

مقياس مجتمع المعرفة

السنة الأولى ماستر علم
الاجتماع التنظيم والعمل
مجتمع المعرفة



الدكتورة مشري سميرة

قائمة المحتويات

5	I-المحاضرة الثانية: من مجتمع المعلومات نحو مجتمع المعرفة
5.....	أ. أسباب ظهور مجتمع المعلومات:
5.....	ب. خصائص مجتمع المعلومات:
6.....	پ. قطاعات مجتمع المعلومات:
6.....	ت. التحول من مجتمع المعلومات إلى مجتمع المعرفة:
6.....	ث. مبادئ الوصول إلى المعلومات داخل مجتمع المعرفة:
7.....	ج. الأبعاد المختلفة للمعلومات داخل مجتمع المعرفة:
9	قائمة المراجع
11	مراجع الأنترنت

المحاضرة الثانية: من مجتمع المعلومات نحو مجتمع المعرفة

إن مجتمع المعلومات يتركز أساساً على إنتاج المعلومة والحصول عليها واستغلالها في خدمة أهداف التنمية والتطوير، من خلال وضع آليات وإدارة انسيابها بواسطة بنية تحتية للمعلومات وشبكات الاتصال. ويمكن القول أن أهم عناصر قيام مجتمع معلومات مبني على قيمة المعرفة وإتاحة عادلة للوصول إلى المعلومات هي تنمية الإدراك البشري ومهارة استخدام تكنولوجيا المعلومات. كما أعتبر العديد من الباحثين مجتمع المعلومات كوسط اجتماعي أفضل للمعلومات وهو مجرد مجتمع رأسمالي، تعتبر المعلومات فيه سلعة أكثر منها مورداً عاماً" أي أن المعلومات التي كانت أساساً متاحة بالمجان من المكتبات العامة والوثائق الحكومية أصبحت أكثر تكلفة عند الحصول عليها خصوصاً بعد اختزالها في النظم المعتمدة على الحواسيب.

وحيث أن للإنسان في مجتمع المعلومات خصائص تميزه وتجعله متوافقاً في حياته مع مجتمع المعلومات ويمكن وضع خصائص إنسان مجتمع المعلومات كما يلي:

- متفرد وغير نمطي ليس صورة مكررة عن الآخرين.
- يمارس التفكير الناقد قادر على التعليم المستمر والذاتي الشامل.
- إنسان المستقبل، مبدع ومبتكر.
- إيجابي ومتعاون، قادر على المبادرة والتفكير الخلاق واتخاذ القرارات.

آ. أسباب ظهور مجتمع المعلومات:

- التطور الاقتصادي: بدأ الاعتماد في المجتمع الزراعي على المواد الأولية والطاقة الطبيعية. وفي المرحلة الثانية مرحلة المجتمع الصناعي، أصبح الاعتماد على الطاقة المولدة مثل الكهرباء والطاقة النووية، أما المجتمع ما بعد الصناعي فإنه يعتمد في تطوره بصفة أساسية على المعلومات والشبكات.
- التطور التكنولوجي: خلق مجتمع المعلومات أنماط جديدة من تقنيات الحاسوب والاتصالات والتي تشكل البناء القاعدي الذي يعتمد عليه في معالجة المعلومات وبثها بسرعة وبدقة وكذا ظهور تجارة المعلومات وظهور الكثير من الأنماط والتقنيات الجديدة.

ب. خصائص مجتمع المعلومات:

يتميز مجتمع المعلومات حسب التقرير الدولي عن المعلومات الذي أصدرته اليونسكو عن العام 1997/1998 بعدد من الخصائص والملامح يوجزها التقرير في ثلاث خواص أساسية هي:

1. استخدام المعلومات كمورد اقتصادي مهم
2. انتشار استخدام المعلومات بين أفراد الجمهور العام
3. إمكان تطوير قطاع معلوماتي داخل النسق الاقتصادي

ب. قطاعات مجتمع المعلومات:

يرى مور Nick Moore أن قطاع المعلومات يتكون من المؤسسات التي تنتج المحتوى المعلوماتي أو أصحاب الملكية الفكرية والمؤسسات التي تقوم بتسليم المعلومات للمستهلكين، والمؤسسات التي تنتج الأجهزة والبرامج بتجهيز ومعالجة البيانات. يمكن تقسيم قطاع المعلومات إلى ثلاث قطاعات رئيسية على النحو التالي:

أولاً. صناعة المحتوى المعلوماتي:

تتم هذه الصناعة عن طريق المؤسسات في القطاعين العام والخاص التي تنتج الملكية الفكرية عن طريق الكتاب والملحنين والفنانين والمصورين بمساعدة المحررين والمخرجين وهؤلاء يبيعون عملهم للناشرين والإذاعات والموزعين وشركات الإنتاج التي تأخذ الملكية الفكرية الخام وتجهزها بطرق مختلفة ثم توزعها وتبيعها لمستهلكي المعلومات.

ثانياً. صناعة وتسليم أو بث المعلومات:

إن القسم الثاني هو المعني بالتسليم، أي إنشاء وإدارة شركات الاتصال والبث التي يتم من خلالها توصيل المعلومات، وهي تشمل شركات الاتصال بعيدة المدى، والشركات التي تدير شبكات التلفزيون الكابلي وشركات البث بالأقمار الصناعية، ومحطات الراديو والتلفزيون، بالإضافة إلى بائعي الكتب والمكتبات وشركات الإذاعة.

ثالثاً. صناعة ومعالجة المعلومات:

تقوم هذه الصناعة على منتجي الأجهزة ومنتجي البرمجيات، ويتولى منتجي الأجهزة تصميم وصناعة وتسويق الحواسيب، وتجهيزات الاتصالات بعيدة المدى والالكترونيات، وهم يتركزون في الولايات المتحدة وشرق آسيا. أما فئة منتجي البرمجيات فهي تقدم لنا نظام التشغيل Unix Dos. Windows كما تقدم لنا نظم حزم التطبيقات مثل معالجة الكلمات وألعاب الحاسوب.

ت. التحول من مجتمع المعلومات إلى مجتمع المعرفة:

هناك مجموعة من المبررات التي أدت إلى التحول من مجتمع المعلومات إلى مجتمع المعرفة والتي نوجزها في النقاط التالية:

- تعاظم دور المعرفة في النجاح المؤسسي، لكونها فرصة كبيرة لتخفيض التكلفة.
- العولمة التي جعلت المجتمعات العالمية الآن على تماس مباشر بوسائل سهلة وقليلة التكلفة في التواصل مثل الانترنت.
- إمكانية قياس المعرفة وتلمسها، حيث أصبحت غالبية المؤسسات قادرة على التماس أثر المعرفة في الأعمال التي تقوم بها.
- إدراك أسواق المال العالمية أن المعلوماتية والمعرفة بمثابة الرأسمال الفكري في المؤسسات وهي من ميزات التنافس.
- الطبيعة الديناميكية الموجودة في المعرفة والتي بإمكانها تغيير مكانة المعرفة.
- اختلاف طبيعة المعرفة كثير عن البيانات والمعلومات فضلاً عن اختلاف نظم تفسيرها ونقلها.
- التعبير الواسع والسريع في احتياجات الزبون والتي جعلت الأنماط الإدارية التقليدية غير ملائمة لمواكبة التغيرات.

ث. مبادئ الوصول إلى المعلومات داخل مجتمع المعرفة:

إن شرعية حقوق الأفراد بمجتمع المعرفة مستدامة بحيث يدعو إلى استخدام المعلومات والمعرفة بشكل حر ويتمثل التحدي الذي يواجه مجتمع المعرفة اليوم في تأمين قنوات مفتوحة تسمح بالنفاذ إلى المعلومات وتوفير قواعد آمنة ومتينة يتحرك الفرد على أساسها وهذا ما يستدعي المجتمع الدولي من الالتزام بها والعمل على تعزيزها وفقاً للقيم والقواعد التالية:

- المعرفة هي إرث إنساني، وملك للجميع ويجب أن تكون متاحة ومتوفرة لكل باعتبار المعرفة منبع ومخزن العلم والمعلومات لذا لا بد من أن يكون النفاذ إليها متاحاً أمام أفراد المجتمع، والحد من هذه العملية بحجة الملكية الفكرية واحترام براءات الاختراع، يجب أن يقتصر على حالات معينة ومحددة، ذلك إن حماية هذه الملكيات تتعارض مع مصلحة المجتمع باعتبار أن المعرفة ملك عام، ويجب أن يتقدم نفاذ المجتمع إلى



- المعلومات على حماية مصالح الفرد.
- النفاذ إلى المعلومات يجب أن يكون متاحا أماما لأجيال الحاضرة والمستقبلية في كل زمان ومكان وبشكل عادل بين الجميع، وتنطبق هذه القاعدة على أوجه المجتمع كافة ولا تقتصر على حقل المعرفة فحسب فوحده النفاذ الحر إلى المعرفة والمعلومات يؤدي إلى مشاركة ديمقراطية فعلية في الحياة العامة، ويعزز التجديد والإبداع في شتى المجالات.
- ردم الهوية الرقمية التي تفصل بين الأفراد والتي تقسمهم إلى قسمين أحدهما قادرة على النفاذ إلى وسائل إعلام جديدة وأخرى محرومة من الامتيازات، لذ وجب العمل على جعل النفاذ إلى وسائل الإعلام التقليدية والحديثة متاحة للجميع.
- لكل فرد الحق في النفاذ إلى المعلومات ووسائل الاتصال.
- احترام خصوصية الفرد في مجتمع المعرفة والذي يضمن له حقه بالخيار بين المشاركة الفاعلة في المجتمع والاستفادة من الإمكانيات المتوفرة فيه وبين القرار بالإجماع عن ذلك، فكل فرد يتمتع بحق في اختيار الوسيلة التي يرغب بالتواصل من خلالها وضمان حق الجميع في الوصول إلى المعلومات.

ج. الأبعاد المختلفة للمعلومات داخل مجتمع المعرفة:

- أصبح للمعلومات أبعاد مختلفة ومتشابهة داخل مجتمع المعرفة مما استوجب استغلالها حتى لا تظل تعيش على هامش المجتمع المعرفي، ومن أهم هذه الأبعاد ما يلي:
- البعد الاقتصادي: إذ تعتبر المعلومات في مجتمع المعرفة السلعة أو الخدمة الرئيسية والمصدر الأساسي من أجل خلق فرص العمل وترشيد الاقتصاد.
- البعد التكنولوجي: إذ أن مجتمع المعرفة يعرف انتشار كبير في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتكنولوجيا المعلومات والتي تطبق في مختلف مجالات الحياة، مما يستدعي ضرورة الاهتمام بالوسائط الإعلامية والمعلوماتية و تكييفها حسب الظروف الموضوعية لكل كيان مؤسسي سواء فيما يتعلق بالعتاد أو البرمجيات، كما يجب توفير البنية اللازمة من الوسائل التقنية وجعلها في متناول الجميع.
- البعد الاجتماعي: وهو الثقافة المعلوماتية داخل المجتمع و زيادة أهمية المعلومات ودورها في الحياة اليومية للإنسان والمجتمع، ولذا قد نشهد ولادة فاعل بشري جديد إلا وهو الإنسان العددي الذي ينتمي إلى عمال المعرفة الذين يقلصون الفجوة بين العمل الذهني و العمل اليدوي إذ لا فاعلية في العمل غير معرفة.
- البعد الثقافي: ويعني إعطاء أهمية للمعلومة داخل مجتمع المعرفة إذ أن الاهتمام بالقدرات الإبداعية له للأشخاص، بالإضافة إلى حرية التفكير والعدالة في توزيع العلم والمعرفة والخدمات بين مختلف طبقات المجتمع يساهم في نشر الوعي في الحياة اليومية للفرد داخل المؤسسة.
- البعد السياسي: وهو اشتراك الأفراد في اتخاذ القرار بطريقة عقلانية مبنية على استعمال المعلومة، وهذا لا يحدث إلا بحرية تداول المعلومات بمعنى الديمقراطية والعدالة والمساواة وإقحام الجمهور في عملية اتخاذ القرار.

قائمة المراجع

- [1] إيهاب خليفة (2019)، مجتمع ما بعد المعلومات، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع
- [10] فاطمة عبد المنعم محمد معوض (2021)، التعليم العالي وبناء مجتمع المعرفة: إدارة مدن المعرفة بالمملكة العربية السعودية أنموذجاً، المجلة التربوية لكلية التربية بسوهاج، المجلد(94)، المملكة العربية السعودية: جامعة سوهاج، الصفحات 1211-1242.
- [11] مايكل هيل (2004)، أثر المعلومات في المجتمع: دراسة لطبيعتها وقيمتها واستعمالها، أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- [2] بورقة سمية وعثمانى مباركة (2018)، التعليم العالي ودوره في بناء مجتمع المعرفة، المجلة
- [3] الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد (1)، العدد (4)، جامعة جيجل، الصفحات 168-184
- [4] داود خليفة (2021)، مجتمع المعرفة في العالم العربي: الرهانات والتحديات، مجلة مقاربات فلسفية، المجلد(8)، الجزائر.
- [5] ربيعة نبار(2021/2022)، مطبوعة: مجتمع المعرفة، الجزائر: جامعة حمة لخضر -الوادي
- [6] سورية ديش (2016)، حودة البحث العلمي، المؤتمر العلمي الموسوم ب: نحو بناء استراتيجية تحويل الطالب إلى باحث، المنعقد بتاريخ 8 نوفمبر 2016، مصر: جامعة بني سويف.
- [7] الطاهر غراز وبدرة العمراني(2022)، ظهور مجتمع المعرفة في ظل تبني الجودة بالتعليم العالي عرض تحليلي، مجلة الراصد لدراسات العلوم الاجتماعية، المجلد(2)، العدد(1)، الصفحات 67-94.
- [8] عبد الحسن الحسيني (2008)، التنمية البشرية وبناء مجتمع المعرفة- قراءة في تجارب الدول العربية، بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- [9] عيسى العسافين (2000)، مجتمع المعلومات، الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية.

مراجع الأنترنت

[12] أكاديمية (BTS 2020)، ماهي معايير الجودة في البحث العلمي؟، تاريخ الزيارة 3/11/2024، https://www.bts-academy.com/blog_det.php