



ISSN: 2410-6224

# مجلة كلية أحمد بن محمد العسكرية للعلوم الإدارية والقانونية

المجلد الأول - العدد الثاني - رمضان ١٤٣٦ هـ - يوليو ٢٠١٥

مجلة علمية  
دورية نصف سنوية مُحَكَّمة

## الأبحاث باللغة العربية:

" إشكالية تطبيق قواعد الإثبات التقليدية في ظل البيئة الرقمية - وفقاً لأحكام القانون القطري المقارن "

• الدكتور محمد سعيد أحمد اسماعيل

" حماية حق المؤلف علمه شبكة الانترنت  
دراسة تحليلية مقارنة في القانونين الفرنسي والأمريكي "

• الدكتور عماد قطان

" نظام المعلومات التسويقي وأثره في اتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي  
«دراسة تحليلية علمه عينة من الفنادق فئة الخمسة نجوم في الاردن» "

• الدكتور ثامر البكري، والأستاذ حاتم جاسم الدليمي

" دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز استقلالية المسنين وتحسين نوعية حياتهم  
في السياق القطري "

• الدكتور محمد الصالح حامدي

## الأبحاث باللغة الإنجليزية:

" استخدام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في الأردن لوسائل التواصل الاجتماعي  
الإلكترونية: دراسة وصفية "

• الدكتور باسل الزغول، الأستاذ علي العماد، الاستاذة دانا التميمي، الاستاذة حياة الهندي



## مجلة

كلية أحمد بن محمد العسكرية  
لِلعلوم الإدارية والقانونية

### رئيس التحرير

الاستاذ الدكتور/ أحمد محمود يوسف

### مساعد رئيس التحرير

الدكتور/ عبيد أحمد عبيد

### سكرتير التحرير

الدكتور / محمد سعيد أحمد اسماعيل

### هيئة التحرير

الدكتور / زكريا سعد حجازي

عضوا

الدكتور / محمد الصالح حامدي

عضوا

الدكتور / محمد عرفان الخطيب

عضوا

الدكتور / يعقوب على جانقي

عضوا

### الهيئة الاستشارية

الاستاذ الدكتور / حسين عيسى

تخصص المحاسبة

الاستاذ الدكتور / تركي الحمود

تخصص المحاسبة

الاستاذ الدكتور / أحمد عوض بلال

تخصص قانون

الاستاذ الدكتور / فؤاد ديب

تخصص قانون

الاستاذ الدكتور / سيد عزيزي

تخصص ادارة اعمال

الاستاذ الدكتور / عمران بن محمد

تخصص ادارة اعمال

الاستاذ الدكتور / علاء الغزالي

تخصص نظم المعلومات

الاستاذ الدكتور / هاني عمار

تخصص نظم المعلومات

## الأبحاث باللغة العربية

« إشكالية تطبيق قواعد الإثبات التقليدية في ظل البيئة الرقمية - وفقاً

لأحكام القانون القطري المقارن»

الدكتور محمد سعيد أحمد اسماعيل

« حماية حق المؤلف على شبكة الانترنت

دراسة تحليلية مقارنة في القانونين الفرنسي والأمريكي»

الدكتور عماد قطان

« نظام المعلومات التسويقي وأثره في اتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي

دراسة تحليلية على عينة من الفنادق فئة الخمسة نجوم في الاردن»

الدكتور ثامر البكري

الأستاذ حاتم جاسم الدليمي

« دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز استقلالية المسنين

وتحسين نوعية حياتهم في السياق القطري»

الدكتور محمد الصالح حامدي

## الأبحاث باللغة الإنجليزية

« استخدام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في الأردن لوسائل

التواصل الإجتماعي الإلكترونية: دراسة وصفية»

الدكتور باسل الزغول، الأستاذ علي العماد، الاستاذة دانة التميمي

الاستاذة حياة الهندي

تعبير الآراء الواردة في المجلة عن أصحابها وليس بالضرورة

عن رأي مجلة كلية أحمد بن محمد العسكرية للعلوم الإدارية والقانونية

جميع حقوق الطبع محفوظة لكلية أحمد بن محمد العسكرية

رقم الإيداع: ٧/ح م ف

لدى إدارة حماية حقوق الملكية الفكرية

**مجلة كلية أحمد بن محمد العسكرية  
للعلوم الإدارية والقانونية**

## أولاً: أهداف المجلة

مجلة دورية علمية نصف سنوية محكمة تصدر عن كلية أحمد بن محمد العسكرية وتُعنى بنشر البحوث النظرية والتطبيقية المتعلقة بالعلوم الإدارية، والمحاسبية، والقانونية، ونظم المعلومات الحاسوبية. وتهدف المجلة من خلال البحوث العلمية التي تنشر فيها إلى إثراء المفاهيم العلمية في التخصصات ذات العلاقة من خلال بحوث محكمة. مع الإشارة إلى أن كلية أحمد بن محمد العسكرية تمنح درجة البكالوريوس في تخصصات: إدارة الأعمال، والقانون، والمحاسبة، ونظم المعلومات الحاسوبية.

## ثانياً: قواعد النشر في المجلة

1. تقبل المجلة الأبحاث والدراسات العلمية الأصيلة المكتوبة باللغتين العربية والإنجليزية، التي تتوافر فيها قواعد البحث العلمي وشروطه المتعارف عليها في العرض والتوثيق.
2. يُشترط في البحث ألا يكون قد نُشر أو قُدِّم للنشر في مجلة أخرى، وعلى الباحث أن يقدم إقراراً خطياً مرفقاً ببحثه وفقاً لنموذج محدد.
3. ينبغي أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة، خالية من الأخطاء اللغوية والنحوية والمطبعية، ويتحمل الباحث مسؤولية الأخطاء الواردة في بحثه.
4. تُرسل نسخة إلكترونية من البحث بواسطة البريد الإلكتروني إلى المجلة، مطبوعة بواسطة مايكروسوفت ورد.
5. يُرفق مع البحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الإنجليزية، في حدود (١٥٠ - ٢٠٠) كلمة.
6. يحق لهيئة التحرير عدم نشر أي بحث لا يتوافق مع رؤية وأهداف المجلة، مع إخطار الباحث.
7. البحوث التي ترسل إلى المجلة لا تعاد ولا تسترد سواء نشرت أو لم تنشر.
8. تُعد البحوث التي تم إقرار نشرها في المجلة العلمية للكلية، ملكاً للمجلة، ولا يجوز نشرها في مجلة علمية أخرى أو أي جهة أخرى.
9. لهيئة تحرير المجلة الحق في إعادة نشر البحوث التي سبق نشرها وملخصاتها ورقياً أو إلكترونياً، وذلك بعد إعلام الباحث.
10. يحق لهيئة التحرير إجراء تعديلات شكلية على البحوث المقبولة للنشر، بما يتناسب مع نمط النشر بالمجلة.
11. يُعطى صاحب البحث المنشور بالمجلة خمس مستلزمات ونسخة واحدة من عدد المجلة المنشور ببحثه فيها. وفي حالة اشتراك أكثر من باحث في البحث الواحد يُعطى كل منهما/ منهم خمس مستلزمات ونسخة واحدة من عدد المجلة.



١٢. يرفق الباحث مع بحثه الأشكال التوضيحية وصور من الخرائط والوثائق والمخطوطات الأصلية.
١٣. تُرفق مع البحث سيرة ذاتية حديثة مختصرة عن الباحث.
١٤. ما يُنشر في المجلة يعبر عن وجهة نظر صاحبه ولا يعبر بالضرورة عن وجهة نظر المجلة.

### ثالثاً: قواعد التحكيم في المجلة

١. تخطر هيئة التحرير الباحث (أو الباحثين) بوصول بحثه (أو بحثهم) من خلال إشعار كتابي، أو بالبريد الإلكتروني.
٢. لهيئة تحرير المجلة حق الفحص المبدئي (الأولي) للبحث وتقرير صلاحيته للتحكيم.
٣. تخضع جميع البحوث الواردة للمجلة، للتحكيم من قِبل متخصصين من ذوي المكانة العلمية والخبرة البحثية المتميزة.
٤. تُراعى الرتب العلمية للمحكّمين والباحثين عند اختيارهم ويجوز للأستاذ المشارك أن يحكم لمن هو في درجته.
٥. يُعرض البحث على ثلاثة من المحكّمين من ذوي الاختصاص، لبيان مدى صلاحيته للنشر، وفي حالة اقرار اثنين منهما للبحث يعتبر صالحاً للنشر.
٦. يبدي المحكم رأيه في البحث كتابةً، وفق عناصر محددة، موضوعة لغرض التقييم.
٧. يُعد رأي المحكّمين ملزماً لهيئة التحرير ولرئيس التحرير وللباحث أو الباحثين.
٨. يُخطر الباحث أو الباحثون بنتيجة تحكيم البحث، قبولاً أو رفضاً، وذلك الكترونياً أو كتابياً.
٩. يجوز لرئيس التحرير إفادة صاحب البحث غير المقبول للنشر برأي المحكّمين أو خلاصته عند طلبه ذلك، دون ذكر أسماء المحكّمين، ودون أي التزام بالرد على مبررات صاحب البحث.
١٠. إذا كان الباحث أو أحد الباحثين من كلية أحمد بن محمد العسكرية، يتوجب أن يكون المحكّمون من خارج الكلية.
١١. إذا لم يلتزم الباحث أو الباحثون بإجراء التعديلات المطلوبة على البحث في المدة المحددة من قبل هيئة تحرير المجلة، فيحق لهيئة التحرير الاعتذار عن عدم قبول البحث بعد انتهاء المدة، ما لم يكن لديه عذر مقنع يُقدم كتابةً لهيئة تحرير المجلة.

### رابعاً- المواصفات الفنية المنظمة لطبع المجلة العلمية

- يُعاد إرسال البحث بعد إجازته للنشر بالمجلة عن طريق البريد الإلكتروني مستخدماً إحدى برمجيات معالجة النصوص (word)، وذلك بالمواصفات الآتية:
١. نوع الخط: (Times New Roman).



٢. المسافة: تكون المسافة بين الأسطر (٥ ، ١) سم.
٣. أحجام العناوين: عنوان البحث (20pt.Bold) ، العناوين الرئيسية (16pt .Bold) ، العناوين الفرعية (14 pt) مع مراعاة أن تكون الكتابة العادية بحجم (12pt) .
٤. تُكتب العناوين الرئيسية للبحث مستقلةً في بداية السطر، وتُكتب العناوين الفرعية مستقلةً في الجانب الأيمن. أما العناوين الثانوية فتُكتب في بداية الفقرة، ولا تُوضع خطوط تحت العناوين، سواء كانت رئيسية أو فرعية أو ثانوية، وفي جميع الأحوال يتم ترقيم العناوين الفرعية والثانوية بشكل متسلسل.
٥. تُطبع جميع الجداول والأشكال في متن البحث، على أن تُرقم بشكل متسلسل، ويكون لكل منها عنوان مكتوب بفواصل سطرين أعلى الجدول، ويتم توثيق الجدول تحته مباشرةً، ولا تزيد مساحة أي جدول أو شكل عن الحجم المحدد لصفحات البحث.
٦. ترقيم جميع صفحات البحث، بما فيها تلك التي تحتوي جداول أو رسومات.
٧. لا تتجاوز عدد صفحات البحث (٢٥) صفحة، شاملةً الأشكال والرسوم (إن وُجدت) والجداول والمراجع.
٨. يُشار إلى المراجع بداخل المتن، باسم عائلة المؤلف مع سنة النشر (بين قوسين)، وتُدرج المراجع جميعها تحت عنوان المراجع، في نهاية البحث بالأسلوب التالي:
- أ- البحوث المنشورة بالدوريات (المجلات العلمية):
- الاسم الكامل للمؤلف مبتدئاً باسم عائلته، تاريخ نشر البحث بين قوسين، عنوان البحث كاملاً بين علامتي تنصيص، اسم الدورية بخط مائل تحته خط، رقم المجلد، رقم العدد، أرقام الصفحات.
- مثال:
- Alatar. Jamal. (2010). "Factors influencing voluntary and involuntary labor turnover: Views of managers in Qatari industrial sector". International Journal of Business and Public Administration (IJBPA). Vol. 4. No. 1. PP.430-436.
- الجميبي، فؤاد محمد (١٩٨٩م) "أسباب عجز قوة العمل الوطنية وأساليب علاجها في أقطار الخليج العربي"، المجلة العربية للإدارة، م ١٢، ع ١، ٨٧ - ١٢٣.
- ب- الكتب
- الاسم الكامل للمؤلف مبتدئاً باسم عائلته، تاريخ نشر الكتاب بين قوسين، عنوان الكتاب كاملاً بين علامتي تنصيص بخط مائل تحته خط، مكان النشر، الناشر. مثال:
- Hogge. R. and Craig. A. (1971). Introduction to Mathematical Statistics. New York: MacMillan Company.
- مقلد، إسماعيل صبري، (١٩٨٥)، "العلاقات السياسية الدولية"، الكويت: منشورات دار السلاسل.



## المحتويات

صفحة	الأبحاث باللغة العربية
٦	« إشكالية تطبيق قواعد الإثبات التقليدية في ظل البيئة الرقمية - وفقاً لأحكام القانون القطري المقارن» الدكتور محمد سعيد أحمد اسماعيل
٣٥	« حماية حق المؤلف على شبكة الانترنت دراسة تحليلية مقارنة في القانونين الفرنسي والأمريكي» الدكتور عماد قطان
٧٢	« نظام المعلومات التسويقي وأثره في اتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي دراسة تحليلية على عينة من الفنادق فئة الخمسة نجوم في الاردن» الدكتور ثامر البكري
٩٦	« دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز استقلالية المسنين وتحسين نوعية حياتهم في السياق القطري» الدكتور محمد الصالح حامدي
الأبحاث باللغة الإنجليزية	
١٣٨	« استخدام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في الأردن لوسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية: دراسة وصفية» الدكتور باسل الزغول



## إشكالية تطبيق قواعد الإثبات التقليدية في ظل البيئة الرقمية وفقاً لأحكام القانون القطري المقارن

الدكتور محمد سعيد أحمد إسماعيل\*

أستاذ القانون التجاري المساعد

كلية أحمد بن محمد العسكرية في قطر - قسم القانون

قسم القانون التجاري - كلية الحقوق - جامعة دمشق

### ملخص البحث:

أحدثت تكنولوجيا الحاسوب ثورة في الطريقة التي نتعامل بها مع المعلومات، وإنها حقيقة من حقائق الحياة العصرية التي نعيشها أن الحجم الهائل من تدفق المعلومات في مختلف المجالات أدى إلى إنشاء وتبادل البيانات وتخزينها بشكل إلكتروني. وتصدرت المحررات الإلكترونية في الاستخدام على المحررات الورقية وأصبحت هي الأفضل في إبرام العقود والتصرفات القانونية، ومع ذلك فإن المخاطر الناجمة عن المعاملات الإلكترونية والتحديات التي تواجهها كثيرة ومنها ما يتعلق بالنواحي الفنية والتكنولوجية وأخرى ترتبط بالتحديات الأمنية والقانونية التي تهدد الثقة لدى المتعاملين بها. يهدف البحث إلى دراسة مدى إمكانية تطبيق قواعد الإثبات التقليدي على المعاملات الإلكترونية مع وجود قواعد جديدة للإثبات الإلكتروني، فهل تستطيع قواعد الإثبات التقليدي الصمود أمام التطور الكبير لوسائل الاتصال الحديثة، وهل يمكن الاستغناء التام عنها، أم أن هناك حلول قانونية أخرى؟

\* يعد هذا البحث امتداداً للبحث الذي تم نشره في العدد الأول من المجلة وهو بعنوان «حجية المحررات الإلكترونية في الإثبات»، ويعتمد هذا البحث في الجزئين على البحث الذي تم إعداده بتمويل من الصندوق القطري لرعاية البحث العلمي UREP رقم ( 029 - 5 - 111 - 13 UREP ) ، وهو بعنوان: الإثبات بالوسائل الإلكترونية في القانون القطري، وشارك فيه ثلاثة طلاب من كلية أحمد بن محمد العسكرية:

المشرف العلمي الدكتور محمد سعيد إسماعيل

الطالب محمد صالح المري

الطالب مبارك السليطي

الطالب سعد الكواري



## **Abstract:**

Computer science development has completely generated revolutionary techniques with regards to the ways it deals with vast information. It is a fact and no one can deny that the enormous influx of information in various fields of science, which has led to establishing, creating exchanging information electronically.

E- documents have taken over paper publications. E- documents have become the best method for conducting, contracts and law issues.

Despite the fact that E-publications are the norm nowadays, but sometimes it can result in creating technical problems in dealing with law regulations and security measures which sometimes jeopardize the trust and honesty with those who are involved in sharing and using E-publications.

This research paper tries to investigate how we can apply the traditional law applications and principles to electronic deals and transactions, regardless of any recent electronic principles.

Can the electronic principles withstand the massive media and recent communications development?

Can we totally get rid of the principles or are there other constitutional solutions?



## المقدمة:

يتناول هذا البحث دراسة وسائل الإثبات التي تعتمد المحررات الورقية التقليدية في ظل البيئة الرقمية التي تستخدم المحررات الإلكترونية كوسيلة إثبات جديدة، وسبق لنا دراسة حجية المحررات الإلكترونية في الإثبات وهو الجزء الأول، ويعد هذا البحث الجزء الثاني الذي يتضمن دراسة المحررات الورقية التقليدية ومقارنتها بالمحررات الإلكترونية، وتشمل الدراسة التحديات القانونية التي تتعلق بالشكلية للعقود كتطبيق على مدى الاختلاف بين المحررات بالشكل التقليدي والإلكتروني، ويتناول البحث أيضاً دراسة حالة التنازع بين المحررات الكتابية الورقية والمحررات الإلكترونية كدليل للإثبات، وكيف يمكن للقاضي الترجيح بين هذه المحررات؟ ويُقسم البحث إلى ثلاثة مباحث وذلك على النحو التالي:

المبحث الأول: دور المحررات التقليدية في الإثبات

المبحث الثاني: التحديات القانونية المرتبطة بالشكلية

المبحث الثالث: سلطة القاضي في الترجيح بين المحررات التقليدية والمحررات الإلكترونية كدليل في الإثبات

## المبحث الأول:

### دور المحررات التقليدية في الإثبات

تحتل المحررات الورقية التقليدية مركز الصدارة في وسائل الإثبات على الرغم من ظهور وسائل الإثبات الحديثة، وتعد هذه المحررات من الأدلة الكتابية التي اهتم بها المشرع القطري وأحاطها بشروط و ضمانات معينة يجب أن تتوافر فيها حتى تتمتع بالقوة الثبوتية وتكون من الأدلة المقبولة لإثبات التصرفات القانونية. وتناول قانون المرافعات المدنية والتجارية القطري رقم ١٣ لسنة (٢٠٠٥)، الأدلة الكتابية وجعلها من أقوى طرق الإثبات في المسائل المدنية والتجارية وقسمها إلى: المحررات الرسمية، والمحررات العرفية، وأضاف إليها الأوراق غير الموقعة.



## أولاً - المحررات الرسمية:

١- التعريف: المحررات الرسمية هي التي يثبت فيها موظف عام أو شخص مكلف بخدمة عامة ما يتم على يديه أو ما تلقاه من ذوي الشأن؛ وذلك طبقاً للأوضاع القانونية وفي حدود سلطته واختصاصه. فإذا لم تكسب هذه المحررات صفة رسمية، فلا يكون لها إلا قيمة المحررات العرفية متى كان ذوو الشأن قد وقعوها بإمضاءاتهم أو بأختامهم أو ببصمات أصابعهم. (المادة - ٢١٦) ويُستفاد من التعريف تحديد الشروط الواجب توافرها في المحررات الرسمية:

- أن تكون محررة بواسطة موظف عام أو شخص مكلف بخدمة عامة. والمقصود بالموظف العام هو كل شخص عينته الدولة ليقوم بأداء عمل على الدوام، فإذا لم يكن عمله مستمراً فإنه لا يُعد موظفاً عاماً وإنما هو شخص مكلف بأداء خدمة عامة.
  - أن يكون الموظف مختصاً بتحريرها موضوعياً ومكانياً، فإذا لم يكن كذلك لا يُعد المحرر رسمياً ولو صدر من قبل موظف عام؛ لأنه غير مختص.
  - أن يكون تحرير المحرر بالأوضاع المقررة قانوناً وفقاً للأصول والقواعد التي نصت عليها القوانين القطرية كالتثبت من هوية المتعاقدين، وعدم المحو والشطب والتحشية بين السطور، وتوقيع المتعاقدين والشهود والموظف العام وتسجيل المحرر في السجلات الخاصة به، وبذلك يكون المشرع قد أحاط المحرر بالضمانات التي تكفل الثقة به.
- بيد أنه إذا لم تستوف المحررات الرسمية الشروط التي تطلبها القانون، فلا يكون لها إلا قيمة المحررات العرفية متى كان ذوو الشأن قد وقعوها بإمضاءاتهم أو بأختامهم أو ببصمات أصابعهم.

٢ - الحجية القانونية: تكون المحررات الرسمية حجة على الناس كافة بما دون فيها من أمور قام بها محررها في حدود مهمته، أو وقعت من ذوي الشأن في حضوره، ما لم يتبين تزويرها بالطرق المقررة قانوناً. (المادة - ٢١٧)

وتُعد البيانات الصادرة عن ذوي الشأن صحيحة حتى يقوم الدليل على ما يخالفها بالتزوير على النحو المبين في القوانين القطرية، مثل قانون العقوبات.

٣ - الصور الخطية أو الفوتوغرافية للمحرر الرسمي: إذا كان أصل المحرر الرسمي موجوداً فإن صورته الرسمية خطية كانت أو فوتوغرافية تكون حجة بالقدر الذي تكون فيه مطابقة للأصل.



وتعتبر الصورة مطابقة للأصل ما لم ينازع في ذلك أحد الطرفين، وفي هذه الحالة تراجع الصورة على الأصل. (المادة - ٢١٨) .

فهذه الصور تكون لها قوة المحررات الرسمية متى صدرت عن موظف عام في حدود اختصاصه لوجود المصادقة على مطابقتها للأصل. ويمكن دائماً إجراء المطابقة بين الصورة والأصل عندما يثور أي نزاع بشأن الصورة مادام الأصل موجود لدى المرجع المختص.

وفي حالة إذا لم يوجد أصل المحرر الرسمي كانت الصورة حجة على الوجه الآتي:

(أ) يكون للصورة الرسمية الأصلية، تنفيذية كانت أو غير تنفيذية، حجية الأصل متى كان مظهرها الخارجي لا يسمح بالشك في مطابقتها للأصل.

(ب) ويكون للصورة الرسمية المأخوذة من الصور الأصلية الحجية ذاتها، ولكن يجوز في هذه الحالة لكل من الطرفين أن يطلب مراجعتها على الصورة الأصلية التي أخذت منها.

(ج) أما ما يؤخذ من صور رسمية للصورة المأخوذة من الصورة الأصلية، فلا يعتد به إلا لمجرد الاستئناس تبعاً للظروف. (المادة - ٢١٩) .

يتبين لنا أنه إذا لم يوجد أصل للمحرر الرسمي فإن للصورة الأولى قوة الأصل إذا صدرت عن موظف عام وكان مظهرها الخارجي لا يثير الشك في مطابقتها للأصل. ويكون للصورة الثانية المأخوذة من الصورة الأولى نفس قوة الأصل إذا صدرت عن موظف عام مختص وصادق على مطابقتها للأصل الذي أخذت منه، ويمكن في هذه الحالة طلب مراجعة الصورة الثانية مع الصورة الأولى من قبل الطرفين في مواجهة الخصوم. أما الصورة الثانية أو الثالثة وما بعدها فلا يكون لها الحجية الكاملة في الإثبات وإنما يجوز الاستئناس بها تبعاً للظروف التي تقدرها محكمة الموضوع مع بيان الأسباب والعلل التي استندت إليها في قبولها أو ردها.

## ثانياً - المحررات العرفية:

١- التعريف: يعتبر المحرر العرفي صادراً ممن وقعه ما لم ينكر صراحة ما هو منسوب إليه من خط أو إمضاء أو ختم أو بصمة. أما الوارث أو الخلف فلا يطلب منه الإنكار، ويكفي أن يحلف يميناً بأنه لا يعلم أن الخط أو الإمضاء أو الختم أو البصمة هي لمن تلقى عنه الحق. ومن احتج عليه بمحرر عرفي وناقش موضوعه، لا يقبل منه إنكار الخط أو الإمضاء أو الختم أو بصمة الإصبع. (المادة - ٢٢٠).

ويبدو من تعريف المحرر العرفي بأن المشرع القطري اكتفى بشرط وحيد لصحته وهو توقيع المدين بإمضائه أو خاتمه أو بصمة إصبعه. ويلاحظ بأن القانون اعترف بالخاتم وبصمة الإصبع باعتبارهما توقيعاً للمحرر العرفي مراعاة لما جرى عليه التعامل بين الناس في السابق. ويُعد المحرر العرفي صادراً ممن وقعه ما لم ينكر صراحة ما هو منسوب إليه من خط أو إمضاء أو ختم أو بصمة. والأمر مختلف بالنسبة للوراث أو الخلف، ويكون له التنصل من المحرر العرفي الصادر عن المورث أو السلف بمجرد أن يحلف يميناً بأنه لا يعلم أن الخط أو الإمضاء أو الختم أو البصمة هو لمن تلقى عنه الحق. ويجب أن يكون إنكار الخط أو الإمضاء أو الختم أو بصمة الإصبع أول دفع يصدر ممن ينسب إليه المحرر العرفي دون التعرض لموضوعه، لأن مناقشة موضوع المحرر العرفي تُعد قبولاً به.

٢ - الحجية القانونية:

لا يكون المحرر العرفي حجة على الغير في تاريخه إلا منذ أن يكون له تاريخ ثابت. ويكون للمحرر تاريخ ثابت:

- (أ) من يوم أن يقيد بالسجل المعد لذلك.
  - (ب) من يوم أن يثبت مضمونه في ورقة أخرى ثابتة التاريخ.
  - (ج) من يوم أن يؤشر عليه موظف عام مختص.
  - (د) من يوم وفاة أحد ممن لهم على المحرر أثر معترف به من خط أو إمضاء أو بصمة، أو من يوم أن يصبح مستحيلًا على أحد من هؤلاء أن يكتب أو يصمم لعله في جسمه.
  - (هـ) من يوم وقوع حادث آخر يكون قاطعاً في أن الورقة قد صدرت قبل وقوعه.
- ومع ذلك يجوز للقاضي تبعاً للظروف ألا يطبق حكم هذه المادة على المخالصات. (المادة - ٢٢١)
- يتبين لنا من النص السابق أن المحرر العرفي يكتسب حجية نسبية فيما بين الأطراف الذين وقعوا



عليه، ولا يكون حجة على الغير إلا إذا كان له تاريخ ثابت. ويقصد بالغير كل من لم يكن طرفاً في العقد، ويُعد الخلف الخاص والخلف العام من الغير، إلا إذا كان للمحرر تاريخ ثابت، وتضمنت المادة (٢٢١) السابق ذكرها، الحالات التي يكون فيها للمحرر العرفي تاريخ ثابت.

تكون للرسائل الموقع عليها قيمة المحرر العرفي من حيث الإثبات. وتكون للبرقيات ومكاتبات التلكس والفاكسميلي هذه القيمة أيضاً، إذا كان أصلها المودع في مكان التصدير موقعاً عليه من مرسلها. وتعتبر هذه البرقيات والمكاتبات مطابقة لأصلها حتى يقوم الدليل على عكس ذلك. وإذا أعدم الأصل فلا يعتد بها إلا لمجرد الاستئناس. (المادة - ٢٢٢)

يتضح لنا مما سبق أن للرسائل الموقع عليها قيمة المحرر العرفي من حيث الإثبات، إلا إذا أثبت موقعها أنه لم يرسلها أو لم يكلف أحداً بإرسالها. أما البرقيات ومكاتبات التلكس والفاكسميلي فإن لها قوة المحرر العرفي طالما أنها مطابقة لأصلها الموقع عليه من مرسلها والمودع في مكان التصدير. وتُعد البرقيات ومكاتبات التلكس والفاكسميلي مطابقة للأصل ما لم يثبت عكس ذلك. ولم ينظم القانون القطري حالة المحرر العرفي المؤيد لمحرر سابق، ويبدو لنا من القواعد العامة في قانون المرافعات القطري، بأنه يكون المحرر العرفي في هذه الحالة حجة على المدين، ما لم يثبت الخطأ في هذا المحرر وذلك بتقديم المحرر الأصلي وإجراء المطابقة بينهما.

### ثالثاً - الأوراق غير الموقعة:

#### أ. تعريفها:

هي عبارة عن ورقة عرفية يثبت بها التصرف ولا تكون موقعة ممن صدرت عنه وهي غير معدة أصلاً للإثبات. وعدد قانون المرافعات القطري بعضاً من الأوراق غير الموقعة، ومنها:

#### ١. دفاتر التجار:

كل ما هو مبين في دفاتر التجار لا يكون حجة على غير التجار. إلا أنه يجوز للقاضي أن يوجه اليمين المتممة إلى أي من الطرفين على ضوء البيانات المثبتة في الدفاتر وذلك فيما يجوز إثباته بالبينة. وتكون دفاتر التجار حجة على هؤلاء التجار. ولكن إذا كانت هذه الدفاتر منتظمة فلا يجوز لمن يريد أن يستخلص منها دليلاً لنفسه أن يجزئ ما ورد فيها ويستبعد ما كان مناقضاً لدعواه. (المادة - ٢٢٣)، يبدو لنا أن المشرع القطري منح دفاتر التاجر حجة قانونية سواء كانت له أم عليه، ويشمل

ذلك ما دون فيها؛ لأنها من عمله فلا يستطيع التنصل منها وليس له أن يستفيد من عدم انتظامها ولخصمه أيضاً أن يستند إليها في الإثبات. ويشترط لمن يريد أن يستخلص من الدفاتر المنتظمة دليلاً لنفسه أن يطبق قاعدة عدم تجزئة الدليل؛ أي ألا يجزئ ما ورد فيها فياًخذ ما ينفعه ويستبعد ما كان مناقضاً لدعواه.

٢. الدفاتر والأوراق المنزلية: استناداً للقاعدة العامة في الإثبات بأنه لا يجوز للمرء أن يصطنع دليلاً لمصلحته، فإن الدفاتر والأوراق المنزلية لا تكون حجة لمن صدرت منه. ولا تكون حجة عليه إلا في الحالتين الآتيتين:

١ - إذا ذكر فيها صراحة أنه استوفى ديناً.

٢ - إذا ذكر فيها صراحة أنه قصد بما دونه في هذه الأوراق أن تقوم مقام السند لمن أثبتت حقاً لمصلحته. (المادة - ٢٢٦).

٣. التأشير على سند الدين بما يفيد براءة ذمة المدين من كل الدين أو بعضه:

يُعد التأشير على سند بما يفيد براءة ذمة المدين حجة على الدائن إلى أن يثبت العكس، ولو لم يكن التأشير مؤرخاً أو موقفاً منه، ما دام السند لم يخرج قط عن حيازته. وكذلك يكون الحكم إذا ثبت الدائن بخطه دون توقيع ما يستفاد منه براءة ذمة المدين في نسخة أصلية أخرى للسند أو في مخالصة، وكانت النسخة أو المخالصة في يد المدين.

ولذلك فإن القانون القطري يفرق بين حالتين هما:

الأولى: أن يكون السند في حيازة الدائن، ويُشترط لكي يكون التأشير على سند الدين بما يفيد براءة ذمة المدين من كل الدين أو بعضه حجة على الدائن توافر:

١. أن تكون الكتابة صادرة عن الدائن أو من يمثله.

٢. أن يكون السند في حيازة الدائن ولم يخرج قط عن حيازته.

ويمكن للدائن أن يثبت العكس وفقاً للقواعد العامة للإثبات في القانون القطري.

الثانية: أن يكون السند في حيازة المدين ووجود عدة نسخ مختلفة للسند، ويُشترط لكي يكون التأشير على سند الدين بما يفيد براءة ذمة المدين من كل الدين أو بعضه حجة على الدائن توافر:

١. أن تكون الكتابة صادرة عن الدائن وبخطه دون توقيع ما يستفاد منه براءة ذمة المدين في نسخة أصلية أخرى للسند أو في مخالصة.

٢. أن يكون السند أو المخالصة في حيازة المدين.

## ب. مبدأ الثبوت بالكتابة:

عرّف قانون المرافعات القطري مبدأ الثبوت بالكتابة بأنه:

« كل كتابة تصدر من الخصم من شأنها أن تجعل التصرف المدعى به قريب الاحتمال تعتبر مبدأ ثبوت بالكتابة » ( المادة - ٢٦٢/١ )، يُستفاد من التعريف السابق بأن المشرع القطري أقر مبدأ الثبوت بالكتابة، بيد أنه يُشترط في السند الذي يُعد مبدأ ثبوت بالكتابة أن يتوافر فيه الشروط التالية:

- ١ - أن يحتوي السند على كتابة: ويقصد بالكتابة بمعناها الواسع؛ حيث لا يشترط فيها أن تكون موقعة، أو معدة للإثبات، ولا أن تكون بشكل معين. فقد تكون بخط اليد، أو أحد مخرجات الحاسب الإلكتروني، أو مطبوعة بطريقة ما، كالخطابات أو الأوراق المنزلية.
- ٢ - صدور الكتابة عن الخصم نفسه: أي إن الكتابة يجب أن تصدر من قبل الخصم المراد الاحتجاج بها في مواجهته، وليس بالضرورة أن يكون كتبها بنفسه، ولكن يكفي إمكانية نسبتها إليه، ويُعد كالخصم خلفه وممثله القانوني. وليس بالضرورة أن يوقع السند ممن صدر عنه، بل يكفي أن يكون معبراً عن إرادته، مثل الإفادات المدونة في ضبوط قضاة التحقيق.
- ٣ - ترجيح الكتابة للتصرف المدعى به: وبالتالي فإن الكتابة الصادرة عن الخصم لا تكفي لتكون مبدأ ثبوت بالكتابة ما لم يتبين منها بأن وجود التصرف المدعى به قريب الاحتمال وترجح وقوعه. ويعود لقاضي الموضوع، في ضوء سلطته التقديرية، تقدير محتوى الكتابة لمبدأ ثبوت بالكتابة أم لا، على أن يتم إكمالها بشهادة الشهود أو القرائن، أو اليمين الحاسمة. يتبين لنا بأن الأدلة الكتابية يجب أن تتضمن كتابة على مستند ورقي في جميع الأحوال لتكون مثبته لتصرف قانوني، وتكون موقعة في حالة المحررات الرسمية والعرفية، ولا يُشترط فيها التوقيع في الأوراق غير الموقعة.

## رابعاً: موقف قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية القطري:

حدد قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية القطري المقصود المستندات الإلكترونية ولم يتطرق لتعريفها، وإنما اكتفى بتعريف رسالة البيانات بأنها: المعلومات التي يتم إنشاؤها، أو إرسالها، أو معالجتها، أو استلامها، أو تخزينها، أو عرضها، بواسطة نظام أو أكثر من نظم المعلومات، أو بوسائل الاتصال الإلكترونية. وإذا كانت رسالة البيانات تتضمن مجموعة من المعلومات التي يرتبط

وجودها بالوسائل الإلكترونية؛ لذلك فإن القانون القطري عرّف المعلومات بأنها: البيانات التي تكون على شكل نصوص، أو رموز، أو رسوم، أو صور، أو كلام، أو أصوات. ويبدو لنا من التعاريف السابقة أن المشرع القطري توسع في مفهوم رسالة البيانات لتشمل كل من الصور، والتسجيلات الصوتية، ومقاطع الفيديو، والمستندات والسجلات والمحركات الإلكترونية. وكنا توصلنا في المبحث الأول إلى أن المشرع القطري اعترف برسالة البيانات واعتبرها من وسائل الإثبات المقبولة كدليل معترف به قانوناً في الإثبات القضائي.

وبناءً على ما سبق، يتبين لنا أن الوسائل الإلكترونية بمختلف أنواعها وأشكالها أصبحت تشكل دليلاً مهماً في عملية الإثبات القضائي في التشريع القطري. ويُنّ المشرع القطري أهمية المحركات الإلكترونية في الإثبات في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية، ونصت المادة (٢٦) على أنه: «يجب عند تقدير الحجية في الإثبات للمعلومة أو المحرر أو المستند، الذي على شكل رسالة بيانات، مراعاة ما يلي:

١- الإجراءات والظروف التي تم في ظلها إنشاء أو تخزين أو توصيل رسالة البيانات.  
٢- الإجراءات والظروف التي تمت في ظلها المحافظة على سلامة المحرر أو المستند أو المعلومات الواردة في رسالة البيانات.

٣- الإجراءات والظروف التي تم في ظلها تحديد منشئ رسالة البيانات.

٤- أي إجراءات أو ظروف أخرى ذات صلة»

يتضح لنا من النص السابق أن المشرع القطري أوجب عند تقدير الحجية في الإثبات للمعلومة أو المحرر أو المستند الإلكتروني، الذي على شكل رسالة بيانات، أن يتم مراعاة الظروف التي تمّ فيها إنشاء رسالة البيانات، والمحافظة على سلامة المعلومات فيها، وتحديد منشئ رسالة البيانات، وأي إجراءات أو ظروف أخرى ذات صلة.

ونستنتج أيضاً أن المشرع القطري في هذا النص يُعد رسالة البيانات التي تتوافر فيها الشروط القانونية والفنية المطلوبة في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية القطري هي دليل إثبات وتمتع بذات الحجية القانونية للمحركات الورقية، ويمكننا تبرير ذلك للأسباب التالية:

١- طبق المشرع القطري في القانون مبدأ النظرير الوظيفي، ويُستفاد منه بأن تكون المحركات الإلكترونية مكافئة ومعادلة وظيفياً للمحركات الورقية، والتوقيع الإلكتروني معادلاً وظيفياً للتوقيع الخطي، والكتابة الإلكترونية مكافئة وظيفياً للكتابة الخطية.



٢- منح القانون القطري التوقيع الإلكتروني صراحة الحجية القانونية في الإثبات، وباعتبار أن المحررات الإلكترونية توثق بالتوقيع الإلكتروني، فهذا يعني بأن المحررات الإلكترونية الموثقة بالتوقيع الإلكتروني سيكون لها القيمة القانونية نفسها للمحررات الورقية الموقعة بالتوقيع الخطي.

٣- اعتراف القانون القطري بالحجية للمحررات الإلكترونية في الإثبات إذا تحققت فيها الشروط القانونية والفنية المطلوبة.

وبناءً على ما تقدم، فإننا نرى بأن مسألة تقدير الحجية القانونية للمحررات الإلكترونية يحيلها قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية إلى قانون المرافعات المدنية والتجارية القطري؛ حيث تختلف حجية المحررات الرسمية الإلكترونية عن المحررات العرفية الإلكترونية والأوراق المنزلية الإلكترونية ودفاتر التجار الإلكترونية وغيرها، وذلك على النحو المبين في الفصل الأول وفقاً لقانون المرافعات المدنية التجارية القطري فيما يتعلق بالمحررات الرسمية والعرفية والصورة لهذه المحررات.

ويلاحظ على القانون القطري أنه لم يذكر صراحة القيمة القانونية للمستندات والمحررات والمعاملات الإلكترونية في الإثبات؛ الأمر الذي يمكن أن يثير خلافاً فقهيًا حول الحجية القانونية لرسالة البيانات، وكذلك فإن وضع القواعد القانونية التي تضمنها قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية القطري تتطلب الإسراع من المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بإصدار اللوائح والقرارات اللازمة لتنفيذ أحكام قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية القطري.

خامساً: التمييز بين المحررات الورقية التقليدية والمحررات لإلكترونية:

يتبين لنا من دراسة المحررات الورقية التقليدية ومقارنة مع المحررات الإلكترونية وجود اختلاف بينهما في العديد من النقاط وأهمها (٢) :

- المحررات الإلكترونية تكون مثبتة على دعامة إلكترونية، أما المحررات التقليدية فإنها تكون على دعامة ورقية مادية ملموسة.

- المحررات الإلكترونية لا تكتسب صفة الدوام والثبات وتكون البيانات التي تتضمنها قابلة للمحو والتعديل وتحتاج إلى برامج وتقنيات للحفاظ على هذه البيانات من التعديل أو التغيير، أما المحررات التقليدية فإنها تتمتع بالديمومة والثبات وعدم القابلية للتعديل.

- يمكن قراءة المحررات التقليدية بسهولة من دعامتها الورقية، أما المحررات الإلكترونية فإننا

نحتاج إلى برامج ووسائط إلكترونية لقراءتها، ويمكننا تشفير هذه المحررات بحيث لا يستطيع الاطلاع على محتواها إلا الأشخاص المخولين بذلك.

- إن الدعامة الإلكترونية للمحررات الإلكترونية تقبل تخزين حجم كبير من المعلومات والاحتفاظ بها لفترة زمنية طويلة ويمكن استرجاعها في أي وقت، أما المحررات التقليدية فإن دعامتها الورقية لا تتضمن إلا حجم محدد من المعلومات ويمكن الاحتفاظ بها مدة زمنية محدودة.

- المحررات الإلكترونية تتعرض لخطر التلف أو السرقة أو فقدان في حالة تعرض الوسيط الإلكتروني للاختراق أو الفيروسات، وكذلك فإن المحررات الإلكترونية تكون عرضة للتلف في أحوال معينة كالحرقيق أو عدم المحافظة عليها بشكل سليم.

يبدو لنا أن كلاً من المحررات التقليدية والمحررات الإلكترونية تتمتع ببعض المزايا ولها كذلك العديد من العيوب، وإذا أردنا المفاضلة بينهما فإننا سنجد أننا لا نستطيع في الوقت الحاضر التخلي عن أي منهما نظراً لأن كلاً منهما يؤدي دوراً هاماً في مجالات مختلفة.

## المبحث الثاني:

### التحديات القانونية المرتبطة بالشكلية

ارتبطت المحررات الورقية التقليدية بالشكلية في كثير من الأحوال في العصور القديمة، واستمرت هذه الشكلية تتمتع بالقوة في إثبات التصرفات القانونية حتى وقت قريب. لذلك سنتناول في هذا المطلب أهم التحديات القانونية التي تتعلق بالشكلية للمحررات التقليدية عند تطبيقها على المحررات الإلكترونية، وسنبين موقف التشريعات الحديثة منها، وذلك على النحو التالي:

### أولاً: الشكلية في العقود:

احتلت الشكلية في القوانين القديمة مثل القانون الروماني مركز الصدارة وكانت هي القاعدة لإبرام العقود وإجراء التصرفات القانونية؛ حيث لا يرتب العقد أو التصرف أثراً قانونياً إلا باتخاذها. وتراجعت القوانين الحديثة عن الشكلية لتصبح هي الاستثناء ويتقدم مبدأ الرضائية ليكون هو القاعدة التي تحكم إبرام العقود والتصرفات القانونية.

وتُعرف معظم القوانين العقد بأنه توافق إرادتين أو أكثر على إحداث أثر قانوني، سواء كان هذا



الأثر يتعلق بإنشاء الالتزام أو نقله أو تعديله أو إنهائه. وعلى الرغم من ذلك فإن القانون قد يفرض شكلاً معيناً لإبرام العقد، ومن ذلك اشتراط المشرع أن يكون العقد مكتوباً وإلا كان باطلاً مثل عقد الشركة والوصية.

إن قواعد الإثبات إما أن تكون قواعد شكلية خاصة بالإجراءات وتسمى أيضاً بالقواعد الإجرائية، وإما أن تكون قواعد موضوعية، ولا بد من التمييز بين هذين النوعين من القواعد لبيان مدى تعلقهما بالنظام العام في القانون القطري.

بالنسبة للقواعد الإجرائية فإنها تتعلق بنظام التقاضي، وتبين إجراءات سير الدعوى القضائية أمام القضاء، ولا شك أنها تتعلق بالنظام العام؛ لأن إجراءات التقاضي نظمها المشرع بقواعد ملزمة وليس للخصوم أن يغيروا فيها متى قرروا اللجوء للقضاء.

أما بالنسبة للقواعد الموضوعية في الإثبات وهي التي تتعلق بمحل الإثبات، وعلى من يقع عبء الإثبات، والطرق المتبعة في الإثبات. يبدو لنا أن هذه القواعد إنما وضعها المشرع لضمان حسن سير العدالة والتقاضي، ولصيانة حقوق الأفراد من الضياع، ومادام المدعى عليه يملك أن يقر بالحق المدعى به، فمن باب أولى يكون له التسليم بثبوت ذلك الحق في ذمته بشهادة الشهود. لذلك فإن هذه القواعد لا تُعد من النظام العام، وبالتالي يجوز للأطراف الاتفاق على مخالفتها، والنزول عن حقهم في الإثبات بالكتابة إلى أية وسيلة أخرى (٣).

#### ثانياً: موقف القانون القطري من الشكلية:

ترتبط الشكلية القانونية بالرسمية رغم وجود اختلاف بينهما؛ حيث إن الشكلية أوسع نطاقاً من الرسمية التي تُعد من صور الشكلية، ومثالها في العقود التي يتطلب القانون لانعقادها تصديق موظف رسمي كعقد الزواج، أو تسجيل العقد في السجل العقاري مثل عقد الرهن العقاري والحقوق الواردة على العقار، أو التسجيل في سجل خاص مثل السجل المخصص للسفن بالنسبة للعقود والتصرفات القانونية المرتبطة بالسفن مثل عقد إيجار السفينة أو عقد الرهن للسفينة وغيرها، وباعتبار أن هذه الشروط ترد في بعض العقود دون غيرها فإنها تسمى بالعقود الشكلية؛ حيث يتطلب القانون القيام بالشكل المطلوب لانعقاد العقد، وتكون بذلك الشكلية ركناً في العقد يسري عليها حكم باقي الأركان المطلوبة لإتمام العقد مثل الرضا والمحل والسبب. وقد تكون الشكلية ليست مطلوبة كركن في الانعقاد

إنما اشترطها القانون فقط للإثبات؛ حيث ينعقد العقد بدونها ولكن يستلزم إثباته بالقيام بها، مثل الكتابة المطلوبة لإثبات بعض أنواع العقود ومنها ما نصت عليه المادة (٢٦٠) من قانون المرافعات المدنية والتجارية القطري رقم ١٣ لسنة (١٩٩٠) على أنه:

” في غير المواد التجارية، إذا زادت قيمة التصرف على خمسة آلاف ريال، أو كان غير محدد القيمة، لم يجز إثبات وجوده أو انقضائه إلا بالكتابة، ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك. ويقدر الالتزام باعتبار قيمته وقت صدور التصرف «.

وتضمنت هذه المادة أنه في غير المواد التجارية، إذا زادت قيمة التصرف على خمسة آلاف ريال، أو كان غير محدد القيمة، لم يجز إثبات وجوده أو انقضائه إلا بالكتابة، ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك.

تمثل القاعدة القانونية التي تضمنتها المادة (٢٦٠)، القاعدة العامة للإثبات في المواد غير التجارية؛ أي في المسائل المدنية، وتعد هذه القاعدة من القواعد الموضوعية في الإثبات التي لا تتعلق بالنظام العام، ومن ثم يجوز للأفراد الاتفاق على مخالفتها، واشتراط الإثبات بشهادة الشهود في الحالات التي يوجب فيها القانون الإثبات بالكتابة، وبالمقابل يجوز الاتفاق على اشتراط الكتابة للإثبات في غير الحالات التي يتطلبها القانون للإثبات بالكتابة.

وبالنظر إلى نص المادة (٢٦٠)، يتضح لنا أنها تضمنت عبارة (ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك)، وهذه العبارة تدل على أن القاعدة القانونية هي قاعدة تكميلية؛ أي يجوز لأطراف التصرف القانوني الاتفاق على مخالفتها، والعبارة السابقة وردت للدلالة على الاستثناء من قاعدة الإثبات في المواد المدنية في حالتين هما: وجود اتفاق من الأطراف، وجود نص قانوني يقضي بغير ذلك.

وذهب اتجاه إلى التوسع في مفهوم الشكلية (٤) ويرى أن إظهار الإرادة والتعبير عنها لا يمكن أن يتم إلا بشكل معين؛ لذلك فإن كل تعبير عن الإرادة له مظهر شكلي خارجي للتصرف القانوني، ويرتّب عليه أن جميع التصرفات القانونية شكلية مادام التعبير عنها لا بد أن يكون بشكلية معينة تظهرها إلى الوجود المادي. ولا يمكن قبول هذا الرأي الأخير الذي يجعل كل التصرفات القانونية شكلية؛ حيث إن هناك فرقا كبيرا بين الشكلية القانونية وطريقة التعبير عن الإرادة؛ حيث إن الشكل أو الشكلية وإن كانت ترتبط بالتعبير عن الإرادة إلا أنها لا تمثل الإرادة ذاتها؛ حيث إن الإرادة تعبر



عن أمر باطني يكمن في النفس، ولا يمكن التعرف عليها إلا بإظهارها إلى العالم الخارجي في شكلٍ مادي محسوس لإحداث أثر قانوني.

ويمكننا أن نستنتج بأن أطراف العقد تطبيقاً لمبدأ الرضائية في العقود بإمكانهم التعبير عنها بأي طريقة كانت بشرط أن تكون واضحة الدلالة في التعبير عن القبول أو الرفض في إبرام العقد حتى ولو كان ذلك بالسكوت إذا ارتبط بتعامل سابق لأطراف العقد وفي ظروف معينة. وتضمن القانون القطري النص على أن الوقائع المادية يتم إثباتها بشهادة الشهود، بينما التصرفات القانونية يتم إثباتها بالكتابة. بيد أن المشرع القطري لم يتطلب الإثبات بالكتابة لكافة التصرفات القانونية، بل قصرها على التصرفات المدنية غير محددة القيمة أو التي تزيد قيمتها على خمسة آلاف ريال قطري.

#### ثالثاً: الشكلية في العقود الإلكترونية:

اعترفت التشريعات الحديثة بالكتابة الإلكترونية وأقرت مبدأ النظر الوظيفي الذي تضمنته قوانين الأونستيرال النموذجية للمساواة بين الكتابة الإلكترونية والكتابة التقليدية كوسيلة إثبات للعقود الإلكترونية، فهل يعني ذلك التضحية بمتطلب الشكلية القانونية لبعض العقود التي استقرت في النظم القانونية المختلفة.

وحدد القانون القطري للمعاملات والتجارة الإلكترونية نطاق سريانه في المادة الثانية منه التي نصت على أنه:

« تسري أحكام هذا القانون، على المعاملات التي تتم بين الأشخاص الذين اتفقوا على إجراء معاملاتهم باستخدام اتصالات إلكترونية.

ويجوز استنتاج موافقة الشخص على إجراء المعاملات باستخدام اتصالات إلكترونية من سلوكه الإيجابي.

ويجب أن تكون موافقة الجهات والأجهزة الحكومية صريحة، وذلك فيما يتعلق بالمعاملات الإلكترونية التي تكون طرفاً فيها.

ويجوز للجهات والأجهزة الحكومية المختصة إذا قررت تنفيذ أي من مهامها بواسطة الاتصالات الإلكترونية أن تحدد أية مواصفات أو شروط إضافية.”

نستنتج من النص السابق أن القانون القطري يسري على كل المعاملات الإلكترونية التي يتفق فيها

الأشخاص على إجرائها باستخدام اتصالات إلكترونية سواء كان الاتفاق صريحاً أم ضمناً، وكذلك يمكن للجهات والأجهزة الحكومية المختصة إذا قررت تنفيذ أي من مهامها بواسطة الاتصالات الإلكترونية ويكون لها تحديد أي شروط إضافية لم يتطلبها القانون بما ينسجم مع طبيعة هذه المهام.

ويذهب القانون القطري إلى الاعتراف بالعقود الإلكترونية كما تبين لنا، ولكنه يستبعد من أحكامه بعض الأنواع من العقود التي تُستثنى من الخضوع لأحكام هذا القانون لاعتبارات تتعلق بالشكلية الواجب اتباعها لإتمام هذه العقود.

وتنص المادة الثالثة من القانون القطري على أنه:

” لا تسري أحكام هذا القانون على المحررات والمستندات والمعاملات الآتية:

١- المحررات والمستندات المتعلقة بمسائل الأسرة والأحوال الشخصية.

٢- المحررات والمستندات المتعلقة بالتصرفات العينية الواردة على عقار.

٣- المحررات والمستندات التي يجب توثيقها وفقاً للقانون.

٤- الأوراق التجارية القابلة للتداول وفقاً لأحكام قانون التجارة.

ويجوز بقرار من مجلس الوزراء، بناءً على اقتراح المجلس الأعلى، ولاعتبارات المصلحة العامة، الحذف من الاستثناءات المنصوص عليها في الفقرة السابقة أو الإضافة إليها.”

يبدو أن المشرع القطري حدد بعض المحررات والمستندات التي تتم بإبرام عقود معينة وفقاً للنص السابق على سبيل الحصر، ومع ذلك فإنه يجوز بقرار من مجلس الوزراء، بناءً على اقتراح المجلس الأعلى، ولاعتبارات المصلحة العامة، الحذف أو الإضافة على هذه الاستثناءات. ويتبين لنا بأن المشرع القطري يذهب إلى التوفيق بين الاعتراف بالمحررات والمستندات الإلكترونية والإبقاء على الشكلية القانونية لبعض العقود المهمة لإبرامها بالشكل التقليدي دون الإلكتروني.

وأخيراً فإننا نرى أن القواعد العامة في الإثبات يمكن تطبيقها في الإثبات بالوسائل الإلكترونية عند الأخذ بالمفهوم الواسع لهذه القواعد والاستثناءات الواردة عليها، ويمكن للمشرع القطري التدخل بإصدار قانون خاص ينظم الكتابة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني، وكذلك تعديل بعض النصوص في قانون المرافعات المدنية والتجارية القطري للخروج من الخلافات الفقهية في مجال الإثبات بالوسائل الإلكترونية.



رابعاً: قانون التوقيع الإلكتروني وخدمات الشبكة السوري:

ذهب المشرع السوري في قانون التوقيع الإلكتروني إلى الاعتراف بالمعاملات الإلكترونية التي تكون موقعة إلكترونياً، وحدد نطاقها بالمعاملات المدنية والتجارية، وفي المقابل فإنه أقر بالمحافظة على الشكلية القانونية لأنواع معينة من العقود التي تحتاج إلى إجراءات معينة لتوثيقها وإتمامها، فنص على استثنائها من الخضوع لأحكامه.

ونصت المادة (١٢) منه على أنه:

« تسري أحكام هذا القانون على:

١. المعاملات المدنية والتجارية المحررة والموقعة إلكترونياً وفق الشروط الواردة في هذا القانون.

٢. المعاملات المحررة والموقعة إلكترونياً التي تعتمدها الجهات العامة.”

وتضمنت المادة السابقة القاعدة العامة التي تسري عليها أحكام قانون التوقيع الإلكتروني لتشمل المعاملات المحررة والموقعة إلكترونياً التجارية والمدنية، وتلك التي تعتمدها الجهات العامة دون تمييز نوع المعاملة.

وبذلك يكون المشرع السوري أخذ بالاتجاه الموسع لنطاق المعاملات الإلكترونية من حيث القاعدة العامة التي تمّ تحديد نطاقها بالاستثناءات التي نصت عليها المادة (١٢):

” باستثناء ما يُنصّ عليه بتعليمات خاصة تصدر عن مجلس الوزراء، لا تسري أحكام هذا القانون على:

١. الأوراق المالية.

٢. المعاملات والعقود والمستندات والوثائق التي تنظم بصورة معينة وفقاً لتشريعات خاصة، أو تُجرى بإجراءات محددة ومنها:

.. المعاملات المتعلقة بالأحوال الشخصية.

.. معاملات التصرف بالأموال غير المنقولة، ومن ذلك الوكالات المتعلقة بها وسندات ملكيتها وإنشاء الحقوق العينية عليها، باستثناء عقود الإيجار الخاصة بهذه الأموال.

.. لوائح الدعاوى والمرافعات وإشعارات التبليغ القضائية وقرارات المحاكم.”

يبدو أن المشرع السوري توسع في الاستثناءات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية التي تحتاج إلى توثيق، وبالتالي فإنه لم يعترف بالشكلية الإلكترونية وأدى ذلك إلى تضيق نطاق المعاملات الإلكترونية.

#### خامساً: قانون التوقيع الإلكتروني المصري:

تضمن قانون التوقيع الإلكتروني المصري النص على منح الكتابة الإلكترونية الحجية القانونية في الإثبات، وذلك في المادة (١٥) بأنه: ” للكتابة الإلكترونية وللمحركات الإلكترونية، في نطاق المعاملات المدنية والتجارية والإدارية، ذات الحجية المقررة للكتابة والمحركات الرسمية والعرفية في أحكام قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية، متى استوفت الشروط المنصوص عليها في هذا القانون وفقاً للضوابط الفنية والتقنية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون ”.

نستنتج من النص السابق أن المشرع المصري أقر باستخدام الكتابة الإلكترونية وسيلة في الإثبات ومنحها الحجية ذاتها المقررة للمحركات والكتابة التقليدية، ويدل ذلك على تطبيق مبدأ النظير الوظيفي، ويبدو أن النص السابق يتصف بالعمومية ولم يحدد فيه المشرع إمكانية اللجوء للكتابة الإلكترونية لصحة التصرف القانوني أم للإثبات فقط، واتجه الفقه القانوني المصري إلى تفسيره في نطاق ضيق باعتبار الكتابة الإلكترونية وسيلة للإثبات وليست أداة للانعقاد. ويبدو لنا أن هذا النص لا يمكن تفسيره دون الرجوع إلى المواد الأخرى التي تضمنها قانون التوقيع الإلكتروني المصري (٦) ، وسنوضح هذه المسألة بالتفصيل في الفصل الثاني من هذه الدراسة عند البحث في الحجية القانونية للمحركات الإلكترونية.

#### سادساً: القانون الفرنسي رقم ٢٣٠ لسنة (٢٠٠٠):

بعد صدور القانون الفرنسي رقم ٢٣٠ لسنة (٢٠٠٠) المعدل لبعض أحكام القانون المدني، والتي تتعلق بالمحركات والكتابة الإلكترونية وحجيتها في الإثبات، وكما سبق أن عرضنا تعريف الكتابة الإلكترونية في القانون الفرنسي، والشروط الواجب توافرها في المحرر الإلكتروني في الإثبات فإن الفقه القانوني الفرنسي انقسم في اتجاهين:

الاتجاه الأول: ذهب أنصاره إلى أن القانون الفرنسي أخذ بالكتابة الإلكترونية أداة إثبات فقط، وبالتالي لا يمكن الاستناد إليها باعتبارها ركناً لانعقاد العقد؛ حيث إن نص المادة (١٣١٦/١) لم يحدد إمكانية استخدام الكتابة الإلكترونية شرطاً لصحة إبرام العقد الإلكتروني.

الاتجاه الثاني: ويرى أنصاره أن القانون الفرنسي الجديد يوسع من مفهوم الكتابة الإلكترونية لتشمل الكتابة المطلوبة للإثبات والانعقاد؛ حيث إن نص القانون الفرنسي يتصف بالعمومية ولم



يُميز بين الكتابة المطلوبة للإثبات أو لصحة التصرف، وكذلك فإنّ المشرع يتطلب أن تستوفي المحررات الإلكترونية شروطاً محددة لمساواتها بالمحررات التقليدية (٧) .

ونرى بأنّ عمومية النصّ الفرنسي هي التي أدت إلى هذا الاختلاف الفقهي في تفسيره الأمر الذي دفع المشرع الفرنسي لمواجهة هذا الانقسام في الفقه القانوني فأصدر قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي رقم ٥٧٥ لسنة (٢٠٠٤)، وأقر فيه المشرع الفرنسي بالشكلية الإلكترونية صراحة وذلك في المادة (١١٠٨ - ١) التي تنص على أنه: ” عندما يكون متطلباً الكتابة لصحة التصرف القانوني، فإنه يمكن أن تنشأ ويتم حفظها في الشكل الإلكتروني، وفق الشروط المنصوص عليها في المادتين (١٢١٦-١)، (١٢١٦-٤)، وفي الفقرة الثانية من المادة (١٢١٧) عندما يتطلب الأمر سنداً رسمياً. وعندما يكون مطلوباً كتابة بخط يد الملتزم بالذات، يمكن لهذا الأخير أن يحرره في الشكل الإلكتروني إذا كانت شروط تحريره من شأنها ضمان عدم القيام به إلا بواسطة الشخص ذاته ”.

يتبين لنا من النص السابق اعتراف المشرع الفرنسي بالكتابة الإلكترونية ومنحها إمكانية تحقيق متطلب الشكلية القانونية في السند الرسمي، وكذلك في الأحوال الأخرى التي يكون فيها المحرر مكتوباً وموقعاً من الشخص الملتزم بنفسه؛ أي في المحرر العريفي.

نستنتج مما سبق أن المشرع الفرنسي أقر مبدأ عاماً بإجازة الشكلية الإلكتروني (٨) ، وأخذ بمبدأ النظر الوظيفي الذي نصت عليه قوانين الأونسيترال، وبذلك تكون الكتابة الإلكترونية معادلاً وظيفياً للكتابة التقليدية إذا تحققت الشروط التي يتطلبها القانون الفرنسي.

بيد أن المشرع الفرنسي استثنى من القاعدة العامة حالات محددة نص عليها في المادة (١١٠٨ - ٢) التي نصت على أنه:

” تستثنى من أحكام المادة (١١٠٨ - ١):

- ١- المستندات العرفية المتعلقة بقانون الأسرة والتركات.
- ٢- المستندات العرفية المتعلقة بالتأمينات الشخصية أو العينية ذات الطبيعة المدنية أو التجارية، إلا إذا كانت قد أبرمت من قبل شخص لحاجات مهنته ”.

يبدو أن المشرع الفرنسي ذهب إلى عدم التوسع في الاستثناءات حتى لا تفقد الكتابة الإلكترونية أهميتها في إبرام العقود الإلكترونية، وكذلك لم تشمل هذه الاستثناءات المحررات الرسمية التي اعترف بإمكانية تحقيقها بالشكل الإلكتروني.



## المبحث الثالث:

### سلطة القاضي في الترجيح بين المحررات

#### التقليدية والمحررات الإلكترونية كدليل في الإثبات

أدى التقدم التكنولوجي في مجال نقل البيانات الإلكترونية عبر وسائل الاتصال الحديثة والاستخدام المتزايد لها في المعاملات التجارية إلى حلول المستندات الإلكترونية بدلاً من المحررات المكتوبة. وقد يحصل تنازع أو تعارض بين المحررات الكتابية الورقية والمحررات الإلكترونية، فما هي الوسائل المتاحة أمام القاضي في الترجيح بين هذه المحررات؟

أقر المشرع القطري في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية القطري قاعدة عامة بتحقيق المساواة بين المحررات الورقية والمحررات الإلكترونية كأدلة مقبولة في الإثبات. بيد أنه لم يحدد أي وسيلة تمكن القاضي من الترجيح بينهما فيما لو حصل تنازع بين هذه المحررات. وفي غياب أي نص قانوني سواء في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية أو في قانون المرافعات المدنية والتجارية فإننا سنحاول إيجاد حلول من القواعد العامة في الإثبات في قانون المرافعات المدنية والتجارية القطري، ومن المفيد أن نعرض للحلول المتبعة في القانون الفرنسي لفض التنازع بين الأدلة الكتابية والإلكترونية في ضوء أحكام القانون المدني الفرنسي والتعديلات التي أدخلت عليه بالقانون رقم ٢٣٠ لسنة (٢٠٠٠).  
أولاً: موقف المشرع الفرنسي:

تضمنت المادة (١٣١٦) من القانون المدني الفرنسي في ضوء التعديلات التي أدخلت بالقانون رقم ٢٣٠ لسنة (٢٠٠٠) على أنه: « يكون الإثبات بالكتابة أو بالمحرر من تتابع أحرف أو عناصر كتابة أو أرقام أو أي علامات أو رموز تُعطي معنى يمكن فهمه، مهما كانت الدعامة التي تحملها وطريقة نقلها».

ويتضح لنا من النص السابق أن المشرع الفرنسي اعترف بالكتابة الإلكترونية كدليل في الإثبات دون تمييز بين الدعامة التي تثبت عليها بشرط أن تكون هذه الكتابة مفهومة وواضحة الدلالة (٩).

وأيضاً نصت المادة (١/ ١٣١٦) من القانون الفرنسي رقم ٢٣٠ لسنة (٢٠٠٠) على أنه:  
« يُقبل المحرر بالشكل الإلكتروني في الإثبات كالمحرر على دعامة ورقية، ويشترط أن يكون بالإمكان التحقق من هوية الشخص الصادر عنه وفقاً للأصول، وأن يوضع وتتم المحافظة عليه وفق شروط من شأنها أن تضمن سلامته »



ويؤكد النص السابق على أهمية المحافظة على سلامة المحرر الإلكتروني، ويتحقق ذلك بأن يكون خالياً من المحو أو الكشط أو التحشير، وعدم قابليته للتغيير أو التعديل بشكل يضمن سلامته من أي تحريف أو تبديل.

أما المادة (٢/ ١٣١٦) من القانون الفرنسي رقم ٢٣٠ لسنة (٢٠٠٠)، فقد نصت على أنه: ” عندما لا يحدد القانون مبادئ أخرى وفي حالة عدم وجود اتفاق صحيح بين الأطراف، يفصل القاضي بشأن النزاع في الإثبات بالكتابة بترجيح السند الأقرب للمعقول بكل الوسائل المتاحة أيأ كانت دعامته ”.

تبين المادة السابقة صراحة موقف المشرع الفرنسي بمنح القاضي سلطة واسعة في ترجيح السند الأقرب للمعقول في حالة وجود نزاع بين المحررات في الإثبات بالكتابة، ودون ترجيح أي محرر على الآخر بسبب الدعامة المثبت عليها، ويكون للقاضي في الترجيح أن يأخذ بأي وسيلة متاحة في إشارة منه إلى الأدلة الأخرى المتوفرة لدى القاضي، ويجب على القاضي أن يعلل السبب في ترجيح دليل على آخر، ويخضع في ذلك لرقابة محكمة النقض باعتبارها مسألة قانونية. ولكن استخدام القاضي للسلطة التقديرية لا يكون إلا في حالتين:

أولاً: عدم وجود مبادئ قانونية أخرى: أي عدم وجود نص قانوني ينظم الترجيح بين الأدلة الكتابية. ومثال ذلك عندما تكون الأدلة المتوفرة ليس لها ذات القيمة القانونية في الإثبات، كما لو كان المحرر الورقي من المحررات الرسمية والمحرر الإلكتروني من المحررات العرفية، فعندها لا بد من ترجيح المحرر الرسمي على المحرر العرفي أيأ كانت دعامته (١٠) .

ثانياً: عدم وجود اتفاق صحيح بين الأطراف: أي ألا يكون هناك اتفاق صحيح بين أطراف النزاع على ترجيح نوع من المحررات على الأخرى؛ وذلك تطبيقاً لمبدأ حرية الأطراف في تحديد وسيلة الإثبات باعتبار أن القواعد الموضوعية في الإثبات ليست من النظام العام على النحو الذي شرحناه من قبل، وهذا يدل على أن المشرع الفرنسي أكد على تطبيق هذه القاعدة في الإثبات الإلكتروني. ومثل هذه الاتفاقات كثيرة خصوصاً في حالة التعاقد الإلكتروني، وفي الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وتابع المشرع الفرنسي في المادة (١/ ١٣١٦) من القانون الفرنسي رقم ٢٣٠ لسنة (٢٠٠٠)، النص على مبدأ النظرير الوظيفي والمساواة بين المحررات الإلكترونية والمحررات الورقية؛ وذلك على النحو التالي:

« تتمتع الكتابة الإلكترونية بنفس القيمة الثبوتية للكتابة الورقية ».

وبذلك يكون المشرع الفرنسي حدد آلية الفصل في النزاع بين المحررات الورقية التقليدية والمحررات الإلكترونية بشكل واضح معتمداً على إرساء مبدأ النظرير الوظيفي الذي أقرته لجنة الأونسيترال (١١) . ونرى أن المشرع الفرنسي كان موفقاً في تنظيمه لحل النزاع بين المحررات الكتابية الورقية والإلكترونية وتفوق على الكثير من التشريعات التي سبقته في هذا السياق، وهو نموذج يحتذى به، وندعو المشرعين في الدول العربية أن تنتهج هذا المسلك لمنع أي خلاف فقهي في هذا الصدد.

#### ثانياً: موقف المشرع القطري:

ذكرنا أن المشرع القطري لم يتطرق في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية وقانون المرافعات المدنية والتجارية لآليات حل النزاع بين المحررات الكتابية الإلكترونية والورقية بشكل صريح، ومع ذلك فإننا نرى أن الحل الذي انتهجه المشرع الفرنسي يمكن تطبيقه في القانون القطري؛ لأنه يتوافق مع القواعد العامة في الإثبات.

وفي حالة وجود نزاع بين المحررات الكتابية الإلكترونية والورقية أمام القضاء القطري فإن حل النزاع يمكن أن يتم على النحو التالي:

- يجب على القاضي عدم التمييز بين المحررات على أساس الدعامة المثبتة عليها؛ فالمشرع القطري تبنى كقاعدة عامة مبدأ النظرير الوظيفي بين المحررات الكتابية.
- يتم الترجيح بين المحررات الكتابية الإلكترونية والورقية على أساس القيمة الثبوتية للمحررات المتنازعة، وتكون المحررات الرسمية حجة على الناس كافة ولا يجوز الطعن فيها إلا بالتزوير، وتأتي بعدها المحررات العرفية وتكون حجة على أطرافها، ولا تكون حجة على الغير في تاريخه إلا إذا كان لها تاريخ ثابت وهكذا بالنسبة لغيرها من المحررات.
- إذا كانت المحررات الكتابية الإلكترونية والورقية من النوع نفسه ولها الحجية القانونية نفسها، يتمتع القاضي بسلطة تقديرية واسعة في الترجيح بين هذه المحررات؛ وذلك وفقاً للقواعد القانونية التي تضمنها قانون المرافعات المدنية والتجارية القطري؛ حيث تختص المحكمة بتقدير صحة المحررات أو بردها وعدم الأخذ بها، ويجب على المحكمة في هذه الحالة أن تبين في حكمها الظروف والقرائن التي دفعتها لاتخاذ هذا الحكم (١٢) .

- باعتبار أن القواعد الموضوعية لقانون المرافعات القطري لا تُعد من النظام العام، فإنه يجوز للأطراف الاتفاق على مخالفتها، ما لم يوجد نص يقضي بغير ذلك، فإذا اتفق الأطراف على أن يكون إثبات العقد أو التسليم أو الدفعات بالمحركات الإلكترونية، كما هو الحال في الكثير من العقود الإلكترونية، فإن حصل تنازع بين المحركات الورقية والإلكترونية فإنه يتوجب على القاضي ترجيح المحركات الإلكترونية على المحركات الورقية؛ وذلك تطبيقاً لاتفاق الأطراف على الإثبات بالمحركات الإلكترونية. ومثال ذلك في العقود التي تبرمها شركات الاتصالات، حيث يتم الاتفاق بين شركة الاتصالات والعميل على إعلان العميل بالفواتير المستحقة عليه، وإيصالات الدفع ببطاقة الائتمان، عن طريق رسائل الجوال أو برسائل البريد الإلكتروني، فإن هذا الاتفاق يكون ملزماً للأطراف وفي حال التنازع بين إيصال الدفع الورقي ورسالة البريد الإلكتروني فإن الترجيح يكون لرسالة البريد الإلكتروني (١٣) .

ويبدو لنا أن المشرع القطري وضع القواعد العامة للإثبات بالوسائل الإلكترونية ولم يفصل فيها وترك للمجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات مهمة إصدار اللوائح والقرارات اللازمة لتنفيذ أحكام قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية القطري. ولم تصدر هذه اللوائح حتى تاريخ إعداد هذا البحث.

ونأمل من المشرع القطري أن يصدر قانوناً خاصاً للتوقيع الإلكتروني يفصل فيه الأحكام المتعلقة بالمحركات الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني؛ وذلك على غرار ما فعلته لجنة الأونسيترال عندما أصدرت القانون النموذجي للتوقيع الإلكتروني سنة (٢٠٠١)، بعد نظمت المعاملات والتجارة الإلكترونية في القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية سنة (١٩٩٦).

#### الخاتمة:

تناولنا في هذا البحث إشكالية تطبيق قواعد الإثبات التقليدي في ظل البيئة الرقمية وفقاً لأحكام القانون القطري والقوانين المقارنة، وبيّنا أهمية المحركات الورقية التقليدية في الإثبات، وتبين لنا أنه بالرغم من التوسع في استخدام المحركات الإلكترونية كدليل هام في إثبات المعاملات الإلكترونية إلا أنه لا يمكن الاستغناء عن قواعد الإثبات التقليدية التي استقرت لدى الأشخاص المتعاملين بها على فترة طويلة من الزمن. وتوصلنا في هذه الدراسة إلى العديد من النتائج الهامة التي سنعرض لها فيما يلي:

## النتائج:

أولاً: تحديد مفهوم الكتابة في قوانين الإثبات؛ حيث لم تتضمن تعريفاً للكتابة، وتصدى الفقه القانوني لهذه المسألة، وانقسم فقهاء القانون في اتجاهين:

الأول – الاتجاه الضيق: ويرى أنصار هذا الاتجاه أن الكتابة التي يتطلبها القانون في الإثبات هي الكتابة التقليدية التي تقوم على دعامة ورقية، وتكون في شكل مادي ملموس تتحقق فيه الوظائف التي يسعى المشرع إلى توفيرها في المحررات الكتابية، الرسمية والعرفية، التي تتصف بالديمومة والثبات.

الثاني – الاتجاه الموسع: يعترف أنصار هذا الاتجاه الحديث للكتابة بالتوسع في مفهومها التقليدي لتشمل الكتابة الإلكترونية التي تتضمنها المحررات الإلكترونية المخزنة على وسائط إلكترونية، ومنها التلكس والفاكس والبرق وتبادل البيانات الإلكترونية والبريد الإلكتروني ورسائل الجوال وغيرها (١٤).

ثانياً: تتمتع المحررات التقليدية والمحررات الإلكترونية ببعض المزايا ولها كذلك العديد من العيوب، وإذا أردنا المفاضلة بينهما فإننا سنجد أننا لا نستطيع في الوقت الحاضر التخلي عن أي منهما نظراً لأن كلا منهما يؤدي دوراً هاماً في مجالات مختلفة.

ثالثاً: أخذ المشرع القطري بمبدأ حرية الأطراف في الخضوع لوسائل الإثبات الإلكترونية، وترجع هذه الحرية لأطراف المعاملات الإلكترونية إلى مبدأ سلطان الإرادة فيما يتعلق بتكوين العقد وصحته. ويلاحظ أن المشرع القطري ذكر كلمة المعاملات في المادة الثانية من قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية مرتين دون تحديد طبيعة هذه المعاملة، هل هي معاملات مدنية أم تجارية؟ ويمكننا تفسير هذه الكلمة على عمومها بأنها تشمل المعاملات المدنية والتجارية معاً. وتبين لنا من خلال دراسة القواعد العامة في الإثبات وفقاً لأحكام القانون القطري بإمكانية تطبيقها في الإثبات بالوسائل الإلكترونية عند الأخذ بالمفهوم الواسع لهذه القواعد والاستثناءات الواردة عليها.

رابعاً: المشرع القطري حدد مفهوم الأصل في رسالة البيانات بأن يتوافر فيها شروط معينة تضمن سلامة الرسالة وإمكانية الاعتماد على المعلومات فيها، منذ الوقت الذي أُنشئت فيه للمرة الأولى في شكلها النهائي كرسالة بيانات، وحتى وقت الوصول إليها وعرضها. ولا بد من التأكد من أن رسالة البيانات لازالت مكتملة دون تغيير، باستثناء أي تغيير يطرأ نتيجة الاتصال أو تخزين أو عرض رسالة



البيانات والذي لا يغير من محتواها. ويجب أن يتوافر في رسالة البيانات إمكانية الوصول إليها، بما يتيح استخدامها والرجوع إليها، من قبل كل شخص له الحق في الوصول إليها واستخدامها. وفي حال تحققت هذه الشروط تكون رسالة البيانات أصلية ومكافئة للمحررات الكتابية الأصلية التي يتطلبها القانون في معاملات متعددة (١٥) .

خامساً: وفي حالة وجود نزاع بين المحررات الكتابية الإلكترونية والورقية أمام القضاء القطري فإن حل النزاع يكون على أساس عدم التمييز بين المحررات على أساس الدعامة المثبتة عليها؛ فالمشروع القطري تبني كقاعدة عامة مبدأ النظير الوظيفي بين المحررات الكتابية. ويتم الترجيح بين المحررات الكتابية الإلكترونية والورقية على أساس القيمة الثبوتية للمحررات المتنازعة، وإذا كانت المحررات الكتابية الإلكترونية والورقية من نفس النوع ولها نفس الحجية القانونية، يتمتع القاضي بسلطة تقديرية واسعة في الترجيح بين هذه المحررات، ويجوز للأطراف الاتفاق على ترجيح المحررات الإلكترونية على المحررات الورقية أو العكس، ويكون هذا الاتفاق ملزماً للقاضي باعتبار أن القواعد الموضوعية للإثبات في القانون القطري ليست من النظام العام ما لم ينص القانون على خلاف ذلك.

## الهوامش

١. البحث رقم ( UREP 13 - 111 - 5 - 029 ) الذي تمَّ إعداده بتمويل من الصندوق القطري لرعاية البحث العلمي برنامج UREP، وهو بعنوان: الإثبات بالوسائل الإلكترونية في القانون القطري، وشارك فيه ثلاثة طلاب من كلية أحمد بن محمد العسكرية:

المشرف العلمي الدكتور محمد سعيد إسماعيل

الطالب محمد صالح المري

الطالب مبارك السليطي

الطالب سعد الكواري

٢. راجع في تعريف الإثبات، د. فرج، توفيق حسن، قواعد الإثبات في المواد المدنية والتجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت سنة ٢٠٠٣، ص (٧). راجع أيضاً، د. منصور، محمد حسين، الإثبات التقليدي والإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية سنة ٢٠١٠، ص (٩).

٣. راجع في هذا المعنى للكتابة، د. عبد العالي، علي، حجية الرسائل الإلكترونية في الإثبات المدني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت سنة ٢٠١٣، ص (٤٠). وأيضاً، د. العبودي، عباس، تحديات الإثبات بالسندات الإلكترونية ومتطلبات النظام القانوني لتجاوزها، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت سنة ٢٠١٠، ص (٦٥).

٤. راجع، د. اسماعيل، محمد سعيد أحمد، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت سنة ٢٠٠٩، ص ص (٢٦٥ - ٢٧٠).

٥. راجع، د. فايد، عابد فايد عبد الفتاح، الكتابة الإلكترونية في القانون المدني بين التطور والأمن التقني، دار الجامعة الجديدة، سنة ٢٠١٤، ص ص (٦٠ - ٧٠).

6. See, Dr. Forder, Jay, and Dr. Quirk, Patrick, Electronic Commerce and the Law, John Wiley & Sons Australia, Ltd, Sydney 2001, p p ( 90-94 ).

7. See, Hans-Christoph, Voges, Ass. iur. Master's Programme in Law and Information Technology, 2001, Stockholm University. Contracting in the Electronic Environment in Germany and the European Union, Current Legal Situation and Perspectives for Consumers. Stockholm, January 19th, 2001, p p ( 50 - 55 ).



8. See, Dr. Chatterjee, Charles, E – Commerce Law (for Business Managers), Financial World Publishing, United Kingdom 2002, cit, p ( 20 ).
9. See, Kuusniemi, Leena, Master of Laws programme in Law and Information, Technology, ELECTRONIC SIGNATURES, 1999-2000, University of Stockholm, cit, p (9).
10. See, Dr. Forder, Jay, and Dr. Patrick Quirk, Electronic Commerce and the Law, John Wiley & Sons Australia, Ltd, Sydney 2001, cit, p p ( 80 - 88 ).
11. See, Noakes-Fry, Kristen, E-Signatures—Digital and Electronic: Perspective, 01 May 2002, Document Type: Technology Overview, Note Number: DPRO-91585, p ( 30 ).
12. Premier Ministre, Secrétariat général de la défense nationale Direction centrale de la sécurité des systèmes d'information Sous-direction des operations, Signature électronique Point de situation, MEMENTO, 25.08.04.
١٣. راجع، د. رشدي، محمد السعيد، حجية وسائل الاتصال الحديثة في الإثبات، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة ٢٠١٣، ص ص ( ٨٥-٩٠ ).
14. See, A Study by: C. Montaña, John, JD, R. Kain, John, Ma, Legal Obstacles To E-Mail Message, The Arma International Educational Foundation, October 19, 2003, P ( 15 ).
١٥. راجع، د. العبودي، عباس، الحجية القانونية لوسائل التقدم العلمي في الإثبات المدني، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، سنة ٢٠٠٢، ص ص ( ١٢٥ - ١٣٠ ).

## المراجع

### أولاً : باللغة العربية:

- ١- البحث رقم ( UREP 13-111-5-029) الذي تمَّ إعداده بتمويل من الصندوق القطري لرعاية البحث العلمي برنامج UREP، وهو بعنوان: الإثبات بالوسائل الإلكترونية في القانون القطري، وشارك فيه ثلاثة طلاب من كلية أحمد بن محمد العسكرية: المشرف العلمي الدكتور محمد سعيد إسماعيل الطالب محمد صالح المري، الطالب مبارك السليطي، الطالب سعد الكواري
- ٢- د. إسماعيل، محمد سعيد أحمد، ٢٠٠٩، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.
- ٣- د. العبودي، عباس، ٢٠١٠، تحديات الإثبات بالسندات الإلكترونية ومتطلبات النظام القانوني لتجاوزها، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.
- ٤- د. العبودي، عباس، ٢٠٠٢، الحجية القانونية لوسائل التقدم العلمي في الإثبات المدني، عمان: الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع.
- ٥- د. سادات، محمد محمد، ٢٠١١، حجية المحررات الموقعة إلكترونياً في الإثبات - دراسة مقارنة، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
- ٦- د. عبد العالي، علي، ٢٠١٢، حجية الرسائل الإلكترونية في الإثبات المدني، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.
- ٧- د. فايد، عابد فايد عبد الفتاح، ٢٠١٤، الكتابة الإلكترونية في القانون المدني بين التطور والأمن التقني، دار الجامعة الجديدة.
- ٨- د. فرج، توفيق حسن، ٢٠٠٢، قواعد الإثبات في المواد المدنية والتجارية، طبعة منقحة من قبل أعصام توفيق حسن فرج، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.
- ٩- د. منصور، محمد حسين، ٢٠١٠، الإثبات التقليدي والإلكتروني، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- ١٠- د. منصور، محمد حسين، ١٩٩٨، قانون الإثبات (مبادئ الإثبات وطرقه) ، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.



## ثانياً – باللغة الإنجليزية:

- 1- [www.ar.wikipedia.org/wiki](http://www.ar.wikipedia.org/wiki)
- 2 - Dr. Chatterjee, Charles( 2002), E – Commerce Law (for Business Managers), Financial World Publishing, United Kingdom.
- 3 - A. Froomkin, Michael (1998), Professor of Law, University of Miami School of Law;  
A Summer Research Grant from the University Of Miami School Of Law supported research. In 11/27/98, article 2b as legal software for electronic contracting — operating system or trojan horse?
- 4 - Dr. Forder, Jay (2001), and Dr. Quirk, Patrick, Electronic Commerce and the Law, John Wiley & Sons Australia, Ltd, Sydney.
- 5 - John C. Montaña, JD, John R. Kain, MA, Legal Obstacles to E-Mail Message, The ARMA International Educational Foundation, October 19, (20036 - Kuusniemi, Leena (1999-2000), Master of Laws programme in Law and Information, Technology, Electronic Signatures, University of Stockholm.
- 7 - Noakes-Fry, Kristen (2002), E-Signatures—Digital and Electronic:  
Perspective, 01 May (2002), Document Type: Technology Overview, Note Number: DPRO-91585.
- 8 - Voges, Hans-Christoph (2001), Master's Programme in Law and Information Technology, Stockholm University.  
Contracting in the Electronic Environment in Germany and the European Union, Current Legal Situation and Perspectives for Consumers. Stockholm, January 19th, (2001).

## ثالثاً – باللغة الفرنسية:

- 1 – Code civil Française. ed. (2014).
- 2 – Signature électronique Point de situation. Rapport presenter au Bureau conseilde PREMIER MINISTRE. Memento. version 0.94 (25.8.2014).

# حماية حق المؤلف علمه شبكة الانترنت دراسة تحليلية مقارنة في القانونين الفرنسي والامريكي

الدكتور عماد قطان  
كلية القانون - جامعة قطر

## ملخص البحث:

يختلف مفهوم ونطاق حق المؤلف بين القانونين الفرنسي والامريكي حيث ينتمي كل منهما إلى عائلتين قانونيتين مختلفتين. فبينما يعد شخص المؤلف هو محور حق المؤلف في القانون الفرنسي، فإنه بالمقابل يعد المصنف واستثماره هو مركز الثقل في القانون الأمريكي. وفي عصر المعلومات وبمواجهة التطور التقني، وما تشكله شبكة الانترنت من مخاطر على حق المؤلف، فإن كلا القانونين قد اتخذ خطوات تشريعية لمواجهة تلك الأخطار وذلك بسن قوانين خاصة لحماية حق المؤلف مستمدة من الاتفاقيات الدولية التي عالجت حماية حقوق المؤلف في عصر المعلومات.

الهدف من هذا البحث بعد استعراضنا للفرق بين مفهوم حق المؤلف في القانون الفرنسي والقانون الأمريكي، أن نبين كيف يمكن لقانونين، ينتميان إلى عائلتين قانونيتين مختلفتين في أصولهما ومفاهيمهما ومصطلحاتهما، أن يواجها المعطيات الجديدة والتطورات التقنية الحديثة، وهل يمكن لهذه المعطيات والتطورات أن تكون عامل تقارب بين القانونين؟



## **Abstract:**

The concept and the scope of copyright between the French and American laws, is different. While the author is focus of protection in French law, the work and its investment is the most important in American law.

The development of technology, especially Internet posed a threat on copyright. Both laws had taken legislative steps to address those risks and enacted special laws for the protection of copyright derived from international conventions which dealt with the protection of copyright in the information age.

The objective of this research is to show how a two laws, belonged to two different legal families, can faced with new technical developments, and if is it possible for these developments to be convergence between the two laws?

## مقدمة

حق المؤلف هو ذلك الفرع من القانون الذي ينظم حقوق المؤلفين على مصنفاتهم الإبداعية التي تتسم بالطابع الفردي، والتي يتم إنتاجها عن طريق نشاطهم الفكري، والتي توصف عادة بأنها أدبية أو موسيقية أو مسرحية أو فنية أو علمية أو سمعية-بصرية<sup>١</sup>.

في واقع الأمر، تقع على عاتق المؤلف مهمة شاقة تتمثل في التوفيق بين مصلحتين له متعارضتين: الأولى هي أمنية هذا المؤلف أن يكون معروفاً لدى أوسع شريحة من الجمهور مما يدفعه إلى أن ينشر ويوزع مصنّفه، ويتحمل بالتالي مخاطر أن النسخ أو الاقتباس من هذا المصنّف. والمصلحة الأخرى للمؤلف هي رغبته أن يُنسب هذا المؤلف إليه وحده مما يدفعه إلى الاحتفاظ بهذا المؤلف والتردد في نشره. من جانب آخر، فإن الفائدة التي يمكن أن تجنيها الدولة من نشر المؤلف تقاس بقدرته على التأثير في الحركة الثقافية والعلمية في المجتمع<sup>٢</sup>.

والسؤال المطروح هو هل تتخذ حماية المصنّفات الفنية والأدبية أسلوباً واحداً في الأنظمة القانونية المختلفة، وهل لحق المؤلف مفهوم واحد في هذه الأنظمة القانونية؟  
جواباً على التساؤل السابق نقول إنه على الرغم من أن قوانين حق المؤلف في النظامين القانونيين الروماني الجرمانى والأنجلوساكسوني<sup>٣</sup>، وهما النظامان القانونيان الرئيسان في العالم المعاصر، تقترب من بعضها بعضاً، فإنه يمكننا القول أن كلا النظامين يتناول حقوق المؤلف بطريقة وأسلوب فهم مختلفين.

إذا أخذنا بالقانونين الفرنسي والأمريكي كنموذجين بارزين يصلحان للمقارنة بين النظامين القانونيين المشار إليهما آنفاً، نجد أن الأول يجعل من شخص المؤلف مركز الثقل والموضوع المركزي والرئيس لكل حماية قانونية<sup>٤</sup>، لذلك فإن مجرد إبداع وإنتاج عمل فكري يمنح مؤلفه نوعين من الحقوق معنوية ومادية تسمى بحقوق المؤلف (droits d'auteur). بالمقابل، فإن المبدأ السائد في القانون الأمريكي هو إن كل إبداع يجب أن يوجه بطبيعته إلى الجمهور، ويجب على المؤلف، والحالة هذه، ولكي يستفيد من حماية محدودة ويمنع كل إعادة إنتاج لمصنّفه أن ينجز بعض الإجراءات، وهذا ما يعرف في النظام الأنجلوساكسوني بحق النسخ كترجمة حرفية لمصطلح (copyright)<sup>٥</sup>.

من جانب آخر، يعد من أهم التحديات التي يثيرها مجتمع المعلومات<sup>٦</sup> بناء إطار قانوني متماسك ومتوازن يستوعب التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويضمن في الوقت نفسه الحريات



والحقوق الأساسية للأفراد في البيئة الرقمية. وحقوق المؤلف إحدى الأمور الأساسية التي تدخل ضمن هذا الإطار.

إن ما يحتويه العصر الرقمي يتكون في جزء كبير منه من المصنفات التي تدخل في نطاق حماية حقوق المؤلف. وتحويل المصنفات العادية إلى مصنفات رقمية ووضعها على شبكة الانترنت لتصبح بمتناول كل شخص. وبفضل هذه التقنيات الحديثة، أصبح نسخ المعلومات يتم بشكل سريع جداً وبنوعية عالية، وأصبح بالإمكان إيصالها إلى كل مكان في العالم وبشكل غير محدود.

هذه الخصائص التي وفرتها وسائل التقنية الحديثة، وخاصة الشبكة العنكبوتية (الانترنت) مكنت من اختراق حواجز الزمان والمكان. فهذه الشبكة لا تعرف الحدود ولا يوجد لها تنظيم على مستوى العالم حتى الوقت الحاضر، وهذا لا يعني بطبيعة الحال وجود فراغ قانوني فهناك تنظيم قانوني لها في الكثير من بلدان العالم.

مع هذا التطور التقني السريع والكبير أضحت حقوق المؤلف مهدداً بإمكانية نشر المصنفات الأدبية والفنية وتداولها عبر شبكة الانترنت. ونتيجة لهذا التهديد فإن العديد من المحاولات، سواء كانت فنية أم تشريعية، لم تتأخر في الظهور سواء على مستوى دولي أو قطري.

وفي مجال حقوق المؤلف يحق لنا أن نسأل: هل تكفي التشريعات القائمة لحماية هذا الحق؟ وهل هي قادرة على استيعاب التطور الذي حصل في تبادل المعلومات عن طريق شبكة الإنترنت؟ وهل تشكل تلك التشريعات عاملاً مقنعاً أو رادعاً لأولئك الذين يريدون الاعتداء على حقوق المؤلفين للآخرين مستفيدين من التسهيلات التي تقدمها وسائل التقنية الحديثة؟

يبدو لنا أن المبادئ والقواعد القانونية لحق المؤلف قابلة للتطبيق في مجال الإنترنت، وليس هناك من حاجة إلى استبدالها جملة وتفصيلاً، على الرغم من أن بعض الأحكام بحاجة إلى تعديل أو إعادة ترتيب.

إن الهدف من بحثنا هذا هو محاولة الإجابة على الأسئلة السابقة من خلال دراستنا لحق المؤلف في القانونين الفرنسي والأمريكي، وأن نبين كيف يمكن لقانونين ينتميان إلى عائلتين قانونيتين مختلفتين في أصولهما ومفاهيمهما ومصطلحاتهما، أن يواجه المعطيات الجديدة والتطورات التقنية الحديثة. كل ما سبق يُحتم علينا أن نعرض لموضوعنا من خلال مبحثين اثنين: نخصص أولهما لدراسة

الإشكالية المتمثلة بوجود مفهومين مختلفين لحق المؤلف، والأخطار التي تمثلها التقنية الحديثة عليه. وسيخصص المبحث الثاني لدراسة الحلول التشريعية في كلا البلدين لمواجهة التطورات التقنية الحديثة وما تحمله من تحديات لحماية حق المؤلف.

## المبحث الأول

### إشكالية العلاقة بين حق المؤلف والإنترنت

تتمثل إشكالية العلاقة بين حق المؤلف، في كل من القانون الفرنسي والقانون الأمريكي، وشبكة الإنترنت في نقطتين اثنتين: النقطة الأولى هي وجود مفهومين مختلفين لحق المؤلف في كل من البلدين، أما النقطة الثانية فهي الآثار التي تخلفها التقنيات الحديثة وعلى الأخص شبكة الإنترنت على حق المؤلف.

### المطلب الأول: اختلاف مفهوم حق المؤلف في القانون الفرنسي والقانون الأمريكي

في فرنسا، ومنذ بدء تبلور مفهوم حق المؤلف، بدا واضحاً أن النظرة التي كرسها حق المؤلف تختلف عن مثيلتها في القانون الأمريكي، فالنصوص الأولى التي كرسها حق المؤلف وعلى الأخص مرسوم عام ١٧٩١ تعتبر أن أكثر حقوق الملكية قداسة هي الحقوق الفكرية. أما في الولايات المتحدة، وعند المطالبة بحق المؤلف الممنوح من الدستور الأمريكي لعام ١٧٨٧، ٩ فإن ما تم التركيز عليه هو تشجيع التقدم العلمي والتقني وذلك بمنح المؤلفين حقوقاً حصرية على مؤلفاتهم لمدة محددة، وبالتالي فإن كل النصوص والتشريعات المتعلقة بحق المؤلف في كلا النظامين القانونيين تستمد روحها من هذين المفهومين.

إن وجه الاختلاف بين مفهومي حق المؤلف في كل من فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية لا يقتصر على ناحية واحدة، بل يمتد ليشمل نواحي عدة سواء بالأصل التاريخي لكل منهما، أو في صاحب الحق، أو في مضمونهما:

أولاً- الأصل التاريخي: في فرنسا كان المرسوم الصادر عام ١٧٩١ هو أول نص يكرس حق المؤلف. وقد اعتبر هذا النص حق المؤلف من حقوق الملكية، بل من أكثر حقوق الملكية قداسة، نظراً لأنه ثمرة الفكر الإنساني. وقد أشارت لذلك محكمة النقض الفرنسية في حكم لها ١٠ بقولها أن للملكية الأدبية والفنية الخصائص نفسها لأي نوع آخر من أنواع الملكيات. وتضيف محكمة النقض أنه على الرغم



من أن المصلحة العامة تشكل قيداً على مدة هذا النوع من الملكية، إلا أنها تعد مالمأ منقولاً سواء من حيث قيمتها الأساسية، أو ما ينتج عنها، وهي بالتالي تضيف إلى الناتج الإجمالي للمجتمع. بعد الثورة الفرنسية ظهرت سبع قوانين بين عامي ١٧٩١-١٧٩٣ تعالج حق المؤلف، وبقيت هذه القوانين نافذة حتى عام ١٩٥٧، حيث صدر قانون يعد الأساس في مجال حقوق المؤلف، ليأتي قانون ٣ تموز لعام ١٩٨٥ والمتعلق بالمحنيين والمستثمرين، وبالبرامج الحاسوبية إذا تم تسجيلها قانوناً. وأخيراً القانون رقم ٩٢-٥٧٩ لعام ١٩٩٢ وهو قانون حماية الملكية الفكرية، والذي تبنى فعلياً نصوص القانونين السابقين ١١.

بالمقابل، وفي الولايات المتحدة الأمريكية تم تكريس حق المؤلف في الدستور الأمريكي والذي خول الكونغرس تشجيع التقدم العلمي والفنون النافعة عبر منح أصحاب الابتكارات حقوقاً حصرية على مبتكراتهم وكتاباتهم، وضمناً لمدة محددة عليها ١٢. وتجدر الإشارة إلى وجود العديد من التشريعات المتعلقة بحق المؤلف في الولايات المتحدة، تم جمعها ضمن مجموعة واحدة (Copyright Act) ووضعت ضمن المادة ١٧ في القانون الاتحادي ١٣.

وبالمقارنة بين القانونين، نجد أن حقوق المؤلف في القانون الفرنسي يركز على شخص المؤلف ويتجاهل إلى حد كبير المصلحة العامة المتمثلة باطلاع الجمهور على المصنفات الأدبية والفنية المختلفة. بينما يركز القانون الأمريكي وقبل كل شيء على مستثمر العمل الإبداعي. فهو ينظر إلى الأمور من جانبها الاقتصادي. ولعل هذا الاختلاف بين النظامين يعود إلى تكييف حق المؤلف فيهما: فبينما يُكَيَّفُ حق المؤلف في فرنسا على أنه حق من الحقوق المعنوية أو حق من الحقوق اللصيقة بالشخصية، وبالتالي تتجه الحماية فيه إلى الشخص المبدع، نرى بالمقابل أن حق المؤلف في القانون الأمريكي له طابع اقتصادي، وعليه يضي هذا القانون الحماية على الشخص الذي يستثمر العمل الإبداعي أي المستثمر. ونتيجة لذلك ينظر القانون الأمريكي إلى المصنف ١٤ على أنه منتج تجاري بحت قابل للتعامل كأى منتج آخر، وينظر إليه القانون الفرنسي كمنتج فكري بالدرجة الأولى ١٥. ولعل خير ما يدل على ذلك هو الترجمة الحرفية لمصطلح حق المؤلف في كل من اللغتين الإنجليزية والفرنسية والتي تنبئ إلى حد كبير عن مضمونه، فترجمة المصطلح الفرنسي (Droit d'auteur) تشير إلى مكانة المؤلف في النظام القانوني الفرنسي، في حين أن ترجمة المصطلح الإنجليزي (Copyright) أي حق

النسخ تشير إلى أهمية محل حق المؤلف واستثماره..!

ثانياً- المؤلف صاحب الحق: غني عن البيان أن المؤلف في القانون الفرنسي يحتل مكان الصدارة فيه، وهو لا يعترف إلا للشخص الطبيعي الذي أبدع المصنف، ولا يعترف بالملكية الأصلية لأشخاص آخرين إلا على سبيل الاستثناء فقط. فقد ميز قانون الملكية الفكرية في فرنسا بين ثلاث أنواع من المصنفات: النوع الأول هو مصنفات التعاون أو ما يسمى بالمصنفات المشتركة والتي تنتج من إبداع شارك فيه العديد من الأشخاص الطبيعيين. والنوع الثاني المصنفات المركبة وهي عبارة عن مصنفات جديدة أضيفت إلى مصنف سابق ولكن بدون الاشتراك مع مؤلف المصنف القديم. وأخيراً المصنفات الجماعية التي تم تأليفها بمبادرة من شخص طبيعي أو اعتباري، ويندمج عمل المشتركين في الفكرة العامة لهذا العمل، مع استبعاد إمكانية فصل كل عمل من المشتركين وتمييزه على حدة ١٦.

وإذا استعرضنا النصوص التي تتناول المؤلف في القانون الفرنسي نجدها تمثل خصائص الحق الذاتي على المصنف المعترف به قانوناً. وهذا الحق هو حق حصري يتمتع به المؤلف طوال حياته، ويستفيد منه الورثة بعد الموت إلى فترة زمنية، ليصبح المصنف بعدها حقاً للجمهور. فهذا قانون ١٧٩١ يكرس هذا الحق وينص على أن المؤلفات التي تعود لأشخاص أحياء لا يمكن أن يتم تمثيلها على المسارح العامة بدون إذن خطي ورسمي من قبل المؤلفين تحت طائلة المسؤولية. وتنص المادة ٥ منه على ورثة المؤلف يمتلكون مؤلفات مورثهم لمدة خمس سنوات بعد موت المؤلفين. وكذلك يكرس قانون ١٩ تموز لعام ١٧٩٣ الحق في استثمار المصنفات. فالمؤلفين للمصنفات الكتابية من كل نوع والرسامين يتمتعون طوال حياتهم بحق حصري في بيع وعرض وتوزيع مصنفاتهم ضمن أراضي الجمهورية الفرنسية، أو أن يتنازلوا عن ملكيتها ككل أو بجزء منها. وتنص المادة ٢ منه على أن ورثتهم أو خلفهم يتمتعون بنفس الحقوق لمدة عشر سنوات بعد وفاتهم. إن مشرع هذين القانونين قد اعتبر حق المؤلف حقاً طبيعياً، ودور المشرع هو إبرازه وتكريسه. لذلك فحق الملكية الأدبية والفنية لم يكن حقاً ابتدعه المشرع وإنما هو حق طبيعي ١٧.

لم يرد أي تعديل على التشريع الفرنسي خلال القرن التاسع عشر، ولكن الملكية الأدبية والفنية هناك أخذت بعداً دولياً بتوقيع معاهدة برن لعام ١٨٨٦ والتي كرست وأخذت بعين الاعتبار حماية المؤلفين



والمبدعين وأعمالهم نتيجة تداول أعمالهم الإبداعية في العالم. وقد جاء قانون ١١ آذار لعام ١٩٥٧ والذي قنن الاجتهاد القضائي في قرن ونصف بان أضفى الحماية على المؤلفين آخذاً بعين الاعتبار المعطيات التقنية والاقتصادية الحديثة لأشكال الفانون كافة منذ تشريعات الثورة الفرنسية. أما القانون الأمريكي فيمكننا القول أن حق المؤلف قد نشأ لصالح رب العمل أو المستثمر، وهو صاحب حق المؤلف في هذا النظام، لأن المبدع أو المخترع لم يكن بوسع فعل شيء بدون تدخل الشخص الذي استثمر هذا العمل. وهذا المستثمر قد يكون شخصاً طبيعياً أو شخصاً اعتبارياً، خلافاً للقانون الفرنسي، وهذا يعود إلى ما يعرف بعقد إجارة العمل أو الخدمة ١٨. وهذا العقد يعني بأن المصنفات المنتجة في إطار العقود التي تجيز نقل الحقوق إلى المستثمر. وهذا المبدأ ينظم أيضاً إمكانية التنازل الكلي عن الحقوق المستقبلية، وهذا ما يبدو صعباً في القانون الفرنسي ١٩، لأن ذلك يرتبط بخصائص الحق المعنوي للمؤلف، حيث يتصف هذا الحق بأنه مؤبد وغير قابل للتصرف وغير قابل للتقادم، وذلك لارتباطه بشخص المؤلف ٢٠.

وقد نصت المادة ل ١٢١-١ من قانون الملكية الفكرية الفرنسي بشكل واضح لا لبس فيه على أنه لا يمكن للمؤلف أن يتنازل كلياً عن مصنفاته المستقبلية. وبالتالي فإن أي شرط يتضمن تنازلاً عاماً في عقد لصالح رب العمل يمنحه حقوق المؤلف لمصنفات عائدة لعامل لديه، يعد باطلاً حتى ولو كان ذلك في معرض ممارسته لوظيفته. وحتى يكون التنازل في هذه الحالة صحيحاً فيجب أن يكون التنازل تدريجياً. وقد قضت محكمة النقض الفرنسية في قضية لها أن خاصية عدم التصرف أو عدم التنازل تعد من النظام العام، وبالتالي فإن ذلك يقتضي أنه لا يجوز التنازل المسبق والكلي عن حقوق المؤلف لشخص آخر في استخدام المصنف، وتوزيعه، وتعديله، وسحبه وانه حتى ولو تم ذلك فإن ذلك لن يؤدي إلى سلب المؤلفين حقوقهم المعنوية على مصنفهم ٢١.

وتتلخص وقائع هذه القضية أن مؤلفي وملحني أغنية مشهورة أبرموا عقداً خولوا بموجبه شركة أعمال موسيقية باستثمار هذه الأغنية بشكل مباشر، أو أن يعهدوا إلى طرف ثالث باستثمار جزئي وكلي لها، وذلك من حيث كلمات الأغنية أو الموسيقى أو كلاهما معاً، أو أن تشكل الأغنية كلياً أو جزئياً لموسيقى فيلم، أو عرض مسرحي، أو برنامج إذاعي أو تلفزيوني أو دعائي، وأو بأية وسيلة أخرى غير مشار إليها في العقد مع الحق الكامل في اية إضافة أو تعديل على هذه الأغنية. فيما بعد،

تم التنازل من قبل الشركة المتعاقدة إلى شركة أخرى عن كامل الحقوق المشار إليها في العقد، لتقوم الأخيرة بعد ذلك باستخدام موسيقى الأغنية مع أغنية أخرى أذيعت في محطات فرنسية عدة. وقد اعتبر مؤلفو الأغنية أنه لم يتم احترام مصنفهم، حيث تم تشويهه، وقد استجابت محكمة النقض لمطلبهم واعتبرت أن التنازل الكلي والمسبق للمؤلفين والملحنين لحقوقهم في استثمار واستخدام لحن وكلمات الأغنية، لا يعني التنازل عن حقهم المعنوي على مصنفهم والمطالبة بالتعويض في حال عدم احترامه من قبل المستثمرين ٢٢.

بالمقابل، فإن قانون الملكية الفكرية قد نص على بعض الاستثناءات على ما سبق حيث إنه يمكن لشركات النشر والتوزيع لحقوق المؤلف أن تتعاقد مع مقاولين بأن يمثلوا تلك الشركات بمصنفات الشركة الحاضرة والمستقبلية (المادة ل ١٣٢-١٨ من قانون الملكية الفكرية الفرنسي). وكذلك فإن اتفاق التفضيل الذي يعقد بين المؤلف والناشر والمتعلق بالتنازل عن حقوق المؤلف على المصنفات المستقبلية يعد صحيحاً إذا كان في حدود خمسة مصنفات (المادة ل ١٣٢-٤).

إن المصنف الذي يتم إبداعه في إطار عقد إجازة العمل هو المصنف الذي يبدعه أحد العاملين في إطار عقد عمله. وهو كذلك المصنف الذي يستخدم ضمن مصنف جماعي، أو كجزء من فيلم سينمائي، أو من مصنف سمعي بصري أو كترجمة.. وذلك إذا ما اتفق الطرفان صراحة في وثيقة مكتوبة، وموقع عليه من قبلهما على أن المصنف يعد عملاً تم بناء على عقد إجازة ٢٣. وحق المؤلف على مصنف محمي مملوكاً بصفة أصلية لمؤلف المصنف المذكور، أما المصنفات التي يتم تسجيلها على أساس عقد الإجازة فإن حق المؤلف يكون لرب العمل أو لكل شخص يتم إنتاج المصنف لمصلحته ٢٤.

ويبدو لنا من الأهمية أن نسلط الضوء على مفهوم المصنفات السينمائية في القانون الفرنسي، والتي تعد جزءاً من المصنفات السمعية البصرية، فقد نصت المادة ل ١١٢-٢ من قانون الملكية الفكرية الفرنسي أنه تسمى مصنفات سمعية بصرية كل من المصنفات السينمائية والمصنفات الأخرى التي تتكون من مشاهد متحركة لصورة مترافقة بصوت أو بدون صوت. ويحتاج إنشاء المصنفات السينمائية إلى مدة زمنية يساهم خلالها وعلى مراحل، عدد كبير من الأشخاص في إبداع وإنتاج هذا المصنف ٢٥. إلا أن التساؤل يثور حول طبيعة هذه المصنفات، فهل هي مصنفات جماعية (œuvres collectives)، أم مصنفات مشتركة (œuvres de collaboration)؟



تكون المصنفات مشتركة عندما يساهم مجموعة من الأشخاص الطبيعيين بتقديم كل منهم عمل يؤدي في النهاية إلى إنشاء مصنف جديد مركب من مساهمات وأعمال هؤلاء الأشخاص، وبحيث يمكن تمييز عمل كل منهم بشكل مستقل. أما المصنف الجماعي فينشأ بمبادرة من شخص طبيعي أو معنوي يقوم بنشر هذا المصنف باسمه وتحت إشرافه بحيث تمتزج مساهمات الأشخاص المشاركين ولا يمكن بالتالي تمييز عمل كل منهم بشكل مستقل عن مجموع المصنف ٢٦. ويعد القانون الفرنسي المصنفات السينمائية مصنفات مشتركة ٢٧، فهي تفترض مشاركة فعالة من الأشخاص المساهمين في المصنف لإخراج المصنف كعمل متكامل.

وتعد مسألة تحديد من يتمتع بصفة المؤلف من أهم المسائل التي تثار في المصنفات السينمائية، لذلك وضعت المادة ل ١١٢-٧ من قانون الملكية الفكرية قائمة من خمسة مؤلفين مفترضين في أي مصنف سينمائي، وهم كاتب السيناريو (الفكرة المكتوبة للفيلم)، كاتب الحوار، المؤلف الذي جعل النص ملائماً للفيلم السينمائي، مؤلف الموسيقى، المخرج ٢٨. ويلاحظ على هذا النص أنه قد استبعد المنتج من عداد المؤلفين المفترضين للمصنف السينمائي، وذلك على خلاف القانون الأمريكي، فالمنتج في القانون الفرنسي يستثمر ليس بصفته مؤلفاً، على اعتبار أنه غالباً ما يكون المنتج هو شخص معنوي (شركة إنتاج)، وبالتالي فهي مستبعد حكماً من صفة المؤلف، على أن ذلك لا يمنع في حال كان المنتج شخصاً طبيعياً أن يدعي صفة المؤلف إضافة إلى كونه مستثمراً، وذلك في حال قدم مجهوداً فكرياً إلى الفيلم الذي أنتجه ٢٩.

ويتمتع المصنف السينمائي بنوعين من الحماية، فمن جهة يتمتع المؤلفون جميعهم بالحقوق المعنوية على مصنفهم والذي يتمثل بأن ينسب العمل الذي ساهم به في المصنف له، على أن طبيعة المصنفات السينمائية أدت بالمشروع الفرنسي للنص في المادة ل ١٢١-٥ من قانون الملكية الفكرية على أن الحقوق المعنوية للمؤلفين في هذه المصنفات لا تمارس إلا بعد أن يكتمل المصنف، أي بعد إنجاز النسخة النهائية بالاتفاق بين مخرج ومنتج المصنف. ومن جهة أخرى يتمتع المؤلفون بالحقوق المالية والتي نصت عليها المادة ل ١١٢-٣ ب على أنه يتوجب على مؤلفي المصنف السينمائي بممارسة حقوقهم المالية عبر اتفاق عام يؤدي إلى إبرام عقد استثمار يوقع عليه جميع مؤلفي المصنف. إن التساؤل حول مكانة المؤلف في كلا القانونين يقودنا بشكل طبيعي إلى إلقاء نظرة على مضمون حق المؤلف فيهما.

ثالثاً- مضمون حق المؤلف: يمنح حق المؤلف صاحبه في كلا القانونين الفرنسي والأمريكي امتيازات مالية، في حين أن الحق المعنوي لا يمنحه إلا القانون الفرنسي فقط. والمصنفات المحمية في القانون الفرنسي هي كل عمل إبداعي يمكن أن يتمتع بحماية حق المؤلف من اللحظة التي يعتبر فيها أصيلاً. وقد عدت المادة ل ١١٢-٢ من قانون الملكية الفكرية المصنفات التي تتمتع بالحماية من كتب ومنشورات وأعمال أدبية وفنية وعلمية ومؤتمرات وأعمال موسيقية وسينما. فضلاً عما سبق، يمكن إضافة أعمال أخرى إلى القائمة السابقة فهي ليست قائمة حصرية، فقد أضفى القضاء الفرنسي حماية حق المؤلف على أعمال لم ترد في هذه القائمة مثل المصنفات السمعية البصرية المتعددة الوسائط ٣٠، والمواقع الالكترونية على الانترنت ٣١، أو على عروض الأزياء ٣٢. وتجدر الإشارة إلى أن عنصر الأصالة والابتكار المطلوب في المصنف المحمي، يرتبط بشخص المؤلف، وبالتالي فإن العمل الإبداعي وفقاً للمفهوم الأمريكي لحق المؤلف أكثر سهولة للتحديد حيث إن المصنف الإبداعي هو كل عمل لا يشكل صورة عن عمل إبداعي سابق، والذي يظهر حداً أدنى من الجهد الفكري.

وقد نصت المادة (ل ١٢٣-١) من قانون الملكية الفكرية في فرنسا على منح الحق الحصري للمؤلف في استثمار مصنفه تحت أي شكل كان هذا المصنف، وفي استغلاله مالياً. هذه الميزات المالية التي منحها القانون الفرنسي تتصف بأنها قابلة للتنازل والتحويل عن طريق التعاقد من المؤلف إلى الغير. وهذه الحقوق المالية تتمثل بحق الاستثمار الذي يخول المؤلف بأن يجيز أو يمنع كل استثمار على مصنفه وبأي أسلوب كان، وأن أي استثمار لهذا المصنف بدون إذنه يعد جرمًا يستوجب العقاب ٣٣. وهذا الاستثمار يمكن أن يتم من قبل المؤلف أو من قبل الغير بعد إذن المؤلف، وفي هذه الحالة يجب أن تكون موافقته خطية. وهذا الغير يعد خلفاً خاصاً للمؤلف، وهو إما ان يكون ناشراً أو منتجاً ٣٤. وحق الاستثمار يقسم بدوره إلى حقين: أولهما حق إعادة الإنتاج والذي يتعلق بالإجراءات المادية التي يتم اتخاذها على المصنف لإيصاله إلى الجمهور بشكل غير مباشر وذلك كالطباعة أو التصوير أو التسجيل ٣٥. وثاني هذين الحقين حق التمثيل والذي يمكن من إيصال المصنف بشكل مباشر للجمهور عبر أية وسيلة كتقديمه للجمهور، أو إذاعة المصنف عبر الإذاعة. والمعيار في التمييز بين الفئتين المتفرعتين عن الحق المالي، أي التمثيل وإعادة الإنتاج هو السيطرة على المحل المادي للمصنف. فعندما تكون هناك سيطرة مادية على المصنف فهو الحق في إعادة الإنتاج،



وعندما لا تكون هناك سيطرة مادية فنكون بصدد حق التمثيل.

يوجد كذلك نوعان من الاستثمار المالي: استثمار مباشر يحصل المؤلفون من خلاله على دخل مباشر يدفع لهم عادة من قبل المستهلكين، (كالكتب والأقراص المغنطة...)، أو عبر وسيط (مثل شراء حقوق وسائل الإعلام المرئية من قبل الموزعين). واستثمار غير مباشر لا يكون العائد فيها من المستهلكين الذين يشترون المصنفات أو البرامج، وإنما عبر آليات أخرى غير مباشرة، مثل العائد الناتج عن إعارة الكتب من مكتبة عامة.

أما ما يتعلق بالحماية المالية لحق المؤلف في القانون الأمريكي، فإنه قريب من نظيره القانون الفرنسي بإضافته الحماية القانونية على أصحاب المصنفات الأصليين، سواء كانت هذه المصنفات أدبية، أم فنية سينمائية، أم موسيقية، أم أعمال فنية. وهذه الحماية تنصرف إلى المصنفات المنشورة وغير المنشورة. وبشكل عام يمنح القانون الأمريكي لصاحب الحق على المصنف سلطة ممارسة، أو تخويل الغير الحق في ممارسة تصرفات عديدة وهي: إعادة إنتاج المصنف، إعداد المصنفات المشتقة من المصنف الأصلي، توزيع نسخ من المصنف إلى الجمهور (بيع- إيجار- إعارة- تنازل...) مهما يكن شكل هذا التوزيع، تمثيل هذا المصنف أمام الجمهور باتباع إجراءات معينة.

أما العنصر الثاني الذي يميز حق المؤلف هو وجود مصالح غير مالية للمؤلف مرتبطة بشخصه، وهذه المصالح غير المالية للمؤلف يجب حمايتها، وبالتالي منع استخدام للمصنف بدون إذن من مؤلفه، سواء كان هذا الاستخدام يسبب ضرراً أم لا.

ولقد أولى القانون الفرنسي مكانة متميزة للحق المعنوي وذكره قبل الحق المالي، فقد نصت المادة (ل-111-1 الفقرة الثانية) من قانون الملكية الفكرية على أن حقوق الملكية التي تقع على أشياء غير مادية تتضمن مزايا وحقوق لها طابع فكري ومعنوي.

والحق المعنوي يتميز بخصائص عديدة ٣٦ تتمثل في احترام اسم المؤلف وصفته، لمصنّفه وكذلك عدم قابلية هذا الحق للتجزئة أو الحجز أو السقوط بالنتقاد....

ويتفرع عن الحق المعنوي أن المؤلف هو الذي يسمح ويقرر متى يمكن نشر مصنّفه، وكذلك يملك حق نسب هذا المصنّف إليه، وهذا الأمر يكون مهماً عند استثمار المصنّف من قبل الغير. ومن حقه أيضاً أن يعترض على أي تعديل أو تحريف، أو تحوير لمصنّفه. وللمؤلف أن يسحب مصنّفه من الأسواق إذا

لحقه ضرر من توزيع هذا المصنف. وأخيراً له أن يدفع كل اعتداء على سمعته وشرفه. أما في الولايات المتحدة الأمريكية، فلا يوجد تنظيم متكامل لقواعد موجودة ضمن قوانين حق المؤلف تعنى بالحق المعنوي، وإنما اعترفت محاكمها ببعض الامتيازات التي يمكن أن تدخل تحت مفهوم الحق المعنوي كالحماية من المنافسة غير المشروعة، والحماية من التشويه عند نشر المصنف في طبعة تختلف كلياً عن الأصل ٣٧.

وبانضمام الولايات المتحدة الأمريكية إلى اتفاقية برن ٣٨ تم تعديل التشريع الاتحادي هناك ليتوافق مع أحكام الاتفاقية والتي تمنح المؤلف الحق في نسبة مصنفه إليه، وكذلك احترام مصنفه بشرط أن يكون هناك اعتداء على شرفه وسمعته، وهذا الحق يكون لمدة محددة ٣٩.

ويبدو أن القانون الأمريكي قد اقترب من القانون الفرنسي في هذه النقطة، إذ تم البدء في الولايات المتحدة الأمريكية الاعتراف بالحق الأدبي كما فعلت ذلك ولايتا كاليفورنيا ونيويورك حيث أصدرتا تشريعاً خاصاً يكرس حق المؤلف بشقيه المالي والأدبي فيما يتعلق بالمصنفات المرئية للفنانين لعام ١٩٩٠، ٤٠. وكذلك كرس الحق الأدبي للفنانين ضمن قانون فيدرالي في مجال المصنفات السينمائية، مما يسمح اليوم لكتاب السيناريو الأمريكيين بالمطالبة بمكانة مميزة لم تكن ممنوحة لهم من قبل في حال إعادة وتجديد الأفلام.

أما المشرع الفرنسي فقد وضع حدوداً في قانوني ١٩٥٧، و١٩٨٥ للحق الأدبي للمؤلف. فأعطى مدى واسع للحق الأدبي يتعارض، في الواقع، مع العوامل الاقتصادية للإنتاج السمعي البصري. وكي نتجنب إقدام مؤلف فيلم ما على عرقلة إنتاج الفيلم فقد نصت المادة (١٢١-٦) من قانون الملكية الفكرية الفرنسية على منع المؤلف من الاعتراض على المساهمة في الفيلم من قبل آخرين وذلك حتى الانتهاء منه. فضلاً عما سبق، فإن مفهوم المصنف الجماعي كما أسلفنا والذي عرفته المادة (١١٢-٢) من القانون بقولها أنه عندما يتخذ شخص ما المبادرة في إنشاء مصنف يشارك فيه آخرون، وكان من العسير التمييز بين هذه المشاركات في هذا المصنف وملكيته، فإن لكل شخص من هؤلاء كامل حقوق التأليف، وهذا يعني أن مفهوم حق المؤلف على النموذج الفرنسي قد تم تقييده ٤١. ولو طبقنا هذا المفهوم على الانتاج السمعي البصري، فإن ذلك يعني أنه من الممكن للمنتجين أن يكونوا هم فقط أصحاب حقوق المؤلف مادية كانت أم معنوية، وأن لهم مطلق الحرية باستخدام





## المطلب الثاني: أثر انتشار الملفات الرقمية على حق المؤلف

تتميز شبكة الانترنت كوسيلة اتصال عالمية، بأنها قادرة على الوصول إلى عدد غير محدود من الناس بأن واحد، وبأقل النفقات، وبدون قيود زمانية أو مكانية ٤٥. هذه الخصائص توفر بيئة ملائمة لتوزيع المصنفات الرقمية بشكل يماثل لتوزيعها بشكل مادي. وتحويل محتويات المصنف إلى شكل رقمي، مع إمكانية إيصالها وتوزيعها بتقنيات حديثة يشكل ثورة وتحديات يمكن أن يكون لها انعكاسات إيجابية في سوق العمل.

إن تحويل المصنف من مصنف عادي يتضمن نصاً أو تسجيلاً أو صورة يعني ببساطة تحويل تلك كله إلى سلسلة أرقام. وهذه التقنية يتم اتباعها منذ عام ١٩٨٠ عبر ما يسمى بالقرص الممغنط. وهذه التقنية تتصف بعدة مزايا وخصائص هي التي يمكن أن تشكل صعوبة إضافية عند تطبيق قوانين حق المؤلف، نظراً لما يمكن تخزينه من كم هائل من المعلومات على قرص صغيراً ٤٦ عن طريق تحويل النصوص الموجودة في مجلدات إلى أرقام وجعلها في متناول اليد، وفي أضيق مساحة ممكنة. ميزة أخرى للملفات الرقمية تتمثل في سهولة الاطلاع عليها والرجوع إليها. فمحركات البحث تسمح لنا، وخلال عدة ثوان، بالبحث في نصوص تبلغ ملايين الصفحات عن كلمة أو جملة، وفي تصنيفها بالشكل الذي نراه، وبسهولة فائقة.

ميزة ثالثة تضاف إلى ما سبق ذكره وهي إعادة إنتاج المعلومات واستخدامها في كل لحظة. فيمكن اقتباس واستخدام أجزاء من النصوص، أو أخذ نسخة كاملة عنها في لحظات، وبدون أية أخطاء. ولا يقتصر ذلك على النصوص بل يتعداه إلى الصوت والصورة سواء كانت ثابتة أم متحركة. ويلحق بهذه الميزة القدرة على المزج والتركيب بين نصوص مختلفة أو صور، ويمكن نسخ جزء من نص ووضعه في نص آخر ليكون هناك نص جديد في لحظات...

هذه الميزات تبرز بشكل كامل وصارخ إذا ما تم وضعها على شبكة الانترنت، حيث يمكن للملايين الناس أن يصلوا إلى الملفات وبسرعة كبيرة، وأن تقوم بنسخها وتحميلها وبشكل لا نهائي، وبدون تمييز المصنفات المنسوخة عن المصنفات الأصلية، وكذلك تعديل وتحويل وتحريف تلك المصنفات. ولعل ذلك هو الأثر الأهم الذي يتركه العصر الرقمي على حق المؤلف.

إن تحميل الملفات (Download) يعني نقل المعلومات من برامج، ومعطيات، وصور، وصوت، وفيديو من حاسب إلى آخر عبر قناة اتصال معينة. ويمكن القول بأن هناك طرق عديدة للاتصال، لعل



أهمها ما يدعى بـ «التشاركية بالملفات» أو (P2P) ٤٧ وهي نظام اتصال عبر شبكة الانترنت والتي تسمح بوضع مجموعة من الملفات، ومن كل نوع، وبمتناول جميع متصفحى الانترنت. وتعتمد تقنية (P2P) على امكانية جهاز الحاسب من جهة، وعلى سرعة خط الانترنت من جهة أخرى. وهذه التقنية تقسم إلى تقنية بسيطة (Pure P2P)، وتقنية مركبة (Hybride P2P). وتتميز التقنية الأولى بأن متصفحى الانترنت يتواصلون بدون وسيط، فيتم نقل الملفات بالتالي من شخص لآخر مباشرة. على أن هذه التقنية لا يوجد فيها مخدم لإدارة الملفات التي يمكن تحميلها، وعليه فإن عدد المستخدمين من هذه الخدمة لا يتجاوز اثنان أو ثلاثة أشخاص في وقت واحد. أما التقنية المركبة فهي أكثر تعقيداً، فهناك مخدم مركزي وظيفته تقديم معلومات للأشخاص الراغبين بتحميل الملفات المختلفة، وتزويدهم بعناوين الأشخاص الذين يعرضون الملفات التي يمكن تحميلها، وهذه التقنية تشكل، حسب العديد من الدراسات، تهديداً حقيقياً لحق المؤلف للفنانين والمنتجين. فمذ برنامج «نابستر» (Napster) ٤٨ عام ١٩٩٩ وحتى الوقت الحاضر فإن هذا النوع من البرامج يشهد تطوراً مذهلاً بحيث إنه لا يمكننا أن نشكل قائمة منها، فمنها اليوتيوب وشبكات التواصل الاجتماعي من الفيسبوك وتويتر وانستغرام.. على أن ما يجمع بينه أن هذه البرامج تتحول شيئاً فشيئاً إلى ظاهرة تشكل خطورة على حق المؤلف.

تقنية نابستر (Napster): كما أسلفنا فإن تقنية «نابستر» والتي تعرف بنظام الملفات التشاركية تسمح لأجهزة الكمبيوتر المرتبطة ببعضها عن طريق الانترنت بخلق مجموعة من الشبكات بين هذه الأجهزة لتبادل الملفات فيما بينها ودون المرور بمخدم مركزي، مما أدى في النهاية إلى حظر «نابستر» نظراً لخطورته على حق المؤلف ٤٩.

بعد حظر نابستر ظهر الجيل الثاني والثالث منه والذي اعتمد على برمجيات أكثر بساطة حيث انتشرت وبشكل لافت شبكات تتيح التشارك بالملفات الموسيقية وبأنواع أخرى من الملفات بين أجهزة كمبيوتر وبشكل مباشر وبسيط حيث يتم تشغيل البرمجيات بشكل متزامن ومن ثم يتم تحديد الملفات التي سيتم التشارك بها، وببدي الطرف الآخر رضاه عن التبادل لتبدأ بعدها عملية تحميل الملفات من جهاز إلى آخر أو إلى أكثر من جهاز.

ويحق لنا أن نسأل، هل تقنية (Napster) أو غيرها من التقنيات الأخرى غير شرعية بحد ذاتها؟ لا يمكن الإجابة على هذا السؤال إلا بعد استيعاب الطريقة التي تعمل بها تقنية (Napster) : فهذه

التقنية ليست موضع تساؤل عندما يتم تبادل ملفات غير محمية من خلال قوانين حق المؤلف، كتلك التي أصبحت في متناول الجمهور. ولكن عندما يتم تبادل ملفات مشمولة بالحماية، عندها تصبح التقنية غير شرعية... فالاعتداء على حق المؤلف يكون بتحميل الملفات بدون موافقة أصحاب حقوق المؤلف عليها، وهنا يكمن الاعتداء على الجانب المالي لحق المؤلف، وهو الاعتداء الرئيس الذي يتمثل في توزيع المصنفات. من جهة أخرى، فهناك اعتداء على الحق المعنوي حيث إن معظم الملفات التي يتم تبادلها عبر الانترنت هي ملفات مختلفة عن الملفات الأصلية، وهذا الاختلاف قد يكون مادياً بشكل تعديل أو تحوير أو تشويه أو تحريف في الملف، مما يعني اعتداء على حق نسبة المصنف إلى المؤلف، وأصحاب الحقوق المجاورة لأنه لا يعرف غالباً من هو المؤلف الأصلي لتلك الملفات. وكمثال على ذلك ادعاء متصفح الانترنت أنه صاحب أحد الملفات التشاركية.

أما فيما يتعلق باختلاف النسخ التشاركية عن النسخة الأصلية فلا يعني ذلك تحريف أو تغيير فيها، فهي في حقيقة الأمر ملفات لا تتطابق محتوياتها مع عنوانها. وكمثال على ذلك الادعاء بأن أحد الملفات الصوتية هو ملف فيديو. ففي هذه الحالة لا يوجد اعتداء إلا على الحق المعنوي للمؤلف والذي تم التشارك على مؤلفه. وفي كل الأحوال يستطيع المؤلف في الحالة السابقة الادعاء بأنه قد تم استخدام اسمه أو عنوان مؤلفه بشكل مخالف للواقع، وأن يطلب بناء على ذلك تعويضاً عن الضرر الذي لحقه جراء هذا الاستخدام.

إن تبادل الملفات عبر الانترنت يؤدي بشكل مباشر أو غير مباشر إلى تضرر مصالح المنتجين والملحنين والمؤلفين، وذلك عن طريق انخفاض أرقام المبيعات لأعمالهم ومصنفاتهم، سواء منها في السوق العادي أو عبر شبكة الإنترنت. وهذا لا يؤثر فقط على الملحنين والمغنين والمؤلفين كأفراد، وإنما يؤثر في أعمال واستثمارات شركات كبيرة تعمل في هذا المجال ٥٠.

إن مواجهة الاعتداءات التي تحدث على حق المؤلف عن طريق الانترنت ليست من البساطة بحيث أن التشريعات التي كانت سائدة تكفي لمواجهتها، مما اقتضى ابتداء تشريعات متخصصة لحماية حق المؤلف بمواجهة التطورات التقنية الحديثة، وذلك في فرنسا أو الولايات المتحدة.

## المبحث الثاني

### الحلول التشريعية لحماية حق المؤلف على شبكة الانترنت

بمواجهة التعديلات والتغيرات المرتبطة بالتطور السريع لتقنيات المعلومات، كان على المشرعين اتخاذ ردود فعل سريعة والتدخل عن طريق نصوص تشريعية حديثة لمواجهة تلك المسألة. هذه المواءمة التشريعية حدثت في الولايات المتحدة الأمريكية، وكذلك في فرنسا كجزء من الاتحاد الأوروبي.

إن حماية حق المؤلف بمواجهة التقنيات الحديثة تسمح بحماية الاشراف على المصنفات، وكذلك الاجراءات القانونية التي تتلاءم مع الظروف والمواقف الجديدة. وقد كانت اتفاقية المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) ٥١ من أهم الاتفاقيات الدولية على هذا الصعيد، والتي كان الهدف الرئيس منها إيجاد حماية قانونية ملائمة، ووسائل قانونية فعالة يمكن أن تستوعب معطيات التقنية الحديثة.

في عام ١٩٩٦ تبنت المنظمة العالمية للملكية الفكرية معاهدة حقوق المؤلف التي نصت في المادة ١١ منها على أن أطراف الاتفاقية يلتزمون بتوفير الحماية القانونية الملائمة، والوسائل القانونية الفعالة ضد الاعتداءات على حقوق المؤلف التي تتم عن طريق الوسائل التقنية الحديثة. هذه المادة تتبنى شبكة قانونية للحماية بمواجهة الوسائل التقنية أو إساءة استخدامها وذلك للمواءمة مع معاهدات المنظمة العالمية للملكية الفكرية. وقد تم في الولايات المتحدة الأمريكية، والاتحاد الأوروبي ومنه فرنسا، تبني تشريعات تحوي نصوص شبيهة لنصوص اتفاقيتي المنظمة العالمية للملكية الفكرية بمواجهة وسائل التقنية الحديثة، على اعتبار أن هذه النصوص تشكل ارضية أساسية لجهود الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي لإيجاد الحلول الملائمة لقضايا الملكية الفكرية في العصر الرقمي.

في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام ١٩٩٨ سُنَّ قانون حق المؤلف في الألفية الرقمية (DMCA) ٥٢ والذي يحوي نصوصاً قانونية جديدة متعلقة بحق المؤلف والتقنيات الحديثة. وفي عام ٢٠٠١ تبنت الجماعة الأوروبية توجيهات (Directives) خاصة بحق المؤلف والحقوق المجاورة له في مجتمع المعلومات ٥٣.

وقد تم إدخال هذه التوجيهات ضمن التشريع الفرنسي عبر قانون ”حق المؤلف والحقوق المجاورة في

مجتمع المعلومات“ (DADVSI) ٥٤ في الأول من شهر آب/أغسطس عام ٢٠٠٦ والذي يهدف في المقام الأول إلى الحفاظ على حقوق المؤلف بمواجهة تحديات ثورة المعلومات ٥٥. ونظراً للطبيعة الخاصة التي تغلب على المصنفات الرقمية، ونظراً لأن القواعد التقليدية لقوانين حماية حق المؤلف غير كافية، فإنها تحاط غالباً بتدابير حماية تقنية. على أنه كما يتم انتهاك القواعد التقليدية لحماية حق المؤلف، فإنه يتم أيضاً الاعتداء على تلك المصنفات عن طريق خرق تدابير الحماية التقنية لها ٥٦. لهذا السبب فإن التشريعات الخاصة بحماية حق المؤلف في العصر الرقمي تتضمن حماية مزدوجة: الأولى حماية مضمون حق المؤلف على تلك المصنفات، والثانية حماية قانونية استثنائية «لتدابير الحماية التقنية» والتي تهدف إلى الحيلولة دون خرقها.

**المطلب الأول: التأكيد على الحق الحصري لحق المؤلف واستثناءاته**

يعترف القانون الأمريكي لعام ١٩٩٨ للمؤلف بسلطة السماح أو المنع لكل فعل يتعلق بمصنّفه من نسخ أو تحوير أو توزيع أو تقديم للجمهور ٥٧.

هذا التعريف للحقوق الحصرية قريبة إلى حد بعيد من تلك التي اتبعت في فرنسا وفي أوروبا بشكل عام، وقد تم التأكيد عليها ضمن نطاق الاستثمار الرقمي من قبل المحاكم الأمريكية، فقد اعتبر الاجتهاد القضائي هناك أن النشر الرقمي يماثل نشر نسخ من المصنف بالمفهوم التقليدي. وبناء عليه فإن تحميل نسخ أو صور من مصنف يمثل نشر للمؤلف كما منصوص عليه في القانون الأمريكي. فضلاً عن ذلك، فإن مجرد نقل المعلومات عبر شبكة الانترنت يشكل تقديم للمصنف للجمهور على الرغم من المفهوم الخاص لمصطلح الجمهور سواء من حيث الزمان والمكان. وتبرز في هذا النطاق مسألة الاستثناءات على الحقوق الحصرية للمؤلف، فالقانون الأمريكي يعالجه بشكل مختلف عن القانون الفرنسي الذي ينص على قائمة حصرية من الاستثناءات. فالولايات المتحدة تعتمد على مبدأ الاستخدام العادل (Fair Use)، والذي يندرج ضمن نطاق أكثر مرونة وعملية بتركه هامشاً كبيراً للقاضي لإعمال سلطته التقديرية، والتي تختلف وتحدد بحسب كل حالة، وبحسب المصنف موضوع الحماية، ليقرر القاضي بعدها فيما إذا كانت هذه الحالة تخضع إلى الحقوق الحصرية للمؤلف أم لا ٥٨.

ويستند القاضي الأمريكي في تقديره م إذا كان الأمر يتعلق «بالاستخدام العادل» وبالتالي استبعاد





إلى المصنفات المحمية (DVD)، إذا كان دخولهم هذا واستخدامهم للمعلومات لأهداف تربوية. فضلاً عما سبق، وإلى جانب استثناء الاستخدام العادل للمصنف، يوجد مبدأ في القانون الأمريكي يقيد حق المؤلف، وهو مبدأ استنفاد حق المؤلف بمجرد بيع المصنف لأول مرة ٦٤. ومفاد هذا المبدأ أن حقوق صاحب حق المؤلف على مصنفه تتوقف بعد وضع النسخة الأولى في التداول، بحيث إنه لا يمكن أن يستفيد مالياً من النسخ اللاحقة للنسخة الأولى ٦٥. وتم تطبيق هذا المبدأ في المكتبات، ومحلات تأجير أشرطة الفيديو، إلا، هناك من رأى أن هذا المبدأ لا ينطبق على المصنفات التي يتم نشرها إلكترونياً، وهي المصنفات المعنية بقانون (DMCA)، حيث إن هذه المصنفات قد تم توزيعها وفقاً لاتفاقات ترخيص (License Agreement)، وليس وفقاً لحق المؤلف (Copyright) ٦٦.

في فرنسا تعد النسخة الخاصة استثناء على حق الاستثمار الحصري للمؤلف ولخلفه العام، وهي تهدف للحد من هذه السلطات وذلك لضرورات ثقافية. وقد سمح قانون حماية الملكية الفكرية الفرنسي ٦٧ للأفراد بأن ينسخ مصنفاً منشوراً محمياً بدون إذن مؤلفه، وذلك في نطاق استخدام خاص له. في المقابل فإن المستفيدين من هذا الاستثناء ملزمون بدفع رسوم على عملية النسخ هذه. وهذا يعني أن عملية الحصول على نسخة خاصة ليست مجانية تماماً، هذه الرسوم تشكل عائداً لصالح المؤلف وخلفه لهذا الاستثناء.

ويلاحظ أنه منذ إدخال هذا الاستثناء في القانون الفرنسي، فإن مفهوم النسخة الخاصة بقي مفهوماً فضفاضاً يمكن أن يضم تفسيرات ومعان واسعة سواء من حيث مده أو طبيعته أو طرق تطبيقه. وهذا المفهوم يأخذ منحى أكثر تعقيداً عندما تكون النسخة بالشكل الرقمي. فهل يمكن الحصول على نسخة خاصة من ملف موسيقي، وإذا كانت الإجابة نعم، فما مصير حق المؤلف؟

إن عدم وجود اتفاق على مفهوم النسخة الخاصة سبب صعوبات أمام المحكمة، ونضرب لذلك مثلاً حكم محكمة الاستئناف الصادر في ١٠ آذار/مارس ٢٠٠٥، ٦٨. وقد أثار هذا الحكم جدلاً وانتقاداً بسبب تبرئته للمدعى عليه الذي كانت قد تمت ملاحقته لتحميله أكثر من ٥٠٠ فيلم، وقد استتدت المحكمة في تبرئته على استثناء النسخة الخاصة. وبحسب المدعين وهم النقابة الوطنية لنشر أفلام الفيديو فإن قضاة المحكمة لم يبحثوا فيما إذا كان التحميل أو النسخة التي تم أخذها من المدعى عليه قد تم من مصنف شرعي أم لا. وبالواقع فإن هؤلاء القضاة لم يقوموا بأي إجراء لتحديد فيما إذا كانت النسخة قد تمت من المصنف الأصلي أو عبر التفاعلية التشاركية p2p. هذا



الحكم قد تناقض مع حكم آخر صادر عن محكمة بداية باريس (٤ مايو/أيار ٢٠٠٢)، والذي أدان شاباً لتحميله بشكل غير قانوني ملفات عبر الشبكة التشاركية p2p وكذلك حكم محكمة بداية باريس ٤ أيار ٢٠٠٢ والذي يتضمن أن النسخة المأخوذة من المصنف الرقمي يمكن أن تشكل اعتداء على الاستثمار العادي لهذا المصنف.

في كل الأحوال لا يمكن أن تنتقد هذا الحكم بشكل كامل لأنه قد صدر في غياب تحديد قانوني دقيق لمفهوم تحميل الملفات والنسخة الخاصة، والذي أدى بقانون حق المؤلف والحقوق المجاورة في مجتمع المعلومات " (DADVSI) أن يدخل تعديلات تخص على وجه التحديد الحق في استثمار المصنفات وحدد شروط ذلك كما يلي ٦٩:

إن إنتاج المصنف أو تقديمه للجمهور ضمن نطاق التعليم والبحث يكون بمقابل مبلغ مقطوع (اعتباراً من ٢٠٠٩/١/١)، وكذلك الأمر بالنسبة للمصنفات الموجهة للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة (المادة ١ من قانون حق المؤلف، والمادة ٢ للحقوق المجاورة والمادة ٣ المتعلقة باستخدام أو إعادة استخدام قواعد المعطيات ضمن هذا الإطار.

إن إنتاج المصنف عبر الصحافة بشكل جزئي أو كلي مسموح به ضمن هدف محدد وهو إعطاء معلومات فورية، وذات علاقة مع المصنف، مع شرط الإشارة بشكل واضح إلى اسم المؤلف. التخزين المؤقت للمصنفات والذي يتم على سبيل المثال من قبل مزودي خدمة الانترنت بهدف تحسين الولوج إلى مصادر الشبكة.

الحركة الحرة للمعلومات التي تأخذ الصفة التجارية ضمن اقتصاديات دول الاتحاد الأوروبي. الاختبار المكون من ثلاث خطوات هدفها إخضاع الاستثناءات إلى حقوق حصرية مرحلي، والخطوة الأولى هي كون الاستثناء حالة خاصة، ومن تكون الخطوة الثانية بوضعه موضع التطبيق بحيث لا يؤثر على الاستخدام العادي للمصنف، والخطوة الثالثة هو أن لا يسبب الاستثناء أي ضرر على المصالح المشروعة لصاحب المصنف ٧٠.

مقتنياً أثر القانون الأمريكي فإن قانون «حق المؤلف والحقوق المجاورة في مجتمع المعلومات» (DADVSI) نص في المادة ٢٤ والتي أصبحت المادة ٣٣٥-٢-١١ في قانون الملكية الفرنسي على عقوبات ضد من يقوم بأي انتحال واعتداء على برامج تبادل الملفات التشاركية عبر الانترنت، حتى

ولو كان لغايات خاصة. إلا أن المجلس الدستوري الفرنسي سرعان ما قرر بأن هذه المادة مخالفة للدستور معللاً قراره أنه لما كان نشر الملفات والمصنفات عن طريق آخر غير الانترنت لا يعاقب عليه قانون الملكية الفكرية، فإن طريقة نقل الملفات وهي "الانترنت" لا يبرر المعاقبة عليها ما دام تم لغايات خاصة، وأنه بالنص على مثل هذه العقوبات فإن هذه النص يكون مخالفاً للدستور لإخلاله بمبدأ المساواة أمام قانون العقوبات ٧١.

ونتيجة للقرار السابق فإن النص القديم الذي يستثني النسخة الخاصة من العقوبات بقي ساري المفعول فيما يخص نقل الملفات عبر الانترنت، مما اعطى انطباعاً لدى الجمهور وخصوصاً فئة الشباب، أنه بالإمكان خرق القانون دون التعرض إلى أية عقوبة ٧٢. وقد قاد هذا الأمر المشرع الفرنسي إلى ابتكار نظام خاص مهمته أولاً للحيلولة دون تحميل الملفات بشكل غير قانوني عبر شبكة الانترنت، وثانياً تشجيع النشر والابتكار عبر الانترنت عبر خلق ضمانات كافية للمؤلفين والمبدعين. ولهذا الغرض تم إنشاء سلطة إدارية مستقلة لنشر المصنفات وحماية الحقوق عبر شبكة الانترنت، وتسمى اختصاراً (HADOPI) ٧٣. وضمن هذه السلطة تم إنشاء لجنة فرعية مؤلفة من عدة قضاة لحماية الحقوق منحت سلطات إجراء تحقيق والعمل على ضمان احترام كل شخص مشترك في شبكة الانترنت لالتزاماته. وهي توجه ملاحظات إلى المشتركين الذين تحوم حولهم الشكوك بتحميلهم ملفات بشكل غير قانوني وذلك عن طريق إنذارهم بالبريد الإلكتروني. وفي حال تكرار المخالفة فإن ذلك يؤدي إلى اتخاذ إجراءات عقابية بعد استدعاء المخالف قد تؤدي إلى منعه من الدخول إلى شبكة الانترنت خلال شهرين.

ولاستكمال النقص سرعان ما صدر فيما بعد قانون جديد يضيف ويعدل ويكسر الحماية الجنائية لحقوق الملكية الأدبية والفنية على الانترنت وسمي هذه القانون ب (HADOP2)، وكذلك صدر قرار من المجلس الدستوري حول هذا الأمر ٧٤. وعلى الرغم من ذلك فلم تحقق هذه القوانين والقرارات النجاح المطلوب على الصعيد العملي، مما دعا الحكومة الفرنسية لتشكيل لجنة تستقبل المقترحات اللازمة لمراجعة القوانين والتشريعات الخاصة بحماية حق المؤلف على شبكة الانترنت ٧٥.

#### المطلب الثاني: التدابير التقنية للحماية

إذا كانت الثورة الرقمية تفتح آفاقاً جديدة في الاستثمار الثقافي، فهي تؤدي أيضاً إلى أن تصبح



حماية حق المؤلف أكثر صعوبة. فالشبكات الالكترونية والتقنيات الرقمية تقدم إمكانيات كبيرة لجهة توزيع نسخ من المصنفات المحمية. وفي هذا السياق تم تطوير وسائل تكفل حماية حق المؤلف. ومن أهم هذه الوسائل التدابير التقنية التي تتيح، من جهة، تحديد المصنفات التي يمكن نشرها على الشبكة، وتتيح، من جهة أخرى، الرقابة على استخدام هذه المصنفات. على أن فعالية مثل هذه التدابير يعتمد على وجود نظام قانوني يضبطها ويجعلها محايدة. وضمن هذا التوجه تدرج اتفاقيات المنظمة العالمية للملكية الفكرية والمصدقة من كل من فرنسا والولايات المتحدة، وهذه الاتفاقيات تفرض على أطرافها تبني إجراءات وتدابير تهدف إلى فرض الجزاء على الانتهاكات التي تقع على حقوق المؤلف.

قام القانون الأمريكي في الألفية الرقمية لعام ١٩٩٨ بتعديل القانون الأمريكي السابق لعام ١٩٧٦ (Copyright Act) عبر إدخاله متطلبات التقنية واستثمار المصنفات. وقد تضمن هذا القانون عنصرين: الأول يسمح بإدخال إجراءات تقنية تهدف إلى حماية المصنفات والتي تركز بالتالي الحقوق الحصرية للمؤلف على مصنفه في البيئة الرقمية. أما العنصر الثاني فهو مسؤولية مزود خدمة الانترنت في حالات التزوير ٧٧.

وقد أدخل القانون الأمريكي DMCA نظاماً معقداً يقوم على التمييز بين ثلاثة أنواع من الانتهاكات، أولها إبطال التدابير التقنية التي تمنع الوصول عبر الشبكة إلى المصنف المحمية. وثانيها الاتجار بالأجهزة التي يمكن أن تكسر الرقابة على الوصول، وأخيراً الاتجار بالأجهزة التي تستخدم في إبطال الإجراءات التقنية التي تحمي حقوق المؤلف من نشر لمؤلفه أو توزيعه ٧٨.

ويميز القانون الأمريكي بين التدابير التقنية التي تهدف إلى حماية حقوق المؤلف والتي تمنع المستخدمين، الذين يطلعون على المصنف، من استخدامه خارج الإطار المسموح به من قبل أصحاب الحقوق. وتدابير أخرى فنية تقيد الدخول إلى المصنف أو إلى أية نسخة منه. وحول هذه النقطة الأخيرة فإن DMCA قد خرج عن النظام الأمريكي التقليدي لقوانين حق المؤلف، حيث إنه قد جرم الفعل الذي يؤدي إلى إبطال التدابير التقنية التي وضعت للرقابة على الدخول إلى نسخة أو صورة من المصنف، وبالتالي فهو أدى إلى التوسع في نطاق حماية حق المؤلف. فالقانون الأمريكي يوفر بشكل ملموس الرقابة الفعالة على استخدام كل نسخة من المصنف بما فيها الصورة التي

تم الحصول عليها من قبل المستخدم. وتغطي المزايا الممنوحة لصاحب حق المؤلف إنتاج المصنف وتوزيعه وتعديله وتسويقه أمام الجمهور. أما خارج إطار هذه الأفعال، فإن الحصول على صورة من المصنف جائز بشرط استخدامها بشكل شخصي أو بغرض إعارتها، أو تقديمها ضمن إطار العائلة. بقي أن نقول أنه على الرغم من أن القانون الأمريكي يتضمن العديد من الإجراءات المتخذة للوصول إلى شبكة الانترنت والتي تهدف إلى حماية الحقوق المتعلقة بالمصنفات، إلا أنه في واقع الأمر لا يتم اللجوء إلى التدابير الفنية لحماية الحقوق بحد ذاتها، وإنما لحماية البرمجيات من الناحية الفنية فقط<sup>٧٩</sup>. على أنه عندما يتم منع الوصول إلى الشبكة عبر الإجراءات التقنية، فإن تجريم الاعتداءات على هذه الإجراءات يكون واضحاً وصريحاً حتى في حالة ممارسة الحقوق الشرعية، والتي يمكن أن تصنف على أنها اعتداءات<sup>٨٠</sup>.

في فرنسا أضاف قانون «حق المؤلف والحقوق المجاورة في مجتمع المعلومات» (DADVSI) تدابير تقنية متبنياً ما ورد في اتفاقية المنظمة العالمية للملكية الفكرية، والتوجيهات الأوروبية. وهذه التدابير قد تتمثل بمنح رمز خاص للولوج إلى المصنف (code)، أو بعملية تشفير، أو تشويش كالذي متعلق بشبكات التلفزيون الرقمية، والمحطات الخاصة<sup>٨١</sup>. ومن الناحية العملية فإن هذه التدابير تهدف إلى منع، أو الحد من استخدام المصنف. فالتدابير التقنية تسمح بتحديد مؤلف المصنف عبر وضع سلسلة من الإجراءات الالكترونية. تشكل جزءاً مما يسمى نظام إدارة الحقوق الرقمية (DRMs)<sup>٨٢</sup>. وهذا النظام يسمح بإدارة وتوزيع محتوى رقمي وهو لهذه الغاية يضع تدابير حماية تقنية، ويقوم بالوقت ذاته على قاعدة بيانات تحتوي المعلومات الضرورية لتحديد محتوى المصنف ومن هم أصحاب الحقوق عليه، وكذلك الحصول على الإذن والترخيص (License)، لاستخدام المصنف، وطريق استخدامه. وكمثال على ذلك أنظمة إدارة الحقوق الرقمية على منتجات مايكروسوفت (ويندوز)، والتي تتطلب لتشغيلها الحصول ترخيص يحوي الرموز وكلمات المرور والتي تسمح برفع الحماية على محتويات الملف، وذلك عبر الاتصال مع الموقع الذي يحوي هذا الترخيص للحصول على حق قراءة واستخدام محتوى هذا الملف<sup>٨٣</sup>.

وقد أدخل القانون الفرنسي نوعين من التدابير، والتي تختلف من حيث التطبيق ومن حيث الهدف، وهي التدابير التقنية للحماية المنصوص عنها في المادة ل ٣٢١-٥ من قانون الملكية الفكرية، وتدابير



تقنية لمعلومات المصنف المنصوص عليها في المادة ل ٣٣١-٢٢.

فيما يخص النوع الأول من التدابير فقد عرفها القانون على أنها كل تقنية، وأو وسيلة تمنع أو تحدّ، ضمن الإطار العادي لتشغيلها، الاستخدام بدون إذن أصحاب حق المؤلف أو الحقوق المجاورة لحق المؤلف ٨٤. من هذا التعريف يمكن لنا أن نميز بين وظيفتين اثنتين للتدابير التقنية: أولهما مراقبة وضبط الدخول والولوج إلى المصنف، وثانيهما الحد من استخدام المصنف بعد الدخول إليه. وهذان الإجراءان ولو أنهما مستمدان من التقنية ذاتها، إلا أنهما يقومان بحماية حقوقاً مختلفة، فالأول يمنع الأشخاص غير المرخص لهم من دخول وفتح المصنف المحمي بحق المؤلف، أما الثاني فيحد من استخدام واستغلال المصنف حماية لحقوق الاستثمار التي يتمتع بها المؤلف، بما فيها من حق التمثيل، وإعادة الإنتاج.

والنوع الثاني من التدابير هي التدابير التقنية لمعلومات المصنف (MTI) ٨٥، وهي تضم كل معلومة تم تقديمها بشكل الكتروني من قبل صاحب حق المؤلف، والتي تسمح بتحديد المصنف، وشروط استخدام واستعمال المصنف.

وكما فعل القانون الأمريكي، فقد نص القانون الفرنسي على عقوبات ضد من يقوم باعتداء على التدابير التقنية، بحيث يقوم بأفعال من شأنها تحريف أو تحييد، أو حذف تدابير الحماية والرقابة. وتدرج هذه العقوبات حتى تصل إلى غرامة ٣٠ ألف يورو والسجن لمدة ستة أشهر ٨٦.

## خاتمة

لقد بينا في الصفحات السابقة أن مفهوم حق المؤلف في كل من القانونين الفرنسي والأمريكي يختلف تبعاً لاختلاف الثقافة القانونية في كلا البلدين، بينما يعد شخص المؤلف هو محور الاهتمام في القانون الفرنسي، يعد المصنف واستثماره مركز الثقل في القانون الأمريكي. ورأينا أنه نتيجة للتطور التقني الهائل ووجود شبكة الانترنت فقد نشأ خطر جديد على حق المؤلف، فظهرت المعاهدات والاتفاقيات الدولية والإقليمية للتوفيق بين حماية حق المؤلف، والحاجة لتسهيل التبادل والتواصل بين الدول. وتبعاً لذلك صدرت التشريعات الداخلية للدول ومن ضمنها فرنسا والولايات المتحدة بما يتلاءم وتلك التطورات، فصدر في عام ١٩٩٨ قانون «حقوق المؤلف في الأنفية الرقمية» الأمريكي والذي يهدف إلى التلاؤم مع البيئة الرقمية عبر تبني نصوص اتفاقيات المنظمة العالمية للملكية الفكرية لحقوق المؤلف. واتبعت فرنسا الخطوة ذاتها عام ٢٠٠٦ بصدر قانون «حق المؤلف والحقوق المجاورة في مجتمع المعلومات»، واستلهم القانون نصوصه من التوجيهات الأوروبية المتأثرة بدورها باتفاقيات المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

ويبدو أن تأثير اتفاقيات المنظمة العالمية للملكية الفكرية لحقوق المؤلف، ومواجهة التطورات التقنية قد أدى إلى وجود تشابه بين القانونين الأمريكي والفرنسي خاصة فيما يتعلق بإدارة الحقوق الرقمية، وتدابير الحماية التقنية. إلا انه يجب ملاحظة إلى أن الفروق بين القانونين لم تختف تماماً حيث تم وضع نصوص الاتفاقيات الدولية في سياق مختلف، وقد تأثرت الصياغة بما هو سائد في العقلية القانونية السائدة في كلا البلدين في نقاط عديدة، خاصة فيما يتعلق بالنسخة الخاصة.

ويبدو لنا في معرض التساؤل عن مدى نجاح كلا القانونين في حماية حق المؤلف على شبكة الإنترنت، أن كلاهما وبشكل عام القوانين التي صدرت وتهدف إلى حماية حق المؤلف بمواجهة التقنيات الحديثة، قد فشلت في تحقيق هذه الحماية لأسباب تقنية حيث إنه من الصعب فنياً التمييز بين الاستخدام الشرعي وغير الشرعي للمصنفات على شبكة الانترنت، فالثغرة الموجودة في كلا القانونين تتمثل في أن تحقيق التوازن بين مصلحة المؤلف ومصالح الجمهور غير قابلة عملياً للتطبيق بسهولة. وعلى الرغم من أن القانونين ينتهجان أسلوباً مختلفاً لمشكلة الوصول الشرعي للشبكة،



ولكن يبدو أن كلاهما لم ينجح في تقديم حلول ناجعة للتغلب على كثير من العوائق القانونية. وينبغي الإشارة أنه من الضروري لنجاح مثل هذه القوانين الحفاظ على التوازن بين حقوق المؤلف ومصالحه، وبين مصالح الجمهور. وينبغي أخيراً الإدراك أن التعامل مع مسألة حقوق المؤلف والانترنت ليس كمسألة قانونية محضة، وإنما على أنها مسألة اجتماعية واقتصادية. بقي أن نقول أن أسباب عدم نجاح القوانين التي يكون موضوعها التطورات التقنية الحديثة من معلوماتية وانترنت ووسائل اتصال مرده أن التشريعات غير قادرة بحركتها وآلياتها البطيئة والمعقدة على مواكبة التقنيات الحديثة التي تسير بسرعة مذهلة، وأستعير هنا عبارة وردت في تقرير اللجنة الوطنية للمعلوماتية والحريات في فرنسا والذي صدر بمناسبة مرور عشر سنوات على صدور قانون حماية البيانات الشخصية، فقد ورد في هذا التقرير أن عشر سنوات بالنسبة لتشريع ما تعني أنه لا يزال شاباً ومن المبكر الحكم عليه بشكل نهائي، أما عشر سنوات بالنسبة للمعلوماتية فهي تعني جيلين كاملين منها ٨٧...!

## المراجع

### أولاً- باللغة العربية:

- جولدشتاين بول، (١٩٩٩)، حقوق المؤلف، ترجمة محمد حسام لطفي وسليمان قناوي، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية.
- عرب يونس (٢٠٠٢)، ورقة مقدمة مؤتمر ومعرض التكنولوجيات المصرفية العربية والدولية - اتحاد المصارف العربية - ٢٨-٢٩ تشرين اول ٢٠٠٢.
- ليبزيك، دليا، (٢٠٠٣)، حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ترجمة محمد حسام لطفي، مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، الرياض، الطبعة الأولى.

### ثانياً- باللغة الانجليزية:

1. Dmytrenko Olena and Dempsey James X, (2004), Copyright & the Internet: Building national legislative frameworks based on international copyright law, GIPI
- Edward A.Cavazos and Gavino Morin, (1994), Cyberspace and the Law, Massachusetts Institute of Technology.
2. Di Palma Jessica, (2014), The Digital Millennium Copyright Act and the clash between authors and innovators: The need for a legislative amendment of the safe Harbor provisions, Loyola of Los Angeles Law Review, Vol. 47:797.
3. Gartner G2 (2003), Copyright and Digital Media in a Post-Napster World, The Berkman Center for Internet & Society at Harvard Law School, Research Publication No. 2003-05 .8/2003.
4. Hugenholtz P. Bernt, (2000), why the Copyright Directive is Unimportant, and Possibly Invalid, 22 European Intellectual Property Review.
5. Jefferson Thomas, (2014), Die Hard (and pass on your digital media): How the pieces have come together to revolutionize copyright law for digital era, Case Western Reserve Law Review, Volume 64, Issue 4, 2014
6. Lackman Eleanor M., (2003), Slowing Down the Speed of Sound: A Transatlantic Race to Head off Digital Copyright Infringement, Fordham Intellectual Property Media & Entertainment Law Journal, pp. 1161-1177.
7. Nicolas Lucchi, (2005), Intellectual property rights in digital media – A comparative analysis of legal protection technological measures and new business models under E.U. and U.S. Law, Vol. 53, Buffalo Law Review, p. 136-138.
8. Perret Joanna, (2003), Protecting Technology over Copyright: A Step too far, 14(1) Entertainment Law Review.
- Recent Regulation (2011), Harvard Law Review, Vol. 124: 1604.
9. Rosenblatt Bill (2007), DRM, Law and technology: an American perspective, Emerald online Infor-



### ثالثاً- باللغة الفرنسية:

1. Andersen Mads Bryde (2002), copyright et droits d'auteur, in Le droit international de l'internet, Bruxelles
2. Bernault Carine, (2012), Objet du droit d'auteur- œuvres protégées- règles générales (CPI, art. L. 112-1 et L. 112-2), JurisClasseur Fasc. 1135.
3. Brochet Anne-Laure, Linant de Bellefonds, (2003) Numérique et droit d'auteur, Etude réalisée sous la direction de Jean-Marc Vernier Responsable des études, L'Exception, Université de Paris
4. Broglie, Gabriel de, ( 2001), Rapport du groupe de travail de l'Académie des sciences morales et politiques, Le droit d'auteur et l'internet, PUF, Cahier des sciences morales et politiques, Paris.
5. Capriol Eric A., (2006), Mesures techniques de protection et d'information des droits d'auteur, Communication commerce électronique, no 11. pp 1-13.
6. Caron Christophe (2006), La loi du 1er août 2006- relative au droit d'auteur et droits voisins dans la société de l'information. La Semaine Juridique, Edition Générale, no 38, I, 169.
7. CNIL (1988), Dix ans d'informatique et liberté, Economica
8. David, René, (1988) Camille Jauffret-Spinosi, Les grands systèmes de droit contemporains, 9ème édition, Dalloz.
9. De Bellescize Diane (2010), Hadopi 1 et Hadopi 2, en attendant Hadopi 3, Constitutions, p. 293.
10. François André, (1999), Cours de propriété littéraire, artistique et industrielle, Litec.
11. Louvier J., (1997), Le cadre juridique de l'internet, JURIS PTT- No 48- 2e trimestre.
12. Than Chan chamnan, (2005), Un monde sans droit d'auteur, Université Lyon 2, [http://www.memoireonline.com/08/08/1444/m\\_un-monde-sans-droit-d-auteur0.html](http://www.memoireonline.com/08/08/1444/m_un-monde-sans-droit-d-auteur0.html)
13. Michael J. Remington, (2000), La situation du droit d'auteur aux Etats-Unis d'Amérique, Union Internationale des Avocats sous-commission sur le droit d'auteur, Congrès de Nice, France © Août 1998, Drinker Biddle & Reath LLP.
14. Montels Benjamin, Objet de droit d'auteur - Titulaires du droit d'auteur. Œuvre audiovisuelle et œuvre radiophonique (CPI, art. L. 113-7 et L. 113-8), JurisClasseur Propriété littéraire et artistique, Fasc. 1190, no 2 et s.
15. Raynard Jacques (1993), Un film américain créé en noir et blanc ne peut être diffusé en France dans une version colorée. Recueil Dalloz, , p. 197.

### الهوامش

١- لبيبزيك، دليا، (٢٠٠٣)، حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ترجمة محمد حسام لطفي، مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، الرياض، الطبعة الأولى، ، ص ٢١، وانظر أيضاً:

Dmytrenko Olena and Dempsey James X, (2004), Copyright & the Internet: Building national legislative frameworks based on international copyright law, GIPI, p. 1.

2- Broglie Gabriel de ( 2001), Rapport du groupe de travail de l'Académie des sciences morales et politiques, Le droit d'auteur et l'internet, PUF, Cahier des sciences morales et politiques, Paris, p..

٣- يشير فقهاء القانون المقارن إلى العائلة الرومانية الجرمانية للدلالة على الأنظمة القانونية السائدة في بلدان أوروبا عدا بريطانيا، وأمريكا اللاتينية، وأغلب البلدان العربية والمستمدة بشكل أساسي

من القانون الروماني والعادات الجرمانية وتجمع بينها خصائص مشتركة، وأهمها القانون الفرنسي والقانون الألماني. بينما يستخدم النظام القانوني الأنجلوساكسوني للدلالة على القوانين المستمدة من الشريعة العامة الإنجليزية (Common Law)، كالقانونين البريطاني والأمريكي، انظر في تفصيل ذلك:

David, René, (1988) Camille Jauffret-Spinosi, Les grands systèmes de droit contemporains, 9ème édition, Dalloz, p. 21 et s.

4- Edelman Bernard (2000), Propriété littéraire et artistique- Droit d'auteur- Nature du droit d'auteur. Principes généraux, JurissClasseur, Fasc. 1112.

وانظر أيضاً:

Renaux, Synopsis Marie-Anne, Droit d'auteur et copyright: Deux approches différentes du rôles des auteurs: [http://www.wilhelmassociés.com/RENAUX-Marie-Anne-Droit-d-auteur-et-copyright--in-Synopsis\\_a40.html](http://www.wilhelmassociés.com/RENAUX-Marie-Anne-Droit-d-auteur-et-copyright--in-Synopsis_a40.html)

تم الرجوع إلى الموقع الإلكتروني في 15/3/2015.

5- Andersen Mads Bryde (2002), copyright et droits d'auteur, in Le droit international de l'internet, Bruxelles, p.453 et s.

٦- يطلق اسم عصر المعلومات على الحقبة الزمنية الممتدة منذ سبعينات القرن العشرين وحتى العصر الحاضر وهو يدل على وسائل معالجة وتخزين ونقل وتبادل المعلومات، أي أنظمة الحوسبة، وأنظمة الاتصالات، وما نتج عن الدمج بينهما فيما عرف بشبكات المعلومات وأبرزها الشبكة العالمية أو الانترنت. وعصر المعلومات أو تقنية المعلومات يكون في الاعتماد على المعلومات كمحدد استراتيجي للأعمال والانتاج والقرار في الدولة الحديثة، وليس المراد المعلومات بذاتها، إنما القدرة على توفيرها، ومعالجتها، وتخزينها، وتبويبها، واستعادتها، ونقلها، وتبادلها، والتوثق الشامل من دقتها والإفادة منها. انظر: يونس عرب، ورقة مقدمة مؤتمر ومعرض التكنولوجيات المصرفية العربية والدولية - اتحاد المصارف العربية - ٢٨-٢٩ تشرين اول ٢٠٠٢، ص.

٧- نشأت شبكة الانترنت بدايةً لغايات عسكرية، وتلقفتها بعد ذلك الأوساط العلمية، لتصبح في الوقت الحاضر من أهم وسائل الاتصال الموضوعية بمتناول الجمهور. انظر:

J. Louvier, Le cadre juridique de l'internet, JURIS PTT- No 48- 2e trimestre 1997, p.3.

٨- كمعاهدة المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايو) والمتعلقة بحق المؤلف، كما أقرها المؤتمر الدبلوماسي في ٢٠ كانون الأول ١٩٩٦

9- Edward A.Cavazos and Gavino Morin, (1994), Cyberspace and the Law, Massachusetts Institute of Technology, , p. 48.

١٠- تمت الإشارة إلى هذا الحكم في:

Gabriel de Broglie, Le droit d'auteur et l'internet, op. cit, p.83

11- Bernault Carine, (2012), Objet du droit d'auteur- œuvres protégées- règles générales (CPI, art. L. 112-1 et L. 112-2), JurisClasseur Fasc. 1135, no 38 et s.

١٢- انظر في هذا الموضوع:

Gartner G2 (2003), Copyright and Digital Media in a Post-Napster World, The Berkman Center for Internet & Society at Harvard Law School, Research Publication No. 2003-05 ,8/2003, p. 5

13- Ibid, p. 4.

وانظر أيضاً:

Michael J. Remington, (2000), La situation du droit d'auteur aux Etats-Unis d'Amérique, Union Internationale des Avocats sous-commission sur le droit d'auteur, Congrès de Nice, France © Août 1998, Drinker Biddle & Reath LLP, p. 1 et s.

١٤- تعرف المادة الثانية من اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية لعام ١٨٨٦، وهي الاتفاقية الأساس في هذا المجال، المصنف الأدبي والفني على أنه "كل إنتاج في المجال الأدبي والعلمي والتقني أياً كانت طريقة أو شكل التعبير عنه مثل الكتب والكتيبات وغيرها من المحررات، والمحاضرات والخطب والمواظع و المصنفات الأخرى التي تتسم بنفس الطبيعة، والمصنفات المسرحية أو المسرحيات الموسيقية، والمصنفات التي تؤدي بحركات أو خطوات فنية والتمثيلات الإيمائية، والمؤلفات الموسيقية سواء اقترنت بالألفاظ أم لم تقترن بها، والمصنفات السينمائية ويقاس عليها المصنفات التي يعبر عنها بأسلوب مماثل للأسلوب السينمائي، والمصنفات الخاصة بالرسم والتصوير بالخطوط والألوان وبالعمارة والنحت وبالحفز وبالطباعة على الحجر، والمصنفات الفوتوغرافية ويقاس عليها المصنفات التي يعبر عنها بأسلوب مماثل للأسلوب الفوتوغرافي، والمصنفات الخاصة بالفنون التطبيقية، والصور التوضيحية والخرائط الجغرافية والتصميمات والرسومات التخطيطية والمصنفات المتعلقة بالجغرافيا أو الطبوغرافيا أو العلوم".

١٥- المواد ل ١١٢-١، ل ١١٢-٢، ل ١١٢-٣، ل ١١٢-٣ من قانون الملكية الفرنسي:

Code de la propriété intellectuelle Dernière modification du texte le 23 février 2015 - Document généré le 19 mars 2015 - Copyright (C) 2007-2008 Legifrance Code.

وانظر كذلك داليا لبيبك، حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، مرجع سبق ذكره، ص ٥٠.



- 16- François André, (1999), Cours de propriété littéraire, artistique et industrielle, Litec, p. 17
- ١٧- ورد مصطلح عقد إجارة العمل أو الخدمة Work made for hire. في المادة ١٠١ الباب ١٧ من القانون المطبق في الولايات المتحدة والمعروف باسم (USC) والذي تم إنجازه من قبل المكتب الاستشاري القانوني لمجلس النواب الأمريكي.
- 18- Brochet Anne-Laure, (2003) Numérique et droit d'auteur, p. 42
- ١٩- انظر الفقرة القادمة من البحث تحت عنوان مضمون حق المؤلف.
- ٢٠- انظر في ذلك:
- Jeanne Daleau, Droit au respect de l'œuvre et condition proestative, "Arrêt rendu par Cour de cassation, Ire civ., 28-01-2003", Recueil Dalloz, 2003, p. 559.
- ٢١- تم التأكيد في حكم آخر لمحكمة النقض على أن التنازل الكلي للمؤلف عن حقوقه، لا ينصرف إلى الحق المعنوي والذي يبقى متمتعاً بخصائصه أنه مؤبد، وغير قابل للتصرف، وغير قابل للتقادم.
- Crim. 22 sep. 2009, pourvoi no 09-81.014, arrêt no 4953 F-D, Propr. Intell. Janv. 2010. 618 et 623, obs. Q. Lucas.
- ٢٢- انظر داليا لبيبك، حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، مرجع سبق ذكره، ص ٥٢
- ٢٣- المادة ٢٠١ من قانون USC في الولايات المتحدة.
- 24- Benjamin Montels, Objet de droit d'auteur - Titulaires du droit d'auteur. Œuvre audiovisuelle et oeuvre radiophonique (CPI, art. L. 113-7 et L. 113-8), JurisClasseur Propriété littéraire et artistique, Fasc. 1190, no 2 et s.
- ٢٥- المادة ل ١١٣-٢ من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.
- ٢٦- المادة ل ١١٣-٧ من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.
- 27- ..l'auteur du scénario, l'auteur de l'adaptation, l'auteur du texte parlé, l'auteur des compositions musicales... le rélasiateur...
- 28- Civ. 1er, 16 juillet 1997, No du pourvoi: 95-13197-95-13334, RJDA 01/98, p. 311.
- 29- TGI Paris, 3e ch., 8 sept. 1999: RIDA, 3/1999, p. 318.
- 30- Cass. 1er civ., 12 mai 2011, no 10-17.825, [https://www.courdecassation.fr/IMG/pdf/bull\\_civ\\_mai2011.pdf](https://www.courdecassation.fr/IMG/pdf/bull_civ_mai2011.pdf).
- 31- Cass. Crim. 5 févr., 2008, no 07-81.387, Bull.crim. no 28- JCP, 2008, IV, 1403.
- ٢٢- المادة (ل ١٢٢-٤) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.
- ٢٣- المادتين ل ١٣٢ - ١، ١٣٢-٢٤ من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.



٣٤- المادة (ل ١٢٢-٣ من القانون الفرنسي.

٣٥- المادة (ل-١٢١-١) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

٣٦- انظر داليا لبيبك، حق المؤلف والحقوق المجاورة، مرجع سبق ذكره، ص ٥٥.

٣٧- وهي أقدم اتفاقية دولية في مجال الملكية الأدبية والفنية والاشتراك فيها متاح لجميع الدول. وتودع وثائق التصديق أو الانضمام إلى المدير العام للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، وقد تم تعديل نص الاتفاقية الأصلي مرات عدة منذ اعتمادها. وهدف اتفاقية برن هو حماية حقوق المؤلفين في مصنفاتهم الأدبية والفنية.

38- Frédéric Fouillard, Le Droit moral de l'auteur en droit français, Mémoire DEA droit des affaires, Université Jean Moulin, 2003, <http://www.glose.org/mem016.htm>

تم الرجوع إلى الموقع الإلكتروني بتاريخ ٢٠١٥/٢/١٥.

39- Visual Artists Act 1990

40- Cour d'appel de Paris 4e Ch. B Infirmation 6 juillet 1989 N° (XP060789X, Recueil Dalloz 1990 p. 152.

- Turner Entertainment Co. v. Huston, CA Versailles, civ. ch., Décembre 19, 1994, translated in Ent. L. Rep., Mar. 1995, at 3. - Marie-Anne Renaux, Synopsis, Droit d'auteur et copyright : deux approches différents, du rôle des auteur, <http://www.p.wilheim.com/publications-juridiques-7.html>

٤١- انظر حول هذه القضية: جولدشتاين بول، (١٩٩٩)، حقوق المؤلف، ترجمة محمد حسام لطفي

وسليمان قناوي، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، ص ١٤١ وما بعدها.

٤٢- فيلم غابة الإسفلت (Asphalt Jungle) من تأليف بن مادو، وإخراج جون هيوستون، وللإطلاع على

هذه القضية انظر:

Ent. L. Rep., ar.995, at 3.

43- Jacques Raynard, Un film américain créé en noir et blanc ne peut être diffusé en France dans une version colorée. Recueil Dalloz, 1993, p. 197.

٤٤- انظر:

Manuel Castells, The Internet Galaxy, Reflection on the Internet, Business and Society, 2001, p.2.

٤٥- لا يزيد قطر القرص عن ١٢ سم ويمكن أن يحوي أكثر من تسعة مليارات معلومة أولية.

٤٦- إن مصطلح (P2P) هو اختصار لعبارة peer to peer والذي يعني بالتفسير الواسع التشارك بين

متصفح الانترنت الذين يجمعهم هدف واحد، والذين يمكنهم عن طريق التواصل فيما بينهم تبادل



المعلومات التي بحوزة كل واحد منهم.

٤٧- يعد هذا البرنامج أول تقنية (P2P) تم وضعها على شبكة الانترنت وتم إنشاؤه من قبل (Shawn Fanins)، وهو طالب أمريكي في مجال المعلوماتية. وقد صمم هذا البرنامج بهدف إيجاد وسيلة تسهل تناول الملفات الموسيقية مع أصدقائه الطلاب. وعلى الرغم من كثيراً من الدعاوى قد رفعت ضد هذا الطالب عام ٢٠٠٠، إلا أن برنامج Napster قد تم استخدامه من قبل ٦٠ مليون متصفح انترنت خلال عام ٢٠٠١. انظر:

W. Greffex, (2005) Economie de la propriété artistique, édition Economica, , P. 161.

48- Nicolas Luchi, (2005), Intellectual property rights in digital media – A comparative analysis of legal protection technological measures and new business models under E.U. and U.S. Law, Vol. 53, Buffalo Law Review, p. 136-138.

٤٩- على سبيل المثال فيلم المهمة المستحيلة والذي تم وضعه بمتناول جمهور شبكة الانترنت باستخدام تقنية (P2P) ولكن تحت عنوان آخر وهو ” المهمة المستحيلة ٣ “. انظر:

Jefferson Thomas, (2014), Die Hard (and pass on your digital media): How the pieces have come together to revolutionize copyright law for digital era, Case Western Reserve Law Review, Volume 64, Issue 4, 2014, p. 1829

٥٠- إن جمعية الأفلام الأمريكية تقدر أن حوالي نصف مليون نسخة من الأفلام تم تحميلها يومياً بشكل غير قانوني عبر شبكة الانترنت عام ٢٠٠٢ مما يشكل خسارة سنوية تفوق ٤,٥ مليار دولار. انظر:

Brochet Anne-Laure, Linant de Bellefonds Lucie, Le Guerier Martin, Alison Antoine, Lestienne Anne, Scalbert Christoph, Garnier Maud, (2003), Numérique et droit d’auteur, , Etude réalisée sous la direction de Jean-Marc Vernier Responsable des études, L’Exception, Université de Paris, p. 35 et s.

٥١- لا بد من الإشارة إلى اتفاقيتين في مجال حقوق المؤلف على المستوى العالمي: الأولى اتفاقية برن لحماية الملكية الأدبية والفنية لعام ١٨٨٦، والثانية اتفاقية تريبس (TRIPS) لعام ١٩٩٤، والمتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية.

٥٢- وهو قانون Digital Millennium Copyright Act أو ما يعرف اختصاراً (DMCA)، والذي تم نشره في:

Pub. L, No 105- 304, 105th Congress, 2d Session.

للاطلاع على أبعاد هذا القانون انظر:

Di Palma Jessica, (2014), The Digital Millennium Copyright Act and the clash between authors and innovators: The need for a legislative amendment of the safe Harbor provisions, Loyola of Los Angeles Law Review, Vol. 47:797.

٥٣- للاطلاع على تلك التوجيهات انظر:

2001/ 29/EC, Harmonisation of certain aspects of Copyright and related Right in Information Society, Official Journal of the European Community, L. 167, 22 June 2001 1t 10-19

٥٤- DADVSI هو اختصار للجملة الفرنسية:

“Droit d’Auteur et les Droits Voisins dans la Société d’Information.

وقد تم نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية الفرنسية، العدد ١٧٨، الصادر في ٣ آب/أغسطس لعام ٢٠٠٦، ص ١١٥٤.

٥٥- ”تدابير الحماية التقنية“ هي الترجمة التي اخترناها للمصطلح الفرنسي: Mesures techniques de protection

والمصطلح الانجليزي: Technological protection Measures.

٥٦- المادة ١٠٦ من الفصل السابع عشر من التقنين الاتحادي.

57- Lackman Eleanor M., (2003), Slowing Down the Speed of Sound: A Transatlantic Race to Head off Digital Copyright Infringement, Fordham Intellectual Property Media & Entertainment Law Journal, pp. 1161- 1177.

59- Rosenblatt Bill (2007), DRM, Law and technology: an American perspective, Emerald online Information Review, Vol. 31, No 1, 2007, pp. 73.

60- Ibid..

61- Audio Home Recording Act 1992

62- Recording Industry Association of America vs. Diamond Multimedia Systems, Inc. C.D. Cal 1998, in Anne-Laure Brochet, Lucie Linant de Bellefonds, Martin Le Guerer, Antoine Alison, Anne Lestienne, Christoph Scalbert, Maud Garnier, Numérique et droit d’auteur, op. cit. p. 45.

63- Recent Regulation (2011), Harvard Law Review, Vol. 124: 1604.

٦٤- يعرف هذا المبدأ ب: First sale doctrine

٦٥- المادة ١٠٩ من التقنين الاتحادي.

66- Rosenblatt Bill (2007), DRM, Law and technology: an American perspective, op. cit., p. 74.

٦٧- المادة ١٢٢ ل ٥ - الفقرة ٢ من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

68- Estell Dumote, La copie privée légitimée par la cour d’appel de Montpellier, ZDNET France, publié le vendredi 15 mars 2005, cité par Chan chamnan Than, - un monde-sans-droit-d-auteur19.htm, op. cit.

٦٩- هذا التدخل التشريعي قد تم من خلال الفقرة (١) من المادة ٨ من قانون (DADVSI) والتي أنشأت أو

عدلت المواد (١، ٢، ٣) والمواد (١٢٢ ل ١، ١٢٢ ل ٥، ١٢٢ ل ٧-١، ٢١١ ل ٣، ٢١٤ ل ١، ٣٣١ ل ٤)



## من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

- 70- Caron Christophe (2006), La loi du 1er août 2006- relative au droit d'auteur et droits voisins dans la société de l'information. La Semaine Juridique, Edition Générale, no 38, I, 1-69.
- 71- Cons. Const., déc. no 2006-540 DC du 27 juillet 2006, Recueil, p. 88, Jo du 3 août 2006, p. 11541.
- 72- Jacques Francillon, Téléchargement illégal, RSC, 2009, p. 609.

## ٧٣- هذا الاختصار لجملة:

Haute Autorité pour lq Diffusion des Œuvres et la Protection des Droits sur Internet.

- 74- La loi HADOPI 2 du 28 octobre 2009 et la décision du Conseil Constitutionnel du 22 octobre 2009.
- 75- De Bellescize Diane (2010), Hadopi 1 et Hadopi 2, en attendant Hadopi 3, Constitutions, p. 293.

## ٧٦ - تم إدخال هذا القانون في الفصل ١٧ للتقنين الاتحادي.

٧٧ - بالإضافة إلى قانون DMCA فقد تم تبني قانونين آخرين في الولايات المتحدة عام ١٩٩٨ يسهمان في التقارب التشريعي مع الاتحاد الأوروبي ومنها فرنسة. الأول هو قانون The Copyright Term Extension Act أو ما يسمى ب Sony Brono Copyright وهو اسم المغني عضو الكونغرس الأمريكي الذي قدم مشروع القانون. أما القانون الآخر فهو Mickey Mouse والذي مدّ فترة الحماية القانونية لحق المؤلف إلى سبعين سنة بعد وفاة المؤلف منسجماً بذلك مع المدة المنصوص عليها في القوانين الأوروبية ومنها القانون الفرنسي.

## ٧٨- الفقرة ١٧ من المادة ١٢٠١ من قانون حق المؤلف الأمريكي.

- 79- Perret Joanna, 2003, Protecting Technology over Copyright : A Step too Far, 14(1) Entertainment Law Review, pp. 1-2.
- 80- Electronic Frontier foundation, unintended consequences: Five years under the DMCA, 24 September 2003, [http://www.eff.org/IP/DMCA/unintended\\_consequences.php](http://www.eff.org/IP/DMCA/unintended_consequences.php)
- 81- Capriol Eric A., (2006), Mesures techniques de protection et d'information des droits d'auteur, Communication commerce électronique, no 11.
- 82- Digital Rights Management System
- 83- Ibid.

٨٤- المادة ١٢ من قانون حق المؤلف في مجتمع المعلومات (DADVSI)، والتي أصبحت المادة ٣٢١-٥ من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

٨٥- (Mesures Techniques d'information)، وقد تم إدخال هذه التدابير، كما ذكرنا، في المادة ٣٢١-٢٢ من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

٨٦- المواد ل ٣٢٥-٣-١، ل ٣٢٥-٣-٢، ل ٣٢٥-٤-١، ل ٣٢٥-٤-٢ من قانون الملكية الفكرية.

- 87- CNIL (1988), Dix ans d'informatique et liberté, Economica, p.1.



# نظام المعلومات التسويقية وأثره في اتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي «دراسة تحليلية علمية عينة من الفنادق فئة الخمسة نجوم في الاردن»

الأستاذ الدكتور ثامر البكري

جامعة العلوم التطبيقية الخاصة عمان - الأردن وزارة التخطيط - العراق

حاتم جاسم الدليمي

ماجستير تسويق وزارة التخطيط - العراق

**الملخص:** هدف البحث إلى تحديد مدى تأثير نظام المعلومات التسويقية في إتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي بوجود تأثير خصائص متخذ القرار الإستراتيجي التسويقي كمتغير معدل على العلاقة بين نظام المعلومات التسويقية وإتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي لدى عينة من الفنادق بلغ عددها (١٠) من الفنادق فئة الخمسة نجوم في الاردن. وكانت عينة قصدية تكونت من الإدارات العليا والوسطى العاملة في تلك الفنادق. وقد بلغ عدد وحدة التحليل للبحث (١٦٧) فرداً بإعتماد أسلوب استمارة الاستبيان كأداة في جمع البيانات. وبعد إجراء عملية التحليل لبيانات البحث وفرضياتها توصل البحث إلى عدد من النتائج كان من أبرزها هو وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $a \leq 0.05$ ) لعناصر نظام المعلومات التسويقية (نظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام بحوث التسويق ونظام تحليل المعلومات) على إتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي. وقد أوصى البحث بقيام الفنادق محل الدراسة بتنفيذ استخدام نظام المعلومات التسويقية لأهميته في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالنزلاء واستكشاف السوق والفرصة التسويقية المتاحة.

**الكلمات المفتاحية :** نظام المعلومات التسويقية ، القرار الإستراتيجي التسويقي، فنادق فئة الخمسة نجوم .



## Abstract:

The research aims to identify the impact of the marketing information system in decision-making and strategic marketing in addition to the impact of the decision makers and strategic marketing properties as a variable rate on the relationship between the marketing information system and decision-making and strategic marketing for a sample numbered (10) hotels five-star hotel in Jordan . The sample consisted of senior management and the central working in those hotels deliberate. The number of the unit of analysis has reached Search (167) individuals for research purposes by adopting the manner of the questionnaire as a tool in data collection. After the analysis of research data and hypotheses research found a number of results was most notable is the presence of a statistically significant effect when the level of significance (a £ 0.05) for the elements of the marketing information system (internal database system and marketing research system and information system analysis) on the decision-making strategic marketing. Research has recommended a number of recommendations, The hotels under study for activating the use of marketing information system for being an important basis for the collection of data and information on guests, and explore the market and marketing opportunity. And that this is the activation by focusing on marketing and marketing intelligence because of their impact effectively strategic marketing decisions taken by senior management and the Central Research system for hotels.

**Keywords:** Marketing Information System, on Marketing Strategic Decision Making Five-Star Hotels



## المقدمة

يشهد العصر الحاضر ثورة في المعلومات بأوسع صورها وأشكالها إضافة إلى التنوع الكبير في مصادر هذه المعلومات وتباين أهميتها داخل منظمات الأعمال، باعتبارها موردا استراتيجيا هاما ووسيلة فاعلة لتحقيق المزايا التنافسية. ومرافق ذلك مع ما تشهده الأسواق من تنافس شديد يتمثل في طرح مختلف السلع والخدمات بأسعار متباينة ونماذج مختلفة. وقد ازدادت أهمية المعلومات التسويقية في الوقت الحاضر نتيجة لتأثيرها في اتخاذ القرارات التسويقية الكفؤة. حيث تعد القرارات الاستراتيجية التسويقية من القرارات المهمة في منظمات الأعمال، كونها تتعامل مع كم كبير من البيانات والمعلومات لتكوين خطة أو برنامج عمل شامل للمنظمة. تتركز بشكل أساسي على زيادة الأرباح، ومواجهة المنافسين، وتعزيز المكانة الذهنية للمنظمة، زيادة الحصة السوقية، وجودة الخدمة. والتي هي بجوهرها قرارات استراتيجية تقود المنظمة إلى تحقيق أهدافها وغاياتها المرسومة ضمن رسالتها المقررة، وهو ما سيتم تناوله في هذا البحث ومن خلال السمات الشخصية لمتخذي القرار.

### مشكلة البحث

يسعى البحث الى تأشير الواقع التسويقي لدى الفنادق فئة الخمسة نجوم وبشكل محدد على مدى اهتمام هذه الفنادق بموضوع إدارة المعلومات التسويقية ووجود نظام للمعلومات التسويقية، ومدى تأثيره على عملية اتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي لدى هذه الفنادق. بقدر تعلق الامر لهذا التأثير في الحصة السوقية والأرباح والمكانة الذهنية وجودة الخدمة ومواجهة المنافسين. وبالتالي يمكن تحديد المشكلة عبر التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو الأثر المتحقق في اعتماد نظام المعلومات التسويقي على اتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي لدى إدارات الفنادق من فئة الخمسة نجوم في الأردن؟ وهل هنالك تأثير لخصائص المدراء على القرار الاستراتيجي التسويقي المتخذ؟

### أهمية البحث

تكمن أهمية البحث من حيث تناوله قطاع مهم ومؤثر في الاقتصاد الأردني والمتمثل بقطاع الفنادق والتي بلغ عددها (٢٨) من فئة الخمسة نجوم، وما تمثله من أهمية في تنشيط القطاع السياحي الذي يعتبر أحد الموارد الرئيسية للاقتصاد الأردني. حيث بلغ الدخل السياحي لعام



(٢٠١٢) بحدود (٤٢٥٥, ٨) مليون دينار أردني وزيادة مقدارها (٣, ١٥٪) مقارنة بعام (٢٠١١). كما وان حجم العمالة المباشرة في القطاع السياحي كان بحدود (٤٣, ٩٤٥) لعام (٢٠١٢) وزيادة بلغت (٩, ٤٪) مقارنة بعام (٢٠١١). (2013 . www.mota.gov.jo). فضلا عن بيان أهمية الدور الذي يلعبه نظام المعلومات التسويقي في نجاح أدارات الفنادق عند اتخاذها للقرارات الاستراتيجية التسويقية وتحديد آلية اتخاذ القرارات الاستراتيجية التسويقية من قبل إدارات الفنادق الأردنية من فئة الخمسة نجوم، وبما يخدم القطاع السياحي بشكل عام والقطاع الفندقية بشكل خاص.

#### أهداف البحث

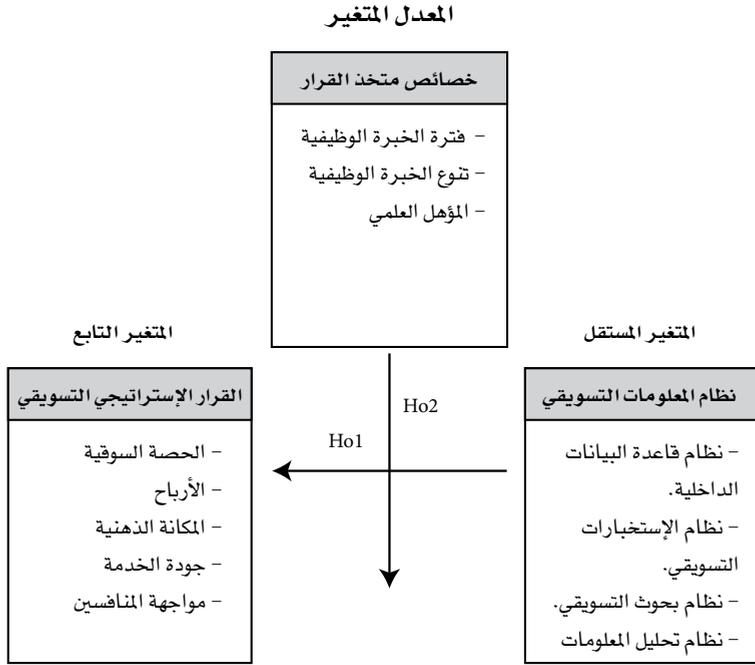
تحديد مدى وجود نظام المعلومات التسويقي لدى الفنادق فئة الخمسة نجوم في الأردن ومدى فاعلية استخدامه من قبل إدارات الفنادق في تسيير أعمالها التخطيطية والتشغيلية. والكشف عن مدى تأثير نظام المعلومات التسويقي في اتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي لدى إدارات هذه الفنادق عينة البحث. والمتعلقة بكل من الحصة السوقية والأرباح والمكانة الذهنية وجودة الخدمة ومواجهة المنافسين. وتأثير الخصائص الشخصية لمتخذي القرار الاستراتيجي التسويقي كمتغير معدل على العلاقة بين نظام المعلومات التسويقي واتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي لدى الفنادق عينة البحث.

#### نموذج البحث

يقوم نموذج البحث الافتراضي في جوهره على تأشير وتوضيح أبعاد المشكلة المبحوثة. وقد تم صياغة النموذج على وفق ما موضح بالشكل (١). والتي أشرت العلاقة ما بين مضامين المتغير المستقل والمتغير التابع والمتغير المعدل. وقد تم الاعتماد على المصادر الواردة أدناه في تصميم هذا النموذج.



## الشكل ( ١ ) نموذج البحث



المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على

- Ashill, J. N & Jobber, D (1999). Kotler & Armstrong. (2007). Heydari, & Ahmadi, (2012). Musso, & Francioni, (2012)

- البكري، (١٩٩٨). حسونة، وآخرون (٢٠١١)

**فرضيات البحث**

**الفرضية الأولى:**

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لمجموع مكونات نظام المعلومات التسويقي على ابعاد اتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي.

## الفرضية الثانية:

HO2: كلما كانت خصائص متخذ القرار عالية كان تأثير نظام المعلومات التسويقي على أبعاد اتخاذ القرار الاستراتيجي التسويقي ضعيفا عند مستوى دلالة ( $a \leq 0.05$ )

### مجتمع الدراسة وعينة الدراسة ووحدة التحليل

يتمثل مجتمع الدراسة بالفنادق فئة الخمسة نجوم في عموم الأردن والتي يبلغ عددها (٢٨) فندقا حتى عام ٢٠١٣ وكانت عينة البحث (١٠) فنادق منها (الشيراتون وراديسون ساس والريجنسي بلاس والماريوت والموفنبيك وملينيوم والكمبينسكي والرويال والانتركونتيننتال وهوليدي ان). وتمثلت وحدة التحليل الدراسة (وحدة المعاينة) بعينة قصدية من أفراد الإدارات العليا والوسطى العاملة في الفنادق المختارة والمساهمين في اتخاذ القرارات الاستراتيجية التسويقية. وقد بلغ عدد الاستبانات الموزعة على وحدة التحليل من الأفراد في الإدارتين العليا والوسطى (١٩٤). وبلغ إجمالي عدد الاستبانات الصالحة لعملية التحليل الإحصائي (١٦٧) استبانة إي بنسبة استجابة بلغت (٨٦٪).

### أداة البحث

اعتمد البحث في جمع البيانات على استمارة استبيان صممت على وفق مقياس ليكرت الخماسي وتكونت من اربعة اجزاء تمثل الجزء الاول ( المتغير المعدل ) بالبيانات الديمغرافية للعينة وهي. العمر ، الجنس ، المؤهل العلمي ، التخصص العلمي ، عدد سنوات الخدمة ، التنوع في الخبرة الوظيفية . والجزء الثاني ( المتغير المستقل ) والذي تمثل بنظام المعلومات التسويقي بأركانه الاربع وهي .. نظام قاعدة البيانات الداخلية ، نظام الاستخبارات التسويقي ، نظام بحوث التسويق ، نظام تحليل المعلومات . اما الجزء الثالث ( المتغير المعتمد ) فتمثل بالقرارات الاستراتيجية والتي اشتملت ابعاده في .. الحصة السوقية ، الارباح ، المكانة الذهنية ، جودة الخدمة ، مواجهة المنافسين .

### حدود البحث

تأشرت الحدود المكانية للبحث على الفنادق المتواجدة في أربع مناطق سياحية بالاردن (عمان والعقبة والبتراء والبحر الميت). وكانت الحدود الزمنية متمثلة بالفترة المحصورة ما بين ايلول/٢٠١٣ الى كانون الثاني /٢٠١٤.



## الدراسات السابقة:

هدفت دراسة البكري ١٩٩٨ إلى قياس مدى إدراك الإدارات العاملة بشركات القطاع الخاص العراقية لأهمية نظم المعلومات التسويقية في عملها. وتحديد مدى تأثير المعلومات بعامة والتسويقية بخاصة في اتخاذ القرارات للشركات المبحوثة. وشملت الدراسة على عينة من الشركات الإنتاجية بلغ عددها (٢١) شركة. وأظهرت نتائج الدراسة أن الشركات المبحوثة تدرك أهمية نظام المعلومات التسويقية في سياق عملها وتفاعلها مع البيئة الخارجية. وأن هذه الشركات تعتمد في قراراتها المتخذة على المعلومات التسويقية التي تحصل عليها سواء كان ذلك من داخل الشركة أو من خارجها. كما بينت النتائج أن الشركات المبحوثة لا تتوافر لديها الإمكانيات المالية والكفاءة البشرية المطلوبة اللازمة لإنشاء وتكوين نظام للمعلومات التسويقية. اما دراسة هاشم (٢٠٠٧) فكانت تهدف إلى التعرف على دور نظم المعلومات التسويقية في تحسين الأداء التسويقي للشركات المساهمة العامة الأردنية. المدرجة في بورصة عمان والتي تنتمي إلى قطاعات التأمين، والبنوك، والخدمات والصناعة وبلغ عددها (٩٨) شركة. وأظهرت نتائج الدراسة أنه يتم استخدام الأنظمة الفرعية المكونة لنظام المعلومات التسويقية في القطاعات الاقتصادية الأربعة مجتمعة بدرجة مرتفعة. كذلك أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر نظام المعلومات التسويقية وتصميم الاستراتيجيات التسويقية بطريقة علمية في هذه الشركات الأردنية. وأشارت دراسة حسونة وآخرون (٢٠١١) إلى الكشف عن العلاقة بين المكونات الرئيسية لنظام المعلومات التسويقية وصنع القرار التسويقي في شركات إنتاج الأدوية المساهمة العامة الأردنية والتي بلغ عددها (٧) شركات. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من السجلات التسويقية، وبحوث التسويق والاستخبارات التسويقية من جهة وصنع القرار التسويقي من جهة أخرى. وكذلك عدم وجود وحدة تنظيمية تابعة لإدارة التسويق تتولى مهام نظام المعلومات التسويقية في خمس من الشركات السبع المشمولة بالدراسة.

وهدفت دراسة (Nooraie, 2008) التي اجريت على عينة (١١٠) شركة من الشركات الصناعية في مدينة بينان في ماليزيا. إلى تحديد دور الرشد في عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية كمتغير معدل بين حجم تأثير القرار وجوده مخرجات عملية القرار. وأظهرت نتائج الدراسة أن حجم تأثير

القرار يرتبط بشكل دقيق بمستوى الرشد في عملية اتخاذ القرار، وكذلك أن مستوى الرشد في عملية اتخاذ القرار قادر على أن يغير بشكل هام التباينات الكلية في جودة القرار. أما دراسة (Huang, 2009) فقد هدفت إلى البحث في عملية وخصائص اتخاذ القرارات الاستراتيجية والعوامل المؤثرة عليها في الشركات بمدينة انشان الصينية، وكانت عينة الدراسة (٢٠) شركة. حيث أظهرت نتائج الدراسة أن الخطوات التي تتضمنها عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية في هذه الشركات أقل تعقيداً، إذ يعتمد مدراء هذه الشركات ومالكها بشكل كبير على شبكات معلوماتهم الشخصية لتحديد الفرص في بيئة الأعمال. وكذلك أن ملكية الشركة تؤثر بشكل كبير على درجة المساهمة في مستوى الأنشطة المرتبطة بعملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية. وقد سعت دراسة (Hakhu, 2013) إلى البحث في تصميم نموذج لعوامل نجاح نظم المعلومات التسويقية من خلال توضيح العلاقة بين هذه النظم والثقافة التنظيمية والثقافة الإدارية ضمن بيئة المنظمة. وقد شملت عينة الدراسة (١٤٠) شركة في إقليم البنجاب في الهند. وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك مجموعة من المتغيرات الهامة في نموذج نظم المعلومات التسويقية تمثلت بمستوى التطور في هذه النظم، وخصائص تصميم هذه النظم، وقدراتها، والخصائص الأساسية لنظم المعلومات التسويقية، وعوامل نجاح نظم المعلومات التسويقية وعلاقتها بالبيئة الثقافية التنظيمية والإدارية بالمنظمة.

### نظام المعلومات التسويقية MIS Marketing Information System

يمكن القول انه من الصعوبة بمكان وضع تعريف محدد لنظام المعلومات التسويقي ومكوناته واستخدامه والتأثير المتحقق منه، نظرا لاختلاف وجهات نظر الباحثين حوله وحدائته قياسا بالأنشطة التسويقية الأخرى. ولكن مع ذلك يمكن استعراض بعض من هذه التعريفات التي تؤثر بعض من وجهات النظر هذه. حيث عرف على أنه ” تركيبة مهيكلية من الأعمال الإدارية لجمع المعلومات بشكل منظم من المصادر الداخلية والخارجية للمنظمة ” (Pride. & Ferrell, 2006, P.180). وكما عرف بشكل تفصيلي على انه «مجموعة متوافقة من الأفراد والأدوات والإجراءات لجمع وتحليل وخرن وتقييم المعلومات لتزويدها للجهات المعنية باتخاذ القرار في الشكل والوقت المناسب (Kotler & Armstrong, 2007, p.100). كما عرف وبذات المعنى بمرحلة لاحقة على انه « ذلك النظام الذي يتكون من الأشخاص والأجهزة والإجراءات ويستخدم في جمع وتصنيف وتحليل وتوزيع المعلومات



الدقيقة بالوقت والكلفة المناسبة لمتخذي القرارات التسويقية » (P.91 Keller &Kotler, 2012). كما عرف من جانب آخر على انه «مجموعة رسمية من الإجراءات التي تقوم بتوليد وتحليل وتخزين وتوزيع المعلومات ذات الصلة لمتخذي القرارات التسويقية بشكل مستمر ( Malhotra. 2010.P.53). وعلى الرغم من كثرة التعريفات التي تناولت هذا الجانب وتعددتها، إلا أنها تصب في معنى وهدف مشترك إلى حد ما يقودنا إلى تعريفه على انه عبارة «عن هيكلة مكونة من الأفراد والمعدات التي تضمن تدفق المعلومات الداخلية والخارجية التي تسمح بانتشار ومراقبة البيئة الخارجية وترشيد القرارات الإستراتيجية التسويقية في المنظمة».

### مكونات نظام المعلومات التسويقية: The Components of MIS

اتفقت الأدبيات التسويقية وانطلاقاً من نظرية النظم على أن نظام المعلومات التسويقي هو نظام فرعي من نظام المعلومات الإداري للمنظمة ككل. ويتكون من الآتي وبحسب النموذج الأكثر شيوعاً والذي قدمه (Kotler & Armstrong, 2007) والمتكون من الآتي :

#### ١- نظام قاعدة البيانات الداخلية Internal Database Systems

تستطيع الشركات الكبيرة التي لديها نظام معلومات تسويقي من بناء قاعدة بيانات محوسبة، ليتمكن المدراء من الوصول إلى المعلومات المطلوبة والتعامل معها باتجاه استخدامها لمعالجة المشكلات التي تواجههم أو الفرص التسويقية المتاحة، أو لتقييم الأداء ووضع البرامج المطلوبة. وبالتالي يعتمد المدراء في اقتناصهم للفرص ومعالجة المشكلات المحتملة على ضوء التقارير الواردة من الأنظمة الفرعية لقاعدة البيانات والمتمثلة بنظام معلومات المبيعات، خزن المعلومات وتنقيب البيانات، ونظام دورة الطلب حتى دفع الثمن (Kotler&Keller, 2012,P.92).

#### ٢- نظام الاستخبارات التسويقية Marketing Intelligence System

يقصد بكونه مجموعة من الإجراءات والموارد والمصادر التي يستخدمها المدراء للحصول على المعلومات اليومية عن التطورات الحاصلة في البيئة التسويقية، لكونه يزود الشركة بالبيانات والاحداث الحاصلة في السوق. فمدراء التسويق يستخدمون الاستخبارات التسويقية بعدة طرق مختلفة مثل الاطلاع على الصحف والمنشورات التجارية والتحدث إلى الزبائن والعملاء والموردين والموزعين ومراقبة وسائل التواصل الاجتماعي في الانترنت ومقابلة مدراء الشركات الأخرى. الخ

وعلى هذا الاساس فقد عرف نظام الاستخبارات التسويقية بأنه « نظام يقوم بجمع البيانات من البيئة التي تخدم الإدارة من خلال إبقائها على اطلاع بالأنشطة الخاصة بمنافسيها والزبائن والعناصر الأخرى التي تؤثر على عمليات التسويق» (Leonard, 2006, pp32).

### ٣- نظام بحوث التسويق Marketing Research System

الاهتمام ببحوث التسويق في الوقت الحاضر لدى إدارة التسويق ليس شيئاً جديداً ينتهي بانتهاك الأسباب المؤدية لهذا الاهتمام، ولكن هذا الاهتمام هو عبارة عن نظره استراتيجية صائبة ومستمرة لإدارة التسويق. لكون الهدف الأساسي لنظام بحوث التسويق هو تزويد المنظمة بمختلف المعلومات عن العوامل البيئية المحيطة بها وتحديد الفرص التسويقية في الأسواق المختلفة وتحديد المشكلات التي قد تواجه المنظمة في المستقبل بهدف وضع المعالجات الضرورية الأزمة من خلال اقتراح الحلول الملائمة لها (الطاهر، ٢٠٠٧، ص٢٩). ويعرف نظام بحوث التسويق على انه ” الطريقة النظامية والموضوعية لتحديد الاهداف وجمع وتحليل واستخدام المعلومات بهدف تطوير القرار المتخذ والمرتبط بمعالجة مشكلة او فرصة تسويقية (Malhotra, 2010, P.39).

### ٤- نظام تحليل المعلومات: Information Analysis Systems

يتم جمع البيانات في المنظمة بشكل تقليدي من خلال قاعدة البيانات الداخلية وأنشطة الاستخبارات التسويقية وبحوث التسويق، ولكن هذه البيانات تحتاج إلى تحليل لان المدير يسعى لان تكون البيانات قابلة للتطبيق والتحقيق ولعلاج مشكلة تسويقية أو اتخاذ قرار استراتيجي تسويقي. ويعتمد هذا النظام على استخدام الأساليب الإحصائية والنماذج الرياضية التي تمكنه من استخلاص المؤشرات والنتائج عن البيانات التي تم جمعها. فنظام التحليل يختص باختيار أنسب الوسائل والأدوات والمقاييس التي يمكن استخدامها لقياس وتحليل المعلومات التسويقية المجمعة، لتقدم هذه التحليلات إلى المدير لاتخاذ ما يراه مناسباً من قرارات. كذلك فان هذه التحليلات لا تكون معزولة، بل ترتبط بمجالات أخرى كالتكاليف والمبيعات والمخزون لكي يمكن التوصل إلى الكثير من القرارات التنبؤية مثل: تقدير حجم المبيعات ومدى قبول السوق للسلعة واختيار أنسب الوسائل الإعلانية... الخ من خلال عملية التحليل. (الصحن وأحمد، ٢٠٠٧، ص ٢٦٤)

أبعاد القرار الإستراتيجي التسويقي The Dimensions of The Strategic Marketing Decision



بقدر تعلق الأمر بالبحث فقد تم تحديد أبعاد القرارات الإستراتيجية التسويقية المستهدفة من قبل المنظمة بخمسة قرارات، وهي (الحصة السوقية، الأرباح، المكانة الذهنية، جودة الخدمة، مواجهة المنافسين). وفيما يلي توضيح مختصر لها:

#### ١- الحصة السوقية Market Share

تشير الحصة السوقية إلى الجزء الخاص بالمنظمة من مجمل المبيعات في تلك السوق. ويمكن أن يقاس معدل نمو الحصة السوقية في إطار عدد الزبائن أو القيمة النقدية المتحققة من مبيعات المنظمة لكل منتج أو خدمة قياساً إلى القيمة النقدية المتحققة للمبيعات الكلية في السوق في ذات الصناعة.

#### ٢- الأرباح Profit

تمثل الأرباح صافي نتائج عدد كبير من السياسات والقرارات وتقيس مدى كفاءة وفاعلية إدارة المنظمة في جنبها عن طريق استخدام موجوداتها بكفاءة (O'Sullivan, 2007, p27). وهناك العديد من مقاييس الأرباح تتمثل في... هامش الربح الإجمالي، وهامش الربح التشغيلي، وهامش الربح الصافي، والعائد على الاستثمار، والعائد على حق الملكية. ويعتبر الربح من أكثر الأهداف الإستراتيجية أولوية في عمل وتوجهات منظمات الأعمال في مسار عملها الإستراتيجي ولواجهة التنافس القائم في السوق.

#### ٣- المكانة الذهنية Positioning

تزايد الاهتمام من المكانة الذهنية وأهميتها لدى الزبون، نظراً لما تقوم به من دور مهم في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك لدى الافراد تجاه المنظمة. وبالتالي فقد أصبح تكوين صورة مرغوبة هدفاً أساسياً تسعى لتحقيقه جميع المنظمات. وتحدد المكانة الذهنية على أنها الانطباع الذي يكونه الفرد عن الأشياء المحيطة به متأثراً بالمعلومات المخزنة في الذاكرة عنها وفهمه لها او بما يراه ويتلمسه فعلاً. وحدها (Debourg, 2002, p 581) بكونها "مجموعة الإستحضارات الذهنية المتعلقة بشركة أو علامة أو خدمة او فكرة معينة لدى الزبون".

#### ٤- جودة الخدمة Service Quality

عرف (Lovell, 2001, p30) الخدمة على أنها عبارة عن عمل أو أداء أو نشاط يقدم من خلال شخص إلى آخر، وهذه العملية قد ترتبط بمنتج مادي أو بدونه. والأداء هنا يكون غير ملموس



(Intangible)، بالإضافة أنه لا ينتج عنه حيازة أو امتلاك لهذه الخدمة. وبهذا المعنى حدها (Kotler & Keller, 2006,p402) بأنها « أي فعل أو أداء أو نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدم من قبل طرف إلى طرف آخر، وهي ليست ملموسة ولا ينتج عنها أي تملك لشيء وأن إنتاجها قد يرتبط أو لا يرتبط بسلعة مادية». ويمكن للمصنعين أو الموزعين أو الوكلاء أن يضيفوا قيمة لمنتجاتهم وذلك لتمييز أنفسهم عن غيرهم. وبالتالي فإن جودة الخدمة هي معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي مع توقعات العملاء لهذه الخدمة أو بأنها الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإداراتهم لها. فهي مفهوم يعكس تقييم العميل لدرجة الامتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة التي يحصل عليها.

#### 5- مواجهة المنافسين Competitors Challenge

أكد (Hitt, et.al, 2007,p45) أن مواجهة المنافسين من قبل المنظمة يتطلب منها تحليل المعلومات ذات العلاقة بالمنافسين العاملين بذات الصناعة والتي غالباً ما تتضمن أهداف المنافسين واستراتيجياتهم الحالية والمستقبلية. كما اشار (العيساوي، وآخرون، 2012، - 368 - p366) على أن أفضل مصدر لتلقي المعلومات المهمة حول إستراتيجية المنافسين نابعة من فحص وتشخيص أدائه وعمله وخططه التي يعتزم تنفيذها، وان القوى الرئيسية لإنجاح مواجهة المنافسين تتطلب من المنظمة فهم العناصر الإستراتيجية الخاصة وصفات المنتج والموارد والمهارات والقابليات التنافسية. ويرى (البكري، ٢٠١٠، ص ١٢٧-١٢٨) أن على المنظمات التي تسعى لتحقيق التميز ومواجهة المنافسين أن تعمل على اعتماد إستراتيجية تنافسية من شأنها إن تتفوق من خلالها على المنافسين أو لمواجهتهم للحد من تأثيرهم التنافسي عليها في السوق التي تعمل بها.

#### الجانب الميداني

تم اعتماد التحليل الوصفي للمتغيرات المستقلة والتابعة لمعرفة مستوى الممارسة لدى الفنادق فئة الخمسة نجوم موضوع البحث حيث بينت النتائج بأن هناك مستوى مرتفع لممارسة نظام المعلومات التسويقي ومتوسط بالنسبة للقرار الإستراتيجي التسويقي لدى إدارات الفنادق موضوع البحث وكما موضح في الجدول (١).

## جدول (١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) ومستوى نظام المعلومات التسويقي في الفئادق فئة الخمسة نجوم

ت	المتغير	عدد الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة «أ» المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب الأهمية النسبية	مستوى الأهمية (*)
١	نظام قاعدة البيانات الداخلية	٦	٣,٩٥٩	٠,٩٢٦	١٣,٢٧٢	٠,٠٠٠	١	مرتفع
٢	نظام الاستخبارات التسويقية	٦	٣,٧٢٨	٠,٩٩٥	٩,٤٥٧	٠,٠٠٠	٢	مرتفع
٣	نظام بحوث التسويق	٥	٣,٦٨١	١,١٦٢	٦,٦٨٠	٠,٠٠٠	٣	مرتفع
٤	نظام تحليل المعلومات	٦	٣,٦٤٨	٠,٨٦٠	١٠,٠٤٥	٠,٠٠٠	٤	متوسط
مرتفع	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لنظام المعلومات التسويقي (لكل اسئلة الاستبيان للمتغير المستقل)	٢٣	٣,٧٤٥	٦٩,٩٧٩	١٣,٧٦٥	٠,٠٠٠	-	مرتفع

قيمة (t) الجدولية عند مستوى (a ≤ 0.05) (١,٦٥٤).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (٣).

(\*) تم قياس مستوى ممارسة نظام المعلومات التسويقي وابعاد القرار الاستراتيجي التسويقي لكل

فقرة من فقرات الاستبانة بناء على الصيغة التالية:

$$\text{مدى التطبيق} = \frac{\text{العلامة القصوى} - \text{العلامة الدنيا}}{3} \quad \text{مدى التطبيق} = \frac{1 - 5}{3} = 1,33$$

وبناء على ذلك يكون مستوى الأهمية على التدرج التالي المستند إلى مبدأ تصحيح أداة الدراسة وحسب الأوزان النسبية التالية:

١. مستوى الممارسة المنخفض: وتمثله الفقرات التي متوسطها الحسابي أقل من (٢,٣٢).

٢. مستوى الممارسة المتوسط: وتمثله الفقرات التي متوسطها الحسابي أقل بين (٢,٣٣ - ٢,٦٦).

٣. مستوى الممارسة المرتفع: وتمثله الفقرات التي متوسطها الحسابي أكبر من (٣, ٦٦).

إذ يشير الجدول (١) إلى مستوى نظام المعلومات التسويقي في الفنادق فئة الخمسة نجوم، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (٣, ٦ - ٣, ٩)، أما المتوسط الحسابي العام لمستوى نظم المعلومات التسويقي في الفنادق فئة الخمسة نجوم فكان (٣, ٧) وبمستوى أهمية مرتفعة على مقياس ليكرت الخماسي. وقد جاء نظام قاعدة البيانات الداخلية والمتكون من (٦) فقرات بالمرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (٣, ٩) وانحراف معياري (٠, ٩) وبمستوى أهمية مرتفعة. فيما جاء نظام الاستخبارات التسويقية والمتكون من (٦) فقرات بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (٣, ٧) وانحراف معياري (٠, ٩) وحصل على مستوى أهمية مرتفعة أيضاً. وجاء نظام بحوث التسويق المتكون من (٥) فقرات بالمرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي (٣, ٦) وانحراف معياري (١, ١)، ومستوى أهمية مرتفع. وأخيراً جاء نظام تحليل المعلومات المتكون من (٦) فقرات بالمرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي (٣, ٦) وانحراف معياري (٠, ٨). وحصل على مستوى أهمية متوسط ولكنه يقرب لأن يكون مرتفع.

## جدول (٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) ومستوى ابعاد القرار الإستراتيجي التسويقي في الفنادق فئة الخمسة نجوم

ت ه	المتغير	عدد الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة «ت» المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب الأهمية النسبية	مستوى الأهمية
١	الحصة السوقية	٥	٣,٨٤٥	٠,٩٩٥	٨,٣٨٣	٠,٠٠٠	١	مرتفع
٢	الأرباح	٥	٣,٦٩٩	١,٠٦٠	٦,٠٨٥	٠,٠٠٠	٣	مرتفع
٣	المكانة الذهنية	٥	٣,٤٣٩	١,١٧٤	٤,٨٣٥	٠,٠٠٠	٥	متوسط
٤	جودة الخدمة	٥	٣,٧٩٢	١,٠٢٥	٧,٤٧٣	٠,٠٠٠	٢	مرتفع
٥	مواجهة المنافسين	٥	٣,٤٤٤	١,١٥١	٤,٩٨٥	٠,٠٠٠	٤	متوسط
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للقرار الإستراتيجي التسويقي ( لكل أسئلة الاستبيان للمتغير المعتمد )	٢٥	٣,٥٢٤	٨,٤٠٥	٨,٠٦١	٠,٠٠٠	-	متوسط

قيمة (t) الجدولية عند مستوى (a ≤ 0.05) (١,٦٥٤).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (٣).

إذ يشير الجدول (٢) إلى مستوى القرار الإستراتيجي التسويقي في الفنادق فئة الخمسة نجوم، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (٣,٨ - ٣,٤)، أما المتوسط الحسابي العام لمستوى القرار الإستراتيجي التسويقي في الفنادق فئة الخمسة نجوم فكان (٣,٥) وبمستوى أهمية متوسط على مقياس ليكرت الخماسي. وقد جاءت الحصة السوقية والمتكونة من (٥) فقرات بالمرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (٣,٨) وانحراف معياري (٠,٩) وبمستوى أهمية مرتفع. فيما جاءت جودة الخدمة والمتكونة من (٥) فقرات بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (٣,٧) وانحراف معياري (١,٠) وحصلت على مستوى أهمية مرتفع أيضاً. وجاءت الأرباح المتكونة من (٥) فقرات بالمرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي (٣,٦) وانحراف معياري (١,٠). وحصل على مستوى أهمية مرتفع. وفي المرتبة الرابعة جاءت مواجهة المنافسين والمتكونة من (٥) فقرات وبمتوسط حسابي (٣,٤)

وانحراف معياري (١,١) وحصلت على مستوى أهمية متوسطة. وأخيراً جاء المكانة الذهنية المتكونة من (٥) فقرات بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (٣,٤) وانحراف معياري (١,١)، ومستوى أهمية متوسطة.

اختبار فرضيات البحث

الفرضية الاولى HO1: لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد المتدرج Stepwise للتحقق من أثر نظام المعلومات التسويقي بأبعاده (نظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام الاستخبارات التسويقية و نظام بحوث التسويق ونظام تحليل المعلومات) على إتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي، وكما هو موضح بالجدول (٣).



جدول (٣)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لمتأثير نظام المعلومات التسويقي بأبعاده على اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي

التغيرات الإحصائية Change Statistics					F المحسوبة	(R <sup>2</sup> ) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغيرات	المتغير التابع	
Sig* F Change	DF2	DF1	التغير في معامل التحديد قيمة F (R <sup>2</sup> )	التغير في						
٠,٠٠٠	١٦٥	١	١٣٣,٧٥٠	٠,٤٤٨	١٣٣,٧٥٠	٠,٤٤٨	٠,٦٦٩	IAS	اتخاذ	
٠,٠٠٠	١٦٤	١	٤,٥٨١	٠,١٥٠	٧٠,٦١٦	٠,٤٦٣	٠,٦٨٠	MRS + IAS	القرار الإستراتيجي	
٠,٠٠٠	١٦٣	١	٤,٣٦٦	٠,١٤٠	٤٩,٤٩٩	٠,٤٧٧	٠,٦٩٠	IDBS + MRS + IAS	التسويقي	
IAS	Information Analysis System						نظام تحليل المعلومات			
MRS	Marketing Research System						نظام بحوث التسويق			
IDBS	Internal Database System						نظام قاعدة البيانات الداخلية			

يوضح الجدول (٣) أثر نظام المعلومات التسويقي بأبعاده (نظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام الاستخبارات التسويقية ونظام بحوث التسويق ونظام تحليل المعلومات) على اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لنظام المعلومات التسويقي بأبعاده (نظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام بحوث التسويق ونظام تحليل المعلومات) على اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي، إذ بلغت معاملات الارتباط R للمتغيرات كالاتي: (٠,٦٦٩) لنظام تحليل المعلومات، (٠,٦٨٠) لنظام بحوث التسويق ونظام تحليل البيانات، (٠,٦٩٠) لنظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام بحوث التسويق ونظام تحليل البيانات عند مستوى

(0.05 ≤ a) لجميعها. أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ (0.448) لنظام تحليل المعلومات، (0.463) لنظام بحوث التسويق ونظام تحليل البيانات، (0.477) لنظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام بحوث التسويق ونظام تحليل البيانات عند مستوى (0.05 ≤ a) لجميعها. كما بلغت قيمة التغير في معامل التحديد  $R^2$  (0.448) لنظام تحليل المعلومات، (0.150) لنظام بحوث التسويق ونظام تحليل البيانات، (0.140) لنظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام البحوث التسويقي ونظام تحليل البيانات عند مستوى (0.05 ≤ a) لجميعها. ويؤكد معنوية هذا التأثير التغير في قيمة F والتي بلغت (133,750) لنظام تحليل المعلومات، (4,081) لنظام بحوث التسويق ونظام تحليل البيانات، (4,366) لنظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام بحوث التسويق ونظام تحليل البيانات عند مستوى (0.05 ≤ a) لجميعها. وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الصفرية الأولى، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على.. وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05 ≤ a) لنظام المعلومات التسويقي (نظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام بحوث التسويق ونظام تحليل المعلومات) على اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي.

الفرضية الثانية HO2: لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الهرمي للتحقق من أثر نظام المعلومات التسويقي على اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي بوجود خصائص متخذ القرار كمتغير معدل، وكما هو موضح بالجدول (4).

وقد أظهرت نتائج التحليل وجود أنموذجين للتأثير، الأنموذج الأول يبين التأثير المحتمل لكل من الخبرة الوظيفية والمؤهل العلمي وتنوع الخبرة الوظيفية، إذ بلغ معاملات الارتباط R (0.244) أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ (0.600) عند مستوى (0.05 ≤ a)، أي أن ما قيمته (0.600) من التغيرات في اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي ناتج عن التغير في الخبرة الوظيفية والمؤهل العلمي وتنوع الخبرة الوظيفية. كما بلغت قيمة درجة التأثير (0.400)  $\beta$  للخبرة الوظيفية و(0.2620) للمؤهل العلمي و(0.0580) لتنوع الخبرة. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخصائص متخذ القرار السابقة يؤدي إلى زيادة في إتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي بقيمة (0.400) للخبرة الوظيفية و (0.2620) للمؤهل العلمي و(0.0580) لتنوع الخبرة. ويتضح أن القيمة المعنوية كانت فقط للمؤهل العلمي إذ قيمة T المحسوبة والتي بلغت (2,927) وهي دالة عند مستوى (0.05 ≤ a).



أما الأنموذج الثاني فيبين تأثير نظم المعلومات التسويقية على اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي بوجود خصائص متخذ القرار، إذ بلغ معاملات الارتباط  $R$  (٠,٤٠٤) أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ (٠,١٦٣) عند مستوى ( $a \leq 0.05$ )، أي أن ما قيمته (٠,١٦٣) من التغيرات في اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي ناتج عن التغير في تأثير نظم المعلومات التسويقية بوجود خصائص متخذ القرار. وقد بلغت قيمة التغير في معامل التحديد  $R^2$  Change (٠,١٠٣) عند مستوى ( $a \leq 0.05$ ) وهذا يعني أن الأنموذج الثاني يحسن من اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي بقيمة (٠,١٠٣) عند مستوى ( $a \leq 0.05$ ) كما بلغت قيمة التغير في قيمة  $F$  والتي بلغت (٢٠,٠١٧) عند مستوى ( $a \leq 0.05$ )، كما بلغت قيمة درجة التأثير  $\beta$  (٠,٢٥٥) للمؤهل العلمي و (٠,٣٤١) لنظم المعلومات التسويقية وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالتركيز على المؤهل العلمي ونظم المعلومات التسويقية يؤدي إلى زيادة في اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي بقيمة (٠,٢٥٥) و (٠,٣٤١) على التوالي ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة  $T$  المحسوبة والتي بلغت (٣,٠١٧) و (٤,٤٧٤) وهي دالة عند مستوى ( $a \leq 0.05$ ). وعليه ترفض الفرضية الصفرية الثانية وتقبل الفرضية البديلة وهي .. « كلما كانت خصائص متخذ القرار عالية كان تأثير نظام المعلومات التسويقي على أبعاد اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي كبيرا عند مستوى دلالة ( $a \leq 0.05$ ) ».

جدول (٤)

نتائج اختبار تحليل الانحدار الهرمي لتأثير نظام المعلومات التسويقي على اتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي بوجود خصائص متخذ القرار متغير معدل

Change Statistics التغيرات الإحصائية						F	(R <sup>2</sup> ) معامل التحديد	(R) الارتباط	النماذج	المتغير التابع		
Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	β معامل الانحدار	DF2	DF1	Sig* F Change						التغير في قيمة F	التغير في معامل التحديد (R <sup>2</sup> )
٠,٩٦٠	٠,٠٥٠	٠,٠٠٤	١٦٣	٢	٠,٠١٨	٣,٤٤٦	٠,٠٦٠	٣,٤٤٦	٠,٠٦٠	٠,٢٤٤	الأول: الخبرة الوظيفية و المؤهل العلمي وتنوع الخبرة	إتخاذ القرار الإستراتيجي التسويقي
٠,٠٠٤	٢,٩٢٧	٠,٢٦٢										
٠,٥٠٥	٠,٦٦٩	٠,٠٥٨										
٠,٢٢٠	-١,٢٣٢-	٠,١٠٦-	١٦٢	١	٠,٠٠٠	٢٠,٠١٧	٠,١٠٣	٧,٨٩٠	٠,١٦٣	٠,٤٠٤	الثاني: الخبرة الوظيفية و المؤهل العلمي وتنوع الخبرة و نظم المعلومات التسويقية	
٠,٠٠٣	٣,٠١٧	٠,٢٥٥										
٠,٤٧٣	٠,٧١٩	٠,٠٥٩										
٠,٠٠٠	٤,٤٧٤	٠,٢٤١										

نتائج واستنتاجات البحث

- بينت النتائج أن مستوى نظام قاعدة البيانات الداخلية ونظام الاستخبارات التسويقية في الفنادق فئة الخمسة نجوم محل الدراسة من وجهة نظر عينة البحث كان مرتفعاً. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (حسونة وآخرون، ٢٠١١) والتي بينت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من السجلات التسويقية، وبحوث التسويق والاستخبارات التسويقية من جهة واتخاذ القرار التسويقي من جهة أخرى. حيث فسرت مكونات نظم المعلومات التسويقية المذكورة أعلاه ما نسبته (٨٣٪)، و(٥٦٪) و(٨٩٪) على التوالي من التباين في متغير اتخاذ القرار التسويقي.

- أظهرت النتائج أن مستوى نظام تحليل المعلومات في الفنادق فئة الخمسة نجوم محل البحث من وجهة نظر عينة البحث كان متوسطاً. وهذه النتيجة تتفق الى حد ما مع دراسة البكري (١٩٩٨) والتي اشارت الى ذات المعنى تقريبا ومفسره الامر بأن الشركات المبحوثة لا تتوافر لديها الإمكانيات المالية والكفاءة البشرية المطلوبة اللازمة لإنشاء وتكوين نظام لتحليل المعلومات التسويقية. مفسرة ما نسبته (٨٠٪).



- أظهرت النتائج مستوى الحصة السوقية والأرباح وجودة الخدمة للفنادق فئة الخمسة نجوم محل البحث من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Nooraie, 2008). والتي أظهرت أن حجم تأثير القرار يرتبط بشكل هام بمستوى الرشد في عملية اتخاذ القرار، حيث فسر حجم تأثير القرار ما نسبته (2, 54) من التباين في اتخاذ القرار، وبشكل خاص عندما يكون القرار المنوي اتخاذه يؤثر على أجزاء مختلفة من المنظمة أو عندما يكون القرار استراتيجياً. وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (هاشم 2007) بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر نظام المعلومات التسويقية وتصميم الاستراتيجيات التسويقية بطريقة علمية في الشركات الأردنية.

- وجود تأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $a \leq 0.05$ ) لنظام المعلومات التسويقي في بناء كل من ( الحصة السوقية والأرباح والمكانة الذهنية وجودة الخدمة ومواجهة المنافسين). وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Huang, 2009) والتي أظهرت أن الخطوات التي تتضمنها عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية في هذه الشركات أقل تعقيداً مما هو موجود في النماذج النظرية لاتخاذ هذه القرارات، ويعتمد مدراء هذه الشركات ومالكوها بشكل كبير على معلوماتهم الشخصية لتحديد الفرص في بيئة الأعمال ومن أجل البحث عن المعلومات ذات العلاقة بالقرار الاستراتيجي التسويقي.

## التوصيات

قيام أدارات الفنادق محل البحث بتفعيل استخدام نظام المعلومات التسويقي لكونه أساسا مهما لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالنزلاء واستكشاف السوق والفرصة التسويقية المتاحة. وان يكون ذلك التفعيل من خلال التركيز على نظام بحوث التسويق والاستخبارات التسويقية لما لها من أثر بفاعلية القرارات الاستراتيجية التسويقية المتخذة من قبل الادارة العليا والوسطى للفنادق.

يجب ان لا يكون اتخاذ القرار حصراً على الادارة العليا فقط، بل من الضروري ان تطبق المفاهيم الادارية العلمية في مجال الصلاحية والمسؤولية والتحويل في عمليات اتخاذ القرار للمستويات الادارية الادنى، وبما يتناسب مع طبيعة وحجم تأثير القرار المتخذ على ذلك المستوى الاداري او الفندق ككل.

الاعتماد بشكل أفضل من قبل الفنادق محل البحث على أساليب المقابلات الشخصية واستمارة الاستبيان وتدوين الملاحظات كأساس في اتخاذ قراراتها التسويقية. بالإضافة الى زيادة الاهتمام من قبل الفنادق محل البحث بنظام تحليل المعلومات لدوره الكبير في تحسين مستوى أداء الفندق.

٤. ايجاد صيغ من التعاون والتنسيق مع الجهات المعنية والتي تستطيع تشغيل وصيانة اجهزة الحاسوب وتصميم النظم اللازمة لعمل الفندق. للحد من المعوقات المالية والبشرية اللازمة لتشغيل وايجاد نظام للمعلومات التسويقي مبني على الحاسوب كأساس مهم في متضمنات عمله. وهذا الامر يتوافق مع النتائج التي توصل اليها البحث في ضرورة تفعيل دور النظم الفرعية في نظام المعلومات التسويقي المتخذ وتحديد انظمة التحليل واسترجاع البيانات.

٥. ضرورة قيام الفنادق بأنشطة ترويجية فعالة وبعيدة المدى بهدف تحفيز المكاتب السياحية والسواح الاجانب والعرب لتعزيز تعاملاتهم المستقبلية والطويلة الامد مع الفندق. وهذا من شأنه أن يعمل على دعم وأسناد القرارات الاستراتيجية التسويقية المتخذة من قبل الادارات العليا في الفنادق.



## المراجع

### المراجع العربية

#### الكتب

- ١- البكري، ثامر (٢٠١٠)، إستراتيجيات التسويق، ط٢، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- ٢- الصحن، محمد وأحمد، طارق (٢٠٠٧)، إدارة التسويق في بيئة العولمة والانترنت، ط١، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر.
- ٣- العيساوي، محمد حسين، واخروان (٢٠١٢)، «الإدارة الإستراتيجية المستدامة» مدخل لإدارة المنظمات في الألفية الثالثة»، الجامعة الإسلامية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان: الأردن. المقالات، الدوريات، المؤتمرات
- ٤- البكري، ثامر (١٩٩٨) «أثر استخدام نظم المعلومات التسويقية في عملية اتخاذ القرار: دراسة تحليلية في عينة من الشركات العاملة في القطاع الخاص». مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة بغداد- العدد ١٣.
- ٥- حسونة، عبد الباسط وآخرون (٢٠١١) «دور نظم المعلومات التسويقية في صنع القرار التسويقي في شركات إنتاج الأدوية المساهمة العامة الأردنية». مجلة المعلوماتية، ع ٢٣، ص ص. ٣٩-٦٠.
- الطاهر، بن يعقوب، ومراد، شريف (٢٠٠٧)، دور وأهمية بحوث التسويق في تفعيل القرارات التسويقية في المؤسسة الاقتصادية، الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، ع ٧
- ٦- هاشم، طارق (٢٠٠٧)، دور نظم المعلومات التسويقية في تحسين الأداء التسويقي للشركات المساهمة العامة الأردنية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن.

**Books:**

- 1- Hitt, Michael.A., Ireland, R.D.,& Hoskisson, RE, (2007), “Strategic Management Competitiveness and Globalization”, 6th ed., Sowth College Publishing, U.S.A.
- 2- Kotler, Philip, Kevin, Keller.( 2012), Marketing Management,14 th ed, Pearson Education limited USA, p91.
- 3 -Kotler, Philip & Armstrong,Gary,(2007), principles Of Marketing , 11th ed. Pearson. Prentice- Hall , p.100.
- 4- Kotler, Philip, Kevin, Keller.(2006), “Marketing Management”, 12 th ed, Northwestern University, Dartmouth College.
- 5- Lovelock ,Christopher ,H.(2001),Services Marketing ,4th ed,Prentic-Hall .
- 6-Malhotra K. Naresh Marketing Research 6 th ed , Prentice- Hall, New Jersey, P.53.
- 7- Pride.William, M. &Ferrell, OC, Marketing Concept and Strategic, Houghton Mifflin Co, New York, 2006, P.180
- 8- Journals, articles,thesis
- 9- Ashill, J. N & Jobber, D, 1999), The Impact of Environmental Uncertainty Perceptions, Decision-Making Characteristics and Work Environment Characteristics on Perceived Usefulness of Marketing Information Systems (MKIS), A conceptual Framework, Journal of Marketing Management, Vol. 15, No. 6, pp. 519-540.
- 10- Debourg, M. (2002), “Components and Parameters of Corporate Reputation – an Empirical Study”, Schmalenbac Business Review, Vol.56, No.3, PP. 579-588
- 11- Hakhu, R. Kiran,. (2013), Role of marketing information system (MkIS) for the organizational culture and its effectiveness, P. D African Journal of Business Management, Vol. 7, No. 3, pp. 172-177.
- 12- Heydari, N. Shafeai, R & Ahmadi, F (2012), Considering the role of Marketing Information System on Elevation of Efficiency, Journal of Basic and Applied Scientific Research, Vol. 2, No. 6, pp. 6143-6151.
- 13- Huang, X (2009), Strategic decision making in Chinese SMEs, Chinese Management Studies, Vol. 3, No. 2, pp. 87-101.
- 14- Leonard M. Fuld, (2006), staying a step Ahead of the Rest, Chief Executive 218 P. 32
- 15- Musso, F & Francioni, B (2012), The Influence Of Decision-Maker Characteristics On The International Strategic Decision-Making Process: An SME Perspective, 8th International Strategic Management Conference, Procedia – Social and Behavioral Sciences, Vol. 58, No.1, pp. 279 – 288.
- 16- - Nooraie, N (2008), Decision magnitude of impact and strategic decision-making process output, Management Decision, Vol. 46, No. 4, pp. 640-655.
- 17- O’Sullivan, Don & Abela, Andrew V., (2007), “Marketing Performance Measurement Ability and Firm Performance”, Journal of Marketing, Vol. 71, No.3, PP. 79–93.

**Web Sitse**

Ministry of tourism and antiquity, department of statistical, available at [www.mota.gov.jo](http://www.mota.gov.jo) 20/11/13,time 1:00 pm.



## دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز استقلالية المسنين وتحسين نوعية حياتهم في السياق القطري

محمد الصالح حامدي

قسم نظم معلومات الحاسوب، كلية أحمد بن محمد العسكرية، قطر

### الملخص:

من المسلم به على نطاق واسع أن كبار السن يفضلون البقاء في منازلهم وفي بيئات مألوفة لديهم والتعويل على أنفسهم في قضاء حوائجهم لأطول فترة ممكنة. ومع ذلك، فإن التغيرات الاجتماعية والاقتصادية وغيرها المرتبطة بالسن، ولا سيما عندما تتزامن مع المشاكل الصحية وتناقص القدرة الوظيفية، يُمكن أن تُحبط رغبات كبار السن في الحفاظ على استقلاليتهم في المجتمع. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن توفر الحلول وتقدم الدعم. ويهدف هذا البحث إلى دراسة علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمسنين، وخاصة كيف يُمكن استخدامها لتعزيز استقلالية المسنين وتحسين نوعية حياتهم، وإصدار توصيات قد تكون مفيدة في دولة قطر وغيرها بهذا الخصوص. يتم هذا عبر دراسة مستفيضة لعدد كبير من المراجع التي تطرقت إلى هذا الموضوع في قطر وعلى المستوى العالمي، كما يتم عرض نتائج استبيان عن تجليات هذه العلاقة في قطر ومدى وعى الناس بها. من أبرز نتائج هذا البحث هو أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تلعب دورا مهما في مساعدة المسنين وتسهيل حياتهم في قطر، وأن هناك تحديات كبيرة ومخاطر تنشأ عند التطرق إلى التفاعل بين كبار السن وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأن علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمسنين هي جديرة بالمتابعة والبحث إذ أن هناك العديد من النقاط التي تحتاج إلى توضيح ودراسة أعمق، وأن كبار السن في قطر يُمكن أن يستفيدوا كثيرا من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تتطور بشكل دائم.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، المسنون، نوعية الحياة.

## **Abstract:**

It is widely recognized that elderly people prefer to stay in their homes and in environments familiar to them and to rely on themselves to meet their every needs as long as possible. However, the social, economic and other changes associated with age, especially when they coincide with health problems and decreased functional capacity, can frustrate the wishes of elderly people to maintain their independence in the community. Information and communication technology (ICT) can provide solutions and support. This research aims to study the relationship between ICT and the elderly, and especially, how ICT can be used to enhance the independence of elderly people and improve their quality of life, and to make recommendations that may be useful in the State of Qatar and elsewhere in this regard. This is done through an extensive study across a large number of references that touched on this subject in Qatar and at the global level, and by showing the results of a questionnaire on the manifestations of this relationship in Qatar and on the extent of people's awareness of this relationship. The results of this research show that ICT can play an important role in helping elderly people and facilitating their lives in Qatar, that there are significant challenges and risks that arise when it comes to the interaction between the elderly and ICT, that the relationship between ICT and the elderly is worth pursuing and researching as there are many points which need to be clarified and studied deeply, and that elderly people in Qatar can benefit greatly from ICT that is evolving permanently.

**Keywords:** ICT, elderly, quality & life



## ١. مقدمة

تشهد المجتمعات في جميع أنحاء العالم ازديادا في عدد السكان المسنين ويُقدر أن عددهم سوف يزيد بأكثر من ثلاثة أضعاف بحلول عام ٢٠٥٠ (٢٥) ويعود هذا الأمر أساسا إلى الزيادة في توقعات الحياة. فمن المعروف أن توقعات متوسط عمر الفرد في الدول المتقدمة وكذلك في الدول النامية قد تزايدت بشكل مطرد عبر العقود القليلة الماضية. فوفقا «لإحصاءات الصحة العالمية ٢٠١٤» (٢٦) التي نُشرت سنة ٢٠١٤ من قبل منظمة الصحة العالمية، والتي هي عبارة عن تجميع سنوي من البيانات المتعلقة بالصحة لدولها الأعضاء الـ ١٩٤ وتتضمن ملخصا للتقدم المحرز نحو تحقيق الأهداف التنموية للألفية المتعلقة بالصحة والأهداف الأخرى المرتبطة بها، فإن الناس في كل مكان أصبحوا يعيشون لفترات أطول. وبناء على المعدلات العالمية، فإن الفتاة التي وُلدت في عام ٢٠١٢ يُتوقع أن تعيش نحو ٧٣ عاما، والصبي إلى سن ٦٨. ويُعتبر هذا أطول بستة سنوات مقارنة بمتوسط العمر المتوقع العالمي للطفل الذي ولد سنة ١٩٩٠. أما بالنسبة لدولة قطر بالتحديد، فقد كانت توقعات متوسط عمر الفرد بالنسبة لحديثي الولادة سنة ١٩٩٠ تبلغ ٧٥ عاما (بالنسبة للجنسين) وارتفعت سنة ٢٠١٢ لتصبح ٧٩ عاما. أما توقعات متوسط عمر الفرد بالنسبة للفئة العمرية (٦٠-٦٤ عاما) فقد كانت تبلغ سنة ١٩٩٠ ١٩ عاما (بالنسبة للجنسين) وارتفعت سنة ٢٠١٢ لتصبح ٢٢ عاما (٢٧). وهذا التزايد في توقعات متوسط عمر الفرد وفي عدد المسنين يعود أساسا إلى انخفاض معدلات الوفاة في الأعمار الصغيرة، ونتيجة لما حدث من تقدم طبي وتحسن في ظروف المعيشة، وتطور لمفاهيم الصحة العامة وأساليب الوقاية والعلاج. وبهذا أصبحت شيخوخة السكان ظاهرة بارزة لا يمكن تجاهلها في عصرنا الراهن. هذا التحول السكاني سوف تكون له آثار عميقة على الاقتصاد وعلى الأسرة وعلى الحياة الاجتماعية. ولا يبدو ممكنا، وهو كذلك بالتأكيد غير مرغوب فيه، أن يتم عزل هذا العدد المتزايد من كبار السن عن المشاركة الفعالة في النشاط الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع.

تعتبر الشيخوخة، التي هي مرحلة من المراحل الهامة في عمر الإنسان، مشكلة مهمة من بين المشكلات التي تواجه المجتمعات الحديثة والتي يتوجب التوقف عندها وتأمل الحاضر والمستقبل بالنسبة لها. تتطلب هذه المشكلة الكثير من الجهود التي ينبغي إنجازها لمواجهةها والتقليل من آثارها ومساعدة

المسنين على التعامل بشكل أفضل مع القيود التي تفرضها عليهم. تتركز هذه الجهود عادة على دمج خدمات رعاية المسنين في خدمات الرعاية الصحية واستحداث إدارات لرعاية المسنين ووضع خطط للرعاية وتشجيع العمل التطوعي وإشراك قطاعات أخرى من المجتمع في عملية الرعاية والاستفادة من خبرة المنظمات الإقليمية والدولية التي تعمل في هذا المجال.

بالتوازي مع هذه التطورات نلاحظ انتشارا واسعا لاستخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في شتى المجالات كتوفير المتعة الشخصية للأفراد، وتحسين العمليات للمؤسسات، والتمكين من خدمات محسنة من قبل الحكومة ويُطلق على ذلك اسم الحكومة الإلكترونية والتي تشير إلى التطبيق الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وخاصة الإنترنت، لتمكين الأشخاص والمؤسسات من الوصول، وبسهولة أكبر، إلى المعلومات والخدمات الحكومية ولتمكين الحكومة من التفاعل مع قطاع الأعمال والشركاء والتعامل داخليا (٢٩) (٢٨) عندما يتم تقديم الخدمات التكنولوجية يجب أن يشمل ذلك جميع قطاعات السكان ومن بينهم فئة كبار السن التي تتزايد بشكل ملموس. إلا أن مثل هذه المبادرات ليست دون تحديات. فالأشخاص الذين ولدوا على الأقل قبل ٥٥-٦٠ عاما في وقت لم تكن فيه أجهزة الكمبيوتر الشخصية شائعة، يُتوقع أن يكونوا أقل ألفة مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مقارنة مع الجيل الذي هو أصغر سنا (٣٠). خدمة المسنين من خلال التطبيقات القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل الحكومة الإلكترونية وغيرها من التطبيقات، تتطلب فهما لسلوك هذه الفئة من السكان فضلا عن العوامل التي تؤثر على قبول هذه الفئة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها لها.

تنصرف إلى مشكلة الشيخوخة جهود بحثية حديثة في مختلف ميادين البحث العلمي وتخصصاته الاجتماعية والبيولوجية والطبية والنفسية (٥٦) (٥٧) (٥٨) (٥٩) (٦٠) (٦١) (٦٢) (٦٣) (٦٤) (٦٥) (٦٦) (٦٧). في هذا البحث نثري هذه الجهود بالتركيز على العلاقة بين كبار السن وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. نهدف إلى استكشاف هذه العلاقة، وما إذا كان كبار السن في قطر على دراية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، والتعرف على قدرتهم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، وكيف يُمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تُستخدم لتحسين نوعية حياتهم ومساعدتهم على مواجهة مصاعب الحياة بسهولة أكبر والتغلب على القيود



التي تفرضها عزلتهم الاجتماعية والعاطفية. استنادا إلى النتائج، سوف تصدر توصيات يُمكن أن تساعد دولة قطر والمنظمات العاملة في مجال رعاية المسنين على الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق عيش ذو نوعية أفضل بالنسبة للمسنين.

سوف نقوم أولا بإجراء دراسة مستفيضة لمراجع كثيرة حول هذا الموضوع من أجل الوقوف على العلاقة بين كبار السن وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل عام وفي الإطار القطري بشكل خاص وذلك من أجل فهم أعمق لكل جوانبها وتصنيف استخدامات التكنولوجيا في هذا المجال. وبعد ذلك، ومن أجل إثراء النتائج التي نحصل عليها من دراسة المراجع والتحقق منها، سوف نقوم بتصميم استبيان وتوزيعه من أجل جمع البيانات عن علاقة المسنين في قطر بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ثم نقوم بتحليل البيانات.

لهذا البحث أهمية قصوى حيث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تُميز مجتمعنا الحالي. اليوم، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي جزء لا يتجزأ من المجتمع وهي مدمجة بطريقة تسمح لنا بأن ننسى أنها تطور حديث نسبيا. كثير من الناس في المجتمع، وخاصة الشباب، اتخذوا بسرعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كجزء من حياتهم اليومية، وبذلك انفتحوا على كل الإمكانيات التي توفرها هذه التكنولوجيا. في حين أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبحت مألوفة بالنسبة للأجيال الشابة، فإنها لا تزال مفهوما محيرا ومخيفا لكثير من المسنين. ويبدو أن مجموعة كبار السن في مجتمعنا قد نسيت في هذا المضمار. الفجوة بين الشباب وكبار السن من حيث استخدام وفهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي هي من الواضح جزء من الفجوة الأكثر عمومية ألا وهي ”الفجوة بين الأجيال“، يبدو أنها كبيرة جدا وتستحق أن تُبحث وأن تُفهم وأن يتم خفضها.

الفرص التي يُمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن توفرها لكبار السن هائلة وينبغي أخذها بعين الاعتبار. التقدم التكنولوجي يسمح الآن لكبار السن بالحصول على أنظمة وبرامج جديدة تهدف إلى مساعدتهم على تحمل قدر أكبر من المسؤولية عن الصحة الشخصية، والحالة البدنية، وظروف المعيشة المستقلة، والبقاء على اتصال مع العائلة والأصدقاء بسهولة أكبر، وبالتالي تحسين نوعية حياتهم.

ويعتبر فهم العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن، والفرص التي يُمكن أن توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والعوائق التي تواجه كبار السن عند استخدام تكنولوجيا

المعلومات والاتصالات، والآثار المترتبة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على كبار السن، قد تكون ذات فائدة كبيرة لكبار السن، وللمجتمع بأسره. فعل هذا مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصيات المجتمع القطري، سوف يكون مجزيا جدا حيث أنه سوف يكون بالإمكان استغلال الآثار الإيجابية وتجنب الآثار السلبية.

## ٢. الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث

لقد تطرقت بعض البحوث السابقة إلى العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن. فعلى سبيل المثال، استخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم خدمات الرعاية الصحية المتكاملة في إطار الرعاية المنزلية للمسنين قد أصبح أكثر رسوخا. فعلى وجه الخصوص، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تُمكن من تبادل المعلومات، وتبادل المعرفة، والتوثيق في نقطة الرعاية. ففي (٢٣)، على سبيل المثال، قام الباحثون بدراسة كان الهدف منها استكشاف التأثيرات التي أشير إليها سابقا باستخدام نموذج سُمي "Old@Home" والذي هو عبارة عن مشروع دام ٣ سنوات شاركت فيه بلدية ومجلس محافظة والعديد من الشركات والمنظمات وجامعتان في السويد. ويُنظر إلى "Old@Home" على أنه ساهم في تطوير الروابط الأفقية للاتصال بين الأفراد الذين يعملون معا، بغض النظر عن المسافة الجغرافية أو الانتماء المؤسسي، وعلى أنه ساهم في زيادة كفاءة العمل. هذا النموذج يُنظر إليه أيضا على أنه ساهم في تقليل العزلة المهنية من خلال توفير لمحة شاملة لعملية الرعاية. كما اعتبر التصميم والتنفيذ الذي يُركز على المستخدم في هذا النموذج المفتاح لتسهيل قبول التغييرات المؤسسية. كما أن مشاركة العاملين في مجال الرعاية قد أدت ليس فقط إلى فهم أفضل لاحتياجات المنظمات المعنية، ولكن أيضا إلى زيادة المشاركة للمستخدمين النهائيين والتزامهم وتحفيزهم على اختبار وتحسين النموذج حتى تم الوصول إلى النسخة النهائية. أما في (٤٨)، وفي إسبانيا، فقد هدف الباحثون في مشروع سُمي "ACTION"، تم فيه استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم مسنين ضعفاء والأشخاص الذين يقدمون لهم الرعاية، إلى تعزيز نوعية حياتهم واستقلالهم وتأهبهم وكسر العزلة الاجتماعية عنهم. وقد استُخدم لهذا الغرض نظام مؤتمرات الفيديو، حيث تم ربط منازل بمركز اتصال. هذا النظام تم تقييمه عبر المقابلات وعبر تسجيل البيانات. وقد أظهرت النتائج أن هذا النظام قد ساعد بشكل ملحوظ في تخفيف الشعور بالوحدة والعزلة بالنسبة لـ ٨٨٪ من الأشخاص الذين تمت مقابلتهم.



أما في (٥٠)، وفي إسبانيا كذلك، وفي محاولة للاستجابة للحاجة الملحة لتحسين نوعية وفعالية الرعاية الصحية وخدمات الدعم الاجتماعي التي يحتاجها كبار السن، وخاصة المتضررون من الضعف الإدراكي المعتدل ومرض الزهايمر من نوع الخرف في مرحلة مبكرة، فقد قام الباحثون بتقديم وجهة نظر حول استخدام أدوات الواقع الافتراضي (Virtual Reality) للتدريب على إعادة التأهيل المعرفي، والذي يهدف إلى مساعدة العاملين في المجال الطبي والعاملين في الرعاية الصحية وغيرهم من مقدمي الرعاية على تحسين نوعية أنشطة الحياة اليومية للمسنين الذين يعانون من هذه الأمراض. كما قام الباحثون بمناقشة بعض معايير التصميم الفعالة واستراتيجيات التطوير واقتراح بعض البروتوكولات والإجراءات التي قد تكون مفيدة.

أما في (٥١)، فقد تمت تجربة نظام للرعاية عن بعد في بريطانيا استخدم لدعم توفير الرعاية لـ ٢١ شخصا من كبار السن الضعفاء. وقد تم في هذا الإطار تثبيت حوالي ٢٠ جهازا من أجهزة الاستشعار اللاسلكية في منزل كل من هؤلاء الأشخاص. كما تم تشغيل خوارزميات تنبيه على جهاز بالمنزل تهدف إلى معرفة الأنماط العادية لسلوك المستخدم وتحديد الانحرافات عن هذه الأنماط في الوقت الحقيقي. وعندما يتم الكشف عن هذه الانحرافات، فإنه يتم ابلاغ أطقم تقديم الخدمات الاجتماعية بسبب محتمل للقلق. هذه التجربة دامت لمدة ٣٠ شهرا وشملت فترة من الفحص من قبل مقيمين مستقلين. وأظهرت نتائج التقييم بشكل عام أن الناس الذين استفادوا هذه الخدمة - كل من المسنين ومقدمي الرعاية - كانوا غالبا مسرورين بها وينظرون إليها على أنها كانت نجاحا كبيرا. ولكن، رغم هذه النجاحات، فإن دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد يكون غير كاف لتوفير كل الخدمات المنزلية لدعم العيش المستقل للمسنين وتلبية احتياجاتهم. ففي (٢٤)، على سبيل المثال، قام الباحثون بدراسة لتقييم قدرات التأقلم لدى ١٣ عميلا من كبار السن بالنسبة لمكتب خدمات منزلية فنلندي. جميع العملاء كانت لهم إعاقات شديدة وكانوا في حاجة إلى المساعدة، على سبيل المثال الغسل واللباس. لتلبية هذه الاحتياجات، الرعاية عن بعد ومراقبة المنازل عن بعد لم تكن كافية. فمع استمرار غياب روبوتات الخدمة فإن العمل البشري يبقى ضروريا. وبالتالي، يرى الباحثون في هذه الدراسة أن التركيز الرئيسي في تنظيم الخدمات المنزلية على أفضل وجه ينبغي أن يكون على استخدام اليد العاملة البشرية، وليس على الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

بعض الباحثين في مجال الروبوتات أصبحوا يُركزون بشكل متزايد على الروبوتات كوسيلة لدعم كبار السن الذين لهم ضعف في الإدراك في المنزل. وتماشيا مع هذا التوجه، فقد هدفت بعض الدراسات إلى استكشاف احتياجات وأولويات المسنين تجاه وجود روبوت مساعد لهم في المنزل. ففي (٤٩)، على سبيل المثال، ومن أجل ضمان ملاءمة هذه التكنولوجيا، قام الباحثون في فرنسا بدراسة شملت ٣٠ مسنا يشكون من مشاكل في الذاكرة أجريت معهم مقابلات تضمنت أسئلة حول احتياجاتهم وأولوياتهم المتعلقة بمهام الروبوت وأساليب عمله. وقد بينت النتائج أن برنامج التحفيز المعرفي هو على رأس أولوياتهم تليه وظائف الحماية واكتشاف السقوط والاتصال التلقائي للحصول على المساعدة.

أما في (٥٢)، حيث كان الغرض من الدراسة هو أيضا استكشاف الصعوبات والاحتياجات لكبار السن الذين يعانون من ضعف معرفي خفيف ومواقفهم تجاه روبوت مساعد من أجل تطوير وظائف الروبوت المناسبة، فقد كشفت النتائج أنه على الرغم من أن المشاركين يشكون من صعوبات في إدارة بعض أنشطتهم اليومية، فإنهم لا يرون أنفسهم في حاجة إلى المساعدة. وفي الواقع، فإنهم يعتبرون أنهم كانوا قادرين على التأقلم مع الصعوبات باستخدام بعض الاستراتيجيات التعويضية. ولذلك، فقد أعلنوا أنهم لا يحتاجون أو يريدون الروبوت في تلك اللحظة ولكنهم يعتبرون أنه من المحتمل أن يكون مفيدا إما لأنفسهم في المستقبل أو لكبار السن الآخرين الذين يعانون من الضعف والشعور بالوحدة والعجز. وقد تمت في هذه الدراسة أيضا مناقشة العوامل الكامنة وراء عدم الرغبة في اعتماد الروبوت المساعد والقضايا التي ينبغي أن تُعالج بعناية في عمليات تصميم ونشر الروبوت المساعد.

بعض البحوث الأخرى اهتمت بالتحليلات الاقتصادية بالنسبة لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الرعاية الصحية للمسنين. الرعاية الصحية للمسنين هي ساحة مرجحة لتغييرات واسعة في السنوات القادمة، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات سوف تكون عاملا هاما ومؤثرا في مثل هذه التغييرات. ولذلك، قبل الاستثمار في نظم وممارسات جديدة، ستكون هناك حاجة ماسة للتقييمات الاقتصادية لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في هذا المجال. ففي (٣٥)، على سبيل المثال، يرى المؤلفون أن الخيارات المتاحة بالنسبة لرعاية المسنين في كثير من الأحيان يجب أن تتجاوز حدود المؤسسة بجعل مؤسسات الرعاية الصحية والرعاية المنزلية والرعاية الذاتية تتفاعل



بطرق جديدة وأن المحللين الذين يقومون بالتقييمات لهذه التغييرات المعقدة يجب أن يكونوا دقيقين جدا بخصوص تلك القضايا الكلاسيكية في التحليل الاقتصادي مثل تحديد البدائل، والأساس للمقارنة، والجمع بين المؤشرات المختلفة في تقييم شامل. وفي (٣٦)، وفي نفس الاتجاه، قام المؤلفون بتقييم كمي لاستخدام تكنولوجيا المنزل الذكي والزيارة عن طريق الفيديو في الرعاية المنزلية بناء على بيانات خبرة من دراسات سابقة على جهود تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع الرعاية الصحية. وبعد التوصل إلى أن الجماعات الرئيسية المعنية هي مقدمو الرعاية الصحية والمستشفيات والأقارب، تبين أن تكنولوجيا المنزل الذكي هي فعالة من حيث التكلفة، حتى ولو كان الأقارب هم المستفيدون الوحيدون. أما الزيارة عن طريق الفيديو، والتي هي أكثر كلفة من ناحية التنفيذ، فهي تتطلب تأثيرات على كل من الأقارب ومقدمي الرعاية الصحية من أجل أن تكون أداة فعالة من حيث التكلفة في الرعاية المنزلية.

بعض البحوث الأخرى اهتمت بكيفية تحفيز كبار السن على تعلم واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومساعدتهم على التغلب على المواقف السلبية تجاهها. ففي (٣٧)، على سبيل المثال، تم القيام بدراسة في تايوان، حيث تُعتبر مجموعة النساء اللاتي هن في منتصف العمر أو هن من كبار السن الأقل استخداما لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، عن كيفية مساعدة برنامج للتدخل الاجتماعي لهذه المجموعة على تعلم مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بنجاح بدعم من أعضاء منظمات غير ربحية. الدراسة أنجزت مقابلات معمقة مع ٢٨ مشاركة في البرنامج للكشف عن تجاربهن في تعلم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وأشارت النتائج إلى أن البرنامج مكن النساء من تحقيق أهداف دعم المنظمات وتمكينهن من تعلم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. التعلم وتبادل خبرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع زملائهن ساعدهن على التغلب على إحباطهن. في حين أن فهم أحاسيسهن ودعم أعضاء المنظمات غير الربحية لهن مثل المصدر الرئيسي للتشجيع في عملية التعلم. كما أظهرت هذه الدراسة أن المنظمات غير الربحية قد لعبت دورا حاسما في تحديد المتعلمين المحتملين وانجاح مشروع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

في بعض البحوث الأخرى تم تناول القضايا الفنية والاجتماعية والطبية للإبلاغ الذاتي من قبل المرضى المسنين عبر مواقع مصممة خصيصا لهذا الغرض حيث أن هناك اهتمام متزايد باستخدام الإنترنت للتفاعل مع المرضى، سواء من حيث توفير المعلومات الصحية أو من حيث جمع المعلومات.

ففي (٢٨)، على سبيل المثال، قام الباحثون بدراسة القضايا المتعلقة بتصميم المواقع الإلكترونية للرعاية الصحية للمستخدمين المسنين وذلك باستخدام دراسة حالة لمدة عام تم فيها تطوير موقع إلكتروني للإبلاغ الذاتي عن الأعراض ونوعية الحياة. القضايا التي تم تحديدها شملت الجوانب التقنية والاجتماعية والطبية لعملية تصميم الموقع للمستخدمين المسنين. نتائج هذا البحث كانت عبارة عن مجموعة من القضايا التي تم توثيقها والتي تتعلق بتصميم المواقع بالنسبة للمرضى المسنين إضافة إلى مجموعة من المبادئ التوجيهية العملية لتصميم المواقع للمرضى المسنين.

في نفس الاتجاه، هناك محاولات لتسهيل الوصول إلى المعلومات الصحية للمستخدمين المسنين عن طريق الإنترنت، حيث أصبحت هذه الشريحة من المستخدمين مستهلكة نشطة على نحو متزايد لتكنولوجيا الإنترنت وحيث أن تطوير مواقع مخصصة لهذه المجموعة من المستخدمين يواجه عدة تحديات ويتطلب حل العديد من مسائل التصميم (مثل مشكلة "التصميم للجميع" والتصميم التشاركي وتشجيع المرضى والطرق المعرفية لتقييم قابلية الاستخدام). ففي (٤٧)، على سبيل المثال، وفي هولندا، قام الباحثون بتطوير نظام تمت تسميته "SeniorGezond" وهو عبارة عن مورد للمعلومات الصحية ويهدف إلى دعم المستخدمين المسنين في بحثهم ووصولهم إلى المعلومات المناسبة في مجال حوادث السقوط. وقد مكن تطوير هذا النظام من توفير توضيح مفيد بشأن كيفية معالجة المسائل المتعلقة بالتصميم وتطبيقها عمليا.

بعض البحوث الأخرى، وبناء على فرضية أن إدراج كبار السن في العصر الرقمي يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي على رفاهيتهم الاجتماعية والاقتصادية، تطرقت إلى استخدام الإنترنت من قبل المسنين وإلى الاختلافات بين الجنسين في هذا المضمار. ففي (٣٩) وفي اسبانيا حيث مستوى استخدام الإنترنت من قبل كبار السن منخفض نسبيا مقارنة مع القطاعات الأخرى من السكان، قام الباحثون بدراسة هدفت إلى شرح استخدام الإنترنت في قطاع المسنين وتقييم عدم التجانس عبر الجنسين في نموذج قبول التكنولوجيا الذي يفسر ويتنبأ بكيفية قرار الفرد تبني تكنولوجيا جديدة (٤٠) (٤١) (٤٢). وقد تم تحليل عينة من ٤٩٢ شخصا أعمارهم أكثر من ٥٠ عاما وأظهرت النتائج أنه على الرغم من أن نموذج قبول التكنولوجيا هو مناسب لدراسة الظاهرة، فمن الضروري مراعاة ما إذا كانت الفجوة بين الجنسين في تطور استخدام الإنترنت هي حقيقية بالنسبة لكبار السن. وعلى عكس النتائج السابقة التي أشارت إلى أهمية أكبر لسهولة الاستخدام (أي، القدرة على الاستخدام



والتمكن من إنجاز معظم المهام بسرعة) بالنسبة للنساء مقارنة بالرجال بين مستخدمي الإنترنت، يبدو أن المسنين الذكور يدركون فائدة أكبر بسبب ارتفاع مستويات سهولة الاستخدام لديهم مقارنة بالنساء. ويتم تفسير سهولة الاستخدام الأعلى بالنسبة للذكور بالمستوى الأعلى للاستمتاع لديهم. بعض البحوث الأخرى، ومن منطلق أن اهتمامات كبار السن فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد تم تجاهلها إلى حد كبير بسبب افتراض عدم قدرتهم على استخدام هذه التكنولوجيا، وعدم اهتمامهم بها، وعدم وجود إرادة لمعرفة المزيد عن تطوراتها، ومن أيضا من منطلق أن كبار السن هم جزء مهم من هذا المجتمع ويمثلون مجموعة قد توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إجابات مفيدة لمشاكلها واحتياجاتها القائمة، قامت بالمساهمة في النقاش حول كبار السن وقدراتهم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واهتمامهم بها. ففي (٤٢)، على سبيل المثال، قام الباحثون بتحليل كيفية استخدام المسنين في إسبانيا لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الهواتف الذكية، وكيفية تفاعلهم معها، ولماذا يقررون استخدامها أو عدم استخدامها. وقد أشارت النتائج إلى أن العمر لا يؤثر تأثيرا مباشرا على إدراكهم للتطورات التكنولوجية وتفاعلهم معها وتقييمهم لها. على العكس من ذلك، فإن التجارب السابقة والسياسات الاجتماعية التي يتم فيها إدماج التكنولوجيا تلعب دورا مهما. وأشارت النتائج كذلك إلى الحاجة إلى إيجاد صيغ جديدة لإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتدريبها للمسنين، وأكدت على ضرورة أخذ مشاعر المسنين فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بعين الاعتبار عند تقييم استخدامهم لهذه التكنولوجيا.

أما في (٤٤)، وفي الولايات المتحدة الأمريكية، فقد قام الباحثون بتحليل نوعي لكيفية استخدام كبار السن، الذين يقيمون في مراكز الرعاية، للويب للتغلب على الحواجز المكانية والاجتماعية. فبالنسبة لهذه الفئة من كبار السن، التي غالبا ما تكون معزولة مكانيا واجتماعيا عن عامة الناس (٤٥)، فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تُستخدم لزيادة وتوسيع الاتصالات. باستخدام بيانات رصد نوعية من دراسة طولية لتأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على نوعية الحياة لهذه الفئة من كبار السن، قام الباحثون بفحص ما إذا كانت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تخفف من آثار العزلة الاجتماعية والمكانية. وأشارت النتائج إلى أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات القدرة على تمكين الأفراد من تجاوز الحواجز الاجتماعية والمكانية، وتوفير إمكانية

الحفاظ على وتعزيز الشبكات الاجتماعية بالنسبة لهم، فضلا عن توفير شعور أكبر بالاتصال مع العالم بأسره.

أما في (٤٦)، وفي فنلندا، فقد تطرقت الدراسة إلى استكشاف رفض المسنين لاستخدام الكمبيوتر والإنترنت من منظور التمثيلات الاجتماعية من خلال الحصول على إجابات على الأسئلة التالية: كيف تُصنف تمثيلات الكمبيوتر والإنترنت؟ أي نوع من الصور يستخدمونها لإظهار الكمبيوتر والإنترنت؟ كيف تعبر التمثيلات الاجتماعية للكمبيوتر والإنترنت عن هويات واهتمامات وتاريخ وثقافة المستجيبين؟ البيانات البحثية تكونت من تقارير كتبها مسنون فنلنديون يعيشون في بيئات غير حضرية. تمثيلاتهم الاجتماعية يُمكن تلخيصها على النحو التالي: الكمبيوتر والإنترنت هي "أدوات وأشياء" غير مجدية ومحفوفة بالمخاطر وهي تهدد حرية المرء ونمط حياته وصحته وأمنه وهي كذلك تخلق فروقا بين المستخدمين وغير المستخدمين لها. الدراسة أظهرت كذلك كيف أن الهويات المختلفة والاهتمامات والتاريخ والثقافة لبعض المسنين قد تحد من دوافعهم وقدرتهم على الترحيب بالكمبيوتر واستخدامه.

في نفس الاتجاه، وفي (٥٢)، وفي بريطانيا، حيث يُمثل كبار السن مجموعة تُستخدم الخدمات العامة عادة بشكل مكثف إلا أنها لا تستفيد من الفرص التي تُعرض عن طريق الإنترنت بسبب الحواجز المرتبطة بالعمر، فقد ركزت الدراسة على الوصول إلى الإنترنت في ملاجئ لكبار السن. وقد أكدت النتائج على ضرورة تركيز توفير الخدمات الإلكترونية حول احتياجات وميول وقدرات مستخدمي الخدمات العامة وأن منظورا يتمحور حول المستخدم في توفير الحكومة الإلكترونية والخدمات الإلكترونية يتطلب فهما لطبيعة الاستخدام المشكلة اجتماعيا والقائمة محليا لوسائل الإعلام الإلكتروني، والذي بدوره، يُمكن أن يساعد على منع الميل إلى رؤية العمر على أنه العامل الوحيد الذي يحدد التعامل أو عدم التعامل مع الإنترنت. كما أن هذا المنظور يتطلب الاستثمار في توفير المساعدة والدعم للوصول إلى وسائل الإعلام الإلكتروني من أجل منع الإضرار ببعض الفئات الخاصة من المستخدمين مثل كبار السن.



### ٣. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن

تشير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Information and Communication Technology (ICT)) إلى التكنولوجيات التي تمكن من الوصول إلى المعلومات من خلال الاتصالات (٢١) وهي عبارة عن مجموعة متنوعة من الأدوات والموارد التكنولوجية المستخدمة في التواصل وإنشاء ونشر وتخزين وإدارة المعلومات (٢٢).

نركز اهتمامنا على استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجتمع وعلى تأثيرها عليه. وقد أثرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كثيرا على النشاطات والتفاعلات الاجتماعية وعززتها. ففي واقع الأمر استولت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تقريبا على كل جانب من جوانب حياتنا اليومية من التجارة (البيع والشراء) إلى قضاء وقت الفراغ وحتى الثقافة. اليوم أصبحت الهواتف الجوال وأجهزة الكمبيوتر ومختلف الأجهزة التي تحمل باليد والبريد الإلكتروني والإنترنت وغيرها من الخدمات جزءا أساسيا من ثقافتنا ومجتمعنا وتلعب دورا حيويا في العمليات اليومية التي نقوم بها. وقد سهلت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التفاعل الاجتماعي والثقافي وجعلتنا نعيش الآن في مجتمع عالمي مترابط، حيث يُمكن للناس التفاعل والتواصل بسرعة وكفاءة. ويُمكن أن تُنقل الأخبار والمعلومات الآن في غضون دقائق. الأفراد يُمكن لهم بسهولة البقاء على اتصال مع أفراد أسرهم الذين يقيمون في بلدان أخرى أو تكوين صداقات جديدة في جميع أنحاء العالم. ومن الأمثلة على أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المستخدمة لهذه الأغراض هي البريد الإلكتروني والرسائل الفورية وغرف الدردشة ومواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر وبرامج الاتصال مثل سكايب وغيرها والهواتف الذكية والتطبيقات المماثلة. وقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل كبير في القضاء على الحواجز اللغوية، فالناس الذين يتكلمون لغات مختلفة يُمكن لهم الاتصال والتواصل الاجتماعي والقيام بالأنشطة التجارية أنيا عبر الإنترنت باستخدام المترجمات اللغوية.

في بحث سابق تطرقنا إلى علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بظاهرة الإتجار بالبشر وكيف يُمكن استخدامها للحد من هذه الظاهرة. وتوفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمتاجرين طرقا أكثر إبداعا وتعقيدا لارتكاب جرائمهم، وفي الوقت نفسه، تمنح المجتمع الدولي الذي يكافح الاتجار بالبشر المزيد من الفرص للرد على هذه الجرائم (١). وفي بحث آخر تطرقنا إلى علاقة

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بظاهرة العنف الأسري وكيف يُمكن لها أن تساعد في كسر حلقة هذا العنف. فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات توفر للمعتدين طرقاً أكثر إبداعاً وتعقيداً لارتكاب اعتداءاتهم، وفي الوقت نفسه، توفر للمناهضين للعنف الأسري مزيداً من الفرص للتصدي لهذه الظاهرة (٢). في هذا البحث نُركز على العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن، إذ يُمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تُوفر فرصاً تُمكن من تحسين نوعية حياة كبار السن ومن مساعدتهم على مواجهة مصاعب الحياة بسهولة أكبر والتغلب على القيود التي تفرضها عزلتهم الاجتماعية والعاطفية. إلا أن هناك تحديات ومخاطر قد تنشأ عند التطرق إلى التفاعل بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن في إطار هذه العلاقة.

### ٣-١ الفرص التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمسنين

إنه من المتعارف عليه على نطاق واسع أن استخدام التكنولوجيا بشكل عام (٨) (٩) وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (١٠) (٢٣) (١٢) (١١) (٢٤) بشكل خاص من قبل المسنين له تأثير مفيد على نوعية حياتهم. هناك تشكيلة واسعة من تكنولوجيات المعلومات والاتصالات القائمة والناشئة التي يُمكن أن تساهم في استقلالية المسنين وتحسين نوعية حياتهم لتلبية احتياجاتهم الاجتماعية والطبية والأمنية والمتعلقة بأنشطة الحياة اليومية.

ويُمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تلعب دوراً رئيسياً في مساعدة كبار السن في حياتهم من خلال تحويل الحركات الجسدية الصغيرة جداً إلى تأثيرات قوية، أي عن طريق تضخيم قدرة المسنين على التواصل والقيام بالأعمال الخلاقة بنفس الطريقة التي يضخم بها روبوت القدرات المادية للبشر. يُمكن لكبار السن، عبر استخدام أنظمة مصممة بشكل صحيح إضافة إلى التدريب الجيد والدعم، أن يتعلموا كيفية الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق أهداف كان يُعتقد أنها مناسبة فقط للشباب. ويُمكن لكبار السن الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بعدة طرق مختلفة مثل التواصل والاتصال الاجتماعي، والوصول إلى المعلومات والخدمات، وتشجيع التعلم مدى الحياة، والرعاية والتطبيب عن بعد، والبقاء نشطين اقتصادياً ومنتجين حتى بعد التقاعد (١٠).

وسوف تساعد طرق جديدة للاتصال المتزامن مثل الهواتف المحمولة، والرسائل النصية، ومؤتمرات الفيديو، والدرشة، والاتصال غير المتزامن مثل البريد الإلكتروني، ومجموعات الأخبار، والمدونات،



والشبكات الاجتماعية كبار السن ليس فقط للبقاء على اتصال مع أطفالهم، ولكن أيضا سوف تزيد وتسهل الاتصال والتعاون مع أقرانهم (١١).

ويمكن أن يعزز التعلم الإلكتروني كثيرا من تجربة التعلم مدى الحياة للمسنين عبر مصادر معلومات أكبر، وفرص جديدة للتفاعل، وأوقات تعلم أقصر. فعلى سبيل المثال، المشروع eLiLL (e-Learning in Later Life: التعلم الإلكتروني في الحياة المتأخرة)، الذي تم تمويله من قبل برنامج التعليم الإلكتروني للمفوضية الأوروبية في الفترة ٢٠٠٦-٢٠٠٨، كان يهدف إلى المساهمة في محو الأمية الرقمية لكبار السن (٦٠ سنة وما فوق) في أوروبا من خلال تحفيز تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل مقدمي التعليم لكبار السن وإلى تعزيز الممارسات الجيدة بين المهنيين وكبار السن النشطين العاملين في مجال تعليم كبار السن (١٥).

ويمكن لكبار السن أن يستفيدوا أيضا من تطبيقات الحكومة الإلكترونية التي من شأنها أن تريحهم من الرحلات غير الضرورية ومن الانتظار في المكاتب للحصول على الخدمات (١١).

بعض كبار السن، عندما يتقاعدون من وظائفهم، يحتاجون إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تمكنهم من الوصول إلى المعلومات حول التطورات الحالية في مجال مهنتهم وتوفر لهم فرصا للنمو والعمل بشكل خلاق حتى بعد تقاعدهم. وتساعد أيضا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هؤلاء الناس على الحفاظ على معارفهم الثمينة وخبراتهم وتعميمها على المجتمع (١٢).

إدخال قوة الحوسبة في حياة كبار السن يمكن أن تساهم في مساعدتهم على الاعتناء بصحتهم في المنزل، وبالتالي، فإنه يمكن الحفاظ على استقلالهم لفترة أطول مما يوفر جودة أعلى للحياة للمتعاقدين ويمكن من خفض تكاليف الرعاية بالنسبة للدولة والأسرة. فعلى سبيل المثال، myVitali هو نظام رصد مع أجهزة شاشات لاسلكية تعمل باللمس، تمكن كبار السن من تلقي المساعدة والتوجيه في المنزل وطلب المساعدة في حالات الطوارئ إذا لزم الأمر. ويمكن للمستخدمين أخذ قياسات هامة مثل ضغط الدم الخاص بهم والوزن والدهون في الجسم وتحميل هذه المعلومات مباشرة إلى النظام. وبالتالي، يمكن لأي من الجهات المهنية التي توفر لهم الرعاية الصحية الوصول الفوري إلى سجلاتهم الصحية المحدثة (١٤).

ويمكن أيضا لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن توفر سبلا لمساعدة المسنين على البقاء نشطين وتوسيع قدراتهم على الاستمرار في العمل. الشركة اليابانية فوجيتسو (Fujitsu)، على سبيل المثال،

قامت بتطوير ”عصا مشي ذكية“ مع إدماج إمكانية الملاحة عبر الأقمار الصناعية. عصا الجيل الجديد هذه تم تصميمها لمساعدة المسنين على تتبع طريقهم، فضلا عن رصد أشياء مثل معدل دقات القلب ودرجة الحرارة. ويُمكن أيضا تتبع مكان العصا بواسطة الانترنت. كما يُمكن إعداد العصا لإرسال تنبيهات عن طريق البريد الإلكتروني إذا كانت العصا تعتقد أن المستخدم قد سقط. والنموذج الأولي للجهاز تم عرضه في المؤتمر العالمي للجوال في برشلونة وهو مجهز بتقنيات اتصال مختلفة مثل GPS و3G وWiFi ولديه شاشة LED على الجزء العلوي من المقبض. وإذا كانت هناك حاجة لتغيير الاتجاه، فإن عصا المشي تهتز، ويظهر سهم. العصا ترسل بيانات إلى كمبيوتر مضيف، ولذلك فإن مقدم الرعاية أو قريب المسن يُمكن له رؤية موقع المسن، مع بيانات إضافية مثل معدل دقات القلب. كل هذه المعلومات تتدفق إلى الكمبيوتر المضيف. وإذا اكتشفت العصا عدم انتظام دقات القلب، فيُمكن لها الاتصال تلقائيا بخدمات الطوارئ (٢٠).

ومن المثير للاهتمام أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد يرفع المستوى الآخذ في الانخفاض للقدرة المعرفية والحركية للمسنين. وقد أظهرت دراسة في (٢١)، على سبيل المثال، والتي ركزت على تأثير ألعاب الكمبيوتر على كبار السن، أن لعب ألعاب الكمبيوتر، بالإضافة إلى كونه نشاطا ترفيهيا جديدا، يؤثر إيجابيا على معالجة المعلومات، والقراءة، والفهم والذاكرة لدى المسنين. كما أظهرت الدراسة أيضا أن لعب ألعاب الكمبيوتر يُمكن أن يُمكن أيضا من وقت رد فعل أسرع، ويؤدي إلى زيادة في مدى الاهتمام، وإلى تنسيق أفضل بين اليد والعين. وهذا بدوره يُمكن أن يساعد هؤلاء الناس في حياتهم اليومية. وبالإضافة إلى ذلك، فإن لعب ألعاب الكمبيوتر أعطى موظفي التمريض والدعم أدلة على وجود إعاقات جسدية ونفسية لم يتم التعرف عليها من قبل (٢٢).

### ٢-٣ التحديات والمخاطر

وكما أن هناك فرص فهناك أيضا تحديات ومخاطر تنشأ عند التطرق إلى التفاعل بين كبار السن، ونوعية الحياة، ونظم الرعاية، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. فعلى الرغم من أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد أصبح شائعا في العديد من البلدان، فلا تزال هناك فجوة رقمية بين قطاعات من المجتمعات. وهذا هو الحال خاصة مع الناس المسنين (١٧) (١٨) (١٩). ويُظهر كبار السن تكيفا أقل مع ظهور تقنيات جديدة بما في ذلك تكنولوجيا المعلومات والاتصالات



مقارنة مع الأجيال الشابة، إما لأنهم ليس لديهم الخبرة التكنولوجية أو بسبب حالتهم الصحية الحالية. كما أنهم يواجهون عادة صعوبات كثيرة متأتية من الخصائص الديموغرافية مثل الدخل، والتعليم، والموقع الجغرافي، والإعاقات الممكنة، فضلا عن الصعوبات المتعلقة بتعقيد التكنولوجيا. ومن الأسباب الأخرى للتكيف الضعيف مع التكنولوجيات الجديدة هي عدم وجود الحوافز، والعقبات الاقتصادية، والمهارات الرقمية، والتدريب المناسب. ويواجه أيضا كبار السن عددا من العوائق التي تعقد لهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل القلق تجاه أجهزة الكمبيوتر والشعور بأن أجهزة الكمبيوتر ليست ذات صلة بالمسنين. أيضا فإنه يبدو أن السوق لا تستثمر بما فيه الكفاية في الابتكارات لكبار السن، مثل التركيز على الخدمات الشاملة وسهولة الاستخدام. وتعتبر العديد من المنتجات والخدمات الحالية ليست مناسبة لاحتياجات المسنين (٨).

وفي الواقع، كل تكنولوجيا جديدة نقوم بتنفيذها تخلق فجوة جديدة. هناك فجوة متنامية بسرعة بين الصغار والكبار. ويتم تهميش كبار السن من قبل السائقين الشباب لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ومع كل تكنولوجيا جديدة لا تستطيع أجيال المسنين فهمها، فإن عزلتهم تزداد (١١). وكمثال على ذلك، تشير الإحصاءات الأخيرة إلى أن أكثر من ٥٢ في المئة من الناس الذين تتراوح أعمارهم بين ٥٥-٧٤ عاما في الاتحاد الأوروبي لا يستخدمون الانترنت (على الأقل مرة واحدة في الأسبوع) (١٣). حقيقة أن أكثر من نصف السكان كبار السن ليس لديهم الفرصة للبحث عن المعلومات التي تقدمها الإنترنت واستخدامها مما يحدد بوضوح فجوة رقمية خطيرة داخل دول الاتحاد الأوروبي.

وجنبا إلى جنب مع الحاجة المتزايدة للوصول إلى المعلومات والتواصل، فإن المسنين يجدون صعوبة متزايدة في متابعة التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. والأجهزة الإلكترونية، وأنظمة التشغيل، والتطبيقات لا تفعل ما يكفي لاستيعاب الاحتياجات الخاصة لكبار السن (١١). فعلى سبيل المثال، فقد وجدت دراسة حول الحكومة الإلكترونية والمسنيين في بلدين، وهما الولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا، والتي حددت أن المواقع الحكومية ذات أهمية خاصة للمسنيين في ثلاثة مستويات من الحكومة (الوطنية، والولائية والمحلية) وقامت باختبار عينة عشوائية من هذه المواقع من أجل التعرف على قابليتها للقراءة، وأن مستويات القراءة لهذه المواقع هي أصعب من تلك الموصى بها وأن عيب التصميم هذا يحدث في جميع مستويات الحكومة وفي البلدين وأن هذا الخطأ البسيط،

بجعل المواد صعبة القراءة بالنسبة للمسنين، ويحول دون القدرة التحويلية للحكومة الإلكترونية لهذه المجموعة من الناس من ذوي الاحتياجات الخاصة (١٦). بالإضافة إلى توفير الرعاية لكبار السن، وفهم الصعوبات التي يواجهونها، وسن القوانين المناسبة التي تحميهم، وتطوير وصيانة قواعد بيانات مناسبة لهم، وتنظيم حملات دعاية من أجل رفع مستوى الوعي العام حولهم، فإن الدولة والمنظمات غير الحكومية يُمكن لها مساعدة المسنين والمساهمة بشكل كبير في تحسين نوعية حياتهم من خلال المساهمة في تكيفهم مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإزالة كل المخاوف من استخدامها. وإذا كان لإمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحويل حياة الناس (كبار السن) أن تتحقق، فلا بد من إيجاد سبل لجعل هذه التكنولوجيا مناسبة، وصالحة للاستعمال، وجذابة لكبار السن.

#### ٤. الوضع في دولة قطر

##### ٤-١ تطور الاهتمام بكبار السن في دولة قطر

لقد تطوّر الاهتمام بموضوع كبار السن في دولة قطر وتزايد الحديث عنه خلال السنوات القليلة الماضية حيث تُبذل جهود رسمية لتعزيز حقوق كبار السن ورعايتهم بالتنسيق والتعاون مع العديد من الجهات الداخلية ومع المنظمات المعنية على المستوى الإقليمي والدولي. وقد تم سن العديد من التشريعات والقيام بالعديد من التدابير في هذا المجال (٢). وقد كرس الدستور حق المسن كما حرص على المحافظة على صحة فئة المسنين وساوى بينهم وبين غيرهم في الحقوق والواجبات. كما نص القانون على حق المسن في الضمان الاجتماعي وفي السكن وفي العمل (حتى سن الخامسة والستين وفي حالات يجوز التمديد إلى ما بعد هذه السن) ووفر بعض الحماية القانونية للمسن حيث لا يجوز، على سبيل المثال، إصدار أمر بحبس المدين إذا تجاوز السبعين من العمر. كما يجري العمل على إعداد مشروع قانون متكامل لحماية المسنين مع تحديد القواعد والأحكام التي تدعم حمايتهم وصون كرامتهم وتوفير أمنهم الاقتصادي والنفسي والصحي والجسدي والعقلي.

كما شملت مظاهر الاهتمام بكبار السن، إضافة إلى المجال التشريعي، مجال البناء المؤسسي. فقد تم إنشاء وتأسيس العديد من المؤسسات واللجان التي تُعنى بكبار السن ورعايتهم وحقوقهم مثل المجلس الأعلى للصحة الذي يشرف على الرعاية الصحية للمسنين على ثلاث مستويات: الرعاية الصحية الأولية لعلاج المسنين وتوعيتهم من خلال المراكز الصحية الأولية والرعاية المتوسطة



التأهيلية للعلاج المتخصص والتأهيل وبرامج العلاج الطبيعي والوظيفي وغيرها من خلال المراكز التأهيلية المجتمعية والرعاية المتقدمة في المستشفيات. كما تم إنشاء المؤسسة القطرية لرعاية المسنين "إحسان" والتي تعمل على إيواء المسنين وتوفير خدمات الرعاية الصحية والاجتماعية والنفسية لهم وتأهيلهم لمواجهة الشيخوخة والتأقلم معها وإدماجهم في المجتمع وتوعية أسرهم. كما تم تشكيل إدارة للمسنين والأشخاص ذوي الإعاقة ضمن وزارة الشؤون الاجتماعية. وتسهر هذه الإدارة على الإسهام في تنفيذ الاستراتيجيات والخطط والسياسات المتعلقة بهذه الفئة من المجتمع، وعلى تطوير وتنفيذ البرامج والخدمات اللازمة لرعايتها وتأهيلها بالتعاون مع المؤسسات الأخرى ذات العلاقة، وعلى توعية المجتمع وتنقيفه بخصوص هذه الفئة وحقوقها من خلال تنظيم الندوات والمؤتمرات وورش العمل وتنفيذ برامج التدريب الموجهة للعاملين الذين يوفرون الرعاية، وعلى المشاركة في تمثيل الدولة في المؤتمرات والفعاليات الإقليمية والدولية ذات الصلة بقضايا الأشخاص ذوي الإعاقة والمسنين. وفي إطار التكاتف بين الدولة والمجتمع المدني والأسرة بشأن كفالة وتعزيز حقوق المسنين، تلعب أيضا اللجنة الوطنية لحقوق الإنسان دورا بارزا في هذا المضمار وذلك في إطار ممارستها للاختصاصات المنوطة بها وفي مقدمتها نشر ثقافة حقوق الإنسان حيث تولي هذه اللجنة أهمية خاصة لحقوق كبار السن لتوفير العوامل المساعدة لهم حتى يتمكنوا من لعب أدوار فاعلة في المجتمع. كما يتبنى أيضا المجلس الأعلى لشؤون الأسرة قضية المسنين من منظور حقوقي ويسلط الضوء على الاحتياجات الخاصة بهذه الفئات الهشة ويقوم بالعديد من الفعاليات والأنشطة الخاصة بمناقشة أوضاع كبار السن وكذلك تعزيز دور الأسرة ومساعدتها على الاستمرار في توفير الرعاية للمسنين من أفرادها في إطار العائلة.

كما شملت مظاهر الاهتمام بكبار السن أيضا السياسات والاستراتيجيات وخطط العمل التي تضمن المساواة في تمتع كبار السن بالحقوق. فقد تضمنت السياسة السكانية لدولة قطر (٤) التي انطلقت في أكتوبر ٢٠٠٩ هدفا استراتيجيا نص على تمكين المسنين من المشاركة بفعالية في الحياة الاجتماعية والعامية من خلال توفير مصادر دخل كاف لهم، وضمان الخدمات الصحية والاجتماعية لهم، وحث أسرهم على رعايتهم ودعمها ومساندتها في ذلك، وإنشاء وتطوير الرعاية المناسبة لهم، وتطوير نظام التقاعد ونظام التأمين بحيث يشمل جميع القطاعات (العام والخاص والمختلط) وتطوير طب الشيخوخة. أما استراتيجية التنمية الوطنية (٢٠١١-٢٠١٦) (٥) التي انطلقت في مارس ٢٠١١،

والتي ترتبط بأهداف رؤية ٢٠٣٠م (٦)، فقد احتوت، من خلال الاستراتيجيات المكونة لها مثل استراتيجية قطاع الحماية الاجتماعية والاستراتيجية الوطنية للصحة، على برامج من شأنها أن توفر أفضل مستويات الرعاية الصحية المتطورة والحماية الاجتماعية والضمان الاجتماعي للمسنين. كما شملت مظاهر الاهتمام بكبار السن أيضا المؤتمرات والمتلقيات التي تهتم بكبار السن وبحقوقهم. فقد تم تنظيم بعض الندوات المحلية مثل ندوة ”شبكات الحماية الأسرية والشيخوخة“ التي نظمتها المعهد الدولي للدراسات الأسرية والتنمية بالتعاون مع صندوق الأمم المتحدة للسكان وجامعة نورث وسترن وبرنامج الامم المتحدة للشيخوخة في يونيو ٢٠٠٩ في قطر والتي تطرقت إلى قواعد التعامل بإيجابية مع كبار السن، وكيفية تطوير وتمية البرامج السكانية التي تستجيب للحاجات الصحية والاقتصادية لهذه الفئة، والبحث عن الوسائل التي تساعد على تطوير آليات جمع البيانات السكانية والأبحاث الديموغرافية في هذا المجال، ومناقشة أفضل الطرق لبناء القدرات في مجال رعاية كبار السن والوسائل الناجعة لتعزيز التعاون العالمي وتبادل الخبرات في هذا المجال. كما تطرقت إلى كيفية الاستفادة من طاقات الكبار وتفعيل دورهم. ومن الأمثلة الأخرى على الندوات المحلية ندوة ”الحماية الاجتماعية والقانونية لكبار السن“ التي نظمتها المؤسسة القطرية لرعاية المسنين بالتعاون مع اللجنة الوطنية لحقوق الإنسان في سبتمبر ٢٠١٤، والتي ناقشت موضوع الحماية الاجتماعية والقانونية لكبار السن، وتناولت كذلك المشكلات والمخاطر التي تواجه كبار السن في ظل العولمة وتحولاتها، إلى جانب الوقوف على المستجدات في احتياجات كبار السن ورصد وتشخيص المشكلات والصعوبات التي يعانون منها هم والعاملون معهم. كما شاركت دولة قطر في كثير من المؤتمرات والمتلقيات الإقليمية التي تخص كبار السن مثل أعمال اللجنة الخليجية لرعاية المسنين التي ينظمها المكتب التنفيذي لمجلس التعاون الخليجي بشكل دوري لمناقشة الموضوعات الخاصة برعاية المسنين في دول المجلس، وأعمال الندوة الخليجية حول الحماية الاجتماعية لكبار السن، وأعمال الملتقى الخليجي حول جودة الحياة لكبار السن وخدماتهم واستشراف مستقبلهم (مايو ٢٠١٤). كما تمت المشاركة في العديد من المؤتمرات والمتلقيات الدولية مثل دورات العمل التي يعقدها الفريق العامل المفتوح العضوية المعني بالشيخوخة في مقر الأمم المتحدة في نيويورك (ابريل ٢٠١١، أغسطس ٢٠١١، أغسطس ٢٠١٢) واجتماع المراجعة الإقليمية الثانية لخطة عمل مدريد الدولية للشيخوخة (ديسمبر ٢٠١١).



#### ٤-٢ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن في دولة قطر

في مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة الذي عُقد في ريو دي جانيرو في يونيو ٢٠١٢ تم التوصل إلى إجماع عالمي مفاده أنه من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة، لا بد للمؤسسات على جميع المستويات أن تكون فعالة وشفافة وخاضعة للمساءلة وديمقراطية. وتوفر الحكومة الإلكترونية إمكانيات هائلة لتحسين الطريقة التي تقدم بها الحكومات الخدمات العامة ولتعزيز مشاركة المساهمين في هذه الخدمات. ويمكن توفير فرص كبيرة لتحويل الإدارة العامة إلى أداة للتنمية المستدامة عبر الحكومة الإلكترونية والابتكار. والحكومة الإلكترونية هي: "استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها من قبل الحكومة لتوفير المعلومات والخدمات العامة للناس" (٥٤). وعلى نطاق أوسع، فإن الحكومة الإلكترونية يُمكن أن يشار إليها على أنها استخدام وتطبيق تكنولوجيا المعلومات في الإدارة العامة لتبسيط ودمج سير العمل والعمليات، لتحقيق إدارة فعالة للبيانات والمعلومات، وتعزيز تقديم الخدمات العامة، فضلا عن توسيع قنوات الاتصال من أجل تمكين الناس من المشاركة (٢٨). والفرص التي تُتيحها التطورات الرقمية للسنوات الأخيرة، سواء من خلال الخدمات عبر الإنترنت، أو البيانات الكبيرة، أو وسائل الإعلام الاجتماعية، أو تطبيقات الجوال، أو الحوسبة السحابية، توسع باستمرار الطريقة التي ننظر بها إلى الحكومة الإلكترونية. ومن خلال الابتكار والحكومة الإلكترونية يُمكن للإدارات العامة في جميع أنحاء العالم أن تكون أكثر كفاءة وأن توفر خدمات أفضل وأن تستجيب لمطالب الشفافية والمساءلة. والحكومة الإلكترونية يُمكن أن تساعد الحكومات على المحافظة على البيئة وتعزيز الإدارة الفعالة للموارد الطبيعية وكذلك تحفيز النمو الاقتصادي وتعزيز الاندماج الاجتماعي وخاصة للفئات المحرومة والضعيفة مثل كبار السن. وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أثبتت أيضا أنها يُمكن أن تكون منصات فعالة لتسهيل تبادل المعرفة وتنمية المهارات ونقل حلول الحكومة الإلكترونية المبتكرة وبناء القدرات من أجل التنمية المستدامة في مختلف البلدان. والحكومة الإلكترونية يُمكن كذلك أن تُنشئ فوائد هامة في شكل فرص عمل جديدة وتحسين الصحة والتعليم.

وتقوم الأمم المتحدة بمسح حول الحكومة الإلكترونية كل سنتين وهو عبارة عن تقرير يُقيم وضع تطور الحكومة الإلكترونية للدول الـ ١٩٢ الأعضاء في الأمم المتحدة ويسلط الضوء على الاتجاهات الناشئة للحكومة الإلكترونية والقضايا والممارسات المبتكرة فضلا عن تحديات وفرص تطوير

الحكومة الإلكترونية. ومنذ إنشائه سنة ٢٠٠٢، تبنى مسح الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية نظرة شمولية لتطور الحكومة الإلكترونية تعتمد على ثلاثة أبعاد هامة: توفر الخدمات عبر الإنترنت والبنية التحتية للاتصالات والقدرات البشرية. وتستخدم هذا الأبعاد في شكل مؤشر لتطور الحكومة الإلكترونية (E-Government Development Index (EGDI)) لترتيب مختلف دول العالم. ويُعتبر كل بُعد من هذه الأبعاد في حد ذاته مقياساً مركباً يُمكن استخلاصه وتحليله بشكل مستقل. وترتيب الدول حسب هذه المؤشرات هو ليس مصمماً لالتقاط تطور الحكومة الإلكترونية بالمعنى المطلق ولكنه يهدف إلى إعطاء تقييم لأداء الحكومات الوطنية مقارنة ببعضها البعض. ومؤشر تطور الحكومة الإلكترونية (EGDI) هو قيمة بين ١٠ و ٠ ويمكن أن يكون "مرتفعاً جداً" (أكبر من ٧٥، ٠) أو "مرتفعاً" (٠، ٥-٠، ٧٥) أو "متوسطاً" (٠، ٢٥-٠، ٥) أو "منخفضاً" (أقل من ٢٥، ٠).

وتؤكد نسخة سنة ٢٠١٤ من مسح الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية (٢٨) على أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي عامل مساعدة فعال للحصول على مؤسسات فعالة وشفافة وخاضعة للمساءلة. ولذلك، فإن البلدان في جميع أنحاء العالم وعلى جميع مستويات التنمية، تواصل القيام باستثمارات كبيرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع العام، حيث أن هذه الجهود ضرورية لتحقيق المشاركة الشعبية الواسعة في صنع القرار وتعزيز الوصول إلى المعلومات وإزالة الحواجز أمام الخدمات العامة. وقد حصلت قطر في نسخة سنة ٢٠١٤ من مسح الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية على مؤشر EGDI بلغ ٦٣٦٢، ٠ (مرتفع) وجاءت في المرتبة ٤٤ عالمياً (في تحسن ملحوظ مقارنة بالمرتبة ٤٨ سنة ٢٠١٢) وفي المرتبة ٩ آسياياً وفي المرتبة ٤ خليجياً بعد البحرين (٠، ٨٠٨٩) والإمارات (٠، ٧١٣٦) والسعودية (٠، ٦٩٠٠).

وتجدر الإشارة إلى أن هناك فرص كبيرة للبلدان ذات المؤشر EGDI المرتفع والمتوسط لمواصلة دفع عجلة التنمية بالنسبة لحكوماتها الإلكترونية. مع استراتيجيات واضحة، واستثمار ذكي في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، واستثمار متواصل في التعليم الابتدائي والثانوي والعالي، وكذلك من خلال تحول جذري في تقديم الخدمات العامة على شبكة الإنترنت، ويُمكن لهذه البلدان تحقيق المزيد من الارتقاء بحكوماتها الإلكترونية وتصدر الترتيب. كما تجدر الإشارة إلى أن ترتيب قطر وجميع دول مجلس التعاون الخليجي جاء ضمن أعلى ١٠ مراتب في غرب آسيا، وذلك بسبب ارتفاع ناتجها المحلي الإجمالي، وارتفاع نسبة المتعلمين، وصغر عدد السكان، ورغبة شديدة من



جانب حكوماتها للاستثمار في هذا المجال وتطوير البوابات الإلكترونية الخاصة بها، وبالتالي تقديم خدمات إلكترونية متقدمة لمواطنيها وتمكينهم من الوصول إلى المعلومات بسهولة. وجميع دول مجلس التعاون الخليجي لديها بوابات إلكترونية مرتبطة مع بعضها البعض بشكل يُمكن مواطنيها من سهولة البحث والوصول إلى المعلومات. هذه المبادرة الجديدة سوف تحفز القطاع العام على تقديم خدمات أكثر شفافية وذات كفاءة عالية، وبالتالي اعتماد نهج يُركز على المواطن حيث تكون احتياجاته (كعميل) في الصدارة. كل دول مجلس التعاون الخليجي الست أنشأت لجنة للحكومة الإلكترونية لدول المجلس ونظمت مؤتمراً للحكومة الإلكترونية لدول المجلس الذي وفر منصة للقادة لمناقشة مختلف جوانب برامج الحكومة الإلكترونية في بلدانهم ومكن من التشارك والاستفادة من الخبرات وتعزيز عمليات التحول الإلكتروني. الهدف المشترك بين هذه الدول هو تعزيز الخدمات الإلكترونية وزيادة إنتاجية وكفاءة الحكومة وتحسين ترتيبها العالمي (٢٨). وهذه الأمور سوف تنعكس حتماً بشكل إيجابي على فئة كبار السن والخدمات المقدمة إليها.

وقد بين تقرير بعنوان "مشهد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطر سنة ٢٠١٣: الأسر والأفراد" (٥٥) أعدته وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في دولة قطر (المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (ICT Qatar) سابقاً) أن التطورات الجارية في بيئة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطر قد أدت إلى تقدم كبير خلال فترة قصيرة نسبياً من الزمن. ومع ذلك، فإن هذا التقرير بين أيضاً أن هناك العديد من التحديات التي يجب التصدي لها من أجل أن تتمكن قطر من تحقيق هدفها المتمثل في إنشاء قطاع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يكون حيويًا وابداعياً و شاملاً وقادراً على تغذية اقتصادها وتوفير المنافع الاجتماعية للجميع. فعند النظر إلى أحدث البيانات من عام ٢٠١٢، فإن عدة اتجاهات تظهر بوضوح (٥٥). والناس في قطر هم الآن أكثر ارتباطاً بشبكة الإنترنت من أي وقت مضى. فاليوم يمتلك كل منزل في قطر، في المتوسط، ثلاثة هواتف نقالة، واثنين من أجهزة الكمبيوتر، وهاتف ذكي واحد، والناس يستخدمون هذه التقنيات للوصول إلى الإنترنت بأعداد أكبر من أي وقت مضى. فبين عامي ٢٠٠٨ و ٢٠١٢ ازداد انتشار الحاسوب بين الأفراد أكثر من الضعف، في حين ارتفع في نفس الفترة استخدام الإنترنت من ٢٨٪ إلى ٦٩,٣٪. أما الاتصال عريض النطاق بالإنترنت (Broadband Access) فهو كذلك أخذ في الارتفاع. ٨٥٪ من الأسر في دولة قطر لديها الآن اتصال عريض النطاق بالإنترنت مقارنة بـ ٨٠٪

سنة ٢٠١٠. اشتراكات الإنترنت عريض النطاق المتنقل (mobile broadband)، على وجه الخصوص، هي أيضا آخذة في الارتفاع. أما المسيرة فيقودها الشباب القطري. فالمواطنون القطريون الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ و ٢٤ سنة لديهم أعلى معدلات انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مقارنة بأي فئة عمرية أخرى، وفي جميع المجالات، بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر (٩٧٪)، وشبكة الإنترنت (٩٨٪)، وخدمات الهاتف الجوال (ما يقرب من ١٠٠٪). لذلك فإن مستقبل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطر يبدو مريحا وقابلا للحمل، حيث تصاعدت على مدى السنوات القليلة الماضية وتيرة استخدام الهواتف الذكية متعددة الاستخدامات، مدعومة بعوامل مثل زيادة التوفر وتحسن خدمات الإنترنت عريض النطاق المتنقل وازدياد الخيارات المتاحة بخصوص حزم بيانات الإنترنت من طرف مقدمي الخدمات.

ولكن، وعلى الرغم من هذا التقدم، فإن غالبية الناس في قطر مازالوا يواجهون معوقات متعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. فأكبر عقبة أمام الوصول إلى معدلات عالية لانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها في قطر، وعلى المدى الطويل، إلى اقتصاد معرفة حقيقي، هو النقص الواسع في مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالنسبة لقطاع مهم من السكان، خاصة الإناث وكبار السن والعمال المؤقتين. وتجدر الإشارة أيضا إلى أن الوعي بالحكومة الإلكترونية واستخدامها لم يحقق تقدما مقارنة بسنة ٢٠١٠. فرغم أن الغالبية العظمى من الأفراد يفيدون بأنهم على بينة بخدمات الحكومة الإلكترونية المتاحة، فإن فقط أقل من ربع هؤلاء قد استخدموا هذه الخدمات فعلا في الأشهر الـ ١٢ الماضية وهذه النسبة هي نفسها مقارنة بسنة ٢٠١٠. كما أن ٢٥٪ من الأشخاص المستطلع آراؤهم كانوا يجهلون تماما عروض الحكومة الإلكترونية. وبناء على هذه النتائج، فقد أصدرت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات استراتيجية لاحتواء الرقمي (٧) للاقتراب من المعرضين لخطر الاستبعاد الرقمي مثل كبار السن وتمكين الخطة الوطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من تحقيق الاعتماد الشامل للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل جميع شرائح المجتمع. وتهدف هذه الاستراتيجية إلى الوصول إلى جميع قطاعات المجتمع من خلال برنامج للتوعية والوصول والتدريب والدعم.

كما تجدر الإشارة في هذا السياق أيضا إلى أن وزارة العمل والشؤون الاجتماعية قد قامت بتدشين أول قاعدة بيانات وطنية لذوي الإعاقة وكبار السن في دولة قطر في يناير ٢٠١٥ وأن قاعدة البيانات



هذه ستكون نقطة بداية لحصر أعداد هذه الفئات بشكل دقيق، وقد قامت الوزارة بضم كبار السن إلى جانب الأشخاص ذوي الاعاقة في قاعدة البيانات لضمان تسهيل حصولهم على الخدمات.

٤-٣ استبيان حول العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن في دولة قطر  
لقد قمنا بتصميم استبيان يتكون من ٢٠ سؤالاً مقسمة إلى جزأين. أسئلة الاستبيان كانت تطويراً ذاتياً. الجزء الأول (الأسئلة ١- ١٠) يهتم بالعلاقة، بشكل عام، بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن في قطر مثل مدى وعي الناس عموماً بهذه العلاقة ودراية كبار السن بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقدرتهم على استخدامها وإقبالهم عليها والمعوقات التي تحول دون استخدامها لها والمخاطر التي قد تترتب على استخدامها والفجوة الرقمية بين المسنين والشباب ودعم الدولة والشركات والجهات المعنية الأخرى لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المسنين. أما الجزء الثاني (الأسئلة ١١ - ٢٠) فهو يهتم بكيفية مساعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمسنين مثل التأثير بشكل مفيد على نوعية حياتهم والمساهمة في استقلاليتهم وتلبية احتياجاتهم الاجتماعية والأمنية والصحية وتوسيع قدراتهم الحركية وتمكينهم من الوصول إلى المعلومات والحفاظ على معارفهم وخبراتهم ومن التعلم ومن البقاء نشطين اقتصادياً ومن ممارسة هواياتهم. الرسم ١ والرسم ٢ يعرضان نموذج وأسئلة الاستبيان. الاستبيان تم توزيعه على شريحة عشوائية من الناس في قطر بلغ عددها ٤٧٧ شخصاً، علماً بأن العدد الكلي للسكان في قطر قد بلغ ٢،٢٤٢،٧٢٥ ساكناً بتاريخ ٣٠ أبريل ٢٠١٥ حسب إحصائيات وزارة التخطيط الترموي والإحصاء (قطاع الإحصاء) (٦٨). ويوجد هذا الأمر تبريراً في خصوصية الحالة القطرية (وربما العربية والإسلامية بشكل عام) حيث لا تزال الأسرة هي الحاضنة الأساسية لكبار السن وحيث يعيش معظم كبار السن بين ذويهم الذين يقومون برعايتهم. ولذلك، تم استهداف هذه الشريحة العشوائية حيث أن كل فرد منها هو مشارك محتمل في رعاية قريب له، أوله دراية بهذا الأمر. وقد تم اختيار هذه الشريحة العشوائية عبر توزيع الاستبيان في الكلية وفي عدد من المجمعات السكنية وفي عدد من المجمعات التجارية.

وقد جاءت نتائج الجزء الأول (انظر رسم ٣) متناغمة بشكل عام مع ما ورد في القسم السابق (٤-٢). ففي نتائج السؤال الأول (انظر رسم ٢)، نلاحظ أنه، رغم وجود شريحة لا بأس بها من الأشخاص الذين شاركوا في الاستفتاء (٤٢٪) والذين كان لهم احتكاك مباشر بالجهود التي تبذل من أجل التوعية، فإن نسبة كبيرة من الأشخاص الذين شاركوا في الاستفتاء (٥٧٪) لم يسبق

لهم أن حضروا ندوة أو قرأوا مقالا أو شاهدوا برنامجا تلفزيونيا أو شاركوا في نقاش حول علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بكبار السن، وقد يعطي هذا مؤشرا إلى ضرورة بذل جهود أكبر من قبل الدولة ووسائل الإعلام والجهات الأخرى المعنية برعاية المسنين من أجل التوعية بهذه المسألة وبالفوائد التي يُمكن أن تجلبها لكبار السن. أما نتائج السؤال الثاني (انظر رسم ٢)، فقد جاءت موزعة بشكل متقارب حيث أن ٢٧٪ من الذين شاركوا في الاستبيان يرون أن كبار السن في دولة قطر هم على دراية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، إلا أن نسبة لا بأس بها أيضا من الذين شاركوا في الاستبيان (٢٦٪) تظن أن كبار السن في دولة قطر ليسوا على دراية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، وهذا يتوافق إلى حد ما مع التقارير الدولية (٢٨) والمحلية (٥٥) (٧) التي أشارت إلى وجود نقص واسع في مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى أجزاء هامة من المجتمع من بينها كبار السن وإلى قلة وعي هذه الشريحة من المجتمع بعروض الحكومة الإلكترونية، الأمر الذي جعل وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات تصدر استراتيجية للاحتواء الرقمي (٧) للاقترب من المعرضين لخطر الاستبعاد الرقمي مثل كبار السن. ومن اللافت للانتباه أيضا، وجود نسبة عالية بشكل ملحوظ من الذين هم غير متأكدين (٢٧٪) ويُمكن ربط هذا بنتائج السؤال الأول التي أظهرت نسبة عالية من عدم الوعي بالعلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن، ويظهر هذا الأمر جليا أيضا في نتائج معظم الأسئلة الأخرى في الاستبيان كما سنرى لاحقا. أما نتائج السؤال الثالث، بخصوص قدرة كبار السن في دولة قطر على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (انظر رسم ٣)، فقد جاءت منقسمة إلى قسمين حيث يرى ٥٠٪ من الذين تم استفتاؤهم أن كبار السن في قطر هم بالفعل قادرين على الاستخدام. أما باقي الذين تم استفتاؤهم فهم يرون العكس (١٠٪) أوهم في غالبيتهم غير متأكدين كالعادة (٤٠٪) كما أشير إلى ذلك سلفا. أما نتائج السؤال الرابع، بخصوص إقبال كبار السن على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (انظر رسم ٢)، فقد جاءت مشابهة لنتائج السؤال السابق، حيث يرى ٤١٪ من الذين تم استفتاؤهم أن لكبار السن في قطر إقبال على الاستخدام. أما باقي الذين تم استفتاؤهم فهم يرون العكس (١٦٪) أوهم في غالبيتهم غير متأكدين كالعادة (٤٣٪) كما أشير إلى ذلك سلفا. أما نتائج السؤال الخامس، بخصوص الفجوة الكبيرة بين كبار السن والأجيال الشابة في قطر من حيث التكيف مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (انظر رسم ٣)، فتُظهر أن فقط ٢٩٪ من الذين شاركوا في الاستبيان يعتقدون أن هناك فجوة كبيرة. وكالعادة، فهناك نسبة لا بأس



بها من الذين هم غير متأكدين (٢٩٪). أما النسبة الأكبر (٤٢٪)، فهي لا ترى أن هناك فجوة وهذا بالطبع أمر مُستغرب ويعود حتماً إلى قلة الوعي بعلاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن مما يشجع على مواصلة البرامج التوعوية الخاصة بهذا الأمر وتكثيفها لتطال جمهوراً أوسع. أما نتائج السؤال السادس، بخصوص إن كانت هناك معوقات تحول دون تمكن المسنين في دولة قطر من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (انظر رسم ٢)، فقد جاءت متقاربة حيث يرى ٢٧٪ أن هناك معوقات. أما ٢٣٪ فيرون أنه ليس هناك معوقات. أما الغالبية (٤٠٪)، فهم كالعادة غير متأكدين. أما نتائج السؤال السابع، بخصوص دعم دولة قطر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المسنين ومساعدتهم على ذلك بالشكل الملائم (انظر رسم ٢)، فقد أظهرت أن ٥٨٪ من الذين تم استفتاؤهم يرون أن دولة قطر تقدم الدعم والمساعدة بالشكل الملائم، وأن نسبة صغيرة فقط (١٧٪) يرون العكس. وكالعادة، هناك نسبة لا بأس بها من الذين هم غير متأكدين (٢٥٪). وتأتي هذه النتائج متناسقة مع ما يحدث من جهود في الواقع حيث أصدرت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات استراتيجية للاحتماء الرقمي (٧) للاقتراب من المعرضين لخطر الاستبعاد الرقمي مثل كبار السن وتمكين الخطة الوطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من تحقيق الاعتماد الشامل للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل جميع شرائح المجتمع. أما نتائج السؤال الثامن، بخصوص قيام الجهات المعنية برعاية المسنين في دولة قطر بالجهود الكافية لتمكين المسنين من الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (انظر رسم ٢)، فقد جاءت مماثلة لنتائج السؤال السابق، حيث أفاد ٥٦٪ من الذين تم استفتاؤهم بأن هذه الجهات تقوم بالجهود الكافية، ورأت فقط نسبة قليلة (١١٪) العكس. وكالعادة، هناك نسبة لا بأس بها من الذين هم غير متأكدين (٢٣٪). أما في ما يتعلق بنتائج السؤال التاسع، بخصوص إن كان هناك اهتمام كاف من قبل شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمسنين (أي أنها تستثمر بما فيه الكفاية في الابتكارات لكبار السن) (انظر رسم ٢)، فقد أفاد فقط ٢٤٪ من الذين تم استفتاؤهم بأن هذه الشركات تبدي اهتماماً كافياً بهذا الموضوع. أما باقي الذين تم استفتاؤهم، فبالإضافة إلى أولئك الذين هم غير متأكدين كالعادة (٢٧٪)، فإن الأغلبية (٣٩٪) ترى أن شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمسنين لا تبدي اهتماماً كافياً بالموضوع ولا تستثمر بما فيه الكفاية في الابتكارات لكبار السن. ويتمشى هذا مع نتائج بعض البحوث التي أشارت إلى هذا الأمر (٨)

(١٦). أما في ما يتعلق بنتائج السؤال العاشر، بخصوص إن كانت لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات مخاطر على المسنين (انظر رسم ٣)، فيبدو أن للذين تم استفتاؤهم ثقة عالية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث رأى فقط ٢١٪ أن هناك مخاطر. أما بالنسبة للآخرين، فبالإضافة إلى الذين هم غير متأكدين (٢٦٪)، فقد بلغت نسبة الذين لا يرون أن هناك مخاطر ٥٢٪. ويدل هذا على التفاؤل الكبير بما يُمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من فوائد بالنسبة لكبار السن. أما بالنسبة للجزء الثاني من الاستبيان (انظر رسم ٢)، والذي اهتم بما يُمكن أن تقدمه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من فوائد ودعم للمسنين، فإن النتائج (انظر رسم ٤) تأتي متناسقة بشكل عام مع النتائج التي تم التوصل إليها في هذا البحث من خلال دراسة المراجع المختلفة. ف فيما يتعلق بنتائج السؤال الحادي عشر (انظر رسم ٤)، بخصوص إن كان لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المسنين تأثير مفيد على نوعية حياتهم بشكل عام، فقد أفادت نسبة كبيرة من الذين تم استفتاؤهم (٥٣٪) أن هناك تأثير مفيد، في حين أن نسبة الذين لا يرون أن هناك تأثير مفيد هي أقل بكثير (٢٧٪). وتبقى، كالعادة، نسبة الذين هم غير متأكدين (٢٠٪) موجودة (وإن انخفضت في بعض الحالات) ومنبهة إلى ضرورة مواصلة المساعي وتكثيفها لرفع مستوى الوعي بالعلاقة التي تربط نظم وتكنولوجيا المعلومات بفئة كبار السن. وجاءت نتائج السؤال الثاني عشر (انظر رسم ٤)، بخصوص إن كانت لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساهم في استقلالية المسنين (أي عدم اعتمادهم على الغير)، مشابهة لنتائج السؤال السابق، حيث أفاد ٤٤٪ من الذين تم استفتاؤهم بأن المساهمة في استقلالية المسنين ممكنة، في حين رأى فقط ٢٣٪ العكس. وجاءت نسبة الذين هم غير متأكدين هذه المرة أعلى (٣٣٪). أما فيما يتعلق بنتائج السؤال الثالث عشر (انظر رسم ٤)، بخصوص إمكانية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تلبية الاحتياجات الاجتماعية للمسنين (مثل التواصل مع الأهل والأقران)، فقد جاءت النتائج أكثر وضوحاً حيث أفادت نسبة كبيرة من الذين تم استفتاؤهم (٥٩٪) أن هذه المساهمة ممكنة، في حين أن نسبة الذين لا يرون ذلك هي أقل بكثير (١٣٪). وبلغت نسبة الذين هم غير متأكدين ٢٨٪. وجاءت نتائج السؤال الرابع عشر (انظر رسم ٤)، بخصوص إن كانت لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساهم في تلبية الاحتياجات الأمنية والاحتياجات الخاصة بالسلامة للمسنين (مثل الوقاية من السرقات والحرائق)، في نفس الاتجاه، حيث أفاد ٤٥٪ من الذين تم استفتاؤهم بأن هذه المساهمة ممكنة.



في حين رأى فقط ١٢٪ العكس. وجاءت نسبة الذين هم غير متأكدين هذه المرة مرتفعة (٤٣٪). أما فيما يتعلق بنتائج السؤال الخامس عشر (انظر رسم ٤)، بخصوص إمكانية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تلبية الاحتياجات الصحية للمسنين (مثلا: توفير الرعاية والخدمات الصحية بالمنزل)، فقد جاءت النتائج أكثر تجليا ووضوحا حيث أفادت نسبة كبيرة من الذين تم استفتاؤهم (٦٢٪) أن هذه المساهمة ممكنة، في حين أن نسبة الذين لا يرون ذلك هي أقل بكثير (١٧٪). وتقلصت نسبة الذين هم غير متأكدين إلى ٢١٪ في إشارة إلى أن هذا النوع من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مألوف أكثر من غيره. أما فيما يتعلق بنتائج السؤال السادس عشر (انظر رسم ٤)، بخصوص إمكانية مساعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمسنين على التنقل وعلى البقاء نشطين وعلى توسيع قدراتهم الحركية، فقد جاءت النتائج متساوية حيث أفاد ٢٧٪ من الذين تم استفتاؤهم أن هذه المساعدة ممكنة، في حين أفاد ٢٧٪ كذلك أن هذا الأمر غير ممكن. وارتفعت نسبة الذين هم غير متأكدين إلى ٤٦٪ مشيرة إلى أن هذا النوع من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات غير مألوف بالنسبة للشريحة التي تم استفتاؤها. أما في ما يتعلق بنتائج السؤال السابع عشر (انظر رسم ٤)، بخصوص إمكانية مساعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمسنين على الوصول إلى المعلومات والحفاظ على معارفهم وخبراتهم، فقد جاءت النتائج أكثر وضوحا من جديد، مقارنة بالسؤال السابق، حيث أفادت نسبة كبيرة من الذين تم استفتاؤهم (٦١٪) أن هذه المساعدة ممكنة، في حين أن نسبة الذين لا يرون ذلك هي أقل بكثير (١٧٪). وتقلصت من جديد نسبة الذين هم غير متأكدين إلى ٢٢٪ في إشارة إلى أن هذا النوع من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مألوف أكثر من غيره. أما فيما يتعلق بنتائج السؤال الثامن عشر (انظر رسم ٤)، بخصوص إمكانية مساعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمسنين على التعلم (مدى الحياة) ورفع مستوى القدرة المعرفية لديهم، فقد جاءت النتائج متقاربة حيث أفاد ٣٩٪ من الذين تم استفتاؤهم أن هذه المساعدة ممكنة، في حين أفاد ٢٥٪ أن هذا الأمر غير ممكن. وبلغت نسبة الذين هم غير متأكدين ٢٦٪. أما فيما يتعلق بنتائج السؤال التاسع عشر (انظر رسم ٤)، بخصوص إمكانية مساعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمسنين على البقاء نشطين اقتصاديا ومنتجين حتى بعد التقاعد، فقد جاءت النتائج أكثر وضوحا من جديد، مقارنة بالسؤال السابق، حيث أفادت نسبة كبيرة من الذين تم استفتاؤهم (٥٢٪) أن هذه المساعدة ممكنة، في حين أن نسبة الذين لا يرون ذلك هي أقل بكثير (٢٠٪). أما نسبة الذين هم غير متأكدين فقد بلغت ٢٨٪. أما

فيما يتعلق بنتائج السؤال العشرين والأخير (انظر رسم ٤) ، بخصوص إمكانية مساعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمسنين على ممارسة هواياتهم، فقد أفاد ٢٧٪ من الذين تم استفتاؤهم أن هذه المساعدة ممكنة، في حين أفاد ٢٤٪ أن هذا الأمر غير ممكن. وارتفعت نسبة الذين هم غير متأكدين من جديد لتبلغ ٣٩٪.

وتحليلاً لما جاء في هذه النتائج، فتجدر الإشارة إلى أن التفاؤل الكبير بما يُمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من فوائد بالنسبة لكبار السن، الذي بدى واضحاً من خلال الإجابات، مثل إمكانية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تلبية الاحتياجات الصحية للمسنين وغيرها، يدعو إلى المبادرة بالاستفادة من استعمال سائر أشكال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمساعدة المسنين في شتى المجالات من أجل تحسين نوعية حياتهم. أما النسبة العالية من عدم الوعي بالعلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن التي تظهر جلياً في نتائج معظم الأسئلة فهي تستلزم المبادرة بنشر الوعي بين المسنين والجهات التي تقوم برعايتهم والمجتمع ككل بالعلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمسنين وبالفوائد التي يُمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن توفرها لهم وبأنواع التكنولوجيات المتاحة. ويقع هذا الأمر على عاتق الدولة ووسائل الإعلام والجهات الأخرى المعنية برعاية المسنين. أما بالنسبة إلى النقص الواسع التي أشارت إليه النتائج في مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى أجزاء هامة من المجتمع من بينها كبار السن وإلى قلة وعي هذه الشريحة من المجتمع بعروض الحكومة الإلكترونية، فهو يدعو إلى التركيز على تحسين مهارات كبار السن في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حتى يتسنى زيادة الفائدة من تطبيقها. كما يستلزم هذا الأمر أخذ كبار السن بعين الاعتبار في خضم الفرص الكبيرة المتوفرة لمواصلة دفع عجلة التنمية بالنسبة للحكومة الإلكترونية في دولة قطر والاستثمار بما فيه الكفاية في الابتكارات لهم. كما يجب الحرص على فهم سلوك فئة المسنين فضلاً عن العوامل التي تؤثر على قبول هذه الفئة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها لها عند تطوير التطبيقات القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل الحكومة الإلكترونية وغيرها من التطبيقات لهذه الفئة. كما يبدو من الضروري تعزيز القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة من قبل القائمين على رعاية المسنين والقيام بتدريبهم بالشكل المناسب لتمكينهم من الاستفادة منها لتحسين نوعية حياة المسنين وتسهيل عملية الرعاية. وقد تزداد الفائدة إذا تم التركيز على البحوث والدراسات العلمية التي لها صلة بموضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بكبار السن.



## استبيان حول علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمسننين في السياق القطري

في هذا الاستبيان نهدف إلى استكشاف العلاقة بين كبار السن و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما إذا كان كبار السن في قطر على دراية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، وقدرتهم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، وكيف يُمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تُستخدم لتحسين نوعية حياتهم ومساعدتهم على مواجهة مصاعب الحياة بسهولة أكبر والتغلب على القيود التي تفرضها عزلتهم الاجتماعية والعاطفية.

- ١) هل سبق لك أن حضرت ندوة أو قرأت مقالا أو شاهدت برنامجا تلفزيونيا أو شاركت في نقاش حول علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمسننين ؟  نعم  لا
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٢) هل تعتقد أن لدى كبار السن في دولة قطر على دراية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة؟
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٣) هل تعتقد أن لدى كبار السن في دولة قطر القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة؟
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٤) هل تعتقد أن لدى كبار السن في دولة قطر إقبال على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؟
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٥) هل تعتقد أن هناك فجوة كبيرة بين كبار السن والأجيال الشابة في قطر من حيث التكيف مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة؟
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٦) هل تعتقد أن هناك معوقات تحول دون تمكن المسننين في دولة قطر من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؟
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٧) هل تعتقد أن دولة قطر تدعم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المسننين و تساعدهم على ذلك بالشكل الملائم؟
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٨) هل تعتقد أن الجهات المعنية برعاية المسننين في دولة قطر تقوم بالجهود الكافية لتمكين المسننين من الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؟
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٩) هل تعتقد أن هناك اهتمام كاف من قبل شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمسننين (أي أنها تستثمر بما فيه الكفاية في الابتكارات لكبار السن)؟
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ١٠) هل تعتقد أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات مخاطر على المسننين؟
- أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة

رسم ١: نموذج وأسئلة الاستبيان (الجزء الأول)



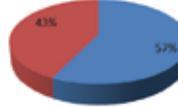
- ١) هل تعتقد أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المسنين له تأثير مفيد على نوعية حياتهم بشكل عام؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٢) هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساهم في استقلالية المسنين (أي عدم اعتمادهم على الغير)؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٣) هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساهم في تلبية الاحتياجات الاجتماعية للمسنين (مثل التواصل مع الأهل والأقران)؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٤) هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساهم في تلبية الاحتياجات الأمنية والاحتياجات الخاصة بالسلامة للمسنين (مثل الوقاية من السرقات والحرائق)؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٥) هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساهم في تلبية الاحتياجات الصحية للمسنين (مثلاً: توفير الرعاية والخدمات الصحية بالمنزل)؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٦) هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساعد المسنين على التنقل وعلى البقاء نشطين وعلى توسيع قدراتهم الحركية؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٧) هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساعد المسنين على الوصول إلى المعلومات والحفاظ على معارفهم وخبراتهم؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٨) هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساعد المسنين على التعلم (مدى الحياة) ورفع مستوى القدرة المعرفية لديهم؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ٩) هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساعد المسنين على البقاء نشطين اقتصادياً ومنتجين حتى بعد التقاعد؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة
- ١٠) هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تساعد المسنين على ممارسة هواياتهم؟  
 أوافق بشدة  أوافق  غير متأكد  لا أوافق  لا أوافق بشدة

رسم ٢: نموذج وأسئلة الاستبيان (الجزء الثاني)



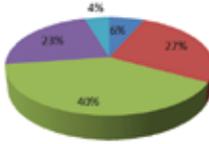
1) هل سبق لك أن حضرت ندوة أو قرأت مقالاً أو شاهدت برنامجاً تلفزيونياً أو شاركت في نقاش حول علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمستين؟

نعم 7 لا



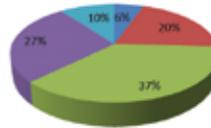
6) هل تعتقد أن هناك معوقات تحول دون تمكن المستين في دولة قطر من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؟

توافق بشدة 4 توافق 27 غير متأكد 23 لا توافق 40 لا توافق بشدة 4



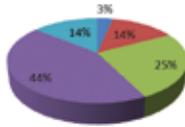
2) هل تعتقد أن كبار السن في دولة قطر على دراية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة؟

توافق بشدة 20 توافق 37 غير متأكد 27 لا توافق 10 لا توافق بشدة 6



7) هل تعتقد أن دولة قطر تدعم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المستين وتساعدهم على ذلك بالشكل الملائم؟

توافق بشدة 25 توافق 14 غير متأكد 14 لا توافق 3 لا توافق بشدة 44



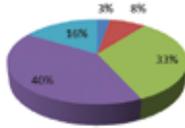
3) هل تعتقد أن لدى كبار السن في دولة قطر القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة؟

توافق بشدة 40 توافق 30 غير متأكد 14 لا توافق 3 لا توافق بشدة 7



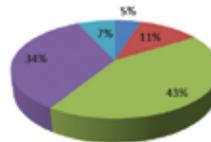
8) هل تعتقد أن الجهات المعنية برعاية المستين في دولة قطر تقوم بالجهود الكافية لتمكين المستين من الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؟

توافق بشدة 33 توافق 16 غير متأكد 16 لا توافق 20 لا توافق بشدة 15



4) هل تعتقد أن لدى كبار السن في دولة قطر إقبال على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؟

توافق بشدة 43 توافق 34 غير متأكد 7 لا توافق 5 لا توافق بشدة 11



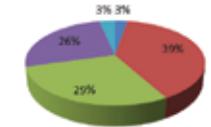
9) هل تعتقد أن هناك اهتمام كاف من قبل شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمستين (أي أنها تستثمر بما فيه الكفاية في الابتكارات لكبار السن)؟

توافق بشدة 30 توافق 16 غير متأكد 21 لا توافق 3 لا توافق بشدة 30



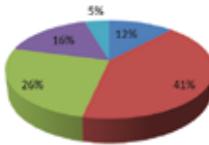
5) هل تعتقد أن هناك فجوة كبيرة بين كبار السن والأجيال الشابة في قطر من حيث التكيف مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة؟

توافق بشدة 29 توافق 26 غير متأكد 3 لا توافق 3 لا توافق بشدة 25



10) هل تعتقد أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات مخاطر على المستين؟

توافق بشدة 41 توافق 16 غير متأكد 10 لا توافق 5 لا توافق بشدة 26



رسم 2: نتائج الاستبيان (الجزء الأول)

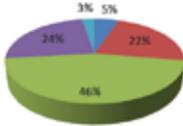
11 هل تعتقد أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المسنين له تأثير مفيد على نوعية حياتهم بشكل عام؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



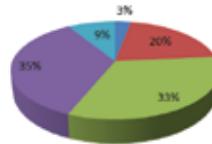
16 هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساعد المسنين على التنقل وعلى البقاء نشطين وعلى توسيع قدراتهم الحركية؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



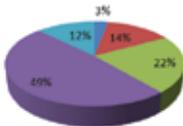
12 هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساهم في استقلالية المسنين (أي عدم اعتمادهم على الغير)؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



17 هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساعد المسنين على الوصول إلى المعلومات والحفاظ على معارفهم وخبراتهم؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



13 هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساهم في تلبية الاحتياجات الاجتماعية للمسنين (مثل التواصل مع الأهل والأقران)؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



18 هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساعد المسنين على التعلم (مدى الحياة) ورفع مستوى القدرة المعرفية لديهم؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



14 هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساهم في تلبية الاحتياجات الأمنية والاحتياجات الخاصة بالسلامة للمسنين (مثل الوقاية من السرقات والحرائق)؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



19 هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساعد المسنين على البقاء نشطين اقتصادياً ومنجذب حتى بعد التقاعد؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



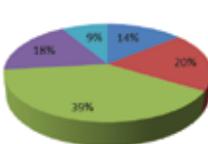
15 هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساهم في تلبية الاحتياجات الصحية للمسنين (مثلاً: توفير الرعاية والخدمات الصحية بالمنزل)؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



20 هل تعتقد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساعد المسنين على ممارسة هواياتهم؟

توافق بشدة | توافق | غير متأكد | لا توافق | لا توافق بشدة



رسم ٤: نتائج الاستبيان (الجزء الثاني)



## ٥. خاتمة

لقد تم من خلال هذا البحث التطرق إلى العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكبار السن والتوصل إلى استنتاجات من أهمها أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمكن أن تلعب دورا مهما في مساعدة المسنين وتسهيل حياتهم في قطر، و أن هناك تحديات كبيرة ومخاطر تنشأ عند التطرق إلى التفاعل بين كبار السن و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، و أن علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمسنين هي جديرة بالمتابعة و البحث إذ أن هناك العديد من النقاط التي تحتاج إلى توضيح و دراسة أعمق، و أن كبار السن في قطر يُمكن أن يستفيدوا كثيرا من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تتطور بشكل دائم. وبناء على هذه الاستنتاجات نوصي بما يلي:

المبادرة بالاستفادة من استعمال سائر أشكال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمساعدة المسنين في شتى المجالات من أجل تحسين نوعية حياتهم.

المبادرة بنشر الوعي بين المسنين والجهات التي تقوم برعايتهم والمجتمع ككل بالعلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمسنين و بالفوائد التي يُمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن توفرها لهم و بأنواع التكنولوجيات المتاحة.

التركيز على تحسين مهارات كبار السن في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حتى يتسنى زيادة الفائدة من تطبيقها.

أخذ كبار السن بعين الاعتبار في خضم الفرص الكبيرة المتوفرة لمواصلة دفع عجلة التنمية بالنسبة للحكومة الإلكترونية في دولة قطر.

الحرص على فهم سلوك فئة المسنين فضلا عن العوامل التي تؤثر على قبول هذه الفئة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها لها عند تطوير التطبيقات القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل الحكومة الإلكترونية وغيرها من التطبيقات لهذه الفئة.

تعزيز القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة من قبل القائمين على رعاية المسنين والقيام بتدريبهم بالشكل المناسب لتمكينهم من الاستفادة منها لتحسين نوعية حياة المسنين و تسهيل عملية الرعاية.

قيام مراكز البحوث العلمية وأقسام الدراسات العليا المتخصصة في نظم و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدورها المطلوب في تشجيع البحوث و الدراسات العلمية ذات الصلة بهذا الموضوع.

التقدم بأطروحات علمية في الماجستير و الدكتوراه عن موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و علاقتها بكبار السن.

## المراجع

(١) حامدي محمد الصالح (٢٠١٢). ”علاقة تكنولوجيا المعلومات بظاهرة الاتجار بالبشر في عصر العولمة و مدى تأثيرها على دولة قطر“. المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، المجلد الأول، العدد الثاني، ١-١٨، يوليو ٢٠١٢ م.

(٢) حامدي محمد الصالح (٢٠١٤). ”علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بظاهرة العنف الأسري و الوضع في دولة قطر“. المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، المجلد الثالث، العدد الخامس، ٢١-٤١، يناير ٢٠١٤ م.

(٣) الأنصاري مريم إبراهيم - المؤسسة القطرية لرعاية المسنين - قطر (٢٠١٤). ”دور قطر في مجال تعزيز حقوق كبار السن“. ورقة عمل، المحفل الاجتماعي، جنيف من ١-٣ ابريل ٢٠١٤. متوفر على:

<http://www.ohchr.org/Documents/Issues/SForum/SForum2014/Statements/AlAnsari.doc>.

(تم التنزيل في: ٢٠١٥/٣/١٤).

(٤) اللجنة الدائمة للسكان - قطر (٢٠٠٩). ”السياسة السكانية لدولة قطر“. متوفر على:

[http://www.gsdp.gov.qa/portal/page/portal/PPC\\_\\_AR/home\\_\\_ar/ppc\\_\\_news\\_\\_ar/ppc\\_\\_files\\_\\_upload\\_\\_ar/QatarPP\\_\\_ar.pdf](http://www.gsdp.gov.qa/portal/page/portal/PPC__AR/home__ar/ppc__news__ar/ppc__files__upload__ar/QatarPP__ar.pdf).

(تم التنزيل في: ٢٠١٥/٣/١٤).

(٥) الأمانة العامة للتخطيط التنموي - قطر (٢٠١١). ”استراتيجية التنمية الوطنية لدولة قطر (٢٠١١-٢٠١٦)“. متوفر على:

[http://www.gsdp.gov.qa/gsdp\\_\\_vision/docs/NDS\\_\\_AR.pdf](http://www.gsdp.gov.qa/gsdp__vision/docs/NDS__AR.pdf).

(تم التنزيل في: ٢٠١٥/٣/١٤).

(٦) الأمانة العامة للتخطيط التنموي - قطر (٢٠٠٨). ”رؤية قطر الوطنية ٢٠٣٠“. متوفر على:

[http://www.gsdp.gov.qa/www1\\_\\_docs/QNV2030\\_\\_Arabic\\_\\_v2.pdf](http://www.gsdp.gov.qa/www1__docs/QNV2030__Arabic__v2.pdf).

(تم التنزيل في: ٢٠١٥/٣/١٤).

(٧) وزارة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات - قطر (٢٠١٤). ”سد الفجوة الرقمية - نظرة حول استراتيجية الشمولية الرقمية لوزارة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات“. متوفر على:

<http://www.ictqatar.qa/en/documents/document/bridging-digital-divide-our-digital-inclusion-strategy>.

(تم التنزيل في: ٢٠١٥/٣/١٤).

- (8) Roupa Z., Nikas M., Gerasimou E., Zafeiri V., Giasyrani L., Kazitori E., and Sotiropoulou P. (2010). The use of technology by the elderly. *Health Science Journal*. 4(2). pp. 118-126.
- (9) Cullen K. and Moran R. (1992). Technology and the elderly. Report EUR 14419 EN. Commission of the European Communities.
- (10) Alm N., Gregor P., and Newell A. F. (2002). Older people and information technology are ideal partners. In *Proceedings of the International Conference for Universal Design*. Nov/Dec 2002. Yokohama, Japan.
- (11) Regec M. (2007). Opening information technology to senior populations. Available at: [http://www.lill-online.net/online/documents/publications/elill\\_publ/bratislava\\_\\_opening\\_information\\_\\_technology\\_\\_to\\_\\_senior\\_\\_population.pdf](http://www.lill-online.net/online/documents/publications/elill_publ/bratislava__opening_information__technology__to__senior__population.pdf). (Retrieved on: 16/04/2013).
- (12) Lipták J. (2007). Seniors-inventors and their use of IT and the Internet for patent- and technical information. Available at: [http://www.elill.net/pdf/bratislava\\_\\_ict\\_\\_course\\_\\_en.pdf](http://www.elill.net/pdf/bratislava__ict__course__en.pdf). (Retrieved on: 16/04/2013).
- (13) Seybert H. (2012). Internet use in households and by individuals in 2012. Available at: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_\\_OFFPUB/KS-SF-12-050/EN/KS-SF-12-050-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY__OFFPUB/KS-SF-12-050/EN/KS-SF-12-050-EN.PDF). (Retrieved on: 16/04/2013).
- (14) ScienceDaily (2011). Adapting technology to elderly people. Available at: <http://www.sciencedaily.com/releases/2011/02/110203081443.htm>. (Retrieved on: 16/04/2013).
- (15) Stadelhofer C. and Körting G. (Eds) (2008). A bulletin of the European cooperation project e-Learning in Later Life – eLiLL 2006-2008. Ulm University, Germany. Available at: [http://www.elill.net/pdf/BULLETIN\\_GESAMT\\_Fuers\\_Web\\_2.pdf](http://www.elill.net/pdf/BULLETIN_GESAMT_Fuers_Web_2.pdf). (Retrieved on: 16/04/2013).
- (16) Davey W., Parker K., and Lukaitis A. (2011). e-Government and the elderly: a two country comparison. In Balaji Rajagopalan and Paulo Goes (ed.) *Proceedings of the Seventeenth Americas Conference on Information Systems*. Detroit, United States. August 4-7, 2011. pp. 1-9.
- (17) Hill R., Beynon-Davies P., and Williams M. D. (2008). Older people and internet engage-

ment: Acknowledging social moderators of internet adoption. access and use. *Information Technology & People*. 21(3). pp. 244-266.

(18) Bélanger F. and Carter L. (2009). The impact of the digital divide on e-government use. *Communications of the ACM* .52(4). pp. 132-135.

(19) Niehaves B. and Plattfaut R. (2010). What is the issue with internet acceptance among elderly citizens? Theory development and policy recommendations for inclusive e-government. In *Proceedings of the 9th IFIP WG 8.5 international conference on Electronic government*. pp. 275-288.

(20) The Herald Admin (2013). Amazing: Fujitsu makes 'smart walking stick' to help elderly .The Herald. March 1, 2013. Available at: <http://www.theheraldng.com/amazing-fujitsu-makes-smart-walking-stick-to-help-elderly/>. (Retrieved on: 16/04/2013).

(21) Whitcomb R.G. (1990). Computer Games for the Elderly. *ACM/SIGCAS Conference on Computers and the Quality of Life (CQL '90)*: Proceedings. NY: ACM Press. 1990. pp. 112 – 115.

(22) van de Watering M. (2005). The Impact of Computer Technology on the Elderly. Vrije Universiteit. Amsterdam. The Netherlands. Available at: [http://www.marekvandewatering.com/texts/HCI\\_Essay\\_Marek\\_van\\_de\\_Watering.pdf](http://www.marekvandewatering.com/texts/HCI_Essay_Marek_van_de_Watering.pdf). (Retrieved on: 16/04/2013).

(23) Downey J.P., McGaughey R.E., McMurtrey M.E., and Zeltmann S.M. (2010). Seniors and Information Technology: Much Ado about Something?. In *Proceedings of the 2010 Southwest Decision Sciences Institute Conference*. Available at: [http://www.swdsi.org/swdsi2010/SW2010\\_Preceedings/papers/PA130.pdf](http://www.swdsi.org/swdsi2010/SW2010_Preceedings/papers/PA130.pdf). (Retrieved on: 16/04/2013).

(24) Bárbara Barbosa Neves, Fausto Amaro (2012). Too Old For Technology? How The Elderly Of Lisbon Use And Perceive ICT. *The Journal of Community Informatics*. 8(1).

(25) U. S. Census Bureau. (2004). *International Population Reports Wp/02*. In *Global Population Profile: 2002*. U. S. Government Printing Office. Washington DC. <http://www.census.gov/population/international/files/wp02/wp-02.pdf> (Retrieved on 23/02/2015).

(26) World Health Organization (2014). *World Health Statistics 2014. A wealth of information on global public health*. [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/112739/1/WHO\\_HIS\\_HSI\\_14.1\\_eng.pdf?ua=1](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/112739/1/WHO_HIS_HSI_14.1_eng.pdf?ua=1) (Retrieved on 23/02/2015).

(27) World Health Organization (2014). *Global Health Observatory Data Repository*. Life ta-



bles by country (Qatar). <http://apps.who.int/gho/data/?theme=main&vid=61320> (Retrieved on 23/02/2015).

(28) United Nations Department of Economic and Social Affairs (2014). United Nations E-Government Survey 2014. E-Government for the future we want. United Nations. New York. 2014. [http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov\\_\\_Complete\\_\\_Survey-2014.pdf](http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov__Complete__Survey-2014.pdf) (Retrieved on 23/02/2015).

(29) Gronlund, A. (2002). Electronic Government: Design, Applications & Management. Idea. PA: Hershey.

(30) Morris, M.G. and Venkatesh, V. (2000). Age Differences in Technology Adoption Decisions: Implications for a Changing Workforce. *Personnel Psychology*, 53, 375-403.

(31) Christensson, P. (2010). The Tech Terms Computer Dictionary. <http://techterms.com/definition/ict> (Retrieved on 23/02/2015).

(32) Blurton, C. (1999). New Directions of ICT-Use in Education. <http://www.unesco.org/education/educprog/lwf/dl/edict.pdf> (Retrieved on 23/02/2015).

(33) Vimarlund, V., Olve, N.G., Scandurra, I., and Koch S. (2008). Organizational effects of information and communication technology (ICT) in elderly homecare: a case study. *Health Informatics Journal*. September 2008; vol. 14, 3: pp. 195-210.

(34) Söderlund, R. (2004). The Role of Information and Communication Technology in Home Services: Telecare Does not Satisfy the Needs of the Elderly. *Health Informatics Journal*. June 2004; vol. 10, 2: pp. 127-137.

(35) Vimarlund, V. and Olve, N.G. (2005). Economic analyses for ICT in elderly healthcare: questions and challenges. *Health Informatics Journal*. December 2005; vol. 11, 4: pp. 309-321.

(36) Aanesen, M., Lotherington, A.T., and Olsen, F. (2011). Smarter elder care? A cost-effectiveness analysis of implementing technology in elder care. *Health Informatics Journal* September 2011 vol. 17 no. 3 161-172

(37) Lin, C.I.C., Tang, W., and Kuo F.Y. (2012). "Mommy Wants to Learn the Computer": How Middle-Aged and Elderly Women in Taiwan Learn ICT Through Social Support. *Adult Education Quarterly*, February 2012; vol. 62, 1: pp. 73-90.. first published on December 15, 2010.

(38) Taylor, M. J., Stables, R., Matata, B., Lisboa, P.J.G., Laws, A., and Almond, P. (2014). Website design: Technical, social and medical issues for self-reporting by elderly patients. *Health Informatics Journal*. June 2014; vol. 20, 2: pp. 136-150.. first published on September

18. 2013.

(39) Ramón-Jerónimo, M.A., Peral-Peral, B., and Arenas-Gaitán, J. (2013). Elderly Persons and Internet Use. *Social Science Computer Review*. August 2013; vol. 31, 4. pp. 389-403.. first published on February 7, 2013.

(40) Sun, H., & Zhang, P. (2006). The role of moderating factors in user technology acceptance. *International Journal of Human-Computer Studies*. 64. 53-78.

(41) Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2007). Technology acceptance: A meta-analysis of the TAM: Part 1. *Journal of Modelling in Management*. 2. 251-280.

(42) Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2007). Technology acceptance: A meta-analysis of the TAM: Part 2. *Journal of Modelling in Management*. 2. 281-304.

(43) Gascón, J.F.F. Alcalde M.C., Seebach S., and Zamora M. J. P. (2015). How elders evaluate apps – A contribution to the study of smartphones and to the analysis of the usefulness and accessibility of ICTS for older adults. *Mobile Media & Communication* January 13, 2015 (Published online before print January 13, 2015. doi: 10.1177/2050157914560185).

(44) Winstead, V., Anderson, W. A., Yost E. A., Cotten, S. R., Warr, A., and Berkowsky, R. W. (2013). You Can Teach an Old Dog New Tricks. A Qualitative Analysis of How Residents of Senior Living Communities May Use the Web to Overcome Spatial and Social Barriers. *Journal of Applied Gerontology* August 2013. vol. 32. no. 5. 540-560.

(45) Mitchell, J.M., and Kemp, B. J. (2000). Quality of life in assisted living homes: A multi-dimensional analysis. *Journal of Gerontology: Psychological Sciences*. 55(2). 117-127.

(46) Hakkarainen, P. (2012). 'No good for shovelling snow and carrying firewood': Social representations of computers and the internet by elderly Finnish non-users. *New Media & Society* November 2012. vol. 14. no. 7. 1198-1215.

(47) Alpay, L.L., Toussaint, P.J., Ezendam, N.P.M., Rövekamp, T.A.J.M., Graafmans, W.C., and Westendorp, R.G.J. (2004). Easing Internet access of health information for elderly users. *Health Informatics Journal*. September 2004. vol. 10. no. 3. 185-194

(48) Savolainen, L., Hanson, E., Magnusson, L., & Gustavsson, T. (2008). An Internet-based videoconferencing system for supporting frail elderly people and their carers. *Journal of Telemedicine and Telecare*. 14(2). 79-82.

(49) Wu, Y. H., Faucounau, V., Boulay, M., Maestrutti, M., & Rigaud, A. S. (2011). Robotic agents for supporting community-dwelling elderly people with memory complaints Perceived needs and preferences. *Health informatics journal*. 17(1). 33-40.





- (61) Clark, G. M. (1992). The biology of breast cancer in older women. *Journal of gerontology*, 47, 19-23.
- (62) Warren, J. W., Sobal, J., Tenney, J. H., Hoopes, J. M., Damron, D., Levenson, S., ... & Muncie Jr, H. L. (1986). Informed consent by proxy. An issue in research with elderly patients. *The New England journal of medicine*, 315(18), 1124-1128.
- (63) SHEP Cooperative Research Group. (1991). Prevention of stroke by antihypertensive drug treatment in older persons with isolated systolic hypertension. *JAMA: The Journal of the American Medical Association*, 265(24), 3255-3264.
- (64) Rockwood, K., Song, X., MacKnight, C., Bergman, H., Hogan, D. B., McDowell, I., & Mitnitski, A. (2005). A global clinical measure of fitness and frailty in elderly people. *Canadian Medical Association Journal*, 173(5), 489-495.
- (65) Colcombe, S., & Kramer, A. F. (2003). Fitness effects on the cognitive function of older adults a meta-analytic study. *Psychological science*, 14(2), 125-130.
- (66) Belsky, J. (1990). *The psychology of aging: Theory, research, and interventions*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole Publishing Company.
- (67) Fry, P. S. (1990). A factor analytic investigation of home-bound elderly individuals' concerns about death and dying, and their coping responses. *Journal of Clinical Psychology*, 46(6), 737-748.
- (68) Ministry of Development Planning and Statistics, Statistics Sector (2015). Population Knowledge about the Population policy and the Permanent Population Committee Questionnaire. <http://www.qsa.gov.qa/eng/index.htm>. (Retrieved on 07/05/2015).





Questions/options	Facebook	Twitter	YouTube	LinkedIn	Skype
Perceived complementarily					
Other					
For what purpose do you use social media applications? (Select all that apply)					
Sending and sharing info					
Receiving and viewing info					
Advertising & campaigning for the brand					
Communicate with the customers					
Communicate with the suppliers					
Communicate with colleagues					
Time saver					
Searching for information					
Improves business reputation					
Conduct market research					
gain more clients					
Job search / Interviews					
Sales/Marketing					
News and weather					
Recruiting					
Other					
Please indicate which of the following is a limitation for using social media applications?					
Leads to addiction					
Lead to isolation					
Affects productivity					
Security issues					
Fake identities					
Other					



blogging plays in informal communication at work. Proc. GROUP 2009, 243-252.

**Appendix One:** The survey used in the study

Personal information

Gender: Male Female  
 Age: 21-30 years 31-40 years 41-51 years 51 years & above  
 Marital status: Single Married Other  
 Education degree: Diploma or less Bachelor Masters PhD  
 Company information  
 Company name: .....  
 Year of establishment: .....  
 Nature of company work: .....  
 Number of employees: .....

Questions/options	Facebook	Twitter	YouTube	LinkedIn	Skype
<b>Do you use the following social media applications?</b>					
Yes					
No					
<i>If your answer is NO please indicate why and do not complete the survey.</i>					
<b>How frequently do you use social media applications?</b>					
Daily					
Once a week					
Once a month					
<b>What motivates you to use social media applications in your workplace? (Select all that apply)</b>					
To gain popularity					
Perceived benefits					
Enjoyment					
Social influence					
Number of members Peers					

sensemaking and relationship building on an enterprise social network site. In 42nd Hawaii international conference on system sciences, 2009. HICSS'09 (pp. 1–10). IEEE.

Economic Update. (2012). Jordan: Finding financing for SMEs. Available at [http://www.oxfordbusinessgroup.com/economic\\_updates/jordan-finding-financing-smes](http://www.oxfordbusinessgroup.com/economic_updates/jordan-finding-financing-smes)

Flanigan, P. (2011). How Does LinkedIn Help Businesses? Available at <http://sprout-social.com/insights/how-linkedin-help-business/>

Hall, C. (2002). Profile of SMEs and SME issues 1990-2000, Asia-Pacific Economic Cooperation, Singapore.

iMarketing Factory (2011). The importance of twitter for small businesses. Retrieved from <http://www.imarketingfactory.com/twitter/>

Kartiwi, M. (2006). Case Studies of E-commerce Adoption in Indonesian SMEs: The Evaluation of Strategic Use". *Australasian Journal of Information Systems*, 14(1), pp. 69-80.

Lee, G. and Xia, W. (2006). Organizational size and IT innovation adoption: A meta-analysis. *Information and Management*, 43(8), pp. 975-985.

Leftheriotis, I. and Giannakos, M. N. (2014). Using social media for work: Losing your time or improving your work? *Computers in Human Behavior*, 31, 134–142.

Liu, S.H., Chen, J.L., and Liao, H.L. (2005). Adoption of e-commerce by SMEs: On the development of a stage model. "In Proceedings of the 2005 Conference of Knowledge and Value Management, pp. 1-11.

Outar, B. (2011). Impacts of Skype on Modern Society: Advantages and Disadvantages. available at <http://boutar103.blogspot.com/>

Phillips, S. (2007). A Brief history of facebook. *The Guardian*. Available at <http://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>

Remillard, B. (2014). Why and How LinkedIn Can Bring More Than Just Top Talent To Your Company. Available at <http://www.impacthiringsolutions.com/blog/why-and-how-linkedin-can-bring-more-than-just-top-talent-to-your-company/>.

Skype Communication (2014). What is skype. Retrieved from <http://www.skype.com/en/about/>

Sundberg, J. (2014). Why LinkedIn is More Important than Facebook or Twitter. Available at <http://theundercoverrecruiter.com/why-linkedin-more-important-facebook-or-twitter/>

Turner, T., Qvarfordt, P., Biehl, J.Y., Golovchinsky, G., & Back, M. 2010. Exploring the workplace communication ecology. *Proc. CHI 2010*, 841-850.

Wiegand, N. (2014). Social Media Advantages and Disadvantages in Business. Las Vegas review- journal available at <http://everydaylife.globalpost.com/social-media-advantages-disadvantages-business-21665.html>.

Zhao, D. & Rosson, M.B. (2009). How and why people Twitter: The role that micro-



ment. For example if an SME is considering using Facebook or Twitter, the focus should be on raising their awareness about the potential benefits and risks of these applications.

Specifically, several recommendations can also be suggested for the continual adoption and use of each of social media by SMEs in private sector in Jordan. First, since Facebook is the most used and popular application among other applications, SMEs could keep using Facebook on the same professional level. In addition, as fake identities and fake profiles were the main limitations of using Facebook, SMEs could spread awareness on how to protect their companies and employees from fake identities in addition to create security awareness.

Second, since SMEs were not using Twitter, Skype, and LinkedIn that much, government, industry or any bodies could raise the awareness of SMEs about the potential benefits of using these applications particularly their ability to receive and view information and communicate with customers, current and potential employees.

Third, since SMEs are not fully aware of the usefulness of YouTube for advertising and campaigning matters, therefore we recommend SMEs to allow the IT department offers a wide range of workshops about YouTube and how to make the most of using it. SMEs could also start publishing their achievements and work via YouTube or share links of YouTube on Facebook.

Finally, SMEs rarely used social media applications to communicate with suppliers as they do not trust social media applications yet. However, social media applications were created to help people save time and effort, instead of spending time trying to reach a supplier over the phone. Therefore, industry could help and encourage SMEs to use social media applications in order to contact their suppliers because they save time, effort and money.

## References

Archambault, A. and Grudin, J (2012). A Longitudinal Study of Facebook, LinkedIn, & Twitter Use. CHI 2012, May 5–12, 2012, Austin, TX, USA.

Barringer, F. (2012). Via YouTube, a New Conservation Genre. The New York Times, available at [http://green.blogs.nytimes.com/2012/09/20/via-you-tube-a-new-conservation-genre/?\\_r=0](http://green.blogs.nytimes.com/2012/09/20/via-you-tube-a-new-conservation-genre/?_r=0)

Business Pundit (2014). How facebook negatively and positively affects business. Available at <http://www.businesspundit.com/how-facebook-negatively-and-positively-affects-businesses/>

Cohen, H. (2011). Actionable Marketing Guide. New york: Creative Commons license, available at <http://heidicohen.com/>

Dauleh, I. D. (2014). Social Media in the Middle East: The story of 2013. Available at <http://www.slideshare.net/ictQATAR/social-media-in-the-middle-east-during>.

DiMicco, J. M, Geyer, W., Millen, D. R, Dugan, C., & Brownholtz, B. (2009). People



In to search for information, and used Skype to communicate with their colleagues and suppliers. Therefore, there are various purposes for using various social media applications, which differs from company to another depending on its nature of work and the used application itself. These findings are to some extent consistent with other studies (e.g. Dauleh, 2014, which found that most of SMEs used social media tools for marketing their products and services, reaching more customers and gaining their satisfaction and for increasing the trust between their co-workers.

In addition, the study found that the most risky limitations of using the five applications by SMEs were both fake identities and security issues. Therefore, SMEs were aware of the potential risks of using these applications; nonetheless, this did not inhibit them from using these applications for their work activities.

It is worth noting that the sample may not reflect the national trends because only 148 surveys were completely filled up. Therefore, due to the small sample size of this study, it cannot be claimed that the findings are generalizable to all SMEs or to all developing countries. It would be advantageous to conduct a larger scale survey over a wider geographical range.

### **Conclusion and Recommendations**

The problem of this study is that social media use is increasing in Jordan but it didn't reach its peak yet. The aim of the study was therefore to explore the social media applications that are currently used by SMEs in Jordan. A quantitative study was conducted in order to achieve the study objectives.

The study results showed that SMEs mostly used application was Facebook (by more than half of the SMEs), and the least used one was LinkedIn (by more than fifth of the SMEs). Also, approximately third of the SMEs used YouTube, Skype, and Twitter. Of those, more than one third used these applications daily. The study also found that gaining popularity, enjoyment and social influence were the main motivations for using all five applications by SMEs. Moreover, the study found that the applications were mostly used for information, communication, marketing, and improving business reputation. Furthermore, SMEs considered both fake identities and security issues as the main limitations for using the five applications.

In light of the above results, the findings generally suggest that SMEs need ongoing support from the government, industry or any bodies that are interested in the development of SMEs. This support includes providing a more comprehensive view about social media applications such as raising the awareness of SMEs about the potential benefits of some of these applications such as YouTube, Skype and LinkedIn, and conducting training courses that help SMEs to set up rules, procedures and strategies on how to use these various applications. This also implies that the owner/manager of the SME needs to know and understand the potential benefits of some of these social media applications by learning from the experiences of other SME users as well as through better education programs that can be initiated by industry body or govern-



	Facebook		YouTube		Skype		Twitter		LinkedIn	
	Freq =148	%								
Time saver	44	57.9	7	14.9	15	32.6	14	31.1	7	21.9
News and weather	41	53.9	10	21.3	2	4.3	13	28.9	10	31.3
Recruiting	37	48.7	4	8.5	7	15.2	0	0.0	4	12.5
Job search/interviews	36	47.4	3	6.4	7	15.2	0	0.0	3	9.4
Communicate with the Suppliers	28	36.8	5	10.6	23	50.0	10	22.2	5	15.6
Other	8	10.5	4	8.5	4	8.7	0	0.0	4	12.5
Limitations of using the applications										
Fake identities	58	76.3	34	72.3	42	91.3	44	97.8	32	100.0
Security issues	54	71.1	38	80.9	41	89.1	39	86.7	32	100.0
Leads to addiction	51	67.1	25	53.2	9	19.6	18	40.0	9	28.1
Affects productivity	33	43.4	21	44.7	19	41.3	17	37.8	14	43.8
Leads to isolation	26	34.2	15	31.9	5	10.9	7	15.6	5	15.6
Other	3	3.9	0	0.0	12	26.1	6	13.3	10	31.3

## Discussion

According to the findings of this study, the most used social media application by SMEs in Amman/Jordan was Facebook (51.4%) while the least used application was LinkedIn (22.1%). For YouTube, Skype and Twitter, they were used by 32.4%, 31.5% and 31% of SMEs respectively. Of those, more than one third used these applications daily (i.e., Facebook 81.6%, YouTube 63.8%, Twitter 57.8%, Skype 50% and LinkedIn 40.7%). These findings are consistent with previous research such as Archambault and Grudin (2012) and Turner et al. (2010). The main three motives for using the five applications (i.e., Facebook, YouTube, Twitter, Skype and LinkedIn) by SMEs were: gaining popularity, enjoyment, and social influence. This means that SMEs could mostly use these applications for advertising and marketing their products and services and attracting skilled persons who use these applications effectively to work with them while keeping their selves enjoyed.

Moreover, the study found that the most common purposes for SMEs to use the five social media applications were to receive and view information, send and share information, communicate with customers, advertise and campaign for their product/service/brand, improve business reputation, search for information, and communicate with the colleagues and suppliers. In this regards, the participated SMEs used all five applications to receive and view information, used Facebook, Twitter and Skype to both send and share information and communicate with customers, used Facebook, YouTube, and LinkedIn to advertise and campaign for their product/service/brand, used Facebook and Twitter to improve business reputation, used YouTube and Linke-

**Table 3:** The adoption and use of the five social media applications (i.e., Facebook, YouTube, Skype, Twitter, and LinkedIn)

	Facebook		YouTube		Skype		Twitter		LinkedIn	
	Freq =148	%								
Adoption/Use of the application										
Yes	76	51.4	47	32.4	46	31.5	45	31.0	32	22.1
No	72	48.6	101	68.2	102	68.9	103	69.6	116	78.4
	Freq =76	%	Freq =47	%	Freq =46	%	Freq =45	%	Freq =32	%
Frequent use of the application										
Daily	62	81.6	30	63.8	23	50.0	26	57.8	13	40.7
Once a week	12	15.8	11	23.4	11	23.9	9	20.0	7	21.9
Once a month	2	2.6	6	12.8	12	26.1	10	22.2	12	37.4
Motivations for using the applications										
To gain popularity	58	76.3	29	61.7	16	34.8	23	51.1	19	59.4
Enjoyment	57	75.0	18	38.3	11	23.9	19	42.2	15	46.9
Social influence	55	72.4	19	40.4	11	23.9	22	48.9	18	56.3
Perceived benefits	47	61.8	15	31.9	11	23.9	16	35.6	12	37.5
Number of members peers	40	52.6	17	36.2	11	23.9	18	40.0	13	40.6
Perceived complementarily	39	51.3	9	19.1	10	21.7	13	28.9	5	15.6
Other	8	10.5	6	12.8	10	21.7	4	8.9	5	15.6
Purposes for using the applications										
Sending and sharing information	68	89.5	10	21.3	25	54.3	25	55.6	10	31.3
Advertising & campaigning for the brand	67	88.2	19	40.4	7	15.2	20	44.4	19	59.4
Communicate with the customers	62	81.6	6	12.8	24	52.2	26	57.8	6	18.8
Improves business reputation	62	81.6	15	31.9	7	15.2	25	55.6	15	46.9
Receiving & viewing information	60	78.9	17	36.2	23	50.0	26	57.8	17	53.1
Gain more clients	54	71.1	11	23.4	10	21.7	18	40.0	11	34.4
Searching for information	50	65.8	28	59.6	3	6.5	20	44.4	28	87.5
Sales/marketing	49	64.5	13	27.7	7	15.2	19	42.2	13	40.6
Communicate with the colleagues	49	64.5	2	4.3	27	58.7	16	35.6	2	6.3
Conduct market research	46	60.5	12	25.5	7	15.2	17	37.8	12	37.5



highest five purposes for using Skype by SMEs were as follow: communicate with the colleagues (58.7%), sending and sharing information (54.3%), to communicate with customers (52.2%), and 50% for both receiving and viewing information and communicating with the Suppliers. SMEs considered fake identities (91.3%) and security issues (89.1%) as the main limitations for using Skype.

Furthermore, Twitter was used by 31% of SMEs while 57.8% of these SMEs used it daily. The highest three motives for using Twitter by SMEs were as follow: to gain popularity (51.1%), for social influence (48.9%), and (42.2%) for enjoyment. Whereas the highest four purposes for using Twitter by SMEs were as follow: for both receiving and viewing information and communicating with customers (57.8%), and for both sending and sharing information and improving business reputation (55.6%). SMEs considered fake identities (97.8%) and security issues (86.7%) as the main limitations for using Twitter.

Finally, the least used application was LinkedIn (22.1% of SMEs). Of those, 40.7% used LinkedIn daily while 37.4% used it once a month. The highest three motives for using LinkedIn by SMEs were as follow: to gain popularity (59.4%), for social influence (56.3%), and 46.9% for enjoyment. Whereas the highest three purposes for using LinkedIn by SMEs were as follow: searching for information (87.5%), advertising and campaigning for their product/service/brand (59.4%), and 53.1% for receiving and viewing information. SMEs considered both fake identities and security issues (100%) as the main limitations for using LinkedIn.

21 years & more	19	13%
-----------------	----	-----

As shown in table 2, 29.9% of the respondents own or work in a grocery store , restaurants and cafes sector , while 12.9% of the respondents own or work in films , animations and graphic design sector, or own or work in clothes, shoes, beauty & hair care sectors. In regard to the number of employees, 40.5% of SMEs employ between 11-25 employees while 23.6% of SMEs employ 10 or less employees. 2 years or less was the highest in regard of years in market with the percentage of 25.3% , while 21 years & more was the lowest with the percentage of 13%.

### Data Analysis and Findings

This study explored the adoption and use of five social media applications (i.e., Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn and Skype) by SMEs in Jordan. Various questions about the applications such as the use, frequent use, motivation, purpose of use, and limitations were explored. The data obtained from the study were analyzed using descriptive statistics in SPSS 19.0 program. The results are presented in Table 3.

As shown in table 3, Facebook was used by 51.4% of SMEs. Of those, 81.6% used Facebook daily. The highest three motives for using Facebook by SMEs were as follow: to gain popularity (76.3%), for enjoyment (75%), and (72.4%) for the social influence. Whereas the highest five purposes for using Facebook by SMEs were as follow: sending and sharing information (89.5%), advertising and campaigning for their product/service/brand (88.2%), to communicate with customers or to improve business reputation (81.6%), and for receiving and viewing information (78.9%). SMEs considered fake identities (76.3%), security issues (71.1%), and leads to addiction (67.1%) as the main limitations for using Facebook.

For YouTube, it was used by 32.4% of SMEs. Of those, 63.8% used YouTube daily. The highest three motives for using YouTube by SMEs were as follow: to gain popularity (61.7%), for the social influence (40.4%), and (38.3%) for enjoyment. Whereas the highest three purposes for using YouTube by SMEs were as follow: searching for information (59.6%), advertising and campaigning for their product/service/brand (40.4%), and for receiving and viewing information (36.2%). SMEs considered security issues (80.9%) ,fake identities (72.3%), and leads to addiction (53.2%) as the main limitations for using YouTube.

Moreover, Skype was used by 31.5% of SMEs. Of those, 50% used Skype daily. The highest motive for using Skype by SMEs was to gain popularity (34.8%). Whereas the



**Table 2:** Basic Company Information

Categories	Freq=148	Percent
Nature of Work		
Groceries, restaurants & cafes sector	44	29.9%
Films , animations and graphic design sector	26	17.7%
Clothes, shoes, beauty & hair care sector	19	12.9%
Online trade sector	14	9.5%
Consultations sector	10	6.8%
Travel and Tourism sector	9	6.1%
Pharmaceutical & medical sector	9	6.1%
Information & Communication sector	8	5.4%
Bookshops, stationary & toys trade sector	8	5.4%
Number of Employees		
10 employees & less	35	23.6%
11-25 employees	60	40.5%
26-50 employees	31	20.9%
51-150 employees	14	9.5%
151 employees & more	8	5.4%
Years in the market		
2 years or less	37	25.3%
3-5 years	29	19.9%
6-10 years	32	21.9%
11-20 years	29	19.9%

presented in Table 1.

**Table 1:** A summary of the demographic characteristics of the respondents

Demographic Characteristics	N = 148	Percent
Gender		
Male	111	75%
Female	37	25%
Age		
21-30 years	69	46.6%
31-40 years	63	42.6%
41-51 years	13	8.8%
51 years and above	3	2%
Marital status		
Single	69	46.6%
Married	71	48%
Other	8	5.4%
Education		
Diploma or less	28	18.9%
Bachelor	111	75%
Masters	9	6.1%

As shown in the table above, the results indicate that 75% of the respondents were males, and 25% were females. As for the age, the highest percentage was 46.6% which was for respondents whose age is between 21-30 years old. Considering the marital status, 46.6% of the respondents were single, while 48% were married. And last but not least 75% of the respondents hold a bachelor degree. In addition, Table 2 shows the data analysis concerning the company information.



munication with customers and suppliers. On the other hand, although the literature describes the different aspects of these application and their potential benefits for people in general and industry in particular, little research has attempted to explore the actual use of these applications especially by SMEs in developing countries.

### **Methods**

This study adopted a quantitative descriptive approach. A survey was the main method used for data collection. The study explored the use and adoption of five social media applications by 150 SMEs in Amman, Jordan namely Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn and Skype. The survey (Appendix 1) developed for this study consisted of three complimentary parts as follow:

Part one consisted of the personal information, which was mainly about the gender, age, marital status and the education.

Part two contained general information about the company such as: name of the company, nature of work, number of employees and year of establishment

Part three consisted of specified question about the adoption and use of the five applications of social media, such as: Frequent use of social media applications, the motivation, purposes and limitation of social media applications.

The survey was evaluated by a number of experts and put in to practice in the sector after making necessary alterations were seen appropriate.

The study population consists of all SMEs in private sector in Amman, Jordan. In total, there are more than 100,000 SMEs in Jordan. These enterprises are the center of the national economy, as they supply around 50% or more to GDP, offer employment to an estimated 60% of the Jordanian workforce, generate up to 70% of new job opportunities in the economy; and finally account for 45% of exports in Jordan, according to the Organization for Economic Cooperation and Development (Economic, 2012).

The survey was distributed through a personal visit by the last three authors. The participants were explained the purposes of the study and asked to complete the surveys. The instructions for completing the questionnaire were given on the cover page to avoid any misunderstanding. Surveys were distributed conveniently to a sample of SMEs in Jordan (150 questionnaires were distributed).The questionnaires were completed by various kinds of employees (e.g. company owners, general managers, IT managers, and communication officers). Two surveys were ignored because of missing data. Therefore, only 148 surveys were usable for this study and included in the analysis. A summary of the demographic characteristics of the respondents is

found that Twitter was used in their organization for ‘life updates’ or personal status, for sharing information with friends or colleagues in real time, and as ‘personal RSS feeds’ to monitor trusted external sources for news or links.

**YouTube:** YouTube is large video-sharing engine, founded in 2005, on which users can upload, view and share videos. YouTube allows people to share their inspirational thoughts which take a video form worldwide. As for SMEs, YouTube may offer some of their material via YouTube, as part of the YouTube partnership plan (Barringe, 2012, P2); for example, they could upload a video that advertise their products and services. They can also upload a video that contains the instructions of using these products and services, which is similar to service after selling in the traditional media. There is also a comment section in YouTube, which allows people to share their positive or negative thoughts and comments about a specific video.

**LinkedIn:** LinkedIn the largest professional network with 300 million members in over 200 countries, founded in 2003. LinkedIn connect professionals around the world to make them more productive and successful. LinkedIn could help SMEs in (Sundberg 2014, P1; Remillard, 2014; Flanigan, 2011): (i) recruiting professionals and contacting them, (ii) advertising vacant positions, (iii) classifying potential enterprises to associate with, (iv) establishing connections as it enables the user to communicate with people who already know, and to reach out to people LinkedIn believes he/she may know based on his/her connections, and (v) building up a brand as LinkedIn is the professional element of a business (Flanigan, 2011).

**Skype:** Skype’s recognition has been on the rise ever since its formation in 2003. It is a free video service to anyone in the world .People can create a profile and stay in touch with their family and friends. Skype is the quickest way for doing things together; a simple Skype text, video and voice make it simple to share your thoughts and experiences with people wherever they are. With Skype, sharing a story, celebrating a birthday or holding a meeting or even learn a language is possible (Skype Communication, 2014). Skype provide some benefits to its users such as saving their money and helping them work together in any place around the world as long as you have internet access (Outar ,2011). Therefore, Skype provide SMEs a better way of communication with their customers and suppliers or even interviewing potential candidates to fill their vacant positions.

In light of the above, we can conclude that social media has a number of characteristics that make it a suitable option for doing SMEs’ work activities. Therefore, social media applications could provide SMEs with opportunities for interaction and com-



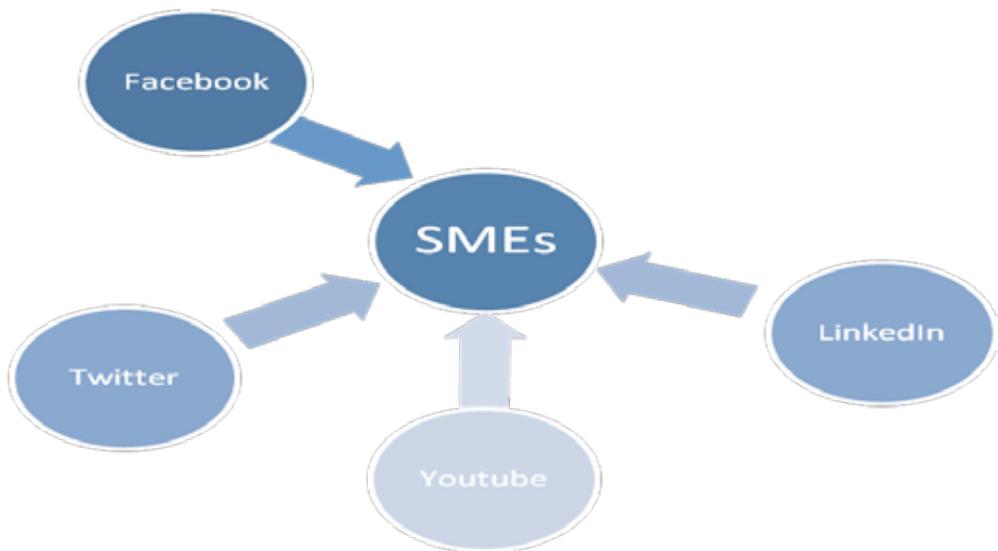
his colleagues in Harvard University. The membership was exclusively for Harvard students, but after gaining some popularity and acceptance, Facebook was expanded to anyone who declares that he/ she is at least 13 years old. Facebook is shown as a social networking service. Users must register first before using the website, after they do so they create a personal profile that enables them to add users as friends for instance, send , and receive messages and automatic notifications when they update their profile. Moreover, Facebook allows users to create groups with mutual-interests, organized by workplace, school or college, or other features. As of September 2012, Facebook has over one billion active users around the world, of which approximately 9% are phony and that is considered one of the disadvantages of using Facebook whether for personal or business purposes (Phillips, 2007, P1). Facebook improved ecommerce (buying and selling products and services online ) on April 2011, as it started by presenting a new gateway for marketers and innovative agencies to help them build up brand promotions and sell their products and services on their accounts on Facebook online.

For SMEs, Facebook has turn into an important element of an effective and efficient marketing plan. It allows businesses to connect with users and build up a strong relationship with customers. But if Facebook was misused, this can end up in wasting money and damage the company's reputation. (Business Pundit 2014).

**Twitter:** Twitter is an online social networking and micro blogging service that allows users to send and read short 140-character text messages, called "tweets"." Registered users can read and post tweets, but unregistered users can only read them (iMarketing Factory, 2011). Twitter could help SMEs (iMarketing Factory, 2011) (i) attain more customers as it has many users around the world which makes it one of the best platforms to search for potential customers and it can also bond them with their existing customers and let them be familiar with their brands, (ii) build relationships with customers by posting updates and tweets that are interesting for them, (iii) create brand awareness by creating personal profiles and create profile for their company which let them gain the trust of their followers in order to create awareness about it, (iv) introduce new products in interesting ways that would attract customers and gain more popularity among peers, (v) announce important news and share information with customers quickly as it is a cheaper and faster way to do so, (vi) collect customer's feedback about company's products and services through the comments and asking customers directly, and (vii) manage online reputation as it allows companies to monitor what is being said about it in general. In this regards, Zhao and Rosson (2009)

### Literature Background: Social Media Applications

Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn and Skype are the social media applications utilised in this study because of both their popularity in the world and in the Middle East in particular, and their features and options that are suitable for the implementation of SMEs activities. We specifically chose those five applications (shown in figure 1) because they are the most used applications in work places in addition to their widespread popularity in Amman, Jordan.



**Figure 1:** Social media applications that were used in this study

For each application, we asked the following questions:

- Do you use the following social media tools?
- How frequently do you use social media tools?
- What motivates you to use social media in your workplace?
- For what purpose do you use social media tools?
- Please indicate which of the following is a limitation for using social media tools?

Below is a brief description of each of these applications:

**Facebook:** Facebook was established in 2004 by Mark Zuckerberg with the help of

offer organizations enormous opportunities and benefits to improve their business performance (Leftheriotis and Giannakos, 2014). For example, they are an excellent way for businesses to broaden their exposure to the public at a much lower cost than traditional marketing, and they may help organizations reach more customers, understand their needs and wants, and build stronger relationships with them (Wiegand, 2014). Organizations including SMEs started realizing these potential benefits of social media applications.

On the other hand, the importance of SMEs has increasingly grown over the years and they have become the backbone of any country's economy, especially in developing countries. SMEs represent approximately 90% of the total firms across the world and they have a significant role in creating employment opportunities (Hall, 2002). SMEs are generally considered to be flexible, adaptive and innovative firms (Liu et.al. 2005) and these characteristics could make them a good fit for social media applications.

In this regard, SMEs have been generally slow in using technologies in general due to their size and limited resources (Lee and Xia, 2006). The position of SMEs in developing countries in terms of technologies use is still lagging behind SMEs in developed world (Kartiwi, 2006). Although researchers have increasingly started to explore the use of social media applications by individuals (e.g. Leftheriotis and Giannakos, 2014; Turner et al. 2010), little research has explored the use of social media applications by SMEs either in developed or developing countries. Hence, there a need to explore whether SMEs use the social media applications in doing their activities.

Therefore, this study aims to identify the social media applications that are currently used by SMEs in Jordan, and for each application to:

Identify the frequent use of social media applications by SMEs in Jordan.

Define the motivations that attracted SMEs in Jordan to use social media.

Identify the purposes of using social media applications by SMEs in Jordan.

Highlight the limitations of using social media applications by SMEs in Jordan

This study could be useful for academics and practitioners. For academics, it may give them an idea of the extent to which SMEs use social media applications in doing work activities, which they can use as a starting point to investigate other factors that might influence the use of social media applications by SMEs. For practitioners especially SMEs owners and managers, it may help to encourage them to use the social media applications and to raise their awareness of the benefits of these applications to their work.

## Introduction

In the late 1990s, Internet became well known, websites that allowed individuals to create and upload content began to emerge. By the late 2000s, social media had gained extensive acceptance and some services gained huge numbers of peers. For example, Archambault and Grudin (2012) conducted a longitudinal study in Microsoft to investigate how Facebook, LinkedIn, and Twitter are used and whether they are considered to be useful for organizational communication and information-gathering. The study found that Between 2008 and 2011, social networking went from being a niche activity to being very widely and heavily used. Growth in use and acceptance was not uniform, with differences based on gender, age and level. In 2011, 82% reported using Facebook and over half reported using it daily. Professionals started realizing the value of social networking sites for work. In addition, Turner et al. (2010) interviewed members of a small company about their full range of communication channels. The study found that use of Facebook, LinkedIn and Twitter reportedly increased over the year. Leftheriotis and Giannakos (2014) also investigated whether employees make use of social media for work purposes, what values increase this usage, and if that usage is related with their performance. Results confirmed that in the case of social media for work, employees make extended use of them no matter their age.

Social media is defined” as the interaction among people which allows them to share, create and exchange information in virtual communities with less effort and time” (Cohen, 2011, P1). Social networking sites are spreading fast over the globe, across Middle East too. This research chose Jordan as a country to examine this phenomenon although it hasn’t reached its peak in using technology.

Social media has a number of characteristics that make it a suitable option for doing SMEs’ work activities. These characteristics include but are not limited to (Cohen 2011, P1): (i) a wide range of content formats (e.g., text, image, video, etc.) and allow combining more than one content; (ii) allows communication to take place in real time and to cross one or more applications through social sharing, email and feeds; (iii) involve different levels of interactions by participants who can create and comment on social media networks; and (iv) offer one-to-one, one-to-many and many-to-many communications. Therefore, social media applications could provide SMEs with opportunities for interaction and communication with customers and suppliers (DiMicco et al. 2009), collection of market research data, promotion of goods and services, provision of detailed information about products and services, expanding their business, and recruitment of candidates. In addition, social media applications



## ملخص البحث

ازدهرت وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية خلال العشرة سنوات الماضية، فأصبحت تُشكّل إحدى وسائل التواصل الرئيسية. لذا يهدف هذا البحث إلى دراسة استخدام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في الأردن لخمسة من تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية (هي: فيسبوك، تويتر، يوتيوب، لنكدان، وسكايب). ولتحقيق هذا الهدف فقد أجريت دراسة مسحية لـ ١٤٨ مؤسسة صغيرة ومتوسطة الحجم في مدينة عمّان، الأردن.

وأظهرت نتائج البحث أنّ أكثر التطبيقات استخداماً في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم كان تطبيق فيسبوك (يستخدمه أكثر من نصف عينة الدراسة)، وأنّ أقلّ التطبيقات استخداماً كان تطبيق لينكدان (يستخدمه أكثر من خمس عينة الدراسة). وأنّ ما يقرب من ثلث المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم يستخدم تطبيقات يوتيوب، سكايب، وتويتر. ومن بين تلك المؤسسات التي تستخدم هذه التطبيقات فإنّ أكثر من ثلثها يستخدم هذه التطبيقات يومياً. وأظهرت النتائج أيضاً أنّ الدوافع الرئيسية لاستخدام هذه التطبيقات كان على التوالي: لاكتساب الشعبية، للمتعة، وللتأثير الاجتماعي. ووجدت الدراسة أنّ هذه المؤسسات في الغالب تستخدم هذه التطبيقات للحصول على معلومات، للتواصل، للتسويق، ولتحسين سمعتها التجارية. وأخيراً، فإنّ أبرز المعوّقات الرئيسية لاستخدام هذه التطبيقات الخمسة من وجهة نظر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كانت المسائل الأمنية والهويات المزيفة.

وفي ضوء هذه النتائج، قدّم البحث عدداً من المقترحات والتوصيات لزيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة في الأردن.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فيسبوك، تويتر، يوتيوب، سكايب، لنكدان، استخدام.

# The Adoption of Social Media by Small and Medium Enterprises in Jordan: A Descriptive Study

Basil Alzougool, Alia Al-Amad, Dana Al-Tamimi, Hayat Al-Hindi

Department of Business Administration, King Talal School for Business & Technology, Princess Sumaya University for Technology, Khalil Saket Street, Al-Jubaiha, P.O. Box 1438, Amman 11941, Jordan (b.alzougool@gmail.com)

## Abstract

As social media rose through the past 10 years, it has prospered to be a main communicating method. Therefore this study aims to explore the use of social media applications (i.e. Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, and Skype) by Small and Medium Enterprises (SMEs) in Jordan. A survey of 148 SMEs in Amman, Jordan was conducted to achieve the study objectives. The study found that SMEs mostly used application was Facebook (by more than half of the SMEs), and the least used one was LinkedIn (by more than fifth of the SMEs). Also, approximately third of the SMEs used YouTube, Skype, and Twitter. Of those, more than one third used these applications daily. The study also found that gaining popularity, enjoyment and social influence were the main motivations for using all five applications by SMEs. Moreover, the study found that the applications were mostly used for information, communication, marketing, and improving business reputation. Furthermore, SMEs considered both fake identities and security issues as the main limitations for using the five applications. In light of the results, several recommendations were suggested to increase the use of social media by SMEs in Jordan.

**Keywords:** Social Media; SMEs; Facebook; Twitter; YouTube; LinkedIn; Skype; Use; Adoption; Jordan



## Contents

Articles in Arabic Language	Page
“Problems of Applying Traditional Principles and Laws According to Qatari Comparative Law” Dr. Mohammed Saeed Ahmed Ismail	6
“The Protection of Copyright on Internet -Comparative and analytical study in French and American Law” Dr. Emad Kattan	35
“Marketing Information System and Its Impact on Marketing Strategic Decision Making: An Analytical Study on a Sample of Five-Star Hotels in Jordan» Dr. Thamer Al Bakri, & Mr. Hatem Jassem Al-Dulimi	72
“Role of ICT in Promoting the Independence of the Elderly and in Improving their Quality of life in the Qatar Context” Dr. Mohamed Salah Hamdi	96
Article in English Language	
“The Adoption of Social Media by Small and Medium Enterprises in Jordan: A Descriptive Study” Dr. Basil Alzougool, Mr. Alia Al-Amad, Ms. Dana Al-Tamimi & Ms. Hayat Al-Hindi	138



3. Headings' Sizes: Research Title: (20pt.bold); Main Titles: (16pt.bold); Sub-titles (14pt.) and the normal text 12pt.
4. All the main titles of the research are to be written separately at the beginning of the lines; as for the Sub-titles, they are to be written separately and to the right; as for the secondary titles, they are to be written at the beginning of the paragraphs. None of the titles should be underlined. Always, the subtitles and secondary titles are to be serially numbered.
5. All the tables and figures are to be printed within the text body, and they have to be numbered serially; and each one of them should have its own title that is to be placed two lines above the table (or figure). No figure or table should take up more than one page size specified for the research.
6. All research pages should be numbered, including those that contain tables or graphics.
7. Each research should not exceed the allocated number of pages (25) pages, including forms and diagrams (if any), and tables and references.
8. All References that are indicated within the research text, are to be of the family name of author with the year of publication (in brackets); And all references are to be mentioned under the title "References" at the end of the research in the following manner:

#### **A - Research published in periodicals (journals):**

1. The full name of the author beginning with the family name, the date of publication of research in brackets, the full title of the research in quotation marks, Journal Name printed in italics and underlined, volume number, issue number, page numbers. Example:
2. Alatar, Jamal, (2010). "Factors influencing voluntary and involuntary labor turnover: Views of managers in Qatari industrial sector", *International Journal of Business and Public Administration (IJBPA)*, Vol. 4, No. 1. PP.430-436.
3. Aljmiei, Fouad Mohammed (1989) "the reasons for the inability of the national work force and treatment methods in the Gulf states," *The Arab Journal of Management*, 13, p 1, 87 - 133.

#### **B - Books**

1. The full name of the author beginning with the family name, the date of publication of the book in brackets, the full title of the book in quotation marks in italics and underlined text, place of publication and publisher. Example:
2. Hogge, R. and Craig, A. (1971), *Introduction to Mathematical Statistics*. New York: MacMillan Company.
3. Imitator, Ismail Sabri, (1985), "international political relations," Kuwait: Dar publications, strings.



13. A brief biography or recent Curriculum vitae of the researcher should be attached also with his research.
14. What is published in the magazine reflects the perspective of the author and does not necessarily reflect the view of the journal.

### **C- The Review Process of the JAMMC**

1. The Editorial Board shall notify the researcher (or researchers) upon receiving his (or their research) through written notice, or by e-mail.
2. The Editorial Board of the journal holds the right to perform initial examination to the research and report its evaluation.
3. All the research material that is received by the Editorial board is subject to be submitted to review by referees with known scientific standing and who have excellent research experience.
4. The Scientific Ranks of the reviewers and the researchers will be taken into account and co-professors may be allowed to evaluate the work of those with equivalent academic qualifications and experience.
5. The research papers will be presented to three reviewers, in order to examine the quality and validity of the work for publication.
6. The reviewer will present his evaluation and opinion in writing. This will be in accordance with specific selected elements, chosen by the editorial board, for the purpose of evaluation.
7. The reviewers' opinion will be BINDING to the Editorial Board and Senior Editor and to the researcher/researchers.
8. The researcher/ researchers will be notified of the result of the research evaluation, (acceptance or rejection), in writing or by electronic e-mail.
9. The Senior Editor may personally inform the author of an unaccepted research for publication of the opinion of the reviewers, upon his request, without mentioning the names of the reviewers, and without any obligation to respond to the justification of the researcher.
10. If the researcher or one of the researchers is a member from Ahmed bin Mohammed Military College, then the reviewers must be from outside the college.
11. If the researcher/researchers do not perform the required corrections or modifications specified by the editorial board within the allocated period of time, then the editorial board will be entitled to reject the research, unless there is a convincing excuse submitted in writing by the researcher to the editorial board of the journal.

### **D - The Organizational and Technical Specifications of the Printing of the Scientific Journal**

After being accepted for publishing in the JAMMC, the research is re-sent to the researcher via e-mail using one of the word -processing software (Microsoft word), in accordance with the following specifications:

1. Font: (Times New Roman).
2. Distance: the distance between the lines (1.5) cm.



## **A - The Objectives of the Journal**

Our journal is a semi annual journal issued by the Ahmed bin Mohammed Military College and is concerned with the deployment of theoretical and applied research related to administrative sciences, accounting, legal sciences, and computer information systems.

The aim of the journal is to enrich the scientific concepts related to the above mentioned sciences through its published researches.

It is worth mentioning that the Journal of Ahmed Bin Mohammed Military College (JAMMC) receptively welcomes research from inside and outside of Qatar.

## **B-The Journals Publishing Conditions:**

1. The JAMMC accepts research papers and authentic studies written in both Arabic and English, which meet the rules, conditions and standards of research that are known and accepted in academic presentations and documentations throughout academia.
2. The research should not have been published or submitted for publication in any other journal; and the researcher will be requested to submit a written acknowledgment to that effect to be attached to his presented research (according to a specific format).
3. The research should be written in proper language, free from linguistic, grammatical and typing errors. The researcher will take full responsibility for any errors contained in his research.
4. A Soft Copy of the research should be sent by e-mail to the assistant editor, using by Microsoft Word.
5. Two summaries are to be attached with the research; one in Arabic and the other in English, within 150-200 words each.
6. The Editorial Board has the right not to publish any research that is not compatible with the objectives and vision of the journal; and will accordingly inform the researcher of its decision.
7. Research that is sent to the journal will not be returned to the author, whether published or not.
8. Any research which attains approval for publication will be considered to be the property of the JAMMC and may not be published in any other scientific journal or otherwise.
9. The Editorial Board of the JAMMC has the right to re-publish already published researches or abstracts through electronic pathways or regular hardcopy format, after informing the researcher.
10. The Editorial Board has the right to make pro forma adjustments to research accepted for publication, in order to be commensurable with the journal's pattern of publishing.
11. The author of the published research receives 5 copies of his final research edition and one single copy of the complete Journal in which his research is published. In the case of the participation of more than one researcher in a given research, then each of the participants will receive 5 copies of their finalized research as well as one single journal each.
12. The Researcher should attach with his research any illustrations, tables, photographs, maps, documents and original manuscripts.



**Journal of Ahmed Bin Mohammed Military College  
for Administrative Sciences and Law**



**Journal of  
Ahmed Bin Mohammed Military College  
for Administrative Sciences and Law**

**Editor**

Prof. Dr. Ahmed Mahmoud Yousef

**Assistant Editor**

Dr. Obaid Ahmed Obaid

**Secretary of Editorial**

Dr. Mohamed Said Ismail

**Editorial Board**

Dr. Zakaria Saad Hegazy

Member

Dr. Mohamed Saleh, Hamdi

Member

Dr. Mohammed Irfan, Khatib

Member

Dr. Yagoub Gangi

Member

**Advisory Board**

Prof. Dr. Hussein Isa

Accounting

Prof. Dr. Turkish Hamoud

Accounting

Prof. Dr. Ahmed Bilal Awad

Law

Prof. Dr. Fouad Dib

Law

Prof. Dr. Said Assisi

Business Administration

Prof. Dr. Amran bin Mohammed

Business Administration

Prof. Dr. Alaa El Ghazaly

Information Systems

Prof. Dr. Hany Ammar

Information Systems

**Articles in Arabic Language**

“Problems of Applying Traditional Principles and Laws According to  
Qatari Comparative Law”

Dr. Mohammed Saeed Ahmed Ismail

“The Protection of Copyright on Internet

-Comparative and analytical study in French and American Law”

Dr. Emad Kattan

“Marketing Information System and Its Impact on Marketing Strategic  
Decision Making:

An Analytical Study on a Sample of Five-Star Hotels in Jordan»

Dr. Thamer Al Bakri, & Mr. Hatem Jassem Al-Dulimi

“Role of ICT in Promoting the Independence of the Elderly and in  
Improving their Quality of life in the Qatar Context”

Dr. Mohamed Salah Hamdi

**Article in English Language**

“The Adoption of Social Media by Small and Medium Enterprises in  
Jordan: A Descriptive Study”

Dr. Basil Alzougool, Mr. Alia Al-Amad, Ms. Dana Al-Tamimi &  
Ms. Hayat Al-Hindi

All rights reserved to

Ahmed Bin Mohammed Military College

# Journal of Ahmed Bin Mohammed Military College for Administrative Sciences and Law

Volume 1, Number 2, Ramadan 1436 - July 2015



ISSN: 2410-6224

## A Semi-Annual Refereed Journal

### Articles in Arabic Language:

"Problems of Applying Traditional Principles and Laws According to Qatari Comparative Law"

• **Dr. Mohammed Saeed Ahmed Ismail**

"The Protection of Copyright on Internet

-Comparative and analytical study in French and American Law"

• **Dr. Emad Kattan**

"Marketing Information System and Its Impact on Marketing Strategic Decision Making:

An Analytical Study on a Sample of Five-Star Hotels in Jordan"

• **Dr. Thamer Al Bakri, & Mr. Hatem Jassem Al-Dulimi**

"Role of ICT in Promoting the Independence of the Elderly and in Improving their Quality of Life in the Qatar Context"

• **Dr. Mohamed Salah Hamdi**

### Articles in English Language:

"The Adoption of Social Media by Small and Medium Enterprises in Jordan: A Descriptive Study"

• **Dr. Basil Alzougool, Mr. Alia Al-Amad, Ms. Dana Al-Tamimi & Ms. Hayat Al-Hindi**