



من الإعلام الرسمي، إلى الإعلام
الجديد، ما الذي حصل في
العالم؟؟

من عصر الإعلام الرسمي إلى عصر الإعلام الجديد

- لزمن طويل، كان الإعلام الرسمي يحتكر خاصية الوصول إلى المتلقين، وبناء على أجندات معينة (اقتصادية وسياسية واجتماعية) يتم تصميم البرامج والرسائل الإعلامية وحجم التعرض لها من أجل تحقيق تأثير مقصود مسبقاً.
- في البلدان السلطوية _أي ذات الفضاءات العامة المحدودة_ كان وجود الإعلام الرسمي يطغى على أي محاولة أخرى لإيجاد إعلام بديل، وكانت الحقيقة الإعلامية هي ما يتم إظهاره في التلفزيون أو إذاعته في الراديو أو الصحف.

كانت هناك محاولات لإيجاد قنوات بديلة ولإشراك المواطن _المتلقي في صناعة الإعلام، ولكن بسبب ضعف الإمكانيات لم تصل هذه المحاولات إلى مستوى صناعة مستقلة، فإنشاء مجلة أو مطبوعة أو إطلاق إذاعة أو قناة تلفزيونية كان أمراً غير متاح إلا لرجال الأعمال أو من يستطيع دفع تكلفة الإنشاء.

العالم وهو يتحول إلى قرية صغيرة

● بحلول عام ١٩٨٩ ، أي في التاريخ الذي انهار فيه جدار برلين معلنا نهاية حقبة الحرب الباردة بين الكتلتين الشرقية (الاشتراكية) والغربية (الرأسمالية) ، بدأت الدول التابعة للكتلة الشرقية في التفكك واعتناق أصول الاقتصاد الحر الرأسمالي، والذي تعود جذور تمدده عالميا إلى نهاية السبعينات الميلادية، وتقوم مبادئه على تقليل الرقابة على عالم الاقتصاد، وجعله خاضعا لقوى العرض والطلب من دون تدخل من السياسيين، والحث الشديد على الإنتاج الفائق ، بالإضافة إلى تبني نمط الشركات متعددة الجنسيات



العالم يتحول إلى قرية صغيرة

- أتاحت فلسفة السوق الحرة للدول ذات الإنتاج الفائق مثل الولايات المتحدة والصين وبريطانيا أن تغرق العالم بمنتجات رخيصة الثمن وبكميات هائلة، مما جعل مفاصل الاقتصاد العالمي تنتعش وتزدهر.
- هذه الفلسفة لم تأتِ دون أن تؤثر ثقافيا وسياسيا على ثقافات العالم، فقد بدأت الدول ذات الإنتاج الفائق تصدر جزءا من ثقافتها مع كل منتج ترسله حول العالم.

بحلول منتصف التسعينات الميلادية، أعلن الرئيس الأمريكي كلنتون عن ميلاد نظام عالمي جديد، يكون فيه الاقتصاد الحر هو القلب النابض الذي يحسّن من اقتصادات دول العالم ويعتمد على منح الفرص المتكافئة للبشر للمنافسة



العولمة والإعلام العولمي



• طرح الرئيس جورج دبليو بوش مصطلح العولمة بحلول الألفية، وهو يشير فيها إلى النظام السياسي الاقتصادي الذي بموجبه تطلق الحرية للاقتصاد للازدهار حول العالم من أجل تشكيل ارتباط ثقافي بين الحضارات أو الدول.

العولمة هي: عملية تأثير متبادلة دولياً، تنشأ من التبادل العالمي في: الرؤى الفكرية/ المنتجات الاقتصادية/ الأعمال الصغيرة/ الهندسة والمعمار/ الموسيقى/ وغيرها من الجوانب الثقافية. تتقدم عملية العولمة من خلال تطور وسائل النقل/ وسائل الاتصال والإعلام، مما يخلق عملية اعتماد متبادلة مابين الجزء الاقتصادي والجزء الثقافي من هذه العملية.

العولمة والإعلام العولمي

- أفضل الأمثلة على التأثير العولمي هو نشوء المدن الكبرى (ميكا سيتي) مثل نيويورك/ شنغهاي/ هونغ كونغ/ لندن/ حيث تنشأ في هذه المدن الثقافة المسماة ب(المتروبوليتان) والتي تظهر فيها تفاصيل تنتمي لثقافات متعددة ، فترى مطعم كباب تركي بجواره مخبز برتزل ألماني وكشك فلافل لبناني ، وفي وسط الساحة عازف من أفريقيا ومجموعة سياح من حول العالم يتحدثون كلهم الإنجليزية ، وطابع المعمار يختلف تماما من مبنى لمبنى ، وناطحات سحاب ذات تشكيلات لها مدلولات مختلفة، والأهم من هذا كله: البراندات متعددة الجنسيات:
(ماكدونالدز_ ستاربكس_ هارديز_ زارا_ أتش أن أم_ الخ الخ)



GLOBAL WORLD PLANET MEDIA EARTH INTERNATIONAL ...



Technology

Culture

العولمة والإعلام العولمي

- إذا كانت الشركات متعددة الجنسيات قد استطاعت ترويج منتجاتها الاقتصادية حول العالم، فمن الممكن جدا أن تقوم بترويج منتجاتها الثقافية والإعلامية أيضا.
- منذ عصر الإعلام الرسمي تفاقمت ثقافة الدعاية التجارية وأصبحت تنتهج حول العالم وتضطبع بعناصر كل ثقافة تولد فيها، المهم أن الدعاية بعدما كانت جزءا بسيطا من عملية الاقتصاد، أصبحت تشكل العمود الفقري للاقتصاد.
- بتزايد الاعتماد على الدعاية الاقتصادية تضاعف حجم الإعلام العولمي، وأصبح ضخامته تعبر عن حجم إثراء المحتوى العالمي بعناصر من ثقافات العالم كله.

ماهو الإعلام العولمي؟

- هي مجموعة التقنيات الاتصالية الحديثة (الرقمية بالدرجة الأولى، تشمل التلفزيونات/ الإذاعات/ شبكات التواصل الاجتماعية/ الإنترنت/ وحتى المطبوعات) والتي على أساسها وجدت حركة العولمة الثقافية والاقتصادية طريقها إلى المستهلكين والمتلقين ، وحققت من خلالها أهدافها الثقافية والاقتصادية والاجتماعية، فيخرج بهذا التعريف كل أشكال الإعلام التي تسعى للمحلية أو تتخذ أنماطا تقليدية.

سندرسها لاحقا بالتفصيل ولكن من أمثلة وأدلة الإعلام العولمي: المجالات العالمية التي تصدر بأكثر من لغات (مثل نيوزويك/ تايمز/ لوموند).

التلفزيونات الموجهة بأكثر من لغة _دويتشه فيله_ بي بي سي _سكاى نيوز_ سي إن إن_روسيا اليوم_ سي سي إن سي الخ الخ .



من عصر الإعلام الرسمي إلى عصر الإعلام الجديد.



• ماهو الإعلام الجديد؟

New media?

- يعتبر هذا المصطلح ذا معانٍ متعددة وواسعة وشاملة، نظرا للزمن الذي ظهر فيه هذا المصطلح.
- يرتبط هذا المفهوم بظهور الإنترنت وتحديدًا بظهور مرحلة ويب ١.٠ والتي كان بإمكان المستخدم فيها أن ينشئ ويدير محتواه بنفسه. ولكن الواقع أن مفهوم الإعلام البديل (أو صحافة المواطن) ولدت منذ زمن طويل حين أحس المتلقي بالحاجة إلى أن يصنع إعلامه بنفسه وأن يكسر الاحتكار الذي يمارسه الإعلام الرسمي عليه.
- هذا الاهتمام الكبير بمفهوم الإعلام الجديد واعتبار محاولة تعريفه (تعريف ما لا يعرف) يعكس القيمة التي أضافتها شبكات التواصل الاجتماعية والمدونات لعالم الإعلام والمعلومة.

ماهو الإعلام الجديد؟

- يشير تعريف الإعلام الجديد إلى الوصولية اللامحدودة للمحتوى في أي مكان وأي زمان، عبر أجهزة رقمية، بالإضافة إلى قدرة المستخدم على التفاعلية خلال هذه الوصولية، وقدرته على المشاركة الخلاقة، من أهم الجوانب التي يشير إليها الإعلام الجديد هو المحتوى غير التقليدي.
- يشترك في تعريف الإعلام الجديد مصطلحات برمجية ومصطلحات إعلامية، لأن هذين الحقلين اندمجا في بعض منذ توسعت خدمة الإنترنت ، وأصبح الباحثون في كل من الحقلين يعتمدان على بعضهما البعض.

الإنترنت!!

- الإنترنت هو نظام عالمي من شبكات الحاسوب المتصلة بشكل تفاعلي، والتي تستخدم حزمة بروتوكولات الإنترنت (TCP/IP)
- هذا النظام يخدم مليار مستخدم حاليا حول العالم وربما أكثر، ويتكوّن من مجموعة هائلة من مصادر المعلومات والخدمات.
- أشكال الاتصال والميديا التقليدية تم إعادة تشكيلها عبر الإنترنت، وذلك لأنها خضعت لبروتوكولات برمجية جعلت كل هذه الخدمات رقمية (مثل الإذاعة الرقمية التي تعتمد على بروتوكول فويس أوفر إنترنت بروتوكول، ومثل التلفزيون الرقمي الذي يعتمد الإنترنت بروتوكول تي في) الصحف أصبحت تستخدم خدمة الهايبر تكست وبروتوكول الويبسايت.
- ومثل هذه الأشكال تأثرت كل مناحي الحياة بوجود الإنترنت، فظهور الإدارة الإلكترونية أحدث منعطفا كبيرا في مفهوم الإدارة والمنشآت، والتجارة الإلكترونية أصبحت قفزة نوعية في مفاهيم الاقتصاد العالمي منه والمحلي..
- ومن الطبيعي جدا أن يلقي الإنترنت بظلاله على العلاقات الاجتماعية وتشكيل المجتمعات البشرية.

قصة الإنترنت

الشبكة العالمية أو (دبليو٣) تم طرحها في السوق من قبل جون برنار لي البريطاني عام ١٩٩٣ ، حيث أصبحت فعليا في متناول المستهلكين بنهاية نفس العام، وتمدد عدد المستخدمين منها بوتيرة مطردة.

- لم يتطور المستهلك إلى مستخدم إلى حد الآن ، فهو كان يستهلك المحتوى فقط وغير قادر على التفاعلية ولا على استخدام الإنترنت للتواصل الفردي.
- دخلت خدمة الإنترنت في المملكة العربية السعودية عام ١٩٩٧، إلا أن ارتفاع سعر الخدمة وقلة المحتوى في نهاية التسعينات وبداية الألفية مقارنة بالوقت الحالي، جعل عدد المستخدمين محدودا جدا، ولكن بظهور الخدمات والبروتوكولات التي نقلت المستهلك إلى مرحلة المستخدم، ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت السعوديين من ٢٠٠ ألف مستخدم في العام ٢٠٠٠ إلى ٢,٥٤ مليون عام ٢٠٠٥.

من ويب ١,٠ إلى ويب ٢,٠

- بحلول نهاية التسعينات ، ستكون هناك لغات برمجة مثل (بي إتش بي و سي جي أي (بوابة التفاعلية العامة) و الأي أس بي والتي كان يتم تطويرها منذ منتصف التسعينات) تتيح للمستخدم التفاعل مع النص الفائق المعروف أمامه في الويب. وهذا التحوّل نقل .المستهلك إلى مرحلة المستخدم.
- اصطلح على تسمية هذه المرحلة ويب ١,٠ ، وتمتد من نهاية التسعينات وحتى ٢٠٠٥ .
- مع تزايد عدد المستخدمين وتراكم المحتوى عالميا، توصل كثير من المبرمجين إلى تطوير أدوات برمجة للمحتوى باستخدام نفس لغات البرمجة التي تتيح التفاعلية مثل بي إتش بي، فظهرت على التوالي مواقع يوتيوب/فيسبوك/تويتر.

مالفرق بين مرحلتي ويب ١,٠ و ٢,٠ ؟

ويب ٢,٠

يقصد بها المرحلة الزمنية من عمر الإنترنت التي تطوّر فيها المستخدم من مستوى إدارة المحتوى إلى مستوى المشاركة في شبكات تواصل اجتماعية ، وذلك باستخدام وتطوير أدوات ضمن لغات البرمجة.

_ هذا هو عصر المدونة، ثم فيسبوك، ثم تويتر.

ظهرت في هذا الوقت ويكيبيديا والتي اعتمدت على منح المستخدمين خاصية إدارة صفحات الموسوعة والقدرة على نقاشها وتحريرها..

-التفاعلية هنا لامحدودة.

_وبناء المحتوى يتم بشكل تبر عمي أفقي وعمودي .

المحتوى في عصر ويب ٢,٠ فائق وتراكمي ويتضاعف مع مرور الوقت.

ويب ١,٠

يقصد بها المرحلة الزمنية من عمر الإنترنت والتي بدأ المستخدم فيها بإنشاء المحتوى وإدارته.

المنتديات/ البالتوك/ غرف الدردشة/إطلاق مقدمي خدمات البريد الإلكتروني مثل ياهو+هوتميل.

_بداية عصر ازدهار غوغل ومحركات البحث الأخرى مثل ياهو /

التافيسا/سندباد

_التفاعلية كانت موجودة ولكن محدودة .

_بناء المحتوى كان يتم بشكل عمودي من المستخدم للمتلقي فقط.

_المحتوى كان أضعف منه الآن.

التحول إلى ويب ٣,٠

- يقصد به تحويل شبكات التواصل الاجتماعية والمواقع بكل خصائصها إلى (تطبيقات) متاحة على الأجهزة الذكية.
- ويب ٣,٠ تشهد انخفاض عدد المستخدمين من الويب، وتزايد عددهم كمستخدمين عبر أنظمة تشغيل مثل أو إس أو (حق آيفون) أو أندرويد
- ويب ٣,٠ ترتفع فيها القيمة السوقية للتطبيق بسبب تزايد عدد المستخدمين وانخفاض أسعار الهواتف الذكية وتنوع ماركاتها. (ماخف وزنه وغلا ثمنه)

ما الذي أثرت به هذه التحولات العنيفة في وعي المتلقين في السعودية؟

- ترتبط مرحلة ويب ١,٠ بحادثة ١١ سبتمبر ، والتي عبرها ازدهر المحتوى العربي السعودي من خلال منتديات وشبكات ازدهرت في حينها، فبدأ الفضاء العام السعودي بالتخلق شيئاً فشيئاً حتى أصبح كل مستخدم (يوزر) هو مشارك بطريقة أو بأخرى في صناعة الوعي، ولكن بشكل سري..
- ترتبط مرحلة ويب ١,٠ بالعزلة الشبكية (نسبة لأن اليوزر كائن افتراضي) فكان اليوزر يجد سهولة في التخلص من أعباء الهوية أو تقمص هوية مفتعلة.

التحولات التي أثرت على وعي المتلقين في السعودية

- بحلول مرحلة ويب ٢,٠ كان المتلقي السعودي قد نضجت تجربته في المرحلة السابقة، فحسب الإحصاءات المقدمة في ٢٠٠٤ (أي المرحلة السابقة) كانت إنترنت السعودية تشغل مالا يقل عن ٧٠ بالمائة من المحتوى العربي على الإطلاق.
- بحلول حزمة شبكات التواصل الاجتماعية + بروز ظاهرة التدوين وإتاحتها للمستخدمين بشكل واسع من قبل شركات وورد برس و غوغل وغيرها، أصبح اليوزر أكثر تفاعلية وأكثر جرأة ، وأصبح لديه القدرة على الظهور باسمه الصريح دون التجرد من هويته.

ما الذي حصل الآن وفي المرحلة التي نعيشها؟؟

- انتقلنا من مرحلة نظرية الاستخدامات والإشباع ، إلى مرحلة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام..
- بالإضافة إلى نظرية الغرس الثقافي، فاستهلكنا للمحتوى العالمي يزداد بشكل مطرد مما يجعلنا نخضع في النهاية لاستزراع ثقافات محددة يجري الترويج لها في سباق ثقافي محموم حول العالم.