

الاتصال عبر الإعلام الرقمي وبناء ثقافة كونية متجانسة

Communication Through the Digital Media and The Establishment of a Homogeneous Global Culture

أماني عمر الحسيني *

Amani.omar@must.edu.eg

المخلص:

لقد أصبح التفاعل ومواكبة التطور التكنولوجي والتواصل مع الثقافات المختلفة أمرًا لا مفر منه اليوم، ولكن ليس معنى هذا هو البعد عن الثقافة المحلية، بل هناك ديناميكية الاحتفاظ بالهوية الوطنية مع التأثر أيضًا بالثقافات التي يتفاعل معها الشخص في المواقع الرقمية. وهنا يأتي السؤال الذي تطرحه ورقة العمل هذه: هل من الممكن أن نصل في يوم أن يكون لدينا ثقافة كونية متجانسة في ظل التفاعل في الاعلام الرقمي؟ تساعد التكنولوجيا الجديدة وشكل الاتصال حول العالم على دمج الثقافات المختلفة في بعضها البعض ولم يعد الأشخاص في حاجة لتذاكر الطائرة لزيارة بلد ما، بل أصبح التعرض للثقافات عند أطراف الأصابع. قد حولت الوسائط الرقمية العالم بأسره إلى سوق واحد كبير، حيث يمكن للفنان الذي يعيش في أستراليا تقديم خدمات التصميم الجرافيكي للعملاء في جميع أنحاء العالم، كما عملت الوسائط الرقمية على تبسيط عملية بيع المنتجات والخدمات للعملاء العالميين من المنزل في ظل العولمة، وهي الميزات التي أتاحتها الإنترنت فقد أصبح الأشخاص في العالم ينتمون إلى تلك القرية

* رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان، وكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث، كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

الصغيرة التي تخطت كل الحدود لتجعل من العالم مكاناً يتسع للجميع، وأصبح مستخدمو الإعلام الرقمي ينتمون إلى مجتمع عالمي واحد في ظل العولمة، و بذلك من الممكن وضع فرضية أن التفاعل في الإعلام الرقمي قد يضعف من شعور الشخص داخل مجتمعه بالانتماء لثقافة محلية واحدة.

الكلمات المفتاحية: الثقافة؛ الاتصال الرقمي؛ العولمة.

Abstract

Interaction, keeping pace with technological development, and communication with different cultures have become inevitable. However, this does not mean being distanced from the local culture. Rather, there is a dynamic of retaining national identity while being influenced by the cultures with which the person interacts on digital sites. Here comes the question posed by this research paper: Is it possible that one day we will have a homogeneous global culture considering interaction in digital media? New technology and forms of communication around the world are helping to integrate different cultures and people no longer need plane tickets to visit a country, since exposure to cultures is at their fingertips. Digital media has turned the entire world into one large market, where an artist living in Australia can provide graphic design services to clients worldwide. Digital media has also simplified the process of selling products and services to global clients from home considering globalization, and these are the advantages that it has provided. The Internet has made people in the world belong to that small village that has crossed all borders to make the world a place that accommodates everyone. Digital media users have come to belong to a single global community considering globalization. Thus, it is possible to hypothesize that interaction in digital media may weaken a person's feelings within his community by belonging to one local culture.

Keywords: Culture, Digital Communication, Globalization.

مقدمة:

لقد أصبح التفاعل ومواكبة التطور التكنولوجي والتواصل مع الثقافات المختلفة أمرًا لا مفر منه اليوم، ولكن ليس معنى هذا هو البعد عن الثقافة المحلية، بل هناك ديناميكية الاحتفاظ بالهوية الوطنية مع التأثر أيضًا بالثقافات التي يتفاعل معها الشخص في المواقع الرقمية.

وهنا يأتي السؤال الذي تطرحه ورقة العمل هذه: هل من الممكن أن نصل في يوم إلى أن يكون لدينا ثقافةً كونيةً متجانسةً في ظل التفاعل في الإعلام الرقمي؟

تساعد التكنولوجيا الجديدة وشكل الاتصال حول العالم على دمج الثقافات المختلفة في بعضها البعض ولم يعد الأشخاص في حاجة لتذاكر الطائرة لزيارة بلدٍ ما، بل أصبح التعرض للثقافات عند أطراف الأصابع.

قد حولت الوسائط الرقمية العالم بأسره إلى سوقٍ واحدٍ كبير، حيث يمكن للفنان الذي يعيش في أستراليا تقديم خدمات التصميم الجرافيكي للعملاء في جميع أنحاء العالم، كما عملت الوسائط الرقمية على تبسيط عملية بيع المنتجات والخدمات للعملاء العالميين من المنزل في ظل العولمة، وهي الميزات التي أتاحتها الإنترنت فقد أصبح الأشخاص في العالم ينتمون إلى تلك القرية الصغيرة التي تخطت كل الحدود لتجعل من العالم مكانًا يتسع للجميع، وأصبح مستخدمو الإعلام الرقمي ينتمون إلى مجتمع عالمي واحد في ظل العولمة، و بذلك من الممكن وضع فرضية أن التفاعل في الإعلام الرقمي قد يضعف من شعور الشخص داخل مجتمعه بالانتماء لثقافةٍ محليةٍ واحدة.

كيف يدعم الإعلام الرقمي العولمة الثقافية؟

بطريقتين مترابطين:

أولاً: توفير محتوى ثقافي واسع.

ثانياً: تساهم في تكوين شبكات التواصل البشرية والبنى الاجتماعية بين الثقافات.

اللغة:

اللغة هي إحدى مكونات الثقافة الأساسية، وهي إحدى متغيرات الثقافة لأي دولة، فقد تأثرت اللغات المحلية بسبب سيطرة اللغة الإنجليزية على صناعة محتوى الإعلام الرقمي... ومن الممكن هنا وضع فرضية أن ذلك يأتي معه أيضاً أنواع "غير محلية" من السلوكيات والأفكار والأخلاقيات، فاللغة الإنجليزية كانت من أول مصادر الغزو الثقافي الأجنبي للمجتمعات المختلفة.

الرياضة:

هل تخلق الرياضة شعوراً كونياً متجانساً من المنافسة والتشجيع والتعلق بالفوز؟ هل تخلق الرياضة فاعليات تجمع العالم تحت شغف وتأمل واحد؟ وهل يساعد ذلك على سيطرة ثقافة رياضية سائدة بدلاً من الأنشطة المتجزئة؟ بدون شك فإن كرة القدم خلقت ثقافة رياضية كونية خاصة بها عن طريق تغطية هائلة وتحليل عبر قنوات اليوتيوب المتعددة للفاعليات الرياضية ولانتقالات اللاعبين بين أندية العالم ونقلها بتقنيات عالية لمباريات دوريات كرة القدم لدول عديدة مثل الدوري الأسباني والإيطالي والإنجليزي وغيرها.

الأحداث الإعلامية:

البحث المباشر للتاريخ ومتابعة الشعوب ومشاركة نفس التجارب. يجد علماء الإعلام مفهوم كيفية بناء وتغطية الأحداث العالمية الكبرى من خلال بيئة الوسائط الرقمية كخبراتٍ مشتركةٍ وأطرٍ مرجعيةٍ لشعوب العالم، (فالعالم كله على سبيل المثال قد اشترك في الحزن على أميرة القلوب الأميرة ديانا) مثل هذه الأحداث ربما قد تقرب بين الثقافات، فيصبح حال لسان البشر "حتى إذا اختلفنا في النهاية كلنا بشر".

دور الجمهور في الأحداث العالمية البارزة:

بفضل الإعلام الرقمي وإمكاناته وتقنياته أصبح للجماهير اليوم دورٌ أكثر بروزاً في الأحداث العالمية البارزة.

الإعلام الرقمي وتشكيل حاسة "نحن" والجمهور يتحول إلى مشارك:

البحث الحي للمناسبات العالمية والأحداث الدولية من قبل وسائل الإعلام الرقمي جعلته من خلال التغطية المثيرة والجذابة كأنها تخلق تغطية سيناريو لحدثٍ درامي، وهذا ما كان واضحاً في تغطية أخبار جائحة كورونا، فلم تكن فقط تغطيةً لعدد المرضى ونصائح وإرشادات الأطباء، بل كانت عرضاً درامياً من المعاناة للوفيات والتضحيات وصوراً دراماتيكية تمثل شرائح من حياة المرضى أو أهل المتوفين بالمرض.

وبما أن السوشيال ميديا تتيح التفاعل من الجمهور فقد تحول المشاهدون للأحداث العالمية من "مشاهدين عاديين" إلى مشاركين في أداء طقوس الأحداث أيضاً مما يزيد من اندماجهم مع تلك الأحداث.

كما أنه بفضل تطور الوسائط الرقمية، أصبح بإمكان الناس من مختلف الثقافات والأمم الوصول إلى وسائل التفاعل مع بعضهم البعض في أي وقت؛ لذلك لم يكن التواصل بين الثقافات أكثر انتشارًا مما هو عليه اليوم. ومن خلال التواصل عبر الإعلام الرقمي أصبح من الممكن إطلاق حملات عالمية موجهة إلى العالم ككل وليس لشعب بعينه من أجل زيادة الوعي الصحي مثل الحملة ضد التدخين، أو المخدرات، أو زيادة الوعي البيئي، مثل حملات التوعية بخصوص الاحتباس الحراري أو ترشيد استخدام الوقود، أو زيادة الوعي الإنساني، مثل حملات التسويق الاجتماعي المناهضة للتجار بالأعضاء البشرية.

المتاحف:

باتت المتاحف التي تعتبر تجسيدًا للتاريخ، تتفاعل مع بيئتها وتعيش خارج جدرانها في كل العالم بفضل الاتصال الرقمي. تعمل الثقافة الرقمية على تغيير المتاحف في القرن الحادي والعشرين حيث تسعى جاهدة لمواكبة التقنيات الناشئة التي تقود التغيير الثقافي والاجتماعي، وهي من العوامل التي من الممكن أن تساهم في خلق وحدة بين شعوب العالم، خاصة لهؤلاء الذين يشتركون في حب الفن والمقتنيات ذات القيمة التراثية والذين يمجدون العراقة، حينئذ ليس من المهم ما هي جنسية الشخص، ولا من أي طائفة؟ ولكن يجتمع الأشخاص المختلفون على حب الفن.

السياحة:

تعتبر السياحة أيضًا من العوامل الداعمة لإنشاء ثقافة كونية، فقد تعزز السياحة التجانس الثقافي العالمي لأن السياح من مختلف أنحاء العالم سيستخدمون المنصات الاجتماعية للتعليم والتحليل والمقارنة بين وجهات السفر

العالمية، كما سيقومون بإجراء عمليات بحثٍ مكثفةٍ قبل إجراء حجزٍ لرحلاتهم. ستتضمن عملية البحث هذه التعرف على المعايير الجغرافية، والعادات، والتقاليد، ومناطق الجذب السياحية، والسياسية، والدينية، واللهجات، واللغات، والأطعمة والمشروبات، والطقوس، وأحداث الاحتفال، وغيرها، كما سيحصل مستخدمو المنصات الرقمية على فهمٍ وقربٍ من القيم والتقاليد الثقافية المختلفة الموجودة خارج حدود ثقافتهم المحلية.

التحديات لبناء ثقافة كونية في واقع الفضاء الإعلامي الرقمي:

التحدي الأول للثقافة الكونية هو أن المشكلات تصبح أكثر تعقيدًا عندما يتعلق الأمر بالعلاقات الدولية. فعندما بدأت حرب باردة جديدة تتكشف، جنبًا إلى جنبٍ مع موجة أقوى من تراجع العولمة، اتضح أن بيئة وسائل الإعلام الدولية ساحة مليئة بالأصوات الإعلامية المتضاربة حول الأحداث، هذا التضارب في الحقيقة يعكس تضارب مصالح، فكل كيان يقف خلف مصالحه ويعبر عنه ويدافع عنه، وفي كثير من الأحيان بشكلٍ غير مباشرٍ مما يجعل كل مجموعة متشبثة بكيئونها ومصالحها في مقابل العالم.

التحدي الآخر للثقافة الكونية يتمثل في الفجوة الرقمية، حيث نجحت الحكومات المختلفة والصناعات الخاصة التي تستخدم النماذج التقليدية في توفير الوصول إلى الإنترنت للكثيرين. ومع ذلك، فإن النصف المتبقي من سكان العالم غير المتصلين بالإنترنت هم الأصعب في الاتصال بالإنترنت، وغالبًا ما يعيشون في مناطق منخفضة الكثافة أو منخفضة الدخل ليست مربحة للشركات الكبيرة لتقديم الخدمات وبناء البنية التحتية، وقد أدى ذلك إلى تباطؤ معدل نمو الأشخاص الجدد المتصلين بالإنترنت.

تحديات أخرى لإنشاء ثقافة كونية عبر الإعلام الرقمي:

قد يواجه الجمهور مجموعة أخرى من العوائق التي تحول دون الانخراط في الفنون والثقافة عبر الإنترنت، مثل:

- نقص الوعي.
- نقص الوصول الرقمي.
- حواجز الوصول لشبكة الإنترنت.
- نقص المهارات الرقمية.
- انعدام الثقة / أو نقص الدافعية.
- أو أن يعيش الشخص في بيئة منزلية لا تشجع على المشاركة.

في النهاية من الممكن استخلاص أن العوامل التي تدعم وجود ثقافة كونية بفضل الإعلام الرقمي هي أكثر وأقوى بكثير من التحديات التي تواجه وجودها.