أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

الـــمـــوضـــــوع :

إجابة على أسئلة الإمتحان لدرجة الدكتوراه في التأمين

المعرفة و الرفاهية الإقتصادية

أسم الطالب : ماجد محمد علي ابو شنب

الرقم الأكاديمي : 010013

التوضيح و الفكرة و دور المعرفة في الرفاهية ,,,

تعامل النظامان الاقتصاديان الرأسمالي والاشتراكي مع الأرض، رأس المال، والعمال، كوسائل للإنتاج وحل للمشكلة الاقتصادية. وذلك باختلاف آلية التعاطي معها، في سبيل الرفاهية الاقتصادية لتنمية المجتمعات والإنسان.

وعلى سبيل المثال لا الحصر:

ألغى "كارل ماركس" أدوات النظام الرأسمالي كالحرية الفردية والسوق والحرية الاقتصادية، واستبدلها بملكيات الدولة لوسائل الإنتاج، واتهم الرأسماليين بالطبقية واستغلال الأغنياء للعمال استغلالاً غير إنساني.

ومع ذلك، لم تجدِ محاولة أو مهاجمة ماركس للرأسماليين عبر كتابه (رأس المال)، لإقناع العالم بنظريته إلا في حدود ضيقة بدول معينة. وقضت عليها دول الرأسمالية، وأصبح النظام الاقتصادي الرأسمالي، نظاماً اقتصادياً عالمياً.

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

الأزمة المالية العالمية الأخيرة، كادت أن تعصف بالنظام الرأسمالي الليبرالي، وتحقق أُمنية الماركسيين والإسلاميين على حد سواء، إلا أن الانهيار كان فقط في بعض أكبر المؤسسات العالمية في أوروبا وأمريكا على وجه الخصوص؛ في حين أن الرأسمالية لها عدة وجوه في العالم.

وهنا، لن نتطرق إلى محاسن أو مساوئ النظامين الاقتصاديين الاشتراكي والرأسمالي. وإنما نتحدث عن مولد اقتصادي جديد وهو (*اقتصاد المعرفة*)، والذي بزغ مفهومه مع انطلاقة القرن الواحد والعشرين، يمزجُ بين النظام الاقتصادي والاجتماعي المعاصر في آن واحد، مركزاً على العقل البشري، وباحثاً عن توفير البيانات الأولية، باعتبارها الصناعة المعرفية والأفكار منتجاتها.

إن التبادل التجاري والاستثماري والخدماتي والثقافي بين الشعوب، سيُعزز المفهوم التقدمي، والرقي بالحضارة الإنسانية. والتي كانت غائبة بفعل القوانين، والتوجس من الآخر.

من المعلوم أن الانفتاح الاقتصادي، والثورة المعلوماتية، ساهمتا بإيجاد البيانات والمعلومات الأولية، للأفراد ومؤسسات المجتمع المدني، لتبني مجتمعا معرفياً وثقافياً واقتصادياً، بعيداً عن الأيدلوجيات القومية وغيرها.

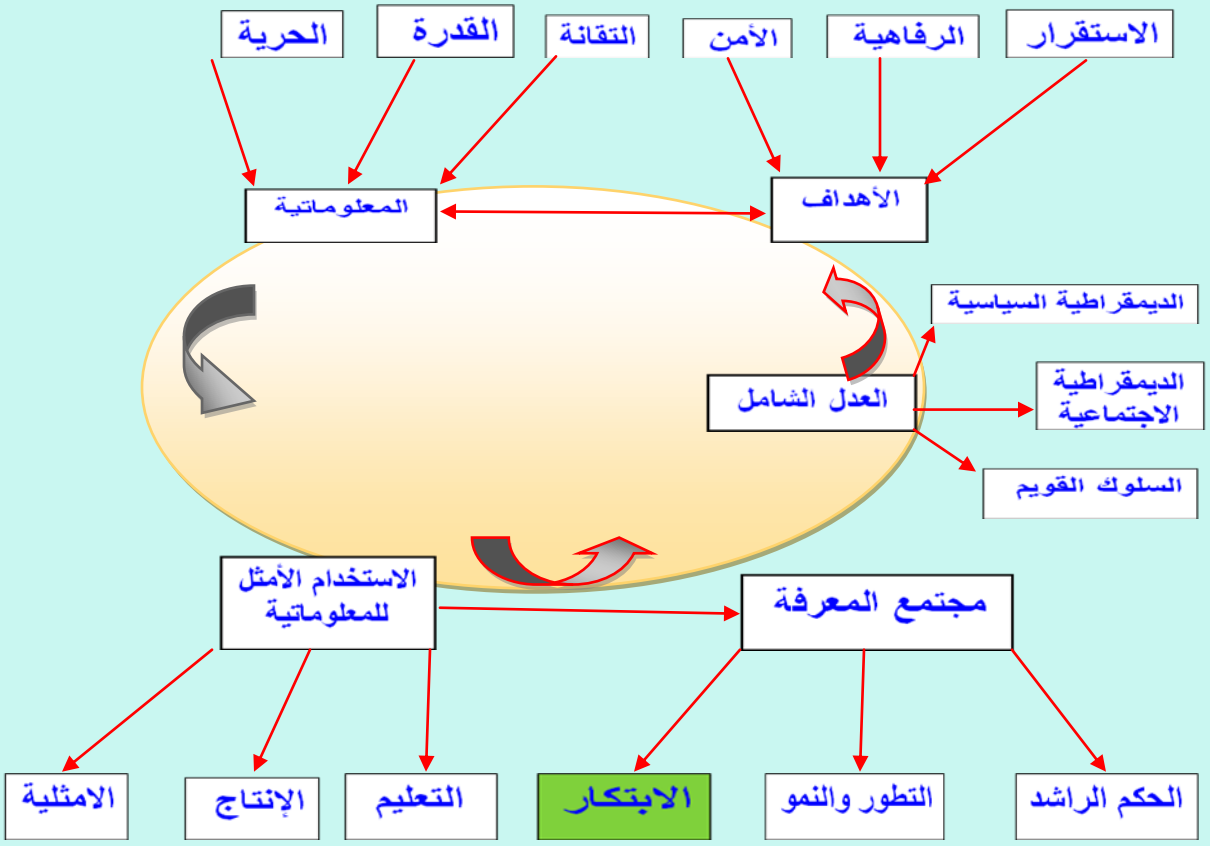
تعتمد المعرفة على نشر المعلومات وهي المورد الأوحد الذي لا ينضب. وتبرز أهميتها في استخدام الدراسات والأبحاث العلمية، لتتنوع منتجاتها مع مرور الوقت، وتكون في مصاف الاقتصاديات المتقدمة.

وتكمن المعرفة في التقدم العلمي والتكنولوجي، لترتقي بمستويات التعليم، واستثمارها وتوظيفها في المجتمع لتكون مولداً فعلياً للثروة.

تمثل التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، جوهر المعرفة والقوة المحركة للاقتصاد القومي، ولكن عبر تغيير الإستراتيجية الاقتصادية وترشيد الإنفاق العام وإعادة هيكلته، لأن المعرفة ستُزيد وترتقي بالرأسمال البشري، وتحول النشاط الاقتصادي من إنتاج السلع إلى إنتاج وصناعات الخدمات المعرفية والمعلوماتية , خاصةً أن الحوافز الفكرية والدعم المادي والمعنوي، يلعبُ دوراً أساسياً لبناء الدولة القوية والمنافسة في الاقتصاد العالمي. وتتجلى قُدرتها على تصدير المعارف والابتكارات، ما سيجعلها تلحقُ بركب ثورة المعلومات والاقتصاد الرقمي.

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

وأخيراً، اقتصاد المعرفة: هو بناء الدولة الحديثة، ولكن، عبر تشجيع المبادرات الفردية وتحريض العقول على التفكير والتجديد والابتكار والإنتاج، وتهيئة المناخ الملائم للمبدعين، لكيلا تهاجر الأدمغة إلى خارج الوطن. ولو نظرنا إلى المخطط التالي نعلم مقدار المعرفة في الرفاهية و التطور الثقافي و كيف تساهم في الإستقرار و الأمن و الحرية ,,,,



و مع تنامي الهجوم على نزعة التراكم في النظرية الرأسمالية، اضطر مفكروها إلى محاولة تهذيبها بالحديث عن العدالة وإعادة النظر في أسس التوزيع، إلا أن الملاحظ أن هذه المحاولات كانت علي هامش النظرية ومقولاتها الأساسية، بالإضافة إلى أنها كانت استمرارًا للقناعة القائلة بأن "العدالة تنتج عن عملية العرض والطلب" باعتبار ذلك قانونًا طبيعيًا. فكانت مساهمة "ألفرد مارشال" في

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

المدرسة التقليدية الجديدة امتدادًا للاهتمام بالكفاءة والتراكم والنمو، وذلك بمعالجاته لنظرية القيمة وإضافة الطلب معبرًا عنه بالمنفعة إلى مصادر القيمة، وكان "باريتو" من المدرسة الحدية باقترابه من مفهوم الرفاهية الاقتصادية اقترابًا ماديًا أيضاً بتحديده لها- الرفاهية- بمتوسط الدخل، وإغفال أي أبعاد قيمية أخرى يمكن أن تؤدى إلى الرفاهية. وبالتالي فزيادة متوسط الدخل يعنى زيادة الرفاهية الاقتصادية لمجموع السكان، وهذا ما يغيب حقيقة استفادة الأغنياء بأكثر من الفقراء من مثل هذه الزيادة في متوسط الدخل، وهذا ما ينفي إمكانية تحقيق "أمثلية باريتو".

لم تكن النظرية الوضعية قادرة على معالجة موضوع عدالة التوزيع وذلك بسبب استبعادها للقيم والأخلاق من التحليل الاقتصادي، وبهذا تصبح مفاهيم مثل "العدالة والمساواة" أقرب إلى تناول علم الاجتماع أو المصلحين الاجتماعيين من تناول الاقتصاديين لها، حيث يعنى مزيدٌ من العدالة والمساواة في النظر الاقتصادي الوضعي، مزيدًا من نقص التراكم والنمو والثروة.

هذا يعد التساقًا مع النموذج المعرفي الغربي المنحاز إلى النمو والكفاءة على حساب العدالة والمساواة. إلا أن السؤال الأهم في هذا المقام هو؛ ما تأثير غياب القيمي والأخلاقي في النموذج المعرفي الغربي -ممثلاً بغياب عدالة التوزيع- على الفعالية الاقتصادية الكلية؟

- **كما يمكن وصف هذه الفجوة المعرفية بأنها تعبر عن حالة انقطاع ثقافي- بمعنى عدم تواصل مع القيم والممارسات والرموز والعادات والتقاليد التاريخية المكونة للثقافة- نتيجة لخلق الأفكار والممارسات والعادات الغربية طبقة عازلة بين الماضي المرغوب في استعادته، والحاضر. من جهة أخرى؛ تنتج الثقافة -بالمعنى السابق- المعرفة العملية الخاصة بها. ونظرًا لأن الأفكار والممارسات السائدة ليست امتدادًا للممارسات التاريخية بشكل ما، فإن عملية التواصل المطلوبة تحتاج الرجوع إلى الأفكار التاريخية-مع ملاحظة أنها كانت انعكاسًا واستجابة لواقعها الخاص- وكذلك إلى السياق التاريخي الذي ظهرت فيه الأفكار، لمعرفة جوانب الاستمرارية والتغير في هذه الأفكار، والقيام بعملية تجريد لها للاستفادة منها في واقعنا. هذه العملية المركبة تم التعامل مع أحد طرفيها وهو نقل الأفكار، وإهمال الطرف الآخر وهو قراءة السياق وتاريخ الممارسة، مما أفرز أفكارًا هي إعادة إنتاج للأفكار الجديدة نتيجة لأن الواقع والممارسات والأفكار الحديثة هي المهيمنة وليس، كما نعتقد، أفكارًا إسلامية أو عروبية أو إفريقية مائة بالمائة .**

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

- **يكون الحل إذن عن طريق إعادة الاعتبار للطرف الآخر من عملية الإحياء وهو قراءة الممارسة من أجل خلق التواصل المعرفي والتاريخي اللازم لإعادة صياغة تصوراتنا عن المفاهيم وعن الممارسة بشكل أقرب إلى الدقة، عن صياغتها بالاستناد إلى مصادر أقرب إلى التناول الشرعي فقط. فهناك إلى الآن –على سبيل المثال- تصورات عن المالية العامة وسياساتها وعن دور الدولة تفتقد إلى الواقعية نتيجة لصياغتها من كتب الفقه فقط مستقلة عن التجربة الإسلامية العريضة الممتدة زمانًا ومكانًا. لذلك، هناك حاجة ماسة إلى تأريخ للممارسات الاقتصادية الإسلامية من قبل مؤرخين بخلفيات اقتصادية، وتحليل للممارسات الاقتصادية التاريخية من قبل اقتصاديين بخلفيات تاريخية.**
- **تتسم بعض المفاهيم المستخدمة بعدم الاستقرار، مما يضفى عليها غموضًا وإشكالية، مثل مفهوم المشكلة الاقتصادية، أو الحاجات الأساسية، أو مفهومي التمكين والقسمة، حيث يوجد للمفهوم الواحد أكثر من بعد، ولم يقم الباحث بالجهد الكافى للتوفيق بينهم، فمثلاً؛ يقدم الباحث المشكلة الاقتصادية من منظور إسلامي أحيانا على أنها مشكلة سوء استخدام، بالإضافة إلى مشكلة الندرة، وأحيانا أخرى يقدمها على أنها مشكلة فقر وفقراء، بالتأكيد هناك علاقة بينهم، لكنها تحتاج إلى تحرير وتركيز. ولعل هذه الإشكاليات في تناول المفاهيم هي عامة في منهجية دراسات الاقتصاد الإسلامي التي تعتمد بشكل كبير على المقترب الشرعي (القانوني).**
- ولو نظرنا لما كان في الألفية الثالثة بتنامٍ غير مسبوق في دور العلم والمعرفة، وحدوث طفرة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. إذ يتسارع في عالمنا المعاصر تراكم المعرفة العلمية وتطبيقاتها التكنولوجية بمعدلات هائلة، نتيجة للزيادة الكبيرة في الحاسبات ونظم المعلومات ووسائل الاتصالات، مما ينتظر معه أن يسفر عن تغيرات عميقة في المفاهيم والأُسس التي ترتكز عليها النظم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وفي سلوك الأفراد والمجتمعات.
- وقد أدي ظهور شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) إلي حدوث ثورة في مفهوم الزمان والمكان، بحيث أصبح من الممكن نقل كميات هائلة من البيانات وتقديم العديد من الخدمات الإلكترونية عبر الحدود وبين الدول والقارات. وقد أسهمت هذه الثورة المعلوماتية في تسارع وتيرة تكامل الاقتصاد العالمي من خلال تعاظم معدلات التبادل التجاري والزيادة في تدفقات رؤوس الأموال، وسرعة تحقيق الصفقات والاتفاقيات التجارية، وبذلك أصبحت النظم

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

الاقتصادية في عالمنا المعاصر ترتكز بشكل كبير علي المعرفة. وقد نجم عن هذا التوجه العالمي نحو «اقتصاد المعرفة» - وما يمثله من تنامٍ لدور العلم والتكنولوجيا وزيادة الاعتماد علي موارد بشرية أكثر كفاءة وقدرة علمية- ظهور صناعات معرفية تتسم بالتطور التكنولوجي السريع، والقدرة علي تحقيق معدلات ربحية مرتفعة، مما أدي إلي سعي النظم الوطنية إلي الإحلال التدريجي للاستثمار المادي بالمعرفة والتنمية التكنولوجية.

وقد واكب هذه الثورة المعرفية تطوركبير في علوم الحياة (Bio-sciences) وما تشعب عنها من علوم بينية، مثل: التكنولوجيا الحيوية (Bio-technology) ، والمعلوماتية الحيوية

(Bio-informatics) وتكنولوجيا النانو (Nano-technology)، بحيث انتقلت البحوث العلمية من التركيز علي حل شفرة الحمض النووي إلي ترتيب الجينات ورصد الكائنات الحية الدقيقة، مما سمح بتحوير مكونات الأشياء الحية من أجل تحسين صحة الإنسان وابتكار منتجات جديدة وزيادة معدلات الإنتاج . وفي جملتها فقد أدت هذه الابتكارات والتطورات العلمية والمعرفية غير المسبوقة إلي حدوث تغيرات هامة في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية وسلوك الأفراد والمجتمعات، مما ساهم في خلق مناخ مغاير للبحث العلمي والتنمية التكنولوجية يتعين أخذه في الاعتبار عند وضع الاستراتيجيات وصياغة الخطط البحثية. ويمكن تلخيص المناخ البحثي الجديد السائد في الألفية الثالثة في عدد من الخصائص علي النحو التالي:

1 ـ تنامي دور العلم والمعرفة والبحث والتطوير كأحد عوامل الإنتاج الرئيسية، وارتباط نجاح جهود التنمية الاقتصادية والاجتماعية بتحقيق مستويات عالية من التقدم العلمي والتنمية التكنولوجية.

2 ـ التطورات غير المسبوقة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتعاظم تطبيقاتها في طرق التدريس والتعلم والتدريب والبحث العلمي.

3 ـ ارتباط التطوير العلمي بالابتكار والتحديث مع تنامي التوجه البحثي نحو التخصصات البينية والعلوم متعددة التطبيقات مثل التكنولوجيا الحيوية والمعلوماتية الحيوية وعلوم الليزر.

4 ـ التأثير المتزايد لظاهرة العولمة بما تمثله من تقلص للمسافات وحرية انتقال الأفكار والسلع والخدمات والأفراد والثقافات عبر الحدود وبين الدول، وحدوث توسع غير مسبوق في الأخذ باقتصاديات السوق الحرة وزيادة تشابك الأسواق علي الصعيد العالمي. وبرغم بدء شيوع هذه الظاهرة

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

علي المستوي الاقتصادي - من خلال اتفاقيات التجارة الدولية - إلا أنها شهدت توسعاً كبيراً في نطاقها لتشمل معظم الأبعاد السياسية والاجتماعية والثقافية والبحثية والتكنولوجية، وهو ما يمكن أن يؤثر بشكل رئيسي في إعداد خطط وطنية للبحث والتطوير.

5 ـ اعتماد التوجه السياسي نحو تدويل التعليم العالي والبحث العلمي من قِبل منظمة التربية والعلوم والثقافة (اليونسكو)، وما يتطلبه ذلك من إعادة هيكلة الجامعات لإضفاء بُعد دولي متعدد الثقافات علي أنشطتها البحثية والأكاديمية.

6 ـ وجود نظام عالمي للحوكمة تتكامل جوانبه ويتنامي تأثيره من خلال شبكة متسقة من المؤسسات الدولية تتمثل في البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ومنظمة اليونسكو، واللجان الاقتصادية والاجتماعية علي المستوي الإقليمي. حيث تقوم هذه المؤسسات الدولية - وعلي وجه الخصوص منظمة اليونسكو - بوضع الاستراتيجيات وصياغة السياسات الدولية في مجال العلم والتكنولوجيا.

7 ـ توجه الدول والحكومات إلي تبني نظم سياسية أكثر شفافية وديمقراطية، وتنامي دور المنظمات غير الحكومية ومؤسسات الإعلام والجمعيات الأهلية في تشكيل المناخ السياسي والاجتماعي. ويمثل هذا التحول الديمقراطي للنظم الحاكمة أحد العوامل التي تساعد علي إطلاق حرية الإبداع والابتكار لطرح أفكار بحثية أكثر تطوراً وحداثة.

8 ـ تحول النظم الاقتصادية إلي نظم تعتمد علي المعرفة (اقتصاد المعرفة)، وما يمثله ذلك من تنامٍ لدور البحث والتطوير وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأحد عناصر الإنتاج الرئيسة، وزيادة الاعتماد علي موارد بشرية أكثر كفاءة وقدرة علمية. مما ساهم في ظهور صناعات معرفية ذات قيمة مضافة عالية.

وتأسيساً علي ما سبق فقد تعاظمت أهمية البحث العلمي والتنمية التكنولوجية في عصر المعرفة، وتنامي دورهما في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، الأمر الذي يتطلب تعزيز قدرات العلم والتكنولوجيا بالجامعات ومؤسسات البحث العلمي وتوظيفها لخدمة متطلبات تنمية المجتمع المدني والبحث عن مستقبل أفضل للإنسان.

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

العولمة وتدويل النشاط البحثي

تتركز انعكاسات عصر العلم والمعرفة وثورة المعلومات والاتصالات ويتنامي تأثيرها في مجال العلم والتكنولوجيا، من خلال توجهين عالميين رئيسيين- ينتظر أن يؤثر في المسار المستقبلي للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ومستوي رفاهية الإنسان - وهما عولمة البحث العلمي وتدويل أنشطته.

وتتمثل عولمة البحث العلمي في توجه عالمي يتمثل في حرية انتقال الأفكار والسلع والخدمات والأفراد وتقلص المسافات عبر الحدود وبين القارات. وقد تعاظم تأثير هذا التوجه من خلال اتفاقيات التجارة الدولية (الجات) لتحرير تبادل السلع والخدمات. وحيث إنه يمكن اعتبار البحث العلمي - من وجهة النظر الاقتصادية - واحدة من الخدمات التي تقدمها المؤسسات البحثية (عرض الخدمة البحثية) إلي المجتمع بقطاعاته المختلفة (الطلب علي الخدمات البحثية)، فإنه من المتوقع تأثره و بشكل مباشر - بهذا التوجه في ظل الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (GATS).

أي أن ظاهرة العولمة ستساهم في إلغاء القيود علي حركة العلماء والمؤسسات البحثية والبرامج التكنولوجية ومشروعات التطوير عبر الحدود، بهدف تحقيق تكامل وتشابك في سوق البحوث العلمية علي الصعيد العالمي. ومن هنا فإنه يمكن النظر إلي العولمة بوصفها عملية ترتبط بالتوسع في أسواق الخدمات البحثية وباقتصادية البحث العلمي. ولسوف يوكل إلي كل دولة وضع القواعد والآليات التي ستسمح لها بحماية إنتاجها الفكري والبحثي وتعظيم الاستفادة من توسع الأسواق البحثية - عند التفاوض مع منظمة التجارة العالمية (WTO)- فيما يخص الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (GATS)، وشقها الخاص بخدمات البحث والتطوير .

لا أحد يجادل في وقتنا الحاضر، الذي يوصف بعصر المعلومات وتقنيات الاتصال عالية التطور والكفاءة والفعالية، في قوة تأثير وسائل الإعلام على الناس أفراداً وجماعات وشعوباً وأمماً. ومع الاختلاف الظاهري ما بين وسائل الإعلام ووسائل الإعلان فيما يختص بالدوافع والأهداف، إلا أن العلاقة بينهما وثيقة، بل هي علاقة عضوية، بحيث لا يستغني أحدهما عن الآخر، ولا يعمل بدونه. فما هي وسائل الإعلام؟ وما هو الإعلان؟ وما طبيعة العلاقة بينهما؟ وما هي النظريات المفسّرة لهذه العلاقة؟

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

ونظراً لاتساع هذا المجال وتشعب مساراته، فإن بحثه يستدعي تركيزه على وسائل الإعلام الرئيسية الثلاث، وهي الصحف، والإذاعة (الراديو)، والتلفزيون، وبجانب كل منها الإعلان، الذي يعتبر تخصصاً قائماً بذاته، له منظريه ومبدعيه، ومئات الآلاف من العاملين في حقله وميدانه، وفنونه ذات الفاعلية العالية. بل إن هناك من يعد الإعلان أكبر صناعة في العالم، نظراً لما يدور في فلكه من صناعات مساندة أو مكملة تنتشر منتجاتها في كل مكان، إبتداءً من الحاسبات، وأجهزة الراديو، والتلفزيون، والأشرطة، والتسجيلات، وانتهاءً بالأقمار الصناعية، واستوديوهات الإنتاج العملاقة.

لكن المهم هنا هو نتيجة كل هذه العلاقات المتداخلة والمتطورة باستمرار، أو بعبارة أخرى الأثر الذي تتركه في المحصلة النهائية.

وظائف وسائل الإعلام الرئيسية .

يمكن تحديد وظائف الاتصال الأساسية، ومنها وسائل الإعلام الرئيسية الثلاث، في الإعلام والتثقيف والترفيه والتربية والتعليم. وكل واحدة من هذه الوظائف تتفرع إلى العديد من التخصصات الدقيقة حسب أهداف الاتصال وحاجات المتلقين.

الصحف

قوة اجتماعية واقتصادية هامة في المجتمع، وهي قوة رئيسية في تشكيل الرأي العام، وبالتالي تؤثر بشدة على الجهود الوطنية والدولية من أجل التقدم الوطني والتفاهم العالمي. وقد تطورت الصحف من ورقة واحدة توزع محلياً إلى إنتاج متعدد الصفحات يوزع دولياً.

وقد ظهرت الصحف الأولى في ألمانيا في أوائل القرن الثامن عشر الميلادي. ومع بداية القرن العشرين ظهرت الجمعيات المهنية الصحفية، وبدأ التطور التدريجي للصحف المملوكة من قبل الشركات المساهمة الكبرى، وتحولت الصحف إلى مؤسسات متكاملة، وظهرت وكالات تجميع الأخبار مثل يونايتد برس UNITED PRESS INTERNATIONAL، وأسوشيتد برس ASSOCIATED PRESS، ورويترز REUTERS.

واعتمدت الصحف على مواردها من الإعلان في كل مراحل تطورها، إلا أن التلفزيون استولى على الحصة الأكبر من سوق الإعلان مما أثر على دخل الصحف التي تداركت الأمر وتمكنت من تطوير

أساليبها في إنتاج وإخراج الإعلان، مما أعاد لها قيمتها الإعلانية المميزة.
وجمهور الصحف يتميز بكونه (غير أمي) لكن الصحف تنظر إلى القراء من خلال (مقروئيتها) أي أن القارئ الحقيقي في نظرها ليس من يجيد القراءة الهجائية، وإنما هو من يقرأ الصحيفة، وبالذات من يشتريها ليقرأها، لأنه في هذه الحالة سيدقق في محتواها باهتمام وتفاعل.

الإذاعة (الراديو)

من الوسائل التي تخاطب حاسة واحدة بدرجة عالية الوضوح. ويصنف الراديو بأنه من الوسائل الساخنة التي تنجح في استثارة المستمع وتفاعله مع المادة أو الشخصية المذاعة. والراديو مثل الصحيفة يدعم الألفة بين المستمع والمحتوى، لأن مناخ الاستماع يخلق للمستمع عالماً خاصاً به... كما أن غياب مشاهدة الوقائع والأحداث والاعتماد على ما تنقله الوسيلة، يثير الخيال ليرسم الصورة الغائبة.
ويرى بعض الخبراء أن جمهور الراديو ليس متنوعاً كجمهور التلفزيون، فعندما اختفت شبكات الإذاعة الشبيهة بشبكة محطات التلفزيون الحالية بسبب استحواذ التلفزيون على أغلب النجوم والبرامج الجذابة، اختار الراديو التجزئة إلى محطات تخاطب جماهير محلية لكي يحافظ على بقائه. وقامت المحطات بشكل منفرد بتطوير أنماط معينة من البرامج الموجهة إلى مجموعات مستهدفة من المستمعين.

التلفزيون

تعني كلمة تلفزيون المكونة من شقين TELE أي بُعد، VISION أي رؤية، الرؤية عن بُعْد، ويعد

إمتداداً طبيعياً للعين، كما ويعد الراديو امتداداً طبيعياً للأذن.
ومن أهم خصائص التلفزيون انتفاء الحاجز اللغوي، حيث تصبح الصورة هي اللغة، والصورة بطبيعة الحال تخاطب مختلف المستويات الثقافية والاجتماعية، إلا أن هذا الجهاز لا يخلو من ضعف، فهو يُعوِّد المتلقي على السلبية، ويقدم له الخبرة جاهزة، ولا يتيح له فرص التفكير وخوض التجارب بنفسه، كما أنه فرض ديكتاتورية التذوق، وخضع لضغوط مؤسسات المال وجماعات المصالح، والنظم المالكة له.

ويمكن للتلفزيون أن يمزج بين قدرات الأداء المسرحي الحي, وإمكانيات الفيلم الميكانيكية، وصوت الراديو، وتوجيه الجمهور، بالإضافة إلى قدراته الإلكترونية الخاصة. وبذلك يمكنه أن يستخدم أفضل

الإمكانيات التي توفرت لوسائل الإعلام الأخرى، ويمزج التلفزيون بين الموضوعية والذاتية فيما يتعلق بالجمهور، فبوجود الكاميرا ومختلف الوسائل الإلكترونية، يستطيع كل من الكاتب والمخرج توجيه اهتمامات ومشاعر الجمهور وفق رؤيتهما الذاتية نحو حافز معين.

الإعلان

وظيفة الاتصال هي تحقيق الذيوع أو الانتشار أو الشيوع أو المألوفية لفكرة أو موضوع أو سلعة أو خدمة أو قضية، عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات، باستخدام رموز ذات معنى موجود ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين، وهو ما لا يتم إلا إذا تحقق حد أدنى من التداخل بين مجال خبرة المرسل (المعلن) والمستقبلين يؤدي إلى إيجاد الفهم المشترك الموحد لمعنى الرسالة الاتصالية بين المرسل والمستقبل، والى إحداث الاتصال الحقيقي المبني على المعرفة المتبادلة المشتركة للرسالة بين طرفي عملية الاتصال.
وتبعاً لأهمية استخدام الإعلان عبر وسائل الاتصال الجماهيري، فإن المستفيدين منه طوروه وسخروه لتحقيق أهدافهم كل في مجاله. لذلك نجد أن أكثر المستخدمين له هم السياسيون والتجار, السياسيون في الإعلان السياسي، والتجار في الإعلان التجاري.

الإعلان السياسي

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

يعرف الإعلان السياسي بأنه العملية الاتصالية التي يدفع فيها المُعْلِن ثمناً مقابل ما يتاح له من فرصة في وسيلة إعلامية ليعرض فيها على الجماهير رسائل سياسية ذات هدف محدد ومقصود من أجل التأثير على مواقفهم وأفكارهم وسلوكهم.

ويعد الإعلان السياسي أكثر أنواع الاتصال السياسي تأثيراً على الشعوب والمجتمعات، حيث وظَّف كثير من القادة والساسة وسائط الاتصال لخدمة أهدافهم وتحقيق غاياتهم. ولذلك يُتَّهم هذا النوع من الاتصال بأنه السبب المباشر في كثير من المشكلات التي عانت منها الشعوب مثل؛ ظهور النازية التي نجحت في توظيف الإعلان السياسي والدعاية السياسية لخداع الجماهير، ومثل تسويق المرشحين كما تُسوَّق الأفلام والمسلسلات التلفزيونية، والمبالغة في إعطائهم صفات لا تمت إلى الحقيقة بصلة.

الإعلان التجاري

ويعرِّفه أحد الباحثين بأنه نشاط إداري منظم، يستخدم الأساليب الابتكارية لتعميم الاتصال الإقناعي التأثيري المتميز، باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية، وذلك في زيادة الطلب على السلعة المعلن عنها، وخلق صورة ذهنية IMAGE طيبة عن المنشأة المعلنة تتسق مع إنجازاتها وجهودها في تحقيق الإشباع لحاجات المستهلكين، وزيادة الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية.

النظريات المفسِّرة للعلاقة والتأثير

اتفق كثير من علماء الإتصال على تقسيم المراحل التاريخية التي مر بها الفكر والتنظير عن تأثيرات وسائل الإعلام إلى ثلاث مراحل
مرحلة وسائل الإعلام قوية التأثير وتمتد من مطلع القرن العشرين حتى نهاية عقد الثلاثينات منه, حيث شاع الاعتقاد بأن وسائل الإعلام تتمتع بدرجة قوية من التأثير على جماهيرها, فإليها تُعزى قوة تشكيل الآراء والإعتقادات والاتجاهات, ولها القدرة على تغيير العادات, وتشكيل سلوك

وتصرفات الجماهير حسب آراء القائمين على وسائل الإعلام. ولم يكن هذا الاعتقاد قائماً على أساس من البحث العلمي, وإنما كان قائماً على ملاحظة الشعبية المتزايدة لوسائل الإعلام السائدة في ذلك الوقت الإذاعة, والصحافة, والأفلام ....إلخ

ففي أوروبا كان استعمال الأنظمة الدكتاتورية لوسائل الإعلام خلال الحرب, وكذلك استخدامها من قبل النظام الثوري في روسيا بعد الحرب شاهداً على صدق ذلك الاعتقاد, وهو أن وسائل الإعلام ذات قوة جبارة, وهذا الاعتقاد هو سبب بداية البحث العلمي لتحديد تأثيرات وسائل الإعلام على الجماهير, باستخدام أبحاث علم النفس الاجتماعي وطرقها ومناهجها ونتائجها.

- **مرحلة اختبار قوة تأثير وسائل الإعلام حرصت الدراسات على معرفة الآثار الضارة المحتملة لوسائل الإعلام, خاصة فيما يتعلق باحتمال تشجيع الإعلام للإنحراف والجريمة والتعصب العرقي والعدوان والانحلال والإباحية. وفي البداية اهتم الباحثون بالتمييز بين أنواع التأثيرات الإعلامية الممكنة على الجماهير وذلك تبعاً لخصائصهم وصفاتهم النفسية والاجتماعية ثم تلا ذلك مرحلة اهتم فيها الباحثون بتأثير العوامل الوسيطة في العملية الإعلامية مثل دور الاتصال الشخصي ودور البيئة الاجتماعية للجمهور. أما المرحلة الأخيرة فقد أولى فيها الباحثون عنايتهم لدور وتأثير الأنواع المختلفة من الحوافز التي تحث أفراد الجمهور على استخدام وسائل الإعلام.**
- **مرحلة إعادة اكتشاف قوة تأثير وسائل الإعلام حيث شكك عدد من الباحثين في نتائج الدراسات السابقة, وأكدوا أن لوسائل الإعلام تأثيرات اجتماعية هامة, وأنها وسيلة هامة لبسط النفوذ السياسي والاجتماعي في المجتمع. وقد كان أحد أهم أسباب عودة قوة تأثير وسائل الإعلام هو ظهور التلفزيون على الساحة الإعلامية في الخمسينات والستينات من القرن العشرين كوسيلة إعلامية جماهيرية جديدة وقوية تتمتع بشعبية جماهيرية كبيرة تفوق سابقاتها من الوسائل الإعلامية الاخرى.**

نظريات التأثير الاعلامي

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

طبقاً للدكتور محمد البشر، أستاذ مادة نظريات التأثير الاعلامي، الذي قام هو وطلاب الدراسات العليا في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض بإعداد مؤلف بعنوان (نظريات التأثير الاعلامي)، فإن أشهر نظريات التأثير الاعلامي هي نظرية ترتيب الأولويات
ويتلخص مفهوم هذه النظرية في النقاط التالية :

أن هناك عوامل تصاحب مضمون الرسالة الإعلامية تتمثل في ترتيب رسالة معينة من بين رسائل ومضامين مختلفة, ومساحتها الزمنية أو المكانية في الوسيلة الإعلامية, والشكل الذي تقدم به وغيرها من عوامل الإبراز المختلفة التي تشير إلى اهتمام الوسيلة الإعلامية بقضايا معينة.
أن تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين وإعطائه حيزاً كبيراً يدل لدى الجمهور على أن الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله حاضراً باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام وأن الموضوعات الأخرى أو الأشخاص الآخرين ليس لهم حضور أو أهمية للجمهور.
إن إبراز وسائل الإعلام لقضايا معينة وأشخاص محددين لا يؤدي فقط إلى تضخيم تلك القضايا على حساب قضايا أهم... بل إن لذلك كله آثاراً بعيدة على الوعي العام بقضايا الأمة.
إن تأثير وسائل الإعلام على الناس من خلال قصر الحصيلة المعرفية لدى الجمهور على مسائل محددة لا تتعدى في الغالب البرامج الرياضية والترفيهية والموضوعات العاطفية, وتقديم قدوات مزيفة له من عناصر المجتمع الهامشية وغير المنتجة.
إن إدمان الجمهور على استهلاك المواد الإعلامية التي تقدمها له وسائل الإعلام على أساس ترتيبها هي, قد يؤدي إلى تشكيله وتأثره بما تشتمل عليه تلك المواد, هذا وجه من أوجه التأثير التراكمي لوسائل الإعلام.

نظرية الاستخدامات والإشباعات

لقد تعددت توجهات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات, ومن أهم تلك الاتجاهات التي يكاد يتفق عليها الكثيرون ما يلي
أن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

يُعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية, وعوامل التفاعل الاجتماعي, وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال, وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد, أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة الإعلامية وذلك بما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم.

يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية والإجتماعية), وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال, وليس من خلال محتويات الرسائل فقط.
إن رغبات الجمهور المتلقي للوسائل الاعلامية متعددة, والإعلام لا يلبي إلا بعضاً منها.

نظرية الغرس الثقافي

يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي, وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين, ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات. وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة أو بين الأطفال الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة, وكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون ضحايا.

نظرية الفجوة المعرفية

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

تقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية في زيادة أو وجود هذا التباين.
ويقوم أساس النظرية على افتراض أن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي يؤدي الى جعل فئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض, وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدل النقصان, ويؤكد هذا الفرض أن الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من المستويات الأعلى.

نظرية المعالجة المعلوماتية .

إنها نظرية تبحث في الكيفية التي يستقبل بها الجمهور المعلومات ويختزنها في ذهنه ومن ثم يطوعها ويستخدمها بما ينسجم مع رغباته وتوجهاته. والفكرة الرئيسية لهذه النظرية تقوم على الفرضية التي تقول إن الأشخاص لديهم وجهات نظر منمطة ومترسبة حول بعض الأفكار أو الأشخاص أو الأحداث التي تقع حولهم, وهذه الصور الذهنية المترسبة في العقل والذهن تساعد على تفسير ما يدور في محيط الشخص وبيئته. وأيضاً أن لدى الجمهور انطباعات مترسبة عن وسائل الإعلام أو بعض القائمين بالاتصال من خلال المضامين التي يتحدثون عنها, وهذه الانطباعات تؤثر سلباً أو إيجاباً على الجمهور في تعامله مع هذه الوسيلة ومضامينها بالرفض أو القبول, وبالتالي فإن الأفكار المترسبة في الذاكرة تؤثر على الشخص, بحيث يتجاهل الأفكار التي تتعارض معه ويركز على الأفكار التي تعزز أفكاره. وقد يكون هناك تغيير للأفكار المترسبة في حالة تدفق المعلومات وتركيزها وطريقة عرضها للأفكار والأحداث، وهذه العملية لا تتم بسهولة فهي تواجه بمقاومة صعبة من الأشخاص.

- **وتشهد البشرية نمطاً اقتصادياً جديداً قائماً على المعرفة والابتكار والتكنولوجيا, مختلفاً عن الاقتصاد التقليدي الذي ظهر بعد الثورة الصناعية. ويهتم اقتصاد المعرفة بالمعلومات والمعرفة, بوصفها أهم سلعة في المجتمع, وأصبح تنظيم المعلومات وخدمات المعلومات وتسويقها من أهم العناصر الأساسية في اقتصاد المعرفة. وتحولت المعرفة إلى مورد أساسي من الموارد الاقتصادية, وأصبحت قوة الدولة ومصادر ثرواتها من إنتاج العقول . بل صارت المعرفة في مجتمع واقتصاد المعرفة نسقاً من إتاحة المعلومات للجميع, وهذا يعني شفافية**

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

أكثر وسيطرة أوسع على الفساد والانحراف. وهي مفارقة موجعة ففي حين أن مجتمع المعرفة أكثر ثراءً ووفرةً وأقل فساداً سياسياً واقتصادياً, نجد النقيض في مجتمع غياب المعرفة موغلاً في الفساد السياسي وتذبذب الأداء الاقتصادي, وتدهور الوضع الاجتماعي .

ويسود اتجاه عالمي نحو الاستزادة من المعرفة وتطوير سبل الحصول عليها ونشرها واستخدامها لتطوير المجتمعات, والتقدم الاقتصادي, والهيمنة الاقتصادية, في عصر العولمة, التكتلات الدولية الاقتصادية والإقليمية, والشركات متعددة الجنسيات, وتعاظم دور المؤسسات الدولية الكبرى, مثل منظمة التجارة العالمية, وصندوق النقد الدولي والبنك الدولي. ويعد التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات من أهم المحركات التي أدت إلى قفزات نوعية في مجال التنمية الاقتصادية والقدرة التنافسية في اقتصاد المعرفة, أثمرت نمواً اقتصادياً في العديد من العالم .

و من و جهة نظر أخر :

فإن ن الاقتصاد المعرفي يعتمد بشكل اساسي على عامل الانتاج الرئيس المتمثل بالمعرفة. وبما ان المنطقة العربية ما زالت تفتقر الى توفر مثل هذا العامل الامر الذي سيجعل من البلدان العربية متخلفة عن الولوج في اقتصاد المعرفة إلا من خلال خلق مجتمع معرفي يتسم بمنظومة مجتمعه قادرة على انتاج ونشر المعرفة .

وان اقامة مجتمع المعرفة في المنطقة العربية يعد مطلباً لتأسيس نمط انتاج المعرفة بديلاً عن هيمنة نمط الانتاج الريعي الذي يعتمد بصورة اساسية على استخلاص المواد الخام وفي مقدمتها النفط التمويل مشروعات التنمية الاقتصادية .

ولكن ما تمت ملاحظته من تحليل لواقع الرأسمال المعرفي في المنطقة العربية وامكانات الطلب على المعرفة، نجد ان المجتمع العربي يعاني من فجوة معرفية واسعة الامر الذي يتطلب من المجتمع العربي ان يلعب دوراً متعاظفاً في اكتساب المعرفة وتشكيل بناها المجتمعية وادائها في مجالات الاقتصاد، وذلك من خلال تكثيف النشاط المعرفي في الحياة اليومية ولغرض التغلب على هذه الفجوة المعرفية، يتطلب من المجتمع العربي تكثيف المدخل المعرفي في الحياة اليومية لزيادة عدد العاملين في المنظومة المعرفية. لاقامة مجتمع المعرفة عن طريق تسارع انتاج المعرفة وتوظيفها في المنطقة العربية بمعدلات اسرع مما ساد في مجتمعات المعرفة بداية تطورها. مما يؤشر جسامة

أجوبة الأختبارات لدرجة الدكتوراه

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

التحدي امام المجتمع للوصول الى المعرفة وتحويل نشاطه الاقتصادي الى اقتصاد معرفي يساهم في رفاهية الانسان العربي .

تسعى الدول كافة الى اقامة مجتمع المعرفة، حيث يتدنى العائد التنموي على المجتمعات التي يقل فيها اكتساب المعرفة، وهذا ما هو ملاحظ على الدول النامية ومنها دولنا العربية التي لم تتمكن من تحقيق التقدم والنمو الاقتصادي رغم السياسات التي اعتمدتها، لانها كانت سياسات عاجزة عن تحقيق اكتساب المعرفة وانتاجها ونشرها في المجتمع. لاسيما ان الاقتصاد المعرفي يعد احدى القوى الدافعة التي يعتمدها البنك الدولي اليوم لمساعدة الاقطار لحل مشاكل النمو الاقتصادي وتقليل الفقر وزيادة الرفاهية. حيث قاد البنك الدولي في السنوات الاخيرة عدداً من المحاورات لمناقشة امكانية تطبيقات الاقتصاد المعرفي في الاقطار النامية. اذ ان الاقتصاد المعرفي يؤدي الى تحسين الانتاج والتخطيط في الدول النامية من خلال ارساء منظومة تعليمية مؤثرة .

وعلى الدول العربية ان تعي ان الانظمة الاقتصادية والمجتمعية في القرن الحادي والعشرين يتزايد ارساؤها في كثير من دول العالم على اسس معرفية، باعتبارها احد عوامل الانتاج الرئيسية لانشاء الثروة في الاقتصاديات الحديثة. وبما ان المعرفة رأسمال قائم على الافكار والخبرات، وهذا يتطلب تشكيل منظومة معرفية مجتمعية في المنطقة العربية. وان اقامة مثل هذه المنظومة يواجه العديد من التحديات بسبب ما تعانيه المنطقة العربية من فجوة معرفية كبيرة .

بينها وبين المجتمع المعرفي الحديث، الامر الذي يتطلب العمل على تهيئة البيئة الملائمة لنشر المعرفة انتاجاً وتوظيفاً وصولاً الى منظومة مجتمعية قادرة على استخدام المعرفة .

ووفق ذلك يمكن ان يقوم اقتصاد معرفي في الدول العربية اذا ما تم نشر المعرفة من خلال التنشئة الجيدة لافراد المجتمع والاهتمام بمراحل التعليم .

وفي ضوء الواقع المعرفي في المنطقة العربية، ولاجل اقامة مجتمع يطور نظامه الاقتصادي والمعلوماتي نتطلع الى ما يلي :

1- الاهتمام بتنشئة الطفولة بكونها المرحلة الاكثر تأثيراً في تعليم الفرد واكسابه المعرفة والمهارات. كما انها الاكثر حساسية وتأثيراً في ترسيخ اسس المعرفة وانتاجها وتوظيفها .

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

2- رغم الجهود التي بذلتها الحكومات العربية في تطوير التعليم، ما زال التعليم متدنياً في جميع مراحله حسب مؤشرات عديدة في هذا المجال .

بحيث فقد التعليم هدفه التنموي. الامر الذي يتطلب اعادة النظر باستراتيجيات التعليم بكل

فروعها (سياسة التعليم، اعداد المعلمين، اعادة المناهج التعليمية) على اسس قادرة على اكتساب المعرفة وتوظيفها ونشرها .

3- العمل على تطوير نوعية التعليم في مؤسسات التعليم العالي بما ينسجم والتطور الذي حصل في عالم المعرفة والمعلوماتية حيث اشار تقرير للمكتب الانمائي التابع للامم المتحدة ان مناهج الجامعات العربية في تعليم مادة الحاسوب ما زالت تدل على قصور تلك المناهج في تغطية جميع المهارات الاساسية لتعلم الحاسوب .

4- الاهتمام بالمستوى الاكاديمي لهيئات التدريس لاسيما في التخصصات العلمية والمعرفية .

-5تطرقنا الى تدني مستوى رأس المال المعرفي في المنطقة العربية من خلال انخفاض عدد براءات الاختراع، وانخفاض عدد حواسيب الانترنت نتيجة ارتفاع كلف اقتناء المعرفة،

وبالتالي يتطلب دعم الحكومات العربية عملية نشر المعرفة بين افراد المجتمع وتقليل الضرائب والرسوم على السلع المعرفية .

6- بما ان المعرفة سلعة اقتصادية فقد تأثرت بعوامل محددة لعرضها فالتمسك بالإرث الحضاري دون الاستعانة به والتشكيك بالمعرفة الجديدة وملاءمتها لمنطقتها العربية. كما كان للعوامل المحددة للطلب كارتفاع اسعار شراء تلك المعرفة ومحدودية القدرة على الانفاق عليها. حال دون تكوين منظومة معرفية قادرة على نشر المعرفة واكتسابها وانتاجها. وهذا يتطلب معالجة تلك المحددات الخاصة بعرض المعرفة والطلب عليها من اجل تسهيل حصول الفرد عليها واتقان استخدامها وانتاجها لتكوين منظومة مجتمعية معرفية عربية .

7- من اجل الاستفادة من الاقتصاد المعرفي كاحدى القوى الدافعة لحل مشاكل النمو الاقتصادي في الدول العربية وزيادة الرفاهية. يتطلب هذا تهيئة البيئة الصالحة للتعامل مع الاقتصاد المعرفي من

خلال تكوين قطاعات اقتصادية قادرة على التعامل مع هذا الاقتصاد الحديث. وهذا بدوره يتطلب اقامة مجتمع معرفي قادر على التعامل مع هذا النوع من الاقتصاد .

8- من اجل تطوير عمل الحكومات العربية والاستفادة من المعرفة المعلوماتية وتحقيق افضل الخدمات المقدمة للمواطن، نؤكد ضرورة القيام بنشر وتعميم الحكومة الالكترونية على مستوى الاقطار العربية، من اجل سهولة الاندماج بالاقتصاد المعرفي الفاعل، وتقديم افضل الخدمات لافراد المجتمع .

تغيرات تشهدها تجارة مواد التصدير

إن المتغيرات الكثيرة ومختلفة في معاييرها، تقرأ وبشكل مستمر على واقع الحياة الاقتصادية الاجتماعية في المجتمع العراقي، فبرغم تداعيات الوضع الامني المتردي، إلا ان ثمة تغييرات باتت ملموسة في بعض الاسواق التي نشأت ونشطت وبشكل تلقائي كنتيجة للطلب المتزايد على معروضاتها. ومن هذه الاسواق التي تخصصت في بقعة جغرافية ضيقة في قلب بغداد .

سوق مواد ومستلزمات التصوير، حيث اتسع هذا السوق اخيراً ليشمل الرقعة الواقعة في الباب الشرقي بين ساحة التحرير وساحة الطيران، حيث يتمركز التجار الرئيسيون والقسم الاكبر من تجار الجملة الذين يزودون المحافظات ومختلف مناطق بغداد بلوازم ومواد التصوير الفوتوغرافي. ورغم الارتفاع الملحوظ في اسعار المعروض من مختلف البضائع في الاسواق المتنوعة بفعل التداعيات والمتغيرات الاقتصادية إلا ان هذه السوق تشهد يومياً انخفاضاً في اسعار البضائع التقليدية التي تقدمها لمريديها، مثل افلام التصوير الفوتوغرافي واوراق الطباعة ومحاليلها، بنوعيها (الاسود والابيض) والملون واجهزة التحميض والطباعة، في الوقت الذي ظهرت في هذه السوق ادوات جديدة للعمل الفوتوغرافي التجاري الحديث، فدخول ادوات التصوير الرقمي (الدجتال) اثر وبشكل ملحوظ على انخفاض اسعار المعروض من الادوات والمواد الداخلة في التصوير الفوتوغرافي التقليدي، حتى انخفضت اسعار اجهزة الطباعة والتحميض الحديثة من 30 الف دولار الى عشرة الاف دولار منذ مطلع التسعينيات. و ان انتشار كاميرات الدجتال لدى المصورين المحترفين والهواة جعل الطلب ينحسر عن الافلام التقليدية ومحاليل التحميض واوراق الطباعة الفوتوغرافية. حتى اختفى التصوير الاسود والابيض تماماً واختفت المواد الداخلة في عملياته من محاليل وافلام

المعرفة و الرفاهية الاقتصادية

واوراق، ثم جاء الدور على التصوير الفوتوغرافي الملون، حيث تشهد الادوات الداخلة في عملياته انخفاضاً كبيراً في اسعارها، وذلك بسبب انتشار كاميرات التصوير الرقمي لدى المحترفين والهواة على حد سواء، مما يعني الاستغناء عن الافلام الفوتوغرافية والاستغناء عن اجهزة الطباعة التقليدية وبالتالي الاستغناء عن الادوات الاخرى، حتى ان معمل انتاج افلام (الاكفا) الالماني قد اغلق ابوابه على حد قول البعض. مقابل ذلك يزداد الطلب على اجهزة الطباعة المتطورة الحديثة، وهنا وجد التجار والمصورون انفسهم امام تغيير حتمي في عملهم. وانا اتوقع ان ينحسر الطلب تماماً على ادوات التصوير الفوتوغرافي الملون في اسواقنا خلال الاربع سنوات المقبلة، وقد يسيطر على هذا السوق عدد قليل من التجار، اشهرهم خالد العزاوي وعامر مغارة، واذا ما حاول تاجر ما اقحام نفسه في هذا السوق فانه سيتعرض الى خسارة فادحة، لان ما سيطرحه من بضاعة سيصاحبها انخفاض في سعرها لدى هؤلاء التجار، وبالتالي فانه سيقرر عدم خوض التجربة مرة اخرى. لذا فان من يقرر اسعار المعروضات في هذا السوق هم تجار محددون، ولكن الانخفاض الحالي في اسعار مواد التصوير التقليدية اقره انخفاض الطلب، بيد ان التجار الرئيسيين ما زالوا اللاعبين الكبار الذين يتحكمون باسعار المعروض من هذه المواد وغيرها .

والله ولي التوفيق

ماجد أبو شنب