

2015

كتاب في دقائق

ملخصات لكتب عالمية تصدر عن مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم



مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم
MOHAMMED BIN RASHID
AL MAKTOUM FOUNDATION

نشأة الجيل الرقمي

كيف يُغيّر جيل الإنترنت عالمنا



تأليف



دون تابسكوت



أول الأجيال الراشدة تكنولوجياً

أعظم التغييرات أثراً على الشباب في العشرين عاماً الماضية هو ظهور الحاسب الآلي والإنترنت وعديد من وسائل التكنولوجيا الرقمية الأخرى. لهذا نطلق على من نشؤوا خلال هذه الفترة «جيل الإنترنت»، الذي يعتبر أول جيل يتأثر بطوفان المعلومات والبيانات الرقمية.

ربما تعرف شخصاً يتراوح عمره ما بين 11 و31 عاماً. قد تكون والده أو معلمه أو مديره. من المؤكد أنك رأيت قدرة هؤلاء الشباب على إنجاز خمسة أنشطة مثلاً في وقت واحد، ورأيت الطريقة التي يتفاعلون بها مع وسائل الإعلام المختلفة، مثل مشاهدة الأفلام على شاشة لا يزيد حجمها على بوصتين. إنهم يستخدمون الهواتف المحمولة بشكل مختلف عنك، فأنت تتحدث في الهاتف المحمول أو تتفقد من خلاله البريد الإلكتروني، أما بالنسبة إليهم فالبريد الإلكتروني يعتبر وسيلة تواصل قديمة؛ إنهم اليوم يستخدمون الهاتف في التواصل بالرسائل النصية، وتصفح الإنترنت، وتحديد اتجاهات السير، والتقاط الصور، وتسجيل مقاطع الفيديو والتعاون مع بعضهم، كما يستخدمون «فيسبوك» كلما سئحت لهم الفرصة حتى في العمل ودائماً ما تكون برامج الرسائل الفورية مثل «سكايب» تعمل في الخلفية.

يرتبط هؤلاء الشباب بالتكنولوجيا ارتباطاً فطرياً وأول ما يلجؤون إليه بشكل تلقائي هو الإنترنت ليتواصلوا ويفهموا ويتعلموا ويبحثوا. لكن الأمر لا يقتصر على طريقة استخدامهم للتكنولوجيا بل إن نشأة هذا الجيل في العصر الرقمي لها أعمق الأثر على تفكيرهم، حيث غيرت الطريقة التي تعمل بها عقولهم ويمكنك أن ترى ذلك في سلوكياتهم إذ يتصرفون بصورة مختلفة. هؤلاء الشباب يعيدون تشكيل كل كيان في الحياة الحديثة: مكان العمل والأسواق والتعليم وحتى الأسرة. وهذه بعض الطرق التي يحدث بها ذلك:



في ثوانٍ...



لا بد أن نعي أن الحياة تغيرت كثيراً عن السابق بفضل التكنولوجيا المتقدمة ووسائلها المتعددة التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من أساسيات حياتنا وأفرزت جيلاً كاملاً يسمى الجيل الرقمي، الذي يتعامل مع التقنيات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في كافة جوانب حياته، بل ويستخدم تلك الأدوات في التعلم والمحاكاة وأداء الكثير من المهام اليومية.

ولم يقف الأمر عند هذا الحد بل أصبحت وسائل التكنولوجيا الحديثة تتحكم وتؤثر بشكل كبير على أشكال التواصل بين أفراد العائلة والمجتمع، وتهدد طبيعة العلاقات التقليدية التي ترسخ مبادئ المشاركة والتعاون، وحب الغير في نفوس الأبناء.

لماذا ظهر الجيل الرقمي وتبني استخدام هذه الأدوات في تفاصيل حياته؟ لأن أدوات التكنولوجيا الحديثة تحمل صفاته وتخاطبه ونحن لانستطيع أن نوقف عجلة الزمن أو هذا السباق المحموم نحو التطور التكنولوجي. لكن لا بد أن لا نغفل عن جانب مهم وسط كل هذا التطور وهو خلق التوازن في حياة أبنائنا من الجيل الرقمي، بين متطلباتهم المستجدة وبين طبيعة بيئتنا وعلاقاتنا التي فطرنا عليها الخالق.

ولا يأتي هذا التوازن إلا من خلال قيامنا بعدة خطوات أهمها تعويد أبنائنا على الاستخدام الأمثل لوسائل التكنولوجيا الحديثة، وتعزيز التواصل المباشر في علاقات أبنائنا مع كل من حولهم، ومراقبة مدى استفادتهم في استخدام التكنولوجيا الحديثة للتدخل في الوقت المناسب وتلافي كثير من المخاطر، لننشئ أجيالاً سويةً نفسياً واجتماعياً وقادرة على إحداث التغيير الإيجابي في مجتمعاتها.

وتسلط مبادرة «كتاب في دقائق» الخاصة بمؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم من خلال الملخصات الشهرية لأهم الكتب العالمية، الضوء في مجموعتها الجديدة على هذا الموضوع إلى جانب موضوعات أخرى تتناول سبل شحن الطاقة وأسرار التحدث بطلاقة.

فمن خلال كتاب «نشأة الجيل الرقمي.. كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا» نتعرف إلى تأثير ظهور الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية على فئة الشباب، ومدى ارتباطهم بها. كما يحدد الكتاب السمات العقلية لجيل الإنترنت. ويؤكد على ضرورة إعادة النظر في أساليب استثمار المواهب من أبناء هذا الجيل.

ويناقد كتاب «تحدث بطلاقة.. الأسرار التسعة لمحدثي تيد» كيف يمكن للشخص أن يصبح خطيباً مُمَوَّهاً ويتمتع بموهبة الإقناع، مثل أهم المتحدثين الذين يستضيف محاضراتهم موقع «تيد» الشهير. حيث يحدد الكتاب عدة أسرار ليصبح الشخص متحدثاً لبقاً.

أما كتاب «هل شحنت كل طاقاتك.. 3 مفاتيح لبث الحيوية في عملك وحياتك» فيتحدث عن معايير جديدة لتقييم أدائنا وقياس معنى ومغزى حياتنا اليومية، ويضع الكتاب 3 خطوات لشحن الطاقات. كما يعرفنا إلى الطرق الصحيحة لإزالة المؤثرات من حياتنا والتي تسبب الإجهاد والتعب.

هذه هي مقتطفات من مجموعتنا الجديدة لكتاب في دقائق والتي نأمل أن تمدكم بالفائدة والمعلومات القيمة التي تشحن الفكر وتثري العقل.

جمال بن حويرب
العضو المنتدب لمؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم

◆ داخل الكيان العائلي غيّر هذا الجيل في العلاقة بين الآباء والأبناء بعد أن أجاد استخدام أداة العصر: الإنترنت.

وخلاصة القول أنك إن استطعت أن تفهم جيل الإنترنت فسوف تستطيع أن تفهم المستقبل وكذلك مدى حاجة مؤسساتنا ومجتمعاتنا إلى التغيير اليوم.

ويتعاونوا مع المنتجين في ابتكار المنتجات والخدمات. ويمكن القول بأن مفهوم العلامة التجارية تغير إلى الأبد بفضل هذا الجيل.

◆ في مجال التعليم فرضوا نموذجاً مختلفاً للتربية والتعليم ليتغير النموذج المعروف الذي يركز على المعلم وقوامه التلقين، إلى نموذج يركز على الطالب وقوامه التعاون.

◆ يتسم سلوك الموظفين والمديرين من أبناء جيل الإنترنت بالطابع التعاوني وهم يحطمون بذلك الشكل الهرمي التقليدي للهيكل الإداري، كي يجبروا المؤسسات على تغيير طريقتها التقليدية في استثمار المواهب ومكافأاتها وتمييزها والإشراف عليها.

◆ لا يريد أبناء هذا الجيل الاكتفاء بدور المستهلكين بل يريدون أن يكونوا إيجابيين

القواعد الثماني لجيل الإنترنت

يختلف جيل الإنترنت عن آبائهم في ثمانية أوجه. ونطلق على أوجه الاختلاف هذه: قواعد جيل الإنترنت. هذه القواعد ضرورية حتى نفهم كيف يغير هذا الجيل مجال العمل والأسواق والتعليم والأسرة والمجتمع.

1. ينشدون النزاهة والصراحة في المؤسسات التي سيشترون منها أو يعملون فيها.
2. يريدون فرصاً للترفيه واللعب سواء في حياتهم العملية أو التعليمية أو الاجتماعية.
3. يتعاونون ويحبون توطيد العلاقات.
4. يحتاجون إلى السرعة وليس فقط في ألعاب الفيديو، فيما أن المعلومات تنتشر في عالم اليوم عبر شبكات واسعة من الناس فقد أصبح التواصل بين الأصدقاء والزملاء والرؤساء يتم بشكل أسرع من أي وقت مضى ومن ثم يجب أن يدرك أصحاب الأعمال والمسوقون أن هذا الجيل يتوقع من الآخرين نفس السرعة في التواصل أي أن كل رسالة فورية لا بد أن يعقبها رد فوري.
5. يبدعون.

1. يريدون الحرية في كل ما يفعلون بدءاً من حرية الاختيار ووصولاً إلى حرية التعبير. فبينما كانت الأجيال السابقة تنهبر بقنوات البيع وأنواع المنتجات والعلامات التجارية المختلفة، يعتبرها جيل الإنترنت أمراً عادياً ويبحثون عن الرسالة التسويقية التي ترضيهم وتناسب ميولهم واحتياجاتهم.
2. يحبون إضفاء الطابع الشخصي على كل شيء.
3. يدققون كثيراً. بما أن جيل الإنترنت لديه هذا الكم الضخم من مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت (ونستثني من ذلك المعلومات غير الموثوق بها: كالبريد المزعج والمعلومات المغلوطة والخدع

السمات المخية عند جيل الإنترنت

بمجرد بلوغ أبناء هذا الجيل العشرينيات من عمرهم يكونون قد أمضوا ما يزيد على 20,000 ساعة على الإنترنت، وما يزيد على 10,000 ساعة في ممارسة نوع أو آخر من ألعاب الفيديو. يحدث هذا خلال سنوات المراهقة، حيث تكون عقولهم حساسة للمؤثرات الخارجية. وتوضح الدراسات الحديثة أنه على الرغم من أن حجم المخ لا يتغير بشكل كبير بعد العام السادس، تستمر بنية المخ في إعادة تشكيل نفسها طوال مرحلة المراهقة وصولاً إلى مرحلة البلوغ. وتشير الدراسات إلى حدوث تغيير كبير في مناطق معينة بالمخ بين عمر 12 و24 عاماً وهي المناطق المسؤولة عن الانتباه وتقييم المكافآت والذكاء الوجداني والتحكم في الذات وتحقيق الأهداف. فهل يمكن أن تؤثر النشأة في هذا العصر الرقمي على التكوين الفسيولوجي لمخ المراهق أو على الأنشطة التي يمارسها؟ وإن كان الأمر كذلك، فكيف؟



اكتشف «جرين» حقيقة مهمة: أنه وصديقه الأول كانا يقضيان ليالي طويلة يلعبان ألعاب الفيديو ذات المؤثرات الحركية السريعة، بينما لا يلعبها صديقه الآخر. عثر «جرين» بذلك على دليل مادي يثبت أن التكنولوجيا التفاعلية - في ألعاب الفيديو - يمكن أن تحدث تغييراً في المخ وبخاصة في الطريقة التي نميز بها الأمور. فهذه الألعاب تمكن الإنسان من ملاحظة أشياء أكثر في مجال رؤيته كما أنها ترفع من سرعة معالجته للمعلومات البصرية.

بالمشوّشات البصرية. إن استطاع الشخص العادي التعرف إلى الهدف في 50% من المرات، فهل يستطيع الشخص الأصم أن يحرز نتيجة أفضل؟ لكن عندما طبق «جرين» الاختبار على نفسه أحرز 100%، فظن أن هناك خطأ في البرمجة. فطلب من أقرب أصدقائه أن يخضع للاختبار، فأحرز هو أيضاً 100%. فتأكد «جرين» أنه خطأ في البرمجة. فطلب من صديق آخر أن يخضع للاختبار، لكن هذه المرة أحرز صديقه 50% كما كان متوقعاً. فماذا حدث؟!

عندما كان «سي شون جرين» طالباً في السنة التمهيديّة بكلية الطب كان يمضي ليالي طويلة يمارس إحدى ألعاب الفيديو السريعة. وفي صباح أحد الأيام جلس أمام شاشة الحاسب ليعمل على تجربة يشرف عليها معمل الجامعة من أجل أبحاث عن الرؤية والمخ فاكتشف وجود خطأ ما. المفترض أن تختبر التجربة ما إذا كانت ردود الأفعال البصرية عند الصم أسرع من الشخص السليم أم لا. كان على المشاركين في التجربة أن يتعرفوا إلى صورة تتحرك سريعاً على شاشة الحاسب المملوءة

توصل «جرين» إلى ثلاثة استنتاجات. أولاً: على الرغم من أن ممارسة ألعاب الفيديو قد تبدو عملاً غير ذي نفع فإنها قادرة على تعديل عملية معالجة المنبهات البصرية أي أن من يلعبون هذه الألعاب قادرون على تتبع عدد أكبر من الأشياء في وقت واحد، مقارنةً بمن لا يلعبونها. وثانياً: من يلعبون هذه الألعاب أفضل من غيرهم في ملاحظة العالم الفوضوي، حيث يستطيعون أن يتعرفوا بسرعة إلى هدف غير ملحوظ في مجال يعج بالفوضى البصرية. وثالثاً: ذوو الخبرة في ألعاب الفيديو أفضل في معالجة سيل سريع من المعلومات البصرية.

أثر جيل الإنترنت على مجال التعليم



ويترك لهم مجالاً ليستكشفوا بأنفسهم بدلاً من تلقينهم المعلومات. كما يجب أن تركز المدارس على تقديم العلم بالطريقة التي تناسب نمط كل طفل في التعلم، وليس بطريقة واحدة للجميع، وأن تشجع الطلبة على التعاون بدلاً من أن تجعل منهم جزءاً منعزلة.

يعتبر نموذج التعلم الفردي شيئاً غريباً على هذا الجيل الذي نشأ أبناؤه يتعاونون ويتشاركون ويبدعون في كل شيء معاً على الإنترنت. ويدرك كثير من المربين حالياً ذلك فالطلاب لا يستوعبون ما تعلموه داخل الفصول إلا عندما يبدؤون الحديث مع بعضهم. في واقع الأمر، توصلت الأبحاث إلى أن التعلم التعاوني أكثر فاعلية في زيادة التحصيل الأكاديمي من التعلم الفردي أو التنافسي.

رغم أن جيل الإنترنت قد نشأ في ظل عصر رقمي ويعيش في القرن الحادي والعشرين، ما زال نظام التعليم متأخراً أكثر من مائة عام، حيث إن نموذج التعليم المعمول به اليوم كان مُصمماً لعصر الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر، ويدور في فلك المعلم الذي يعتمد على التلقين وتقديم المعلومة بأسلوب موحد بغض النظر عن اختلاف قدرات الطلاب ومهاراتهم، والمتوقع من كل طالب أن يعمل منفرداً وأن يستوعب كل المحتوى الذي يقدمه المعلم. ربما كان هذا مناسباً في عصر اقتصاد الإنتاج الضخم لكنه لا يتناسب مع تحديات الاقتصاد الرقمي أو مع عقول هذا الجيل. لا عجب أن معظم الطلبة يرفضون هذا النظام. الأولى أن يركز نظام التعليم على الطالب وليس على المعلم، وأن يتفاعل المعلم مع الطلبة،

إعادة النظر في العملية التعليمية

- هذه ست استراتيجيات تساعد المعلم في أن يكون معلماً أفضل في هذا العصر الرقمي الجديد:
1. التكنولوجيا وحدها داخل الصف الدراسي ليست عصا سحرية تصنع المعجزات. ركز على تغيير أسلوب التدريس وليس على التكنولوجيا، لتحقيق تغيير جذري في العلاقة بينك وبين الطلاب خلال العملية التعليمية.
 2. توقف عن أسلوب المحاضرات وابدأ في طرح الأسئلة على الطلاب، ثم أنصت لإجاباتهم



ولأسئلتهم أيضاً. أعطهم مجالاً ليكتشفوا الإجابات بأنفسهم ويصنعوا معك خبرة جديدة في التعلم.

3. شجّع الطلاب على التعاون.

4. رسخ مفهوم التعلم مدى الحياة وليس لاجتياز الاختبار وحسب. لا تقلق إن نسوا تواريخ معارك مهمة في التاريخ، إذ يمكنهم أن يبحثوا عنها سواء في الكتب أو على الإنترنت. علمهم كيف يتعلمون وليس ما يجب أن يعرفوه.

5. استخدم التكنولوجيا في التعرف إلى الطلاب وتصميم البرامج التعليمية المناسبة لسرعة وقدرات كل منهم.

6. صمّم برامج تعليمية تتوافق مع القواعد الثماني لجيل الإنترنت.

جيل الإنترنت في العمل

يملك أصحاب العمل خيارين: إما أن يرفضوا التكيف مع أبناء الجيل الرقمي ويظلوا ملتزمين بالهيكل الهرمي القديم، فيصنعون جداراً عازلاً بينهم وبين الموظفين من أبناء هذا الجيل، لكنهم إن فعلوا ذلك فسيهدرون فرص التعلم منهم ومن طريقتهم في التفكير ومن الأدوات التي يستخدمونها في التعاون مع بعضهم. يعتبر هذا خياراً فاشلاً في بيئة العمل العصرية المعقدة. على الجانب الآخر، ستفوز في عالم الأعمال المؤسسات التي ستتبني الطرق التعاونية لهذا الجيل في العمل.



الحرية

◆ حرية اختيار وقت ومكان العمل.

ما يجذب أبناء الجيل الرقمي في أية مؤسسة هو المرونة في ساعات العمل، والفوائد التي تعود عليهم، ولهذا فإن أكثر من 50% منهم يفضلون العمل خارج المكتب. قد تظنهم مدللين لكنهم في حقيقة الأمر ربما يكونون أكثر إبداعاً بعيداً عن مناخ المكاتب الرسمي.

◆ حرية الاستمتاع بالعمل والحياة

العائلية. يعشق جيل الإنترنت العمل الهادف

العمل أو التوظيف الموسمي أو نظام العمل تحت الطلب والمناوبات.

◆ حرية تجربة وظائف جديدة. يشعر

هذا الجيل بالانتماء إلى مساره الوظيفي فقط وليس إلى صاحب العمل. وهم على استعداد للبقاء في المؤسسة التي تتميز بالمرونة في هيكلها الوظيفي والقابلية للحركة الداخلية وبتكون العمل إن لم تزودهم المؤسسة بالتدريب والتأهيل المناسبين كنوع من الاستثمار فيهم.

الذي يتسم بالتحدي وتعدد الخيارات المتاحة، لكنهم أيضاً يرغبون في حياة متوازنة. أضف إلى ذلك أنهم يتوقعون أن يتمتعوا بالحرية في مزج حياتهم الخاصة بالعمل، كما كانوا يفعلون في المدرسة، كما أنهم يريدون أن يخضعوا للتقييم وفقاً لأدائهم، وليس للوقت الذي يقضونه داخل مكان العمل. المؤسسات الذكية هي التي تطبق أنظمة التوظيف غير التقليدية: مثل العمل بدوام جزئي، أو نظام الساعات المرنة أو العمل المؤقت أو مشاركة

شركات التأثير

تُعدّ شبكات التواصل الاجتماعي التي غالباً ما يقودها الشباب ساحة الحوار الرئيسية لهم حيث يتحدثون ويقابلون أصدقاءً جدداً ويتواصلون مع معارفهم بالإضافة إلى تبادل الرأي باستمرار حول الأفلام والموسيقى والملابس وكثير من الأمور الموجودة على هذه الشبكات. عندما يفكر أحدهم ماذا يشتري؟ فهو يتجه إلى شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت ليرى ماذا يشتري أصدقاؤه. تقول الإحصائيات إن 29% ممن ليس لديهم خبرة بمنتج ما يطلبون النصيحة من أصدقائهم، فالأصدقاء يؤثر بعضهم في بعض أكثر من أي وقت سابق. يُطلق على شبكات التواصل هذه، والعلاقات التي تنشأ فيها، شبكات «التأثير»، حيث تكمن قوة التأثير الحقيقية على أبناء جيل الإنترنت في شبكات الأصدقاء والمعارف.





وظيفتي وحياتي كما أريدهما

لقد نشأ أبناء جيل الإنترنت على تكييف كل شيء وفقاً لظروف كل منهم وعندما ينضمون إلى سوق العمل يريدون من صاحب العمل أن يتعامل معهم على أنهم أفراد مستقلون وليس باعتبارهم جزءاً من مجموعة كبيرة. وهذا يعني تقديم فرص تعلم وتطوير فردية وقابلة للتعديل حسب قدرات ومهارات كل موظف، وتوصيف دور كل فرد في كل مشروع ومراقبة الأداء عن طريق مناقشات غير رسمية متكررة تُقيّم إسهامات محددة في العمل داخل المؤسسة. بالإضافة إلى تحسين علاقة المدير والمرؤوس من خلال الحوار المفتوح والمتبادل.

التدقيق

60% من أبناء الجيل الرقمي يتحرّون عن المؤسسات قبل قبول العمل بها ويتحققون من ثقافة العمل فيها ويتابعون أي شكاوى معلنة لأنهم يحبون العمل في المؤسسات التي تتميز بالشفافية.

النزاهة

تعريف النزاهة بالنسبة إلى هذا الجيل هو: الأمانة ومراعاة الآخرين والشفافية. وهم يتوقعون من أصحاب العمل أن يكونوا كذلك، وعندئذ ينخرطون في العمل بسرعة وبحب، ثم يشعرون بالولاء ويقل معدل الاستقالات. الموظفون الذين يعملون في مؤسسات تتميز بالصرّاحة والشفافية يتمتعون بدافعية أكثر وبخاصة إن كانوا يعملون في وظائف تتطلب مهارات التفكير.

اعتادوا الاستجابات الفورية. لذلك إن كان أحد الزملاء غير موجود لإنجاز عمل ما فإنهم يطلبون المساعدة من زميل آخر بدلاً من الانتظار. وهم يشعرون بالإحباط سريعاً إن اضطروا إلى انتظار قرارات المديرين أو التعامل مع مئات الإجراءات الروتينية. المطلوب هو أعلى سرعة ممكنة. المؤسسات الذكية تجزّ مراحل التوظيف بشكل أسرع، بدايةً من عملية التقدم للوظيفة، وانتهاءً بالتوظيف، ويتخلل العمليتين تقديم كثير من الإفادات الراجعة.

الترفيه

العمل والترفيه وجهان لعملة واحدة كما يراها أبناء الجيل الرقمي. ولتحقيق هذا تحتاج المؤسسات أن تصمم نظاماً مناسباً لتشجيع الموظفين على العمل بفاعلية ونشاط. لذا لا بأس إن أخذوا بعض الوقت للراحة، أو تصفح المواقع الاجتماعية، فهذه طريقتهم لتجديد الطاقة من أجل جولة أخرى من العمل.

السرعة

يحتاج أبناء الجيل الرقمي إلى السرعة فقد

التعاون

هذا الجيل لا تلهب حماسه الألقاب أو الدرجات الوظيفية بل إن هدفه هو أداء عمل يتسم بالتحدي لكن ليس بالضرورة الالتزام بمسؤوليات رسمية أو الاضطلاع بمنصب كبير داخل المؤسسة. إن وظيفة الأحلام بالنسبة إليهم هي التي تتعامل مع مشكلات أو معضلات لا يستطيع أحد التعامل معها، وتضم فريقاً رائعاً يعمل معهم. والتعاون كما يرونه هو إنجاز عمل ما مع الآخرين، والشعور بالقوة من خلالها وليس إصدار الأوامر لمجموعة من التابعين.

الابتكار

الابتكار هو السمة المميّزة لثقافة جيل الإنترنت. إن كان لألعاب الفيديو فضل في تعليمهم شيء فهو أن لكل مشكلة عدداً لا نهائي من الحلول، ثم حلت محلها الأدوات الرقمية مثل «فيسبوك» و«ماي سبيس» التي جعلتهم يصنعون لأنفسهم حسابات شخصية متعددة ومتغيرة غالباً أكثر من مرة في اليوم الواحد. سجد أن ثلاثة من بين كل أربعة من أبناء الجيل الرقمي يفضلون أن يجدوا طرقاً جديدة لإنجاز أعمالهم. إنهم يصرون على أن يبتكروا في العمل وأن يضيفوا قيمة ويصنعوا فرقاً ويتحدوا الأوضاع الراهنة وفوق كل ذلك أن يفهموا كيف يسهم عملهم في نجاح المؤسسة ككل.

إعادة النظر في أساليب استثمار المواهب

النموذج القديم لتطوير الموظف: التوظيف ثم التدريب ثم الإشراف ثم الإبقاء على الموظف. أما النموذج الأنسب للرئيس والمرؤوس في إطار هذا الجيل فهو: المبادرة ثم التنفيذ ثم التعاون ثم التطوير. يعكس هذا النموذج الطبيعة التبادلية للعلاقة، وقواعد الجيل الرقمي بشكل أفضل.

مع انضمام جيل الإنترنت لقوة العمل، ستتغير معتقداتنا حول المهوبة والعمل. لهذا:

يبدأ غرس ثقافة التعاون المميّزة للجيل الرقمي في عالم العمل مع بداية استخدامهم لأدوات تقنية كالنواصل عبر الشبكات الاجتماعية. لا بد للمؤسسات أن تتغير بعمق لتتكيف مع أسلوب الجيل الرقمي في العمل، ولكي تنتصر في الحرب من أجل اجتذاب المواهب، من الضروري أن تعيد النظر في الطريقة التي تتعامل بها مع أبناء جيل الإنترنت بدايةً من أول اتصال معهم وحتى بعد أن يتركوا المؤسسة. لقد انتهت صلاحية



◆ صمّم أنظمة عمل تتناسب مع القواعد الثماني للجيل الرقمي. تَعَامَل مع ثقافتهم وسلوكهم على أنها الثقافة الجديدة للعمل.

◆ أعد النظر في مفهومك عن السلطة. كن قائداً جيداً (بمعنى أن تدرّب، وتقدم المشورة، وتيسّر العمل، وتُمكن الموظفين)، لكن لا بد أن تتفهم أنك في بعض المواقف ستجلس في موضع الدارس، بينما يكون الموظف من الجيل الجديد هو المعلم. يحتاج أبناء الجيل الرقمي إلى كثير من الإفادات الراجعة، ولا بد أن يكون التقدير صادقاً وحقيقياً.

◆ أعد النظر في نظام التوظيف، وبادر ببناء العلاقات. لا تهدر الأموال في الإعلان عن طلب المواهب بل استخدم شبكات التواصل الاجتماعي الموثوق بها للتأثير في

الشباب وبناء سمعة طيبة لمؤسستك.

◆ أعد النظر في نوعية التدريب الذي تقدمه ومن المهم أن يكون تدريباً مستمراً. لا تُعَوِّل على برامج التدريب التقليدية المنفصلة عن العمل. قدم محتوى تعليمياً قوياً لكل الوظائف ولكي تحقق هذا شجع الموظفين على التدوين في المدونات.

◆ فكّر كيف يمكنك أن توظف شبكات التواصل الاجتماعي بدلاً من منعها. إن الأدوات التكنولوجية الحديثة مثل: الموسوعات الإلكترونية، والمدونات، وشبكات التواصل الاجتماعي، وتكنولوجيا الحضور عن بعد، والوسم، وأسلوب ترشيح البيانات التعاوني، وأنظمة تحديث البيانات الأوتوماتيكية، كل هذه الأدوات يمكن أن تكون عاملاً جوهرياً لرفع كفاءة الأداء في مكان العمل الجديد.

◆ أعد النظر في عمليات الإدارة وصمّم وظائف وأعمالاً تقوم على التعاون. أعط موظفي الجيل الرقمي فرصة ليُحسِنُوا استخدام أدوات التعاون من خلال الانضمام لأحد أنشطة الشركة التطوعية.

◆ أعد النظر في فكرة الاحتفاظ بالموظف، وابنِ علاقات تدوم. اصنع شبكة علاقات تجمع فيها الخريجين الجدد واطمئن المهوبين إلى شبكة أعمالك إن لم تستطع تعيينهم داخل المؤسسة نفسها؛ ف نماذج الأعمال القائمة على العلاقات الشبكية تعمل بنجاح.

◆ أطلق العنان لرأس مالك من موظفي جيل الإنترنت. أنصت لهم واجعلهم في مقعد القيادة جنباً إلى جنب معك عندما تصمم أماكن العمل والعمليات وأنظمة الإدارة ونماذج العمل التعاوني.

جيل الإنترنت مستهلكون مُنتجون

ما زالت كليات الإدارة حتى اليوم تُدرّس أسس التسويق الأربعة التقليدية: المنتج والسعر والمكان والترويج. لكي تسوّق منتجاً ما بشكل فعال، لا بد أن تصنعه أولاً وتحدد ملامحه ومميزاته، ثم تحدد سعره، ثم تنقي الأماكن التي تباعه فيها، ثم تبدأ في عملية الترويج بقوة من خلال الإعلانات والعلاقات العامة والبريد المباشر إلخ. أنت في هذه الحالة المتحكم الوحيد في الرسالة وما على المستهلك إلا أن يستمع إليك ويشتري المنتج.

لقد تغيرت قواعد هذه اللعبة مع جيل الإنترنت لأن المستهلكين من هذا الجيل ما عادوا يقبلون أن يسلكوا هذا الطريق ذا الاتجاه الواحد، وبخاصة أنهم اعتادوا التواصل الذي يسري في اتجاهين منذ الطفولة. لا يستجيب هذا الجيل فقط لقوة الإعلان، بل هو أكثر خبرة من الأجيال السابقة في ترشيح أو إعادة إرسال أو منع الإعلانات غير المرغوب فيها، وفوق ذلك يمكنه أيضاً أن يقارن المنتج بغيره من المنتجات المماثلة، ولديه العديد من المصادر ليحصل على ما يريد من المعلومات بما في ذلك من ينتقدون المؤسسة ومنتجاتها وخدماتها.

عندما يذهب أبناء الجيل الرقمي للتسوق،

فإنهم يتسوقون وفقاً للقواعد الثماني. ليس هذا فحسب، بل إنهم يتحرّون عن المنتج على الإنترنت مواصفاته وسعره قبل أن تتأقداً أقدامهم أرض المتجر. وهم يتوقعون تعدد الخيارات المتاحة بالإضافة إلى خدمة فائقة السرعة بل ومقتنعون بضرورة احتواء المنتج على شيء من الترفيه والتسلية. كما أنهم لا يرضون بمنتج ذي مواصفات موحدة للجميع يمكن شراؤه من أماكن محددة وفي أوقات محددة، بل إن ما يرضيهم هو المنتج المناسب لظروف كل منهم في المكان والوقت المناسبين لهم وبالطريقة التي يريدونها. لم يعد هناك وجود بينهم لنموذج المستهلك السلبي الذي يستمع فقط لما يقال في وسائل الإعلام. إنهم ليسوا مستهلكين فقط بل إن بعضهم يتحمس للمساهمة في تطوير العلامة التجارية.



من مستهلكين إلى منتجين



السلع والخدمات التي يستهلكونها، وبطبيعة الحال سيتبادلون الخبرات حول إبداعاتهم.

الاستهلاك الإيجابي مظهر من مظاهر المجتمعات القائمة على الاهتمامات المشتركة التي يعمل الأفراد داخلها معاً لحل مشكلة أو تطوير منتج أو خدمة ما. واليوم لدينا من التكنولوجيا في الإعلام ووسائل التعاون الجماعي ما يسمح لهؤلاء الأفراد بالعمل والازدهار، وإن كانوا مبدعين بما يكفي سيطلبهم الآخرون ويصبحون منتجين بين عشية وضحاها. وتستمر فرص ازدهارهم كلما تطورت الشبكات والمدونات والموسوعات وغيرها من الأدوات الأقل انتشاراً مثل برامج تعديل الفيديو المنخفضة السعر.

بفضل تطور شبكة الإنترنت أصبح من الممكن للشركات في كل الصناعات تقريباً تحويل مستهلكي منتجاتهم إلى منتجين، أو بمعنى آخر إلى «مستهلكين إيجابيين». يحدث هذا عندما يشترك المنتج والمستهلك في ابتكار المنتجات والخدمات بشكل مستمر. في الماضي كان من السهل على الشركات أن تتجاهل أو حتى تقاوم إبداعات العملاء التي لا تتناسب مع نموذج العمل والأنظمة الداخلية لديها. أما اليوم فالشباب يتعامل مع العالم على أنه مكان للابتكار وليس للاستهلاك، ولذلك سيتجاهلون المنتجات التي يرفض صانعوها تقبل تعديلاتهم ويتجهون إلى المنتجات التي تسمح لهم بالإسهام في إنتاج

أبجديات التسويق الجديدة

يقود جيل الإنترنت عملية إعادة صياغة مبادئ التسويق وهذه المبادئ الجديدة كالتالي: «المكان + العلامة التجارية + التواصل + الاكتشاف + الخبرة». وهي تعني ببساطة أن أبناء جيل الإنترنت يريدون شراء المنتج في الوقت والمكان الذي يريدون، وأنهم سيسهمون في تشكيل العلامة التجارية والمنتج، ولن يتحملوا أية محاضرات مهما كانت لطيفة وسيحل التواصل والحوار المتبادل محل الإعلانات التقليدية كما ستكون النزاهة، كما هو الحال في أي علاقة، أحد الأسس الرئيسية التي تقوم عليها العلامة التجارية التفاعلية الجديدة، وبما أن أبناء الجيل الرقمي يتحررون عن المنتج وسعره على الإنترنت، فسوف يفاوضون في السعر، وهذا يسمى اكتشاف السعر. وأخيراً فإنهم يتوقعون أن يزودهم المنتج بخبرة قيّمة.



خبرات جيدة للمستهلك. قدم عروضاً ذات قيمة لتزود المستهلك بخبرة أكثر ثراءً واستخدم الإنترنت في نشر قيمتك الجديدة.

3. قلل إعلاناتك في وسائل الإعلام التقليدية. فمعظم إعلانات التلفزيون والإذاعة والإعلانات المطبوعة إهدار للوقت والطاقة والحبر والمال. وجّه نفقات التسويق إلى الوسائل الرقمية.

4. طوّر استراتيجياتك بحيث تتكامل مع شبكات التأثير. فمفاتيح التسويق الثلاثة للوصول إلى أبناء هذا الجيل

سوف تكتشف في ثقافة الجيل الرقمي وخبراتهم كمستهلكين، قيم القرن الحادي والعشرين وعلاقاته والنموذج الجديد لتسويق مؤسستك. فيما يلي سبعة إرشادات لخطتك التسويقية حسب المبادئ الجديدة:

1. لا تركز على عملائك بل أشركهم معك. اجعل منهم منتجين لمنتجاتك وخدماتك. فالشباب يرغب في التعاون معك في الإبداع. دعهم يُعدّلوا قيمة منتجك، وانفتح عليهم بمنتجاتك وخدماتك.
2. لا تبتكر منتجات وخدمات بل ابتكر

هي: الحديث المباشر ثم الحديث المباشر ثم...
الحديث المباشر!

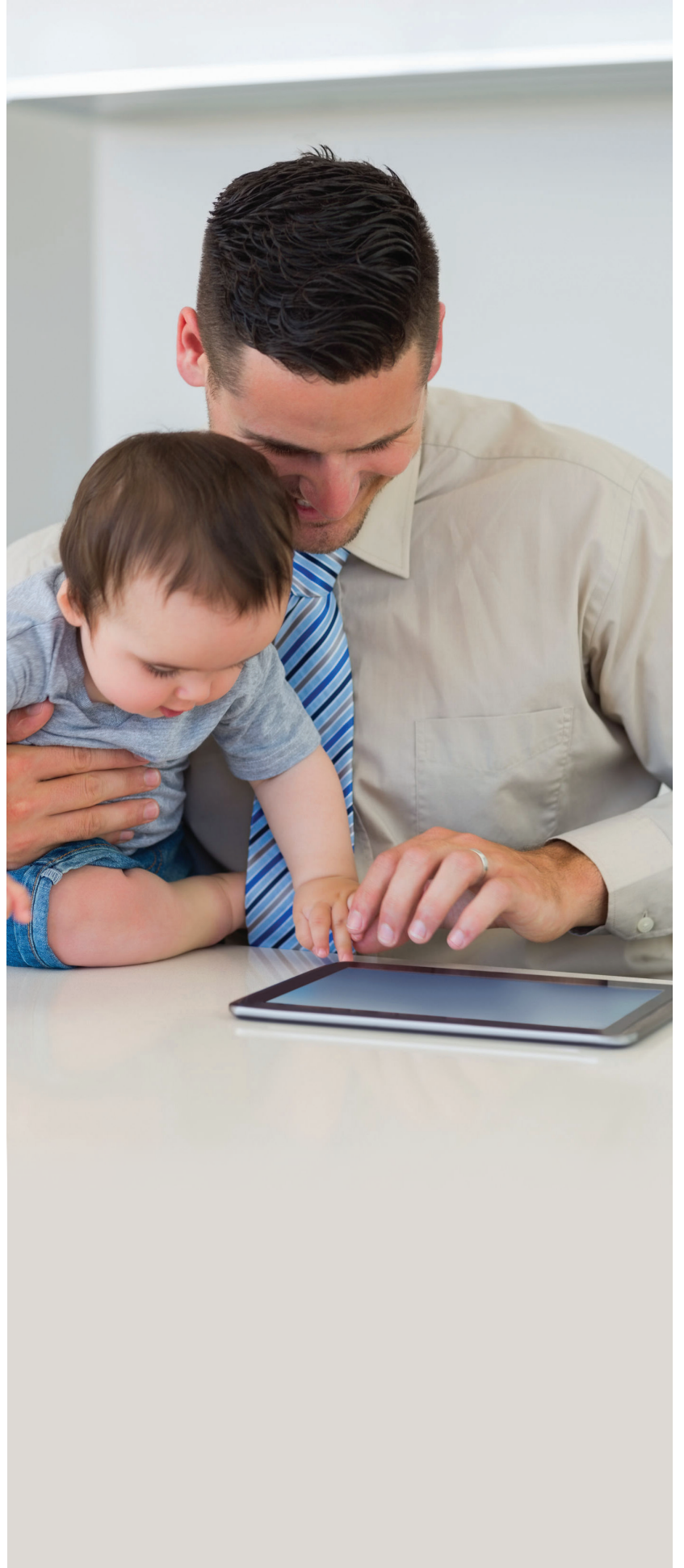
5. أعد النظر في مفهومك عن علامتك التجارية فهي لم تعد مجرد وعد أو صورة أو شعار بل الأجدر أن تتعامل معها على أنها علاقة جادة.

6. اجعل النزاهة جزءاً لا يتجزأ من تكوين شركتك وحملاتك التسويقية. فالأمانة ومراعاة الآخرين والمسؤولية والشفافية هي أسس الثقة عند الجيل الرقمي. كن صادقاً ونزيهاً في كل شيء تفعله.

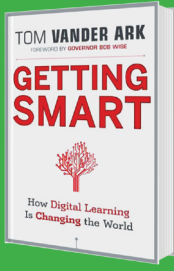
7. اجعل جيل الإنترنت هو محور حملاتك التسويقية. ويجب التأكيد ثانية على أن أسس التسويق الأربعة التقليدية: المنتج والمكان والسعر والترويج لم تعد كافية للتعامل مع مستهلكي المستقبل. استبدل بهم الأبجديات الجديدة للتسويق: المكان والعلامة التجارية والتواصل والاكتشاف، والخبرة.

جيل الإنترنت وعائلاتهم

نشأ جيل الإنترنت في بيوت ديمقراطية، حيث كان لكلمتهم وزن في العائلة. وقد وجدوا حريتهم الكبرى داخل البيت وبخاصة على الإنترنت، فالأبوان يتحكمان في كل ما هو خارجي لخوفهم على الأبناء، أما الأبناء فبمجرد أن يدخلوا إلى عالم الإنترنت من الهاتف الجوال أو أي وسيلة أخرى، فإنهم يذهبون إلى أي مكان يريدون. وهذه الحرية التي يجدونها على الإنترنت جعلتهم أكثر قرباً من أبويهم، فلم يعد هناك داع للتمرد ولكن هذا يعني أيضاً أن جزءاً كبيراً من تربيتهم كان خارج نطاق نفوذ الأسرة، لأن معظم الآباء والأمهات لا يعلمون على الأقل في البداية ماذا يفعل أبنائهم على الإنترنت مما يجعل الأبوين أمام تحدٍ كبير، لأن مخاطر سعي المراهق إلى الاستقلال لم تعد في الخارج فقط بل انتقلت إلى العالم الذي يتعامل معه على الإنترنت أي داخل بيت العائلة أو على هاتفه

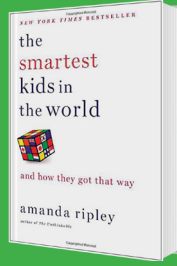


كتب مشابهة:



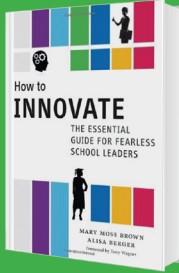
Getting Smart
How Digital Learning is Changing the World.

By Tom Vander Ark
and Bob Wise. 2011



The Smartest Kids in the World
And How They Got That Way.

By Amanda Ripley. 2013



How to Innovate
The Essential Guide for Fearless School Leaders.

By Mary Moss Brown
and Alisa Berger. 2014

قراءة ممتعة

ص.ب: 214444

دبي، الإمارات العربية المتحدة

هاتف: 04 423 3444

نستقبل آراءكم على pr@mbrf.ae

تواصلوا معنا على

MBRF_News

MBRF_News

مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم

www.mbrf.ae



قنديل |
لخدمات الطباعة والنشر

الجوال في أي مكان. وتشير الدراسات إلى أن هذا الجيل «عائلي التوجه» سيؤسس عائلات منفتحة تستطيع التعامل مع التحديات التي يواجهها الأبناء عندما يستكشفون عالم الإنترنت.

سبعة إرشادات من أبناء الجيل الرقمي لأبائهم

1. **ضع رؤية للعائلة:** حقق نوعاً من التواصل المتفتح متعدد الاتجاهات، وابن ثقة متبادلة واحترم مفهوم السلطة المرنة.
2. **تفاعل:** اشترك معهم فيما هو أبعد من مجرد أنشطة الحياة اليومية للعائلة، واجعل على رأس أولوياتك قضاء وقت خاص معهم.
3. **خاطب احتياجات كل طفل على حدة:** هيئ البيئة والفرص المناسبة للتعامل مع كل طفل بالأسلوب الذي يلائمه.
4. **حقق توازناً واعياً بين العمل والحياة الخاصة:** عليك أن تدرك التغييرات التي يمكنك القيام بها وتوليها واحدة تلو الأخرى.
5. **تبادل خبراتك الأبوية مع الآباء الآخرين:** احترم الاختلاف وكون مجموعة من الآباء لتتعاونوا وتتشاركوا الخبرات أثناء تربيتمكم للأبناء، فسيجعل ذلك حياتك وحياتهم أكثر ثراءً.
6. **دع الأطفال على سجيبتهم:** تتبع إشاراتهم، واستثمر اهتماماتهم التلقائية وحفزهم ليتعلموا متعة الاكتشاف.
7. **العب:** شاركهم ألعابهم وضحك من قلبك على دعاياتهم وتصرفاتهم البريئة.

دفاعاً عن المستقبل

جيل الإنترنت قادر على تغيير كل كيان داخل المجتمع إلى الأحسن وقد بدؤوا بالفعل في تطبيق استراتيجيات ورؤى جديدة تماماً فيما يتعلق بطريقة إدارة المؤسسات والحكومات. هذا الجيل قادر على التعلم والعمل معاً وتوفير قيمة حقيقية لمؤسساتهم ولأنفسهم، والتأثير على جميع الجوانب الاقتصادية والسياسية في مجتمعاتهم. باختصار: هذا الجيل قادر على تغيير العالم.



قنديل | Qindeel

لخدمات الطباعة والنشر
Printing and Publishing Services



مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم
MOHAMMED BIN RASHID
AL MAKTUUM FOUNDATION

36 ملخصاً لأفضل الكتب العالمية المترجمة بين يديك في مجلد واحد



التطوير الذاتي

الروح الإيجابية
الذكاء الإيجابي
نظم حياتك
الأولويات أولاً
انطلق الاستبصار
الثقة الإبداعية
شروط السعادة
قوة التفكير الإيجابي
أنت فرد وحدك
رؤية الامرئيه
الثقة بالنفس

القيادة والإدارة

من جذب الانتباه بذكاء ودون عناء
إعادة الاعتبار لقائمة أعمال اليوم
التنفيذ هو الاستراتيجية
القادة يؤثرون فيؤثرون
اقتصاديات التعاون المفتوح
افرض حضورك
نعمة السعادة
التدريب الموجه
الإدارة والأداء بمبدأ
التغيير بثقة
المؤثرون
القيادة بالأسئلة

الأسرة

جيل التطبيقات الالكترونية
كن هنيئاً وتحرك كثيراً ونم عميقاً
قواعد الإتيكيت الحديثة
قمة المتعة وقلة الراحة
التنشئة الاقتصادية للأبناء
التواصل الهادئ
أزمة الاتواصل
إيمان الالهام
صناعة المبتكرين
التعلم باللعب
مصيدة الاستحقاق
ثقافة المشاركة

مُجلد كتاب في دقائق

تقدم "قنديل للطباعة والنشر" سلسلة ملخصات لأفضل الكتب العالمية المترجمة
في مجالات التنمية والتطوير الذاتي والأسرة

بادر إلى طلب نسختك عن طريق البريد الإلكتروني: Publications@qindeel.ae
أو عن طريق الهاتف المباشر: +971 4 3385885