

د/ سعاد ولد  
جاب الله<sup>1</sup>

## وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة - أسس جديدة للتصنيف

### Mass media in the new media environment: New basis for classification

تاريخ النشر: 2020/09/15

تاريخ القبول: 2020/08/25

تاريخ الاستلام: 2020/07/22

#### ملخص:

م يتطلب التمييز بين وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة معايير مبتكرة تتماشى و خصوصية المزايا التي توفرها الأنترنت و أجيالها الجديدة ، ذلك أن الاستمرار في التمييز بينها اعتمادا على طبيعة الوسيط ، و التي يقسمها إلى وسائل إعلامية مكتوبة و أخرى سمعية و ثلاثة مرئية لم يعد مجديا ، فخاصية تعدد الوسائط قد أزلت الحدود بين وسائل الإعلام التقليدية التي تبث محتوياتها على الشبكة و أتاحت لكل الوسائل و الأدوات التي ولدت على الشبكة ، كالمدونات مثلا ، إمكانيات نشر و بث محتويات نصية و سمعية و مرئية و هو ما دفع الباحثين إلى بحث أسس تصنيف جديدة لتصنيف وسائل الإعلام المعاصرة إلى أنواع .

الكلمات المفتاحية : البيئة الإعلامية الجديدة ، اسس تصنيف جديدة لتصنيف ، تعدد الوسائط

#### Abstract:

The distinction between mass media in the new media environment requires innovative standards that are in line with the specificity of the advantages provided by the Internet and its new generations. In fact, continuing to distinguish between them depends on the nature of the medium, which categorizes them into written, audio, and visual media, is no longer feasible. The feature of multimedia has removed the boundaries between the traditional media that broadcast their contents on the network, and provided all means and tools generated on the network; such as, blogs, with possibilities of publishing and broadcasting text, audio, and visual contents, which prompted researchers to examine new classification basics to classify contemporary media into types.

**Key words:** new media environment. multimedia, classification basics

1 المؤلف المرسل: د/ سعاد ولد جاب الله، جامعة محمد بوضياف المسيلة، souad.oulldjaballah@univ-msila.dz

## مقدمة:

يمكن النظر إلى الأنترنت باعتبارها ذلك الوسط البيئي الذي يحتضن تنويعا من « الوسائل الإعلامية التي تنتج موادها لتنتشر حصريا على الشبكة و التي يمكن تمييزها وظيفيا عن بقية أنواع وسائل الإعلام اعتمادا على المكون التكنولوجي كمعيار حاسم للتصنيف» ( Deuze , 2003 , p 204 ) و يشترك الباحثون المتخصصون و المهنيون المحترفون في اعتماد خطاب التفرد التكنولوجي لشبكة الأنترنت في التقديم لوسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة ، و يميز هؤلاء بين الصحفي التقليدي و ما أصبح يعرف بالصحفي الإلكتروني أو الصحفي على الخط حيث يعتبر Lynn Zoch ، أستاذ الاتصال بجامعة كارولينا الجنوبية ، أن هذا الجيل من الصحفيين يمثل سلالة جديدة تكتسب صفاتها المتفردة من الخصائص التكنولوجية لشبكة الأنترنت ، ففي هذا النوع من وسائل الإعلام على الصحفي أن يقرر أي الوسائط الإعلامية سيكون أنسب لقصته الإخبارية أو موضوعه الصحفي ( خاصة تعدد الوسائط Multimedia ) و أن ينظر في الخيارات التي سيوفرها للجمهور من أجل التفاعل مع الموضوع المنشور (خاصية التفاعلية Interactivity ) و أن يفكر في طرق تدعيم تقاريره الصحفية من خلال ربطها بمواضيع أخرى ، أرشيف ، مصادر ، معلومات... الخ و ذلك من خلال وصل موضوعه بالروابط التشعبية ( تكنولوجيا النص الفائق Hypertexte )

### 1. أنواع وسائل الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة

يقترح د. صادق الحمامي تصنيف المضامين الإعلامية الشبكية بناء على ثلاث مستويات هي: مستوى المضمون (النص ، الخطاب ، أنجاسه و قواعد كتابته ) مستوى طبيعة المنتج (الفاعل الذي يصدر عنه المضمون ) مستوى غايات عملية النشر ، معتمدا في ذلك على ما يسميه «منهجية نمذجة المنظومات التواصلية على شبكة الأنترنت» ، و التي توصل من خلالها إلى التمييز بين ثلاث منظومات مختلفة هي ( الحمامي ، 2012 ، ص 02): .

المنظومة المؤسسية: مواقع و بوابات المؤسسات الاقتصادية و الجماعية و الحكومية ... و كل الفضاءات المرتبطة بنشاط مؤسسي بما في ذلك صفحات الفيس بوك و المدونات . فالمؤسسات (الاقتصادية، و المضمنات العالمية، و الجمعيات بأصنافها المختلفة، و المؤسسات الحكومية ... ) تنتج المضامين الإلكترونية بهدف بيع خدماتها أو منتجاتها و تسويقها أو التواصل مع الجمهور في إطار استراتيجيات ما يسمى بالاتصال المؤسسي . و الإخبار information و إن كان يمثل في ذلك أحد الأبعاد الأساسية في هذه المنظومة فإن غايته مخصصة لأنها تجارية ووظيفية (نشر المعلومات للجمهور العريض حول السلع و الخدمات ) أو اتصالية (تحسين صورة المؤسسة ) . و يخضع هذا المضمون الإخباري لقواعد الإعلام المؤسسي التي تختلف عن قواعد الإعلام و ضوابطه التي تحظى بنوع من التوافق بين المهنيين .

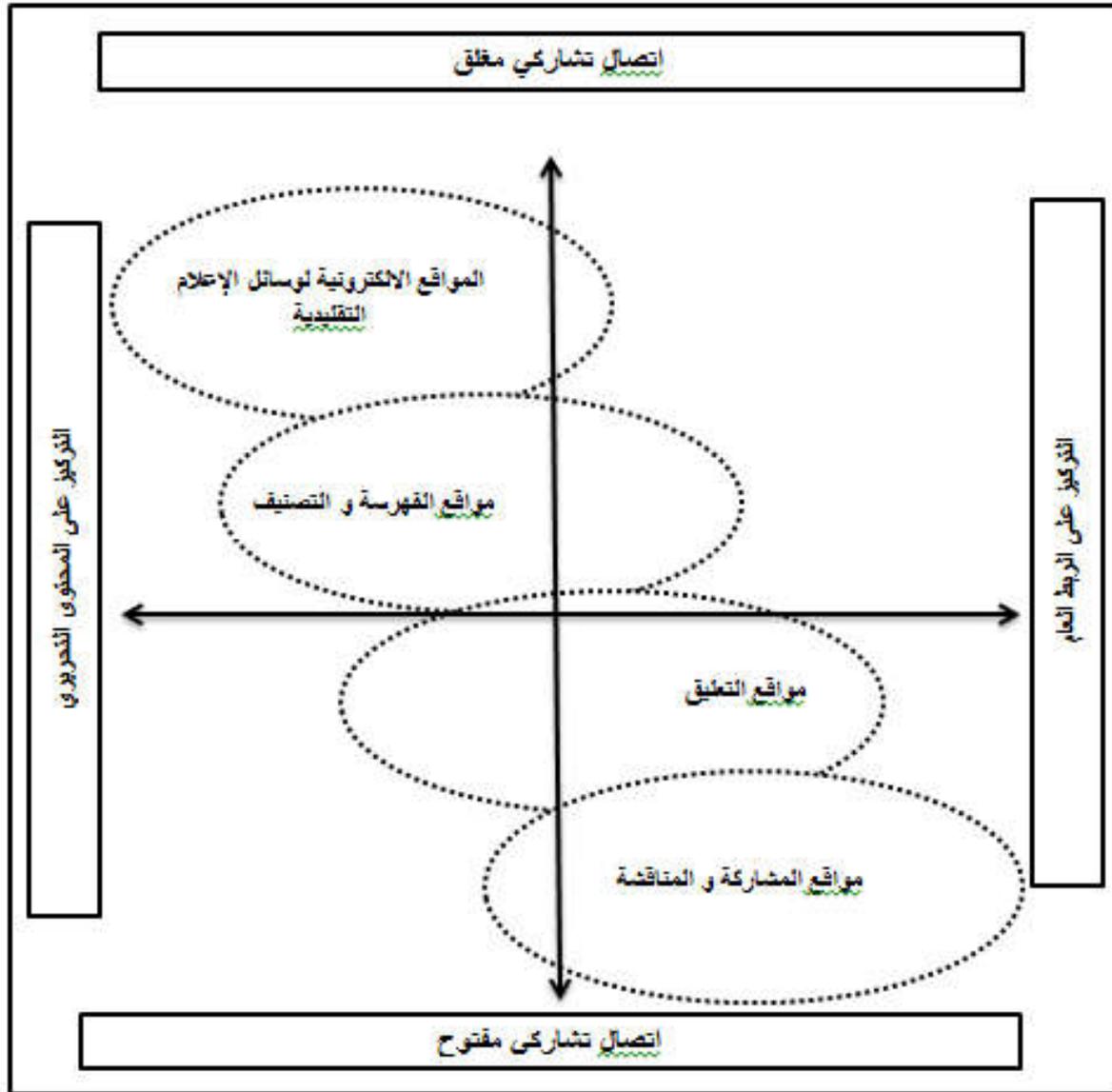
المنظومة الفردية - الجماعية: يدير الأفراد المغمورون أو الجماعات الافتراضية فضاءات إلكترونية (الويكي wiki و مواقع الشبكات الاجتماعية و المدونات ) ، و في هذه الفضاءات ينشر الناس مضامين متنوعة و يتواصلون فيها مع بعضهم البعض و يعبرون عن آرائهم و أفكارهم و وجهات نظرهم . و تكتسي هذه المضامين طابعا خاصا و حميما و ذاتيا أو عاما سياسيا و فكريا و أدبيا ... و أفرزت الممارسات الاجتماعية في مجال النشر الشخصي و التواصل الإلكتروني أشكالاً من الكتابة متفقا عليها بين المستخدمين، و أنتجت قواعد تضعها الجماعة ذاتها لتنظيم عملها .

المنظومة الصحفية الإعلامية: تحيل على المؤسسات التي تنشط في مجال صناعة الأخبار / news organisations / entreprise de presse أي تلك المؤسسات التي يمثل الإعلام نشاطها الاقتصادي الرئيسي، ذلك أن المؤسسات الإعلامية لا تنتج المضامين لأهداف اتصالية ( الإشهار و تحسين الصورة عبر العلاقات العامة و عبر تقنيات الاتصال المؤسسي ) أو لغايات التواصل الاجتماعي ، ذلك أن إنتاج الأخبار يمثل خدمة مجانية في حد ذاتها بالنسبة إلى الإعلام العمومي و بمقابل بالنسبة إلى الإعلام الخاص.

ويميز Deuze بين أربعة أنواع من صحافة الشبكات تتراوح من حيث طبيعتها بين تلك التي تركز على المحتويات التحريرية من جهة و المواقع القائمة على التواصل مع الجماهير من جهة ثانية ، وقد عمل على التمييز بينها اعتمادا على الخصائص التقنية التي تميز البيئة الصحفية على الخط ، على النحو الذي يظهره الشكل رقم (02) حيث تتوزع الأنواع الأربعة على نقاط تقاطع محورين اثنين ، يخصص أولهما الاتصال التشاركي و الذي يعتبر بمثابة سلم لقياس مستوى التفاعلية على الموقع فمستوى الاتصال التشاركي يكون « مفتوحا » إذا أتيح للمستخدمين مشاركة التعليقات و الإدراجات و تحميل الملفات دون رقابة أو فلترة، في حين يكون مستوى الاتصال التشاركي « مغلقا » في المواقع التي تخضع لهذا النوع من الخدمات المتاحة لرقابة صارمة. و يربط المحور الثاني المحتوى التحريري بما يسميه بالربط العام حيث يعرف المحتوى التحريري باعتباره كل أشكال المضامين (مكتوبة مسموعة صور ثابتة أو متحركة ) التي ينتجها و/أو يحررها الصحفيون في حين يمثل الربط العام في هذا السياق الخاص ما يسميه Odlyzko في مقاله «Content is not King » اتصال نموذج نقطة الى نقطة « حيث يشير مفهوم الربط العام إلى الولوج في عمليات الاتصال دون حواجز ، فالتفاعلية ، الاتصال التشاركي ، ادراج المحتويات ... إنما هي عمليات و خصائص تؤسس مجتمعة «لصحافة تحاورية» مبنية على تعزيز النقاش العام القائم على إشراك الجمهور في إنتاج المحتوى .

المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية: تمثل المواقع الرسمية لوسائل الإعلام التقليدية أحد أبرز أشكال صحافة النت ، حيث أسست وسائل الإعلام على اختلافها مواقع لها على الشبكة محاولة الحفاظ على مكانتها و سعيا لاستثمار خصائص الوسيط الجديد و مزاياه ، حيث يقترح هذا النوع من المواقع تنويعا مختاراً من المحتويات التحريرية و يُخضع خدمات التواصل التشاركي للرقابة و الترشيح. و تتميز محتويات هذا النوع بكونها أصيلة ، أنتجت لتنشر خصيصا على الشبكة و التي تتطلب مهارات تحرير صحفي خاصة تتماشى وخصوصية الوسيط ، و إن كان هذا النوع من المواقع لا يختلف كثيرا على الصحف المطبوعة و وسائل الإعلام السمعية البصرية من حيث مقاربتها في تغطية الوقائع و الأحداث و ترتيبها للقيم الإخبارية و طبيعة علاقتها بجماهيرها ، فهي الأخرى تخضع لمنطق تسيير المؤسسات الإعلامية .

مواقع الفهرسة و التصنيف : ينسب Deuze النوع الثاني إلى محركات البحث و المنصات التي تتيح خيارات متعددة لخدمات إضافة المواقع « و يتأسس هذا النوع من المواقع على توفير روابط لمواضيع إخبارية وتقارير منشورة على الشبكة حيث تعمل ، أحيانا ، فرق تحريرية على تجميع المواضيع و تصنيفها في سياقاتها الملائمة وكذا شرحها أو التعليق عليها وعرض وجهات نظر خاصة «( Bruns, 2008, p 16 ) و تميل المطارحات المهنية إلى التساؤل حول أخلاقيات ممارسات تجميع المواد و إعادة نشرها في إشارة إلى الخط الرفيع الذي يفصل بين توفير وصلة لموضوع من موقع آخر على الشبكة و بين نسخ محتويات خاصة بالأخرين و إعادة نشرها ، و تجدر الإشارة إلى أن هذا النوع من المواقع لا يهتم بعرض محتويات تحريرية أصيلة بقدر ما يسعى إلى فتح مجالات للنقاش و تبادل الأخبار و المعلومات و الروابط بين الأفراد .



الشكل رقم (01) يوضح: أنواع صحافة الانترنت حسب تصنيف Dueze

ويصنف Deuze المدونات الإلكترونية ضمن هذه الفئة « فظاهرة المدونات الإلكترونية تمثل شكلا متجددا لصحافة النت و التي تظهر في شكل يوميات دورية لأفراد و صحفيين ، في حالات كثيرة ، ينقلون من خلالها تجاربهم الخاصة في تغطية المواضيع و يوفران روابط لمحتويات تم العثور عليها أثناء تصفح الويب » و يجد هذا النوع من الصحافة الفردية ، و التي يمكن أن يقع أيضا ضمن خانة المحتوى الذي ينتجه المستخدمون UGC ، مكانا بين مواقع هذه الفئة لأنها بطبيعتها تميل إلى تقديم اتصال تشاركي محدود ، فالمدونة يديرها غالبا شخص واحد هو صاحب المدونة يطرح القضايا المختلفة ويقترح وصلات و الروابط حسب وجهة نظره مخاطبا مجموعات معينة من زوار مدونته .

. مواقع التعليق : تحوي ثالث فئات صحافة النت المواقع التي تعنى بعرض القضايا المثارة في وسائل الإعلام

و التي تعمل كرقيب على ما يبث و ينشر فيها ، و يظطلع الصحفيون في هذا النوع الجديد من مواقع «الصحافة حول الصحافة» أو التي اصبحت تعرف بالصحافة البديلة بإنتاج محتويات تحريرية ، غير أنهم مكلفون في المقام الأول بمتابعة القضايا المثارة في وسائل الإعلام الرائدة و مناقشة أساليب التغطية المتبناة من قبلها و يبرر Deuze اعتماد هذا النوع من المواقع ضمن تصنيفه لأنواع صحافة النت إلى الازدهار الذي عرفته مؤخرا فهذه المواقع الإخبارية التي تقدم نفسها كبديل لوسائل الإعلام لا تقدم فقط تغطيتها الخاصة للوقائع و الأحداث و إنما تميل إلى انتقاد آليات المعالجة الإعلامية في وسائل الإعلام و المواقع الصحفية على الشبكة موجهة المستخدمين إلى أماكن خارج نطاق التواجد الإلكتروني لوسائل الإعلام التقليدية على الشبكة .

. مواقع المناقشة و المشاركة: إن أحد الأسباب الرئيسية لنجاح الأنترنت يتمثل في استجابتها لحاجة الأفراد إلى التواصل مع الآخرين أينما كانوا دون عوائق و في الوقت الحقيقي ، و تستخدم مواقع المناقشة و المشاركة هذه الإمكانيات لتوفير منصات لتبادل الأفكار و الآراء و المعلومات. إذ يوضح موقعها أسفل الركن الأيمن في الشكل رقم (02) تركيزها على التواصل بين الأفراد من جهة و إتاحتها لخدمات التفاعلية دون قيود « و يمكن تصنيف المدونات الإلكترونية الجماعية Group Weblogs ضمن خانة مواقع المناقشة و المشاركة و التي تمكن الأفراد من مشاركة رؤاهم و تجاربهم الشخصية على الأنترنت » ( Deuze , 2003 , p 211 )

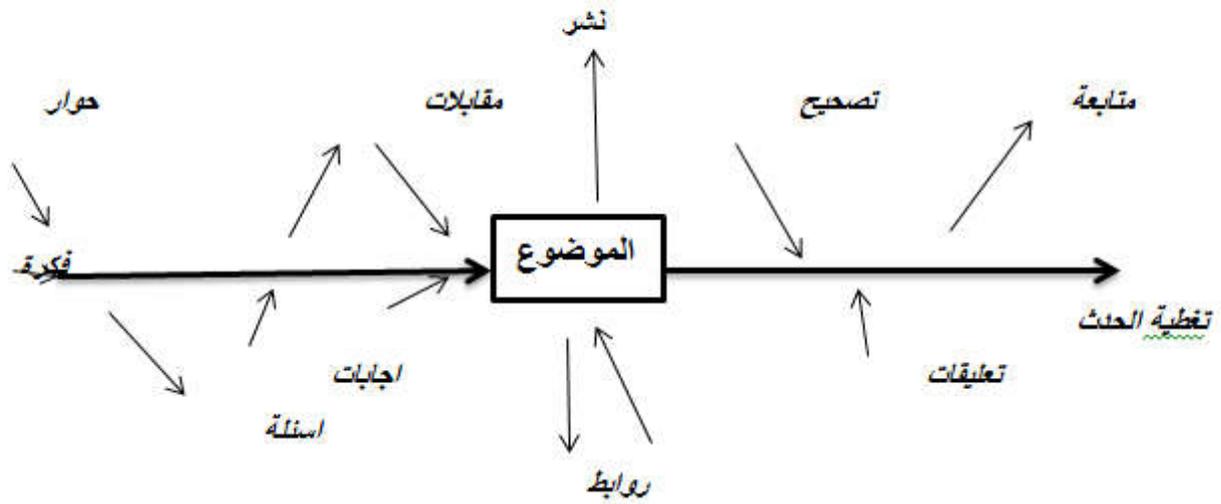
## 2. البيئة الإعلامية الجديدة : تحولات الممارسة المهنية :

تشهد البيئة الإعلامية في السنوات الأخيرة العديد من التغيرات و التحولات التي تمس صلب العمل الصحفي ، سواء في عملية جمع و تحرير الأخبار و نشرها أو إدارة العمل الصحفي ، أو في طبيعة الأطراف المشاركة في العملية الصحفية و قد انعكست هذه التغيرات على علاقة الصحفي كمنتج للمعلومة و الخبر بالجمهور كمستهلك و متلقي ، فلم يعد الصحفي هو منتج المعلومة و الخبر و الرأي فقط ، و لم يعد الجمهور متلق سلبي لها ، بل أصبح مشاركا فاعلا في العملية الصحفية ، و هو ما استتبع معه ظهور تحولات كثيرة ذات صلة بهوية و رسالة الصحافة و أدوارها و ممارساتها.

### 2.1. تحول في اتجاهات بث و نشر الأخبار:

#### - تحوّل في تركيبة العملية الإعلامية:

لقد حافظت صحافة الأنترنت و وسائل الإعلام التقليدية من خلال مواقعها الإلكترونية على اتجاه النشر العمودي للأخبار لارتباطها بمنطق التسيير المؤسسي الموروث عن الإعلام التقليدي ، غير أن تمكين الأفراد العاديين من ممارسة جمع و تصنيف و غرلة و نشر و بث الأخبار عبر تطبيقات الويب 2.0 بشكل مستقل عن المؤسسات الإعلامية مكنهم من التأسيس لنشر و تداول الأخبار أفقيا مما ساهم حسب اعتقاد Jeff Jarvis في خلق دورة جديدة لسريان المعلومة و غير تركيبة العملية الإعلامية على النحو الذي يمثله الشكل رقم (03) (Jarvis, 2009)



الشكل رقم (03) يوضح : سيرورة العملية الاعلامية الجديدة I

#### - إعلام متعدد الاتجاهات :

من التدفق الإعلامي أحادي الاتجاه One to Many الى التدفق متعدد الاتجاهات Many To Many: لقد مكّنت الإنترنت بفعل ما عرفته من تطورات متصفحيها من أن يكونوا بمثابة مرسلي المادة الإعلامية ومستقبليها في آن، فبفضل التطور التقني وتقدم تطبيقات الويب، ظهرت و انتشرت مواقع نقلت الانترنتيون من حقبة استهلاك المحتوى الإعلامي إلى حالة إنتاج هذا المحتوى وحولت نمط التدفق الإعلامي من نمط تدفق في اتجاه واحد One to Many إلى نمط تدفق متعدد الاتجاهات Many to Many، وهو ما يمكن اعتباره نمطا جديدا يضاف إلى أنماط التوزيع التقليدية، يسمح بتوزيع كل من المحتوى المهني بالإضافة إلى ذلك المحتوى الصادر عن المستخدمين.

#### - تفتيت الفضاء العمومي :

يؤدي انتشار التطبيقات الإعلامية للويب 2.0 و تنامي شعبيتها بين مستخدمي الشبكة إلى « التراجع عن المنجز الديموقراطي الكبير المتمثل في تعزيز ما هو عام و مشترك و الذي رسخته الصحافة عبر مسيرتها الطويلة من خلال الإعلام العمومي و الذي يسمح بتداول واسع للأفكار و الآراء المختلفة و المتعارضة و مناقشتها بشكل علني. فالصحفي يضطلع بمهمة تجميع القراء حول الأحداث و الأخبار و الآراء التي يجمعها و ينتقيها و يرتبها وفق متطلبات مهنية تساهم في صياغتها اعتبارات أدبية و أخلاقية » ( العياضي ، ---- ، ص 140) في حين يعمل الفضاء التشاركي على تفتيت الفضاء العمومي ليصبح مجموعة من الفضاءات الخاصة بالمجموعات البشرية التي تشترك في متابعة موضوع معين على شبكات التواصل الاجتماعي أو تتقاسم الفضاء التدويني ذاته .

## 2.2. من الجمهور إلى المستخدمين المنتجين

### - تحول اصطلاحي مفاهيمي :

بظهور الأنترنت و انتقال وسائل الإعلام التقليدية لبث و نشر محتوياتها على الشبكة استثمارا لخصائص التفاعلية و تعددية الوسائط و تكنولوجيا النص الفائق، و انتشار الصحف الإلكترونية و البوابات الإخبارية تنبأ الباحثون بنهاية مصطلح الجمهور التقليدي audience و دعوا لاستبداله بمصطلح المستخدمون Users في محاولة للتعبير عن تخلص أفراد الجمهور من إكراهات التلقي السلبي و ممارسة أدوار نشطة في عملية تلقي المضامين الإعلامية وفق الخيارات التي أصبحت متاحة لهم بفعل الوسيط الجديد . هذا الأخير الذي أعاد هندسة علاقاتهم بوسائل الإعلام ، و هي العلاقة التي لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي عبر المشاهدة والاستماع والقراءة، بل على الاستخدام النشط من خلال سلسلة لامتناهية من العمليات ( التحكم في مكان و زمان التلقي ،النسخ، الطباعة، رجع الصدى، الانتقال بين المواضيع و المواقع ، التجول في الأرشيف ...الخ فمصطلح الاستخدام (Usage/Use) يختلف بهذا المعنى عن مصطلح التلقي (Reception)، ويعكس التمايز بين الاستخدام و التلقي، فمستخدم الوسائل الإعلامية عبر الوسيط الجديد يختلف في سماته وممارساته عن المشاهد والقارئ والمستمع . و مع تطورات الجيل الثاني و تطبيقات الويب 2.0 التي ساهمت في ظهور و انتشار المدونات الإلكترونية و مواقع التواصل الاجتماعي و مواقع الويكي تحدث باحثون متخصصون عن انتقال المستخدمين ، كمنتجين و صنّاع للأفعال الاتصالية ، إلى ممارسة خبرات اتصالية مستحدثة و غير مسبوقه ، تغيرت بفعلها أبعاد العملية الإعلامية برمتها حد التثوير، و يصف الباحث الأكاديمي Axel Bruns عملية تحول الجمهور من عملية التلقي إلى فعل التأليف عبر إنتاج مضامين متنوعة في البيئة الإلكترونية من خلال رؤية خاصة تقضي باستبدال «مصطلح المستخدم Users بمصطلح Producers للتعبير عن الأدوار الجديدة التي يتمكن هؤلاء من لعبها في إطار بناء وسائل إعلامهم الخاصة ( Bruns, 2008, p 15) » عن طريق إعادة تبويب المواد الإعلامية وإدراجها في فئات من ابتكاره و تغطية الأحداث والتعليق عليها وتحليلها و إعادة نشر موضوعات على الشبكات الاجتماعية و ماقع الويكي و المدونات والتعليق عليها وتصنيفها ونصح الآخرين بتصفحها .

### - المنتجون ، المستخدمون المنتجون و اشكالية التلقي :

على هامش اقتراح المستخدم للفعل الإنتاجي و إسهامه ، الفعّال ، في تضمين المحتويات نشأ غموض التمييز بين المنتجين و المتلقين، وخاصة بعد زيادة إنتاج المستخدمين لمضامينهم الخاصة ، و إثبات قدراتهم كهواة محترفين، باعتبار أن القائمين على إنتاج هذا المضمون هم من المستخدمين الهواة لمواقع الإنترنت، ولكنهم أيضا أولئك الذين اكتسبوا صفات و سمات تؤهلهم للعمل كمحترفين ومنتجين للمضامين الإعلامية في مجالات مختلفة ، وهم الذين يصطلح على تسميتهم بـ ProAm اختصارا لـ « Professional Amateurs الهواة المحترفون» خاصة و أن الوسائل الإعلامية باتت تخصص أقسامًا خاصة لهذا النوع من المضامين على خارطة مواقعها الإلكترونية عبر شبكة الاتصالات التي ينخرط فيها المستخدمون المنتجون سواء عبر التعليقات ومشاركة الملفات والبرامج المفتوحة المصدر والبودكاست ، و الشبكات الاجتماعية وبرامج الويكي والوسوم و التدوين ومنصات استضافة المدونات و المنتديات و التجمعات الإلكترونية...إلخ.

في ظل هذه التغيرات يتأسس التمييز بين طرفي العملية الإعلامية ، ليس على أساس موقعهما النهائي الذي تحدده طبيعة الانتماء للمؤسسة الإعلامية ، و إنما على طبيعة الفعل المنتج ، ذلك أن كلا الطرفين يتمتع بحياة المبادرة في إنتاج المضامين في البيئة الإعلامية الجديدة ، و عليه أصبح التلقي عملية تمارسها كل الأطراف ضمن سياقات مختلفة ، فالصحفي المحترف يمارس التلقي للمضامين التي ينتجها الهواة و يتعامل معها كمصدر

للمعلومات ، و يمارس المستخدم المنتج التلقي في إطار عملية استقبال نشط للمضامين التي يعلق عليها و يشاركها في مواقع التواصل الاجتماعي و يعيد إنتاجها في المدونات الإلكترونية .

### 2.3. من القائم بالاتصال إلى القائم بإدارة المحتوى :

#### - تحول في المهام : من حارس البوابة Gatekeeper إلى مراقب البوابة Gatewatcher

لم يعد بوسع الصحفيين ممارسة الدور التقليدي لحارس البوابة في البيئة الإعلامية الجديدة بفعل خصائص التفاعلية والمشاركة في إنتاج المضمون حيث أن تغييرا جذريا في أدوار القائم بالاتصال أصبح محتوما و لا يمكن تجاوزه ، فقد انتهت العلاقة ذات الاتجاه الرأسي التي تربط الصحفي بالمتلقين و فقد القائم بالاتصال شرعية احتكار المعلومة و التحكم في سيرورة عبورها إلى جمهور يكتفي بتلقي ما يملى عليه . «إن هذا التحدي الذي يواجهه الممارسة في الإعلام الكلاسيكي يمكن أن يلخص كتحول لما عرف لفترة طويلة من الزمن بحراسة البوابة Gatekeeping ، و التي مارست في ظلها دور الحراسة أطراف فاعلة - أفراد أو منظمات داخل النظام المهني ذاته غالبا - بهدف التحكم في المعلومات المارة عبر «البوابة» بناء على معايير يحددها نفس النظام الإعلامي ، إلى شكل جديد من أشكال الممارسة و هو مراقبة البوابة Gatewatching . فبدلا من حراسة البوابة بحزم و صرامة لاختيار أي الأخبار ستمر ليتمكن أفراد الجمهور من قراءتها أو مشاهدتها فإن الصحفيين ، شأنهم في ذلك شأن كل من مكنتهم التكنولوجيا من ممارسة العمل الإعلامي ، يستطيعون فقط مشاهدة البوابات التي تمر عبرها الأخبار قادمة مصادرها لتنتشر و تبث للجماهير على نطاق واسع» ( Bruns, 2005, p 16 ) فالتحول إلى نموذج مراقبة البوابة يعني تقليص سلطة القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الكلاسيكية و توجيهه إلى ممارسة أدوار جديدة تقتضيها طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة ، فالصحفيون المشرفون على المواقع الإعلامية الإلكترونية مدعوون إلى مراقبة ومتابعة وإدارة ما ينشر على هذه المواقع، بدل المنع والحذف و القص والإضافة « ضمن هذه الحركية جُرد الصحفي من بعض الأدوار و الوظائف ، فلم يعد منتجا وحيدا للأخبار و شاهدا فريدا على ما يجري لينقله إلى الجمهور ، لقد أصبحت العديد من المؤسسات غير الصحفية تنتج الأخبار و توزعها ، و تشرك في ذلك العديد من الأشخاص من خارج مهنة الصحافة . كما أن الصحفي لم يعد المحلل الوحيد للأحداث و المعلق عليها ، لقد أصبح دوره مغمورا وسط جيش من الخبراء و المختصين الذين أصبحت آراؤهم متداولة على نطاق واسع» ( العياضي ، ---- ، ص 146 ) لذلك بدأ الحديث عن تحول في مفهوم القائم بالاتصال التقليدي و اعتماد مصطلح القائم بإدارة المحتوى كمفهوم أقرب للتعبير عن الأفراد المعنيين بممارسة هذه الأنواع الجديدة من المهام ، ففي البيئة الإعلامية الجديدة «على الصحفيين أن يدركوا أنهم قد أصبحوا جزءاً من واقع جديد الواقع الذي أصبح فيه القراء و المستمعون و المشاهدون مشاركون فاعلون في العملية الإعلامية» ( Gillmor, 2004, p 09 ) و يعبر Gillmor عن خصوصية هذا الوضع قائلاً أنه كصحفي يدرك تماما أن قراءه يعلمون أكثر مما يفعل هو ، و يدرك أن هذا يمثل حقيقة الواقع الجديد و ليس عامل تهديد في الحياة الإعلامية.

#### - انهيار الحدود الفاصلة بين المصدر و الوسيلة الإعلامية و الجمهور :

أدت الأدوار الفعالة للمستخدمين المنتجين في إنتاج المحتويات و قيام الكثير من المؤسسات الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية و العلمية بإنتاج الأخبار و المعلومات إلى تراجع « نظرية الاحتكار الأحادي الطرف للمعلومات ، فلم تعد وسائل الإعلام التقليدية تحتكر المعلومات و الأخبار و الآراء حيث انتشرت مسألة تعدد مصادر المعلومات حين أصبحت فرص إنتاج المضامين الإعلامية المختلفة متاحة للجميع » ( البدراني ، 2017 ، ص 47 ) إذ لم تعد المعلومة والخبر والرأي حكراً على طرف ما دون غيره، بل أصبح بمقدور الجميع المساهمة في إنتاج المضامين المختلفة، حيث ظهرت أطراف أخرى بمقدورها أن تمارس سلطة مماثلة تقريبا للسلطة التي

يمارسها صحفيو وسائل الإعلام في البيئة التقليدية، كما أصبح بمقدور كل فرد المساهمة بالمعلومة أو الرأي أو الصورة أو غيرها، مع تنوع وتعدد الفرص التي تتيحها الأنترنت من أجل سماع أصوات متنوعة ومتعددة ومتباينة في ساحة مفتوحة بما يسهم في إثراء وإغناء الحوار العام والنقاش الجماعي وتنشيط الحياة الديمقراطية في المجتمعات .

### - تشاركية إنتاج الأخبار:

تختلف خاصية التشاركية عن التفاعلية ، فإذا كانت الأخيرة تعني إسهام المستخدمين في إثراء الموضوع الإعلامي بعد النشر أو البث من خلال التعليق أو الإعجاب أو المشاركة « بما يجعلها تحت إشراف القائمين على إدارة المحتويات في المؤسسات الإعلامية ، فإن التشاركية تتشكل في ظل السياقات الاجتماعية و الثقافية التي يعمل المستخدمون من خلالها على تضمين المحتويات باستخدام التطبيقات التكنولوجية المتاحة » ( Bruns, 2008, p 16 ) ، حيث أصبح المستخدمون المنتجون قادرون على المشاركة في كل مراحل صناعة الخبر والمعلومة والرأي سواء تعلق الأمر بجمع المادة أو تحريرها أو اختيارها أو ترتيبها أو تصنيفها أو التعليق عليها أو تحليلها أو اتخاذ قرار بإرسالها إلى الآخرين أو حذفها وكل ما يتعلق بمهام حارس البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية . وعليه يعتقد عدد من الباحثين المتخصصين في دراسة التطورات الحاصلة في قطاع الإعلام والاتصال أنه أصبح من الضروري أن يتخلى الصحفيين المحترفين عن سلطتهم المطلقة في التعامل مع كل مراحل إنتاج المحتويات و المضامين، والسماح بمشاركة المستخدمين المنتجين في بعض مراحل هذه العملية سواء على مستوى جمع المعلومات أو غربلتها و تصنيفها أو نشرها أو التفاعل مع قرائها و مشاهدتها ، وأن تتنازل وسائل الإعلام التقليدية عن الصورة الكلاسيكية لتدفق الأخبار والمعلومات، والتي تعتمد على التوجه الخطي الرأسي من الأعلى إلى الأسفل، لتساهم في بناء توجه اتصالي أفقي ، تعددي دائري شبكي ، قادر على استيعاب المضامين التي توفرها تطبيقات الإعلام الجديد، مع البحث عن سبل جديدة لزيادة مساحة الاستفادة المتبادلة بينهما تجاوبا مع متطلبات البيئة الإعلامية الجديدة في إطار ممارسة نوع جديد من العمل الإعلامي ، هو الإعلام التشاركي .

### - الإنتاج المشترك القائم على التكافؤ :

يمثل الإنتاج المشترك القائم على التكافؤ القاعدة الأساسية للإعلام التشاركي باعتباره « نوعا من الممارسة الإعلامية التي يقوم بها المحترفون و الهواة ، الصحفيون و المواطنون ، القائمون بإدارة المحتوى و المستخدمون المنتجون، جنبا إلى جنب ، ذلك أن الطبيعة التشابكية للبيئة الإعلامية الجديدة تتطلب انتهاج مقاربة جديدة لتنظيم إنتاج المحتويات بشكل لا مركزي ، تعاوني ، جماعي ، قائم على مشاركة المصادر و المخرجات » ( Deuze & Bruns , 2007, p 326 ) حيث يسعى مفهوم « الاعلام التشاركي إلى استيعاب العلاقة الجديدة بين الجمهور و وسائل الإعلام من خلال تجاوز المفهوم التقليدي للجمهور » ( Gillmor, 2004, p 76 ) في ظل تصور يؤكد أن مساهمة المستخدمين « لا تنفي إمكانية احتفاظ المؤسسات الإعلامية بسلطتها التقليدية في صناعة المضامين الإعلامية، ولكن في ذات الوقت لا بد من طرح تصورات تسمح بالاستفادة من مساهمات المستخدمين في العملية الإعلامية » ( Bowman & Willis , 2003, p 34 ) والاستجابة للتغيرات التي تحملها الخصائص التكنولوجية للويب 2.0 والتي تسمح للمستهلكين بلعب أدوار جديدة كمنتجين للمضامين، و هو ما عبر عنه \* Necholas Negroponte في كتابه Being Digital الصادر تسعينيات القرن الماضي حين تنبأ بأن « الوسائط الجديدة ستتيح للأفراد إمكانيات لم يختبروها قبلا ، بما سيفعل أدوارهم في العملية الإعلامية من جهة و يساهم في تفويض الأسس الفلسفية للإعلام التقليدي من جهة ثانية » ( Gibert, 2010, p 197 ) و هو التصور الذي يؤيد ضرورة منح الجمهور فرصة للمساهمة والمشاركة في إنتاج صحافة مهنية، و يؤكد أن مستقبل وسائل الإعلام الكلاسيكية

مرتبط بمدى استفادتها من المضامين التي ينتجها المستخدمون، ومدى ابتكارها لنماذج تساعد على الدمج بين الإعلام التقليدي و الإعلام التشاركي القائم على إسهامات المستخدمين المنتجين، وعلى الاستفادة من الإمكانيات التي يتيحها اعتماد تطبيقات الإعلام التشاركي .

### - إشكاليات توزيع الأدوار :

طرح التحول في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الإعلامية الجديدة ، و تنازلهم عن ممارسة الدور التقليدي لحارس البوابة من جهة و مشاركة المستخدمين في إنتاج المضمون من جهة ثانية عدة تساؤلات جديدة، حول آليات اعتماد تطبيقات الإعلام التشاركي في المواقع الالكترونية لوسائل الاعلام و الدرجة المسموح بها للمستخدمين في المشاركة في إنتاج المحتويات، وطبيعة الأدوار التي يمكنهم القيام بها، و مستويات الاستعانة بهم في المراحل المختلفة من العملية الصحفية، وهل ستطبق على مخرجاتهم نفس المعايير المطبقة على مخرجات الصحفيين المحترفين وكذا حدود حرية المستخدمين، وطرق تحفيزهم للمشاركة المتواصلة، و كيفية الحفاظ على هوية المؤسسة الإعلامية و صحافييها ضمن آليات التكيف التي اقتضت توطين إسهامات المستخدمين في العملية الإعلامية ، و الحاصل أن الملاحظة الدقيقة لطبيعة مشاركة المستخدمين في إنشاء المحتويات تكشف عن مهام مستحدثة يمكن أن تمارسها هذه السلالة الجديدة من الصحفيين ، و لعل أبرزها توفير المعلومات حيث يمكن للصحفيين المحترفين الاعتماد على إسهامات المستخدمين في الحصول على المعلومات و التفاصيل و الصور و مقاطع الفيديو حول الوقائع و الأحداث غير المتوقعة التي يعايشها هؤلاء و المتعلقة خاصة بالحروب و الكوارث الطبيعية ، كما تعمل هذه الفئة على إعادة إنتاج المضامين الإعلامية و لكن مع التركيز على ما أغفله الصحفيون المحترفون و المؤسسات الإعلامية من وقائع هامشية للأحداث التي قاموا بتغطيتها و التي قد تحظى باهتمام خاص لدى أفراد المجتمع ، إضافة إلى ما يمكن أن يلعبه هؤلاء في التدليل على المحتويات و المضامين ، خاصة في ظل الوفرة الهائلة و التعدد اللامتناهي للصحف و القنوات التلفزيونية و الإذاعية والتي تجعل الأفراد غير قادرين على متابعة ما يهمهم من أخبار و مواضيع و حصص و برامج... الخ . و هنا يبرز الدور الجديد لهذه الفئة التي تهتم بمشاركة ما يعتقدون أنه مهم على صفحاتهم في شبكات التواصل الاجتماعي أو توفير روابط لها على المدونات بما يسهل على الأفراد متابعتها ، ثم إن التعقيب و التعليق على ما يقوم به الصحفيون و متابعة مدى اضطلاع وسائل الإعلام بأداء الأدوار المنوطة بها في مراقبة المحيط و حماية مصالح المجتمع و وسائله و مؤسساته لا ينفي حفاظ وسائل الإعلام على مكانتها كسلطة رابعة تتأسس أدوارها على مراقبة أداء السلطات الثلاث وإنما يؤسس لسلطة خامسة يقودها المستخدمون المنتجون الذين تتمثل واحدة من بين أهم أدوارهم في مراقبة أداء السلطة الرابعة.

### 2.4. تحولات في صناعة المضامين

#### - النص الفائق و بنية النص الصحفي :

يعكس المحتوى الصحفي أهم مستويات التحول في البيئة الإعلامية الجديدة ، إذ تغّير شكل إنتاج المضامين عما سبق، بحيث أصبحت تُنشر مشفوعة بالوسائط المتعددة ضمن مزيج و سائطي يجمع بين النص و الصوت و الصورة ، و لعل أبرز تجليات التغيير في المضمون الإعلامي يكمن في بناء النص الصحفي الذي لم يعد قائما على أحادية الرؤية بسبب أحادية المتكلم المحرر ، بل أصبح متعدد الرؤى بفعل تكنولوجيا النص الفائق HyperText التي تفتح أمام القارئ نوافذ متعددة للنظر إلى الأحداث عن طريق وصل النص الصحفي بالوثائق و الوسائط و المواقع و الصفحات التي تحمل وجهات نظر ورؤى متنوعة و مختلفة إذ « يساهم النص المتشعب في تعميق أزمة السردية الصحفية التقليدية ، حيث تؤسس كثرة الروابط و تعددها لنظام مخصص من التلقي يقوم على

القطيعة ، أي الانتقال المتواصل من نص إلى آخر (داخل الموقع) و من وسيط إلى آخر و من موقع إلى موقع آخر و من سياق إلى سياق آخر (من موقع إعلامي إلى شبكة اجتماعية أو من مدونة إلى موقع إعلامي) بفعل النص المتشعب ، و بهذا المعنى يمكن للإنترنت أن تؤسس لسردية جديدة قائمة على تعدد الأصوات بفضل تعدد المصادر (تخصيب المقال بالروابط الداخلية و الروابط المماثلة كالمقالات ذات الصلة)» ( الحمامي ، 2006 ، ص 05 ) من جهة و تعدد الفاعلين المشاركين في بناء النص الصحفي باختلاف خصائصهم سواء الصحفيين المحترفين ذوي التكوين الأكاديمي و التأطير المؤسساتي المهني و الأخلاقي أو الصحفيين الهواة اللذين لا يلتزمون بأساسيات الكتابة الصحفية و اللذين يمارسون جمع المعلومات و تحريرها و نشرها دون مراعاة محاذير الانتماء للمؤسسات الإعلامية . كما أن هذا التفاعل بين النص الصحفي و النصوص الأخرى يمثل آلية جديدة لإنتاج المعنى تقوم على إعادة بناء النص كاملا ، ليس بترتيب أجزاءه الداخلية (الفقرات المتعددة في النص الواحد) بل من خلال ربطه بأجزاء خارجية تضمنه مستويات جديدة من الدلالة ، خاصة في ظل تعدد المضمين (الصحفي صاحب النص الصحفي الذي يقدم تغطية للحدث و المستخدم المنتج الذي يقوم إما بالإشارة إلى واقعة هامشية تضمنتها التغطية و أغفلها الأول أو تجاهلها ، أو التعليق على ما جاء في المحتوى الأصلي من معلومات) و عليه فإن النص الصحفي بات يتخذ مسارات جديدة للوصول إلى المتلقيين عبر ما يوفره المستخدمون المنتجون كالمدونين و نشطاء الشبكات الاجتماعية من روابط للمصادر الأصلية للمحتويات و المضامين الإعلامية مشبعة بتعليقاتهم و أفكارهم . و هو ما ساهم في تجديد آليات التلقي عبر إعادة تشكيل أفعال القراءة و المشاهدة، إذ تعكس تكنولوجيا النص الفائق خصائص التلقي الإيجابي للمستخدمين اللذين استقبلوا نصوصا إعلامية و أعادوا إنتاج محتوياتها عبر مسارات لا يمكن التنبؤ باتجاهاتها.

#### - إعادة صياغة مفهوم صناعة الأخبار:

تتم عملية التحرير الصحافي في المؤسسات الصحافية الورقية والسمعية البصرية التقليدية أو الإلكترونية وفق خطوات متسلسلة يمكن اختصارها في التخطيط لتغطية الخبر المتوقع ، ويتم ذلك من خلال تحديد محاور الخبر ونقاطه الرئيسية، وجمع الخلفيات المتعلقة به و جمع المعلومات من المصادر المختلفة المتاحة الرسمية وغير الرسمية ، البشرية والوثائقية. ثم اختيار البناء الفني للخبر الصحفي: أي تحديد قالب الإخباري المخطط لاعتماده (المعتدل - المعكوس - المعكوس المتدرج ... ) و تحديد المضامين المصورة ( الفوتوغرافية أو الفيديو أو حتى الرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية والساخرة ) المناسبة للخبر. و من بعدها مراجعة و تقييم المادة الصحفية المكتوبة أو المصورة وتحديد مدى صلاحيتها للنشر من قبل المحرر المسؤول، أو غيره حسب خط سير النص الصحفي داخل الوسيلة المعنية بالنشر. ليتم بعد ذلك تحرير النص الصحفي و إخضاعه للمراجعة و التقييم النهائيين وتحديد أولويات النشر على ضوء ما يفرضه الخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية .

غير أن التغيرات الكبيرة و التحولات العميقة التي تعرفها البيئة الإعلامية يجعل هذه المراحل الكلاسيكية الخاصة بصناعة الأخبار تقليدا مهنيا غير قادر على الصمود بفعل مشاركة المستخدمين و غياب المنطق المؤسساتي في سيرورة صناعة الخبر(إعلام المواطن ) ، و لعل أبرز مظاهر التغيير هو الترتيب ذاته ففي حين يمر الخبر بمختلف عمليات التصحيح و التنقيح المبيّنة أعلاه قبل عملية النشر عملا بقاعدة « الفلترة قبل النشر» فإن إجراءات الفلترة في البيئة الإعلامية الجديدة تؤجل إلى ما بعد النشر و البث ، كما أن تدعيم النص الصحفي بالصور و المعلومات تتم أيضا بعد النشر بفعل مشاركة فاعلين متعددين .

#### - أنماط جديدة لتوزيع المضامين :

واستحداث فنون توصيل صحفية جديدة عبر شبكات التواصل الاجتماعي و تطبيقات الهواتف الذكية.

## - اعتماد مبدأ الربط الصحيح بدل الفصل في الممارسة الإعلامية :

الربط الصحيح Getting the connectoin right أحد المفاهيم التي (استحدثها) و ناقشها الباحث Jay Rosen كخلاصة لمفهوم إعلام الجمهور الذي صكه نهاية تسعينيات القرن الماضي في كتابه الشهير "Getting the connectoin right : public journalism and The troubles in the press" ففي البدايات الأولى لبروز ظاهرة إعلام المواطن دعا الباحث الى إعادة النظر في التقسيمات التقليدية بين الكثير من الثنائيات و أهمها ثنائية المدون / الصحفي كما أكد على ضرورة إعادة التفكير في جملة من قواعد الممارسة الإعلامية التي تتأسس بصورة تكاد تكون حصرية على الفصل ، و هو يشير في ذلك إلى « فصل صفحات الأخبار عن صفحات الرأي ، فصل المهام التحريرية عن الجانب التجاري ، فصل اليوم الواحد عن بقية الأيام لارتباط الأخبار بالجدة ، فصل أولئك الذين يصنعون الخبر عن أولئك الذين يعملون على تغطية الخبر ، فصل الهوية المهنية للصحفي عن هويته الشخصية كمواطن ، فصل إحساس الصحفي تجاه قضية ما عن تغطيته لها ، وعلى عكس الإعلام الكلاسيكي يقوم الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة على أحد أبرز التحديات التي تواجه الصحافة و الإعلام في عصرنا ، إنه الربط الصحيح بين ثنائيات الخبر والرأي ، الحقائق والقيم ، المنتج التحريري والتحديات الاقتصادية ، الإعلام والنظام السياسي و الأهم بين الإعلام والجمهور ذلك أن مواضع وجوب الفصل تصبح أكثر وضوحا عند القيام بالربط الصحيح بين هذه الثنائيات» (Darville, 2013)

### قائمة المراجع:

1. البدراني ،فاضل محمد: صياغة المضمون في بيئة الاعلام العصري ،مجلة الاتصال و التنمية العدد 10، افريل، 2014.
2. الحمامي ،الصادق: الإعلام الجديد مقارنة تواصلية ، مجلة الإذاعات العربية ، إتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 04 ، 2006 .
3. الحمامي ،الصادق: الصحفيون و أخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، مجلة الإعلام و العصر ، أبو ضبي، عدد سبتمبر ، 2013 .
4. لعياضي ،نصر الدين: في البحث عن العلاقة بين المدونات الالكترونية و الصحافة ، مجلة ثقافات، كلية الاتصال ، جامعة الشارقة، 2011
5. BRUNS , Axel: Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodsusage, Peter Lang Publishing , New york , 2008
6. BRUNS ,Axel & Joanne Jacobs Uses of Blogs peter Lang publishing, Ink, New York 2007
7. BRUNS ,Axel: Gatewatching : collaborative on line news production , Peter Lang Publishing, New york , 2005
8. DARVILLE ,Sarah: "This is what public journalism is saying: getting the connections right is the deeper challenge in journalism right now." Summer Reading 2013: "Getting the Connections Right: Public Journalism and the Troubles in the Press" by Jay Rosen , found at : [http:// www.niemanlab.org/ 2013/08/ summer-reading-2013-getting-the-connections-right-public-journalism-and-the-troubles-in-the-press-by-jay-rosen-1996/](http://www.niemanlab.org/2013/08/summer-reading-2013-getting-the-connections-right-public-journalism-and-the-troubles-in-the-press-by-jay-rosen-1996/) , 9/10/ 2013,

- 10:00 BOWMAN ,Shayne & WILLIS, Chris: We Media : how audience are shaping the future of news and information , the media center at the American press institute , 2009.
9. DEUZE, Mark : Understanding journalism as newswork: How it changes, and how it remains the same. Westminster Papers in Communication and Culture, 2008, vol. 5, no 2.
  10. DEUZE, Mark, BRUNS, Axel, et NEUBERGER, Christoph : Preparing for an age of participatory news. Journalism , practice, 2007, vol. 1, no 3
  11. DEUZE, Mark. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. Journalism, 2005, vol. 6, no 4,
  12. DEUZE, Mark: Popular journalism and professional ideology: tabloid reporters and editors speak out. Media, Culture & Society, 2005, vol. 27, no.6
  13. DEUZE, Mark: The changing context of news work: Liquid journalism for a monitorial citizenry. International Journal of Communication, 2008, vol.2
  14. DEUZE, Mark: The professional identity of journalists in the context of convergence culture. Observatorio , 2008, vol. 2, no 4.
  15. DEUZE, Mark: The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online. New media & society, 2003,vol.5, no 2.
  16. GIBERT, Montserrat Ginés: The Meaning of Technology. Selected Readings from American sources ,Univ. Politèc. Catalunya, 2010
  17. GILLMOR, Dan: We, The Media: Grassroots Journalism by the People for the People , O'Reilly Media Inc , California, 2004.
  18. GREVISSE, Benoît : Écritures journalistiques: stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif. De Boeck Supérieur, Bruxelles ,2008.