الوحدة العاشرة: واقع الإعلام في ظل مجتمع المعرفة

تمهيد:

لقد برزت في الآونة الأخيرة ثورة تكنولوجية غير مسبوقة مست مختلف جوانب الحياة، حيث شهد الإعلام كمؤسسة اجتماعية من مؤسسات التنشئة تحولات انتقل على إثرها من نموذج الإعلام التقليدي أحادي الاتجاه إلى نظام إعلامي معقد ومتشابك يقوم على التفاعلية والمشاركة، وهذا التحول ليس مجرد تغيير تقني، بل هو إعادة تشكيل شاملة لعلاقات القوة والسلطة المعرفية في المجتمع

1.تحولات الصناعة الإعلامية في العصر الرقمي: تشمل عدة تحولات نذكر منها:

1.1 من الندرة إلى الوفرة المعلوماتية: في الإعلام التقليدي، كانت القنوات محدودة (صحف معدودة، قنوات تلفزيونية قليلة)، مما منح المؤسسات الإعلامية سلطة هائلة في تحديد "ما هو مهم" (وظيفة حارس البوابة .(Gatekeeping - أما اليوم، فنحن أمام **فيضان معلوماتي** غير مسبوق: **الانفجار الكمي، تعدد المصادر، والإنتاج اللامركزي** أصبح كل مستخدم منتجاً محتملاً للمحتوى، وبالتالي انتقلت السلطة من "من يملك القنوات" إلى "من يستطيع جذب الانتباه". الندرة الجديدة هي ندرة الانتباه، لا ندرة المعلومات.

1.2 تفكك النموذج التقليدي لوسائل الإعلام: من خلال انهيار الحزمة الإعلامية(Unbundling) في الماضي، كانت الصحيفة "حزمة" متكاملة: أخبار، رياضة، ثقافة، إعلانات مبوبة. اليوم: يقرأ المستخدم مقالاً واحداً عبر رابط على فيسبوك، يشاهد مقطع فيديو محدد على يوتيوب،أو يتابع حسابا واحدا على تويتر، وهذا يؤكد على تراجع الولاء للعلامة التجارية الإعلامية، وصعوبة تحقيق الاستدامة المالية، كما أصبح في وقتنا الحالي **التقارب الإعلامي(Media Convergence)** المتمثل في:

- **التقارب التكنولوجي**:اندماج الصوت والصورة والنص على منصة واحدة
- **التقارب المؤسسي**:اندماج شركات الإعلام والاتصالات والتكنولوجيا
- **التقارب الثقافي**:تلاشي الحدود بين المنتج والمستهلك(Prosumer)
- **التقارب المهني**:الصحفي الشامل (Multimedia Journalist) الذي يصور ويحرر وينشر

1.3 **صعود منصات الوساطة الرقمية:** أصبحت المنصات الرقمية العملاقة (فيسبوك، جوجل، تويتر، تيك توك) هي البوابات الرئيسية للأخبار، وتحول نماذج الاستهلاك الإعلامي من الاستهلاك المجدول إلى الاستهلاك عند الطلب :لم نعد ننتظر نشرة الأخبار في الثامنة مساءً،ومن الاستقبال السلبي إلى التفاعل النشط :التعليق، المشاركة، إعادة الإنتاج، ومن الجماهيرية إلى التخصيص ومن الاستهلاك الفردي إلى الاستهلاك الاجتماعي :نشارك ما نقرأ، ونقرأ ما يشاركه آخرون.

2.نماذج الأعمال الجديدة في الإعلام الرقمي

1.2-صناعة المحتوى الرقمي: ظهور **صناع المحتوى** (Content Creators)كفاعلين جدد: ومن أهم **خصائصهم:**

- **الاستقلالية**:لا ينتمون لمؤسسات تقليدية
- **التخصص الدقيق**:محتوى في مجالات محددة جداً(Niche Content)
- **العلاقة المباشرة**:مع جمهورهم عبر المنصات
- **تعدد مصادر الدخل**:

- إعلانات المنصات(YouTube AdSense)
- رعايات العلامات التجارية
- بيع منتجات خاصة(Merchandise)
- اشتراكات حصرية(Patreon, OnlyFans)

فهؤلاء يمثلون **ديمقراطية الإنتاج الإعلامي**.

- **صحافة المواطن(Citizen Journalism) : وتمثل** أفراد عاديون يجمعون وينشرون الأخبار والمعلومات، غالباً عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتكون عادة في شكل **شهود العيان** أي تصوير الأحداث بالهاتف ونشرها فورا، **التدوين الاستقصائي**: أفراد يحققون في قضايا محلية، ومن إيجابيتها **كسر الاحتكار الإعلامي**، **السرعة** بمعنى أن الخبر ينتشر فوراً من موقع الحدث، و**المساءلة**:توثيق انتهاكات قد تتجاهلها وسائل الإعلام التقليدية، أما سلبياتها فتتمثل في:
- **غياب المعايير المهنية**:عدم التحقق، نشر شائعات
- **التحيز**:غياب الموضوعية والتوازن
- **الأمان**:المواطن الصحفي غير محمي قانونياً كالصحفي المحترف
- **الاستدامة**:معظم مبادرات صحافة المواطن قصيرة العمر.

3- التحديات المهنية والأخلاقية للممارسة الإعلامية المعاصرة

- **أزمة المصداقية والثقة:** اتهام وسائل الإعلام بالانحياز، ونشر الأخبار الكاذبة وتضارب المصالح، والأخطاء المهنية.
- **معضلة السرعة مقابل الدقة:** ففي العصر الرقمي، **السبق الصحفي** يُقاس بالثواني: الضغط لنشر الخبر أولاً، خطر نشر معلومات غير محققة، وصعوبة التراجع (الإنترنت لا ينسى)
- **التعامل مع المعلومات المضللة(Misinformation & Disinformation)** وهناك فرقا بين **Misinformation** معلومات خاطئة دون قصد**Disinformation** معلومات كاذبة متعمدة (دعاية، تلاعب)
- **الخصوصية وأخلاقيات البيانات:** الصحافة الرقمية تجمع كماً هائلاً من **البيانات** عن المستخدمين: من خلال فهم تفضيلات الجمهور، وتخصيص المحتوى والإعلانات

4.مستقبل الإعلام في ضوء التطورات التكنولوجية المتسارعة

إن التطورات التكنولوجية المتسارعة التي شهدتها صناعة الإعلام في السنوات الأخيرة تؤثر بشكل كبير على مستقبل هذا القطاع. فيمكن تلخيص أبرز التغيرات والاتجاهات المستقبلية كما يلي:

- التحول إلى الرقمنة والإعلام الرقمي: ظهور منصات وسائل التواصل الاجتماعي، والصحافة الإلكترونية، والبث التدفقي أدى إلى تراجع وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والتلفزيون.
- دور الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة: تطبيقات الذكاء الاصطناعي ستؤدي دورًا متزايدًا في إنتاج المحتوى الإعلامي وتحليل البيانات والتوصيات التخصيصية للمستخدمين.
- انتشار المحتوى المولد من المستخدمين: ظهور المؤثرين والمنصات التفاعلية سيؤدي إلى تحول الجمهور من مجرد مستهلكين للمحتوى إلى منتجين له.

- ظهور نماذج أعمال جديدة: مثل الاشتراكات الرقمية، والإعلانات المستهدفة، والمحتوى الممول من المؤثرين، والبيانات الضخمة.
- التركيز على المحتوى الموجه للجماهير: سيرتكز الإعلام المستقبلي على إنتاج محتوى تفاعلي وشخصي يلبي احتياجات المستخدمين بدلاً من البث الجماهيري.
- أهمية الأمن السيبراني والخصوصية: ستكون حماية البيانات والمعلومات الشخصية للمستخدمين قضية حيوية في ظل الاعتماد المتزايد على التقنيات الرقمية.

بشكل عام، فإن مستقبل الإعلام سيكون أكثر ديناميكية وتخصيصية واعتمادًا على التقنيات الحديثة، مما سيتطلب من المؤسسات الإعلامية التكيف والابتكار لضمان البقاء والنمو في هذا المشهد المتغير.

الوحدة التاسعة: البعد السياسي والاقتصادي في مجتمع المعرفة

تمهيد:

في ظل هذا العصر تحولت فيه المعرفة من مجرد قيمة ثقافية إلى رأسمال اقتصادي وقوة سياسية، أثيرت حولها العديد من التساؤلات من طرف الباحثين والأكاديميين، إذ يمكننا التساؤل حول كيف أعادت الثورة الرقمية تشكيل البنى الاقتصادية والسياسية للمجتمعات المعاصرة، وما يترتب عن ذلك من فرص وتحديات؟.

1-الاقتصاد الرقمي والصناعات القائمة على المعرفة

1.1-يعرف الاقتصاد الرقمي بأنه نظام اقتصادي يعتمد بشكل أساسي على التقنيات الرقمية والمعلومات كمورد إنتاجي رئيسي، بدلا من الموارد المادية التقليدية، في هذا الاقتصاد، تصبح البيانات والمعرفة والابتكارهي المحركات الأساسية للنمو.

ومن خصائص الاقتصاد الرقمي:

-اللامادية: المنتجات والخدمات غالباً رقمية (برمجيات، محتوى رقمي، خدمات سحابية)

-قابلية التوسع السريع: يمكن نسخ المنتجات الرقمية بتكلفة شبه معدومة

-اقتصاديات الشبكة: كلما زاد عدد المستخدمين، زادت قيمة الخدمة (مثل فيسبوك، أوبر)

-العولمة الفورية: إمكانية الوصول للأسواق العالمية بسهولة

2.1-**الصناعات القائمة على المعرفة:** تشمل هذه القطاعات التي تعتمد بشكل مكثف على رأس المال الفكري والابتكار، ومن أمثلتها نذكر:

- صناعة تكنولوجيا المعلومات: تطوير البرمجيات، الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية.
- الاقتصاد المعرفي الإبداعي: إنتاج المحتوى الرقمي، صناعة الألعاب، التصميم الجرافيكي.
- البحث والتطوير: الصناعات الدوائية، التكنولوجيا الحيوية.
- التعليم الرقمي: المنصات التعليمية عبر الإنترنت(Coursera, Udemy) .
- الاستشارات والخدمات المهنية: التحليل البياني، الاستشارات الإدارية.

ومن تأثيراته إيجابيا:

-خلق فرص عمل جديدة تتطلب مهارات متقدمة

-زيادة الإنتاجية والكفاءة

-تسهيل ريادة الأعمال وخفض حواجز الدخول للأسواق

أما من الناحية السلبية نذكر:

-اختفاء وظائف تقليدية بسبب الأتمتة.

-احتكار السوق من قبل شركات تكنولوجية عملاقة.

-استغلال العمال في اقتصاد المنصات(Gig Economy)

2-تأثير مجتمع المعرفة على الأنظمة السياسية والحوكمة: