

**التراث الثقافي العربي في عصر الرقمنة الإعلامية بين التحديات والفرص:
دراسة استطلاعية مقارنة لكيفية توظيف مستجدات الإعلام الرقمي في حفظ
ونشر التراث الثقافي العربي**

**Arab Cultural Heritage in the Digital Media Age:
Challenges and Opportunities: A Comparative Survey
Study on the Employment of Digital Media Innovations
for Preserving and Disseminating Arab Cultural Heritage**

غادة حسام الدين محمد *

ghada.hossam@must.edu.eg

المخلص:

تمتلك الإنسانية عبر عصور تطورها عددًا هائلًا من أشكال التراث الثقافي المتنوع المجالات، حيث سعت الحضارات على مر العصور إلى تسجيل تراثها وحفظه ونقله إلى الأجيال المختلفة، وبظهور وسائل الإعلام وتطورها أصبحت الناقل الرسمي لهذا التراث، ليس على المستوى المحلي فحسب بل امتد الأمر إلى مستوى من العالمية، لذا تهدف الدراسة إلى استكشاف ومقارنة كيفية توظيف مستجدات الإعلام الرقمي في حفظ ونشر التراث الثقافي العربي في دول ثلاث (مصر، السعودية، الجزائر) من خلال تحليل مضمون (كمي وكيفي) للصفحات الرسمية لهيئات الآثار الرسمية بهذه الدول، إستنادًا إلى عدد من المتغيرات، للتحقق من صحة واختبار الإطار النظري للواقع المعزز، وانطلاقًا من تقييم منهجي لأهمية الحفاظ على الأصول التاريخية والثقافية والتنوع الاجتماعي والثقافي في التجمعات الحضرية في العالم العربي، كعوامل جذب ذات أبعاد سياحية واقتصادية لمواجهة تحديات التنمية المستدامة، وأشارت النتائج أن

* أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

تكنولوجيا الوسائط الذكية يمكنها أن تعزز النشر الأكثر فعالية والاستخدام الأعلى جودة للتراث الثقافي بشقيه المادي وغير المادي، من خلال إنشاء منصة تواصل ثقافي أكبر، وتحفيز تجربة الاستهلاك الثقافي على نطاق أوسع، وتحويل المزيد من الموارد الثقافية غير المادية إلى مبتكرات تكنولوجية تسهم في حماية ونشر التراث الثقافي العربي.

الكلمات المفتاحية: التراث الثقافي (المادي وغير المادي)، الإعلام الرقمي، الواقع المعزز، الصفحات الرسمية لهيئات ووزارات الآثار، التنمية المستدامة.

Abstract

Humankind has accumulated a vast array of diverse cultural heritage forms throughout its evolutionary history. With the advent and evolution of media, it has become the official carrier of this heritage, leveraging its capabilities to reach a wide audience not only locally but also globally.

This study aims to explore and compare the employment of digital media innovations in preserving and disseminating Arab cultural heritage in three countries (Egypt, Saudi Arabia, and Algeria) through a quantitative and qualitative content analysis of the official pages of the official archaeological bodies in these countries. This analysis is based on a number of variables to verify and test the theoretical framework of augmented reality.

Stemming from a methodological assessment of the significance of preserving historical and cultural assets, social and cultural diversity in urban settlements in the Arab world, as drivers of tourism and economic dimensions to address sustainable development challenges, the findings indicate that smart media technology can enhance more effective dissemination and higher quality utilization of cultural heritage in its tangible and intangible aspects. This can be achieved by creating a larger cultural communication platform, stimulating cultural consumption experiences on a wider scale, and transforming more intangible cultural resources into technological innovations that contribute to the protection and dissemination of Arab cultural heritage.

Keywords: Cultural Heritage (Tangible and Intangible), Digital Media, Augmented Reality, Official Pages of Archaeological Bodies and Ministries, Sustainable Development.

مقدمة:

تمتلك الإنسانية عبر عصور تطورها عددًا هائلًا من أشكال التراث الثقافي متنوع المجالات؛ حيث سعت الحضارات على مرّ العصور إلى تسجيل تراثها وحفظه ونقله إلى الأجيال المختلفة، وبظهور وسائل الإعلام وتطورها أصبحت الناقل الرسمي لهذا التراث، اعتمادًا على ما توفّر لديها من إمكانات تسمح بالوصول إلى أعدادٍ وفيرةٍ من الجمهور، ليس على المستوى المحلي فحسب بل امتدّ الأمر إلى مستوى من العالمية سمح للبشر عبر أقطاب الكرة الأرضية بالاطلاع على تباينات حضاريةٍ مختلفةٍ للأمم وشعوب لا زالت قائمة أو تعرضت للاندثار والزوال، وإن بقيت آثارها شاهدةً عليها، مجسدةً لمرحلةٍ أو مراحل تاريخية، تعطي بعدًا للإنسانية في سياقات الزمن الماضي، وتستلهم منه حاضرًا ومستقبلًا، ومع ازدياد تطور وسائل الإعلام وانتقالها إلى مرحلة الإعلام الرقمي بتقنياته المستحدثة وأبرزها تقنيات التصوير التفاعلي، والواقع المعزز، والسرديّ، أصبح هناك توسع هائل في تقديم مجموعاتٍ من البيانات المرتبطة بالتراث الثقافي، من خلال تجارب ذات مغزى تعتمد مفهوم "الرقمنة"؛ لنقل التراث الثقافي من مجرد ظاهرة أو ظواهر إلى واقع مدرك، يبرز تعقيد التجربة الإنسانية ويتيح فرصًا جديدةً لاستكشاف واستلهام نماذج لتفسير وتمثيل بيانات الإرث الثقافي، بعيدًا عن النماذج الإعلامية التقليدية، ويشجع الجمهور العام والمتخصص على الاستكشاف والفهم عبر صفحات إلكترونية، تبرز نموًا هائلًا لنشر التراث الثقافي عبر المجال الرقمي، يتجاوز حدود المكان والزمان التقليدية، ويصل إلينا من جميع أنحاء العالم بعد أن تم تنظيمه وتصنيفه في مجموعاتٍ من البيانات أخذت طابعًا تقنيًا مبدعًا وفنيًا لجذب الجمهور، بعيدًا عن الشكل التقليدي في حفظ وتقديم المعلومات التراثية الثقافية، وهي الإتاحة التي قدّمها

الإعلام الرقمي عبر صورٍ ورسومٍ جرافيكية، تعيدُ خلقَ الواقع لهذا الإرث الثقافي، وتسعى إلى تعزيزه من خلال منصاتٍ تفاعلية جذابة، تتيح مشاركة التراث الثقافي في المجال العام بطرقٍ مبتكرة مثل الواقع المعزز والافتراضي، عبر تجاربٍ جديدة قائمة على التفاعل والتجسيد، والتراث الثقافي العربي بغناه وتنوعه هو أحد الروافد التي أثرت ولا زالت في التراث الثقافي العالمي، وقد تأثر بلا شك بثورة المعلومات من جهة، ومن جهة أخرى بالإعلام الرقمي الجديد بكل ما يتيح من فرص أو تحديات.

مشكلة الدراسة:

تشهد ظاهرة حفظ ونشر التراث الثقافي عبر الإعلام الرقمي نموًا سريعًا؛ حيث تسعى المؤسسات الثقافية الرسمية إلى رقمنة مجموعاتها التراثية، وجعلها متاحة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ومع ذلك، فإن هذا النمو يخلق تحدياتٍ جديدةٍ فيما يتعلق بتنظيم المعلومات التراثية وتمثيلها باستخدام الرقمنة الجديدة وأدواتها؛ لذا تحددت مشكلة الدراسة في استطلاع مدى الاستفادة من استخدام التكنولوجيا الرقمية في إنشاء صفحات إلكترونية تهدف لنشر التراث الثقافي العربي وحفظه، من خلال دراسة استكشافية تحليلية مقارنة لأنواع البيانات الوصفية المتاحة على الصفحات الإلكترونية الممثلة لهيئات رسمية تراثية عربية ثلاث هي: هيئة التراث الثقافي في المملكة العربية السعودية، المجلس الأعلى للآثار بجمهورية مصر العربية، وهيئة التراث الثقافي بجمهورية الجزائر الديمقراطية الشعبية، ومقارنة أوجه التشابه والاختلافات بينها، شكلاً ومضموناً، في ضوء الفرص والتحديات التي تفرضها تقنيات وإشكاليات الإعلام الرقمي.

أهمية الدراسة:

- تبرز أهمية الدراسة من خلال عددٍ من المؤشرات التي تمّ رصدُها، وتمثّلت في:
 - النمو الهائل الذي يشهده مجال الإعلام الرقّمي، والذي انعكس بدوره على إتاحتِ جديدةٍ للتراث الثقافي والحضاري بمختلف دول العالم.
 - أهمية تنظيم هذا الإرث الثقافي والذي يتميّز بغناه ووفرتِه في الحضارة العربيّة، وامتداده عبر أجيالٍ بما يتطلبُ إعادةً تنظيمه وتصنيفه، ثم توظيفه عبر آلياتٍ تسمح بالإفادة من مميزات الإعلام الرقّمي غير المحدودة.
 - الدور الهام الذي يلعبه هذا الإرث الثقافي في إثراء الحياة الإنسانية، وتعريف الأجيال الجديدة به، ومساهمته في تشكيل الوعي الاجتماعي والمجتمعي على حدّ سواء، سعيًا لتأكيد الهوية الوطنيّة، وإغناء الحياة الثقافيّة في المجتمعات العربيّة.
 - تحويل التراث الثقافي من مجرد مقتنيات جامدة إلى منصاتٍ تفاعليّة للمشاركة في المجال العام، بفضل تقنيّات مثل الواقع المعزز والافتراضي، وتجارب الواقع المصنوع إعلاميًا، والتي تجسّد وتحاكي الواقع بشكلٍ أقرب.
 - الدور التنمويّ الذي تلعبه المؤسسات الرّسميّة والمسئولة عن إدارة وصيانة هذا التراث الرقّمي بشكلٍ فعال في عملية التنمية المستدامة في المجتمعات العربيّة.
 - العلاقة الوثيقة بين الإعلام بشكلٍ عام وعلم الآثار، باعتباره العلم المنوط به حفظ وحماية التراث الثقافي لأيّ أمة، وما يشهده علم الآثار من تطوّر يدمج التقنيّات الرقّميّة الإعلاميّة، ويسمح بإدارة المواقع وتحليلها بشكلٍ أكثر فعالية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى:

1. استكشاف كيفية توظيف الإعلام الرقمي في تقديم التراث الثقافي العربي، من خلال الصفحات الإلكترونية الرسمية لهيئات الآثار الحكومية لثلاث من الدول العربية هي مصر والسعودية والجزائر.
2. تحليل محتوى هذه الصفحات من حيث الشكل والمضمون؛ للتعرف على كيفية إفادتها من الإعلام الرقمي بكل تقنياته التكنولوجية الحديثة.
3. مقارنة المنشورات المقدمة على الصفحات الثلاث شكلاً ومحتوى، في إطار تقنيات الواقع المعزز والافتراضي، ومعرفة أوجه التشابه والاختلاف والتمايز بينها.
4. التعرف على مدى إسهام الصفحات الثلاث في خلق الوعي المجتمعي بأهمية التراث وحفظه ونشره، وإتاحات المشاركة الجماهيرية عبر الإعلام الرقمي، دعماً لمنظومة التنمية المستدامة.
5. رصد الموضوعات التي تمّ طرحها على الصفحات الثلاث، والأهداف المنوط بها تحقيقها، وفق الرؤية الاستراتيجية لهيئات التراث الرسمية التي تمثلها.
6. استخلاص أهمّ الفرص والتحديات التي تواجه حفظ ونشر التراث الثقافي في الدول الثلاث - عينة الدراسة - عبر الإعلام الرقمي.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيس هو:

كيفية توظيف مستجدات الإعلام الرقمي في حفظ ونشر وحماية التراث الثقافي العربي من خلال الصفحات الإلكترونية المتاحة على الإنترنت، في ثلاث

من الدول العربيّة، ذات التُّراث الثقافيّ الممتد عبر قرون تاريخيّة، وهي مِصرَ قلب العالم العربيّ (ممثلةً لتنوع حضاري وثقافي عبر تاريخها الطويل)، السُّعوديّة (ممثلةً للمشرق العربيّ بتراثٍ ثقافي يغلب عليه الطابع الديني الإسلامي)، والجزائر (ممثلةً للمغرب العربيّ بتراثٍ ثقافي يمتدُّ عبر الحضارة الأمازيغيّة بصبغتها المميزة).

ويندرج من هذا التساؤل الرئيس عدّة تساؤلاتٍ فرعيّة هي:

1- ما مدى إفادة الهيئات الرّسميّة العربيّة المختصة بالتُّراث من التكنولوجيا الرّقميّة في التّعريف بتراثها ونشره، عبر صفحات أو منصات إلكترونيّة للتواصل الاجتماعيّ؟

2- كيف وظّفت هذه الهيئات الرّقمنة التكنولوجية والإعلام الجديد في تحويل التُّراث من مجرد بيانات محفوظة إلى قوالب فنية جاذبة ومبدعة، تحاكي الواقع التُّراثي وتضيف عليه تقنياتٍ معززة، تسمح بتبسيط المعلومات، وتبويبها في فئات، بما يزيد من سرعة الوصول إليها، ويدعم جاذبيتها، والسعي لمشاركتها مع الآخرين؟

3- كيف أفادت الهيئات التُّراثيّة الرّسميّة من صفحاتها ومنصّاتها في جذب الجمهور للتواصل والمشاركة، وجعله عنصراً فاعلاً في المشاركة المجتمعيّة، دعماً لمنظومة التنمية المستدامة؟

4- ما الأهداف الإعلاميّة والتوعويّة والسلوكيّة التي تبنتها هذه الصفحات من خلال محتواها المقدم عبر الإعلام الرّقميّ؟

5- كيف أفادت هيئات التُّراث في الدول الثلاث -من صفحاتها الإلكترونيّة- في خلق استمالات عقلانيّة ووجدانيّة، وتقديم أساليب إقناعيّة متنوعة، تسهم في زيادة الوعي بأهمية حماية التُّراث الثقافيّ العربيّ ونشره؟

6- ما الفرص والتحديات التكنولوجية التي يمكن رصدُها من خلال توظيف هذه الصفحات الإلكترونية للرقمنة الجديدة، في حفظ التراث ونشره؟

الدراسات السابقة:

سعت الدراسة الحالية إلى الاطلاع على عددٍ من الدراسات السابقة المرتبطة بموضوعها، والتي تنوعت ما بين دراساتٍ عربية وأجنبية، كما تنوعت أهدافها ما بين قياس دور الإعلام الرقمي في نشر وحفظ وحماية التراث الثقافي، وإبراز أثر استخدام الواقع المعزز في حفظ ونشر الموروثات الثقافية، بالتركيز على جمهورٍ متخصصٍ أو جمهورٍ عام من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وشمل تناول المنهجي كلاً من التراث الثقافي المادي والتراث الثقافي غير المادي، تأكيداً على دورهما في عملية التنمية الثقافية والاقتصادية ودعم الهوية الوطنية، وانطلاقاً من هذه الفرضية أوضحت دراسة Zhang, Q. (2023) بعنوان

"Design of china's intangible cultural heritage inheritance and protection system based on intelligent media

technology"⁽¹⁾، أن العامل الرئيسي لحل مشكلة حماية التراث الثقافي "غير المادي"، هو حل مشكلة "النشر" في ظل خلفية الثقافة المعاصرة، وانتشار الوسائط المتعددة، بما يسهم في إعلاء البنية المعرفية للمستخدمين للنشر الثقافي، ويجعل موضوعات التراث الثقافي "غير المادي" أكثر تنوعاً، إضافة إلى أشكال النشر التي أصبحت أكثر إبداعاً وجعلت التجربة الجمالية أكثر عمقاً، واعتمدت الدراسة بناء نموذج اتصالٍ جديدٍ تماماً، لتحقيق مزيدٍ من التواصل بين المستخدمين، وأشارت النتائج أن تكنولوجيا الوسائط الذكية يمكنها أن تعزز النشر الأكثر فعالية، والاستخدام الأعلى جودة للتراث الثقافي "غير المادي"، من خلال إنشاء منصات تواصل ثقافي واسعة، وتحفيز تجربة الاستهلاك الثقافي على

نطاقٍ أوسع، وتحويل المزيد من الموارد الثقافية غير المادية إلى مبتكرات تكنولوجية تسهم في حماية التراث الثقافي "غير المادي"، كما أيدت نتائج دراسة (Li, J., & Kim, K. – 2023) بعنوان "Kano-QFD- based analysis of the influence of user experience on the design of handicraft intangible cultural heritage" (2)، أن الإنترنت عبر الهاتف المحمول والتكنولوجيا الرقمية، استطاع توفير منصات إعلامية جديدة لنشر التراث الثقافي غير المادي، وأشارت الدراسة إلى أنه على الرغم من الأبحاث المكثفة حول تأثير تجربة المستخدم (UX)، على تطبيقات التراث الثقافي غير المادي، بيد أن هناك القليل من الأبحاث الكمية التي تناولت العلاقة بين احتياجات المستخدم ومتطلبات تصميم التطبيقات، واعتمدت الدراسة منهجياً على المقابلات شبه المنظمة، وإجراء الاستبيان عبر الإنترنت، وتقييم الخبراء، لفهم وتصنيف احتياجات المستخدم والعوامل المؤثرة على متطلبات التصميم، وكشف التحليل الكمي باستخدام منهج Kano-QFD، عن التأثيرات المختلفة لإثني عشر احتياجاً ترتبط باحتياجات المستخدمين، وثلاثة وعشرين متطلباً ترتبط بتصميم تطبيقات التراث الثقافي غير المادي، في إطار إنشاء مصفوفة العلاقة بين احتياجات المستخدم ومتطلبات التصميم، وتصنيف متطلبات تصميم التطبيق حسب الأهمية، واستندت دراسة Deng, J. (2023) بعنوان "A brief analysis of the path of intangible cultural heritage inheritance and innovative development under digital technology" (3) إلى تأثير عصر الوسائط الرقمية على التراث الثقافي غير المادي، باستخدام أدوات منهجية لتحليل أهمية موارد التراث الثقافي غير المادي، والوضع الحالي للحماية الرقمية للتراث الثقافي غير المادي للمجتمعات في الداخل والخارج، وتضمنت فئات التحليل الاختراق متعدد المجالات للتكنولوجيا

الرُّقْمِيَّة، وانطلقت الدِّراسة من منظور "تفكير الإنترنت" و"تفكير المستخدم"، لتحليل تكنولوجيا البيانات الضخمة وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ومناقشة مسار وطريقة حفظ ونشر التُّراث الثقافي غير المادي لتطوير الابتكار عبر الإعلام الرُّقْمِي، والإفادة منه في زيادة عوامل الجذب، وتناولت دراسة Li, Y. **Research on dissemination " بعنوان (2023) and Song, G. strategy of martial arts intangible cultural heritage in Anhui area in new media era"**⁽⁴⁾ جانبًا من التُّراث الثقافي غير المادي، متمثلًا في كَيْفِيَّة حفظ ونشر فنون القتال الدفاعية التي تتميز بها مقاطعة Anhui الصينية، والتي تتمتع بقاعدة جماهيرية قويَّة، من خلال منظور الاتصال، وهدفت الدِّراسة إلى تحليل كَيْفِيَّة حفظ ونشر تطور ثقافة الفنون القتالية في عصر الإعلام الجديد، واكتشاف الفرص الجديدة التي أتاحتها تكنولوجيا الوسائط الجديدة لتطوير فنون القتال التُّقليديَّة، وقدمت الدِّراسة استراتيجية اتصالية عبر الإعلام الرُّقْمِي، لبناء آلية طويلة المدى لتعزيز حماية وتطوير مشاريع التُّراث الثقافي غير المادي للوشو (أحد القبائل الصينية) في مقاطعة Anhui، وباعتبار الإعلان الرُّقْمِي جزءًا لا يتجزأ من الإعلام الرُّقْمِي بمفهومه الأوسع، سعت دراسة ريهام الجندي (2023) **بعنوان "دور الإعلان الرُّقْمِي في التوعية بالتُّراث الثقافي للمحافظات المِصْرِيَّة"**⁽⁵⁾، إلى تقييم فعالية حملات الإعلان الرُّقْمِي، وتحليل ما إذا كانت تحقق أهدافها في زيادة الوعي بالتُّراث، وانطلقت الدِّراسة من فرضية مؤداها قلة الوعي بالتُّراث المحلي، على الرغم من احتواء معظم المحافظات المِصْرِيَّة على تراث ثقافي وتاريخي غني، وخلصت النتائج إلى أهمية الإعلان الرُّقْمِي باعتباره وسيلة قوية وفعالة للتسويق، ولها العديد من المميزات منها: سهولة الوصول إلى الجمهور وتعزيز التفاعل والمشاركة، من خلال الوسائل المتعددة للمحتوى المرئي والمحتوى التُّفاعلي،

إضافةً إلى توجيه رسائل مخصصة لفئات معينة من الجمهور بناءً على اهتماماتهم واحتياجاتهم، وإمكانية توسيع مدى الحملة الإعلانية بشكل سريع من خلال مشاركتها عبر منصات متعددة ومشاركة المحتوى، حفاظاً على هذا التراث وتميمته، وسعت دراسة Skublewska-Paszowska، وآخرون (2022) بعنوان "3d technologies for intangible cultural heritage preservation—literature review for selected databases"⁽⁶⁾ في هدفها الرئيس إلى تحديد: (1) الحالة العامة لاستخدام التقنيات الرقمية ثلاثية الأبعاد في التراث الثقافي غير المادي، (2) الأفكار والمواضيع التي تمت مناقشتها، (3) التقنيات المستخدمة، من خلال تحليل المنشورات في Scopus و Web of Knowledge و IEEE Xplore، وأظهرت النتائج أن التقنيات الأكثر استخداماً في التراث الثقافي غير المادي هي: التصوير ثلاثي الأبعاد، والنمذجة ثلاثية الأبعاد، والواقع المعزز، والواقع الافتراضي، والرسوم المتحركة، واستخدمت دراسة Zhao, Y. (2022) بعنوان "Digital protection of cultural heritage based on web technology"⁽⁷⁾ التجريبي لتخطيط منصة حماية رقمية على شبكة الإنترنت للتراث الثقافي الصيني، من خلال مزود خدمة التطبيقات (ASP)، والذي يجمع بين خادم SQL وبنية B/S لتطوير منصة قاعدة بيانات، ووحدات وظيفية للإدارة الديناميكية المباشرة لنموذج موقع الويب، جنباً إلى جنب مع تكنولوجيا الويب؛ حيث تتم إعادة بناء الصورة الرقمية للتراث الثقافي، اعتماداً على تحسين الصورة الرقمية للتراث باستخدام مساحة الألوان HSV، من أجل تحقيق الحماية الرقمية للتراث الثقافي التقليدي، عبر إدخال تكنولوجيا الفلتر المتعددة في عملية استخراج الصور الرقمية ذات نسبة السطوع المقبولة تكنولوجياً، وأكدت نتائج الدراسة

فعالية المقترح التجريبي اعتمادًا على التكنولوجيا الرقمية في توفير الوقت والموارد المالية اللازمة لحماية التراث الثقافي عن مثيلاتها من الطرق التقليدية التي تتطلب وقتًا أطول للمعالجة واسترجاع المعلومات.

وتناولت دراسة ولاء محمد محمود (2022) بعنوان "الثقافة البصرية ودورها في استعراض الموروث الشعبي دراسة على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية"⁽⁸⁾ تحليلًا منهجيًا لعددٍ من مواقع التواصل الاجتماعي، مشيرةً إلى عدم وجود آلية محددة تظهر تأثير الثقافة البصرية على رواد مواقع التواصل الاجتماعي، في ظلّ عدم تخصص هذه المواقع بشكلٍ كبير، على الرغم من إمكانية عرض موضوعات الموروث الشعبي بأكثر من طريقة، اعتمادًا على الإنترنت ودوره في نشر الوعي الثقافي، والتأثير على أكبر عددٍ ممكن من الجمهور في أقلّ وقت، وأثبتت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل قيمةً ثقافيةً هامة، لما لها من قدرة على الربط بين الحاضر والمستقبل، وتحقيق التواصل بين الدول والشعوب من خلال نشرها للموروثات الشعبية، وأن تناولها بشكل جيد يقوم بتأكيد المعلومة المصورة ويساعد على عرضها بسهولة ويسر، وإن كانت لا تزال تعاني من نقص في الإمكانيات المادية والبشرية والتقنية التي تتيح عرضًا أكثر جاذبية للموروث الشعبي، كذلك أيدت نتائج دراسة Qiu, "Using Content Analysis to Probe the Cognitive Image of Intangible Cultural Heritage Tourism: An Exploration of Chinese Social Media"⁽⁹⁾ استمرار صناعة سياحة التراث الثقافي غير المادي في النمو، مؤكدةً استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة أساسية لتعزيز هذا الاتجاه، مشيرةً إلى أن تطوير سياحة التراث الثقافي غير المادي، تم توظيفه جيدًا في الصين، بيد أن البنية اللغوية والاستخدام المحدود لوسائل التواصل

الاجتماعي، يجعل من الصعب على غير الناطقين بالصينية فهم التراث الثقافي غير المادي، واعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى؛ لبحث العلاقة بين البنية الرقمية والعناصر المعرفية لسياحة التراث الثقافي غير المادي، استناداً إلى 9074 مدونة منشورة بين عامي 2011 و2020، على موقع Weibo.com، أحد أشهر منصات التواصل الاجتماعي في الصين، وأشارت النتائج إلى أنّ الصورة المعرفية لسياحة التراث الثقافي غير المادي على وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن تقسيمها إلى سبعة أبعاد: المؤسسات، التراث الثقافي غير المادي والموروثات، المنتجات السياحية، المهرجانات والمواسم التقليدية، المرافق والخدمات السياحية، الزوار، أشهر المناطق، كما قدمت النتائج بعداً موضوعياً لصانعي السياسات، فيما يتعلق بإشكاليات جمع بين حماية التراث واقتصاد الأعمال ورفاهية الناس، انطلاقاً من استراتيجيات تعزز تصنيع سياحة التراث الثقافي غير المادي، وفعالية وسائل التواصل الاجتماعي في توفير فهم أكثر ثراءً لسياحة التراث الثقافي. وسعت دراسة رحاب عصام حسني (2021) بعنوان "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على التراث الثقافي المغربي"⁽¹⁰⁾ والتي تناولت موضوعات ذات صلة بالتراث المغربي، لمعرفة أهم المواضيع المتداولة في تلك الوسائل والمتضمنة لهذا التراث، بالتطبيق على كلٍ من موقع الفيسبوك وقنوات اليوتيوب، ومن خلال تحليل مضمون لبعض نماذج وسائل التواصل الاجتماعي المتخصصة في عرض التراث غير المادي، وأشارت النتائج إلى مدى اهتمام ووعي المجتمع المغربي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، من أجل نشر إرثه الثقافي وذلك للحفاظ عليه من الاندثار والتلاشي، عن طريق نشره من جيل إلى جيل عبر تلك الوسائل، من خلال ما يوفره من صور وفيديوهات ومنشورات وتعليقات، والتي تجعل مستخدميهم على تفاعل مستمر مع

تلك الصفحات والقنوات، ومعرفة ما تقدمه تلك الوسائل من تراث ثقافي مجتمعي سواء كان ماديًا أو غير مادي، وهدفت دراسة Liang, X.; Lu, Y.; Martin, J. (2021) بعنوان "A Review of the Role of Social Media for the Cultural Heritage Sustainability"⁽¹¹⁾ إلى تقليل الفجوة البحثية بين تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT)، وظهور اهتمام ناشئ بمشاركة المجتمع الرقمي (DCE)، في عملية إدارة التراث الثقافي، من خلال تقديم صورة أكثر شمولاً لوظائف منصات وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على التنمية الحضرية المستدامة، وإجراء مراجعة منهجية لعدد من الدراسات السابقة. وخلصت النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر منصة ينبغي تطبيقها على نطاق واسع، لتشجيع المواطنين من جميع أنحاء العالم على المشاركة الرقمية في حفظ وحماية ونشر التراث الثقافي، ودعمت هذه النتائج دراسة Xi Deng, I. Tea Kim & Chong Shen (2021) بعنوان "Convolutional Neural Network-Based Virtual Reality Platform Framework for the Intangible Cultural Heritage Conservation of China Hainan Li Nationality: Boat-Shaped House as an Example"⁽¹²⁾ التي هدفت إلى دراسة استخدام مكاسب التطور العلمي والتكنولوجي لحماية وتعزيز التراث الثقافي الواسع لولاية هاينان الصينية، ورصد العلاقة بين مستجدات الإعلام الرقمي، وتحقيق متطلبات التنمية المستدامة فيها، اعتمادًا على منهجي دراسة الحالة (سفينة "لي" نموذجًا) ومنهج تحليل الاتجاهات، في إطار الدلالة الإنسانية ودور الواقع الافتراضي الجديد في حماية ونشر التراث الثقافي المادي وغير المادي، وطرحت الدراسة مخططاً لبناء منصات ذات محتوى يعتمد على إمكانات الواقع الافتراضي الجديد، لتعزيز وسد الفجوة بين الواقع المعاش

والابتكارات الخاصة بالإعلام الرقّمي، والإفادة القصوى من هذه الابتكارات في حفظ ونشر التّراث الثقافيّ الغني لهذه المنطقة، وركزت دراسة Hammou, I., Aboudou, S., & Makloul, Y. (2020) بعنوان " **Social Media and Intangible Cultural Heritage for Digital Marketing Communication: Case of Marrkech Crafts**" (13) التّراث الثقافيّ والتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعيّ، مع تحليل طبيعة الترابط بينهما بشكل عام، بالتطبيق على مدينة مراكش، من خلال دراسة تجريبية استكشافية أجريت على 14 خبيراً يعملون في قطاع الحرف اليدوية المغربية، وأثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة قوية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعيّ والترويج للثقافة غير المادية المغربية، وهدفت دراسة Amanatidis Dimitrios وآخرون (2022) بعنوان " **Social Media for Cultural Communication: A Critical Investigation of Museums' Instagram Practices**" (14) إلى استكشاف كيفية استخدام موقع Instagram من قبل متخصصي إدارات التواصل الاجتماعيّ في المتاحف، لنشر التّراث الثقافيّ اليونانيّ، والتعرّف على كيفية استخدامه في الوصول إلى الجمهور كمّاً وكيفاً، ودراسة مدى استجابة الجمهور لهذا النوع من التواصل، من خلال أحد عشر متغيراً، تم قياسها بعددٍ من الأساليب الإحصائية للخروج بنموذج تنبؤي، وأظهرت النتائج أن متحفاً واحداً فقط في اليونان لديه حساب على إنستجرام، وعادةً ما تقتصر استجابة الزائرين للموقع على مجرد وضع علامات الإعجاب على صور المعروضات الأثرية، مع عدد قليل من التعليقات، وتبادل الصور التي يقومون بتحميلها على حساباتهم الشخصية، وسعيًا لرصد العلاقة بين التطور التكنولوجي والتطوير الثقافيّ بشكل أكثر إبداعاً لحفظ ونشر التّراث الثقافيّ، سعت دراسة Pratama, I Gede, and Putu Aditya Putra

**CREATIVITY IN UTILIZING " بعنوان (2020) Ramantara
DIGITAL MEDIA AS AN EFFORT TO PRESERVE
MESATUA BALI CULTURE”⁽¹⁵⁾** إلى رصد التطبيق الإبداعي في
استخدام الوسائط الرقمية للمساعدة في تطوير ثقافة مساتوا بالي (إندونيسيا)، عن
طريق السرد القصصي -الرواية الشفهية للتراث- جنباً إلى جنب مع تطوير
الثقافة في إطارها العام، وتطور صناعة الإعلام في ظل المتغيرات التكنولوجية
المستجدة، خاصةً وسائط الإنستجرام، بما يزيد القدرة على تشجيع الزوار لهذا
الموقع على المشاركة في العملية الإبداعية المقدمة، واعتمدت الدراسة على
أساليب البحث الوصفي لجمع البيانات المطلوبة للتحليل، وأظهرت النتائج أنه
في إطار الجهود المبذولة للحفاظ على الثقافة من خلال استخدام الوسائط
الرقمية، يمكن تطوير أداء المبدعين الذين يمكنهم التصرف بحرية، لخلق صور
جديدة من التراث الثقافي، تحمل السمات الإنسانية الخلاقة والمؤثرة على
المتابعين بشكلٍ أعمق، وتوصلت نتائج دراسة Andrea Ghermandi, Vera
Camacho-Valdez, Hector Trejo-Espinosa (2019) بعنوان
“**Social media-based analysis of cultural ecosystem
services and heritage tourism in a coastal region of
Mexico**”⁽¹⁶⁾ إلى أن فهم المستخدمين (السياح) لمواقع التواصل الاجتماعي
للأنماط المكانية للمعالم الأثرية، والخدمات الثقافية التي يتم نشرها على مواقع
التواصل، يزيد من فرص التنمية المستدامة لمناطق التراث الطبيعي والثقافي،
كما يزيد من إقبال الزائرين المحليين والدوليين، وطبقت الدراسة على صفحة
منطقة سهل أوسوماسيتنا الفيضاني، وأوضحت النتائج أن ما يتم نشره من صور
ومعلومات، تسهم في توفير معلومات قيمة لصناع القرار، لتحسين إدارة السياحة
واستراتيجيات الحفاظ عليها، وأوضحت دراسة Monti, L., Delnevo, G.,

”Digital Invasions Within Cultural Heritage: Social Media and Crowdsourcing”⁽¹⁷⁾ أن الانتشار الواسع للأجهزة المحمولة والتقنيات الرقمية أدى إلى تغيير سيناريوهات استخدامها بشكل كبير في سياقات مختلفة، أحدها هو التراث الثقافي؛ حيث توفر وسائل الإعلام الجديدة إمكانات هائلة لتعزيز وإثراء تجربة التراث، وتحسين مشاركات المستخدمين لها، خاصة عند زيارة السياح لمناطق الجذب الثقافية، واستخدامهم أجهزة المحمول في مشاركة الآخرين الصور والتعليقات -جنباً إلى جنب مع علامات التصنيف والمواقع الجغرافية المحلية- على الشبكات الاجتماعية، بما يجعل مواقع التواصل الاجتماعية مصدرًا للبيانات، والتي يمكن دمجها مع المصادر الرسمية التي توفرها GLAM (المعارض والمكتبات والأرشيف والمتاحف)، ومؤسسات التراث الثقافي، كما تساعد أيضاً على إثرائها، وأبرزت النتائج أن تقنيات الصور التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً ما تقدم تصور مغلوط أو غير حقيقي عن الأثر الثقافي، كما أنها قد تخلق اتجاهات إيجابية أو سلبية لدى المستخدمين نحو التراث الثقافي المنشور.

تعقيب على الدراسات السابقة ومؤشرات عامة عنها:

سعت الدراسة الحالية إلى الاطلاع على عددٍ من الدراسات السابقة المرتبطة بموضوعها، والتي تنوعت ما بين دراساتٍ عربية وأجنبية، تنوعت أهدافها ما بين قياس دور الإعلام الرقمي في نشر وحفظ وحماية التراث الثقافي، كيفية الاستفادة من الإعلام الرقمي في بناء استراتيجية اتصالية - ذات آلية - طويلة المدى لتعزيز حماية التراث، وتقليل الفجوة البحثية بين تطور تكنولوجيا المعلومات، ومشاركة المجتمع الرقمي، إضافةً إلى إبراز أثر استخدام الواقع المعزز أو الافتراضي في حفظ ونشر الموروثات الثقافية، بالتركيز على جمهورٍ متخصصٍ

أو جمهورٍ عام، من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي التراثية، وتتنوع أطرها النظرية، باستخدام نظرية البناء الاجتماعي، ونظرية التواصل الاجتماعي، نظريات التعلم، نظرية النظم المعقدة، ونظرية التعلم الآلي، نظرية الواقع المعزز والواقع الافتراضي، واعتمدت الدراسات السابقة مجموعة متنوعة من المناهج البحثية منها: منهج دراسة الحالة، المنهج التجريبي، والدراسات الاستكشافية، وفي هذا السياق يمكن الخروج بعددٍ من المؤشرات كالتالي:

1. أهمية الإعلام الرقمي في نشر وحفظ التراث الثقافي:

حيث أكدت دراسات (Zhang, 2023؛ Li, Kim, Kano-QFD, 2023؛ Deng, 2023) على دور الإعلام الرقمي في نشر وحفظ التراث الثقافي، خاصةً التراث غير المادي، من خلال منصات التواصل الاجتماعي، وتكنولوجيا الواقع المعزز والافتراضي، والنكاه الاصطناعي، وأشارت نتائجها إلى أن هذه التقنيات توفر فرصاً جديدة لتعزيز الوعي بالتراث الثقافي، وجذب المزيد من الجمهور، ودعم جهود الحفاظ عليه.

2. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للتراث الثقافي:

تُظهر دراسات (ريهام الجندي، 2023؛ Skublewska-Paszkowska, 2022؛ Qiu, 2021؛ رحاب عصام حسني، 2021؛ Liang, 2021) فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للتراث الثقافي، ونشر المعلومات عنه، وتحفيز المشاركة المجتمعية في جهود الحفاظ عليه، وتشير النتائج إلى أن استخدام المنصات المختلفة، مثل فيسبوك، تويتر، إنستجرام، ويوتيوب، يساهم في الوصول إلى جمهورٍ واسع، وخلق تفاعل إيجابي مع المحتوى التراثي الثقافي.

3. دور التكنولوجيا في تعزيز تجربة التراث الثقافي:

قدمت دراسات (Xi Deng, 2021؛ Li, Song, 2023؛ Deng, 2023) أفكارًا مبتكرة لاستخدام التكنولوجيا لتعزيز تجربة التراث الثقافي، مثل استخدام الواقع الافتراضي لإنشاء جولات افتراضية في المواقع الأثرية، وتطوير تطبيقات الهاتف المحمول لتعليم الحرف اليدوية التقليدية، وإنشاء نماذج ثلاثية الأبعاد للمواقع التاريخية، وتشير النتائج إلى أن هذه التقنيات تجعل التراث الثقافي أكثر جاذبية، وتتيح للجمهور تجربة غنية ومتفاعلة.

4. التحديات والفرص:

أشارت بعض الدراسات (Pratama, 2020؛ Amanatidis, 2020) إلى وجود بعض التحديات في استخدام الإعلام الرقمي للترويج للتراث الثقافي، مثل صعوبة الوصول إلى جمهور واسع، وقلة التفاعل من قبل المستخدمين، وإمكانية نشر معلومات مغلوطة، ومع ذلك، تؤكد الدراسات نفسها على أن هذه التحديات تمثل أيضًا فرصًا للابتكار والإبداع، من خلال تطوير محتوى جذاب وتفاعلي، واستخدام تقنيات جديدة لتعزيز مشاركة الجمهور.

5. أهمية التعاون بين مختلف الجهات:

أكدت جميع الدراسات السابقة (العربية والأجنبية) على أهمية التعاون بين مختلف الجهات المعنية بالتراث الثقافي، مثل الحكومات، والمؤسسات الثقافية، والجامعات، وشركات التكنولوجيا، والمجتمع المدني؛ لضمان الاستخدام الفعال للإعلام الرقمي في نشر التراث الثقافي وحفظه، وعلاقته الفاعلة في تدعيم منظومة التنمية المستدامة.

6. أهمية الاستثمار في البحوث والدراسات:

كذلك أشارت الدراسات السابقة إلى الحاجة لمزيد من البحوث والدراسات لفهم أفضل لكيفية استخدام الإعلام الرقمي للترويج للتراث الثقافي، وتطوير تقنيات جديدة لتعزيز تجربة التراث الثقافي، وتقييم تأثير هذه التقنيات على المجتمعات المحلية، خاصة في دول العالم الثالث التي شملتها هذه الدراسات (مضر، المغرب، المكسيك).

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الواقع المعزز والإعلام الجديد:

يعدُّ مصطلح الواقع المعزز من المصطلحات الحديثة نسبياً في مجال التقنيات الرقمية، وهناك العديد من المصطلحات المرادفة التي تشير إليه مثل الواقع المضاف - الواقع المحسن - الحقيقة المعززة والواقع المدمج، وكلها مصطلحات تدل على الواقع المعزز، وإن اختلفت المسميات نتيجة لترجمة مصطلح الواقع المعزز باللغة الإنجليزية (Augmented Reality)⁽¹⁸⁾، ويشير المصطلح إلى تكنولوجيا ثلاثية الأبعاد تدمج بين الواقع الحقيقي والواقع الافتراضي، ويتم التفاعل معها في الوقت الحقيقي أثناء قيام المستخدم بالمهمة الحقيقية، بالتالي هو نوع من العرض يدمج بين المشهد الحقيقي الذي يراه المستخدم، والمشهد الظاهري (المصنوع) الذي تم إنشاؤه بالكمبيوتر، والذي يمكنه إضافة معلومات حقيقية أو غير حقيقية إلى المشهد، فيشعر المستخدم أنه يتفاعل مع العالم الحقيقي وليس الظاهري، بهدف تحسين الإدراك الحسي للمستخدم⁽¹⁹⁾.

تعريف الواقع المعزز:

تنوعت التعريفات التي تناولت مصطلح الواقع المعزز بيد أنها تشترك في عددٍ من السمات والخصائص منها:

"إنه التراكب الرقمي المضاف إلى العالم الحقيقي ويتكون من رسومات، نصوص، فيديو، صوت، والتي تتسم بالتفاعلية في الوقت الفعلي للاستخدام، عبر أي جهاز من الأجهزة الذكية (الهاتف المحمول، اللاب توب، جهاز الحاسب الآلي، وصولاً إلى تقنية النظارات المزودة ببرنامج وكاميرا)⁽²⁰⁾، بما يشير إلى تقنية جديدة تسمح بإضافة بيانات رقمية وتركيبها وتصويرها، واستخدام تكنولوجيا رقمية لإبراز الواقع الحقيقي للبيئة المحيطة بالإنسان، اعتماداً على الدمج اللحظي بين عناصر تلك التقنية الرقمية وعناصر الواقع الحقيقي، أو بمعنى آخر تعزيز مفردات الواقع الحقيقي بإمكانات رقمية، تحاكي تلك التي أثبتت نجاحاً في ألعاب المحاكاة، لتكوين ما يمكن وصفه بالحقيقة ذات المبالغة أو المندمجة (Augmented Reality)، التي يتم فيها تجسيد الأشياء المادية في صور تخيلية، مع الدمج بين ما ينتجه الكمبيوتر بإمكاناته التقنية، وبين ما هو موجود في العالم الحقيقي، لتوليد صورة افتراضية من خلال صورة حقيقية، تمزج بين 2D، و3D (الكائنات المصنوعة مع الكائنات الحقيقية)، وعن طريق واجهة AR يمكن الوصول إلى المعلومات الضمنية المرتبطة بالسياق الذي يتم عرضها فيه⁽²¹⁾.

مراحل إنتاجات الواقع المعزز عبر التطور التكنولوجي:

تشير الأدبيات الإعلامية إلى أن نظرية الواقع المعزز ظهرت في صورتها الحالية نتيجة مراحل من التطور هي:

1- مرحلة ظهور الفكرة:

وفي هذه المرحلة ظهر الواقع المعزز كوصفٍ تجريدي للفكرة التي يقوم عليها؛ حيث قدم (L.Frank Baum) وصفًا لمجموعة من النظارات الإلكترونية التي يمكن من خلالها رؤية شخصيات قصته الخيالية، والتي تعد نسخة من الواقع المعزز، وذلك في كتاباته للخيال العلمي عام 1901⁽²²⁾.

2- مرحلة الانتشار المحدود:

وفيها تحوّلت الفكرة من خيال إلى واقع مرئي، وأبرز ما تم في هذه المرحلة هو بلورة مصطلح الواقع المعزز، من خلال مصطلحات شارحة منها: (Sensorama) عام 1955، في إشارة إلى السينما الرقمية، ثم ظهور مصطلح ما يعرف بـ(الواقع الافتراضي)، والذي يشير إلى إمكانية استخدام تقنيات جهاز الكمبيوتر بدلاً عن الكاميرا، (نموذج Sward Damocles)، بجامعة هارفارد في الستينيات من القرن الماضي، وكان النموذج محاكاة لبيئة اصطناعية مشابهة للواقع الفعلي، تعتمد على تقنية (HMD)، مع إمكانية تفاعل المستخدم عن طريق تقنيات، تسمح بردود فعل صوتية وملموسة، لخلق بيئة افتراضية واقعية (VE) كما لو كانت في البيئة الحقيقية، ليظهر مصطلح الواقع الافتراضي بشكله الأكثر إبهامًا في عام 1984⁽²³⁾.

3- مرحلة الانتشار المطلق:

ومع أواخر التسعينيات وبداية الألفية الثالثة، لاقت تقنية الواقع المعزز العديد من التطورات، لتصبح أحد تقنيات الحاسب الآلي، بدايةً من تنظيم عددٍ من المؤتمرات المخصصة لدراسة تقنية الواقع المعزز، دعمتها التطورات التكنولوجية المرتبطة بظهور الأجهزة والهواتف الذكية، لتنتشر هذه التقنية وتنتقل من الاستخدام المحدود إلى الانتشار السريع⁽²⁴⁾.

تنوع مجالات التطبيق باستخدام مراحل تصميم وإنتاج الواقع المعزز والمتمثلة في:

أ- **التحديد:** أي تحديد الأهداف والموضوعات والعناصر المراد تحقيقها بتطبيق هذه التقنية.

ب- **الإشياء:** صناعة الصور والفيديوهات والمقاطع الصوتية، وأية عناصر أخرى يتم دمجها في الواقع الحقيقي والمراد تعزيره.

ج- **الربط:** كيفية الربط بين المشاهد والعناصر المصنوعة افتراضياً، والعناصر الحقيقية بطريقة تزامنية، حتى تظهر كجزء من المشاهد الواقعية.

د- **الاستكشاف:** بتوجيه كاميرا أحد الأجهزة الذكية نحو المشهد أو العنصر المعزز بالتقنية إلى قاعدة بيانات، مرتبطة بالتطبيق المستخدم لعرض المشهد المعزز.

هـ- **الدمج:** دمج ما سيظهر في المشهد الحقيقي والعناصر المعدة مسبقاً، لتعزيره أمام عدسة الكاميرا⁽²⁵⁾.

بما أسهم في جعل تقنية الواقع المعزز ذات دورٍ في تكميل الواقع الحقيقي بدلاً من استبداله بالكامل، سواء كان هذا الواقع رموزاً أو صوراً أو كائناتٍ أو حتى مواقع أو أشخاصاً لفرض محتوى مصنوع أو ظاهر على العالم الحقيقي.

وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن هناك تداخلاً بشكلٍ ما بين مصطلحي **الواقع الافتراضي والمعزز**، ودور كلٍ منهما، إلا أنه يمكن تحديد خصائص وسمات كلٍ منهما من خلال الجدول التالي:

جدول (1) يوضح مقارنة بين الواقع الافتراضي والواقع المعزز (26)

الواقع الافتراضي	الواقع المعزز	الخاصية
خلق بيئة افتراضية جديدة	دمج عناصر رقمية مع العالم الحقيقي	الهدف
غامرة تمامًا، تُبعد المستخدم عن العالم الحقيقي	تفاعلية، تُبقي المستخدم حاضراً في العالم الحقيقي	التجربة
نظارات VR، سماعات الرأس، أجهزة التحكم	هواتف ذكية، أجهزة لوحية، نظارات AR	الأجهزة
الألعاب، التعليم، التدريب، العلاج النفسي	التسوق، التعليم، الترفيه، السياحة	التطبيقات
مرتفعة	منخفضة	التكلفة
دوار الحركة، الغثيان، الإدمان	دقة التتبع، دمج العناصر الرقمية بسلاسة	التحديات

وتوضح المقارنة أنَّ الواقع المعزز أقرب إلى العالم الحقيقي؛ حيث يتيح للمستخدم رؤية العالم الحقيقي من حوله، كما أنه يعتمد على البيانات الرقمية الحقيقية، ويضيف عليها صبغة إبداعية أو تحمل بعض المبالغة، فضلاً عن تزامنيه التي تتطلب وجود البيئة الواقعية والأشكال الافتراضية معاً في وقت واحد، بينما الواقع الافتراضي يستبدل العالم الحقيقي بآخر افتراضي، وحيث يسيطر على المستخدم، فلا يمكنه رؤية العالم الحقيقي حوله، وإن اعتمد على خلق بيئة رقمية تظهر بطرق تحاكي مثلتها في العالم الحقيقي، والسمة الأساسية للخلاف هي أن الواقع الافتراضي غير متزامن، يستطيع المستخدم الدخول إليه في أي وقت. (27)

الواقع المعزز والإعلام الجديد:

وصف (Manovich) الإعلام الجديد بأنه اتصال بين ظاهرتين مختلفتين من حيث تطورهما التاريخي، وهما تكنولوجيا الكمبيوتر وتقنيات الوسائط المتعددة؛ حيث تتيح الوسائط المتعددة مجموعةً جديدةً ممكنةً من الرسوم، والأفلام، الصوت والنص، ويمكن تمثيلها أو بالأدق صناعتها جميعاً في الإعلام الجديد، باعتبار أنه فن يمكن إبداعه باستخدام التقنيات الرقمية ومِنَصَّات التواصل الناشئة عبر الإنترنت، بشكلٍ رقمي وتفاعلي ومتربط، وغالباً ما يتم تعزيزه في الوقت الرَّاهن بما يطلق عليه "الوسائط المتعددة"⁽²⁸⁾؛ حيث يقوم علم "التحكُّم الآلي" بتسهيل التركيبات الفنية التفاعلية، وتعمل الوسائط المتعددة على كسر بنية السرد الخطي، مع تجديد السرد غير الخطي، ليسير جنباً إلى جنب مع تدفق المعلومات واستخدام الأنظمة وتفاعل المستخدمين، فيعمل السرد كأداة للتفاعل، والتي يتم إنشاؤها إلكترونياً بواسطة المستخدم (الإنسان) والأنظمة (الآلة).⁽²⁹⁾

ومع التطور الهائل في التكنولوجيا أصبح الواقع المعزز نمطاً سائداً في وسائل الإعلام الاجتماعية؛ حيث تشير الدراسات السابقة والتُّراث العلمي المتوافر، إلى رؤى شاملة حول التطبيقات المتنوعة للواقع المعزز، وتعرض قدرتها على إحداث ثورة في مختلف القطاعات، من الرعاية الصحية والسياحة إلى التدريب وإدارة الاقتصاد والسياسة، ومجالات التسويق والألعاب الإلكترونية، بل وتعدى مجالات الإعلام إلى مجالات التعليم المرئية والتفاعلية، عن طريق الجمع بين استخدام الكاميرا والإنترنت والوسائط المتعددة، لتتنوع استخدامات الواقع المعزز ومجالاته، وتسلط الدراسات الضَّوء على النتائج الواعدة، والحاجة

إلى مزيد من الأبحاث، لتسخير قدرات الواقع المعزز بشكل كامل في مختلف المجالات⁽³⁰⁾.

إشكاليات تواجه الواقع المعزز وصناعته:

يعدّ الواقع المعزز تقنيةً تكنولوجيةً مفيدة تضيف إلى الإعلام وغيره من المجالات، بيد أن هناك العديد من الصعوبات والإشكاليات التي تواجه هذه التقنية والتي تتمثل في:

1- الصعوبات التكنولوجية: حيث تتطلب هذه التقنية أداة لمعالجة معلومات الواقع الحقيقي، ذات قدرة عالية على التعرف على الرموز المتاحة به، كما تتطلب أدوات عرض ذات كفاءة عالية، إضافةً إلى البعد المادي الذي تتطلبه المشروعات ذات التكلفة المادية الكبيرة، فضلاً عن التقنيات اللاسلكية للتواصل والاستهلاك الكبير للطاقة، وضرورة ملاحقة التطور السريع والمتلاحق في تقنية الواقع المعزز ونماذجه⁽³¹⁾.

2- الصعوبات الاجتماعية: والمتمثلة في التشريعات الأخلاقية، الأمية التكنولوجية، والتشكيك في فعاليات الواقع المعزز مقارنةً بالطرق التقليدية، وبروز "انتهاك خصوصية الآخرين" بما يؤثر على مستويات التواصل والتفاعل الإنساني⁽³²⁾.

الإطار المنهجي للدراسة:

تعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستطلاعية التي تسعى لرصد وتوصيف خصائص وأبعاد ظاهرة الإفادة من استخدام التكنولوجيا الرقمية، في إنشاء صفحات إلكترونية تسعى لنشر التراث الثقافي العربي وحفظه، بهدف التعرف على مكونات هذه الظاهرة والعناصر والتطبيقات التقنية المؤثرة فيها، اعتماداً على منهج المسح الإعلامي في شقه التحليلي، لتحليل مضمون

الصفحات الإلكترونية التراثية الرسمية الممثلة لهيئات حكومية مسئولة عن حفظ التراث بشقيه المادي وغير المادي، واستطلاع التشابهات والاختلافات بين هذه الصفحات، باستخدام المنهج المقارن بين صفحات هيئات تراثية عربية ثلاث هي: هيئة التراث الثقافي في المملكة العربية السعودية، المجلس الأعلى للآثار بجمهورية مصر العربية، وهيئة التراث الثقافي بجمهورية الجزائر الديمقراطية الشعبية، من حيث الشكل (كيف قيل؟)، والمضمون (ماذا قيل؟) لرصد وتحليل تطبيقات الواقع المعزز، في ضوء الفرص والتحديات التي تفرضها إشكاليات الإعلام الرقمي.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها على استمارة تحليل المضمون، باعتبارها إحدى أهم أدوات المسوح التي ترتبط بالرسالة الإعلامية المقدمة، لوصفها وصفاً موضوعياً وكمياً وكيفياً، على أساس خطة منهجية منظمة، مؤسسية على الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية المقدمة من خلال الصفحات الثلاث عينة الدراسة التحليلية.

عينة الدراسة التحليلية:

اعتمدت الدراسة على اختيار عينة عمدية لصفحات هيئات تراثية عربية ثلاث هي: البوابة الإلكترونية لهيئة التراث الثقافي في المملكة العربية السعودية، صفحة المجلس الأعلى للآثار بجمهورية مصر العربية، والمتضمنة في الصفحة الرسمية لوزارة السياحة والآثار المصرية، و صفحة هيئة التراث الثقافي بجمهورية الجزائر الديمقراطية الشعبية، والمتضمنة في صفحة وزارة الثقافة والفنون الجزائرية، مع الإشارة إلى أن هناك بوابة إلكترونية لهذه الهيئة غير أنها في طور الإنجاز.

وجاء اختيار العينة تمثيلاً لأكبر دولٍ عربيّةٍ من حيث التنوّع التّراثي التّقافي والحضاري، وفق مساحة جغرافيّةٍ ممتدة تسمح بتنوع التّراث ومظاهره المادية وغير المادية، فضلاً عن خصوصيّةٍ تميّزُ كلّ دولةٍ منها، المملكة العربيّة السّعوديّة أكبر دول الخليج العربي (المشرق العربي)، وذات تراث غني دينيّاً وثقافيّاً، ومصرُ (قلب العالم العربي)، بتاريخ طويل من الإرث التّقافي الحضاري، وممثلة لتراث عصور وحضارات تاريخيّةٍ تمتد عبر التاريخ الإنساني، والجزائر (المغرب العربي)، بآثار ثقافيّةٍ مميزةٍ للتّراث غير المادي بشكلٍ خاص، وهو ما ظهر جليّاً في عدد الدّراسات السّابقة العربيّة التي تم الاطلاع عليها عند إعداد الدّراسة، التي أولت الجزائرُ أهميّةً في بحث ودراسة التعدديّة التّراثيّة والثّقافيّة التي تميّزُ كلّ منطقةٍ فيها.

عمدت الدّراسة التحليليّة إلى رصد وتحليل المضمون المقدم على الصفحات الإلكترونيّة الثلاث -عينة الدّراسة- من حيث:

• أولاً: فئات الشكل: كيف قيل؟

لمعرفة مدى استخدام أساليب المعالجة والتقنية الإلكترونيّة في الصفحات الثلاث، بالتركيز على الوسائط المتعددة المستخدمة في إطار نظريّة الواقع المعزز، ومدى مناسبتها للمضمون المقدم، لإبراز مضمون الرسالة بشكلٍ جذاب، باستخدام تقنيات هذه الوسائط في المنشورات المقدمة في الصفحات الثلاث - عينة الدّراسة - وتضمنت هذه الفئات:

- فئة التّعريف بالصفحة (اسم الصفحة، رمز الصفحة).

- فئات الصّفحة الرئيسيّة (واجهة الصفحة): القائمة، اللّغة المتاحة، الرّؤية والهدف والرسالة، النشرات الإخبارية الإلكترونيّة، الإصدارات، قطاعات التّراث (مادي، غير مادي)، البرامج والمبادرات المطروحة، الأسئلة الشائعة، كميّة

التواصل (تواصل معنا)، والتطبيقات التي تتيحها الصفحة لمزيد من التواصل للمستخدمين مثل: (Facebook، تويتر، إنستجرام، البريد الإلكتروني، وجود خط ساخن لمزيد من التفاعلية).

- فئة القالب الفني للمنشورات المقدمة من أخبار وصور وفيديوهات، وكيفية إفادته من تقنيات الواقع المعزز، (خبر بدون صورة، خبر مصحوب بصورة، تصريح للمسئول، حوار "بودكاست"، أغنية مصورة، مناقشة، استخدام فنون الجرافيك والأنيميشن لتعزيز الواقع، أو خلق واقع افتراضي، الإنفوجراف والخرائط والرسومات، باستخدام البعدين الثاني والثالث 2D&3D، الإنفوجراف مصحوب بتعليق، شريحة ثابتة (تعليق مكتوب على خلفية)، شريحة متتابعة مع تعليق، لقطات متتابعة مع موسيقى.

- فئة المعالجة الإخراجية للمنشورات الصورية وتشمل (التصوير والإضاءة والمونتاج) وتتضمن التنوع في:

1- حجم اللقطة المستخدمة (Close) لقطة قريبة، (Big Close) لقطة قريبة جداً، (Medium one) لقطة متوسطة لشخص واحد، (Medium two) لقطة متوسطة لشخصين، (General) لقطة عامة، (Long) لقطة طولية.

2- زاوية التصوير (Low angle) زاوية منخفضة، (High angle) زاوية مرتفعة، زاوية مستوى البصر (Eye angle)، التصوير باستخدام الرافعة (Jimmy Jib أو Crane).

3- حركة الكاميرا (Zooming In -Out) التقريب باستخدام العدسة، (Tilt up- Down) حركة رأس الكاميرا لأعلى وأسفل، (Pan right أو Left) حركة رأس الكاميرا يميناً ويساراً.

4- التنوع في فنيات الإضاءة، الدرجات اللونية، وتأثيراتها الجمالية.

5- قطع المونتاج (Cut قطع صريح، mix المزج، dissolve المزج بالتلاشي).

- فئة عناصر الإبهار البصري والسمعي:

أ- المؤثرات البصرية المستخدمة: وتشمل جميع العناصر التي تؤثر على الرؤية والإدراك البصري، وتعتبر جزءاً أساسياً من التصميم الجرافيكي والصوري، وتتنوع هذه المؤثرات من الصور والرسومات ثنائية الأبعاد، أو ثلاثية الأبعاد والإنفوجرافيك إلى الهولوجرام والمؤثرات البصرية في دمج وعمل تكوينات للصور المتحركة، والتي يمكن استخدامها في تعزيز الواقع مثل تصميم المواقع الأثرية، بل وإعادة بنائها بتقنية الواقع الافتراضي، وتحرير الفيديوهات التي تكون بمثابة رحلة إلكترونية داخل أحد المتاحف، أو المواقع التراثية على سبيل المثال، وتعتبر المؤثرات البصرية جزءاً أساسياً من تجربة المستخدم في العديد من السياقات؛ حيث يمكن أن تلعب دوراً حاسماً في جذب الانتباه ونقل الرسالة بشكل فعال، وزيادة فهم المحتوى بشكل أفضل، بالإضافة إلى ذلك، تستخدم المؤثرات البصرية في جذب شريحة هامة من الجمهور، هم الأطفال وتحفيزهم على فهم التراث بطريقة بسيطة وسهلة وشيقة، من خلال الأفلام الكرتونية والبرامج التراثية التعليمية التي تعتمد على الرسوم المتحركة.

ب- المؤثرات السمعية: تمثل المؤثرات السمعية في الفيديو دوراً حيوياً في تعزيز تجربة المشاهد ونقل الرسالة بشكل فعال، تشمل هذه المؤثرات العديد من العناصر مثل الموسيقى، الأصوات الخلفية، التأثيرات الصوتية الخاصة، والحوارات بتقنية بودكاست، ويعتبر توظيف الموسيقى والأغاني في الفيديو جزءاً أساسياً من تفسير الأحداث والمشاعر، ويمكن أن تلعب دوراً كبيراً في جذب الانتباه وتعزيز الجو العام للفيديو، عن طريق:

- أ- استخدام موسيقى فقط "الدخلات الموسيقية" Fadein- Out.
- ب- استخدام موسيقى + صوت بشري "التداخل بين صوتين".
- فئة اللغة المستخدمة ومدى مناسبتها، وتشمل:
 - الفصحى (مصحوبة بترجمة أو تعليق).
 - عامية المتورين (مصحوبة بترجمة أو تعليق).
 - تجمع بين الاثنين.
 - لغات أخرى مصحوبة بترجمة، أو مصحوبة بتعليق.
- فئة مدى إتاحة مشاركة الجمهور في التواصل مع الصفحة (تواصل معنا).
- فئة روابط تطبيقات المشاركة التي تتيحها الصفحة للجمهور.
- فئة الإصدارات التراثية الثقافية ومدى إتاحتها إلكترونياً على الصفحات عينة الدراسة.

- ثانياً: فئات الموضوع - المحتوى المقدم - "ماذا قيل" وتمثلت هذه الفئات في:
 - فئة موضوع الصفحة: تعريف بالآثار والمواقع التراثية، التراث العمراني، التراث الثقافي غير المادي، البرامج والمبادرات، أشكال الإصدارات التراثية (مجلات، كتب، تقارير)، المسابقات والجوائز، التراخيص والتصاريح المتاحة لمزاولة الأنشطة التراثية، الكشف عن آثار جديدة وتسجيلها، تعريف بالبرامج التدريبية وورش العمل، إطلاق المنصات الإلكترونية الداعمة، التنظيم والمشاركة في احتفاليات وفعاليات ومعارض متخصصة في التراث، تنظيم لقاءات مع المختصين والعاملين والمهتمين، توقيع الاتفاقيات المحلية والإقليمية والدولية.

- فئة أهداف الصفحة وتشمل:

- هدف إعلامي (تعريف بالقضية، تقديم معلومات).
- أهداف توعوية: خلق الوعي بأهمية موضوع التراث وحفظه ونشره.
- أهداف داعمة: لتدعيم اتجاهات وسلوكيات إيجابية تخدم التراث.
- أهداف سلوكية (القيام بسلوك يتفق مع المضمون، تدعيم سلوك قائم).
- أهداف مستقبلية (الدعوة إلى المشاركة في قضية التراث، وإبداء الرأي وطرح أفكار للتطوير وللتحسين).

- فئة مدى الإفادة من المحتوى المقدم على الصفحات الإلكترونية الثلاث -
عينة الدراسة- في دعم الاستمالات وأساليب الإقناع:

- 1- الاستمالات العقلانية (تعزيز الهوية الوطنية، فهم الماضي، تنمية مهارات التفكير النقدي، تعزيز الإبداع).
- 2- الاستمالات الوجدانية (الشعور بالفخر، الشعور بالانتماء، الشعور بالمسئولية، المشاركة المجتمعية).

- فئة دعم المنشورات لأساليب الإقناع من خلال (ربط التراث بالحاضر والمستقبل، إبراز فوائد الحفاظ على التراث ونشره في تعزيز السياحة وخدمة الاقتصاد، بناء جسور التواصل مع المجتمع الإقليمي والدولي).

- فئة عناصر العلاقة بين أبرز الفئات الرقمية المقدمة على صفحات -
عينة الدراسة- ومدى مناسبة توظيفها لتحقيق الهدف من نشر التراث وحفظه.
- فئة مقارنة العناصر التقنية الأكثر بروزاً على الصفحات الثلاث -عينة
الدراسة- التحليلية، للخروج بمؤشرات عن الفرص والتحديات المتاحة لكل
صفحة منها، واستنتاج الفرص والتحديات التي تتيحها التقنية الرقمية في
مجالات التراث بشكل عام.

جدول رقم (2)

توصيف الصفحات الإلكترونية لعينة الدراسة التحليلية
التعريف بالصفحة (اسم الصفحة، رمز الصفحة)

رمز الصفحة (LOGO)	اسم الصفحة	الدولة
	هيئة التراث Heritage Commission "بوابة إلكترونية"	المملكة العربية السعودية
	المجلس الأعلى للآثار (فئة فرعية) متضمنة في الصفحة الرسمية لوزارة السياحة والآثار المصرية "إصدار تجريبي"	جمهورية مصر العربية
	التراث الثقافي (فئة فرعية) متضمنة في الصفحة الرسمية لوزارة الثقافة والفنون + "بوابة التراث الثقافي الجزائري الإلكترونية" جارٍ التفعيل	الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

يتضح من بيانات الجدول سعي الدول الثلاث -عينة الدراسة - إلى الإفادة من التكنولوجيا الرقمية، بإنشاء صفحات إلكترونية مسؤولة عن نشر ما لديها من إرث ثقافي وحضاري، للتعريف به ونشره وحفظه أرشيفياً، من خلال بوابات إلكترونية مستقلة للتراث، كما هو الحال في كلٍ من دولتي (السعودية والجزائر)، - وإن كانت بوابة التراث الجزائري لم تُفعّل بعد- لذا تم إدراج ICON للتراث الثقافي ضمن صفحة وزارة الثقافة والفنون الجزائرية الإلكترونية، كما حرصت

مِصرُ أيضًا على تضمين ICON للتراث الثقافي ضمن صفحة وزارة السياحة والآثار الإلكترونية، تابعة للمجلس الأعلى للآثار المصري، وجاء اسم البوابات الإلكترونية واضحًا يعكس طبيعة الهدف المنوط منها، ويحمل اسم الهيئة الرسمية المسؤولة، ويتضح ذلك من خلال:

- "هيئة التراث"، التابعة لوزارة الثقافة السعودية، وهي هيئة حكومية تأسست في فبراير 2020، ومقرها في العاصمة الرياض، تهدف الهيئة لدعم جهود تنمية التراث الوطني وحمايته من الاندثار، وتطوير قطاع التراث الوطني، ودعم ممارسيه، يحمل شعار هيئة التراث - كمدرک بصري - زخرفات عربية مستوحاة من زخرفات السدو، في دلالة على عمق تراث وتاريخ المملكة العربية السعودية، وتعكس ألوانه المساحة التي ينشط فيها المبدع السعودي، وهو مستوحى من شعار وزارة الثقافة.

- وفي جمهورية مِصرَ العربية صدر قرار رئيس مجلس الوزراء رقم 2462 يوليو 2022، بشأن إعادة تنظيم المجلس الأعلى للآثار، كهيئة عامة تختص بالتراث المصري، وحملت الصفحة الرسمية شعار وزارة السياحة والآثار (دون تخصيص شعار خاص بالمجلس - على الرغم من وجود شعار سابق له ).

- وفي جمهورية الجزائر الديمقراطية الشعبية، تم تخصيص هيئة للتراث الثقافي تابعة لوزارة الثقافة والفنون مع اتخاذها شعار الوزارة نفسها، إضافة إلى تخصيص بوابة إلكترونية معنونة بـ "بوابة التراث الثقافي الجزائري" بيد أنها في طور الإنجاز حتى تاريخ إجراء الدراسة، وحملت الصفحة شعارًا يشير إلى تناغم كل أشكال التراث المادي وغير المادي، متضمنًا أيضًا التراث الثقافي في المسرح، السينما، الفلكلور الشعبي، الشعر، الأدب، المخطوطات، والموسيقى

التراثية (الراب مثالاً)، ويؤكد إنشاء هذه الصفحات على إدراك الدول الثلاث - عينة الدراسة - أهمية الرقمنة ودورها الحالي في حفظ التراث من الضياع، والتعريف به، ونشره، وجعله في متناول الجمهور العام والمتخصص من الباحثين والمهتمين بالتراث، والسعي لنشره والتأكيد على دوره الأهم في صون ذاكرة الأمة وهويتها.

بالتالي وعند مقارنة مدى توظيف هيئات التراث المعنية في الدول الثلاث -عينة الدراسة- للتقنية الرقمية في التواجد على صفحات التواصل الإلكترونية، تشير النتائج السابقة إلى نجاح الصفحات -عينة الدراسة- الثلاث، في الاستفادة من التقنيات الرقمية في خلق تواجد لها في الفضاء الرقمي، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج ما تم استعراضه من دراسات سابقة، بالتأكيد على أهمية الإعلام الرقمي في حفظ التراث ونشره.

جدول رقم (3)

محتويات الصفحة الرسمية للهيئات التراثية في الدول الثلاث (عينة الدراسة التحليلية)

الدولة فئات واجهة الصفحة	المملكة العربية السعودية	جمهورية مصر العربية	جمهورية الجزائر الديمقراطية الشعبية
القائمة	قائمة رئيسة (بوابة إلكترونية)	قائمة فرعية من قوائم صفحة وزارة السياحة والآثار المصرية	قائمة فرعية من قوائم صفحة وزارة الثقافة والفنون الجزائرية
اللغة/ اللغات المتاحة للتواصل	العربية - الإنجليزية	العربية	العربية - الفرنسية
تبعية الصفحة	وزارة الثقافة السعودية	وزارة السياحة والآثار المصرية	وزارة الثقافة والفنون الجزائرية
رابط الصفحة	https://www.moc.gov.sa	https://mota.gov.eg/ar	https://www.m-culture.gov.dz/index.php/ar
الرؤية والرسالة والأهداف والركائز الاستراتيجية	تمت إتاحتها تفصيلياً على واجهة الصفحة	متضمنة في رؤية ورسالة وزارة السياحة والآثار المصرية دون ذكر الأهداف والركائز الاستراتيجية	متضمنة في مهام وزير الدولة لشئون الثقافة والفنون مع التركيز على أولويات الإنجاز
مسئول عن الصفحة	الرئيس التنفيذي للهيئة	وزارة السياحة والآثار	وزارة الثقافة والفنون الجزائرية
قطاعات التراث المادي وغير المادي	الآثار - التراث العمراني والحرف اليدوية	المادي فقط ممثلاً في الآثار والمتاحف	الآثار - التراث العمراني - الفلكلور الشعبي - الأزياء - الموسيقى التراثية والحرف اليدوية
البرامج والمبادرات	متاحة كفئة مستقلة ومعلنة بوضوح	متاحة ضمناً عبر الأخبار المنشورة	متاحة ضمناً عبر الأخبار المنشورة
إصدارات تراثية	متاحة ومتنوعة	متاحة ومتنوعة	متاحة ومتنوعة

المركز الإعلامي	موجود كفتة مستقلة	غير معن عنه	غير معن عنه
الخدمات الرقمية	متاحة	متاحة	متاحة
إتاحة تواصل المستخدمين مع الصفحة	متاحة	متاحة	متاحة

وبمقارنة محتويات صفحات التراث بالدول الثلاث - عينة الدراسة - يتضح التقارب بين محتويات الصفحات الثلاث مع تباينات في بعض الفئات؛ حيث تظهر بيانات الجدول أهم المؤشرات التالية:

1- حرصت صفحة التراث الثقافي السعودي على الاستفادة من التقنيات الرقمية في تبويب وتنظيم فئات الصفحة بشكل واضح، بما يسهل على مستخدمي الصفحة الاطلاع والتعرف على أية معلومات أو بيانات تخص التراث، بما يزيد من التعريف بالفئات التراثية، ويسهم في سرعة نشرها وتداولها، خاصة مع وجود فئة للمركز الإعلامي، تم من خلالها إتاحة الأخبار، الصور، والفيديوهات، كذلك إتاحة الصفحة باللغتين العربية والإنجليزية، بما يعكس الاستفادة من التكنولوجيا في نشر ومشاركة المعلومات والموضوعات المطروحة على النطاق المحلي والإقليمي والدولي، كما أظهرت الصفحة الرؤية والأهداف والركائز الإستراتيجية بوضوح، مع إبراز أوجه البرامج والمبادرات التراثية والتي شملت: مبادرة "المكتشف الصغير"، بهدف إشراك الأطفال في عمليات التنقيب عن الآثار في المملكة، وتوعية صغار السن في جميع مناطق المملكة بأهمية أعمال التنقيب عن الآثار، ورفع مستوى المساهمة المجتمعية في حماية وصون التراث الوطني، إلى جانب برنامج "مسرعة أعمال هيئة التراث"، بهدف تمكين رواد الأعمال ودعم نمو توسع الشركات الناشئة في القطاع، ومبادرة "نقوش السعودية"، والتي تهدف إلى تفعيل دور أفراد المجتمع في إحياء التراث الوطني

المتمثل في الفنون الصخرية والنقوش، بما يشير إلى دمج واضح لمفهوم التراث ضمن آليات التنمية المستدامة، وتأكيد الهوية الوطنية، كما نجحت الصفحة في تقديم إصدارات إلكترونية مرتبطة بموضوعات التراث، فقدمت نوعين من الإصدارات: مجلة أطلال (بإجمالي 35 عددًا كلها قابلة للتحميل إلكترونياً)، وعدد من الكتب والدراسات التراثية، إضافة إلى 10 نشرات إلكترونية على الصفحة بعنوان "آثار ومتاحف"، ومتاحة للتحميل الإلكتروني أيضاً، وأشارت الصفحة في فئة مستقلة "تواصل معنا" إلى أنها في دور التفعيل، وهي إشارة أيضاً لإدراك القائمين عليها لأهمية إتاحة سبل التواصل والتفاعل مع المستخدمين.

2- قدمت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية 3 فئات فرعية للتراث، تندرج من فئة أساسية معنونة بـ"الآثار والمتاحف"، تمثلت في الهيكل التنفيذي للمجلس واختصاصاته، المتحف المصري الكبير، المتحف القومي للحضارة المصرية، (كتراث مادي فقط)، وتم عرضها من خلال منشورات، مكتوبة باللغة العربية الفصحى تضمنت: النشأة التاريخية للمتحنين، محتويات المتحنين، الأهداف، رابطاً إلكترونياً لشراء التذاكر (للزيارة، أو لمواعيد وحجز الجولات)، عناوين المتحنين من خلال أيقونة "GPS"، بما يعكس إفادة من التقنية الرقمية في مجالي (سرعة حجز تذاكر الزيارة، التعرف على عنوان المتاحف)، بيد أن الصفحة لم تقد من إمكانات التكنولوجيا المتاحة في تبويب فئات أخرى مرتبطة وذات علاقة، ممثلة في الأخبار والصور والفيديوهات، التي تم تضمينها في فئات عامة على صفحة الوزارة نفسها، مشاركة مع أخبار السياحة، بما يمثل صعوبة في تعامل المستخدمين الراغبين في الحصول على معلومات عن التراث، مع اقتصار العرض على التراث المادي، دون إشارة لأي شكل من أشكال التراث غير المادي، إضافة إلى اعتماد الصفحة على اللغة العربية فقط، دون إضافة

لغة أخرى، وهو ما يمثل صعوبةً في نشر التراث على نطاقات واسعة تتيحها التقنية الرقمية، ولم تسع الصفحة إلى نشر البرامج والمبادرات الخاصة بالمجلس، مكتفيةً بعرض فئة معنونة بـ(الوعي السياحي والأثري)، مشيرةً إلى تقديم الوزارة المسؤولة عدد ما يقارب من 800 مبادرة وبرنامج توعوي، استهدفوا ما يزيد عن 130,000 مواطن من مختلف المحافظات والمدن والقرى، متضمنة جميع شرائح المجتمع المَضري، دون توضيح لهذه المبادرات بشكل تفصيلي، كما اقتصرَت الإصدارات التكنولوجية للصفحة على تقديمها وصفًا خبيرًا لما تقدمه إدارة النشر العلمي، مدعومًا بصور لأغلفة الكتب مع إتاحتها إلكترونيًا للقراءة والاطلاع، ونجحت الصفحة في تقديم عددٍ من الإتاحتات للتواصل مع الجمهور عبر فئات (الخط الساخن، البريد الإلكتروني، وعدد منوع من التطبيقات الإلكترونية)، وهي إفادة من التكنولوجيا، تزيد من تفاعلية ومشاركة المستخدمين للصفحة.

3- وعرضت صفحة التراث الجزائري في صفحتها المتضمنة في الصفحة الرئيسية لوزارة الثقافة والفنون الجزائرية والمعنونة بـ"فئة المؤسسات الثقافية"، تراثها الثقافي متضمنًا فئات (التراث الثقافي، تطوير الفنون وترقيتها، الكتاب والمطالعة العمومية، التوزيع الثقافي، التكوين، تسيير وتنفيذ المشاريع الكبرى)، في عرضٍ منوعٍ لأشكال التراثية من خلال فئة "التراث الثقافي" التي شملت فئات (المتاحف، المراكز، الدواوين، الوكالة الوطنية للقطاعات المحفوظة)، وشملت كلٌ منها عرضًا وافيًا لموضوعات التراث المطروحة، باللغتين العربية والفرنسية، وعددًا من المبادرات والبرامج عبر الأخبار المنشورة على الصفحة الرئيسية، منها التعاون مع عدد من الهيئات مثل اليونسكو والإسكو، إضافةً إلى مبادرات مجتمعية تمثلت في إقامة شهر التراث من كل عام - في الفترة من (18 أبريل -

18 مايو)، وتضمنه العديد من المهرجانات والمشاركات المجتمعية، وسعت الصفحة إلى تقديم إصدارات نوعية ومتعددة، ممثلة في كتب وأبحاث علمية تراثية باللغتين العربية والفرنسية، من خلال فئة "المركز الوطني للبحوث في عصور ما قبل التاريخ وفي علم الإنسان والتاريخ" والتي يمكن تحميلها إلكترونياً، كما قدمت الصفحة إتاحت متنوعة لتواصل المستخدمين عبر التقنية التكنولوجية، وهو ما يشير إلى إفادة الصفحة من التقنيات المتاحة في حفظ التراث ونشره.

وبشكل عام يَخُصُّ مقارنة الصفحات الثلاث - عينة الدراسة - ومن خلال بيانات الجدول السابق يمكن استنتاج التفوق الملحوظ لصفحة التراث السعودي مقارنةً بمثيلتيها في الإفادة الملحوظة من التقنية الرقمية، في العرض العام للصفحة وفئاتها ومحتوياتها، ودعمها لحفظ التراث، ونشره إلكترونياً، مع ربطه بالهوية الوطنية، ومنظومة التنمية المستدامة.

جدول رقم (4)

عدد الأخبار المنشورة على الصفحة منذ إنشائها

عدد الأخبار المنشورة		تاريخ إنشاء الصفحة	الهيئة الرسمية المسئولة
%	ك		
4.5	20	28 ديسمبر 2020	هيئة التراث السعودية
78.5	346	إصدار تجريبي 8 أغسطس 2022	المجلس الأعلى للآثار بمِصْر
17	75	تحت الإنجاز بدءاً من 2020	التراث الثقافي بالجزائر
100	441	المجموع	

وتوضح النتائج الكمية للجدول السابق:

- تفوق صفحة (المجلس الأعلى للآثار المِصْرِيَّة) في عرض كم هائل من الأخبار منذ بدء الإصدار التجريبي للصفحة في 8 أغسطس 2022، بلغ 346 خبراً، بنسبة 78.5%، - وإن جاءت الأخبار ضمن كم إخباري هائل، يجمع بين أخبار السياحة والتراث معاً - مقارنةً بصفحتي (هيئة التراث السعودية)، و(هيئة التراث الثقافي الجزائرية)، وهو ما يرتبط بالتنوع في الموروث الثقافي والحضاري لمِصْر عبر عصور تاريخية، تضرب بجذورها عبر العصر الفرعوني، ثم ما تلاه من حضارات رومانية، ويونانية، وإسلامية، وصولاً إلى منجزات حضارية حديثة ومعاصرة، بيد أن ما يُؤخذ على الصفحة عدم تفعيلها لفئة "الأخبار" المدرجة على واجهة الصفحة، مع الإشارة إلى متابعة الأخبار عبر الواجهة الرئيسية للصفحة، كذلك دمج أخبار السياحة مع أخبار التراث، دون تبويب واضح، وتنوعت الأخبار التراثية على الصفحة ما بين اكتشافات أثرية، تطوير مواقع أثرية

وترميمها، مشاركة مجتمعية في الأعياد الإسلامية، القبطية، أعياد الطفولة، يوم المرأة العالمي، زيارات رسمية ولقاءات على مستوى الوزراء والدول، اتفاقيات تعاون وبروتوكولات، مشاركات في معارض دولية لآثار، أمسيات ثقافية وندوات وورش عمل، تفعيل الميكنة الرقمية لعدد من المواقع الأثرية، وتميزت الأخبار المقدمة بإتاحة "الرد على الشائعات" وهو ما يُحسب للصفحة، في سرعة التداول للشائعات وتصحيح المغلوط منها بما يمثل إفادة من التقنية الحديثة في سرعة الرد على الشائعات ودحضها.

- جاءت صفحة (هيئة التراث الثقافي الجزائرية) في المركز الثاني بإجمالي (75) خبرًا، (بنسبة 17%)، بدءًا من إنشاء الصفحة في فبراير 2020، ويؤخذ على الصفحة أيضًا عدم تبويب الأخبار المتعلقة بالتراث؛ حيث ظهرت الأخبار مشتركة مع سائر أخبار الثقافة والفنون على الواجهة الرئيسية للصفحة دون تبويب، وتتوعت الأخبار لتشمل زيارات عمل لمواقع أثرية، ترميم وتطوير لآثار ومساجد وأضرحة ومزارات دينية، احتفاليات وندوات ومشاركات دولية، برامج تعاون وتوقيع بروتوكولات، مشاركات في معارض دولية، مهرجانات للملابس التقليدية والحرف اليدوية، مهرجانات للأغاني والموسيقى الشعبية التقليدية.

- وجاءت صفحة (هيئة التراث السعودية) في الترتيب الثالث بإجمالي (20) خبرًا، (بنسبة 4.5%)، بدءًا من إنشاء الصفحة في 28 ديسمبر 2020، متضمنة أخبارًا عن اكتشافات أثرية، مبادرات لتنمية الوعي بالتراث، توقيع اتفاقيات وبروتوكولات تعاون، احتفاليات محلية، تمت صياغة الأخبار بشكل سليم لغويًا وملخصًا، بحيث يسهل على المتابعين القراءة والوصول إلى موضوع الخبر وما فيه من معلومات بشكل موجز وواضح، مع تقسيم كل صفحة إلى 3 أخبار معنونة ثم الانتقال إلى "اقرأ المزيد"، وهو ما يمثل استفادة من الجانب الرقمي في عرض

الأخبار وتبويبها، وربما يعود ذلك لقلة عدد الأخبار على الصفحة قياساً بصفحتي (التراث الثقافي الجزائري والمصري).
إلا أن ما يُؤخذ على الأخبار في الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- (التطوير والصياغة الركيكة أحياناً كثيرة)، بما يفقد المستخدم شغف متابعة تفاصيل الخبر، والتعامل مع الأخبار المقدمة بنفس منظور الصحافة المطبوعة التقليدية دون إفادة من الرقمنة في تقديم الأخبار بشكل الإنفوجراف، وتبويب الأخبار في فئات، وإتاحة سماعها صوتياً خاصة للجمهور من ذوي القدرات الخاصة، أو إضافة الموسيقى لها، وكلها إتاحات سهلت وجودها الرقمنة الحديثة.

جدول رقم (5)

الشكل الفني للمنشورات (الأخبار، الفيديوهات، الصور الفوتوغرافية)

المجموع		التراث الثقافي بالجزائر		المجلس الأعلى للآثار المصرية		هيئة التراث السعودية		الهيئة	القالب
		%	ك	%	ك	%	ك		
1.8	12	-	-	-	-	18.2	12	منشور خبري (شريحة ثابتة)	
60	429	27	75	93.3	346	12.1	8	منشور خبري مصحوب بصورة ثابتة	
-	-	-	-	-	-	-	-	منشور خبري + إنفوجراف	
-	-	-	-	-	-	-	-	منشور خبري + جرافيك أو صور	

متحركة								
1.9	14	-	-	1.3	5	13.6	9	فيديو (صور + موسيقى أو أغنية)
1.2	8	-	-	0.3	1	10.6	7	فيديو + تعليق صوتي
3	22	6.2	17	1.3	5	-	-	فيديو + تعليق صوتي + نص مكتوب + موسيقى
0.2	1	-	-	0.3	1	-	-	فيديو + جرافيك أو صور مصنوعة
31.9	228	66.8	185	3.5	13	45.5	30	صور فوتوغرافية ثابتة
-	-	-	-	-	-	-	-	صور فوتوغرافية + موسيقى أو أغنية
-	-	-	-	-	-	-	-	صور فوتوغرافية + تعليق أو نص مكتوب
100	714	100	277	100	371	100	66	مجموع

تعكس بيانات الجدول السابق عددًا من المؤشرات ذات دلالة بنظرية الواقع

المعزز والواقع الافتراضي تتمثل في:

- استخدام الصفحات الثلاث - عينة الدراسة - للصفحات الإلكترونية - في عرض الأخبار باعتبارها جريدة ورقية - دون الإفادة من التقنيات الفنية لإتاحات الواقع المعزز والوسائط المتعددة، والتي تكسب النص المنشور غنى، وتضفي عليه عناصر جاذبية؛ حيث جاءت المنشورات الخبرية المصحوبة بصورة ثابتة في الترتيب الأول، (بنسبة 60%)، من إجمالي المنشورات على

الصفحات الثلاث، والتي بلغت 714 منشورًا، (مع تطويل مبالغ فيه في الصياغة الخبرية).

- وفي الترتيب الثاني تم عرض صور فوتوغرافية ثابتة (بنسبة 31.9%) للصفحات الثلاث، بما يشير إلى تعامل المسؤولين مع هذه الصفحات، باعتبارها مجرد ألبوم لعرض الصور، بل دون إضافة التعليقات التوضيحية، (captions)، التي تبرز اسم الأثر، وبعض المعلومات التوضيحية عنه، وهي إتاحة تقدمها الرقمنة الحديثة بسهولة.

- وجاء في الترتيب الثالث وبفارقٍ كمي ملحوظ عرض فيديوهات تحمل تعليقًا صوتيًا مصحوبًا بالموسيقى والنص المكتوب (بنسبة 3%)، وإن اقتصر ذلك على صفحتي (هيئة التراث الثقافي الجزائرية)، التي عرضت (17 فيديو)، ثم صفحة (المجلس الأعلى للآثار المصرية)، والتي عرضت (5 فيديوهات فقط)، وجاء النص المصاحب لها ركيكًا لغويًا أحيانًا، إضافةً إلى كتابته في الجزء الأعلى يسار الشاشة، بما يعكس عدم إفادة الصفحات من تقنيات الوسائط المتعددة المتاحة.

- جاء في ترتيبٍ لاحقٍ وبنسب بسيطة على التوالي، عروض فيديو (صور + موسيقى أو أغنية)، بنسبة 1.9%، من إجمالي المنشورات، وقدمت على صفحتي (هيئة التراث السعودية) و(المجلس الأعلى للآثار المصري) فقط، ثم الشريحة الإخبارية الثابتة بنسبة 1.8%، واقتصرت على (هيئة التراث السعودية)، فيديو + تعليق صوتي فقط، بنسبة 1.2%، وتم تقديمه على صفحتي (هيئة التراث السعودية) و(المجلس الأعلى للآثار المصري)، ليأتي في المرتبة الأخيرة قالب الفيديو المدعوم بجرافيك بنسبة 0.2%، وقدمته صفحة (المجلس

الأعلى للآثار المصري)، من خلال فيلم تسجيلي عن نقل مركب خوفو في مشهدين اثنين فقط طوال مدة عرض الفيديو التي بلغت 13 دقيقة. وتعكس بيانات الجدول السابق نقصاً حاداً في كفاءة الإفادة من الوسائط المتعددة التي يتيحها الواقع المعزز على الصفحات الثلاث (عينة الدراسة)، من خلال تطبيقات مجانية، متاحة على موقع Google، يسهل استخدامها من قبل الهواة والمحترفين، من أمثلة تطبيقات: Canva- Snapseed- Filmic قبل الهواة والمحترفين، من أمثلة تطبيقات: Canva- Snapseed- Filmic وهي تطبيقات مجانية في غالبيتها، يسهل استخدامها على الموبايل أو أي جهاز حاسوب ولا تتطلب مهارات كبيرة لاستخدامها⁽³³⁾.

جدول رقم (6)

القبال الفني للفيديوهات المقدمة في منشورات صفحات عينة الدراسة

مجموع	الثراث الثقافي الجزائري		المجلس الأعلى للآثار المصري		هيئة التراث السعودية		الهيئة القبال الفني للفيديو	
	ك	%	ك	%	ك	%		
1.2	1	-	-	8.3	1	-	-	تصريح لمسئول
3.5	3	-	-	-	-	18.7	3	حوار
20	17	26.3	15	8.3	1	6.3	1	تقارير إخبارية
30.6	26	43.9	25	-	-	6.3	1	مؤتمرات وندوات - فعاليات ومهرجانات
30.6	26	28	16	50	6	25	4	فيلم تسجيلي
11.7	10	1.8	1	16.7	2	43.7	7	صور فيديو + موسيقى أو أغنية
2.3	2	-	-	16.7	2	-	-	إعلان ترويجي "برومو"
100	85	100	57	100	12	100	16	مجموع

توضّح بياناتُ الجدول التَّغطية الإعلامية التي اعتمدت تكتيك صناعة الفيديو المصور بقوالبه الفنية المتنوعة كالتالي:

- حرصت البوابة الإلكترونية لهيئة التراث السعودي على تنوع القوالب الفنية للفيديوهات المقدمة، بإجمالي 16 فيديو شملت قوالب: (حوار "بودكاست"، تقارير إخبارية، تغطية مصورة للمشاركة في المعارض الدوليّة، كما قدمت 4 أفلام تسجيلية، و7 فيديوهات مصحوبة بموسيقى أو أغانٍ تراثية (تدعم التراث غير المادي)، جاءت القوالب الفنية متماهية مع المضمون المقدم، واعتمدت تقنية التصوير 4K، بما انعكس على جودة الصورة، فضلاً عن تنوع واضح في أحجام لقطات التصوير، زوايا وحركات الكاميرا، بما أكسب كادرات التصوير جاذبية في العرض.

- أما الصّفحة الفرعيّة للمجلس الأعلى للآثار المِصْرِي، فقد عرضت على صفحتها الرّسميّة 12 فيديو، تختص بالتراث -إن ركزت على عرض التراث المادي فقط - وتضمنت (تصريحاً لمسئول، تقريراً إخبارياً، 6 أفلام تسجيلية، صور فيديو مصحوبة بموسيقى مناسبة)، وتميزت الصفحة بعرض (2) "برومو ترويجي" (لنقل مركب خوفو)، و(اكتشاف أثري جديد في منطقة سقارة)، ويلاحظ أن بعض الفيديوهات تم تصويرها بكاميرات الفيديو التّقليديّة ولم يتم تحديثها (فيلم متحف سوهاج مثلاً)، فجاءت الكادرات باهتة، وجودة الصورة ضعيفة، بيد أنّ الفيديوهات المعروضة -بشكلٍ عام- تميزت برؤية إخراجيّة مبدعة في عرض المضمون المقدم، وانعكس ذلك على تنوع هائل في أحجام اللقطات، وزوايا التصوير، وحركات الكاميرا باستخدام كاميرات الدرون، إضافة إلى الإفادة من تقنيات المونتاج الرّقميّة (FINAL CUT)، والتي انعكست على القطع بين الكادرات، بما أكسب الكادرات انسيابية في التصوير والمونتاج، بيد أن الصفحة

-وعلى التنوع الشديد في تراث مصر - لم تسع إلى تغطية المزيد من النشاطات التراثية بطريقة التصوير الرقمي، بل اكتفت بعرضها في صورة أخبار "شريحة ثابتة مدعومة بصورة فوتوغرافية ثابتة"، دون إفادة من تقنيات تصوير الفيديو الحديثة، التي أصبحت متاحة من خلال كاميرات الموبايل نفسه، والإفادة من صحافة الموبايل في تغطية المؤتمرات والندوات، وإمكانية إشراك الجمهور في ذلك، بتخصيص فئة على الصفحة تسمح بمشاركة الجمهور صور الفيديو التي قاموا بتصويرها لمشاركتها على الصفحة، بما يعكس مزيداً من التفاعلية، والمصادقية.

- اختلفت صفحة هيئة التراث الثقافي الجزائري عن الصفحتين السابقتين، في اختيار أربعة قوالب فنية فقط، على الرغم من تنوع المضمون المقدم؛ حيث اقتصرت القوالب الفنية للفيديوهات على (التقارير الإخبارية، المؤتمرات والندوات والفعاليات، الفيلم التسجيلي، صور الفيديو المصحوبة بموسيقى الراب الفلكلورية الشعبية، التي تعد نمطاً مميزاً للتراث الجزائري غير المادي، جاءت الفيديوهات بتقنية 4K، وظهرت الصور بجودة عالية، ورؤية إخراجية متنوعة من حيث تكتيك التصوير والمونتاج، وإن اعتمدت تطويل أحجام اللقطات، والقطع الحاد أحياناً في عملية المونتاج، فضلاً عن ثبات حركة الكاميرا في عددٍ من الفيديوهات، وعدم التنوع في الزوايا، مما قلل من جاذبية الفيديوهات وجعلها تتسم بالتطويل الممل.

وبشكل عام ومن خلال البيانات الكمية للجدول يمكن الإشارة إلى اعتماد صفحات عينة الدراسة الثلاث، على قوالب فنية تقليدية دون تحديثها بالتقنيات الجديدة، وهي على التوالي، (الفيلم التسجيلي 30.6%)، وتغطية المؤتمرات والندوات بنسبة 30.6%)، تلتها التقارير الإخبارية 20%)، (صور الفيديو

المدعومة بموسيقى 11.7%)، مع نقص هائل في الاعتماد على قالب "الإعلان الترويجي" والذي يتناسب مع مضمون التراث، ويسمح بسرعة التعريف به وسهولة نشره بين المستخدمين.

جدول رقم (7)

الرؤية الإخراجية وعناصر الإبهار المعززة للفيديوهات المنشورة

المجموع	التراث الثقافي الجزائري		المجلس الأعلى للآثار المصري		هيئة التراث السعودية		الهيئة	
	ك	%	ك	%	ك	%	عناصر التعزيز	
8.6	5	-	-	33.3	4	6.2	1	مؤثرات بصرية
3.4	2	3.3	1	-	-	6.2	1	مؤثرات صوتية
1.7	1	-	-	-	-	6.2	1	إنفوجراف + power point
1.7	1	3.3	1	-	-	-	-	خرائط ورسومات
32.9	19	56.7	17	16.7	2	-	-	الوسائط المتعددة Multimedia (فيديو + موسيقى + نص)
1.7	1	-	-	8.3	1	-	-	الجرافيك والرسوم المتحركة
50	29	36.7	11	41.7	5	81.4	13	تنوع أساليب التصوير والإضاءة والمونتاج
100	58	100	30	100	12	100	16	مجموع

تعكس البيانات الكمية في الجدول السابق عددًا من عناصر التعزيز التي يمكن إضافتها للفيديوهات المقدّمة، لتحقيق مزيد من عناصر الجذب الفعال، وتكشف هذه البيانات عن عددٍ من المؤشّرات في المقارنة بين استخدامات الصفحات الثلاث - عينة الدراسة - لها كالتالي:

- **المؤثرات البصريّة:** والتي تُعنى بدمج لقطات من التصوير الحي مع مشاهد صناعيّة، من أجل خلق بيئة تحاكي البيئة الحقيقيّة، تطبيقًا للواقع المعزز، أو تسمح بخلق صور غير موجودة واقعيًا، لأثرٍ اندثر ولم يعد له وجود من خلال تقنيات الواقع الافتراضي، سعيًا لحفظه إلكترونيًا، وبمتابعة الفيديوهات المنشورة على صفحة هيئة التّراث السعودي، يتبيّن اعتمادها على الاستعانة بهذه التقنية مرة واحدة فقط (افتتاح معرض روائع آثار المملكة)، بينما لم يتم استخدام هذه التقنية في الأفلام التسجيليّة التي قدمتها الصفحة، كذلك سعت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصريّة إلى استخدام هذه التقنية في 4 فيديوهات، هي (قاعة النسيج المصري بالمتحف القومي للحضارة المصريّة، اكتشافات أثرية (5) مقابر بجنوب سقارة)، برومو اكتشاف أثر جديد في سقارة، برومو نقل مركب خوفو)، أما صفحة التّراث الثقافي الجزائري فلم تعتمد هذه التقنية على أهميتها في إبراز جماليات الفيديوهات المقدّمة.

- **المؤثرات الصّوتيّة:** وهي أصواتٌ مصطنعة تضاف لتعزير المحتوى الفني، وتكسبه مزيدًا من الواقعية، وقد اقتصر استخدامها في صفحتي التّراث الثقافي السعودي (الفيلم التسجيلي فن الخزف)، والتّراث الثقافي الجزائري (الفيلم التسجيلي السببية).

- **تقنية الإنفوجراف و PowerPoint:** وهو شكل من أشكال التواصل المرئي الذي يساعد على تبسيط المعلومات، وله تأثير بصري جذاب؛ لأنه

يساعد في تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى صور مرئية؛ لتوصيل النقاط الرئيسية بشكل أسهل وأكثر فعالية، من خلال إضفاء بعض التصاميم والألوان والعبارات والأساليب المميزة، وعلى الرغم من ذلك لم تستخدم هذه التقنية -على سهولتها- وارتباطها الوثيق بطبيعة المضامين، التي تشرح وتوضح عناصر أثرية تاريخية، إلا مرة واحدة فقط من خلال صفحة هيئة التراث الثقافي السعودي (مسابقة التراث الصناعي).

- **الخرائط والرسومات:** وهي أسلوب شارح وتوضيحي -خاصة في توضيح أماكن المعالم الأثرية- بيد أنها كتقنية معززة، لم يتم استخدامها سوى مرة واحدة فقط من خلال صفحة التراث الثقافي الجزائري (الفيلم التسجيلي كياين الماء).

- **الوسائط المتعددة (فيديو + موسيقى + نص):** تعتبر هذه التقنية من التقنيات الأساسية التي اعتمدت عليها صفحتا هيئة التراث الجزائري 56.7%، و صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية 16.7%، لتمثل هذه التقنية أعلى نسب استخدام من قبل الصفحات الإلكترونية -عينة الدراسة- بإجمالي نسبة 32.9%، وإن لم تستخدمها صفحة هيئة التراث السعودي في الفيديوهات المنشورة، بما يعكس ضرورة تقديم ورش عمل لمسئولي الصفحة، في مجالات استخدام التقنية الرقمية الحديثة في صناعة الفيديوهات.

الجرافيك والرسوم المتحركة: وهي تقنية ذات دلالة في ارتباطها بالتراث وأشكاله المتنوعة، وتتيح إمكانية تحويل الصور الثابتة إلى بناءات جديدة لإعادة إنتاج تراث مفقود أو تم اندثاره، مع إضفاء الحركة والتشكيل المجسم، بما يجعلها أقرب إلى الواقع الحقيقي، لكن توضح بيانات الجدول أنه لم يتم استخدامها بشكل واضح إلا من خلال صفحة المجلس الأعلى للتراث المصري، ومن خلال فيديو

واحد فقط 1.7% (نقل مركب خوفو)، وهي نسبة محدودة جدًا، قياسًا بأهمية هذه التقنية وعلاقتها الوثيقة بموضوع التراث.

بدا التنوع في أساليب التصوير، الإضاءة، والمونتاج هو التقنية الرقمية الغالبة على الفيديوهات المقدمة، في صفحات العينة الثلاث بنسبة 50%، قياسًا بسائر تقنيات التعزيز الرقمية الأخرى⁽³⁴⁾، وتفرّدت صفحة هيئة التراث السعودي، بتقديم عددٍ من الفيديوهات ذات الرؤية الإخراجية المميزة (13 فيديو) من إجمالي (16 فيديو)، بدءًا من التنوع في أحجام لقطات التصوير وزوايا الكاميرا وحركاتها، جودة الصورة 4K، تنوع الدرجات اللونية للإضاءة، مما أضفى جاذبية وتنوع في عرض مجالات التراث، خاصة الأفلام التسجيلية للتراث غير المادي ممثلة في فيلمي (صانع البشت، من البذرة إلى الفجان)، إضافةً إلى رؤية إخراجية نوعية في أساليب المونتاج، ما بين القطع الصريح، القطع بطريقتي mix، dissolve، تلتها في ذلك الفيديوهات المنشورة على صفحة المجلس الأعلى للآثار المصري، والتي عرضت 5 فيديوهات من إجمالي 12 فيديو منشورًا على الصفحة، واعتمدت الفيديوهات رؤى إخراجية متنوعة، تتناسب المضمون المقدم، جاء تنوع اللقطات وزوايا الكاميرا بشكلٍ بارز، واستخدام الكاميرا "الدرون"، في الأفلام التسجيلية المصورة حديثًا، (اكتشاف 5 مقابر بجنوب سقارة مثلاً)، كما تم الاعتماد على تنوع حركات الكاميرا لإبراز الجوانب المختلفة للمعلم الأثري في الفيلم التسجيلي (قاعة النسيج المصري بالمتحف القومي للحضارة المصرية مثلاً)، كما تنوعت الإضاءة (من حيث الدرجات اللونية، واختلاف زواياها)، بل وأضفت عظمةً وشموخًا في تناغمها مع بعض الآثار (الفيلم التسجيلي متحف الحضارة المصرية القديمة مثلاً)، بيد أنه يُؤخذ على بعض الفيديوهات انخفاض واضح في جودة الصورة، مما قلل من جاذبيتها

(الفيلم التسجيلي متحف سوهاج مثلاً)، إضافةً إلى تنوع في أساليب المونتاج، بدا واضحاً في جميع الفيديوهات المنشورة، وقدمت صفحة التراث الجزائري (11 فيديو مميّزًا إخراجياً) كان من أبرزها الأفلام التسجيلية (آلة الإمزاد، السببية، زي الزفاف)، وإن اتسم التصوير بشكلٍ عام بتطويل اللقطات، وبطء إيقاع المونتاج، مما أضفى على الأفلام نوعاً من الملل، وظهرت مدلولات الإضاءة في التأثير وزيادة الجاذبية في الفيلم التسجيلي (عادات وتقاليد أهل تكثار مثلاً).

وعلى الرغم من إفادة الصفحات الثلاث من بعض تقنيات صناعة الفيديو، وأدوات التصوير والإضاءة والمونتاج الحديثة، إلا أن ذلك يدل على استمرار تعامل مسؤولي الصفحات -عينة الدراسة- مع الصفحات الإلكترونية بأسلوب الإعلام التقليدي، دون تحقيق أقصى إفادة من إمكانات تكنولوجيا رقمية جديدة، تضيف على مضمون التراث، وتقدمه بشكلٍ جذاب ومختلف عن مثيله التقليدي، الذي اعتاد عليه الجمهور عبر وسائل الإعلام التقليدية⁽³⁵⁾.

جدول رقم (8)

فئة اللغة المستخدمة في المنشورات المقدمة (الأخبار، الفيديوهات، الإصدارات)

اللغة الهيئة منشورات الهيئة	الفصحى		فصحى مصحوبة بترجمة أو تعليق		عامية المتنورين أو لهجة محلية		عامية المتنورين مصحوبة بترجمة أو تعليق		تجمع بين الفصحى والعامية		لغات أخرى		لغات أخرى مصحوبة بترجمة أو تعليق	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
هيئة الثراث السعودية	5.4	24	1	50	3	9	-	-	-	-	-	-	-	-
المجلس الأعلى للآثار المصرية	77	346	1	50	-	-	3	16.7	1	100	-	-	3	75
الثراث الثقافي بالجزائر	17.6	79	-	-	30	91	15	83.3	-	-	32	100	1	25
المجموع	100	449	2	100	33	100	18	100	1	100	32	100	4	100

توضّح بيانات الجدول السابق فئات اللغة المستخدمة في المنشورات، التي عرضتها الصفحات الثلاث - عينة الدراسة - وتشير إلى استخدام الصفحات الثلاث للغة العربية الفصحى فيما قدمته من أخبار وإصدارات، مع إتاحة متابعة هذه الأخبار بلغة أخرى هي الإنجليزية على صفحة هيئة التراث السعودي، والفرنسية على صفحة التراث الثقافي الجزائري، وهي إتاحة تعكس استفادة هذه

الصفحات من التقنية الرقمية، بإتاحة لغة أخرى على الصفحة نفسها، إلا أن صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية (لم تُعد من هذه التقنية، واقتصرت على اللغة العربية)، كذلك استخدمت صفحتا هيئة التراث السعودي والتراث الثقافي الجزائري - عينة الدراسة - عامية المتتورين واللهجات المحلية، وبدا ذلك واضحاً في التقارير الإخبارية وعددٍ من الفيديوهات (33 فيديو)، وانفردت صفحة التراث الثقافي الجزائري بتقديم فيديوهات وتقارير إخبارية باللغة الفرنسية (32 فيديو وتقريراً)، (دون ترجمة أو تعليق بالعربية، مع عدم إتاحتها حتى بالدخول على icon اللغة العربية)، كذلك تفوّقت صفحة التراث الثقافي الجزائري في إضافة ترجمة باللغة الفرنسية، في شكل "نص" مصاحب للفيديو (15 فيديو)، أو تعليق صوتي على ما تم تقديمه من مضمون، باستخدام عامية المتتورين، وشاركتها في ذلك صفحة المجلس الأعلى للآثار المصري، في عددٍ ثلاثةٍ من الفيديوهات المقدمة، وجاءت فئات (فصحي مصحوبة بترجمة أو تعليق، تجمع بين الفصحي والعامية، لغات أخرى مصحوبة بترجمة أو تعليق) في فيديوهات صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية بنسبة (75%)، وصفحة التراث الجزائري بنسبة (25%)، بينما لم تسع لذلك صفحة هيئة التراث السعودي، اعتماداً على إتاحة الصفحة نفسها باللغتين العربية والإنجليزية.

ومن خلال المقارنة بين الصفحات الثلاث - عينة الدراسة - كما تعكسها بيانات الجدول، يتضح تفوق ملحوظ لصفحتي التراث السعودية والجزائرية؛ حيث إتاحة الصفحتين بلغتين (وهي إفادة من التقنية الرقمية المتاحة)، مع تنوع في اللغة العربية ما بين الجمع بين الفصحي والعامية، بينما هناك نقد واضح يمكن تقديمه لصفحة المجلس الأعلى للآثار المصري - بل لصفحة الوزارة نفسها - ممثلاً في الاعتماد على اللغة العربية فقط في تقديم المنشورات

الإخباريّة، فضلاً عن الاعتماد على العامية المِصريّة (اللّهجة العامية)، في الفيديوهات المقدمة (وإن صاحبها ترجمة إنجليزية)، أو تقديم فيديوهات باللّغة الإنجليزيّة، وإن صاحبها ترجمة إلى العربيّة)، وهو ما يمكن أن يقلل من حجم التفاعل مع الصّفحة لعدم فهم اللّغة المقدّمة بها، خاصة من قبل المستخدمين من الأجنبيّ.

جدول رقم (9)

الإصدارات التّثاقفيّة التّراثيّة المتاحّة إلكترونياً على الصّفحات عينة الدّراسة

التّراث التّثاقفي بالجزائر	المجلس الأعلى للآثار المِصريّة	هيئة التّراث السّعوديّة	الهيئة
ك	ك	ك	الإصدارات المتاحّة
1	3	1	مجلات تختص بالتّراث
-	2	-	كتيبات وأدلة
-	17	11	كتب
5	-	-	تقارير أو أبحاث منشورة
4 أعداد خلال العامين 2023-2022 نصف سنويّة	96 نشرة يومية	10 أعداد نصف سنوية	نشرات دورية (دورية الصدور)
10	118	22	المجموع

تظهر بيانات الجدول السّابق إفادة الصّفحات الثلاث -عينة الدّراسة- من الرّفمنة التكنولوجية في تضمين مواقعها الإلكترونيّة الإصدارات الخاصة بالتّراث؛ حيث حرصت الصّفحات الثلاث على تضمين الإصدارات أعداداً من مجلاتها الورقيّة، مجلة أطلال التابعة لـ"هيئة التّراث السّعوديّة"، مجلة المتحف المِصريّ (BEM)، والمجلة المِصريّة للآثار الإسلاميّة "مشكاة (EJIA)"،

ومجلة الدراسات الأثرية الإسلامية (IAS)، بالتعاون مع متحف الفن الإسلامي، وهي مجلات ورقية صادرة عن المجلس الأعلى للآثار المصرية، كما نشرت صفحة هيئة التراث الجزائري أعدادًا إلكترونية لصحيفتها الورقية المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والآثار (NAA)، والصادرة عن المركز الوطني للبحث في علم الآثار الجزائري، وتميّزت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية بنشر أدلة إلكترونية للمواقع الأثرية والمتاحف المصرية، في شكل كتيبات إلكترونية، تلخص المعلومات المطلوبة "دليل المواقع الأثرية، دليل المتاحف"، وانفردت صفحتا هيئة التراث السعودي، والمجلس الأعلى للآثار المصري برفع عدد من الكتب ذات الصلة بالتراث على صفحاتهما وإتاحتها إلكترونيًا لمن يريد الاطلاع، بينما تفردت صفحة هيئة التراث الجزائرية بنشر 5 أبحاث علمية في مجال التراث اللامادي، وتناولت موضوعات (الصناعات التقليدية للنحاس، "المداحات" فن الأداء النسوي الأصيل، البلوزة الوهرانية، الراي: فن الغناء الشعبي الجزائري، والحناء الجزائرية كفن شعبي تقليدي في الأعراس)، كما سعت الصفحات الثلاث إلى تقديم نشرات إلكترونية دورية، بلغت 10 نشرات على صفحة هيئة التراث السعودي، والتي تصدر بصورة نصف سنوية، وقدمت صفحة هيئة التراث الجزائري 4 أعداد خلال عامي 2022، 2023، لنشرات نصف سنوية، وتفردت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية بتقديم نشرة يومية تحمل أخبار السياحة والآثار معًا.

ومقارنة بين الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- تشير النتائج السابقة إلى إفادتها من التكنولوجيا الرقمية في إتاحة متنوعة للاطلاع والقراءة على هذه الإصدارات، وإمكانية تحميلها إلكترونيًا بصيغة PDF.

جدول رقم (10)

مدى إتاحة مشاركة الجمهور في التواصل مع الصفحة (تواصل معنا)
وتطبيقات المشاركة

تطبيقات المشاركة والتواصل	غير متاح	متاح	مدى الإتاحة الهيئة
فئة "تواصل معنا" وهي غير مفعلة مع توضيح الصفحة أنه جار العمل عليها	✓		هيئة التراث السعودية
FACEBOOK، إنستجرام، تويتر، لينكدإن إيميل إلكتروني، خط ساخن، عناوين المتاحف والمعالم الأثرية مدعومة بخاصية GPS الإلكترونية		✓	المجلس الأعلى للآثار المصرية
FACEBOOK، إنستجرام، تويتر، إيميل إلكتروني		✓	التراث الثقافي بالجزائر

توضّح بيانات الجدول السابق مدى إفادة الصفحات - عينة الدراسة - من التقنية الرقمية التي تتيح للجمهور والمستخدمين التفاعل مع الصفحة، وطرح الأسئلة والاستفسارات، أو تقديم الشكاوى والمقترحات، ويلاحظ تفوق ملحوظ لصفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية، في تقديم إتاحات مختلفة من طرق التواصل الجماهيري عبر تطبيقات متنوعة منها FACE BOOK، إنستجرام، تويتر، لينكد إن)، إضافة إلى رقم خط ساخن، وبريد إلكتروني لسرعة التواصل، مع وضع icon إلكتروني يوضّح عناوين الهيئة والمتاحف، كذلك قدمت صفحة التراث الثقافي بالجزائر إتاحات إلكترونية متنوعة عبر تطبيقات (FACE BOOK، إنستجرام، تويتر، وبريد إلكتروني لسرعة التواصل)، وأشارت صفحة

هيئة التراث السعودي إلى Icon "تواصل معنا" وأنها لا زالت تحت الإعداد دون تفعيل.

وتؤكد نتائج الجدول السابق تفوقاً يمكن رصده لصفحتي المجلس الأعلى للآثار المصرية، والتراث الجزائري، في الاستفادة من التقنيات الإلكترونية وتفعيلها لدعم التواصل ومشاركة المستخدمين قياساً بصفحة التراث السعودي، التي أتاحت فئة للتواصل الجماهيري، بيد أنها لم تفعل بعد.

ثانياً: فئات الموضوع "ماذا قيل"؟ (تحليل المحتوى المقدم)

جدول رقم (11)

فئات الموضوعات التي تم طرحها عبر المنشورات على الصفحات الثلاث عينة الدراسة

المجموع	الثراث الثقافي بالجزائر		المجلس الأعلى للآثار المصرية		هيئة التراث السعودية		الموضوعات	
	%	ك	%	ك	%	ك		
35.5	360	12.2	42	50	316	5.3	2	تعريف بالآثار والمواقع التراثية
11.3	115	4.9	17	15.3	97	2.6	1	التراث العمراني
19.8	201	47.5	164	4.6	29	21	8	الثراث الثقافي غير المادي الفلكلور الشعبي والحرف اليدوية
2.3	23	4.6	16	0.6	4	7.9	3	البرامج والمبادرات
0.5	5	-	-	0.5	3	5.3	2	المسابقات والجوائز
0.2	2	-	-	0.2	1	2.6	1	التراخيص والتصاريح المتاحة لمزاولة الأنشطة التراثية الثقافية
1.2	12	1.7	6	0.8	5	2.6	1	الكشف عن آثار جديدة وتسجيلها
0.6	6	1.2	4	0.2	1	2.6	1	تعريف بالبرامج التدريبية وورش العمل
0.9	9	0.7	2	0.8	5	5.3	2	إطلاق المنصات الإلكترونية الداعمة
19.6	199	17.4	60	20.3	128	28.9	11	المشاركة وتنظيم احتفاليات وفعاليات ومعارض
3.7	38	4.3	15	2.8	18	13.2	5	تنظيم لقاءات مع المختصين والعاملين والمهتمين
4.4	45	5.5	19	3.9	25	2.7	1	توقيع الاتفاقيات المحلية والإقليمية والدولية
100	1015	100	345	100	632	100	38	المجموع

توضّح بيانات الجدول السابق عددًا من المؤشرات ارتباطاً بفئات الموضوعات التي تم طرحها على صفحات عينة الدراسة الثلاث، وتبرز ما يلي:

- اهتمام صفحات - عينة الدراسة - بنشر موضوعات ترتبط بالتعريف بالآثار والمواقع الأثرية كتراث مادي (بنسبة 35.5%)، تحقيقاً للهدف الرئيس المنوط بها، كصفحات تهتمّ بنشر التُّراث من خلال التعريف به وحفظه، وإن جاءت صفحة المجلس الأعلى للآثار المِصريّة في الترتيب الأول بفارق كبيرٍ نسبياً، نتيجة ما تزخر به مصرٌ من تنوعات في الآثار والمواقع الأثرية، أدت إلى تنوع في موضوعات التُّراث المادي المطروحة، مع الإشارة إلى نقص واضح في طرح موضوعات تخصُّ التُّراث غير المادي.
- سعت الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- إلى نشر موضوعات تخصُّ التُّراث غير المادي، ممثلاً في أنشطة الفلكلور الشعبي والحرف اليدوية التقليدية، الأزياء، الموسيقى والأغاني الشعبوية، الأعياد الدينية (بنسبة 19.8%)، وتفوّقت صفحة التُّراث الثقافي الجزائري بفارق ملحوظ (47.5%)؛ حيث اهتمت الصفحة بتنوع منشوراتها في هذا السياق، ومن ذلك الأفلام التسجيلية والصور والفيديوهات الخاصة بأشهر أكلاتها الشعبية، والحرص على اعتمادها كتراثٍ شعبي غير مادي من هيئة اليونسكو، إضافةً إلى أزيائها الشعبية في الأفراح، آلة الأمزاد الموسيقية، أغاني الراب الفلكلورية، عادات وتقاليد زيارة الأضرحة، تلتها صفحة هيئة التُّراث السعودي 21%، ويظهر اهتمام الصفحتين (الجزائرية والسعودية) بالتُّراث غير المادي، حرص الدولتين على نشر هذه النوعية من التُّراثيات، التي تعكس ثقافة وهوية الدولة، وتدعيم الانتماء الوطني والفخر بالموروث الحضاري، ويلاحظ أن صفحة المجلس الأعلى للآثار المِصري، لم تهتم بالتُّراث غير المادي درجة

اهتمامها بالتركيز على التراث المادي ممثلًا في المواقع الأثرية، ترميم الآثار، الزيارات التي شهدتها هذه الآثار من قبل شخصيات دولية، مع أخبار بسيطة عن بعض أوجه التراث غير المادي، منها على سبيل المثال ما ورد في -عينة الدراسة- المأكولات المصرية وعنوانت بـ"طبلية مصر"، وهو اسم عامي لمائدة الطعام، لا يعكس المدلول المطلوب منه، كذلك معرض "أنتيكا" كما تمت عنوانته على الصفحة، عن الصناعات التراثية القديمة، بينما لم تقدم الصفحة التنويعات غير المحدودة التي يتسم بها التراث المصري غير المادي، من صناعات يدوية وزخرفية، والملابس المميزة لسيناء وغيرها من المناطق المصرية الحضرية ذات الخصوصية مثالًا، كذلك أشكال الغناء والفن الشعبي على تنوعه وثرائه.

- جاءت الموضوعات المرتبطة بالمشاركات الدولية والفعاليات وتنظيم الاحتفاليات في الترتيب الثالث (بنسبة 19.6%)، من فئات الموضوعات المقدمة، وتصدرت صفحة مصر بفارق نسبي كبير (128 مشاركة وفق بداية النشر على الصفحة فقط وتحديدًا بدءًا من عام 2022)، ارتباطًا بمشاركات دولية في العديد من المعارض الدولية، إضافة إلى تنظيم احتفاليات ومعارض داخل مصر مع دعوات لمشاركات دولية وإقليمية وإقامة العديد من الندوات والفعاليات.

- تقاربت النسب بين صفحات عينة الدراسة الثلاث، في فئات الموضوعات الأخرى مثل البرامج والمبادرات، المسابقات والجوائز، التعريف بالبرامج التدريبية وورش العمل، توقيع الاتفاقيات المحلية والإقليمية والدولية.

- وتبرز بيانات الجدول تميزًا لصفحتي هيئة التراث السعودي، والمجلس الأعلى للآثار المصري، بتفردهما في إتاحة موضوع إصدار التراخيص والتصاريح إلكترونيًا، بل ودعوة هيئة التراث السعودي مواطنيها إلى تقديم أي مشروعات

فردية، تُسهم في مجالات التراث المادي وغير المادي، وإعلان موافقة المنح على الصفحة، تشجيعاً ودعمًا للجمهور المحلي على المشاركة في حفظ ونشر التراث في ضوء منظومة التنمية المستدامة، وتأكيداً على الحفاظ على الهوية الوطنية.

جدول رقم (12)

أهداف الصفحة وفق الموضوعات التي تم طرحها على الصفحات الثلاث عينة الدراسة

الترتيب ب	المجموع		التراث الثقافي بالجزائر		المجلس الأعلى للآثار المصرية		هيئة التراث السعودية		الهيئة الأهداف
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	44.1	786	38.4	269	49.9	496	23.6	21	إعلامي (تعريف بالقضية، تقديم معلومات)
4	12.5	222	10.9	76	13.3	132	15.7	14	توعوي (خلق الوعي بأهمية موضوع التراث)
2	23.2	413	32.6	228	16.3	162	25.9	23	داعم لتدعيم اتجاهات وسلوكيات إيجابية تخدم التراث
3	17.5	312	15.7	110	18	179	25.9	23	سلوكي (القيام بسلوك يتفق مع المضمون، تدعيم سلوك قائم)
5	2.7	49	2.4	17	2.5	24	8.9	8	مستقبلي (الدعوة إلى المشاركة وإبداء الرأي وطرح أفكار للتطوير)
	100	1782	100	700	100	993	100	89	مجموع

توضّح بياناتُ الجدول السابق ترتيب أهداف الصفحات -عينة الدراسة- من خلال الموضوعات التي تم طرحها إلكترونياً، والتي تبرز مجيء الهدف الإعلامي للتعريف بقضايا التراث، وتقديم المعلومات في الترتيب الأول للصفحات الثلاث (بنسبة 44.1%)، تلاها في الترتيب الثاني تدعيم اتجاهات وسلوكيات إيجابية تخدم التراث 23.2%، وجاءت الأهداف السلوكية في الترتيب الثالث 17.5%، تلتها الأهداف التوعوية في الترتيب الرابع 12.5%، وأخيراً في الترتيب الخامس الأهداف المستقبلية 2.7%، وتفصيلياً:

- اعتمدت الصفحات تنوعاً في الموضوعات التي تم نشرها، والتي تساعد على تحقيق أهدافها؛ حيث قدمت صفحة هيئة التراث الثقافي السعودي عدداً من الموضوعات، التي تخدم أهدافها الإعلامية من خلال فئة رئيسية هي المركز الإعلامي، متضمنة 3 فئات فرعية، هي الأخبار والصور والفيديوهات، إضافة إلى فئات الإصدارات، قطاعات التراث، وصور المواقع التراثية، وقدمت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصري تنوعاً من الفئات الإلكترونية، لخدمة هدفها الإعلامي تمثلت في الأخبار، الفيديوهات، الصور، النشر العلمي، الآثار المستردة، معارض الآثار الخارجية، دليل المواقع الأثرية المفتوحة للزيارة، دليل المتاحف، مواقع التراث الثقافي المسجلة على قائمة التراث العالمي، المتحف المصري الكبير، والمتحف القومي للحضارة المصرية، واعتمدت صفحة التراث الثقافي الجزائري على عددٍ منوعٍ من الفئات المشابهة لما قدمته سابقاً، لتحقيق الهدف الإعلامي من خلال الأخبار، الصور، الفيديوهات، القائمة العامة للممتلكات الثقافية المحمية، التراث العالمي (مادي - غير مادي)، الكتاب والمطالعة العمومية، المكتبة الوطنية، المركز الوطني للكتاب، المراكز، الدواوين، الوكالة الوطنية للقطاعات المحفوظة وبرنامج التنمية.

- وفي إطار تحقيق أهداف داعمة لتدعيم اتجاهات وسلوكيات إيجابية تخدم التراث، اقتصر استخدام الصفحات الثلاث على فئات الأخبار والفيديوهات والصور، وأضافت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية فئة "صندوق دعم السياحة والآثار".
- كما اقتصر تقديم الصفحات الثلاث لفئات تدعم الأهداف السلوكية (القيام بسلوك يتفق مع المضمون، تدعيم سلوك قائم)، على فئات: المسابقات المطروحة للمشاركة الجماهيرية، والتراخيص والتصاريح، لتعزيز مساهمة القطاع الخاص في خدمة النشاط الثقافي التراثي، من خلال توفير التراخيص اللازمة لمزاولة الأنشطة في عددٍ من القطاعات التراثية.
- كما اهتمت الصفحات الثلاث بتوفير وتفعيل موضوعاتٍ متنوعة، عبر فئاتها الإلكترونية، تسعى لتحقيق أهداف توعوية، هي الموضوعات المقدمة في فئة "البرامج والمبادرات"، وسعت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية إلى تضمين التوعية التراثية ضمن فئة استراتيجية التنمية المستدامة على الصفحة الرئيسية للوزارة، وتميزت صفحة التراث الثقافي الجزائري بتقديم عددٍ من الفئات الداعمة للهدف التوعوي تمثلت في حماية التراث واثمينه، وحفظ التراث وترميمه، وبرامج التكوين وهي (تحت الإنجاز).
- وتحقيقاً للأهداف المستقبلية (الدعوة إلى المشاركة وإبداء الرأي وطرح أفكار للتطوير)، قدمت الصفحات الثلاث فئات إلكترونية تسمح بالمشاركة والتواصل والاستبيانات للمستخدمين، وهو ما يزيد من التفاعلية، وطرح الأفكار الجديدة التي يمكن الاستفادة منها مستقبلاً في التطوير والتحسين.
- وبشكلٍ عام تفيد بيانات الجدول في استخلاص النتيجة التالية، تنوع الموضوعات التي تقدمها الصفحات لتحقيق أهدافها، مع التركيز على الأخبار

والصور والفيديوهات، كما استخدمت الصفحات الثلاث للعينات لفئات إلكترونية محددة لدعم كل هدف، مثل فئة "المركز الإعلامي" لخدمة الهدف الإعلامي، وفئة "المسابقات" لخدمة الأهداف السلوكية، وفئة "البرامج والمبادرات" لخدمة الأهداف التوعوية، ويُعدُّ تقديم الصفحات لفئات تدعم الأهداف المستقبلية دلالة إيجابية على سعيها للتفاعل مع الجمهور، وإشراكه في تطوير محتوى الصفحات، واهتمام الصفحات الثلاث بنشر التراث الثقافي وتعزيز المشاركة الإيجابية معه، وتتفق هذه النتيجة مع توصلت إليه دراسة Porter, N. (2020)⁽³⁶⁾، عن الأدوار التي يلعبها التخطيط الاستراتيجي وتحديد الأهداف، في سياق مواقع التراث العالمي لليونسكو (WHS)، وضرورة التكامل بين التخطيط والعلامات التجارية؛ حيث تؤثر كلتا الممارستين على التعبير عن القيمة العالمية للآثار.

جدول رقم (13)

الإفادة من المحتوى المقدم على الصفحات الإلكترونية الثلاث - عينة الدراسة
- في دعم الاستمالات وأساليب الإقناع

المجموع		التراث الثقافي بالجزائر		المجلس الأعلى للآثار المصرية		هيئة التراث السعودية		الهيئة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الاستمالات وأساليب الإقناع
16.8	330	18.2	168	16.2	125	13.5	37	الاستمالات العقلانية وتشمل: تعزيز الهوية الوطنية
10.2	200	10	92	10.3	79	10.5	29	فهم الماضي
3	60	2	19	3.6	28	4.7	13	تنمية مهارات التفكير النقدي
3.1	62	3.3	30	2.2	17	5.5	15	تعزيز الإبداع
24.7	487	24.2	224	27.7	213	18.1	50	الاستمالات الوجدانية وتشمل: الشعور بالفخر
16.9	332	16	148	15.3	118	24	66	الشعور بالانتماء
5.8	114	7.5	69	4.5	35	3.6	10	الشعور بالمسؤولية
2.5	49	1.8	17	2.3	18	5.1	14	المشاركة المجتمعية
7.9	156	9.2	85	6.8	52	6.9	19	أساليب الإقناع وتشمل: ربط التراث بالحاضر والمستقبل
5.2	103	5	46	4.9	37	7.3	20	إبراز فوائد الحفاظ على التراث ونشره في تعزيز السياحة وخدمة الاقتصاد
3.9	76	2.8	26	6.2	48	0.8	2	بناء جسور التواصل مع المجتمع الإقليمي والدولي
100	1969	100	924	100	770	100	275	المجموع

وتشير بيانات الجدول السابق إلى تحقيق عددٍ من الاستمالات العقلانية والوجدانية، وأساليب الإقناع عبر المحتوى المقدم على الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- كداعمٍ على أهمية حفظ التراث ونشره، ومؤكِّدٍ على مبدأ المسؤولية المجتمعية ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، قدمت الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- عددًا من المنشورات الإلكترونية الداعمة للاستمالات العقلية؛ حيث توضِّح بيانات الجدول أن المحتوى المقدم عبر الفئات الإلكترونية على الصفحات الثلاث للعينة، يسعى إلى تأكيد الهوية الوطنية في المقام الأول، وتعزيز الشعور بالانتماء للوطن وتاريخه وثقافته، مما يُساعدُ على بناء هوية وطنية قوية (16.8%)، فطرحت صفحة هيئة التراث السعودي محتوىً متنوعًا يدعم الهوية الوطنية عبر فئات (قطاعات التراث، الأخبار والفيديوهات والصور، وفئة الإصدارات الثقافية)، و قدمت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصري مضامين متنوعة عبر فئات (المتحف المصري الكبير، المتحف القومي للحضارة، معارض الآثار الخارجية، مواقع التراث المسجلة على قائمة التراث العالمي)، كما سعت صفحة هيئة التراث الثقافي بالجزائر إلى تعزيز الهوية الوطنية من خلال مضامين عدة فئات إلكترونية هي (المتاحف، قطاعات التراث، الدواوين)، كذلك قدمت الصفحات الثلاث فئات تُساعد على فهم الماضي (10.2%) بشكلٍ أفضل من خلال التعرف على إنجازات الأجداد وتجاربهم، مما يُساعد على فهم الحاضر بشكل أفضل والتخطيط للمستقبل، فنشرت صفحة هيئة التراث السعودي عددًا من الأخبار والفيديوهات والصور، التي تبرز تاريخ الأجداد، وما تميزوا به من تراث غير مادي في عددٍ من الحرف والصناعات اليدوية، و قدمت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصري فئات التراث المادي (الآثار المستردة، أدلة المواقع الأثرية، الوعي الأثري)،

وعمدت صفحة هيئة التراث الثقافي الجزائري إلى تقديم ماضي الأجداد بما يزخر به من تراث غير مادي عبر فئة (الوكالة الوطنية للقطاعات المحفوظة التي ضمت (المركز الوطني للبحوث في عصور ما قبل التاريخ وفي علم الإنسان والتاريخ، مركز الفنون والثقافة في قصر رؤساء البحر، ملحقة للمركز الوطني للمخطوطات بولاية بسكرة، مركز الفنون والمعارض تلمسان، المركز الجزائري للتراث الثقافي المبني بالطين، ملحقة للمركز الوطني للمخطوطات في تلمسان، مركز التفسير ذي الطابع المتحفي للباس الجزائري التقليدي والممارسات الشعبية، المركز الوطني للبحث في علم الآثار، المركز الوطني للمخطوطات)، واهتمت الصفحات الثلاث بالاستمالات العقلية المرتبطة بتنمية الفكر النقدي للجمهور (3%)، بطرح الإصدارات الثقافية على صفحة التراث الثقافي السعودي، النشر العلمي على صفحة المجلس الأعلى للآثار المصري، والبحوث التراثية ضمن فئة المركز الوطني للبحوث في عصور ما قبل التاريخ، على صفحة التراث الجزائري، إضافة إلى الاستبيانات التي تطرحها الصفحات للجمهور، رغبة في تحقيق التفاعلية من جهة، وتعظيم دور الأفكار المطروحة في التطوير والتحسين، كما سعت الصفحات الثلاث إلى تعزيز الإبداع (3.1%)، لدى المتابعين للصفحات، بحثهم على المشاركة بفعاليات تعكس أشكال التعبير الفني والثقافي التي تميز التراث، مما يُشجّع الأفراد على الابتكار والتعبير عن أنفسهم بطرق جديدة، وتمثّل ذلك في صفحة التراث السعودي من خلال طرح "كراسات الرسم والتلوين" التي تضم صوراً مختلفة للتراث السعودي، مع إتاحة الصفحة فئة "التراخيص والتصاريح" لتشجيع الجمهور على القيام بالأنشطة التراثية اللامادية، كذلك صفحة المجلس الأعلى للآثار المصريّة التي طرحت فئة "إقامة الأنشطة

والفعاليات"، وحثت حذوهما صفحة التراث الجزائري بإتاحة فئة "تتمين التعبير الثقافية التقليدية والشعبية".

كما حرصت الصفحات الثلاث للعينة على تدعيم الاستمالات الوجدانية لدى متابعيهم (24.7%)، من شعور بالفخر لتعزيز الانتماء، وخلق الإحساس بالمسئولية تجاه الحفاظ على التراث ونقله للأجيال القادمة، بما يمثل حافزاً لهم على المشاركة المجتمعية.

وتعكس نتائج الجدول أن الصفحات - عينة الدراسة الثلاث - عمدت في محتواها إلى دعم الاستمالات الوجدانية لدى جمهورها، بشكل أكبر من الاستمالات العقلانية، وتفسير الباحثة يرجع الأمر لطبيعة الشخصية العربية، وما تتميز به من تغليب للجوانب الوجدانية، والإعلاء من مشاعر الفخر والانتماء والعزة بالأوطان، وهو ما نجح المضمون المقدم عبر الصفحات الثلاث للعينة في دعمه وتأكيده. كما سعت الصفحات الثلاث إلى الإفادة من تنوع مضامين الفئات الإلكترونية في دعم أساليب الإقناع لنشر التراث وحفظه:

من خلال الأخبار والفيديوهات والمنشورات المتنوعة، التي عمدت إلى ربط التراث بالحاضر والمستقبل (7.9%)، وشرح أهمية التراث وأنه ليس مجرد موروث ثقافي قديم، بل هو مكون أساسي من هويتنا ومجتمعنا، وله دور هام في بناء مستقبل أفضل للأجيال القادمة، وإظهار فوائد الحفاظ على التراث من الناحية الاقتصادية، بإبراز دوره في خدمة السياحة الثقافية، وخلق فرص عمل وتنمية الاقتصاد وتحسين جودة الحياة، إضافة إلى بناء جسور التواصل مع المجتمع الإقليمي والدولي من خلال نشر الصفحات الثلاث للعينة كما وافرًا من الأخبار عن المشاركات في المحافل الدولية، والمعارض والمتاحف العالمية،

فضلاً عن الاتفاقات والشراكات الدولية في مجال التراث وحفظه، وإبراز أهميته في مجالات مثل التاريخ، والآثار، والأنثروبولوجيا لإثبات قيمته العلمية. وبشكل عام تسهم الرقمنة التراثية في تدعيم الاستمالات العقلية والوجدانية، بل وتلعب دوراً في الإقناع بطريقة غير مباشرة وجذابة، تدعم الوعي بأهمية التراث ودوره في تأكيد الهوية المجتمعية، وضرورة حفظه وتأصيله، والمشاركة في نشره، وهو ما سعت إليه صفحات عينة الدراسة من خلال رقمنة القطع الفنية والوثائق التاريخية والتراثية، مع توفير قاعدة بيانات شاملة للمحتوى التراثي من خلال الأرشيف الإلكتروني، وعرضه بطريقة تتسم بالوضوح إلى حد ما، مع تقديم أدلة وبراهين واستشهادات، سواء من متخصصين أو عاملين في المجال، إضافةً إلى ترتيب الحجج منطقياً، وهو ما برز بشكل خاص في الفيديوهات المقدمة على صفحة المجلس الأعلى للآثار المصري.

جدول رقم (14)

عناصر العلاقة بين الفئات الرقمية المقدمة على صفحات - عينة الدراسة - ومدى مناسبة توظيفها لتحقيق الهدف من نشر التراث وحفظه

الثراث الثقافي بالجزائر		المجلس الأعلى للآثار المصيرية		هيئة التراث السعودية		العناصر ذات التأثير
غير مناسب	مناسب	غير مناسب	مناسب	غير مناسب	مناسب	
	✓		✓		✓	الوصول المتاح والتفاعلية
	✓		✓		✓	التعلم والتعليم
	✓		✓		✓	التنوع والشمول في المحتوى المقدم
	✓		✓		✓	التفاعل الاجتماعي والمشاركة
	✓		✓		✓	تشكيل الآراء والاتجاهات
غير مناسب		غير مناسب		غير مناسب		الترفيه والتجربة الشخصية
	✓		✓		✓	التواصل بين الثقافات
	✓		✓		✓	تشجيع الابتكار والإبداع
	مناسب		مناسب		مناسب	مدى مناسبة التوظيف

وتعكس بيانات الجدول السابق مدى مناسبة توظيف عناصر التقنية الرقمية في الصفحات الثلاث - عينة الدراسة - تحقيقاً لحفظ التراث ونشره؛ حيث أتاحت الصفحات الثلاث عناصر:

الوصول المتاح والتفاعلية: وفرت الصفحات الثلاث - عينة الدراسة - وسيلة سهلة ومرنة للوصول إلى المحتوى التراثي، بما يمكن المستخدمين من استكشاف

الجوانب التراثية (المادية وغير المادية) المنشورة بنقرة زر واحدة، بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين التفاعل مع المحتوى، مثل تكبير الصور وتدويرها والتنقل بين العناصر المختلفة، بما يؤثر على الاستمالات العقلية والوجدانية للجمهور بتوفير تجربة تفاعلية وشيقة، مع وضوح الصور الذي يلعب دورًا في زيادة الإقناع.

التعلم والتعليم: استخدمت الصفحات الثلاث تنويعات من التطبيقات الإلكترونية لزيادة الوعي بالتراث، ولتعزيز التعلم والتثقيف حول المحتوى التراثي بأسلوب غير مباشر، وبعيدًا عن التكرار والملاحقة للإقناع، وذلك بالاستفادة من وسائط متنوعة، مثل الصور والفيديوهات والنصوص التوضيحية أحيانًا، لفهم أعمق للتراث والثقافة المتعلقة به، وتقدمت صفحة هيئة التراث السعودي بتضمين ألعاب تعليمية متمثلة في كتيبات إلكترونية، لرسم المعالم الأثرية وتلويها، وهو ما يزيد من فرص التعليم والتعلم لدى المستخدمين للصفحة، ويسمح باختبار المعرفة وتعزيز التفاعل والتعلم التفاعلي.

التفاعل الاجتماعي والمشاركة: سعت صفحات العينة الثلاث إلى توفير ميزات للتفاعل الاجتماعي والمشاركة؛ حيث أتاحت للجمهور التعليق والمشاركة على الصفحة، وطرحت صفحات هيئة التراث السعودي والتراث الثقافي الجزائري عددًا من الاستبيانات للتعرف على اتجاهات الجمهور والاحتياجات المطلوبة، بشكل يعزز التفاعل الاجتماعي والمشاركة الجماهيرية.

الترفيه والتجربة الشخصية: باستطلاع الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- يلاحظ أنها لم تنجح في تقديم تجربة ترفيهية وشخصية للمستخدمين بإتاحة استكشاف الأعمال التراثية باستخدام التقنية الرقمية، إضافة إلى عدم الاستفادة منها بخلق جولات افتراضية داخل المعالم الأثرية مثلًا، وهو التوجه الجديد الذي

تتيح الرقمنة بالزيارة عن بعد، والتي تعد بمثابة رحلات تفاعلية لمواقع التراث المادية وغير المادية تحاكي الواقع، وتكسب المستخدم التجربة الشخصية إلى جانب الإمتاع والترفيه.

التواصل بين الثقافات: أتاحت صفحات العينة الثلاث -بما قدمته من تنويعات تراثية إخبارية- الفرصة للتواصل مع ثقافات تراثية مختلفة، سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي، وعززت ذلك باستعراض الاتفاقيات والفعاليات والمشاركات في المعارض والمؤتمرات التراثية، مما يعزز الفهم والاحترام المتبادل بين الثقافات المختلفة.

تشجيع الابتكار والإبداع: تتيح تجربة الاطلاع على التراث بأشكاله وتنوعاته تشجيعاً على الابتكار والإبداع؛ حيث يمكن للمستخدمين أن يستلهموا أعمالاً فنية جديدة أو أفكاراً إبداعية، من خلال استكشاف التراث الثقافي والحضاري، وتميزت صفحة التراث الثقافي الجزائري -عن مثيلاتها في العينة- بإعطاء مساحات للمستخدمين للعرض والمشاركة بإبداعاتهم المستوحاة من التراث، وهو ما تم رصده من خلال الفيديوهات المقدمة على الصفحة.

جدول رقم (15)

مقارنة العناصر التقنية الأكثر بروزاً على الصفحات الثلاث عينة الدراسة
التحليلية

عناصر المقارنة	إنشاء صفحة	اسم وشعار الصفحة	تبويب وتنظيم الفئات	تنوع القوالب الفنية	المعالجة الفنية للفيديوهات	عناصر الإبهار	اللغات المتاحة	إتاحات المشاركة والروابط	تنوع فئات الموضوعات	الأهداف	دعم الاستمالات وأساليب الإقناع	الوزن النسبي
الدرجة / الصفحة	1	2	10	11	7	7	2	7	12	5	11	%
التراث السعودي	1	2	10	5	5	4	2	2	12	5	11	35.8
الآثار المصيرية	0.5	1	3	6	5	4	1	7	12	5	11	33.6
التراث الجزائري	0.5	2	4	3	4	4	2	5	10	5	11	30.6
المجموع	2	5	17	14	14	12	5	14	34	15	33	165

تعكس بيانات الجدول مقارنةً بين العناصر التقنية الأكثر بروزاً على الصفحات الثلاث -عينة الدراسة التحليلية- تم تقييم كل صفحة على أساس 11 عنصراً، بما في ذلك إنشاء الصفحة، الاسم والشعار، التبويب والتنظيم للفئات الإلكترونية المقدمة، تنوع القوالب الفنية المستخدمة، المعالجة الفنية للفيديوهات، ومدى الإفادة من الوسائط المتعددة، عناصر الإبهار البصرية والسمعية، اللغات المتاحة، وإتاحات المشاركة للجمهور والروابط الخاصة بالتطبيقات على وسائل التواصل الاجتماعي، وتنوع فئات الموضوعات، والأهداف، ودعم الاستمالات وأساليب الإقناع.

وتم منح كل عنصر درجة من 1 إلى 12، مع احتساب الوزن النسبي لكل عنصر في الدرجة الإجمالية.

وتقاربت الأوزان النسبية للصفحات الثلاث للعينة، وجاءت الصفحة الخاصة بالثرث السعودي الأعلى تقيماً (35.8%)، تلتها الصفحة الخاصة بالمجلس الأعلى للآثار المصريّة (33.6%)، بينما الصفحة الخاصة بالثرث الجزائري هي الأقل تقيماً (30.6%)، وتجدر الإشارة إلى أن تحقيق صفحة الثرث السعودي الأعلى تقيماً، جاء نتيجة إنشاء بوابة إلكترونية مستقلة للثرث، مع توظيف جيد للتبويب والتنظيم، وعرض المنشورات الداعمة لنشر الثرث وحفظه. وبشكل عام، يقدّم الجدول نظرة نقدية كمّية، تعكس ما تم عرضه من بيانات فرعية في الجداول السابقة للدراسة، والتي وقفت على نقاط القوة والضعف لكل صفحة من الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- بما يمكن من استخدام هذه المعلومات لتحسين محتوى الصفحات وتصميمها ووظائفها، واستنتاج ما هو متاح من فرص أو تحديات كالتالي:

الصفحة الخاصة بالثرث السعودي:

الفرص:

- **الإفادة من الرقمنة والإعلام الرقمي:** تتمتع الصفحة بأعلى تقييم إجمالي، مما يشير إلى إفادة واضحة من عناصر التقنية الرقمية، وقدرة على توظيفها، ويمكن الاستفادة من ذلك لزيادة التفاعل، وجذب المزيد من الزوار، وتعزيز مكانة الصفحة كمركز رئيسي للثرث السعودي على الإنترنت.
- **توسيع نطاق المحتوى:** تقدّم الصفحة محتوى غنياً عن الثرث السعودي، ولكن يمكن توسيع نطاق هذا المحتوى ليشمل المزيد من الموضوعات المتنوعة، مثل الفنون والحرف اليدوية والموسيقى والأدب، المقالات المتعمقة، ومقاطع الفيديو التفاعلية، والصور عالية الجودة، لزيادة جاذبية الصفحة لجذب جمهور أوسع.

- الاستفادة من التقنيات الجديدة: يمكن استخدام تقنيات الواقع الافتراضي أو الواقع المعزز لتقديم تجربة ترفيهية للزوار، مما يجعلها أكثر تفاعلاً وجاذبية.
 - تعزيز التفاعل: يمكن إضافة المزيد من الميزات التفاعلية إلى الصفحة، مثل استطلاعات الرأي والاختبارات والألعاب، لزيادة مشاركة المستخدمين وجذبهم.
 - تعزيز التعاون: يمكن التعاون مع مؤسسات ثقافية أخرى لتبادل المحتوى والخبرات، وتوسيع نطاق الوصول إلى جمهور أوسع.
 - استهداف جمهور عالمي: تدعم الصفحة لغتين هما العربية والإنجليزية، مما يفتح المجال لاستهداف جمهور عالمي، مع إمكانية ترجمة المزيد من المحتوى إلى لغاتٍ أخرى، لجذب المزيد من الزوار من جميع أنحاء العالم.
- التحديات:**

- المنافسة: هناك العديد من الصفحات الإلكترونية الأخرى المتعلقة بالتراث؛ لذلك سيكون من المهم التميز عن المنافسين من خلال تقديم محتوى فريد وجذاب.
- الحفاظ على الجودة: مع ازدياد انتشار الصفحة، سيكون من المهم الحفاظ على جودة عالية للمحتوى والتصميم والوظائف، لتلبية توقعات الجمهور المتزايدة.
- مواكبة التطورات: يجب مواكبة أحدث الاتجاهات في تصميم وتطوير الويب، لضمان بقاء الصفحة جذابة وسهلة الاستخدام.
- مكافحة المعلومات المضللة: مع ازدياد كمية المحتوى على الصفحة، سيكون من المهم مكافحة المعلومات المضللة وضمان دقة المعلومات المقدمة.

الصفحة الخاصة بالآثار المصريّة:

الفرص:

- التركيز على التّراث الغني: تمتلك مصرُ تاريخًا ثقافيًا غنيًا من التّراث بكل أشكاله وتنوعاته، بما يوفّر فرصًا هائلة لإنشاء محتوى جذاب، شاملٍ ومتعمق عبر تاريخها الحضاري والثقافي، إذا ما أحسن تطبيق التقنيات الحديثة، واستخدام الوسائط المتعددة، وإتاحة الفرص للجولات الافتراضية للمتاحف، التي تم توفير العديد من الصور الثابتة لها على الصفحة.
- استهداف جمهور عالمي: يهتمُّ العديد من الثقافات حول العالم بالحضارة المصريّة القديمة، مما يوفر إمكانية الوصول إلى جمهور عالمي واسع، خاصةً إذا ما تمت إضافة لغةٍ أخرى -إضافةً إلى العربيّة- بما يشجّع ويزيد من التواصل العالمي مع الصفحة.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة: يمكن استخدام تقنيات الواقع الافتراضي أو الواقع المعزز، لخلق تجربةٍ تفاعليّة وفريدة من نوعها للمستخدمين، تتيح لهم استكشاف الآثار المصريّة عن قرب.
- التعاون مع المتاحف والمؤسسات ذات العلاقة بالتّراث: يمكن التعاون مع المتاحف والمؤسسات الدّوليّة، لعرض القطع الأثريّة وتقديم المعلومات التاريخيّة النادرة، من خلال المحتوى الحضري على الصفحة، لمزيد من الانتشار وجذب الزوار للصفحة.
- استهداف الجمهور المهتم بالسياحة: تعد مصرُ وجهةً سياحيّة شهيرة؛ لذلك يمكن استهداف الجمهور المهتم بالسياحة من خلال تقديم معلومات حول المواقع الأثريّة وأماكن الجذب السياحي.

التحديات:

- الحصول على حقوق النشر: قد يكون الحصول على حقوق نشر الصور ومقاطع الفيديو الخاصة بالآثار المصيرية أمراً صعباً؛ لذلك سيكون من المهم إيجاد حلول بديلة مثل إنشاء محتوى أصلي.
- الحفاظ على دقة المعلومات: من المهم التأكد من دقة المعلومات المقدمة على الصفحة، خاصة فيما يتعلق بالتاريخ والآثار.
- نقص التمويل: قد تواجه الصفحة صعوبة في الحصول على التمويل الكافي لإنشاء محتوى عالي الجودة وتطوير تقنيات جديدة، وهو ما يتطلب ضرورة تفعيل دور الجمهور المصري، ودعوته للتبرع في مشروعات حماية التراث وصيانتها، وإيجاد مصادر تمويل مناسبة.
- المنافسة: هناك العديد من المواقع الإلكترونية والمتاحف التي تعرض محتوى عن الآثار المصرية، مما قد يمثل تحدياً في جذب الزوار.
- الحفاظ على المواقع الأثرية: يجب الحرص على حماية المواقع الأثرية المصرية من التلف والسرقة، مع ضمان حماية الملكية الفكرية، ضرورة تسجيل كل المواقع والمعالم الأثرية (التراث المادي)، فضلاً عن التراث غير المادي المميز للحضارات المصرية المتنوعة، بهيئات تسجيل التراث مثل اليونسكو، الإسكو، وغيرها من المنظمات المسؤولة عن التراث وحمايته.

الصفحة الخاصة بالتراث الجزائري:

الفرص:

- الترويج للتراث الفريد: يتميز التراث الجزائري بمزيج فريد من الثقافات والحضارات، مما يوفر فرصة لعرض محتوى مميز وجذاب، ويمكن إبراز هذا التنوع من خلال تقديم محتوى يشمل مختلف جوانب الثقافة الجزائرية، مثل الموسيقى والرقص والفنون والحرف اليدوية.
- استهداف الجالية الجزائرية: يمكن استهداف الجالية الجزائرية في الخارج، خاصة مع تقديم محتوى الصفحة باللغة العربية واللغة الفرنسية.
- التعاون مع الفنانين والمبدعين: يمكن التعاون مع الفنانين والمبدعين الجزائريين لعرض أعمالهم ومنتجاتهم على الصفحة.
- استهداف الجمهور المحلي: يمكن التركيز على جذب الجمهور المحلي المهتم بالتراث الجزائري، من خلال تقديم معلومات حول المواقع التاريخية والثقافية في البلاد، خاصة في شق التراث غير المادي، والذي تزرخ به الجزائر، بما يمثل فرصاً لتعزيز الهوية الوطنية، ودعم الانتماء الوطني.
- تعزيز السياحة الثقافية: يمكن استخدام الصفحة للترويج للسياحة الثقافية في الجزائر، لجذب الزوار من جميع أنحاء العالم، في ضوء تفوق واضح للتراث الجزائري (غير المادي)، والذي يمثل الحضارة الأمازيغية بكل سماتها المميزة والممتدة عبر أجيال.
- الشراكة مع الحرفيين المحليين: يمكن التعاون مع الحرفيين المحليين لعرض منتجاتهم ومهاراتهم على الصفحة، دعماً للاقتصاد وتشجيعاً لمجالات الحرف والصناعات اليدوية.

التحديات:

- نقص الموارد: قد تواجه الصفحة صعوبة في الحصول على الموارد اللازمة لإنشاء محتوى عالي الجودة، وترجمة الصفحة إلى لغات أخرى -غير الفرنسية- للوصول إلى المزيد من الجمهور العالمي، الذي يعتمد اللغة الإنجليزية، إضافة إلى الحاجة إلى إمكانيات عالية للتسويق الإلكتروني.
- الوعي المحدود: قد لا يكون لدى الجمهور العالمي وعي كافٍ بالتراث الجزائري، مما قد يمثل تحدياً في جذب الزوار.
- البنية التحتية الرقمية: قد تواجه الصفحة صعوبة في الوصول إلى جمهور واسع، بسبب ضعف البنية التحتية الرقمية في الجزائر.
- الوصول إلى الجمهور: قد يكون الوصول إلى الجمهور الجزائري في الخارج أمراً صعباً، خاصة في ظل وجود العديد من الصفحات الإلكترونية الأخرى المتعلقة بالتقافة الجزائرية.
- الحفاظ على الهوية الثقافية: يعد الحفاظ على الهوية الوطنية بكل ما تحمله من أنماط ثقافية متنوعة أمراً ضرورياً، وهو ما يمثل تحدياً يتطلب تعزيز تلك الهوية، ونشرها عبر مختلف ألوان وأنواع التراث على نطاق واسع بين الجمهور المحلي في الجزائر، لصون ذاكرة الأمة وهويتها.

النتائج العامة للدراسة:

سعت الدراسة في إطارها العام إلى الإجابة على تساؤل رئيس تمثل في كيفية توظيف مستجدات الإعلام الرقمي في حفظ ونشر وحماية التراث الثقافي العربي، من خلال الصفحات الإلكترونية المتاحة على الإنترنت وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، في ثلاث دول عربية: هي المملكة العربية السعودية، جمهورية مصر العربية، وجمهورية الجزائر الديمقراطية الشعبية، من خلال تحليل

مضمون ومقارنة الصفحات الإلكترونية الممثلة لهيئات التراث الرسمية الممثلة لكل دولة منها.

- وتوصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن كلاً من الدول الثلاث وهيئاتها الممثلة للتراث، أفادت من الإعلام الرقمي وإتاحاته التقنية، بإنشاء صفحة للتراث تحمل اسم الهيئة، وإن تفرّدت كلٌّ من السعودية والجزائر بإنشاء "بوابة إلكترونية" مستقلة لهيئات التراث التابعة لهما، بينما لم تسع مضر لإنشاء بوابة إلكترونية للمجلس الأعلى للآثار باعتباره الجهة الرسمية المنوط بها حفظ التراث ونشره، واعتمده كقناة فرعية متضمنة في صفحة وزارة السياحة والآثار -دون إضافة شعار مخصص للمجلس- كمدرک بصري باعتباره الهيئة الرسمية الممثلة للتراث المصري على الصفحة، وجاءت الصفحة بلغة واحدة هي العربية، ولا زالت تحمل "إصدار تجريبي" رغم إنشائها في عام 2022.

- حملت البوابة الإلكترونية لهيئة التراث السعودي اسم الهيئة، وشعاراً يعكس في مضمونه ثقافة "السدو السعودية"، وتضمنت البوابة فئات متنوعة توضّح أشكال التراث المادي وغير المادي بالمملكة، والفئات مفعلة في غالبيتها، ويسهل الوصول إلى المعلومات المنشورة عليها، والتي يمكن عرضها باللغتين العربية والإنجليزية، بما يمثّل إفادة حقيقية من الإعلام الرقمي وتقنياته في نشر التراث وحفظه وإتاحته بسهولة للمستخدمين، سواء المتابعين أو الباحثين والمهتمين.

- أما "بوابة هيئة التراث الجزائري"، فقد حملت اسم الهيئة المسؤولة أيضاً، مع شعار فني مصوّر يشير إلى تنوعات التراث المادي وغير المادي، وممثلاً لمحتويات الصفحة نفسها من (التراث المادي، غير المادي، المخطوطات الأثرية، الشعر، السينما والمسرح والموسيقى الفلكلورية) في عرض متكامل لكل

أشكال التراث، حتى في السينما والمسرح، وتمت الإشارة إلى أن الصفحة لا زالت في طور الإنجاز، وأنه للاطلاع يمكن الرجوع إلى صفحة وزارة الثقافة والفنون الجزائرية، التي أتاحت فئة من فئات الصفحة للتراث الثقافي، متضمنة عدة فئات فرعية، تسهل الوصول لموضوعات التراث المتنوعة، والتي تم عرضها باللغتين العربية والفرنسية.

ويؤكد إنشاء هذه الصفحات على إدراك الدول الثلاث -عينة الدراسة- لأهمية الرقمنة ودورها الحالي في حفظ التراث من الضياع، والتعريف به، وجعله في متناول الجمهور العام والمتخصص من الباحثين والمهتمين بالتراث، والسعي لنشره والتأكيد على دوره الأهم في صون ذاكرة الأمة وهويتها.

كذلك سعت الدراسة باستخدام منهج "تحليل المضمون" و"المنهج المقارن" إلى كشف ورصد وتحليل تساؤلاتها الفرعية، والتي جاءت كالتالي:

1- عن مدى إفادة الهيئات الرسمية العربية المختصة بالتراث -عينة الدراسة- من التكنولوجيا الرقمية في التعريف بتراثها ونشره، عبر صفحات أو منصات إلكترونية للتواصل الاجتماعي، أشارت النتائج إلى:

- تميز صفحة هيئة التراث السعودي في التعريف بفئات التراث لديها، والمتمثلة في 3 فئات هي (المواقع الأثرية، التراث العمراني، الحرف اليدوية)، مع فئة مخصصة للرؤية والرسالة والأهداف، وأخرى للإصدارات الثقافية التراثية، وعدد آخر من الفئات المرتبطة التي تعكس بوضوح إفادة الصفحة من الرقمنة في التنظيم والترتيب.

- جاءت صفحة التراث الثقافي الجزائري في المرتبة الثانية -رغم كونها فئة فرعية- لصفحة وزارة الثقافة والفنون؛ حيث تم إبراز الفئة بمسمى "التراث الثقافي"، وتم تبويبها إلى فئات فرعية تشير إلى عناصر التراث بشقيه المادي

وغير المادي، مع إضافة فئات معنونة بـ(المتاحف، الدواوين، المراكز)، بشكلٍ يسهل الوصول للمعلومات، بيد أن الرؤية والرسالة والأهداف جاءت متضمنة في رسالة الوزارة المسئولة فقط.

- جاءت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصري في الترتيب الثالث حيث اكتفت بـ3 فئات فرعية (تشير إلى الهيكل التنظيمي للمجلس واختصاصاته، المتحف المصري الكبير، المتحف القومي للحضارة المصرية)، بما يعكس تركيزاً على التراث المادي فقط، على الرغم من تنوع التراث غير المادي المصري، ويربط قطاع الآثار بالسياحة الأثرية، دون اهتمام بأشكال التراث غير المادي، التي تلعب دوراً هاماً في تنمية الاقتصاد وخلق فرص عمل لأصحاب المهن والحرف اليدوية التقليدية.

2- وعن كيفية توظيف صفحات الهيئات -عينة الدراسة- الرقمنة التكنولوجية والإعلام الجديد في تحويل التراث من مجرد بيانات محفوظة إلى قوالب فنية جاذبة ومبدعة، تحاكي الواقع التراثي وتضيف عليه تقنيات معززة، تسمح بتبسيط المعلومات وعرضها بشكل أكثر جاذبية، بما يزيد من سرعة الوصول إليها ويدعم جاذبيتها، والسعي لمشاركتها مع الآخرين، أوضحت نتائج الدراسة:

- تقارباً ملحوظاً بين الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- في تقديم تراثها عبر ثلاثة قوالب فنية هي (الأخبار المقروءة، الصور الثابتة، الفيديوهات)، بتفاوتٍ عددي بين الصفحات الثلاث، وجاءت الأخبار المقروءة (منشوراً خبرياً مصحوباً بصورة ثابتة) في الترتيب الأول بنسبة 60%، وإن تفوقت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية بعرض 346 خبراً، ارتباطاً بكمٍ وافرٍ من التراث المادي للآثار والمواقع الأثرية، لكن يؤخذ على الصفحات الثلاث تعاملها مع

الرّقمنة الجديدة بنفس أسلوب الإعلام التقليدي، دون إفادةٍ منها سوى توسيع نطاق النشر، على الرغم من إمكانات هائلة تتيحها الرّقمنة في عرض الأخبار منها: إمكانية استخدام الإنفوجراف في تقديم المعلومات الواردة في الأخبار كنوعٍ من المحتوى المرئي، يستخدم لتبسيط المعلومات وشرحها بشكلٍ مبسطٍ وجذاب، باستخدام الرسومات والعناصر المرئية (الإنفوجراف)، مع إمكانية إضافة خاصية قراءته صوتياً لمن يرغب، في إتاحةٍ لتقديم التراث أيضاً لذوي الاحتياجات الخاصة، كما يؤخذ على الصفحات الثلاث التطويل في صياغة الخبر، وإن تميزت صفحة هيئة التراث السعودي بتويب الأخبار مع وضع عناوين لكل خبر مصحوبةً بـ"اقرأ المزيد" كتقنية، بما سمح لها بعرضٍ مجمعٍ لكل الأخبار على واجهة الصفحة، بينما جاءت الأخبار في صفحتي المجلس الأعلى للآثار المصري، وهيئة التراث الثقافي الجزائري، متضمنةً في الأخبار المجمعة عن الوزارات التي تتبعها الصفحات، بما يصعب على المستخدمين متابعتها والتعرف على محتواها.

وجاءت الصور الفوتوغرافية الثابتة في الترتيب الثاني بنسبة 31.9%، وإن تميزت صفحة الجزائر بعرض 185 صورة، وتعاملت الصفحات الثلاث مع الصور باعتبارها مجرد "ألبوم" تقليدي للعرض، دون إفادة من التكنولوجيا التي تسمح بتبويب عرض المتشابه من الصور في فئاتٍ محددة، مع إمكانية إضافة موسيقى كمؤثر صوتي يضيفي على الصور أثناء عرضها جاذبيةً إضافية، كما يؤخذ على الصفحات الثلاث عرض الصور في غالبيتها دون إضافة (caption) أي النص الذي يبرز اسم الأثر، وبعض المعلومات التوضيحية عنه، وهو ما يتيحه الكثير من تطبيقات الرّقمنة بكل سهولة، وفي الترتيب الثالث وبفارقٍ كمي ملحوظ، عرضت الصفحات -عينة الدراسة- فيديووات تحمل

تعليقاً صوتياً مصحوباً بالموسيقى والنص المكتوب بنسبة 3%، وإن اقتصر ذلك على صفحتي (هيئة التراث الثقافي الجزائرية) التي عرضت (17 فيديو)، ثم صفحة (المجلس الأعلى للآثار المصرية)، والتي عرضت (5 فيديوهات فقط) على الصفحة، مع إتاحة كم أكبر من الفيديوهات عبر تطبيقات يوتيوب وإنستجرام (ولكن دون إشارة واضحة لذلك)، وتميزت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية بعرض فيديوهات مثلت قالب الإعلان الترويجي عن هرم خوفو الأكبر، ونقل مركب خوفو، بينما عمدت صفحتا هيئات الآثار السعودية والجزائرية إلى الأنماط التقليدية كالفيلم التسجيلي، أو الفيديو المصحوب بموسيقى فقط.

وبشكل عام توضح النتائج عدم إفادة الصفحات من تقنيات الوسائط المتعددة المتاحة، فيما يتعلق بالقوالب الفنية التي يتيحها الواقع المعزز، من خلال تطبيقات مجانية متاحة على موقع Google، وبسهولة استخدامها من قبل الهواة والمحترفين، من أمثلة تطبيقات: Canva- Snapseed- Filmic pro- Adope light room- Movie pro- Imovie- In shot وهي تطبيقات مجانية في غالبيتها، يسهل استخدامها على الموبايل أو أي جهاز حاسوب ولا تتطلب مهارات كبيرة لاستخدامها.

3- وعن كيفية إفادة الهيئات التراثية الرسمية من صفحاتها ومنصاتها في جذب الجمهور للتواصل والمشاركة وجعله عنصراً فاعلاً في المشاركة المجتمعية، دعماً لمنظومة التنمية المستدامة:

- جاءت صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية في المركز الأول، في تقديم إتاحتات مختلفة من طرق التواصل عبر تطبيقات (FACE BOOK، إنستجرام، تويتر، لينكد إن)، إضافة إلى رقم خط ساخن، وبريد إلكتروني، لسرعة

التواصل مع الجمهور، والإفادة من الرقمنة في وضع أيقونة إلكترونية "GPS"، توضح عناوين الهيئة، والمتاحف والمعالم الأثرية، إضافة إلى نشر الصفحة لأدلة إلكترونية في صورة كتيبات إلكترونية (للمواقع الأثرية للزيارة، ودليل متاحف المفتوحة للزيارة)، وإتاحة شراء تذاكر الزيارة، وشراء تصاريح الزيارة المجمعمة إلكترونياً، واستخراج تصاريح التصوير، وإقامة الأنشطة والفعاليات، إتاحة النشر العلمي للباحثين في مجال الآثار، وإعلانات الوظائف إلكترونياً من خلال الصفحة.

- كذلك قدمت صفحة التراث الثقافي بالجزائر إتاحت إلكترونية متنوعة عبر تطبيقات (FACE BOOK، إنستجرام، تويتر، بريد إلكتروني لسرعة التواصل)، مع إتاحة النشر العلمي للباحثين في مجال التراث من المصريين والأجانب، إعلانات التوظيف، المناقصات والمسابقات المطروحة للجمهور حول التراث، فضلاً عن فنتي "شاركونا آراءكم، لطرح انشغالاتكم".

- وجاءت صفحة هيئة التراث السعودي في الترتيب الثالث؛ حيث وضعت Icon "تواصل معنا" على الصفحة، وأشارت إلى أنها لا زالت تحت الإعداد دون تفعيل، وإن حرصت الصفحة على وضع فئة: "التراخيص والتصاريح"، التي تسمح للجمهور باستخراج تراخيص إقامة مشروعات ترتبط بالتراث الحرفي اليدوي، البرامج والمبادرات التي تسمح بتواصل المستخدمين ومشاركتهم في المبادرات التراثية المطروحة.

4- وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة أن الأهداف الإعلامية والتوعوية والسلوكية التي تبنتها الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- من خلال تحليل محتوى الموضوعات المقدمة، والتي تم اشتقاقها من الرؤية والأهداف

والركائز الاستراتيجية، التي تتبناها الهيئات المسؤولة عن التراث في الدول الثلاث، وتم قياسها من خلال الفئات المطروحة كالتالي:

جاء الهدف الإعلامي (التعريف بالقضية وتقديم معلومات)، في الترتيب الأول (بنسبة 44.1%)، وهو ما يعكس الهدف الرئيسي من إنشاء هذه الصفحات؛ حيث إن نشر المعلومات حول التراث الثقافي هو الخطوة الأولى لتعزيز الوعي به وتشجيع الجمهور على المشاركة في حمايته، وجاء هدف تدعيم اتجاهات إيجابية تخدم التراث، في الترتيب الثاني (بنسبة 23.2%)، الأهداف السلوكية (القيام بسلوك يتفق مع المضمون التراثي المقدم، تدعيم سلوك قائم)، في الترتيب الثالث (بنسبة 17.5%)، وهو ما يعكس حرص الصفحات الثلاث - عينة الدراسة- على التركيز على الأهداف الداعمة للتراث والأهداف السلوكية، سعياً إلى خلق ودعم اتجاهات إيجابية تجاه قضية التراث بكل أبعادها الثقافية والتاريخية والمجتمعية، وتشجيع الجمهور على المشاركة الفعالة في نشره والحفاظ عليه، بينما جاء الهدف التوعوي (خلق الوعي بأهمية موضوعات التراث) في الترتيب الرابع (بنسبة 12.5%)، على الرغم من أهمية نشر الوعي المجتمعي بقضايا التراث، باعتبار ذلك جزءاً لا يتجزأ من منظومة التنمية المستدامة وله ارتباط مباشر بتأكيد الهوية الوطنية، ودعم الانتماء، ورفع معدلات النمو الاقتصادي الوطني، وجاءت الأهداف المستقبلية في الترتيب الأخير (بنسبة 2.7%) ممثلة في (الدعوة إلى المشاركة وإبداء الرأي وطرح أفكار للتطوير)، وتعكس النسبة ضالة اهتمام الصفحات الثلاث بالنظرة المستقبلية لقضية التراث، وهو ما يتطلب تطوير الرؤى الاستراتيجية، والخطط والسياسات التي ينبغي العمل عليها للتطوير والتحسين، وتحقيق مزيد من الاستفادة من تقنيات الإعلام الرقمي في ضوء الفرص والتحديات المتاحة.

5- وأوضحت نتائج الدراسة كيفية إفادة هيئات التراث في الدول الثلاث من صفحاتها الإلكترونية- في خلق استمالات عقلانية ووجدانية، وتقديم أساليب إقناعية متنوعة تسهم في زيادة الوعي بأهمية حماية التراث الثقافي العربي ونشره، وذلك من خلال عددٍ من الفئات منها (تعزيز الهوية الوطنية، فهم الماضي، تنمية مهارات التفكير النقدي، تعزيز الإبداع)، كمرتكزات أساسية لدعم الاستمالات العقلية، كما سعت الصفحات الثلاث إلى تعزيز الاستمالات الوجدانية من خلال (الفخر، الانتماء، المسؤولية، والمشاركة المجتمعية)، وإن عمدت الصفحات في محتواها إلى دعم الاستمالات الوجدانية لدى جمهورها بشكل أكبر من الاستمالات العقلانية، وتفسير ذلك يرجع الأمر لطبيعة الشخصية العربية، وما تتميز به من تغليب للجوانب الوجدانية، والإعلاء من مشاعر الفخر والانتماء والعزة بالأوطان، وهو ما نجح المضمون المقدم عبر الصفحات الثلاث للعينة في دعمه وتأكيده، كما نوعت الصفحات الثلاث من أساليب الإقناع المقدمة عبر مضمونها من خلال فئات (ربط التراث بالحاضر والمستقبل، وإبراز فوائد الحفاظ عليه وأهمية نشره، وبناء جسور التواصل مع المجتمع الخارجي والدأخلي، من خلال عرض المعلومات بترتيب منطقي، مدعومة باستشهادات وأدلة متنوعة مع توفير قاعدة بيانات شاملة للمحتوى التراثي من خلال الأرشيف الإلكتروني، وعرضه بطريقة تتسم بالوضوح إلى حدٍ ما.

- كما حرصت الدراسة على رصد مدى مناسبة توظيف عناصر التقنية الرقمية في الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- كفيًا من خلال (الوصول المتاح والتفاعلية، التعلم والتعليم، التنوع والشمول في المحتوى المقدم، التفاعل الاجتماعي والمشاركة، تشكيل الآراء والاتجاهات، الترفيه والتجربة الشخصية، التواصل بين الثقافات، وتشجيع الابتكار والإبداع).

ويلاحظ أن الصفحات الثلاث لم تنجح في تقديم تجربة ترفيهية وشخصية للمستخدمين، بإتاحة استكشاف الأعمال التراثية باستخدام التقنية الرقمية، إضافة إلى عدم الاستفادة منها بخلق جولات افتراضية داخل المعالم الأثرية مثلاً، وهو التوجه الجديد الذي تتيحه الرقمنة بالزيارة عن بعد، والتي تعدُّ بمثابة رحلات تفاعلية لمواقع التراث المادية وغير المادية، تحاكي الواقع الفعلي، وتكسب المستخدم التجربة الشخصية، إلى جانب الإمتاع والترفيه.

وفي إطار كلِّ ما سبق:

6- خرجت نتائج الدراسة بعددٍ من المؤشرات حول الفرص والتحديات التكنولوجية التي يمكن رصدها من خلال توظيف هذه الصفحات الإلكترونية للرقمنة الجديدة، ومدى نجاحها في التحول من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد، بعد رصدٍ كفي في تم استعراضه للفرص والتحديات المتاحة لكل صفحةٍ منها على حدة، تشير نتائج الدراسة إلى أن الفرص والتحديات المتاحة إجمالاً هي:

أولاً: الفرص المتاحة:

- الحفاظ على التراث: سعت الهيئات التراثية الرسمية الثلاث -عينة الدراسة- إلى حفظ جانب كبير من تراثها إلكترونياً، بتوثيق المواد والمعلومات المتعلقة بالتراث بشكلٍ إلكتروني على صفحاتها، مما يسهل الوصول إليها ويحميها من التلف والضياع.
- نشر التراث: وفرت الصفحات الإلكترونية الثلاث -عينة الدراسة- وسيلةً فعالةً لنشر التراث وإيصاله لجمهورٍ أوسع، بما يمكّن الأفراد والمؤسسات والمنظمات من رفع المواد التراثية على الصفحات الإلكترونية ومشاركتها مع الآخرين، مما يعزز التفاعل والتبادل الثقافي.

- **التواصل على النطاق العالمي:** باستخدام الصفحات الإلكترونية الثلاث، يمكن للتراث أن يكون متاحًا للجمهور العالمي؛ حيث يمكن لأي شخص من أي مكان في العالم الوصول إلى المواد الرقمية التراثية بسهولة، مما يعزز الوعي الثقافي والتفاهم العالمي.
- **التفاعل والمشاركة:** أتاحت الصفحات الإلكترونية الثلاث فرصًا للتفاعل والمشاركة، بشكل مباشر ومتنوع، بما يمكن الجمهور من التعليق والمشاركة في المناقشات والمساهمة في إثراء المحتوى، مما يعزز التفاعل والتواصل الثقافي.
- **الإتاحات الثقافية واللغوية:** حرصت صفحتا التراث السعودية والجزائرية على إتاحة محتواها باللغة العربية، مع إتاحة لغة أخرى (الإنجليزية - الفرنسية)، بينما قدمت صفحة التراث المصري محتواها باللغة العربية فقط، مع التغلب على ذلك في الفيديوهات المقدمة بترجمتها إلى الإنجليزية، كذلك حرصت صفحتا التراث السعودية والجزائرية على تنوع أشكال التراث المقدمة المادي وغير المادي، بينما أولت صفحة التراث المصري اهتمامًا بالغًا للتراث المادي فقط بالتركيز على الآثار والمواقع الأثرية في غالبية المحتوى المقدم.
- **القضايا القانونية وحقوق الملكية:** سعت الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- إلى الإفادة من هذه الفرصة إلكترونيًا، بتخصيص فئة للنصوص القانونية المنظمة لحماية التراث، بيد أن هذا يمثل في بعض جوانبه تحديًا يظل قائمًا ويتطلب مزيدًا من التشريعات الخاصة باحترام حقوق الملكية الفكرية للمواد المنشورة، إضافة إلى قيود قانونية على استخدام بعض المواد التراثية.

ثانياً: التحديات التي يفرضها الإعلام الرقمي الجديد على المنصات والصفحات المנוطة بحفظ التراث ونشره:

الحفاظ على المحتوى الرقمي: يشكل الحفاظ على المحتوى الرقمي تحدياً كبيراً؛ حيث يحتاج المحتوى الرقمي إلى عمليات الصيانة والتحديث المستمرة، للحفاظ على جودته وسلامته، ارتباطاً بمشكلات مثل فقدان البيانات أو تلفها أو عدم قدرة النظم على التعامل مع تطور التقنية.

تنسيق وتنظيم المحتوى: تنظيم المحتوى الرقمي يمثل تحدياً آخر، وهو الأمر الذي تم رصده في نتائج الدراسة التحليلية لصفحتي التراث المصري والجزائري، بما يشير إلى ضرورة تصنيف المحتوى وتنظيمه، بطريقة مناسبة لتسهيل البحث والوصول إلى المعلومات، يشمل ذلك استخدام أنظمة تصنيف موحدة وواجهات مستخدم سهلة الاستخدام.

تحقيق التوافق التقني: يجب أن تكون صفحات التراث الرقمي متوافقة مع مجموعة متنوعة من الأجهزة والمنصات التقنية، وهو ما نجحت فيه صفحة التراث الثقافي السعودي باستخدام تقنيات 4K، HD، وتقارب الصفحات الثلاث في بث منشوراتها، بشكل يتوافق مع منصات العرض على التطبيقات الإلكترونية المختلفة، وهو ما يتطلب اختبارات وتحسينات مستمرة لضمان التوافق التقني.

الأمان والخصوصية: يجب أن تتم حماية المحتوى التراثي الرقمي من التهديدات الأمنية، وضمان خصوصية المستخدمين، وقد يتطلب ذلك تطبيق إجراءات أمان مثل التشفير والمصادقة والتحكم في الوصول لحماية المحتوى والمعلومات المقدمة.

الاستدامة المالية: توفير التمويل المستدام لصفحات التراث الرقمي يعتبر تحدياً مهماً؛ حيث يتطلب تشغيل وصيانة وتطوير هذه الصفحات تكاليف مالية،

وسعت الصفحات الثلاث -عينة الدراسة- إلى ذلك بدعوة مستخدميها لتقديم الدعم المالي من خلال إتاحة فئة (صناديق دعم التراث)، سعياً للتغلب على هذا التحدي.

وختاماً ومن خلال المقارنة بين صفحات العينة الثلاث -اعتماداً على أبرز عناصر التقنية التي يتيحها الإعلام الرقمي الجديد- ومن خلال المؤشرات الخاصة بالتحليل الكمي والكيفي وباستخدام الوزن النسبي، أشارت النتائج مجتمعة إلى أن صفحة هيئة التراث السعودي هي الأعلى تقييماً بوزن نسبي (35.8%)، تلتها صفحة المجلس الأعلى للآثار المصرية، بوزن نسبي (33.6%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت صفحة هيئة التراث الثقافي الجزائري بوزن نسبي (30.6%)، وإن تقاربت الأوزان النسبية للصفحات الثلاث، بما يعني إفادة الصفحات الثلاث -جزئياً فقط- من إمكانات التقنية المتاحة، وأنها لا زالت في حاجة إلى التطوير والتحسين، والوقوف على جوانب القوة والضعف، تجسيراً للفجوة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، وضرورات مواكبة المستجدات الرقمية، سعياً لتحقيق تكاملي يخدم قضية التراث، حفظاً ونشرًا في إطارٍ أشمل لمنظومة التنمية المستدامة، من خلال زيادة الوعي والتوجيه بأهمية قضية التراث، وكيفية الاستفادة منه في دعم وتطوير مسارات الاقتصاد، وخلق مجالات عمل جديدة، مع تفعيل مستجدات الإعلام الرقمي، واعتبار الرقمنة فرصة وتحدياً معاً، لاستكشاف طرقٍ جديدة للتطوير والتحسين لدفع عجلة التنمية في المجتمعات العربية، وصولاً لمصاف الدول المتقدمة.

مراجع الدراسة

- 1- Zhang, Q. (2023). Design of China's intangible cultural heritage inheritance and protection system based on intelligent media technology. In Sixth International Conference on Intelligent Computing, Communication, and Devices (ICCD 2023). <https://doi.org/10.1117/12.2683105>
- 2- Li, J., & Kim, K. (2023). Kano-QFD-based analysis of the influence of user experience on the design of handicraft intangible cultural heritage apps. Heritage Science, 11(1), 59. <https://doi.org/10.1186/s40494-023-00903-w>
- 3- Deng, J. (2023). A brief analysis of the path of intangible cultural heritage inheritance and innovative development under digital technology. Journal of Innovation and Development, 3(3), 29-32. <https://doi.org/10.54097/jid.v3i3.9898>
- 4- Li, Y., & Song, G. (2023). Research on dissemination strategy of martial arts intangible cultural heritage in Anhui area in new media era. International Journal of Education and Humanities, 9(1), 165-171. <https://doi.org/10.54097/ijeh.v9i1.9383>
- 5- الجندي، ر. (2023). دور الإعلان الرقمي في التوعية بالتراث الثقافي للمحافظات المصرية. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، (0)0، 0-0. <https://doi.org/10.21608/mjaf.2023.247800.3259>
- 6- Skublewska-Paszowska, M., Miłosz, M., Powroźnik, P., & Lukasik, E. (2022). 3D technologies for intangible cultural heritage preservation—literature review for

- selected databases. Heritage Science, 10(1).
<https://doi.org/10.1186/s40494-021-00633-x>
- 7- Zhao, Y. (2022). Digital protection of cultural heritage based on web technology. Mathematical Problems in Engineering, 2022, 1-9.
<https://doi.org/10.1155/2022/3196063>
- 8- محمود، ولاء محمد. (2022). الثقافة البصرية ودورها في استعراض الموروث الشعبي: دراسة على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية. المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، 1(1)، 13-28.
https://ajscd.journals.ekb.eg/article_293326_2869a_e25daf36bc1b79eb3b7299f9e06.pdf
- 9- Qiu, Q., & Zhang, M. (2021). Using Content Analysis to Probe the Cognitive Image of Intangible Cultural Heritage Tourism: An Exploration of Chinese Social Media. ISPRS International Journal of Geo-Information, 10(4), 240. <https://doi.org/10.3390/ijgi10040240>
- 10- حسني، رحاب عصام (2021). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على التراث الثقافي المغربي. المجلة الدولية للدراسات المتعددة التخصصات في البحوث التراثية، 4(1)، 24-44.
ISSN: 2785-9622.
article_187022_77be4fa829d29f498b21c3b2de76a500.pdf
- 11- Liang, X., Lu, Y., & Martin, J. (2021). A Review of the Role of Social Media for the Cultural Heritage Sustainability. Sustainability, 13(3). 1055.
<https://doi.org/10.3390/su13031055>
- 12- Deng, X., Kim, I. T., & Shen, C. (2021). [Retracted] Research on Convolutional Neural Network-Based Virtual Reality Platform Framework for the Intangible

- Cultural Heritage Conservation of China Hainan Li Nationality: Boat-Shaped House as an Example. *Mathematical Problems in Engineering*, 2021, Article ID 5538434, 16 pages, <https://doi.org/10.1155/2021/5538434>
- 13- Hammou, I., Aboudou, S., & Makloul, Y. (2020). Social Media and Intangible Cultural Heritage for Digital Marketing Communication: Case of Marrakech Crafts. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 121-127. <http://doi.org/10.21272/mmi.2020.1-09>
- 14- Amanatidis, D., Mylona, I., Mamalis, S., & Kamenidou, I. (Eirini) (2020). Social Media for Cultural Communication: A Critical Investigation of Museums' Instagram Practices. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 6(2), 38-44. doi:10.5281/zenodo.3836638. <https://ssrn.com/abstract=3747983>
- 15- Pratama, I. G., & Putra Ramantara, P. A. (2020). CREATIVITY IN UTILIZING DIGITAL MEDIA AS AN EFFORT TO PRESERVE MESATUA BALI CULTURE. *Proceeding International Conference on Information Technology, Multimedia, Architecture, Design, and E-Business, 1*, 229-233. Retrieved from <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/imade/article/view/368>.
- 16- Ghermandi, A., Camacho-Valdez, V., & Trejo-Espinosa, H. (2020). Social media-based analysis of cultural ecosystem services and heritage tourism in a coastal region of Mexico. *Tourism Management*, 77, 104002. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104002>.
- 17- Monti, L., Delnevo, G., Mirri, S., Salomoni, P., & Callegati, F. (2018). Digital Invasions Within Cultural Heritage: Social Media and Crowdsourcing. In B. Guidi,

- L. Ricci, C. Calafate, O. Gaggi, & J. Marquez-Barja (Eds.), Smart Objects and Technologies for Social Good: GOODTECHS 2017 (Vol. 233, pp. 102-111). https://doi.org/10.1007/978-3-319-76111-4_11
- 18- Putra, M. A., Erman, E., & Susiyawati, E. (2022). Students perception of augmented reality learning media on solar system topics. Jurnal Pijar Mipa, 17(5), 581-587. <https://doi.org/10.29303/jpm.v17i5.3660>
- 19- الياامي، ش. (2023). اتجاهات طالبات الماجستير في برنامج تقنيات التعليم بجامعة نجران نحو استخدام تقنية الواقع المعزز. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 7(25)، 50-63. <https://doi.org/10.26389/ajsrp.q110623>
- 20- جويفل. ا. ا. م.، جويفل. ا. ا. م. & الفلايله ح. (2023). فاعلية برنامج تدريبي في إكساب مهارات التصميم والإنتاج للواقع المعزز في التدريس لدى معلمات المرحلة الأساسية في معان. مجلة الشرق الأوسط للعلوم الإنسانية والثقافية، 3(4).
- <https://doi.org/10.56961/mejhss.v3i4.494>
- 21- Oke, A. E., & Arowoia, V. A. (2021). An analysis of the application areas of augmented reality technology in the construction industry. *Smart and Sustainable Built Environment, 11*(4), 1081-1098. <https://doi.org/10.1108/sasbe-11-2020-0162>
- 22- Sünger, İ. & Çankaya, S. (2019). Augmented reality: historical development and area of usage. *Journal of Educational Technology and Online Learning, 2*(3), 118-133. <https://doi.org/10.31681/jetol.615499>
- 23- Gugenheimer, J., Stemasov, E., Frommel, J., & Hukzio, E. (2018). A demonstration of sharevr: co-located experiences for virtual reality between hmd and

- non-hmd users. 2018 IEEE Conference on Virtual Reality and 3D User Interfaces (VR). <https://doi.org/10.1109/vr.2018.8446551>
- 24- Jeong, K., Kim, J., Kim, M., Lee, J., & Kim, C. (2019). Asymmetric interface: user interface of asymmetric virtual reality for new presence and experience. *Symmetry*, 12(1), 53. <https://doi.org/10.3390/sym12010053>
- 25- Soydan, O. and Benliay, A. (2020). Virtual and augmented reality applications in landscape design and project presentation techniques. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 8, 33-37. <https://doi.org/10.24925/turjaf.v8isp1.33-37.3926>
- 26- Upasani, N., Manna, A., & Ranjanikar, M. (2023). Augmented, virtual and mixed reality research in cultural heritage: a bibliometric study. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 14(1). <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2023.0140191>
- 27- Kiryakova, G. (2021). The immersive power of augmented reality. *Human 4.0 - From Biology to Cybernetic*. https://www.researchgate.net/publication/341392272_The_Immersive_Power_of_Augmented_Reality/citation/download, <https://doi.org/10.5772/intechopen.92361>
- 28- Manovich, L. (1999). Database as symbolic form. *Convergence: The International Journal of Research Into New Media Technologies*, 5(2), 80-99. <https://doi.org/10.1177/135485659900500206>
- 29- Selen, E. (2015). Cybernetic narrative. *Kybernetes*, 44(8/9), 1380-1387. <https://doi.org/10.1108/k-11-2014-0235>

- 30- الهاجري، ح.، مقصود، ع. & العريشي، م. (2024). تأثير التكنولوجيا الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي وتقنيات الواقع الافتراضي على الترويج والتسويق للمواقع الأثرية والتاريخية في إمارة الشارقة. 177-190. *Al-Adab Journal*, (148),
<https://doi.org/10.31973/aj.v1i148.4194>
- 31- Masood, T. and Egger, J. (2019). Augmented reality in support of industry 4.0—implementation challenges and success factors. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 58, 181-195.
<https://doi.org/10.1016/j.rcim.2019.02.003>
- 32- A. Nijholt, "Social Augmented Reality: A Multiperspective Survey," *2021 Joint 10th International Conference on Informatics, Electronics & Vision (ICIEV) and 2021 5th International Conference on Imaging, Vision & Pattern Recognition (icIVPR)*, Kitakyushu, Japan, 2021, pp. 1-8.
doi: 10.1109/ICIEVicIVPR52578.2021.9564182
- 33- Posloncec-Petric, Vesna & Vuković, Valentina & Bacic, Zeljko & Kljajić, Ivka. (2023). Use of Augmented Reality to Present Archaeological Contents. In: *Advanced Technologies, Systems, and Applications VIII* (pp.186-194). DOI:[10.1007/978-3-031-43056-5_15](https://doi.org/10.1007/978-3-031-43056-5_15)
- 34- Kwon, H., & Morrill, K. (2022). Virtual Reality: Immersive and Situated Art Education With 360-Degree Cameras, and Augmented and Virtual Reality Technology. *Art Education*, 75(4), 27-32.
<https://doi.org/10.1080/00043125.2022.2053458>

* تم الرجوع إلى المراجع التالية:

1. Garris, A. (2023). **Augmented reality photography: A primer on techniques and applications**. New York: Routledge.
2. Young, C. (2022). **Lighting for augmented reality: A guide to creating realistic and immersive experiences**. Burlington, MA: Focal Press.
3. Jones, S. (2021). **Editing for augmented reality: A comprehensive guide to post-production techniques**. London: Focal Press.
4. Poupyrev, I. (2020). **The augmented reality handbook: A comprehensive guide to creating AR experiences**. Burlington, MA: Focal Press.
5. Muratore, M. (2019). **Augmented reality: A practical guide**. San Francisco, CA: No Starch Press.
- 36- Porter, N. (2020). Strategic planning and place branding in a World Heritage cultural landscape: a case study of the English Lake District, UK. *European Planning Studies*, 28(7), 1291–1314. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1701297>