

التقسيم الجيلي والفجوة الرقمية

د. منى المصري

المحاضرة العاشرة



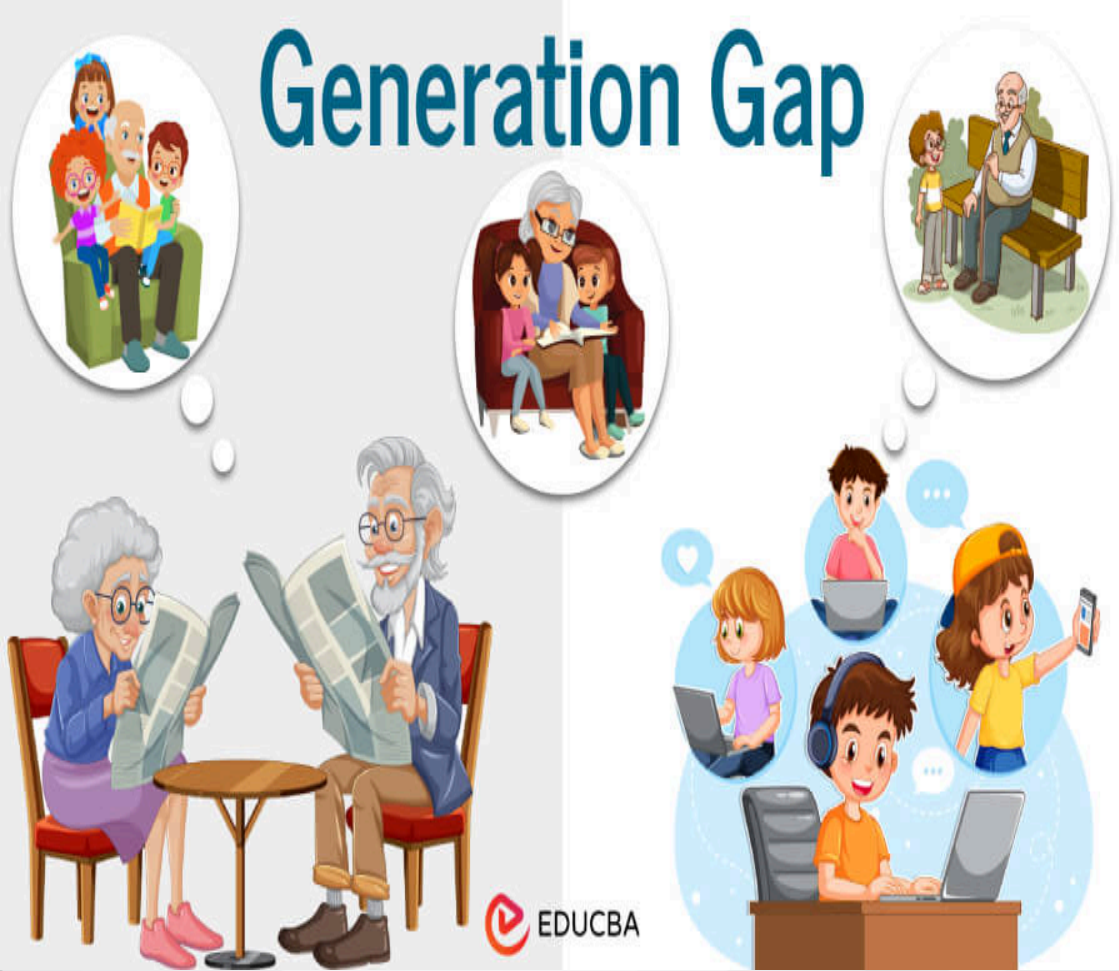
- ✓ التعرف على السمات المميزة لكل جيل (Zألفاء، ميلينيوم) وربطها بسياقهم الاجتماعي والتكنولوجي
- ✓ تحليل أنماط استخدام الإعلام والتسويق الخاصة بكل جيل مع أمثلة واقعية
- ✓ شرح الفجوة الرقمية وأبعادها وتأثيراتها على التعليم والعمل والمجتمع
- ✓ عرض دراسات عربية تناقش مفاهيم مرتبطة بالفجوة الرقمية
- ✓ حلول لتقليص الفجوة الرقمية في الدول العربية
- ✓ مؤسسات ومبادرات عربية لتقليص الفجوة الرقمية عربيا
- ✓ تطبيق عملي في محور الاعلام والتسويق لمفاهيم التقسيم الجيلي والفجوة الرقمية

أهداف المحاضرة

بنهاية هذه المحاضرة، ستكون قادرًا على:

- ✓ فهم الخصائص الجيلية وربطها بالتحويلات الإعلامية والتسويقية
- ✓ تحليل أنماط الإعلام والتسويق عبر منظور مقارن بين الأجيال
- ✓ توضيح الفجوة الرقمية كظاهرة اجتماعية واقتصادية تؤثر على فرص الوصول والمعرفة
- ✓ فهم وتبني الحلول المتاحة وابتكار حلول مناسبة لتقليص الفجوة الرقمية وتأثيرها
- ✓ تعزيز الاستفادة من الدراسات العربية وربطها بالسياق الأكاديمي والتطبيقي
- ✓ إكتساب مهارات عملية عبر تمرين تطبيقي يجمع بين تعزيز المهارات الإعلامية والتسويقية

لماذا ندرس التقسيم الجيلي والفجوة الرقمية؟



يُعد فهم التقسيم الجيلي والفجوة الرقمية من القضايا الجوهرية في الدراسات الإعلامية والتسويقية المعاصرة. فالأجيال ليست مجرد تقسيم زمني، بل هي انعكاس لتحولات اجتماعية وثقافية وتقنية عميقة. ومع تزايد الاعتماد على الإعلام الرقمي، أصبح من الضروري إدراك كيف تختلف الأجيال في أنماط استخدامهم للتكنولوجيا، وكيف تؤثر هذه الاختلافات على فرص الوصول إلى المعرفة والمشاركة المجتمعية.

مفاهيم: التقسيم الجيلي والفجوة الرقمية

التقسيم الجيلي Generational Segmentation هو إطار تحليلي يستخدمه علماء الاجتماع والإعلام لفهم الفروق بين الفئات العمرية، من حيث القيم، السلوكيات، وأنماط الاستهلاك. كل جيل يتشكل وفق أحداث تاريخية وتقنية محددة، مما ينعكس على طريقة تفاعله مع الإعلام والتسويق.

الفجوة الرقمية Digital Divide تشير إلى التفاوت بين الأفراد والمجتمعات في القدرة على الوصول إلى التكنولوجيا الرقمية واستخدامها بفعالية. هذه الفجوة ليست تقنية فقط، بل تشمل أبعادًا اجتماعية واقتصادية وثقافية، مثل نقص المحتوى المحلي أو ضعف المهارات الرقمية.

Generation -

A group of people who shared time and space in history that gives them a collective persona.

William Howe & Neil Strauss

Digital Divide

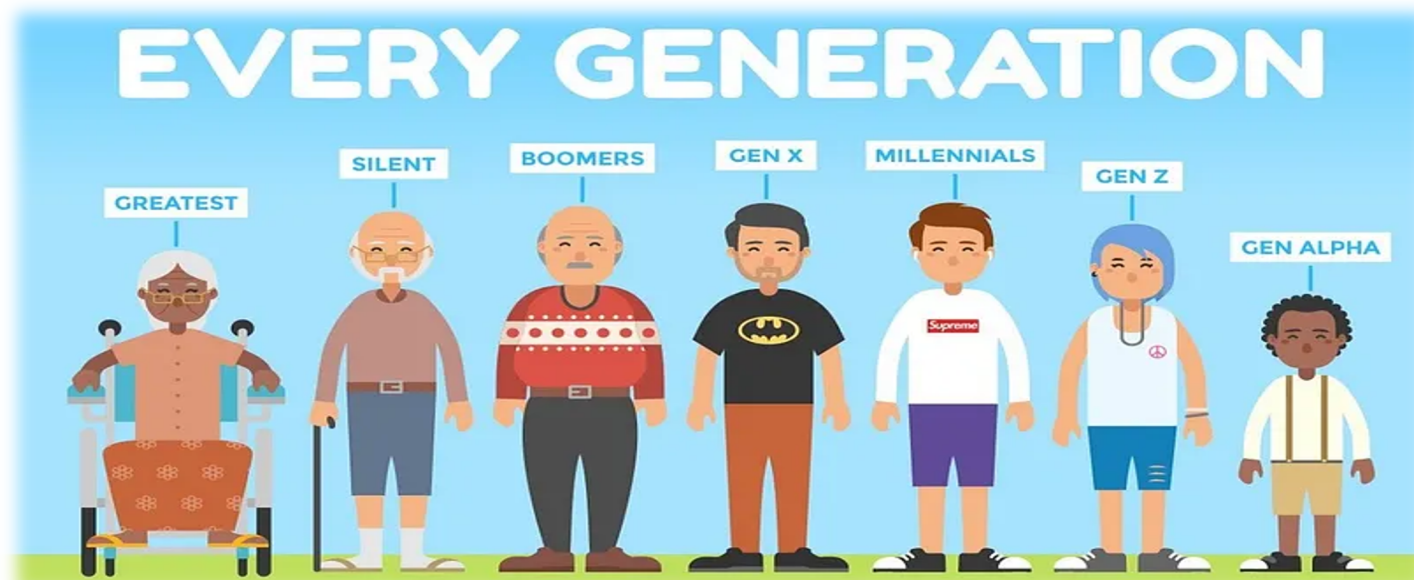
[di-jə-tʰl dā-'vīd]

The gap between people who have access to modern information and communications technology and those who don't.

أهمية الدمج بين المفهومين

دراسة الأجيال دون النظر إلى الفجوة الرقمية يجعل التحليل ناقصًا، والعكس صحيح. فالتقسيم الجيلي يوضح أنماط الاستخدام، بينما الفجوة الرقمية تكشف عن التفاوت في الفرص. الجمع بينهما يتيح لنا فهمًا أعمق لكيفية بناء سياسات إعلامية عادلة واستراتيجيات تسويقية فعّالة.

في العالم العربي، تتجلى الفجوة الرقمية بشكل أوضح بسبب التفاوت بين الدول الغنية والفقيرة، وبين الأجيال داخل الأسرة الواحدة. كما أن الشباب العربي يمثل قوة ديموغرافية كبيرة، ما يجعل فهم خصائصهم الإعلامية والتسويقية ضرورة استراتيجية.



سمات الأجيال



Baby Boomers (1946–1964)

حقبة: عاشوا فترة النمو الاقتصادي بعد الحرب العالمية الثانية.

مميزات العصر:

○ التلفاز الأبيض والأسود

○ الصحف

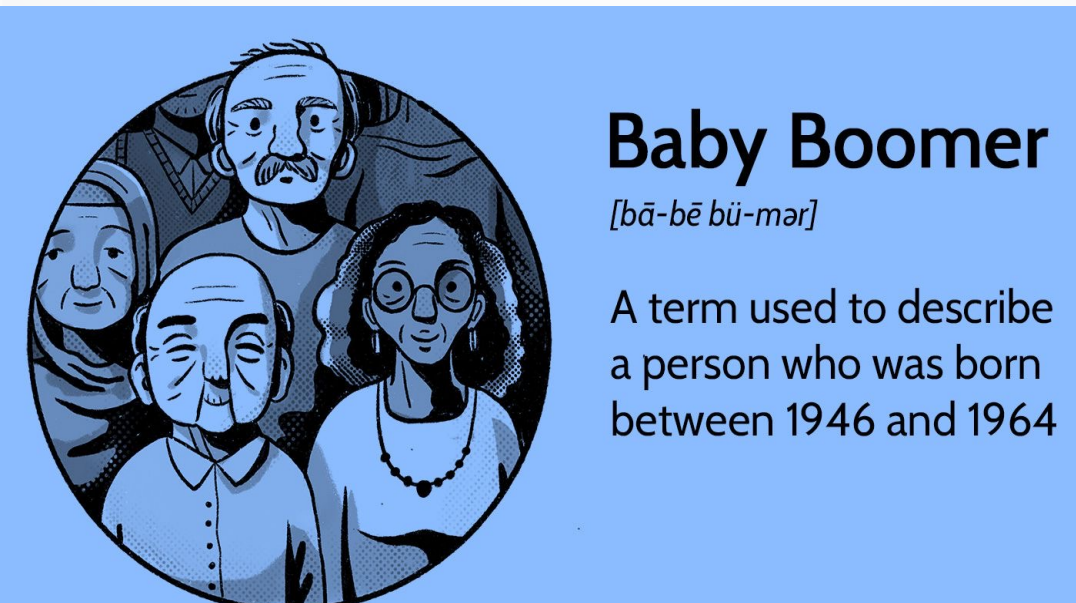
○ الموسيقى الكلاسيكية مثل Woodstock.

أدوات الخطاب الإعلامي: التلفاز والصحف.

Buyer Persona

❖ عمر 60–80، يفضلون الموثوقية والمنتجات ذات السمعة الطويلة

مثال: حملات التوعية الصحية عبر التلفاز في الستينيات.



Baby Boomer

[bā-bē bū-mər]

A term used to describe a person who was born between 1946 and 1964

Baby Boomer

Birth Years: 1946 to 1964

Current Age: 61 to 79

Size: 73 million

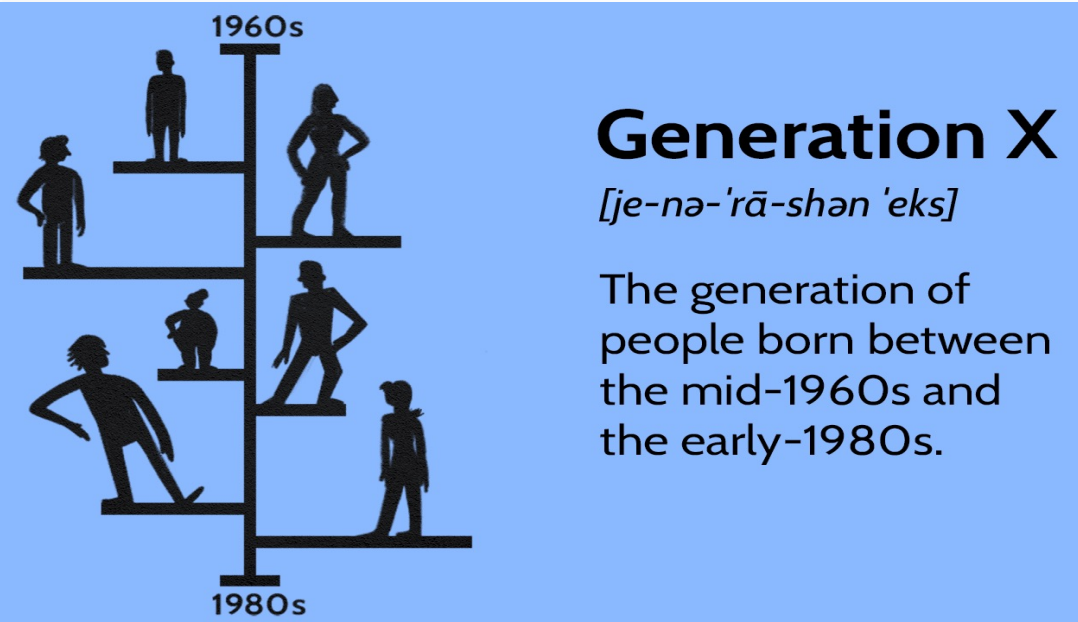
Media Consumption: Baby boomers are the biggest consumers of traditional media like television, radio, magazines, and newspaper. Despite being so traditional, 90% of baby boomers have a Facebook account. This generation has begun to adopt more technology in order to stay in touch with family members and reconnect with old friends.

Shaping Events: Post-WWII optimism, the cold war, and the hippie movement.

Finances: Managing retirement with life expectancies on the rise.



Generation X (1965–1980)



جيل "المفتاح" أو Latch-key kids، أول من واجه الحواسيب الشخصية.

مميزات العصر:

MTV البريد الإلكتروني، الإنترنت المبكر.

أدوات الإعلام: التلفاز، البريد الإلكتروني، الإنترنت.

Buyer Persona

عمر 40–60، يفضلون التجربة العملية والمنتجات الموثوقة.

مثال: حملات IBM في التسعينيات التي أبرزت قيمة التكنولوجيا في تحسين العمل.

Generation X

Birth Years: 1965 to 1979/80

Current Age: 45 to 60

Size: 65 million

Media Consumption: Gen X still reads newspapers, magazines, listens to the radio, and watches TV (about 165 hours' worth of TV a month). However, they are also digitally savvy and spend roughly 7 hours a week on Facebook (the highest of any generational cohort).

Shaping Events: End of the cold war, the rise of personal computing, and feeling lost between the two huge generations.

Finances: Carrying the highest debt load (\$142K) while still raising children and saving for retirement



جيل المليونيوم (1981-1996)

يعرف جيل المليونيوم بمصطلح Experience Seekers أي "الباحثون عن التجربة".

الحقبة: عاشوا التحول من العالم التقليدي إلى الرقمي، شهدوا صعود الإنترنت والبريد الإلكتروني، ثم وسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook وInstagram.

مميزات العصر

➤ يقدّرون التجارب أكثر من المنتجات

➤ يثقون بمراجعات الآخرين أكثر من الإعلانات المباشرة

➤ يفضلون العلامات التجارية التي تقدم قيمة مضافة أو تجربة أصيلة

مثال: دراسات التسويق تشير إلى أن المليونيوم يفضلون الإنفاق على السفر والتجارب أكثر من السلع المادية.



أدوات الخطاب الإعلامي

- إنستغرام (Instagram, IGTV, Stories)
- المدونات والمقالات الطويلة
- مراجعات المستخدمين عبر منصات مثل TripAdvisor.

Buyer Persona: أدوات الجذب التسويقي وخطاب

- العمر: 27-40
- الاهتمامات: السفر، الصحة واللياقة، التجارب الجديدة
- السلوك الشرائي: يفضلون المنتجات التي تمنحهم تجربة أو قيمة مضافة
- خطاب تسويقي: "نمنحك تجربة أصيلة تبقى في ذاكرتك، وليست مجرد منتج"

مثال: حملة Airbnb – Live Like a Local التي ركزت على التجربة الثقافية الأصيلة بدلاً من مجرد مكان للإقامة.

<https://news.airbnb.com/airbnb-launches-new-products-to-inspire-people-to-live-there/>



Millennials Trends In 2025

Shaping the Future
of a Generation



جيل (Zمواليد 1997-2012 تقريبًا

يُعرف بمصطلح Digital Natives أي "الأصليون الرقميون"، لأنهم نشأوا في بيئة رقمية منذ طفولتهم، حيث كان الإنترنت والهواتف الذكية جزءًا أساسيًا من حياتهم اليومية. يتميزون بالقدرة على التكيف السريع مع التكنولوجيا الجديدة، وبحثهم المستمر عن الأصالة والشفافية في المحتوى الإعلامي.

مميزات العصر الذي نشأوا فيه:

✓ ثقافة السرعة والاختصار في استهلاك المعلومات

✓ الاعتماد على الفيديو القصير والمحتوى البصري

✓ اهتمام بالقضايا الاجتماعية مثل العدالة البيئية والمساواة

دراسات الإعلام تشير إلى أن جيل Z يفضل المحتوى الذي يعكس قيمة

الشخصية أكثر من الإعلانات التقليدية.



أدوات الجذب التسويقي وخطاب Buyer Persona

❖ العمر: 18-25

❖ الاهتمامات: الموضة، الموسيقى، القضايا الاجتماعية

❖ السلوك الشرائي: يفضلون العلامات التجارية التي تعكس قيمهم وتقدم محتوى أصيل

❖ خطاب تسويقي: نحن نشاركك قيمك ونمنحك تجربة أصيلة وسريعة التفاعل

❖ مثال: حملة UNICEF Youth Voices على إنستغرام التي استخدمت مقاطع قصيرة لرفع الوعي بحقوق الطفل

<https://www.voicesofyouth.org>

○ الفيديو القصير (TikTok، YouTube Shorts)

○ البودكاست الشبابي

○ المنصات التفاعلية التي تسمح بالمشاركة المباشرة (Polls، Q&A)



Gen Z Trends In 2025

What Marketers
Need to Know



جيل ألفا (2013-الآن)

يُعرف جيل ألفا بمصطلح AI-integrated Generation أي "الجيل المندمج بالذكاء الاصطناعي".

الحقبة: عصر الأجهزة اللوحية منذ الطفولة، التعليم عبر التطبيقات، الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز.

مميزات العصر:

✓ أول جيل ينشأ بالكامل في بيئة الذكاء الاصطناعي

✓ التعلم عبر الألعاب والتطبيقات التفاعلية

✓ ارتباط قوي بالشخصيات الكرتونية والقصص المصورة

تقارير التربية الرقمية تشير إلى أن جيل ألفا يتعلم بشكل أفضل عبر الوسائط التفاعلية.



shutterstock.com · 2458466911

Generation Alpha

[je-nā-'rā-shən 'al-fə]

The demographic cohort succeeding people born between 2010 and 2024.



أدوات الخطاب: الإعلامي والتسويقي

أدوات الخطاب الإعلامي

- تطبيقات تعليمية (Duolingo Kids، Google Classroom).
- YouTube Kids.
- ألعاب الواقع المعزز AR Games

أدوات الجذب التسويقي وخطاب: Buyer Persona

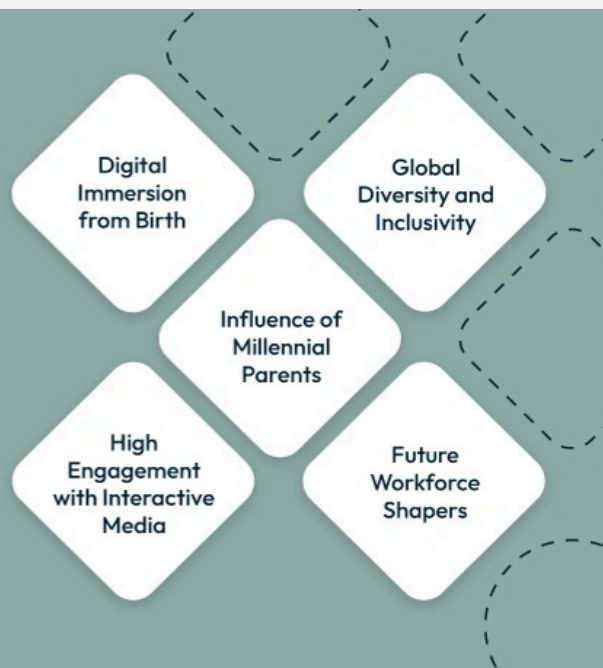
- العمر: 6-12
- الاهتمامات: الألعاب التعليمية، الشخصيات الكرتونية، التفاعل الرقمي
- السلوك الشرائي: يتأثرون بالآباء لكن يضغطون لاختيار منتجات تعليمية وترفيهية
- خطاب: نمحك التعلم والمتعة في تجربة واحدة آمنة ومسلية
- مثال: برنامج LEGO Education الذي يدمج اللعب التقليدي مع الواقع المعزز لتعليم العلوم للأطفال

<https://education.lego.com/en-us/>



Gen Alpha Trends In 2025

The Largest Tech-Savvy Generation



✓ كل جيل يتشكل وفق حقبة التقنية والاجتماعية

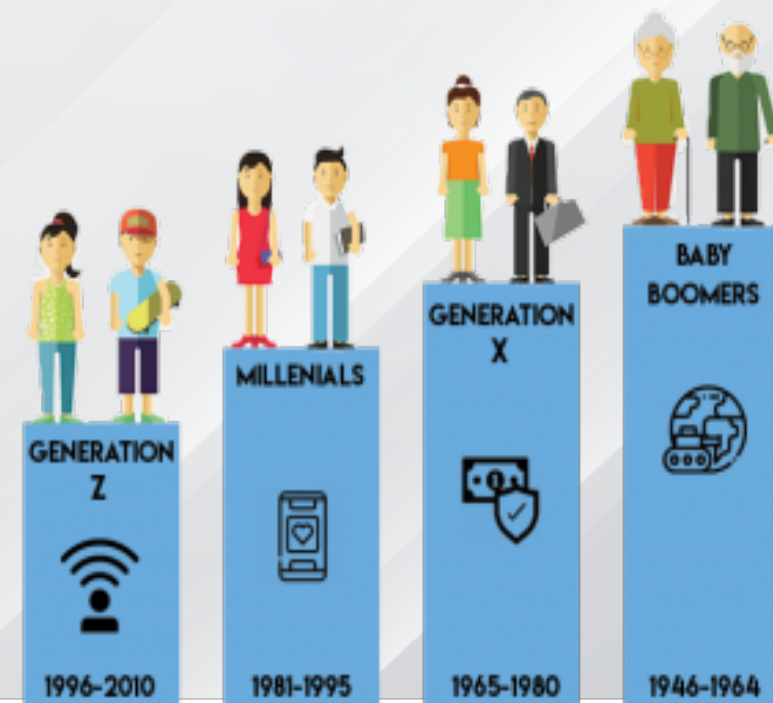
✓ أدوات الإعلام تختلف: الفيديو القصير لجيل Z، التطبيقات التفاعلية

لجيل ألفاء، والمحتوى القصصي للميلينيوم

✓ أدوات الجذب التسويقي يجب أن تراعي قيم وسلوكيات كل جيل

✓ الـ Buyer Persona يساعد في صياغة خطاب تسويقي مخصص

وفعال



التصنيف العالمي للأجيال، السنوات والسمات

الجيل	سنوات الميلاد	السمات المميزة	أدوات الإعلام	مميزات تسويقية
Baby Boomers	1946–1964	عاشوا فترة النمو الاقتصادي بعد ا لحرب العالمية الثانية، يفضلون الإ علام التقليدي	التلفاز، الصحف	يفضلون الموثوقية والسمعة الطو يلة
Generation X (Gen X)	1965–1980	أول جيل واجه الحواسيب الشخص ية، يميلون للاستقلالية	التلفاز، البريد الإلكتروني، الإنترنت المبكر	يفضلون التجربة العملية والمنتجا ت الموثوقة
Millennials (Gen Y)	1981–1996	شهدوا الانتقال من التقليدي إلى الر قمي، يقدرّون التجارب	إنستغرام، فيسبوك، مراجعات الم ستخدمين	يفضلون التجارب الأصيلة والقيمة المضافة
Generation Z (Gen Z)	1997–2012	الأصليون الرقميون، يفضلون الفيد يو القصير، يهتمون بالقضايا الاج تماعية	البودكاست، YouTube، TikTok	يفضلون الأصالة والشفافية
Generation Alpha (Gen α)	2013–الآن	أول جيل ينشأ في بيئة الذكاء الاص طناعي، التعليم عبر التطبيقات	تطبيقات تعليمية، YouTube Kids ، ألعاب الواقع المعزز	يفضلون التعلم التفاعلي والترفيه ا لآمن

مقارنة بين الأجيال في نمط الاستهلاك الإعلامي

نمط الاستهلاك	أدوات الإعلام	الجيل
محتوى تقليدي طويل	التلفاز والصحف	Baby Boomers
محتوى موثوق	التلفاز والإنترنت المبكر	Gen X
محتوى قصصي وتجارب	إنستغرام والمدونات	Millennials
محتوى قصير وسريع	TikTok وYouTube	Gen Z
محتوى تفاعلي	AR تطبيقات تعليمية وألعاب	Gen Alpha

مقارنة بين الأجيال في الخطاب التسويقي

الجيل	أدوات الجذب التسويقي	<u>Buyer Persona</u> خطاب
Baby Boomers	الموثوقية والسمعة	"منتج مضمون وموثوق"
Gen X	التجربة العملية	"حل عملي وفعال"
Millennials	التجارب الأصيلة	"عيش تجربة لا تُنسى"
Gen Z	الأصالة والشفافية	"نشاركك قيمك"
Gen Alpha	التعلم والترفيه	"متعة وتعليم في آن واحد"

هي التفاوت بين الأفراد والمجتمعات في القدرة على الوصول إلى التكنولوجيا الرقمية واستخدامها بفعالية.

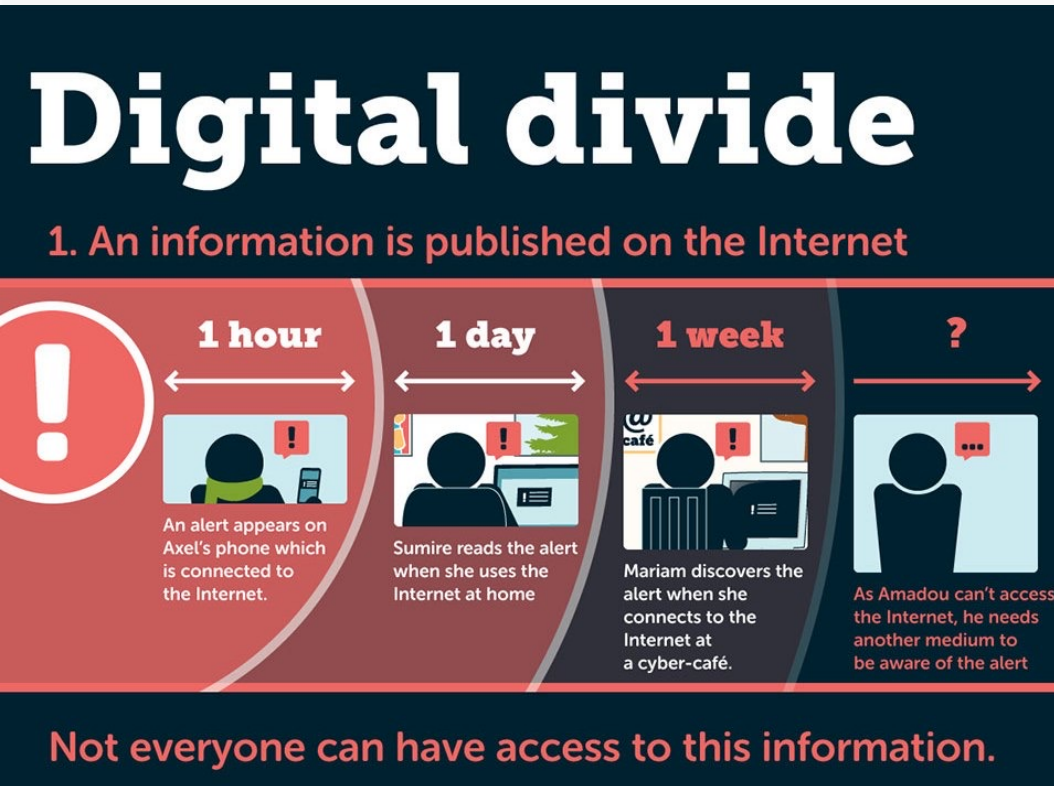
الأبعاد الأساسية:

✓ Access (الوصول): توفر الأجهزة والإنترنت

✓ Skills (المهارات): القدرة على استخدام التكنولوجيا

✓ Content (المحتوى): وجود محتوى محلي وملائم باللغة الأم

الفجوة الرقمية ليست مجرد قضية تقنية، بل هي انعكاس للفوارق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.



أبعاد الفجوة الرقمية

1. الوصول Access

- تفاوت بين المدن والريف في توفر الإنترنت
- مثال: تقرير وزارة الاتصالات الأردنية يظهر أن نسبة انتشار الإنترنت في المدن أعلى بـ 30% من المناطق الريفية:
<https://www.mit.gov.jo/>

2. المهارات Skills

- القدرة على استخدام الحاسوب والبرمجيات
- مثال: دراسة الاتحاد الأوروبي تشير إلى أن 44% من البالغين يفتقرون إلى المهارات الرقمية الأساسية: [https://digital-](https://digital-strategy.ec.europa.eu/en)
[strategy.ec.europa.eu/en](https://digital-strategy.ec.europa.eu/en)

3. المحتوى Content

- نقص المحتوى العربي الرقمي مقارنة باللغات الأخرى
- مثال: تقرير الإسكوا يؤكد أن المحتوى العربي لا يتجاوز 3% من المحتوى العالمي على الإنترنت: <https://www.unescwa.org/>

تأثير الفجوة الرقمية على التعليم Education

الوضع العربي:

1. تفاوت في قدرة المدارس على توفير التعليم الإلكتروني
 2. تفاوت في قدرة المدارس على تطبيق ودمج أنظمة التمارين والتعلم الرقمية الحديثة
 3. تفاوت كبير في مستويات مهارات الطلاب الرقمية والتكنولوجية ودرجات اتقانهم لاستخدام الكمبيوتر والأدوات التكنولوجية الحديثة
- مثال: خلال جائحة كورونا، أظهر تقرير وزارة التربية والتعليم الأردنية أن 40% من الطلاب لم يتمكنوا من متابعة التعليم الإلكتروني بسبب ضعف البنية التحتية: https://moe.gov.jo/sites/default/files/ltqryr_lhsyy_lsnwy_llm_ldrsy_2021-2022.pdf

الوضع العالمي:

تقرير اليونسكو: أكثر من 500 مليون طالب حول العالم لم يتمكنوا من الوصول إلى التعليم الإلكتروني أثناء جائحة كورونا.

<https://www.unesco.org/en/digital-education>

تأثير الفجوة الرقمية على سوق العمل Employment

الوضع العربي:

- الشباب يفتقرون إلى المهارات الرقمية المطلوبة لسوق العمل
 - الشباب في المدن الريفية والنائية والمناطق الأقل حظا لديهم فرص أقل في تعلم واثقان المهارات الرقمية المطلوبة للتوظيف
- مثال: دراسة مؤسسة الملكة رانيا للتعليم والتنمية تؤكد أن 60% من الشباب الأردني يفتقرون لمهارات البرمجة والتحليل

الرقمي. رابط: <https://www.qrf.org/en>

الوضع العالمي:

تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي: 85 مليون وظيفة ستختفي بحلول 2025 بسبب الأتمتة، بينما ستظهر 97 مليون وظيفة جديدة تتطلب مهارات رقمية. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>

أبعاد الفجوة الرقمية- شواهد عربية وعالمية

المجال	شواهد عربية	شواهد عالمية
Access الوصول	المكتبات العامة تقلّص فجوة الوصول مع تفاوت المحافظات	معدلات استخدام الإنترنت أعلى في الدول الغنية
Skills المهارات	تفاوت مهارات المعلمين والطلاب في الأردن وفق مؤسسة الملكة رانيا للتعليم	برامج محو الأمية الرقمية الوطنية في أوروبا
Content المحتوى	نقص المحتوى العربي المتخصص (دراسة جوهر)	وفرة محتوى متعدد اللغات ومنصات تعليمية عالمية

Media Performance Indicators

المؤشر	Baby Boomers	Gen X	Millennials	Gen Z	Gen Alpha
Reach الوصول	محدود بالقنوات التقليدية (تلفاز/صحف)؛ فجوة وصول رقمية كبيرة	وصول متوسط عبر البريد الإلكتروني وتروني والمواقع الرسمية	وصول واسع عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ فجوة أقل	وصول سريع وواسع عبر TikTok/YouTube؛ فجوة طفيفة	وصول مقيد بالوالدين والتطبيقات التعليمية؛ فجوة وصول مؤسسية
Engagement (تفاعل)	تفاعل منخفض مع المحتوى الرقمي؛ يفصلون الاتصال المباشر	تفاعل متوسط عبر البريد الإلكتروني وني والمحتوى النصي	تفاعل قوي عبر القصص والمراجعات؛ يتقنون بتجارب الآخرين	تفاعل عالي عبر الفيديو القصير والتحديات التفاعلية	تفاعل تعليمي-ترفيهي عبر الألعاب والتطبيقات؛ يعتمد على إشراف الوالدين
Content Gap (فجوة المحتوى)	نقص المحتوى الرقمي الموجه لهم	محتوى محدود وموثوق لكنه غير تفاعلي	محتوى متنوع لكن يحتاج إلى أصالة وتجارب	محتوى قصير سريع لكن يعاني من نقص العمق الأكاديمي	محتوى تعليمي متاح لكن غير كافٍ باللغة

أثر الفجوة الرقمية على مؤشرات التسويق

Marketing Performance Indicators

المؤشر	Baby Boomers	Gen X	Millennials	Gen Z	Gen Alpha
الوصول Reach	الحملات التقليدية تصل إليهم أكثر من الرقمية	وصول عبر البريد الإلكتروني والمواقع الرسمية	وصول واسع عبر وسائل التواصل الاجتماعي	وصول سريع عبر المنصات الـ تفاعلية	وصول عبر التطبيقات التعليمية والواقع المعزز
التفاعل Engagement (ا)	تفاعل منخفض مع الحملات الرقمية	تفاعل متوسط مع المحتوى العملي	تفاعل قوي مع القصص والمراجعات	تفاعل عالي مع الحملات التفاعلية والقيمة	تفاعل عبر الألعاب والقصص المصورة
التحويل Conversion (ال)	يعتمد على الثقة والسمعة الطويلة	يعتمد على الحلول العملية والموثوقية	يعتمد على التجربة والقيمة المضافة	يعتمد على الأصالة والشفافية	يعتمد على الجمع بين التعليم والمتعة

الفجوة الرقمية: الخلاصة

✓ الفجوة الرقمية تؤثر بشكل مباشر على الوصول (Reach) حيث تختلف قدرة كل جيل على الوصول إلى المحتوى الرقمي

✓ تؤثر أيضًا على التفاعل Engagement إذ يختلف مستوى مشاركة كل جيل مع المحتوى الإعلامي والتسويقي

✓ تؤثر على التحويل Conversion أي قدرة الحملات على تحويل الجمهور إلى مستخدمين أو عملاء فعليين

على الإعلاميين والمسوقين تصميم استراتيجيات (Omnichannel Marketing التسويق متعدد القنوات) لتقليل أثر الفجوة الرقمية وضمان وصول الرسائل بفاعلية لكل جيل



حلول الفجوة الرقمية

الحلول المقترحة	التحدي	البعد
(G/5G)- الاستثمار في البنية التحتية الرقمية (شبكات الألياف الضوئية، تغطية 4G/5G) - دعم حكومي لتوفير أجهزة منخفضة التكلفة للطلاب والأسر. - شراكات مع شركات الاتصالات لتقديم باقات إنترنت تعليمية مخفضة.	تفاوت في توفر الإنترنت والأجهزة بين المدن والريف	الوصول Access
- برامج تدريب وطنية لمحو الأمية الرقمية - إدماج المهارات الرقمية في المناهج المدرسية والجامعية - ورش عمل مجانية في المكتبات العامة والمراكز المجتمعية	نقص الثقافة الرقمية والقدرة على استخدام التكنولوجيا	المهارات Skills
- تحفيز إنتاج محتوى عربي رقمي في مجالات التعليم والصحة والتسويق. (MOOCs)- دعم منصات عربية للتعليم المفتوح - تشجيع المؤسسات الإعلامية على إنتاج محتوى رقمي موجه للفئات الأقل وصولاً.	نقص المحتوى المحلي باللغة العربية	المحتوى Content (ى)

المجال	التحدي	الحلول
(Access) الوصول	مدارس ريفية تفتقر للبنية التحتية الرقمية	- تجهيز المدارس بأجهزة حاسوب ولوحات ذكية - توفير إنترنت مجاني أو مدعوم للمدارس الريفية
(Skills) المهارات	معلمون وطلاب يفتقرون للمهارات الرقمية	- تدريب المعلمين على استخدام أدوات التعليم الرقمي - إدماج الثقافة الرقمية في المناهج منذ الصفوف الأولى
(Content) المحتوى	نقص المحتوى العربي التعليمي الرقمي	- تطوير منصات تعليمية عربية مثل "رواق" و"إدراك" - إنتاج محتوى رقمي تفاعلي باللغة العربية
أمثلة عربية	تقرير مؤسسة الملكة رانيا للتعليم والتنمية (2021) أظهر فروقاً بين المدارس الأردنية في استخدام التكنولوجيا. https://www.qrf.org/en/research-reports/edtech-jordan%E2%80%99s-schools	

حلول الفجوة الرقمية في التوظيف

المجال	التحدي	الحلول
(Access) الوصول	شباب لا يمتلكون أجهزة أو اتصال جيد بالإنترنت	- إنشاء مراكز تدريب مجهزة رقميًا في المناطق الأقل حظًا. - دعم حكومي لتوفير أجهزة للشباب الباحثين عن عمل.
(Skills) المهارات	نقص المهارات الرقمية المطلوبة لسوق العمل	- برامج تدريبية في البرمجة، تحليل البيانات، التسويق الرقمي. - شراكات بين الجامعات والشركات لتدريب الطلاب على المهارات العملية.
(Content) المحتوى	نقص المحتوى العربي حول فرص العمل الرقمية	- For9a- منصات عربية تعرض وظائف رقمية وتدريب مهني (مثل "إنتاج محتوى تدريبي بالعربية حول المهارات المطلوبة. -
أمثلة عالمية	تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي (2020): 85 مليون وظيفة ستختفي بسبب الأتمتة، و 97 مليون وظيفة جديدة ستظهر تتطلب مهارات رقمية. https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020	

ملخص حلول الفجوة الرقمية

الفجوة الرقمية متعددة الأبعاد (Access، Skills، Content).

➤ في التعليم: الحلول تركز على البنية التحتية، تدريب المعلمين، وإنتاج محتوى عربي.

➤ في التوظيف: الحلول تركز على توفير الأجهزة، تدريب الشباب على المهارات الرقمية، وإنتاج محتوى تدريبي بالعربية.

➤ الإعلام والتسويق يجب أن يواكبا هذه الحلول عبر حملات توعية، محتوى رقمي محلي، واستراتيجيات متعددة القنوات (Omnichannel Marketing).



مصطلحات محاضرة اليوم

- Digital Divide التفاوت في الوصول إلى التكنولوجيا والمهارات والمحتوى الرقمي بين الأفراد والمجتمعات
- Access توفر الأجهزة والاتصال بالإنترنت بشكل فعال ومستدام
- Digital Skills القدرات اللازمة لاستخدام الأدوات والمنصات الرقمية بفاعلية وأمان
- Local Content المحتوى المنتج محلياً و/أو بلغات السكان، الملائم ثقافياً وتعليمياً
- Digital Literacy الثقافة الرقمية؛ فهم واستخدام وتقييم المعلومات الرقمية واتخاذ قرارات مسؤولة عبرها
- E-Governance الحوكمة الإلكترونية؛ استخدام تقنيات المعلومات لأداء الخدمات العامة وإشراك المواطنين
- Buyer Persona نموذج عميل مثالي يُبنى على بيانات ودوافع وسلوكيات جمهور محدد لتوجيه الرسائل التسويقية
- Omnichannel Marketing التسويق متعدد القنوات حيث تُدمج الرسائل والخبرات عبر قنوات رقمية وتقليدية بسلاسة
- Short-form Video محتوى فيديو قصير (30-90 ثانية) مصمم للاستهلاك السريع والتفاعل
- AR (Augmented Reality) الواقع المعزز؛ تقنية تضيف طبقات رقمية تفاعلية فوق العالم الحقيقي عبر الأجهزة

المحور الإعلامي: تصميم حملة توعوية ضد التمر الإلكتروني لجيل Z

• تحديد الهدف السلوكي: خفض حوادث التمر الإلكتروني بين طلاب الجامعة خلال 8 أسابيع

• رسم Buyer Persona:

• الرسائل الأساسية: الأثر النفسي والقانوني، أدوات الحماية، قنوات الإبلاغ الجامعية

• صيغة المحتوى المناسب للجيل المستهدف

• تحديد خطة النشر والمنصات والوسائل

• تحديد آلية التفاعل

• تحديد أدوات قياس الأداء

• ذكر مرجع أكاديمي او مثال تم إعتماده



Generation Z

Gen Z constitutes 26% of the total population across the world. This means 2 billion people are in Gen Z. Generation Z is one of the most racially and ethnically diverse generations across the United States. Nearly 99% of Gen Zs either owns a smartphone or have access to one.

التمرين التطبيقي

المحور التسويقي (جيل ألفا): إعلان/تجربة تعليمية بالواقع المعزز

- المنتج/الخدمة: لعبة تعليمية STEM بواجهة عربية موجهة للأطفال 8-12.

- Buyer Persona تحديد مزدوج

- تحديد القيمة المقترحة

- تحديد القصة الإعلانية

- تحديد القنوات والمنصات للنشر

- تحديد عناصر الثقة

- آليات التجريب: نسخة مجانية Demo في المكتبات والمدارس.

- تحديد أدوات قياس الأداء والأثر



دراسات عربية في الفجوة الرقمية

- العنوان: الفجوة الرقمية في الوطن العربي: دراسة في الأسباب وسبل المواجهة
- الباحث: عنتر جوهر
- المصدر: مجلة المعيار، مجلد 27، عدد 5، صفحات 682-699، الجزائر
- ASJP): <https://asjp.cerist.dz/en/article/231751>
- هدف الدراسة: تحليل واقع الفجوة الرقمية في المنطقة العربية وتحديد أسبابها البنيوية والاجتماعية والثقافية واقتراح سبل المواجهة على مستوى السياسات العامة
- منهجية الدراسة: تحليلية وصفية تعتمد مراجعة الأدبيات العربية والأجنبية والمقارنات الإقليمية؛ تضع إطارًا سببيًا للفجوة عبر محاور الوصول، المهارات، والمحتوى
- أهم النتائج: استفحال الفجوة الرقمية بشكل ملحوظ رغم الجهود المبذولة؛ تفاوت كبير بين الدول العربية في البنية التحتية والقدرات المؤسسية؛ نقص المحتوى العربي يمثل عائقًا مستمرًا؛ الحاجة إلى تدخلات متناسقة إقليميًا
- توصيات: الاستثمار في البنية التحتية، سياسات تدريب مهارات رقمية واسعة، تحفيز إنتاج محتوى محلي عربي، شراكات إقليمية لتقليل الفوارق بين الدول

دراسات عربية في الفجوة الرقمية

• <https://www.alukah.net/social/0/147973/> الفجوة-الرقمية-بين-الآباء-وجيل-الإنترنت-دراسة-مكتبية/

• العنوان: الفجوة الرقمية بين الآباء وجيل الإنترنت: دراسة مكتبية

• الباحث: عباس سبتي

• هدف الدراسة: تفكيك مظاهر الفجوة الرقمية داخل الأسرة العربية، وبيان أثرها على التواصل والتربية، واقتراح حلول عملية لتقليصها

• منهجية الدراسة: مراجعة مكتبية وتحليل مفاهيمي لمصطلح الفجوة الرقمية عبر متغيرات اجتماعية واقتصادية وثقافية؛ مقارنة سرديّة بين أنماط استخدام التكنولوجيا لدى الآباء والأبناء

• أهم النتائج: فجوة ملحوظة في المهارات والمعرفة الرقمية بين الآباء والأبناء؛ اتساع الفارق ينعكس على جودة التواصل والتربية؛ الحاجة لاكتساب الثقافة الرقمية كأساس للتربية المعاصرة

• توصيات: تدريب الأسر على الثقافة الرقمية، إدماج مهارات الأمن الرقمي والتربية الإعلامية في البرامج الأسرية والتعليمية، تعزيز الحوار بين الأجيال حول الاستخدام المسؤول للتكنولوجيا

دراسات عربية في الفجوة الرقمية

• العنوان: دور المكتبات العامة في تقليص الفجوة الرقمية في الأردن: استخدام الحاسوب والانترنت 2022

• الباحثة: ميساء قموه

• PDF): https://search.shamaa.org/PDF/Articles/JOAjsp/AjspNo41Y2022/ajsp_2022-n41_726-737.pdf

• هدف الدراسة: قياس دور المكتبات العامة في تقليص الفجوة الرقمية والعمل كفضاءات مساهمة في تمكين المواطنين من الوصول الرقمي وخدمات الإنترنت وتعزيز المهارات الرقمية لديهم

• منهجية الدراسة: مسح ميداني وتحليل وصفي لدور المكتبات العامة في تمكين الوصول الرقمي؛ عرض للفوارق بين المناطق والخدمات

• أهم النتائج: المكتبات العامة تقلص فجوة الوصول بشكل ملموس؛ استمرار التفاوت بين المحافظات؛ أهمية الدعم المؤسسي والتمويل المستدام

• توصيات: توسيع شبكات المكتبات العامة، تحديث تجهيزاتها الرقمية، إطلاق برامج تدريب رقمية مجانية موجهة للفئات الأقل حظاً

مؤسسات ومبادرات عربية لتقليص الفجوة الرقمية

- منظمة التعاون الرقمي (Digital Cooperation Organization – DCO) منظمة دولية مقرها الرياض، تضم السعودية والبحرين والكويت والإمارات وقطر وعمان إلى جانب دول أخرى. تعمل على تعزيز الاقتصاد الرقمي وتقليص الفجوة الرقمية عالميًا عبر شراكات وسياسات مشتركة <https://dco.org> Digital Cooperation Organization
- هيئة الحكومة الرقمية – السعودية: تطلق برامج مثل مبادرة تمكين المجتمع الرقمي لتوفير التدريب الرقمي للمواطنين، وتطوير الخدمات الحكومية الإلكترونية لتقليص الفجوة الرقمية في الوصول للخدمات <https://dga.gov.sa/ar> Digital Government Authority – Saudi Arabia
- مؤسسة الملكة رانيا للتعليم والتنمية (QRF الأردن): تنشر تقارير بحثية عن التعليم الرقمي في الأردن، مثل تقرير EdTech in Jordan's Schools الذي يوضح الفوارق بين المدارس في استخدام التكنولوجيا ويقترح حلولاً عملية لتقليص الفجوة الرقمية في التعليم <https://www.qrf.org/en/research-reports/edtech-jordan's-schools>
- مبادرة "محو الأمية الرقمية" – الإمارات: برنامج وطني يهدف إلى رفع مستوى الثقافة الرقمية لدى الطلاب والمعلمين، وتقليص الفجوة في المهارات الرقمية عبر التدريب والمناهج. <https://u.ae/en/about-the-uae/digital-uae> UAE Digital Literacy Initiative
- برنامج "التعليم المدمج" – قطر: أطلقته وزارة التعليم والتعليم العالي لتعزيز استخدام التكنولوجيا في التعليم، وتقليص الفجوة الرقمية بين المدارس والطلاب. Qatar Ministry of Education – Blended Learning <https://www.edu.gov.qa/ar/>
- مبادرات عُمان الرقمية: تشمل مشروع عُمان الرقمية الذي يهدف إلى تطوير البنية التحتية الرقمية وتوفير خدمات إلكترونية للمواطنين لتقليص فجوة الوصول. Oman Digital Transformation <https://oman.om>
- الباروميتر العربي (Arab Barometer) يوفر بيانات ميدانية عن استخدام الإنترنت في المنطقة العربية، ويكشف الفوارق بين الفئات العمرية والجنسية والاقتصادية، مما يساعد صانعي السياسات على معالجة الفجوة الرقمية <https://www.arabbarometer.org/2020/09/the-mena-digital-divide/>

- Tapscott, D. (2009). Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. McGraw-Hill.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, 9(5).
- Helsper, E. J. (2021). The Digital Disconnect: The Social Causes and Consequences of Digital Inequalities. SAGE.
- UNICEF. (n.d.). Voices of Youth. Retrieved from <https://www.voicesofyouth.org/>
- LEGO Education. (n.d.). Official Site. Retrieved from <https://education.lego.com/en-us/>
- Airbnb. (2016). Live Like a Local Campaign. Retrieved from <https://news.airbnb.com/airbnb-launches-new-products-to-inspire-people-to-live-there/>
- Queen Rania Foundation. (2021). EdTech in Jordan's Schools. Retrieved from <https://www.qrf.org/en/research-reports/edtech-jordan%E2%80%99s-schools>
- جوهر، عنتر. (2023). الفجوة الرقمية في الوطن العربي: الأسباب وسبل المواجهة. مجلة البحوث الإعلامية العربية.
- سبتي، عباس. (2021). الفجوة الرقمية بين الأباء وجيل الإنترنت. مجلة التربية الرقمية.
- ESCWA. (2022). Digital Transformation in the Arab Region. Retrieved from <https://www.unescwa.org/>
- ITU. (2022). Measuring Digital Development. Retrieved from <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- World Bank. (2021). Digital Development Overview. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment>
- WEF. (2020). The Future of Jobs Report. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>



نلتقي في المحاضرة القادمة .. دمتم بخير