

مؤسسات الإعلام الرقمي في سباق مع الوقت لمواكبة تغير اهتمامات المستخدمين

محمد الحمادي: الأرقام تغلب الجودة في زمن الإعلام الرقمي



الإمارات تحتل المركز الثالث عالميا في الانتشار الرقمي

ويبين أنه في زمن الإعلام الرقمي أصبحت تغلب الأرقام الجودة، حيث إن الناس يتحدثون عن قصص نجاح من بوابة الأرقام كعدد المستخدمين أو وقت استعمالهم، ولم يعد هناك ذكر حقيقي لقيمة ما يتم تقديمه، ضاربا المثل بمسواد إعلامية رصينة في محتواها قد لا تحقق مشاهدات بقدر خبر سريع عن أحد المشاهير لا تستغرق كتابته 3 دقائق، ولفت إلى أن المشاهدات والزيارات تعني دخلا ماليا، وكلما قلت قل هذا الدخل، وبالتالي يقل الاستثمار في المحتوى، مضيفا أن المشكلة أن المواضيع الأهم تبدو أقل جذبا من مواضيع كوميدية أو ساخرة أو غير مفيدة، وبالتالي يكسب الأقل احتراما لتقديم المعلومة المهمة.

ويقول متابعون إن قواعد اللعبة الإعلامية تغيرت بعد سيطرة الإعلام الرقمي، حيث تحكم المنافسة المحتدمة مصير المؤسسات الإعلامية مع المتغيرات المتسارعة في القطاع، لتجعل من الصعب على هذه المؤسسات الاستمرار دون خطط استراتيجية للتطوير والتحسين لضمان المنافسة في صناعة الإعلام الحديث. وحذر الحمادي خلال المحاضرة من خسارة المنافسة التي يفرضها العصر الرقمي، قائلا "لا يمكن إغفال خطورة السذء الاصطناعي على تغيير شكل الإعلام الرقمي تماما، إذ من المتوقع أن يدخل مستخدمون المجال لا يابهون بالحقيقة ولا بأخلاقيات المهنة، بقدر ما يبحثون عن الإبهار لجمع أكبر عدد من المستخدمين ثم الربح".

للمستخدمين من أجل البحث عن خبر أو معلومة أقل بكثير من السابق. وتعكس مؤشرات سوق الإعلان في الإمارات قوة حضور الإعلام الرقمي وتعاطف تأثيره على الرأي العام المحلي. وأكدت مؤسسة وطني الإمارات في ورقة بحثية نشرت في يناير الماضي أن انتشار التكنولوجيا الرقمية في العالم وتطور تقنيات الإعلام الإلكتروني، وانتشار مواقع التواصل وما حققته من شعبية واسعة جعلت الشركات والمؤسسات الإعلامية العلاقات ذات الإمكانيات المادية الهائلة، تفقد سلطتها تحتكر الرسائل الإعلامية إذ بات بمقدور الجميع أن يؤثروا ويدلوا بأرائهم، بل ويساهموا في الكثير من الأحداث.

وتوزعت اهتمامات مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بين التسوق 5.6 مليون مستخدم واللباقة البدنية 3 ملايين مستخدم والألعاب 4.5 مليون مستخدم والأخبار 4 ملايين مستخدم و8.5 مليون مستخدم لسفر. وبلغت حصة موقع إنستغرام نحو 17 بالمئة من الحسابات النشطة على مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية في الإمارات. وأشار الحمادي إلى أن عامل الوقت والسرعة في نقل المعلومة يعتبر محورا مهما في الإعلام، حيث لا يعد المستخدم يصبر أكثر من ثلثين إلى 3 ثواني فقط كي يطلع على المعلومة، فإن لم تحذف انتباهه، عاد لا يتسلسل به من الخيارات الكثيرة، كما أن الوقت الذي يبقى

باتت صناعة الإعلام الرقمي على درجة عالية من المنافسة تفرض عليها مواكبة التغيير المستمر والتنوع للفت انتباه الجمهور، مع ما يتطلبه ذلك من استراتيجية وتخطيط وكلفة عالية في الجهد والمال.

أبو ظبي - أكد محمد الحمادي رئيس جمعية الصحافيين الإماراتية أن التغيير المستمر هو أصعب ما يواجهه الإعلام الرقمي، وهو تغيير يشمل التكنولوجيا وأماكن تواجد المستخدمين. وتناول الحمادي رئيس تحرير صحيفة الرؤية، في محاضرة بعنوان "الإعلام الرقمي وتحديات المستقبل"، نظمها مكتب شؤون المجالس بديوان ولي عهد أبوظبي، الوضع الراهن للمؤسسات الإعلامية، وبرزها تحدي الوقت، والتغيير المستمر، والأخبار الكاذبة وقوتها والتصدي لها، إضافة إلى فقدان القيمة مقابل الرقم، وغيرها من التحديات. وأوضح أن المتلقي يبحث عن مصادره الإعلامية عبر محركات البحث أو عبر وسائل الإعلام التقليدية، ثم باتت شبكات التواصل الاجتماعي جزءا مهما من طرق اكتشافه، مشيرا إلى الوسائل الحديثة متغيرة، وظهور مواقع إلكترونية وتطبيقات ذكية باستمرار، فقد ظهر فيسبوك وتويتر، ومن ثم ظهر إنستغرام وسناب شات، وبعد ذلك جاء تيك توك.

ويشكل موقع فيسبوك مصدر الأخبار لـ 25 بالمئة من الجمهور في الإمارات، فيما يشكل تويتر مصدر أخبار لـ 12 بالمئة من الجمهور، في حين استحوذت المواقع الإخبارية الإلكترونية على نسبة 8 بالمئة. بحسب دراسة أعدها المجلس الوطني للإعلام في أبوظبي.

ويبلغ عدد الحسابات النشطة على مواقع التواصل الاجتماعي في الإمارات نحو 19.3 مليون حساب بحسب تقرير حالة التواصل الاجتماعي الذي أعدته شركة "كراود أناليزز" بالشراكة مع "موتسوت". وأفاد التقرير بأن حسابات مواقع التواصل الاجتماعي النشطة في الإمارات تتوزع بواقع 8.5 مليون مستخدم على فيسبوك، و3.5 مليون مستخدم نشط على "لينكد إن" و3.3 مليون مستخدم لإنستغرام، إضافة إلى مليوني مستخدم لتويتر، والعدد ذاته من الحسابات على موقع سناب شات.



محمد الحمادي

قوة الأخبار الكاذبة والحرب عليها لا تتمثل فقط بكشفها، بل بالصمود أمام بقايا الرأي العام الذي تخلقه

وباتت صناعة علامة إعلامية رقمية قوية تتطلب استمرارا وثباتا مكثفا للجهد والمال، إضافة إلى التغيير المستمر

وسائل الإعلام الجادة تستفيد من هجمات السياسيين

وفي بريطانيا تمكنت صحيفة الغارديان بفضل نهجها الانتقادي، من زيادة عدد المشتركين، وتلقى دعم القراء للحفاظ على الصحافة المستقلة. وقالت شبكة دويتشه فيله في تقرير لها، إن المعركة الإعلامية حول الأخبار الزائفة والتحقق من الحقائق تواصل بقوة. ويدعم المشاركون فيها بعضهم البعض، لكن المؤرخ بيرند غرايبر أشار عبر إذاعة "دويتشلاند فونك" الألمانية مؤخرا إلى أن هذا الوضع مريب للجانبين.

لندن - تحولت هجمات الزعماء السياسيين الشعبويين ضد ما يطلقون عليها "صحافة الكذب" في الولايات المتحدة وبريطانيا والبرازيل إلى مصدر للدعم والربح لوسائل الإعلام الجادة. وتحقق كل من نيويورك تايمز وواشنطن بوست، والغارديان البريطانية ومجلة "ني إيكونوميست" انتشارا أكبر وزيادة في أعداد مشتركها، منذ انتخاب الرئيس الأميركي دونالد ترامب في الثامن من نوفمبر 2016 وتولي الرئيس الشعبي جايير بولسونارو السلطة قبل عام. وبين نوفمبر 2016 ونوفمبر 2018 ارتفع عدد الاشتراكات الرقمية في نيويورك تايمز من 1.5 مليون إلى 2.5 مليون. وهي تصل حاليا إلى نحو أربعة ملايين. وفي 2019 سجلت الصحيفة أكثر من مليون مشترك رقمي جديد. "وهذه هي الزيادة السنوية الأعلى منذ إدراج العروض الرقمية المدفوعة في 2011 وأقوى زيادة في المشتركين في غضون ستة منذ وجود شركة نيويورك تايمز على الإطلاق".

وفي البرازيل بعد أن أعلن رئيس البرازيل اليميني الشعبي بولسونارو أن حكومته لن تصدر إعلانات في أكبر صحيفة في البلاد، ارتفع عدد الاشتراكات الرقمية بشكل كبير. وبحسب المعهد الإعلامي البرازيلي، ارتفعت الاشتراكات الرقمية المدفوعة من 207.000 في ديسمبر 2018 إلى 241.000 في أكتوبر 2019.

وسائل الإعلام تستفيد من القيمة الترفهية للسياسيين فهي تسلط الضوء على كل استفزاز وتزيد الاهتمام بهم

وقال إن وسائل الإعلام تستفيد من القيمة الترفهية لسياسيين شعبيين، فهي تسلط الضوء على كل استفزاز وتجلب لهم مزيدا من الاهتمام. وأضاف "من خلال استفزازاتهم يقدم سياسيون مثل بولسونارو وديونالد ترامب وبنيامين نتانياهو أو ماتيو سالفيني باستمرار أخبارا جديدة، فوسائل الإعلام غير مجبرة على القفز فوق كل عصا توضع امامها".

وعود حكومية بتنظيم «سلاح» الإعلان في الجزائر

وتم الإعلان عن البدء في ضبط وتسيوية الوضعية القانونية للصحف الإلكترونية في الجزائر، ليتم التعامل معها كما تعامل الصحافة الوطنية المكتوبة في تغطية النشاطات الوطنية والرسمية، والاستفادة من الإعلان العمومي "في حدود ما يسمح به القانون وأخلاقيات المهنة". وأشار بلحيمر بأن الورشة الأولى لتنظيم قطاع الإعلام ستكون حول المواقع الإلكترونية. وستحضر الورشة المدرسة العليا للصحافة في 20 فبراير الجاري، بمشاركة الخبراء والأكاديميين والفاعلين في القطاع لمناقشة مضمون مشروع قانون متعلق بالمواقع الإلكترونية قبل عرضه على المصادقة من قبل الجهات المختصة.

الإعلامية، فمن غير المنطقي الاستمرار في منح الإعلان لبعض الجرائد التي لا تنتج. وأضاف أنه من يجب إنشاء سلطة ضبط خاصة بالصحافة المكتوبة، مع توزيع عادل للإعلان العمومي، بالإضافة إلى تفعيل القوانين التي تكرس حرية التعبير وحق المواطن في المعلومة. ومع وصول عبدالمجيد تبون إلى رئاسة الجمهورية، أطلق وعودا بإصلاح قطاع الإعلام والصحافة في الجزائر، وتعهد بتقديم كل "الدعم والتحفيز اللازمين للتوصل لممارسة إعلامية مسؤولة في كنف الحرية التي لا يحدها سوى القانون والأخلاق والآداب العامة، إلى جانب تعزيز حرية الإعلام والإبداع ودور الصحف الإلكترونية".



هل تحظى الصحف الجزائرية بدعم غير مشروط؟

الجزائر - صرح وزير الاتصال، الناطق الرسمي للحكومة الجزائرية، عمار بلحيمر، أنه سيتم إعادة النظر في عدد من القوانين المتعلقة بقطاع الصحافة والإعلام، على غرار قانون الإعلان. وأشار بلحيمر على هامش جلسة علنية بالمجلس الشعبي الوطني خصصت لعرض ومناقشة مخطط عمل الحكومة، أن المجلس الوطني للصحافة سيعوض سلطة ضبط الصحافة المكتوبة وسيتولى مهمة اعتماد البطاقة المهنية للصحافي، ويراقب عملية توزيع الإعلان، ويسهر على احترام أخلاقيات المهنة.

المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار تحتكر الإعلان ما يعتبر وسيلة الحكومة للضغط على المؤسسات الصحافية

وأشار بلحيمر إلى أن قطاعه "يتجبن مقاربة جامعة لا تقصي أي طرف وهذا يتم بعيدا عن أي تصفية حسابات". وتختلف ردود فعل الصحافيين الجزائريين على هذه التصريحات، إذ اعتبر البعض منهم أن وعود المسؤولين الحكوميين استمرت لسنوات دون تحقيق نتائج فعلية، فيما يترقب آخرون ما ستسفر عنه هذه الوعود.

واعتبر الأستاذ الجامعي العيد زغلامي، أن الوزير بلحيمر يملك مؤهلات أكاديمية، قد تحدث الفارق في نجاح هذه الورشات، عكس وزراء الإعلام الذين سبقوه. لكنه نوه بضرورة إشراك الأساتذة والطلبة الجامعيين والمجتمع المدني والسياسيين في هذه الورشات وعدم التركيز على الإعلاميين فقط، من أجل تجاوز الفساد الذي تعرفه المنظمة