

المحتوى الإعلامي في الفضاء الرقمي: خطوات صناعته وتحديات تطويره Media content in the digital space: steps for its production and challenges for its development

سامية خبيزي

جامعة الجزائر 03 (الجزائر)، Khebizi.samia@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام: 2023/10/04 تاريخ القبول: 2024/01/21 تاريخ النشر: 2023/03/30

ملخص

برزت صناعة المحتوى في الفضاء الرقمي كممارسة جديدة صاحبت التطور التقني والتكنولوجي وانتشار استخدام الانترنت الذي أوجد فضاءات جديدة لنشر محتويات متنوعة تمس مجالات متعددة موجهة إلى الجماهير المستخدمة لها، وعليه أصبح الاهتمام بالمحتوى الرقمي كممارسة تمر عبر مجموعة من الخطوات وتواجه جملة من التحديات، وعليه جاءت هذه الورقة البحثية لمعالجة موضوع المحتوى الإعلامي في الفضاء الرقمي والذي سنتطرق من خلاله إلى مفهوم صناعة المحتوى، أهمية المحتوى الرقمي خطوات وتحديات صناعة وتطوير المحتوى الرقمي.

الكلمات المفتاحية: الفضاء الرقمي، المحتوى، المحتوى الرقمي، الخطوات، التحديات.

Abstract :

Content creation has emerged in the digital space as a new practice that has accompanied technical and technological development and the spread of the use of the Internet, which has created new spaces for publishing various content affecting multiple fields directed to the audiences that use it. Accordingly, interest in digital content has become a practice that passes through a set of steps and faces a set of challenges. Accordingly, this The research paper addresses the topic of media content in the digital space, through which we will address the concept of content creation, the importance of digital content, and the steps and challenges of creating and developing digital content.

Keywords: digital space, content, digital content, steps, challenges

مقدمة:

يتخذ المحتوى في الفضاء الرقمي صور متعددة (صور، فيديوهات، نصوص....) والذي أصبح متاح وينشر عبر البوابات الإلكترونية، المدونات، المنتديات شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من الفضاءات التي تسمح بتبادل هذه المحتويات وإتاحتها للجمهور لتحقيق أهداف متعددة.

مع التطور التكنولوجي وانتشار الوسائط الجديدة وبروز شبكات التواصل الاجتماعي (الفاييس بوك الانستغرام اليوتيوب.... وغيرها) وتزايد عدد مستخدميها الذين أصبحوا يشاركون محتوياتهم بكل سهولة، برزت صناعة المحتوى في الفضاء الرقمي وما صاحبها من محتويات متنوعة تتوافق واهتمامات الجمهور المتلقي وبالتالي فقد أصبحت تنافس المحتويات المعروضة عبر وسائل الإعلام التقليدية .

استفاد صناع المحتويات في الفضاء الرقمي من الخصائص المميزة للوسائط الجديدة من الكونية والتفاعلية واللاتزامنية والآنية مما ساعد على رواجها وانتشار محتوياتها متخطين في ذلك حدود الزمان والمكان، فصناعة المحتوى هذه الممارسة الجديدة التي انتشرت في الفضاء الرقمي المفتوح فتحت لهم المجال لعرض محتوياتهم بأشكال مختلفة لتحقيق أهداف متعددة فمنهم من يسعى إلى تحقيق أرباح مادية في حين نجد أن البعض من صناع المحتوى يسعون إلى نشر قيم ايجابية وتعزيز سلوكات مسؤولة من خلال محتوياتهم البناءة الهادفة، على هذا تمر صناعة المحتوى الهادف بمجموعة من الخطوات وتعرضها مجموعة من العقبات وتواجه جملة من التحديات وهذا ما تسعى هذه الورقة البحثية إلى مناقشته وتحليله.

انطلاقا مما سبق نطرح الإشكالية التالية:

فيما تكمن خطوات صناعة المحتوى الإعلامي في الفضاء الرقمي وتحديات تطويره؟

المحتوى الإعلامي في الفضاء الرقمي: خطوات صناعته وتحديات تطويره

تتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات:

- ما هو مفهوم صناعة المحتوى؟
- ماهي أهمية المحتوى الرقمي؟
- فيما تتجلى ممارسة صناعة المحتوى؟
- ماهي خطوات صناعة المحتوى الرقمي؟
- فيما تكمن تحديات صناعة المحتوى الرقمي؟
- ماهي أهم تحديات تطوير المحتوى الرقمي؟

أولاً: صناعة المحتوى في البيئة الرقمية

1-1 مفهوم صناعة المحتوى

تعددت التعاريف الموضحة لمفهوم صناعة المحتوى قبل التطرق لها لا بد من تعريف المحتوى الرقمي بحيث يعرف المحتوى على أنه: الشيء الذي يمكن التعبير عنه من خلال بعض الوسائط مثل الكلام أو الكتابة أو أي من الفنون المختلفة للتعبير عن الذات"¹.

المحتوى الرقمي أو الالكتروني يتضمن تعاريف متعددة فهو يدمج كل وثيقة رقمية يمكن تخزينها داخل دعامة أو نقلها عبر وسيلة لنقل المعلومة على الخط، هذه المحتويات يمكن أن تكون كتابية أو سمعية بصرية منظمة داخل قاعدة المعطيات أو غير منظمة"².

يعرف المحتوى الرقمي على أنه " مصطلح واسع يشمل أي نوع من الوسائط أو وسائل الترفيه التي يمكن الوصول إليها عبر الانترنت، وهو يشير إلى تسجيلات الفيديو والصوت والنصوص والصور كما قد يتضمن تسجيلات الموسيقى والتطبيقات والألعاب التفاعلية وصفحات الويب والمواقع الإلكترونية والرسوم المتحركة الرقمية والصور الرمزية"³.

صناع المحتوى صفة تطلق على من يقوم بإنشاء محتوى في مجموعة متنوعة من التنسيقات مثل منشورات المدونة والمقالات وصفحات الويب والكتب الإلكترونية القابلة للتنزيل وتسجيلات الصوت والفيديو والرسوم البيانية والعروض التقديمية الرقمية، يتمتع

صانع المحتوى بالمهارات اللازمة لإنشاء محتوى يقدم إلى الجماهير من خلال مجموعة متنوعة من المنصات⁴.

تعرف صناعة المحتوى على أنها: "المساهمة في نشر معلومات في سياقات محددة عن طريق وسائط وعلى الأخص وسائط الإعلام الرقمي وذلك لفائدة المستخدم النهائي ويسمى الجمهور"⁵.

وضح الدكتور لبيب محمد شائف أن: "مفهوم صناعة المحتوى يتجه ليستقر نحو كل ما يتعلق بالمحتوى الذي تم معالجته أو عرضه والتعامل معه بصورة رقمية أو عبر وسائط رقمية وتكنولوجية حديثة وبغرض اقتصادي أو تعليمي أو توعوي بحث وما عدا ذلك فهو سيدخل في إطار مفهوم أشمل هو إنتاج المحتوى لأن مفهوم الصناعة أكثر تخصصية ويبنى على نموذج اقتصادي يقوم على دوافع خلق العرض والطلب لمنتجات هذه الصناعة"⁶.
بناءً على ما سبق نعرف صناعة المحتوى على أنها معالجة المعلومات وعرضها عبر وسائط الاتصال الرقمي (مدونات، صفحات الويب..... وغيرها) لجماهير مختلفة بغية تحقيق أهداف اقتصادية أو تعليمية أو توعوية.

2-1 أهمية المحتوى الرقمي

في ظل التوجه العالمي نحو الاقتصاد المعرفي أصبح المحتوى الرقمي يلعب دوراً محورياً في العملية التنموية في مختلف الميادين، وبعد أن تم التركيز على تطوير البنية الأساسية من أجل بناء مجتمع المعلومات ظهرت أهمية المحتوى الرقمي وتأثيره على كافة نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

يشتمل المحتوى الرقمي على النصوص والصور والأفلام وكافة النشاطات السمعية والبصرية بما فيها الإخبارية والتعليمية والترفيهية بالإضافة إلى الوسائل والبرمجيات والتطبيقات الخاصة بها.

المحتوى الإعلامي في الفضاء الرقمي: خطوات صناعته وتحديات تطويره

المحتوى الرقمي العربي حسب الاسكوا هو أي محتوى باللغة العربية بالشكل الرقمي سواء كان نصا أو صورة أو فيديو، وهو يشمل المحتوى العلمي والاقتصادي والترفيهي والأدبي والإداري على مواقع الانترنت كما يشمل البرمجيات وقواعد البيانات ومنتجات المصدر المفتوح الداعمة والأدوات وبرامج معالجة اللغة العربية والمحركات البحثية ومحركات الترجمة⁷.

3-1 ممارسة صناعة المحتوى

شهدت ممارسات صناعة المحتوى عبر الانترنت تطورا كبيرا على مدار السنوات العشر الماضية نظرا لظهور منصات التواصل الاجتماعي مثل تيك توك والانستغرام وقبلها منصة اليوتيوب.

لقد سيطر على هذه الممارسة الجانب التسويقي فقد استخدمتها الشركات والمؤسسات لأغراض تجارية بحتة لكنها تحولت تدريجيا إلى ممارسة فردية يقوم بها أشخاص معروفون اليوم باسم صانعي المحتوى وهم أفراد ينتجون المحتوى ويوزعونه على منصات التواصل الاجتماعي فقد يكونوا مراهقين مصورين محترفين، على هذا يحتاج جميع منشئي المحتوى إلى هاتف ذكي مزود بإمكانية الوصول إلى الانترنت لتحديد الطريقة والمحتوى لمشاركته مع الآخرين.

يكسب العديد من منشئي المحتوى الدخل من خلال الإعلانات والرعاية، حيث تدفع لهم العلامات التجارية للترويج لمنتجاتهم أو خدماتهم على قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم، أدى ذلك إلى إنشاء اقتصاد جديد حول إنشاء المحتوى حيث يمكن للأفراد كسب المال من خلال إنتاج محتوى يلقي صدى لدى جمهورهم.

إن البساطة التي توفرها تطبيقات الانترنت في تنفيذ عملية النشر أتاحت لعدد متزايد من الناس دخول عالم صناعة المحتوى بعد أن كانت مقتصرة على مجموعة معينة أو ما يعرف بالنخبة، وهذا ما يعزز مفاهيم الديمقراطية وفق مبادئ العدل والمساواة وتكافؤ الفرص، لكن في الوقت نفسه ستخلق فوضى في النشر قد تخرج عن نطاق السيطرة⁸.

ثانيا: خطوات وتحديات صناعة المحتوى

1-2 خطوات صناعة المحتوى الرقمي

للوصول إلى صناعة محتوى مؤثر وفعال لا بد أن يتبع صناع المحتوى مجموعة من المراحل تتمثل في⁹:

- تحديد هدف المحتوى مجرد التفكير بصناعة محتوى لا بد من هدف واضح ومحدد لهذا المحتوى، لهذا لا بد من وجود فكرة عامة تصبح كمحرك وروح لهذا المحتوى.
- الجمهور المستهلك لهذا المحتوى: بعد معرفة أهمية المحتوى، لا بد أن يتم توجيهه إلى شريحة معينة من الجمهور الذي يرغب في الاستفادة من هذا المحتوى.
- تحديد طبيعة المحتوى المراد تقديمه في هذه المرحلة يتم العمل على معرفة طبيعة وفحوى المحتوى المراد تقديمه سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو من خلال الأساليب الأخرى.
- وسائل تعميم ونشر المحتوى وطرحه للجمهور: هنا لا بد من السعي لاختيار الوسيلة المتاحة والأوسع نطاقا لنشر المحتوى المراد عرضه تبعا للفئة المستفيدة منه، لتحقيق أكبر قدر من التفاعل والمشاهدة.
- الإخراج النهائي للمحتوى : في هذه المرحلة توجه الجهود نحو معالجة المحتوى وترتيبه وتدقيقه بأفضل الطرق للحصول على محتوى ناجح ومتميز عن غيره من المحتويات.

2-2 تحديات صناعة المحتوى الرقمي

يوجد مجموعة من العوامل التي تؤثر على صناعة المحتوى الرقمي من أهمها¹⁰:

- قلة وجود استراتيجيات أو سياسات تهتم بتطوير المحتوى الرقمي وتؤكد على دوره في العملية التنموية.

المحتوى الإعلامي في الفضاء الرقمي: خطوات صناعته وتحديات تطويره

- الحاجة إلى اقناع متخذي القرار بأهمية الإدارة الفعالة للمحتوى الرقمي وبيان الأهمية الاقتصادية لذلك.
- ضعف نشاطات البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في مجال المحتوى الرقمي وعدم توافر برامج بحثية متخصصة في هذا المجال، مما يضعف الابتكار والابداع.
- ندرة الكفاءات البشرية المؤهلة للقيام بنشاطات تطوير صناعات المحتوى وبناء اقتصاد المعرفة.
- ضعف القدرة والمهارة الكافية عند المستخدمين لاستثمار جيد لتعظيم الاستفادة من المحتوى الرقمي.
- تدني مستوى الوعي لأهمية حماية الملكية الفكرية ومتابعة الاجراءات المتعلقة بذلك مما يضعف فرص الابتكار والإبداع.

3-2 تحديات تطوير المحتوى الرقمي

تسعى المجتمعات العربية لتطوير المحتوى الإعلامي الرقمي وللوصول إلى هذا الهدف فإنها تواجه مجموعة من التحديات من أبرزها¹¹:

- توفير الرأسمال البشري اللازم
إن تطوير المحتوى الرقمي ودعم صناعته يعتمد بشكل أساسي على العنصر البشري المؤهل الذي يملك مهارة عالية في استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تتمتع بمستوى عالي من حيث الكفاءة والجودة. وهذا يتطلب رفع مستوى التعليم في المدارس والجامعات بحيث يرقى الخريجون إلى المستوى المطلوب.
- دعم المبدعين والرياديين

إن الرياديين هم عماد التغيير في المجتمعات، فمن خلال إبداعاتهم ومنتجاتهم المستحدثة يحدث التقدم والتغيير في أساليب الإدارة والتسويق وأساليب التفاعل بين فئات المجتمع. ففي المجال الرقمي تظهر الحاجة إلى ربايين ليقوموا بالإبداعات لتطوير المجتمعات ولكن هذا يتطلب توفير بيئة مناسبة ترعى المبدعين وتساعد على تطوير الأفكار.

– التعاون المحلي والإقليمي

من أوجه التعاون الإقليمي العربي في مجال المحتوى الرقمي العربي البحث والتطوير في المواضيع الخاصة بمعالجة اللغة العربية رقيما وتطوير بعض البرمجيات مع احتياجات اللغة العربية وكذا بناء قدرات ذات كفاءة عالية في مجال تطوير المحتوى الرقمي العربي وتبادل الخبرات.

– الفجوة الرقمية

تتمثل الفجوة الرقمية في مجال المحتوى الرقمي العربي بمجموعة من الأمور الرئيسية هي:

الأمية نسبة الأمية في الوطن العربي تزيد عن 28 ٪، وأغلبهم من النساء وهذا ما يزيد من الأمية المعلوماتية.

النفاز ضعف البنية التحتية ومستوى تغطية الانترنت يحد من مستوى نفاز المستخدمين إلى الانترنت وخاصة في المناطق النائية.

نوعية ومواضيع المحتوى الرقمي المحتوى الرقمي العربي المتوفر حاليا لا يشجع المواطن العربي على المشاركة والإبداع.

خاتمة

نصل إلى القول أن ناجح صناعة المحتوى الرقمي يقتضي توجيه وتوحيد الجهود نحو الارتقاء بهذا المحتوى عن طريق تحديد أطر ومقتضيات هذا الممارسة أخلقها، وكذا مواجهة

المحتوى الإعلامي في الفضاء الرقمي: خطوات صناعته وتحديات تطويره

التحديات القائمة في البيئة العربية وكذا الرقمية، وعليه من أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الورقة البحثية نذكر:

- تعرف صناعة المحتوى على أنها نشر المحتويات المتنوعة عبر الوسائط الرقمية (مدونات، صفحات الويب.....وغيرها) لتحقيق أغراض متعددة تخدم الجماهير المتعرضة لهذه المحتويات.
- شهدت ممارسات صناعة المحتوى عبر الانترنت تطورا كبيرا بظهور منصات التواصل الاجتماعي، وقد سيطر على هذه الممارسة في البداية الجانب التسويقي ثم تحولت تدريجيا إلى ممارسة فردية.
- صناعة المحتوى الفعال تتطلب المرور بمجموعة من المراحل تبدأ من تحديد هدف المحتوى والجمهور المستهدف ثم التوجه إلى تحديد طبيعة المحتوى المراد تقديمه، وصولا إلى تحديد وسائل تعميم ونشر المحتوى وطرحه للجمهور انتهاءً بالإخراج النهائي للمحتوى.
- تتأثر صناعة المحتوى بمجموعة من العوامل ترتبط بقلّة وجود استراتيجيات أو سياسات تهتم بتطوير المحتوى الرقمي، ضعف نشاطات البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في مجال المحتوى الرقمي، ندرة الكفاءات البشرية المؤهلة، وكذا ضعف القدرة والمهارة الكافية عند المستخدمين.
- تواجه المجتمعات العربية لتطوير المحتوى الإعلامي الرقمي مجموعة من التحديات ترتبط بتوفير الرأسمال البشري الملائم، دعم المبدعين والرياديين، التعاون المحلي والإقليمي وكذا التقليل من الفجوة الرقمية.

قائمة المراجع:

- ¹- راضية بن جاوحدو، صناعة المحتوى الهادف في الفضاء الرقمي الجزائري: عرض لبعض النماذج الجادة والناجحة، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 02 العدد 01، 2022، ص 266.

- ²-هند علوي، محمود مسرورة، اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي العربي، مجلة علم المكتبات، المجلد 12، العدد 01، ص 46.
- ³-طلال ناظم الزهيري، تعزيز ثقافة المواطنة الرقمية وأثرها في اتجاهات صناعة المحتوى الرقمي: تيك توك انموذجا، مجلة أوراق بحثية، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد الثالث، العدد 01، جوان 2023، ص 96.
- ⁴- طلال ناظم الزهيري، مرجع سبق ذكره، ص 96.
- ⁵- راضية بن جاوحدو، مرجع سبق ذكره، ص 266.
- ⁶- عطية عيساوي، تأصيل صناعات المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي، مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، المجلد 5، العدد 02، ديسمبر 2021، ص 244.
- ⁷- هند علوي، محمود مسرورة، اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي العربي، مرجع سبق ذكره، ص 47.
- ⁸- طلال ناظم الزهيري، مرجع سبق ذكره، ص 100.
- ⁹- عطية عيساوي، مرجع سبق ذكره، ص 246-247.
- ¹⁰- هندي علوي، محمود مسرورة، المحتوى الرقمي العربي عبر شبكة الانترنت: اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي، مجلة علوم المعلومات، علم الأرشيف وعلم المكتبات، المجلد 04، العدد 01، 2020، ص 69-80.
- ¹¹- هندي علوي، محمود مسرورة، المحتوى الرقمي العربي عبر شبكة الانترنت: اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي، مرجع سبق ذكره، ص 68-69.