مراحل تطور وسائل الإعلام

هناك مراحل واضحة تمر بها كل دولة من أجل تنمية وسائل إعلامها الجماهيرية، والتي تشمل المطبوعات والإذاعة والتلفزيون ، فكما هو معروف أن أي شيء قابل للنمو والتطور لا بد وأن يمر في مراحل قد تطول او تقصر أو تتعدد، وهذا راجع إلى طبيعة وظروف ذلك الشيء.

أما بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية، فإنها تمر بثلاث مراحل في تطورها، اما عن المدة التي تمكثها الوسيلة في كل مرحلة فهذا راجع على ظروف الدولة التي تملك تلك الوسيلة، من حيث تطورها ودخلها وحجمها وموقعها وثقافتها، وهذه المراحل هي:

1. مرحلة النخبة

2. مرحلة الشيوع

3. مرحلة التخصص

4. المرحلة الالكترونية

5. مرحلة الاتصال متعدد الوسائط

أولا: مرحلة النخبة

تتميز هذه المرحلة بما يلي:

1. انتشار الأمية والجهل والفقر بين الناس

2. وسائل الإعلام موجودة فقط في العاصمة وبعض المدن الرئيسية الكبرى

3. لا تخدم وسائل الإعلام سوى طبقة معينة من السكان هم المتعلمون والمثقفون والأطباء وأصحاب المناصب

4. الغالبية العظمى من السكان لا يستطيعون القراءة ولا يملكون المال الكافي لشراء الصحف وأجهزة الراديو، وبالطبع أجهزة التلفزيون

5. معظم السكان لم يتعرضوا لأي مادة إعلامية قامت ببثها أو نشرها وسيلة إعلامية جماهيرية، لأنهم يسكنون في القرى التي هي بمعزل عن بعضها البعض.

6. المواد الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون غالبا ما تكون إخبارية وتعليمية.

ثانيا: مرحلة الشيوع

تدخل وسائل الإعلام لدولة ما في هذه المرحلة عندما يحدث الآتي:

1. تزداد نسبة التعليم بين السكان

2. يرتفع دخل الفرد بدرجة ملحوظة

وبهذا تكون عوائق انتشار وسائل الإعلام (الجهل والفقر) قد تحطمت نسبيا، فلهذا نجد ان هناك نسبة من السكان أصبحت قادرة على شراء الصحف، ونسبة أخرى منخفضة يمكنها شراء أجهزة الراديو، وأن تتحمل عبئ ثمن الكهرباء من أجل استعمل التلفزيون إذا زودت به.

أما بالنسبة للتعليم فإن الغالبية من السكان تحمل درجة بسيطة من التعليم ما يمكنه من القراءة، والبقية لديها على الأقل الشهادة الثانوية.

إن ارتفاع الدخل وارتفاع نسبة التعليم يعني ازدياد عدد المستقبلين للمواد الإعلامية، وهذا بدوره يدفع القائمين على هذه الوسائل إلى مجاراة هذه الزيادة، وتحديدا في نوعية المواد الإعلامية التي ترسل يوميا للجمهور.

ويدخل الإعلان في هذه المرحلة لكي يساهم في تحسين المواد الإعلامية وتغطية تكلفة الزيادة في ساعات البث وفي عدد الصحف.

ومن متابعة خصائص هذه المرحلة يتبين لنا الآتي:

1. إن تطور وسائل الإعلام الجماهيرية المسموعة والمرئية يتوقف على ارتفاع الدخل وليس على ارتفاع نسبة التعليم.

2. إن تطور وسائل الإعلام المطبوعة يتوقف على ارتفاع نسبة التعليم أولا ثم الدخل، فالغني الجاهل لا يستفيد من شراء الصحف أو غيرها من الوسائل المطبوعة.

ثالثا: مرحلة التخصص

إن مرحلة التخصص هي المرحلة التي تقوم فيها وسائل الإعلام بخدمة كل فئة متخصصة من المجتمع (الأطباء، المهندسون، الإعلاميون، الزراعيون، الاقتصاديون، ...) وذلك بتقديم مواد إعلامية موجهة إلى كل فئة من هذه الفئات.

وتخدم هذه الوسائل في الوقت ذاته عامة الشعب، بتقديم رسائل إعلامية عامة كالأخبار والبرامج الترفيهية والثقافية وغيرها.

ولا تبدأ هذه المرحلة في أي دولة إلا إذا توافرت لها المقومات التالية:

1. ارتفاع نسبة المتعلمين وارتفاع نسبة التعليم

2. ارتفاع عام في دخل الفرد

3. وجود وقت فراغ كاف لمعظم السكان ما بين (4-6) ساعات يوميا

4. عدد سكان الدولة مرتفع.

رابعا: المرحلة الإلكترونية

بدأت هذه المرحلة منذ منتصف القرن التاسع عشر باكتشاف الموجات المغناطيسية وما تبع ذلك من تجارب ومحاولات لاستغلال هذه الموجات حتى نجح العالم الإيطالي ماركوني في إرسال إشارات لاسلكية ومن ثم اختراع الراديو عام 1906م، وتوالت بعد ذلك المخترعات والمكتشفات التي ما لبث أن حققت ثورة اتصالية قلبت كل الموازين، وشكلت نقله نوعية كبيرة في وسائل الاتصال الإنساني.

فخلال هذه المرحلة ظهر التلغراف والتلفون والفونوغراف، ثم التصوير الفوتوغرافي فالفيلم السينمائي، ثم الإذاعة المرئية (التلفزيون)، والتليكس، وصولاً إلى الأقمار الصناعية والفاكس والفيديو وغير ذلك من وسائل الاتصال والإعلام. لتظهر الحاسبات الإلكترونية وتتطور جيلا بعد جيل وتدخل كل مجالات الحياة ومنها المجالات الإعلامية.

وأحدثت هذه المرحلة ثورة في نظم الاتصال وحولت العالم إلى قرية عالمية إلكترونية يعرف الفرد فيها بالصوت وبالصورة وبالكلمة المطبوعة كل ما يحدث وقت وقوعه.

إلا أن هذا الانفجار المعلوماتي جعل الإنسان العادي يعجز عن متابعة ما يحدث في العالم على مستوى الأحداث اليومية العامة، أو على مستوى التخصص العلمي أو المهني .

وكان اختراع الورق على يد الصينيين منذ آلاف السنين نقلة حضارية كبيرة أدت خدمات جليلة إلى الجنس البشري، لعل من أهمها الحفاظ على جزء كبير من التراث البشري من الضياع، وقد رسخ اختراع المطبعة مكانة الورق بشكل كبير فقد أصبح الورق المطبوع الوعاء الرئيسي لنقل العلم والمعرفة والأفكار والأحاسيس، كما أدى الورق دوراً كبيراً في تسيير حياتنا اليومية و خاصة في مجال المعاملات التجارية و الإدارية التي تحتاج دائما للتسجيل والتوثيق.

إلا أن الثورة التي شهدها العالم في مجال الاتصال خلال القرن العشرين والتي أدت إلى ظهور أوعية جديدة لنقل وحفظ المعلومات تتسم بدرجة أكبر من المرونة في التعامل معها، شكلت خطرا لا يمكن تجاهله على المكانة التي كان ينفرد بها الورق، و بدأت وسائل الإعلام المطبوعة في التفكير في أوعية غير ورقية لنشر رسائلها وخاصة بعد الارتفاع الجنوني في أسعار الورق، والذي أدى إلى ارتفاع تكلفة الطباعة بشكل كبير.

وأدركت الصحافة أهمية أن يكون لها موطن قدم على شبكة الإنترنت منذ البداية وخاصة بعد الارتفاع المتزايد في أعداد مستخدمي الشبكة والأرباح الكبيرة للإعلانات و التجارة عبر الإنترنت.

كما أن الإنترنت أتاحت للصحافة مجموعة من الخدمات الجديدة التي أحدثت ثورة في مجال العمل الصحفي.

فالصحافة تستطيع الاستفادة من الشبكة على أكثر من مستوى‏:

المستوى الأول: شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات

1. الاستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية أو كمصدر من المصادر الأساسية لتغطية الأحداث العاجلة الإخبارية وذلك من خلال المواقع الإخبارية والمواقع التفاعلية والاجتماعية.
2. الاستفادة منها في إعداد الصفحات التي تضم مواد صحفية متخصصة كالرياضة والأدب والفن والمرأة والاقتصاد حتى صفحات التسلية والفكاهة والكلمات المتقاطعة.
3. التعرف على الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات ونوافذ عرض الكتب وبيعها.
4. الاستفادة منها كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة وذلك بعد ربطها بقسم المعلومات وبصالة التحرير، أو من خلال إنشاء قسم خاص بالإنترنت مثل صحيفة الأهرام القاهرية.

والاستفادة من الإنترنت في عملية التغطية الصحفية والتحرير هي استكمال لتيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية فقد ساعدت الحاسبات الإلكترونية عملية التحرير الصحفي وطورتها في عملية جمع المعلومات وتحليلها وتفسرها وفي استنباط وسائل وأشكال تحريرية جديدة.

وتبلور عن هذا ظهور ما أطلق عليه تيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية وهي الصحافة التي تعتمد في تغطيتها الصحفية وأسلوب تحريرها على المصادر المعتمدة على الحاسبات الإلكترونية وتطبيقاتها المختلفة وقد تكون تلك فورية مثل شبكة الإنترنت وقواعد البيانات التجارية المباشرة، وغير فورية مثل قواعد البيانات غير المباشرة مثل الموجودة على (CD)‏.

ولتيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية أربعة أشكال رئيسية:

الشكل الأول: التغطية الصحفية المستعينة بالحاسبات الإلكترونية

توظيف الحاسبات الإلكترونية وبرامجها في التحليل الكمي للبيانات الضخمة الموجودة في قواعد البيانات أو في بناء مجموعات وتحليلها رقميا‏.

الشكل الثاني‏:‏ البحث المستعين بالحاسبات الإلكترونية‏

الاستعانة بقواعد البيانات التي تزود ببيانات ثانوية عن الموضوعات والتي تضم تقارير،‏ مقالات‏،‏ دراسات.

الشكل الثالث‏:‏ البحث المرجعي المستعين بالحاسبات الإلكترونية

وهي كتب مرجعية مثل القواميس اللغوية والموسوعات والأدلة والقواميس المتخصصة كالجغرافية وقواميس الشخصيات وتكون على شكل مراجع افتراضية توجد على الإنترنت أو على الأقراص المدمجة.

الشكل الرابع‏:‏ اللقاءات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية

استغلال المجتمعات الافتراضية للعالم السلكي المرتبط من خلال الشبكات والبريد الإلكتروني وجماعات المناقشة.