع وسائل الإعلام الاجتماعي في العالم العربي خلال العام 2013، ثم يسلط القسم الثاني من التقرير الضوء على عدد من الاستبيانات الإقليمية التي أجراها باحثو برنامج الحوكمة والابتكار حول نظرة العرب إلى الإعلام الاجتماعي كمصدر إعلامي مقارنة بالمصادر التقليدية والرقمية الأخرى. ويتعمق القسم الثالث والأخير من التقرير في استعراض نتائج استبيان إقليمي حول الأثر المتنامي للإعلام الاجتماعي على التعليم في العالم العربي.

1- "العالم العربي على الإنترنت 2014 : اتجاهات استخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية"، برنامج الحوكمة والابتكار كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، بالتعاون مع بيت دوت كوم، 2014

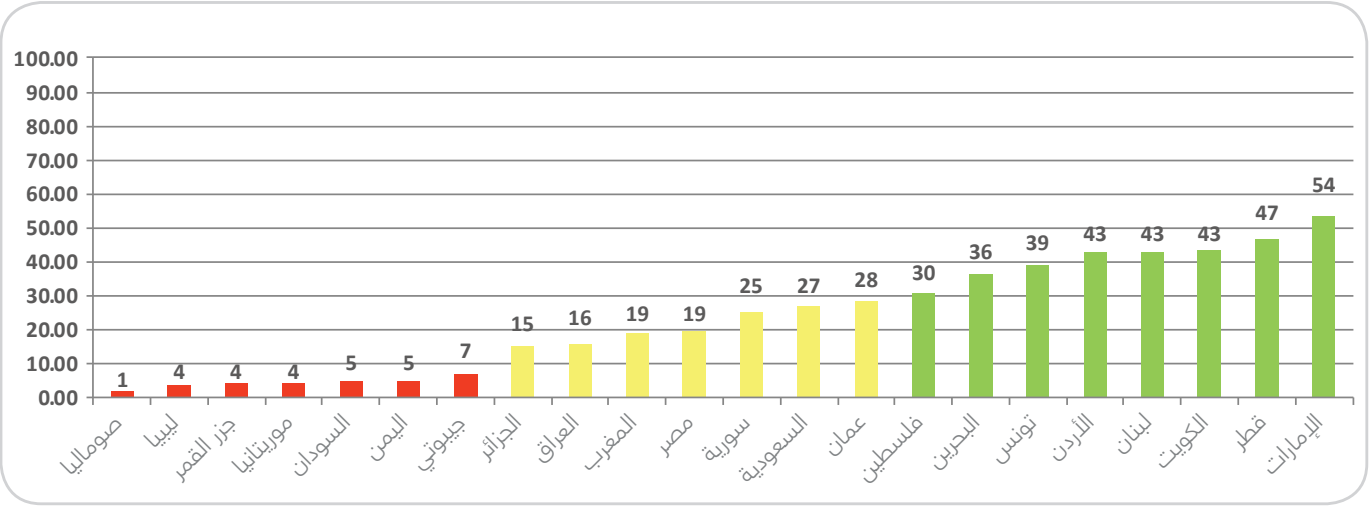
# 1- واقع الإعلام الاجتماعي في العالم العربي - نهاية عام 2013

يعرض هذا القسم من التقرير الخاص أحدث نتائج البحوث التي توصل إليها برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية العربي حول توجهات استخدام الإعلام الاجتماعي حتى نهاية العام 2013. وقد اعتمدنا هذه النتائج التي تنشر للمرة الأولى بناء على الأبحاث المنشورة في سلسلة تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الذي يصدره البرنامج سنوياً.

## توزيع مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي - نهاية عام 2013

يوضح الشكل رقم 1، على المستوى الإقليمي، ترتيب البلدان العربية وفقاً لمعدلات انتشار استخدام فيسبوك فيها.

الشكل رقم 1. انتشار استخدام فيسبوك في المنطقة العربية\* - نهاية عام 2013 (نسبة مئوية من عدد السكان)



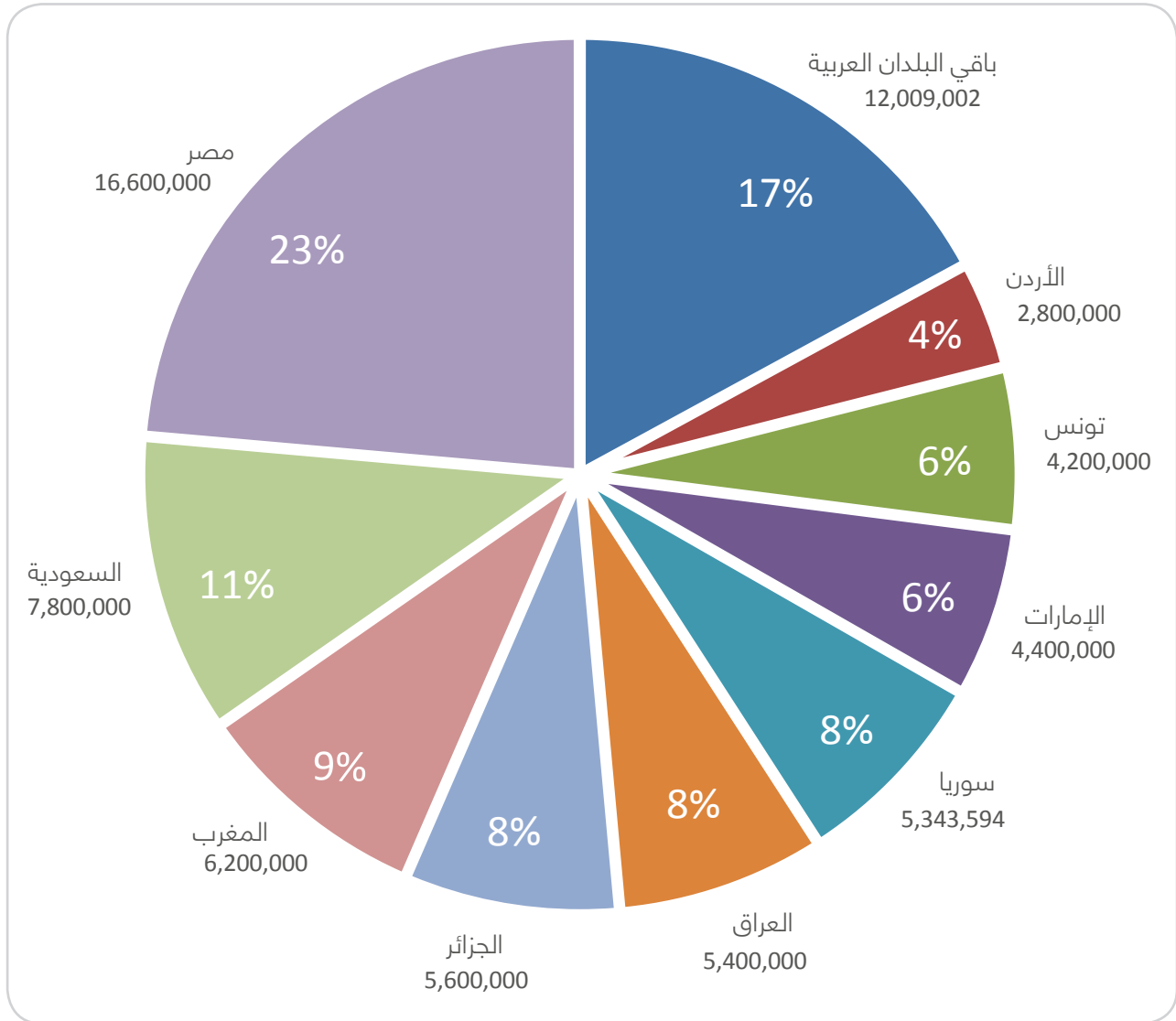
\* عدد مستخدمي فيسبوك في سوريا والسودان تقدير مبني على تقاريرنا السابقة؛ كما أن عدد السكان في السودان لا يمثل التغيرات التي طرأت في يناير 2011.

تستمر الإمارات العربية المتحدة في تصدر بلدان المنطقة على صعيد انتشار فيسبوك بمعدل انتشار يزيد عن 54%. وتأتي قطر في المرتبة الثانية بعد الإمارات العربية المتحدة بمعدل انتشار يبلغ 47%. كما يحتل الكويت ولبنان والأردن مراتب متقدمة أيضاً بمعدل انتشار يزيد عن 40%. أي أن جميع دول مجلس التعاون الخليجي انضمت إلى فئة البلدان ذات الانتشار الكبير باستثناء عمان، التي تنتمي إلى فئة البلدان الصاعدة على صعيد انتشار فيسبوك، حيث تحتل مرتبة عالية رغم أنها لم تصل إلى نسبة 30%. ونجحت الكويت والبحرين وفلسطين في الارتقاء إلى فئة البلدان ذات الانتشار الكبير.



يوضح الشكل رقم 2 انتشار مستخدمي فيسبوك ونسبتهم المئوية من إجمالي عدد مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي.

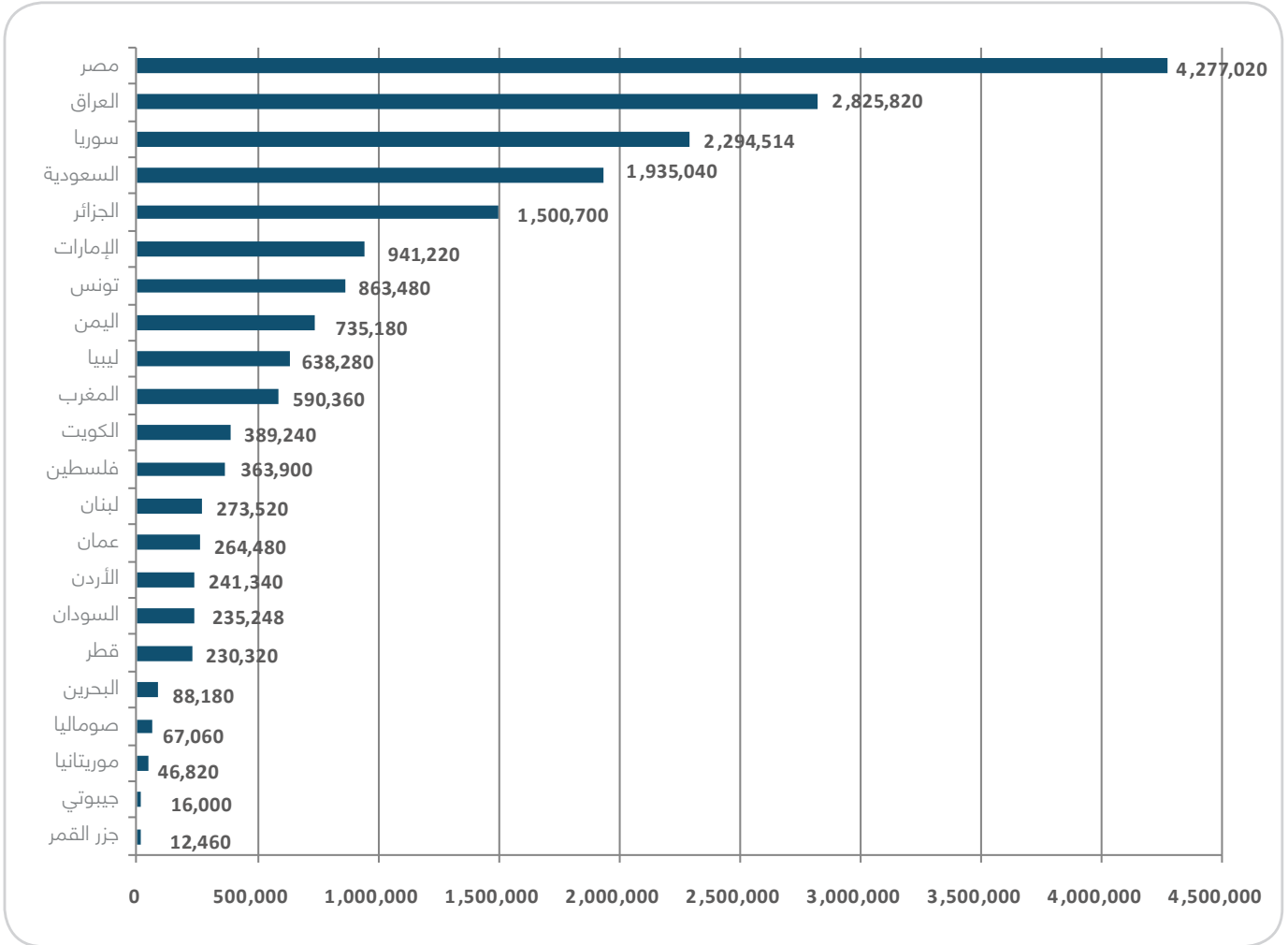
الشكل رقم 2. نسب مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية (نهاية عام 2013)



ما زالت مصر تحتكر أكبر حصة من مستخدمي فيسبوك في العالم العربي، تليها المملكة العربية السعودية والمغرب. وتقتطع الإمارات العربية المتحدة، على الرغم من عدد سكانها المنخفض، حصة كبيرة من مستخدمي فيسبوك بأكثر من 4.4 مليون مستخدم في البلد، يمثلون ازدياد مليون مستخدم خلال النصف الثاني من العام 2013

يوضح الشكل رقم 3 عدد مستخدمي فيسبوك الجدد في الوطن العربي (الذين انضموا إلى فيسبوك خلال عام 2013)

الشكل رقم 3. عدد مستخدمي فيسبوك الجدد في المنطقة العربية (خلال عام 2013)



## فيسبوك في العالم العربي 2013: لمحة سريعة

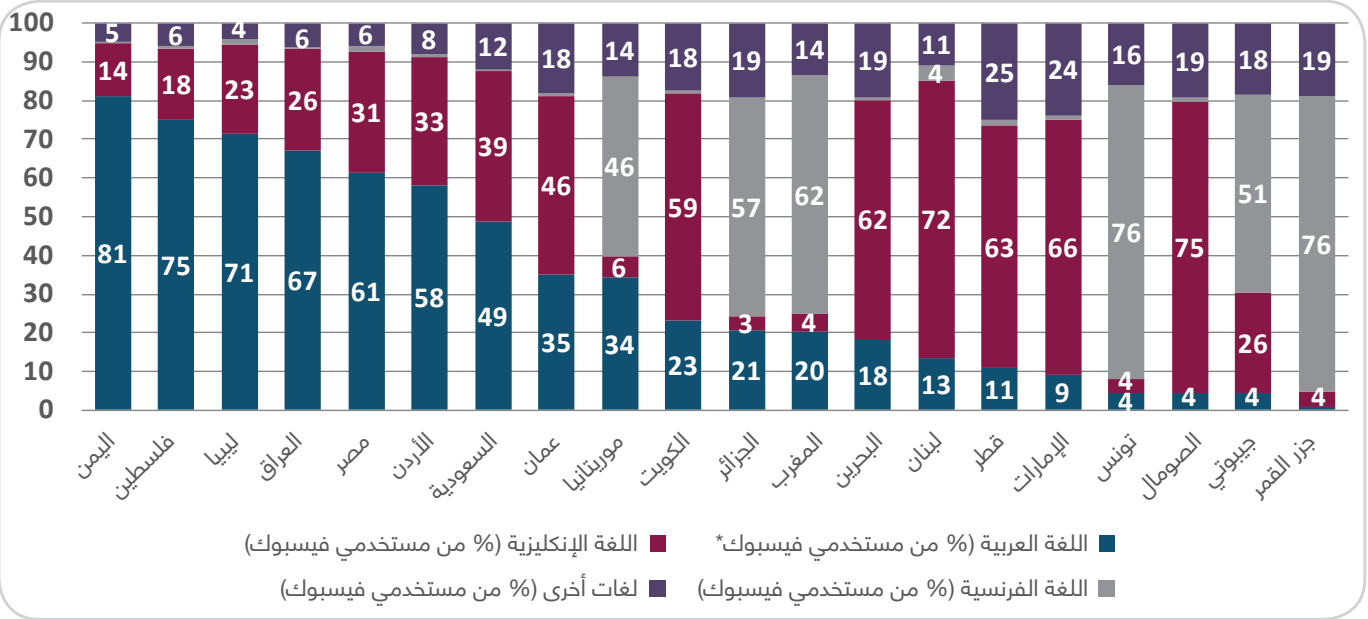
- ارتفع العدد الإجمالي لمستخدمي فيسبوك في العالم العربي من 51 مليون مستخدماً في ديسمبر 2012، ليصل إلى 71 مليون مستخدماً، نهاية ديسمبر 2013.
- ارتفع المعدل الوسطي لانتشار فيسبوك في بلدان المنطقة العربية من 13.4% في ديسمبر 2012 إلى ما يزيد عن 18.5% في ديسمبر 2013.
- انخفضت نسبة المستخدمين الإناث انخفاضاً طفيفاً إلى 32.25 في ديسمبر 2013. وما تزال هذه النسبة أخفض بكثير من النسبة العالمية التي تصل إلى 50% تقريباً.
- انخفضت نسبة المستخدمين الشباب انخفاضاً طفيفاً الذين تبلغ أعمارهم 30 عاماً وما دون. وبلغت نسبة المستخدمين الذين تقل أعمارهم عن 30 عاماً 67.5%، في ديسمبر 2013.
- تستمر الإمارات العربية المتحدة باحتلال المرتبة الأولى على صعيد انتشار فيسبوك في المنطقة يليها قطر والكويت وولبنان الأردن
- ما تزال مصر تمثل حوالي ربع العدد الإجمالي لمستخدمي فيسبوك في المنطقة، وحصلت على أعلى رقم من مستخدمي فيسبوك الجدد في العام 2013 بزيادة تربو على 4.2 مليون مستخدم.

## اللغة العربية والإعلام الاجتماعي

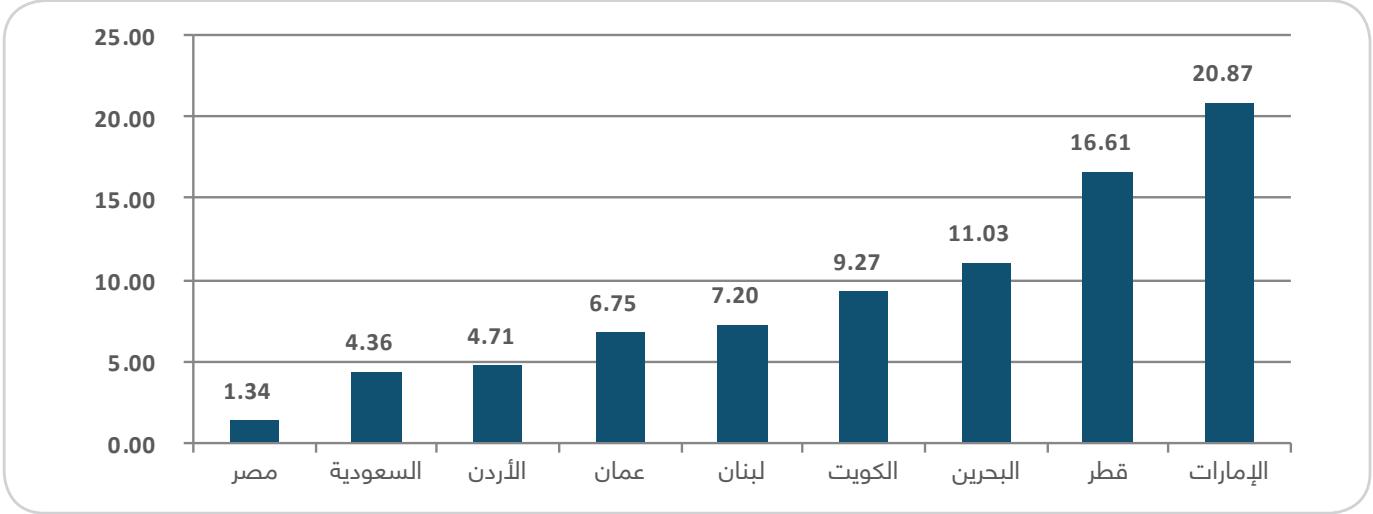
تستمر اللغة العربية في النمو باعتبارها اللغة الأكثر انتشاراً على منصات الإعلام الاجتماعي الرئيسية عالمياً. لكن إذا أخذنا فيسبوك مثلاً، فنجد أن لغات أخرى غير العربية والإنجليزية والفرنسية تشهد أيضاً نمواً في المنطقة العربية. ومع طرح لغات جديدة على فيسبوك ومنصات الإعلام الاجتماعي الأخرى، حدث انتقال طبيعي نحو واجهات اللغات المحلية التي قدمها فيسبوك مثلاً خلال العامين الماضيين. ففي الدول التي تضم عدداً كبيراً من غير الناطقين بالعربية، كدول مجلس التعاون الخليجي، كان طرح واجهات جديدة بلغات تنطق بها فئات واسعة من السكان يعني أن أعداداً كبيرة منهم قد انتقلت إلى استخدام تلك الواجهات، مما يفضي كذلك إلى تراجع استخدام الإنجليزية في هذه البلدان عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الشكل 4: لغة واجهة الاستخدام المفضلة لدى مستخدمي فيسبوك (2013) % من إجمالي مستخدمي فيسبوك

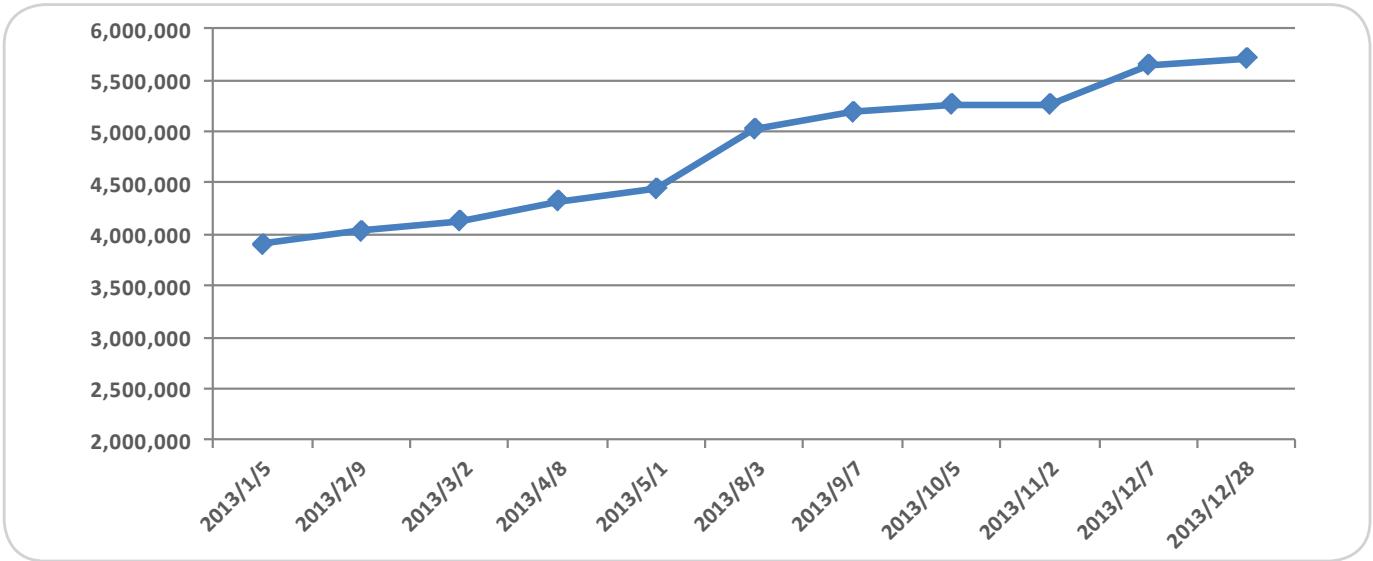
لغة الواجهة المفضلة لدى مستخدمي فيسبوك (2013) % من إجمالي مستخدمي فيسبوك



توزيع مستخدمي لينكدإن في دول عربية مختارة<sup>2</sup> - من حيث الانتشار وأعداد المستخدمين - نهاية عام 2013  
يوضح الشكل رقم 5، على المستوى الإقليمي، ترتيب البلدان العربية وفقاً لمعدلات انتشار استخدام لينكدإن فيها.  
الشكل رقم 5. انتشار لينكدإن في دول عربية مختارة - نهاية 2013 (نسبة مئوية من عدد السكان)



يوضح الشكل رقم 6 عدد مستخدمي لينكدإن الجدد في الوطن العربي (الذين انضموا إلى لينكدإن خلال عام 2013)  
الشكل رقم 6. عدد مستخدمي لينكدإن الجدد في دول عربية مختارة (خلال عام 2013)



2- إجمالي للدول التالية: البحرين ومصر والأردن والكويت ولبنان وعمان وقطر والسعودية والإمارات.

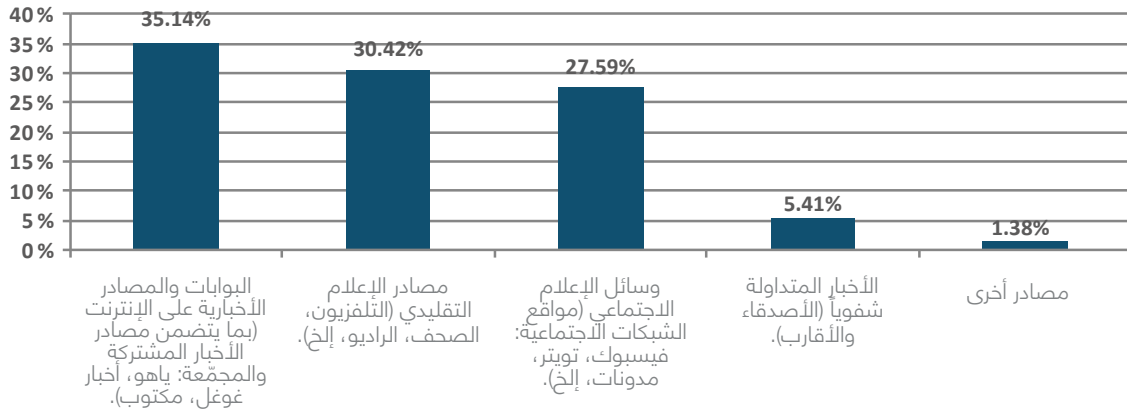
## 2- الإعلام الاجتماعي مقابل الإعلام التقليدي

مع استمرار تصاعد أعداد مستخدمي الإعلام الاجتماعي عربياً، والاندماج المستمر للإعلام الاجتماعي مع وسائل الإعلام التقليدي فلا شك أن آفاق الدور الذي ستلعبه هذه الوسائل المتجددة ستزداد اتساعاً مع مضي الوقت ومع نمو دور الشباب في المنطقة الذين يشكلون حوالي 70 في المائة من المستخدمين النشطين لوسائل الإعلام الاجتماعي. ولا شك أن قطاع الإعلام التقليدي العربي، هو الجهة التي ستشهد في السنوات القادمة أكبر قدر من التغيير.

تؤكد عدة استبيانات<sup>3</sup> أجراها برنامج الحوكمة والابتكار ما بين الأعوام 2011 و 2014 لدراسة اتجاهات استخدام الإنترنت في المنطقة العربية كمصدر للأخبار، يستمر النظر للإعلام الاجتماعي كمنافس قوي للإعلام التقليدي كمصدر رئيسي للأخبار بالنسبة لملايين العرب. فقد تبين للعام الثاني على التوالي أن ما يقارب 03 بالمئة من العرب المشاركين في الاستبيان من مختلف أنحاء العالم العربي يحصلون على أخبارهم من الإعلام الاجتماعي كمصدر رئيسي، وهي نسبة مطابقة تقريباً للنسبة المئوية من المشاركين التي تفضل الإعلام التقليدي كالمصدر الرئيسي للأخبار (الشكل 7 و 8).

وبالمقارنة مع نتائج استبيان<sup>4</sup> سابق أجراه البرنامج في الربع الأول من العام 2011 لمستخدمي الإعلام الاجتماعي في مصر وتونس، تبين حينها أن 88 بالمئة من المشاركين في مصر و 92% من المشاركين في تونس استخدموا وسائل الإعلام الاجتماعي لمتابعة الأحداث التي وقعت خلال التحركات الشعبية في بلادهم. (الشكل 9)

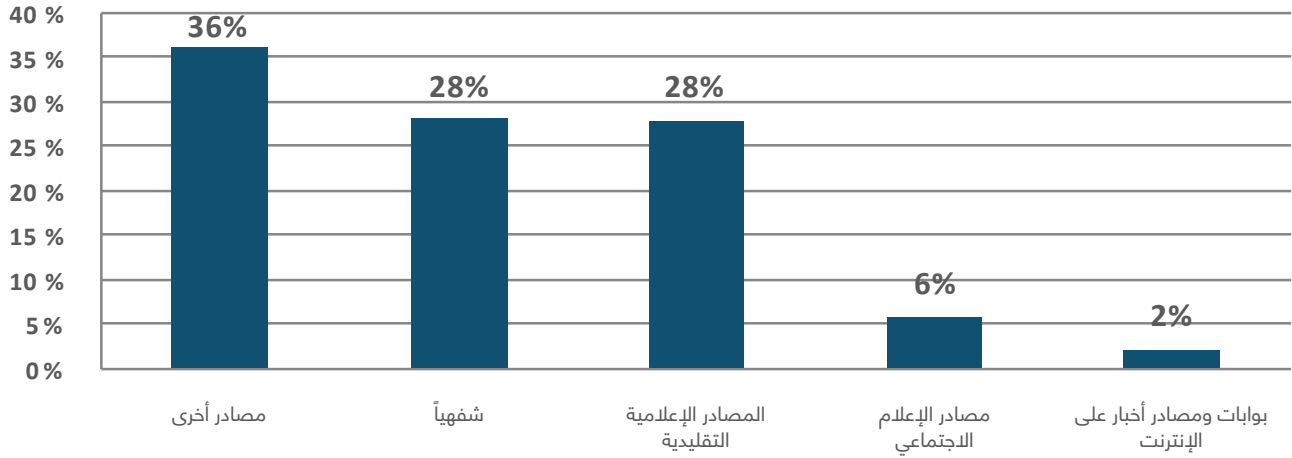
الشكل. 7 ما هو المصدر الرئيسي للأخبار بالنسبة لك؟ (2014)



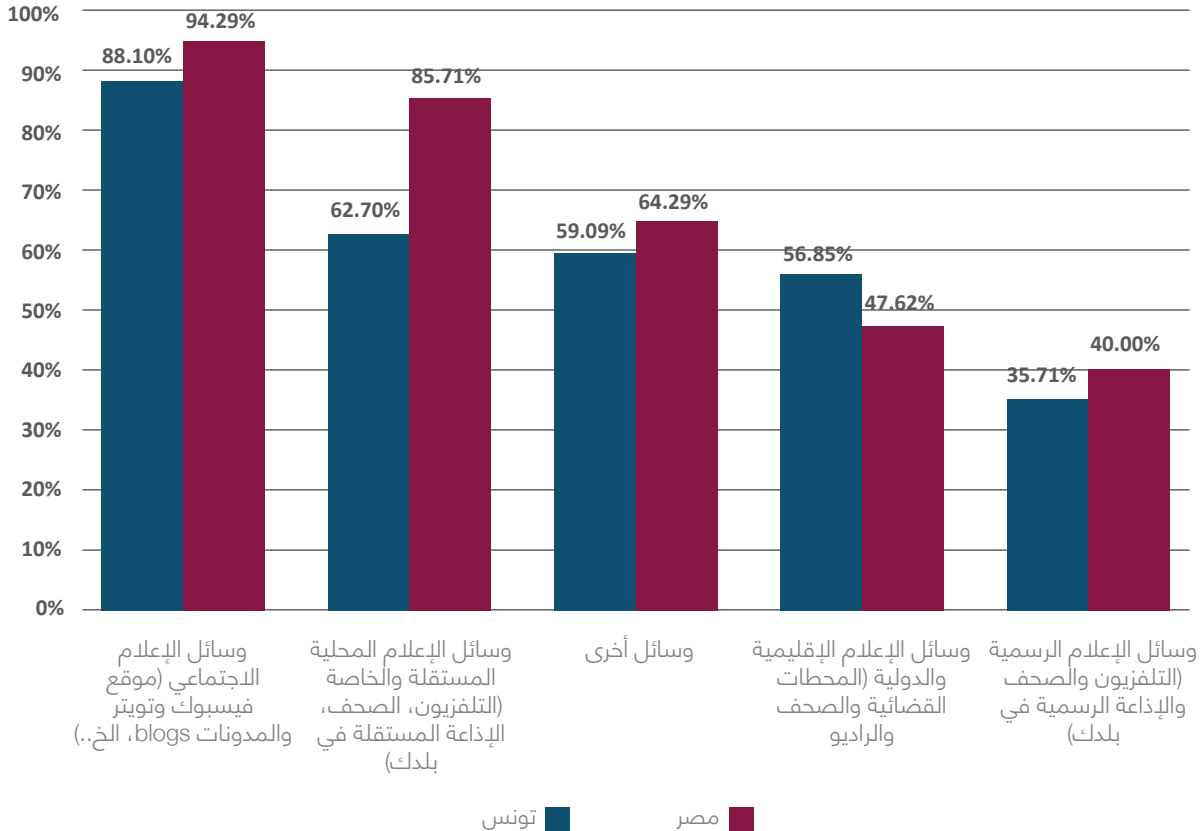
3- العالم العربي على الإنترنت: اتجاهات استخدام الإنترنت في المنطقة العربية، برنامج الحوكمة والابتكار كلية دبي للإدارة الحكومية بالاشتراك مع بيت دوت كوم (Bayt.com) 2013 و2014

4- تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، الإصدار الثاني، برنامج الحوكمة والابتكار كلية دبي للإدارة الحكومية: [www.ArabSocialMediaReport.com](http://www.ArabSocialMediaReport.com)

الشكل. 8 ما هو المصدر الرئيسي للأخبار بالنسبة لك؟ (2013)



الشكل. 9 ما هي مصادر الأخبار والمعلومات التي استخدمتها لمتابعة الأحداث التي وقعت في بلدك (مصر وتونس)؟ (الربع الأول من عام 2011)



### 3- أثر الإعلام الاجتماعي على التعليم في العالم العربي

تواجه المنطقة العربية تحديات تعليمية كبيرة على صعيد النوعية وقابلية النفاذ والصلة. ويعتبر التعليم من المجالات الجوهرية التي "تأسست" فيها شبكات الإعلام الاجتماعي إلى حد بعيد مع عدد كبير من المستخدمين المواظين. وبات المعلمون والطلبة والمؤسسات التعليمية، بظهور مفاهيم من قبيل "التعلم الاجتماعي" و"شبكات اتخاذ القرار الذكية" و"الدورات الجماهيرية المفتوحة على الإنترنت"، يعتمدون أكثر فأكثر على أدوات الإعلام الاجتماعي لوضع منهجيات مبتكرة للتعليم، وبناء المقدرات ونقل المعرفة. وباتت تقنيات الإعلام الاجتماعي مسبقاً تلعب دوراً متنامياً في التعليم الرسمي وغير الرسمي وفي التدريب حسب الطلب وبناء المقدرات.

أجرينا استبياناً إقليمياً واسعاً لدراسة التأثير متعدد الأوجه لاستخدام الإعلام الاجتماعي في التعليم في المنطقة العربية خدمة لأهداف هذا التقرير. ويُنظر إلى الإعلام الاجتماعي، في مجال التعليم، باعتباره مُمكنًا رئيسياً للابتكار والتعاون، يتمتع بمقدرات غير مسبوقه لنقل المعرفة الضخم وللتعلم من الأقران، بالإضافة إلى كونه ميسراً تعليمياً مُمكنًا للطلبة أصحاب الاحتياجات الخاصة، وسبيلًا للوصول إلى المجموعات النائية والريفية. وبات الإعلام الاجتماعي، في مستويات التعليم العليا، يستخدم بإبداع كوسيلة لنقل الابتكارات، وكُممكن لشبكات الأبحاث الضخمة، وأداة تعلم عن بعد، وميسر لجمعيات الخبرة والممارسة، مع إمكانيات لكسر الصوامع والسلاسل الهرمية المعلوماتية. وحتى على مستوى الخريجين الجدد، أمسى الإعلام الاجتماعي يلعب دوراً حاسماً في تمكين فرص التوظيف الجديدة، والطاقات الكامنة لريادة الأعمال، والأهم من ذلك، تأمين انسجام التدريب الحرفي مع المهارات المطلوبة في السوق.

#### الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية: تأثيره على التدريس وتنمية المهارات والإصلاح التعليمي

أجرينا استبياناً على الإنترنت على مستوى المنطقة، يشمل 22 بلداً عربياً، بغرض دراسة هذا الموضوع. ودرس الاستبيان الموضوعات التالية: الرضا عن نوعية أنظمة التعليم، واستخدام التقنية والإعلام الاجتماعي في الصف، والرضا عن التعليم العالي، والتصورات عن استخدام الإعلام الاجتماعي في الفصل، والاستعداد للمشاركة في مبادرات تطوير المهارات، وإصلاح التعليم. ويركز الاستبيان على تصورات الطلبة والمدرسين وأولياء الأمور عن استخدام الإعلام الاجتماعي في التعليم، وطرق استخدامه حالياً من قبل المعلمين. وتضم الفقرات التالية شرحاً مفصلاً للنتائج الرئيسية.

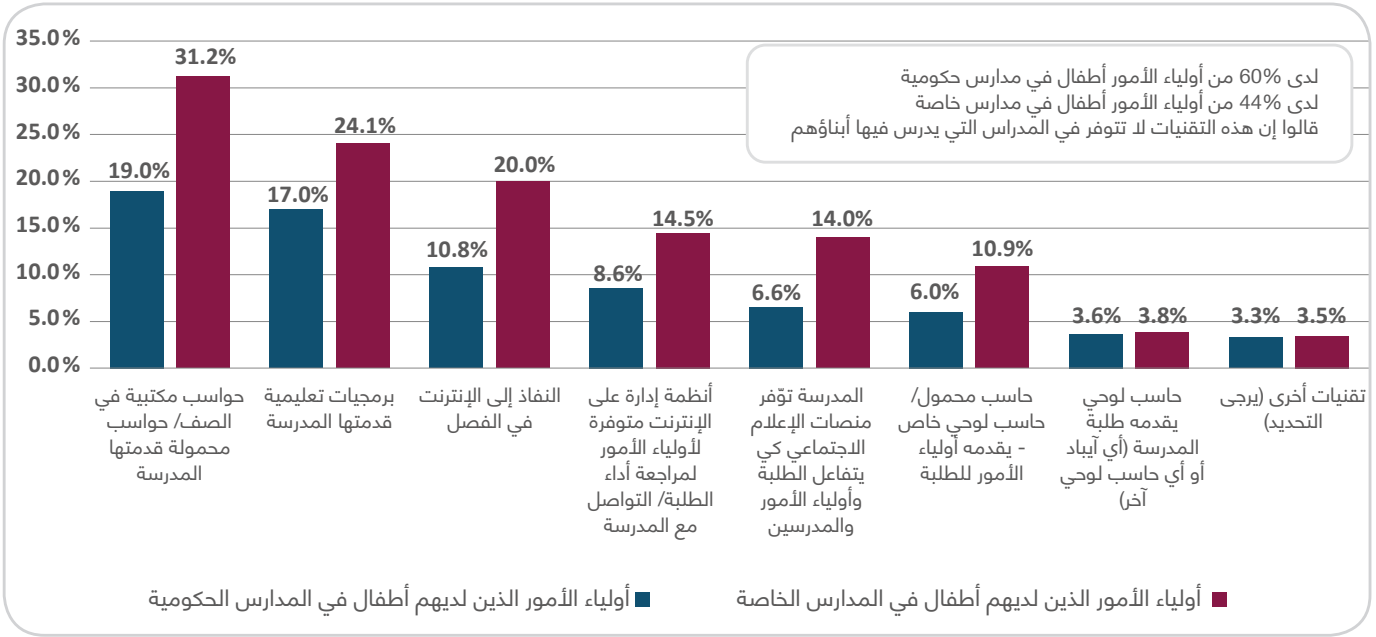
بالتركيز أكثر على الأطفال الذين يدرسون حالياً في المدرسة، سأل الاستبيان أولياء الأمور أيضاً عن أنواع التقنية المتوفرة في مدارس أبنائهم. وقال أكثر من نصفهم إن الصفوف في مدارس أبنائهم لا تحوي أي تقنية. وقال أقل من الربع بقليل إن الصفوف تحوي حواسيب مكتبية وحواسيب محمولة قدمتها المدرسة، وقال 10% إن مدارس أبنائهم تستخدم منصات الإعلام الاجتماعي في الصف. ومن جديد، تفاوت هذا بين المدارس الحكومية والخاصة، حيث تمتعت المدارس الخاصة بنفاذ أكبر إلى التقنيات جميعها.

ولم يتوفر لدى 44% من طلبة المدارس الخاصة أية تقنيات في الفصول، قياساً بنحو 60% من طلبة المدارس الحكومية (الشكل 10). وعلى الرغم من النقص الواضح في التقنية في صفوف نصف أطفال المجيبين تقريباً، لوحظ وجود رغبة في



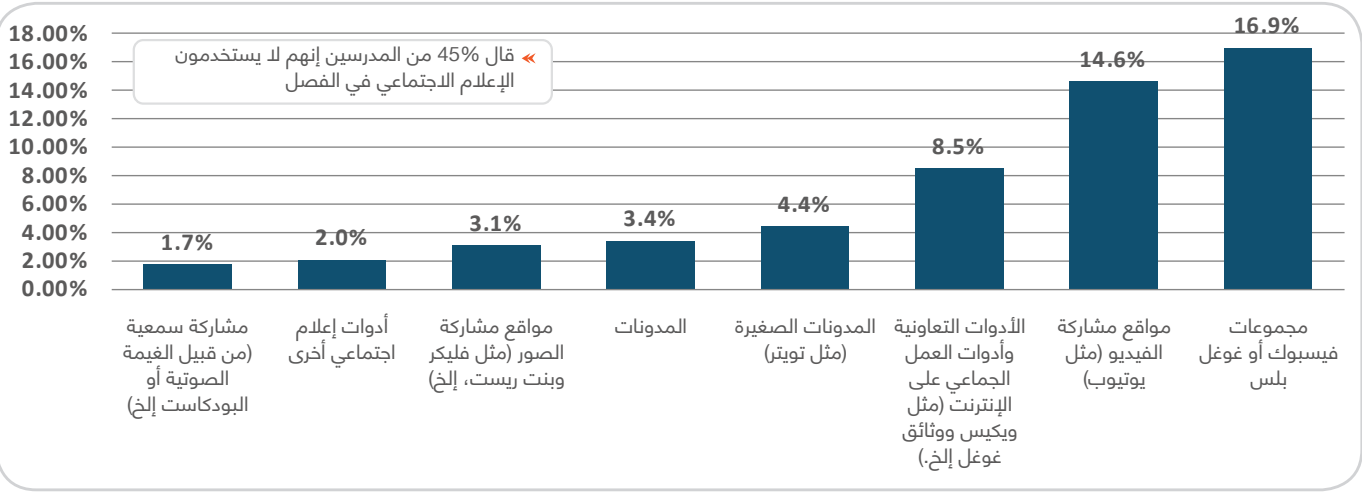
دمج التقنية في التعليم الابتدائي والثانوي. وساق كثير من المجهين أسباباً عملية، من قبيل تخفيض عبء حمل الكتب وزيادة النفاذ إلى المعلومات، وعبروا أيضاً عن ضرورة رفع مستويات التدريس إلى مستوى منافس عالمياً. وعندما سئلوا عن أنواع التقنيات التي يجب أن تستخدم في صفوف المدارس الابتدائية والثانوية، قال كثير من المجهين إنهم يرغبون في إدخال الإنترنت والحاسب المحمولة والحاسب اللوحية.

الشكل 10: هل يتوفر أي من هذه التقنيات في المدرسة (المدارس) التي يدرس فيها أطفالك؟



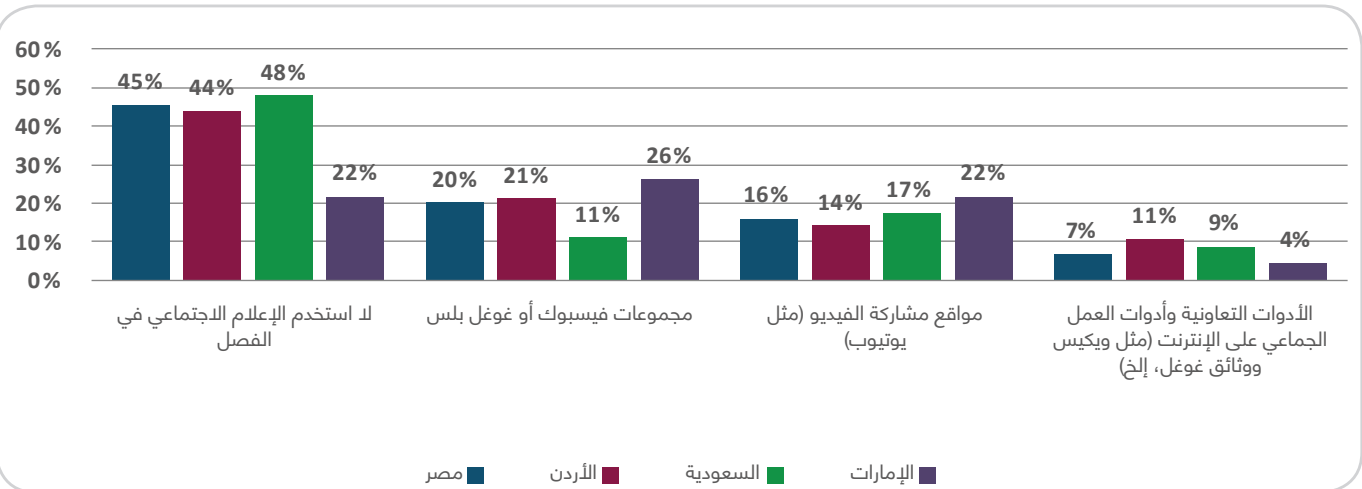
لم يقل سوى 10% فقط من المجهين إن أطفالهم يتمتعون بإمكانية النفاذ إلى منصات الإعلام الاجتماعي في المدرسة، وقال نحو 55% من المدرسين الذين استطلعت آراؤهم إنهم استخدموها في الصف، حيث تأتي مجموعات فيسبوك وغوغل بلس في المقدمة على صعيد كثرة الاستخدام، يليهما مواقع مشاركة مقاطع الفيديو، كيوتيوب، وأدوات الإنترنت التعاونية من قبيل صفحات ويكيس (Wikis) ومستندات غوغل (Google Docs) (الشكل 11).

الشكل 11: ما هي أدوات الإعلام الاجتماعي التي تستخدمها في الصف؟ (المدرسون)



بتقسيم هذا بين بعض البلدان التي تمتاز بمعدلات استجابة عالية واستخدام مرتفع للإعلام الاجتماعي، ألقينا نظرة على كيفية استخدام المدرسين في مصر والأردن والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة للإعلام الاجتماعي في الفصل. بصورة مشابهة للمعدل الإقليمي، احتلت مجموعات فيسبوك وغوغل بلس المرتبة الأولى على صعيد كثرة الاستخدام، وجاءت بعدهما مواقع مشاركة مقاطع الفيديو (باستثناء المملكة العربية السعودية، التي اعتمدت فيها نسبة أكبر من المدرسين على مواقع مشاركة مقاطع الفيديو مثل يوتيوب). وامتازت الإمارات العربية المتحدة أيضاً بأعلى نسبة من المدرسين الذين يستخدمون الإعلام الاجتماعي في الصف بنسبة 78% قياساً بمعدل وسطي لباقي البلدان يبلغ 46% (الشكل 12).

الشكل 12: ما هي أدوات الإعلام الاجتماعي التي تستخدمها في الصف؟ (المدرسون)



عندما سئل المدرسون عن كيفية استخدام الإعلام الاجتماعي في الصف، أشاروا إلى استخدامه بعدة سبل مبدعة. وأشار عدة مدرسين إلى أن الإنترنت والإعلام الاجتماعي يساعدهم على إكمال تدريسهم والمناهج، فضلاً عن تقديم أدوات مفيدة لمشروعات الطلبة وتشجيعهم على المشاركة الفعالة.

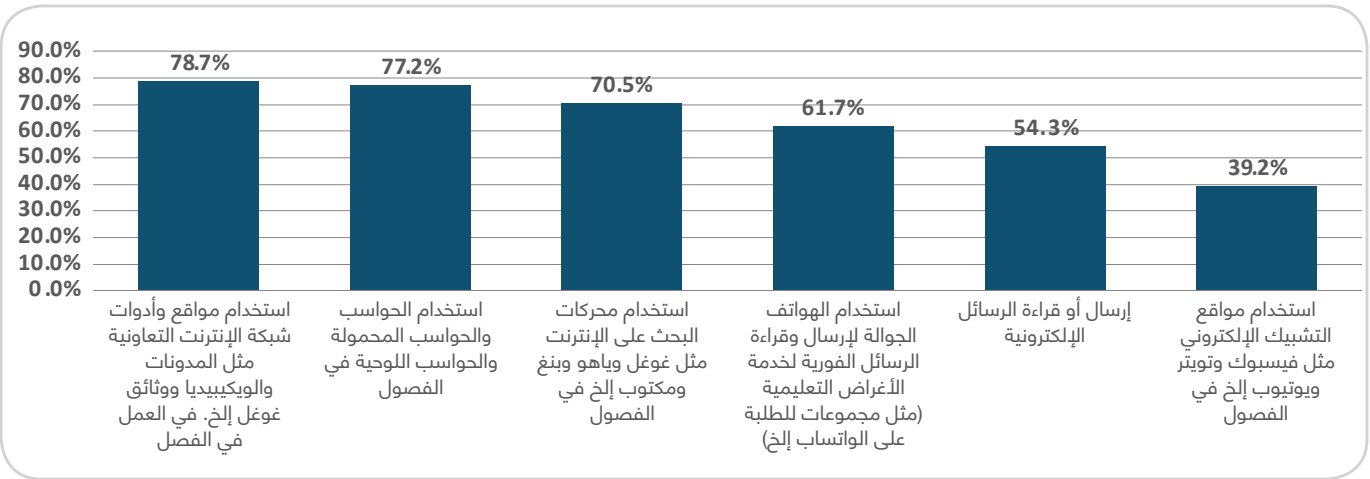
### إيجابيات وسلبيات استخدام التقنية والإعلام الاجتماعي في الصفوف: التصورات الإقليمية

توجد قيود واضحة على توفر التقنيات في الفصل في المنطقة العربية بأكملها في الوقت الراهن، في حين يوجد فهم وتقدير واضح أيضاً لدى المحييين على الاستبيان للفوائد الكامنة للتقنية والإعلام الاجتماعي في التعليم، بالإضافة إلى وجود استعداد لتشجيع استخدام هذه التقنيات في الفصل، والاستفادة منها عندما تسنح الفرصة. واعتبرت فئات مختلفة من المحييين هذا صحيحاً، سواء في المدارس الخاصة أو الحكومية، وسواء كانوا يقيمون في بلدان تمتاز بمعدلات عالية أو منخفضة لانتشار الإنترنت.

### التقنيات والموارد المتوفرة على الإنترنت في الصف:

وتفاوتت الإجابات بشأن استخدام أنواع محددة من التقنيات من قبل طلبة المدارس. واحتل استخدام أدوات الشبكة التعاونية من قبيل مستندات غوغل وويكيبيديا (79% من الإجابات)، واستخدام الحواسيب والحواسيب المحمولة واللوحية (77% من الإجابات) المرتبة الأولى، في حين احتل استخدام مواقع التشبيك الاجتماعي في الفصل، الذي وافقت عليه أقلية كبيرة، المرتبة الأدنى بنسبة 39%. ومن المثير للانتباه أن النتائج أشارت إلى اتفاق آراء الطلبة والمدرسين وأولياء الأمور على ما يجب السماح بالقيام به في الفصل، وتشابهت إجاباتهم على الصعيد كافة (الشكل 13).

الشكل 13: إلى أي حد توافق على العبارة التالية: يجب السماح للطلبة الذين يذهبون إلى المدرسة بالقيام بما يلي في الفصل



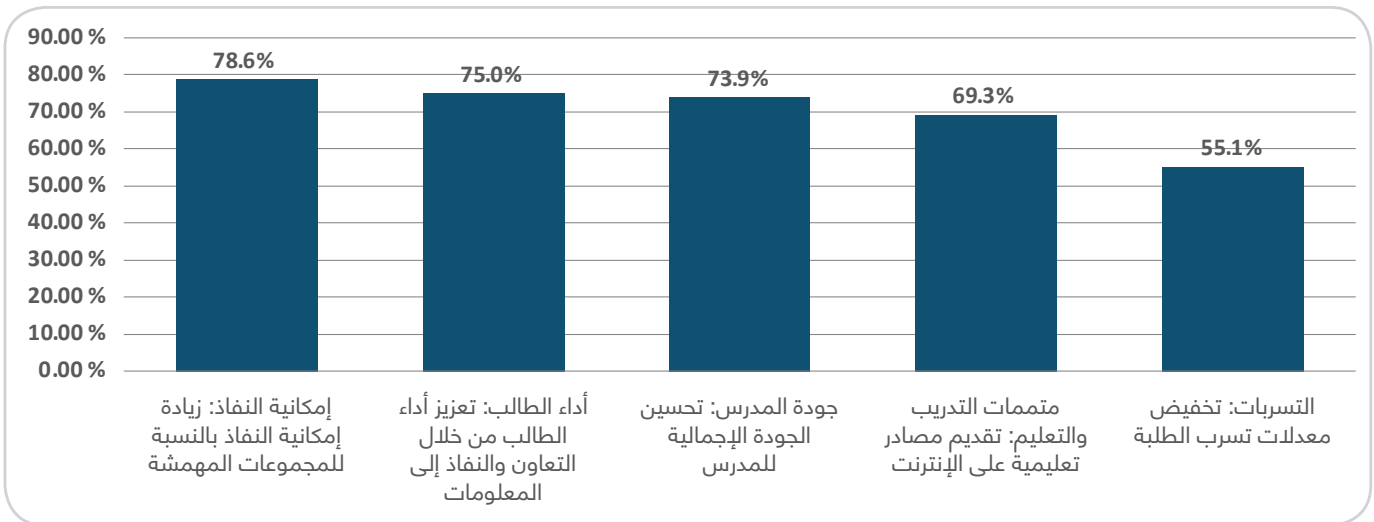
## استخدام الإعلام الاجتماعي في الفصل:

تناول الاستبيان أيضاً تصورات الناس عن الإعلام الاجتماعي وتأثيره على جوانب مختلفة من التعليم والدراسة من قبيل أداء الطالب وجودة المدرس والإرشاد وبيئة التعلم والنفوذ إلى المعلومات ومشاركة المعرفة وبناء المهارات والكفاءات، من بين مجالات تركيز أخرى. وتقدم الفقرات التالية النتائج التي توصلنا إليها بشأن المزايا والإيجابيات المتصورة، بالإضافة إلى سلبيات الإعلام الاجتماعي في التعليم.

### الإيجابيات:

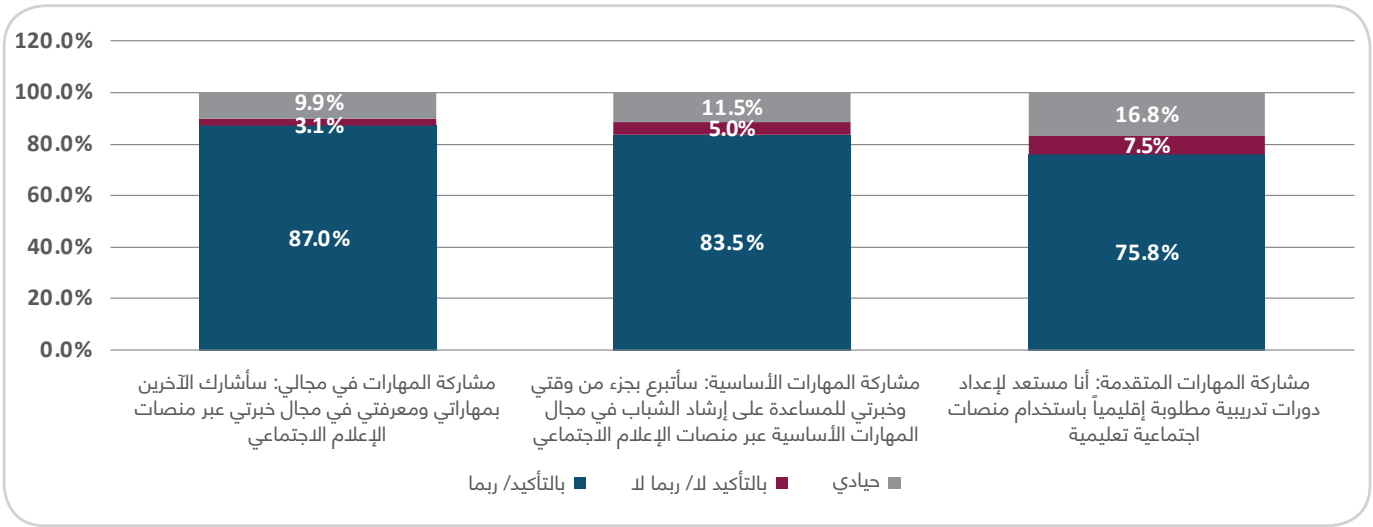
عموماً، عبر المجيبون عن موافقتهم الكبيرة على إيجابيات الإعلام الاجتماعي في التعليم. وقال ما يتراوح بين 80% و83% من المجيبين إن من شأن الإعلام الاجتماعي أن يعزز كفاءات الطلبة في مجالات متعددة، تشمل: الكفاءة التقنية والإبداع والتعاون ومهارات الأبحاث والمهارات الشخصية ومهارات التواصل ومهارات العمل. وعلو على ذلك، اعتبر 70% من المجيبين الإعلام الاجتماعي أداة من شأنها أن تعزز تجربة التعلم، سواء في الصف من خلال تشجيع المزيد من المناقشة التفاعلية، أو من خلال استحداث فرص للتعلم عن بعد. تحديداً، رأى 65% أن من شأن الإعلام الاجتماعي أن يساعد على إشراك الطلبة بصورة أفضل في الفصل، بينما قال 74% إن من شأنه أيضاً أن يردم الهوة بين التعلم في المدرسة والتعلم في المنزل من خلال إشراك أولياء أمور الطلبة بواسطة الإعلام الاجتماعي. كما أفاد 60% أن من شأن الإعلام الاجتماعي تخفيض نفقات طرق التعليم التقليدية، بينما قال 66% إن من شأنه تخفيض الوقت اللازم لإجراء العمليات التعليمية داخل الصف وخارجه. يقدم الشكل 14 أدناه نظرة شاملة عن تصورات المجيبين عن فوائد الإعلام الاجتماعي في معالجة قضايا متنوعة من قبيل تعزيز أداء الطلبة والمدرسين وزيادة قابلية النفاذ وتخفيض معدلات التسرب من المدرسة.

الشكل 14: إلى أي حد توافق على العبارات التالية: من شأن استخدام أدوات الإعلام الاجتماعي أن يسهم في معالجة القضايا التالية؟



من السمات العالمية الرئيسية للإعلام الاجتماعي قدرته على استحداث فرص للتعاون والمشاركة والإرشاد. ويبيّن الشكل 15 أدناه مستوى استعداد مجموعة جزئية من المجيبين (الأشخاص الذي يحملون شهادة ماجستير وخمس سنوات من الخبرة العملية على الأقل) لمشاركة مهاراتهم وخبراتهم مع الطلبة. ويبين أخذ إجابات "ربما" بعين الاعتبار استعداداً في المنطقة لاستخدام الإعلام الاجتماعي في الإرشاد ومشاركة المهارات.

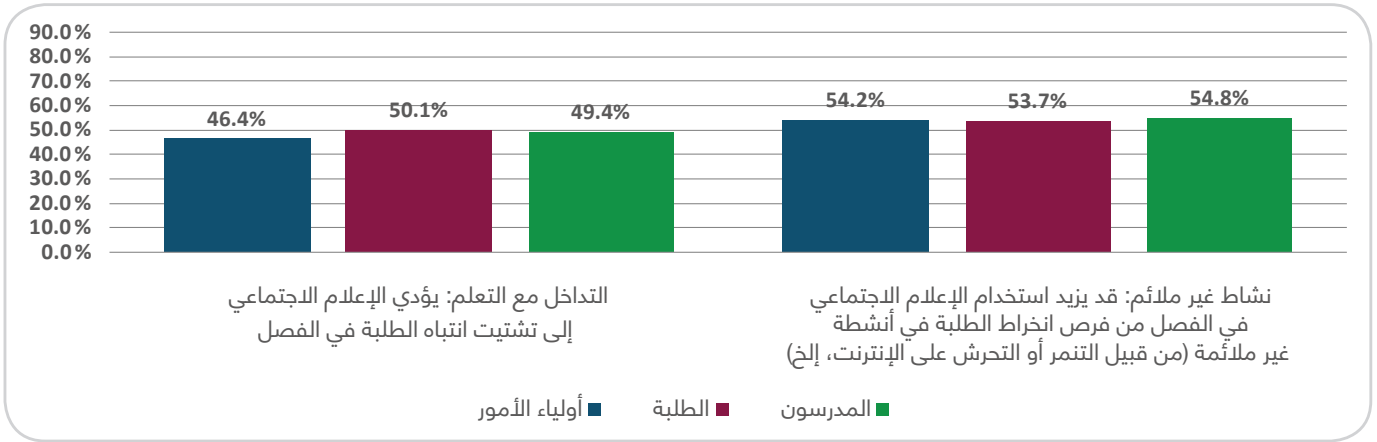
الشكل 15: الإرشاد ومشاركة المهارات عبر الإعلام الاجتماعي: إلى أي حد توافق على العبارات التالية؟



## السلبيات:

على الرغم من التصورات الإيجابية إلى حد بعيد عن تأثير الإعلام الاجتماعي على التعليم التي عبرها عنها المجيبون على الاستبيان، يوجد أيضاً مستوى مرتفع من الوعي بالجوانب الضارة لاستخدام الإعلام الاجتماعي في الفصل، التي تحمل في طياتها آثاراً سلبية. وشعر نصف المجيبين تقريباً أن من شأن الإعلام الاجتماعي أن يشتت تركيز الطلبة في الفصل، وأن يستخدم في سلوكيات مسيئة من قبيل التحرش والتنمر. بالنسبة لهذا، وفي أكثر الأسئلة، بدأ المدرسون وأولياء الأمور والطلبة مرة أخرى متفقين في إجاباتهم، كما هو مبين في الشكل 16.

الشكل 16: إلى أي حد توافق على العبارات التالية بشأن الإعلام الاجتماعي والتعليم؟



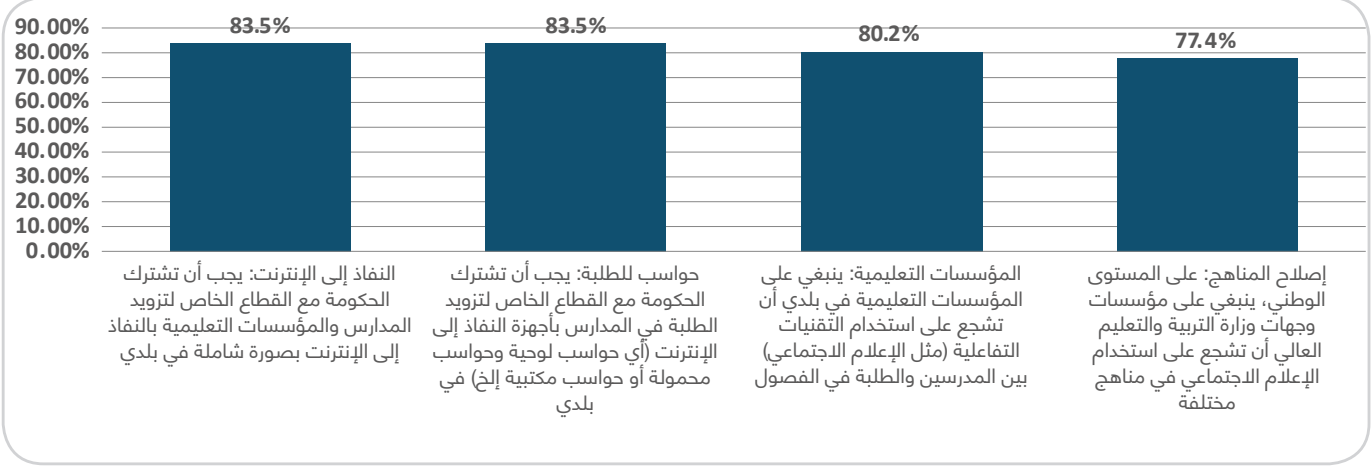
عكست المعلومات النوعية التي جمعت من المجيبين النتائج التي توصل إليها استبياننا. وعلى الرغم من أن المجيبين عموماً عبروا عن آراء إيجابية بشأن استخدام الإعلام الاجتماعي في الفصل، أظهرت ردود نوعية من أولياء الأمور والطلبة والمدرسين وجهة نظر متوازنة تشجع دمج الإعلام الاجتماعي في التعليم، ولكنها تعترف أيضاً بضرورة إشراف الأهل والمدرسين ورفع الوعي بين الطلبة وأولياء أمورهم أيضاً.

### الإعلام الاجتماعي والإصلاح التعليمي:

إذا أخذنا بعين الاعتبار إمكانيات الإعلام الاجتماعي في تسهيل المشاركة وتقديم الملاحظات والتعليقات الإعلامية الشاملة، ومستوى الاتفاق المرتفع بين مختلف الفئات على فوائد استخدام الإعلام الاجتماعي في الفصل؛ وأخذنا أيضاً مستوى الرضا المتدني نسبياً عن التدريس إجمالاً بعين الاعتبار، يصبح دمج الإعلام الاجتماعي في الإصلاح التعليمي خطوة لاحقة منطقية. واستطلع الاستبيان آراء المجيبين بالإعلام الاجتماعي ومشاركة المواطنين في الإصلاح التعليمي.

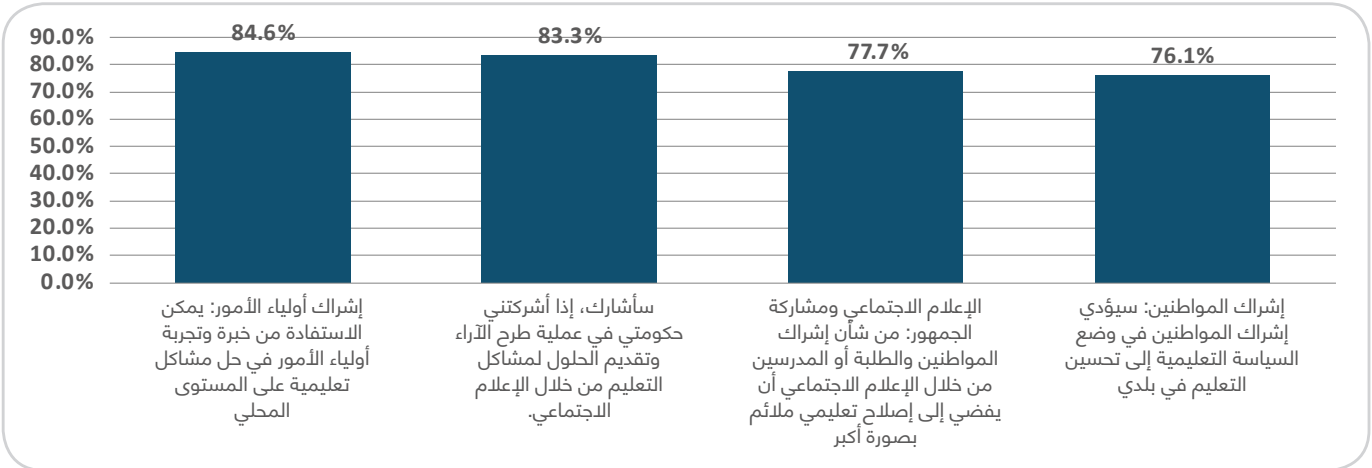
واعتقد أكثرية المجيبين (84%) بضرورة تعاون الحكومات والقطاع الخاص على تقديم نفاذ شامل إلى الإنترنت (وأجهزة نفاذ) في الفصل، في حين وافقت نسبة أقل بقليل (77%) على أن استخدام الإعلام الاجتماعي ينبغي أن يدمج في إصلاح المنهاج (الشكل 17).

الشكل 17: النفاذ إلى الإنترنت والإعلام الاجتماعي والإصلاح التعليمي: إلى أي حد توافق على العبارات التالية؟



علو على ذلك، اتفق المجيبون على أن الإصلاح التعليمي يجب أن يدمج الإعلام الاجتماعي لإشراك الحكومات والمواطنين (ومن ضمنهم أولياء الأمور) في العملية. وفي الحقيقة، قال 83% إنهم سيشاركون مع الحكومات، عبر الإعلام الاجتماعي، في قضايا تعليمية، إذا أتيحت لهم الفرصة (الشكل 18).

الشكل 18: التفاعل بين الحكومة والمواطنين والإصلاح التعليمي: إلى أي حد توافق على العبارات التالية؟



## الخلاصات والنتائج الرئيسية:

### آراء إيجابية عن استخدام الإعلام الاجتماعي في التعليم - مع وعي بالسلبيات:

تنم النتائج بوضوح عن مستوى مرتفع من الاتفاق بين المجيبين على فوائد الإعلام الاجتماعي للتعليم في مجالات عدة: التأثير إيجابياً على أداء الطلبة وجودة المدرسين؛ والتشجيع على تقاسم المعارف والمهارات؛ وتعزيز كفاءات الطلبة؛ وتقديم إمكانية النفاذ إلى المعلومات وإمكانيات التعلم عن بعد؛ وإشراك الطلبة وأولياء الأمور والمدرسين بصورة جماعية؛ وتخفيض زمن وكلفة العمليات التعليمية. وخفت بريق هذه التصورات الإيجابية إلى حد بعيد بفعل تصورات معاكسة عن الاستخدامات السلبية للإعلام الاجتماعي في البيئات التعليمية.

### الإرشاد ونقل المهارات والمعارف والإعلام الاجتماعي:

أعربت أكثرية كبيرة من المجيبين، الذين بلغوا مستوى متقدماً من الخبرة (الأشخاص الذين لديهم خمس سنوات أو أكثر من الخبرة العملية، أو الذين بلغوا مستوى عالياً من التعليم)، عن رغبتهم في استغلال قنوات الإعلام الاجتماعي لمشاركة معارفهم وخبراتهم ونقلها إلى أفراد آخرين في المجتمع من خلال الإعلام الاجتماعي. وتشير معدلات النمو الكبيرة للإعلام الاجتماعي، وهذا الاستعداد الواضح من قبل «الخبراء»، إلى أن التقنية، عموماً، وتقنيات التشبيك الاجتماعي، على وجه الخصوص، قد تتحول إلى ميسر وقناة لمبادرات نقل المعارف، التي يحتاجها مجتمع تحركه الاحتياجات الاقتصادية واحتياجات سوق العمل حاجة ماسة.

### الإعلام الاجتماعي والإصلاح التعليمي:

لم يتفق المجيبون على فوائد الإعلام الاجتماعي في التعليم فحسب، بل اعتقدوا اعتقاداً راسخاً أيضاً أنه يجب أن يدمج في الإصلاح التعليمي على مستويين: كأداة تعليمية تدمج في الفصل وفي المبادرات التعليمية، وكأداة إشراك في صناعة السياسات التشاركية للقضايا التعليمية. واعتبرت إمكانية النفاذ الشاملة إلى الإنترنت والتقنية (التي تقدمها الحكومة والقطاع الخاص) أحد القضايا الرئيسية للإصلاح التعليمي.



### الملحق 1 - العينة ومنهجية البحث

#### الاستبيان الإقليمي عن الإعلام الاجتماعي والتعليم

أجري الاستبيان الإقليمي على الإنترنت في 22 بلداً عربياً، واستمر من مارس حتى مايو 2013. وبلغ عدد المجيبين 3804 أشخاص. وكان نحو 25% منهم إناث، و75% منهم ذكور. وتراوحت أعمار 43% من المجيبين بين 18 و29 عاماً، و32% منهم بين 30 و39 عاماً وكانت أعمار 24% منهم أربعين عاماً فما فوق. وقال نحو 43% من المجيبين إن لديهم أبناء، وليس لدى الـ 57% الباقين أبناء.

أتى أكبر عدد من المجيبين من مصر (27%)، والمملكة العربية السعودية (17%)، والأردن (12%)، والجزائر (8%)، والإمارات العربية المتحدة (6%)، والمغرب (6%)، وطرحت، على المقيمين القادمين من بلدان، عانت مؤخراً لفتترات قصيرة أو طويلة من عدم الاستقرار السياسي والنزاعات والصراعات الأهلية، أسئلة بشأن استخدام الإنترنت والإعلام الاجتماعي للتعليم أثناء أوقات عدم الاستقرار؛ وهذه الدول هي: الجزائر والمغرب وتونس وليبيا ومصر والسودان وفلسطين ولبنان وسوريا والعراق والبحرين والكويت واليمن.

## الملحق 2 – المؤلفون

أصدر هذا التقرير برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية وهو من تأليف رشا مرتضى، فادي سالم وشارة الشاعر.

**فادي سالم** مدير برنامج الحوكمة والابتكار وزميل في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.

**رشا مرتضى** باحثة مشاركة في برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.

**سارة الشاعر** باحثة في برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.

للاتصال مع برنامج الحوكمة والابتكار يرجى التراسل الإلكتروني مباشرة مع: SocialMedia@dsg.ae

الآراء الواردة في هذا التقرير هي آراء المؤلفين، ولا تعكس بالضرورة وجهات نظر الأمناء والمسؤولين وغيرهم من موظفي كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، أو منتدى الإعلام العربي أو نادي دبي للصحافة.

## شكر وتقدير

يطيب للمؤلفين، بالنيابة عن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، أن يعربوا عن تقديرهم لفريق العمل في نادي دبي للصحافة، لدعمهم هذا الجهد التعاوني. كما يودّ المؤلفان أن يشكروا فريق كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية لجهودهم المبذولة في إنتاج هذا البحث.

وبنوّه المؤلفون بالجهود القيمة التي بذلها الزملاء التالية أسماؤهم، تقديراً لمساهماتهم الجوهرية، ومدخلاتهم، ومساعدتهم في إنجاز هذا التقرير ومواده ذات الصلة:

علياء الذيب	ربا العاصي
غيث يكن	هبة شعبان
مريم منھاس	صالحة بوقطار
دانيا بشير	شركة تعبير
بيغي طرابلسي	شركة بيت دوت كوم
لما عطايا	

## برنامج الحوكمة والابتكار

يقوم برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية بإجراء الدراسات البحثية والأنشطة المبرمجة التي تركز على السياسات لتشجيع الابتكار الحكومي والتنمية في الدول العربية، وذلك من خلال تكنولوجيا المعلومات، وتنسجم أهداف البرنامج مع الأهداف الإقليمية في مجال تعزيز ثقافة الابتكار في المجتمع، والسعي نحو نموذج تشاركي في الحوكمة يعتمد على الشفافية المعلوماتية وإشراك المجتمع. كما تساعد على تحقيق نماذج حوكمة سريعة الاستجابة للتغيرات وذات فعالية أعلى، وذلك من خلال التبنى الفعال لتكنولوجيا المعلومات، كمبادرات الحوكمة الذكية والحوكمة الإلكترونية والمدن الذكية.

ويعمل البرنامج على ثلاثة محاور:

### 1- بحوث السياسات والبحوث الأكاديمية:

تركز البحوث على السياسات الحكومية والتغيرات المجتمعية الناتجة عن الابتكارات التكنولوجية في المنطقة العربية.

### 2- تقديم المشورات حول السياسات:

أحد الأهداف الرئيسية للبرنامج هو تقديم النصح والمشورة لصناع القرار العرب الحاليين والمستقبليين في تقييم أثر التغيرات الجارية على مجتمعاتهم وحكوماتهم، والمساعدة في تطوير سياسات ملائمة للبيئة المحلية لمبادرات الحوكمة المستقبلية.

### 3- الأنشطة التنموية الإقليمية:

يجمع البرنامج شبكة من الخبراء الممارسين والأكاديميين العاملين في القطاعات المتعلقة بمجال عمل البرنامج، وذلك من خلال نشاطات عملية وتعليمية تهدف إلى تشجيع التبادل الفعال للمعرفة، وجسر الهوة بين البحوث والسياسات التطبيقية.

يصدر البرنامج عدداً من التقارير الدورية واسعة الانتشار والتأثير مثل سلسلة تقارير الإعلام الاجتماعي العربي:

[www.ArabSocialMediaReport.com](http://www.ArabSocialMediaReport.com)

# كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية

كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية هي مؤسسة بحثية وتعليمية تركز على السياسات العامة في العالم العربي. تأسست الكلية عام 2005 برعاية كريمة من صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي. تهدف الكلية إلى تعزيز الإدارة الحكومية عن طريق زيادة قدرات المنطقة على اعتماد سياسات عامة فعالة.

وسعيًا لتحقيق هذا الهدف، تتعاون الكلية أيضاً مع مؤسسات عالمية وإقليمية في تقديم البحوث وبرامج التدريب. بالإضافة إلى ذلك، تنظم الكلية منتديات ومؤتمرات دولية لتشجيع تبادل الأفكار والنقاش حول السياسات العامة في العالم العربي.

تلتزم الكلية بإنتاج المعرفة ونشر أفضل الممارسات وتدريب صناع السياسات في الوطن العربي. ومن أجل تحقيق هذه الرسالة، تُكرس الكلية جهودها لدعم برامج البحوث والتعليم بما فيها:

1. بحوث تطبيقية في السياسات العامة والإدارة العامة
2. ماجستير في السياسات العامة والإدارة العامة
3. تعليم تنفيذي لكبار المسؤولين والمديرين
4. منتديات المعرفة للباحثين وصناع السياسات

# نادي دبي للصحافة

يمثل نادي دبي للصحافة، الذي تأسس بتوجيهات من صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، منصة حيوية للصحافيين والعاملين في المجال الإعلامي للنقاش والحوار والتباحث في أهم القضايا ذات الصلة بالحياة اليومية على مختلف المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ويقوم نادي دبي للصحافة بدور محوري في دعم وتطوير قطاع صناعة الإعلام على الصعيد الإقليمي من خلال إطلاق مبادرات متفردة مثل منتدى الإعلام العربي، وجائزة الصحافة العربية، وتقرير نظرة على الإعلام العربي، بالإضافة إلى المبادرة الجديدة للنادي والمتمثلة في إطلاق منتدى الإعلام الإماراتي، الذي يركز على تناول الشأن الإعلامي الإماراتي ويهدف إلى إقامة حوار يشارك فيه جميع المعنيين بالإعلام المحلي بغية رصد أفضل الفرص الكفيلة بتحقيق تطوره وتقدمه وازدهاره. للمزيد من المعلومات، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني للنادي: [www.dpc.org.ae](http://www.dpc.org.ae)





برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية

للاتصال مع برنامج الحوكمة والابتكار يرجى التراسل الإلكتروني مباشرة مع: [SocialMedia@dsg.ae](mailto:SocialMedia@dsg.ae)