

المنظومة الاتصالية الجديدة... من سلطة حارس البوابة إلى محورية المتلقي

**The new communication system... from the authority of the
gatekeeper to the coaxiality of the receiver**

د. أمال توهامي*

تاريخ الاستلام : 2021/02/07 ؛ تاريخ القبول : 2021/05/17

ملخص: هدفت الدراسة الحالية الكشف عن ماهية المنظومة الاتصالية الجديدة من خلال بحث خصائصها وأدوار فاعليها وكيف غيرت من مفهوم حارس البوابة، وذلك انطلاقا من انتقال الاتصال -في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ممثلة أساسا بالانترنت- من نموذج الخطي أحادي الاتجاه إلى النموذج التفاعلي متعدد الاتجاهات من خلال أشكال جديدة للاتصال يجمعها مفهوم واحد هو الإعلام الجديد الذي خلق منظومة اتصالية جديدة وسعت من هامش دور المتلقي الذي أصبح يتحول فيها بين موقعي الإرسال والاستقبال بشكل تفاعلي وأصبح يضطلع بدور محوري في صناعة المحتوى الاتصالي حسب توجهاته وبما يخدم اهتماماته. لتتغير في ظل هذه المنظومة العديد من المفاهيم التي تشكل جوهر النظريات الاتصالية ومقارباتها كمفهوم حارس البوابة، هذا الأخير الذي إن كان في مفهومه التقليدي يسيطر على العملية الاتصالية وله سلطة اتخاذ القرار في ما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر حتى يصل إلى الجمهور المستهدف، فإن دوره في اتخاذ قرار إعلام الناس أو إخفاء الحقائق عنهم قد تغير أو بالأحرى قد تقلص وتراجع.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد؛ المنظومة الاتصالية الجديدة؛ التفاعلية؛ المتلقي؛ حارس البوابة.

* جامعة 8 ماي 1945 قالمة، touhami.amel@univ-guelma.dz (الجزائر)

Abstract: The current study aimed to reveal what the new communication system is; by examining its characteristics, the roles of its actors, and how it changed the concept of the gatekeeper, based on the transmission of communication -in light of modern information and communication technologies represented mainly by the Internet- from its unidirectional linear model to the multi-directional interactive model through new forms of communication united by one concept, which is the new media that created a new communication system and expanded the margin of the role of the receiver, in which it became transformed between the transmission and reception sites in an interactive manner and became a pivotal role in the manufacture of communication content according to his directions and in a way that serves his interests. In light of this system, many of the concepts that constitute the essence of communication theories and their approaches have changed, such as the concept of the gatekeeper, the latter who, if in his traditional concept, controls the communication process and has the authority to decide what will pass through his portal, and how it will pass until it reaches the target audience, his role in making the decision to inform people or hide facts from them has changed or rather has diminished and declined.

Keywords: New media; New communication system; Interactivity; Receiver; Gatekeeper.

1. مقدمة

لقد بدأ الاهتمام ببحوث ودراسات القائم بالاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين وتفاوتت التعاريف التي قدمتها المدارس الإعلامية لهذا الأخير، حيث عرف على "أنه ذلك الشخص القادر على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء"، كما أنه "ذلك الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها وعلى ضوء قدراته وكفاءاته يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها". كما برزت نظريات إعلامية ارتبطت بدراسة القائم بالاتصال وعلى رأسها نظرية حارس البوابة التي تنظر للقائم بالاتصال على انه الشخص الذي يتمتع بصلاحيات التحكم في الرسالة

الإعلامية وصاحب القرار في إرسالها من عدمه مع قدرته على تعديلها أو حذف بعض مضامينها قبل تمريرها للمتلقي (المزاهرة، 2012، ص 237، 259).

إن كانت التعريفات السابقة كما نلاحظ قد أعلنت من شأن القائم بالاتصال ومنحته السلطة للتحكم في العملية الاتصالية وهمشت من دور المتلقي الذي يبقى أمام هذه السلطة عنصرا سلبيا ينحصر دوره في استقبال ما يصله من رسائل، في الوقت الذي يفترض أن يتصف بالنشاط والمشاركة والتأثير في عملية الاتصال وعناصرها والايجابية والتفاعل خلال هذه العملية في إطار السياق الاجتماعي والثقافي الذي ينتسب إليه (عبد الحميد، 1993، ص 25)، فإن مفهوم هذين العنصرين الهامين من عناصر العملية الاتصالية "القائم بالاتصال - المتلقي" قد تغير بظهور الانترنت. هاته الأخيرة التي تجاوزت حدود الزمان والمكان ونقلت الاتصال من نموذج الخطي أحادي الاتجاه في وسائل الإعلام التقليدية- إلى النموذج التفاعلي ثنائي الاتجاه من خلال أشكال جديدة للاتصال يجمعها مفهوم واحد هو الإعلام الجديد الذي خلق منظومة اتصالية جديدة وسعت من هامش دور المتلقي في العملية الاتصالية الذي أصبح يتحول من خلالها بين موقعي الإرسال والاستقبال بشكل تفاعلي ليكون تارة منتجا للرسالة الإعلامية وطرفا فاعلا في صناعتها وتارة أخرى مستقبلا لها في صورة تزامنية تَحْطَى معها كل معيقات الاتصال السابقة.

إن هذه المنظومة الاتصالية الجديدة فتحت المجال واسعا أمام المستخدمين للتعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية أكبر وأصبح المتلقي يضطلع بدور هام في صناعة المحتوى الاتصالي حسب توجهاته وبما يخدم اهتماماته وانشغالاته. كما تغيرت في ظلها العديد من المفاهيم التي تشكل جوهر النظريات الاتصالية ومقارباتها كمفهوم حارس البوابة الذي أطلق على القائم بالاتصال الذي كان يتمتع بسلطة اتخاذ القرار فيما يجب أن يصل للمتلقي من معلومات وأخبار.

وانطلاقا مما سبق تأتي هته الورقة البحثية لتكشف عن ماهية المنظومة الاتصالية الجديدة من خلال بحث خصائصها وأدوار فاعليها وكيف غيرت من مفهوم حارس البوابة.

2. ماهية المنظومة الاتصالية الجديدة

قبل أن نعالج مفهوم المنظومة الاتصالية الجديدة كان لا بد من تقديم مدخل عام للإعلام الجديد كونه النمط الاتصالي الذي يسود هذه المنظومة التي أوجدتها الانترنت، وعلى هذا سنقدم في ما يلي تعريفا له ونبين أشكاله لنقدم بعدها تعريفا إجرائيا للمنظومة الاتصالية الجديدة ونبين خصائصها.

1.2 مدخل عام إلى الإعلام الجديد

1.1.2 تعريف الإعلام الجديد:

يشير مصطلح الإعلام الجديد إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي مكنت من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت. وأتاحت إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي من خلال خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الانترنت. وعلى الرغم من أن الانترنت ليست المثال الوحيد على وسائط الإعلام الجديد إلا أنها تبقى السبب الرئيسي لوصف هذا النمط من الإعلام بالجديد (عيساني، 2013، ص 52).

ويعرفه قاموس الكمبيوتر من خلال مدخلين هما:

← إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي والانترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق، ويخدم أي

نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن فيه أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر .

← يشير إلى الطرق الجديدة في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم (شقرة، 2014، ص 52).

ويشترك الإعلام الجديد مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف (صلاح، 2015، ص 148). وتكمن جدته في ذلك التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها وسائله المستحدثة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي وإعلائها لحالات الفردية والتخصص التي أتت نتيجة لميزة رئيسية في هذا الإعلام وهي ميزة التفاعلية، إضافة إلى ميزات أخرى يتمتع بها هذا الإعلام عن ما سبقه، وتتمثل في دمج للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد على الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط (إسماعيل، 2011، ص 10-11).

وانطلاقا من ميزات هذا الإعلام، أطلقت عليه تسميات، فهو:

- إعلام جديد: قياسا بالإعلام التقليدي وذلك باعتماده على وسائل وممارسات إعلامية جديدة غير معروفة سابقا.

- إعلام إلكتروني: لاستخدامه الوسائل الإلكترونية في بثه للبرامج والأخبار والمعلومات.
- إعلام بديل: حيث أصبح له شعبية وجمهور اتخذته بديلا عن الإعلام التقليدي بسبب ميزاته وخصائصه.
- إعلام تفاعلي: وذلك بإتاحته الفرصة والمساحة أمام الجمهور للتفاعل مع المواد المنشورة عبر وسائله المختلفة والتعليق عليها بشكل فوري.
- إعلام مجتمعي: لتمتعه بخاصية مشاركة أفراد المجتمع بصنع محتواه حيث أتاح المجال أمام المستخدم العادي لينتج ويبث الأخبار والمعلومات (مسموعة ومرئية ومقروءة).
- إعلام رقمي: لاعتماده على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب والفيديو والصوت والنصوص، والتي تقوم بنقل كافة المعلومات والصور والصوت رقميا (إلكترونيا).
- إعلام شبكي: لأنه يقوم على بث بعض محتواه على الشبكات عبر روابط معينة يمكن الدخول إليها والتجول عبرها والاستفادة من محتواها (شقرة، 2014، ص 54).

2.1.2 أشكال الإعلام الجديد:

يمكن تصنيف الإعلام الجديد تبعا لمضمونه والجهة الصادر عنها إلى ثلاثة أشكال رئيسية هي:

← الإعلام الجديد الإخباري: وهو الإعلام الصادر عن المؤسسات التي تنشط في مجال إنتاج المعلومات وتنتج المضامين لأهداف إعلامية إخبارية. ومن أمثلتها

الصحافة الإلكترونية والإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني وغيرها من المؤسسات التي يمثل الإعلام نشاطها الاقتصادي الرئيس وتخضع لمعايير وضوابط العمل الإعلامي المتعارف عليها مهنيا سواء على مستوى الكتابة والإخراج أو على مستوى أخلاقيات المهنة (خلف، 2014، ص 121).

← **الإعلام الجديد الشخصي:** ويعرف هذا الشكل بشبكات التواصل الاجتماعي التي يمكن تعريفها على أنها تلك المواقع على شبكة الانترنت التي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب، تتيح لمستخدميها التواصل مع بعضهم في بيئة افتراضية تجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم وذلك من خلال خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، كما أنها تتيح للمستخدمين تبادل الآراء والأفكار حول الأخبار أو المواضيع البارزة وإمكانية نشر أي مادة وتبادل الرأي والتعليقات حولها دون أي قيود. ومن أمثلة هذه الشبكات: الفيسبوك، تويتر، المدونات، اليوتوب، المنتديات، الويكي (كنعان، 2014، ص 169-170).

← **الإعلام الجديد المؤسسي:** وهو ذلك الإعلام الذي تنتج مضامينه المؤسسات بأصنافها المختلفة (اقتصادية، منظمات عالمية، جمعيات، مؤسسات حكومية، إدارة...) من أجل الاتصال بجمهورها. ويكون هدف هذه المضامين تجاري أو إعلاني، أو عملي. ولا يخضع هذا المضمون لقواعد العمل الإعلامي ولكن لقواعد الإعلام المؤسسي (خلف، 2014، ص 121).

2.2 تعريف المنظومة الاتصالية الجديدة وخصائصها

1.2.2 تعريف المنظومة الاتصالية الجديدة

يمكن تعريف المنظومة الاتصالية الجديدة انطلاقا من تعريف "جمال الزرن" للبيئة الإعلامية الجديدة حيث يعرفها على "أنها بيئة جديدة من الأفكار

والآراء والأخبار ووسائطها وطرق تداولها أنتجها تحول وسائط الاتصال من التناظري إلى الرقمي ومن الهرمي إلى الشبكي وامتزج فيها الإعلام بالاتصال (الزرن، 2012، ص 24).

وبالتالي فإن المنظومة الاتصالية الجديدة هي نظام جديد متكامل نتج عن تحول وسائط الاتصال من التناظري إلى الرقمي الممثلة أساسا بالانترنت، ويتكون من مجموعة من العناصر (بما فيها القائم بالاتصال والمتلقي) التي تتفاعل فيما بينها من خلال شبكة من الاتصالات امتزجت فيها أدوار الفاعلين في العملية الاتصالية حتى أصبح من الصعب التمييز بين القائم بالاتصال والمتلقي.

2.2.2 خصائص المنظومة الاتصالية الجديدة:

في الوقت الذي ظلت بيئة العمل الإعلامي التقليدي (الصحافة، الإذاعة والتلفزيون) لسنوات طويلة تتبع منهجا يقوم على النموذج الخطي (الغامدي، 2014، ص 10) وظل فيها الصحفي القائم بالاتصال مسيطرا على العملية الاتصالية وموجها إياها إلى جمهور يتلقى الرسالة دون مشاركة إيجابية واضحة منه في اختيار مضمونها أو إعدادها أو أساليب بثها (الموسوي وآخرون، 2011، ص 20)، فإنه في مقابل ذلك تغير المسار الخطي لبيئة العمل الاتصالي من خلال الانترنت لينتخذ مسارا يتسم بالتنوع وقائم على تعدد البدائل والخيارات (الغامدي، 2014، ص 10)، وطرأت تحولات ملحوظة في مكونات العملية الاتصالية التقليدية حيث أعلنت من شأن بعض المكونات التي كانت هامشية، ونلخص ذلك فيما يلي:

أولا: على صعيد المرسل لم بعد الأمر يقتصر على مرسل فرد يمتلك مهارات إعداد الرسالة الإعلامية لجمهور كبير، فقد أصبح لكل فرد يتصفح الانترنت القدرة

على أن يشكل رسالة اتصالية وبيئتها في الحال عبر الشبكة، وبإمكانه أن يكون صحفيا ويراسل صحيفة إلكترونية أو محطة إذاعية في موقع على الانترنت أو ينشر صحيفة على الويب (خلف، 2014، ص 32) وتتوعد بذلك جهة الإرسال وتعددت، حيث سمحت الانترنت للجميع في أن يتصل، حيث نجد في البيئة الاتصالية الجديدة صحفيين وغير صحفيين سواء كانوا أفرادا مستقلين أو مؤسسات ومنظمات دولية أو أحزاب... (الغامدي، 2014، ص 10). وأصبح المستخدم يملك كل ما تملكه المؤسسات الصحفية من أدوات عبر شبكة الانترنت يستطيع أن ينسخ ويحمل المضامين على اختلاف أشكالها ويوزعها إلى مستخدمين آخرين في مختلف أنحاء العالم، كما يملك قسما للتصوير والتسجيل الصوتي سواء بأجهزة تقنية عالية أو من خلال الهاتف المحمول الذكي (ص 11).

ثانيا: تغيير شكل الرسالة وصناعتها ومضمونها، حيث خضعت لتغيرات جوهرية نظرا لاعتمادها على الوسائط المتعددة (المطبوع "المسموع" المرئي) التي اندمجت في شاشة الحاسوب، بشكل يمكن من إرسال واستقبال الرسالة بالنص والصوت والصورة. هذا فضلا عن إمكانية ربط المضمون مع مواقع أخرى على الانترنت عن طريق الارتباط التشعبي (Hyper text) (خلف، 2014، ص 32).

ثالثا: المتلقي أصبحت له القدرة على المشاركة الفعالة في العملية الاتصالية، إذ أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره هو مجرد تلقي المعلومات فقط، وأصبح التمييز بين المرسل والمتلقي في ظل استخدام وسائل الاتصال التفاعلية أمرا صعبا، فالمرسل أصبح متلقيا والمتلقي أصبح مرسلا (الموسوي وآخرون، 2011، ص 25)، فبمقدور كل مستخدم أن يشارك في صناعة الرسالة الاتصالية والإطلاع على ما يرغبه من مواد تحريرية ونصوص وفيديوهات وإبداء الرأي فيها بالحوار والمناقشة (خلف، 2014، ص 32).

رابعا: التغيير الأكثر وضوحا في مكونات عمليات الاتصال يختص بالوسيلة، ففي وسائل الإعلام التقليدية تركز كل وسيلة على مخاطبة حاسة واحدة في الغالب وربما حاستين لدى الإنسان. فإن كانت الصحافة الورقية تخاطب حاسة البصر والراديو يخاطب حاسة السمع والتلفزيون يخاطب حاستي البصر والسمع، فإن الانترنت تخاطب الحواس الإنسانية الثلاثة والمدركات العقلية لمستقبل الرسالة وذلك عبر ما يسمى بالوسائط المتعددة (Multimedia) التي تفرض أنماطا من الانفعال والاستيعاب والسلوكيات والاستجابات المتباينة، حيث تنقل النصوص المكتوبة والصوت والصور والرسوم المتحركة ولقطات الفيديو والخيال والأفلام وبذلك فإن قدرتها على مخاطبة الحواس البشرية تفوق قدرة أي وسيلة أخرى (ص 33).

خامسا: بالنسبة لرجع الصدى أصبح المستخدم يزوج بين التلقي والإرسال أي انه متلق ومرسل في الوقت ذاته، وبهذا أعطت الانترنت بعدا جديدا لعملية رجع الصدى الذي كان شبه غائب أو بطيئا جدا في وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية، وأصبح الاتصال بين طرفي العملية الاتصالية يتسم بالفورية والمباشرة ويقترّب من نظيره الشخصي، ويطلق علماء الاتصال على هذه الخاصية اسم التفاعلية التي تعد من أهم سمات الاتصال عبر الانترنت بمختلف مسمياته (المزاهرة: 2014، ص 303).

3. الدور المحوري للمتلقي في المنظومة الاتصالية الجديدة وتغيير مفهوم حارس البوابة

1.3 التفاعلية في المنظومة الاتصالية الجديدة وسيطرة المتلقي على العملية الاتصالية

لقد أكدت العديد من نماذج الاتصال التقليدية كنموذج *ديفيد بيرلو* ونموذج *شانون وويفر* ونموذج *هارولد لاسوال* على أن وسائل الإعلام التقليدية ذات اتجاه واحد وتفقر إلى رجع الصدى الفوري. في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نمودجا اتصاليا ذي اتجاهين أو اتجاهات متعددة (الغامدي، 2014، ص 22).

وتعد التفاعلية أبرز خاصية في المنظومة الاتصالية الجديدة حيث أتاحت لكل مستخدم الفرصة في أن يكون عنصرا فاعلا في العملية الاتصالية (المزاهرة، 2014، ص 303)، لتحدث بذلك هذه المنظومة انقلابا في نموذج الاتصال التقليدي، الذي كان يقوم على مركزية البث ويسير بشكل هرمي من أعلى إلى أسفل. حيث سمحت للفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد وبالشكل الذي يريد وإلى عدة اتجاهات (عبد المعطي، 2015، ص 43). وأصبح المتلقي فيها يتحول باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، وتمثل فيها المنصة الإلكترونية فضاء جماعيا أكثر انفتاحا يضطلع فيه المستخدمون بدور محوري في العملية الاتصالية ويشاركون في إنتاج مضمونه بإنتاج المعلومة ونشرها ومناقشتها والتشاور وإبداء الرأي حولها (الموسوي وآخرون، 2011، ص 24).

ولا تقتصر خاصية التفاعلية في هذه المنظومة على تفاعل المستخدمين فيما بينهم، وإنما تتعداها إلى التفاعل ما بين هؤلاء والوسيلة. إذ لم يعد المتلقي في المنظومة الاتصالية الجديدة مجرد متلقي يتعامل مع الدعامة الاتصالية بجمود وسلبية كما هو الحال في تعامله مع دعامة الوسائل التقليدية، بل على العكس لقد مكن هذا الفضاء الجديد للمستخدم أن يتفاعل مع الحاسب الآلي أو الهاتف المحمول أو غيرها من دعائم (المزاهرة، 2014، ص 304)

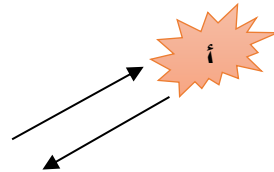
2.3 تراجع دور حارس البوابة التقليدي أمام الدور المحوري للمتلقي في

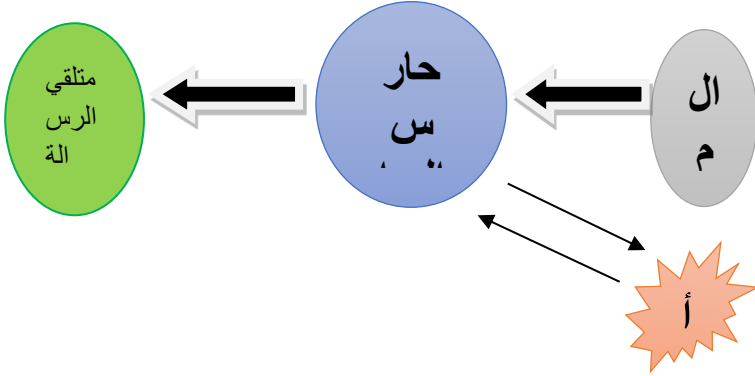
المنظومة الاتصالية الجديدة

لقد استخدم "كيرت لويين" مصطلح حارس البوابة سنة 1947 وذلك للإشارة إلى العملية التي تسير فيها المادة الإعلامية في قنوات حتى تصل إلى الجمهور. وخلال هذه القنوات تمر بعدة نقاط تكتسب فيها تصريحا بالمرور من هذه النقاط التي تشبه حواجز التفتيش، وفي هذه النقاط يتم إصدار التصريحات أي تقرير ما يمر وما لا يمر. وكلما ازدادت المراحل التي تمر بها المادة الإعلامية ازداد عدد هذه النقاط وسمى كيرت هذه النقاط بوابات، وسمى الأفراد الذين يقفون عليها حراس بوابة، وفي عملية الإعلام يمثل حراس البوابة وظائف متعددة مثل الناشرين والمحررين ومديري المحطات وغيرهم ممن لهم سلطة تقييم محتوى الإعلام لتحديد علاقته وقيمه بالنسبة لجمهور المتلقين (عبد الحميد، 2004، ص 178-179).

شكل رقم 1 يمثل دور حارس البوابة في المنظومة الاتصالية التقليدية

(من إعداد الباحثة)





وإن كان حارس البوابة في الإعلام التقليدي يسيطر على العملية الاتصالية وله سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف (مكاوي والسيد، 1998، ص 176) فإن دوره قد تقلص أو تم تهذيبه من الانحياز والفوقية في اتخاذ قرار إعلام الناس أو إخفاء الحقائق عنهم (كمال، 2014، ص 128)، حيث أصبح المتلقي في ظل المنظومة الاتصالية الجديدة جزءا من السلطة في الفضاء الإعلامي Pélissier et (Chaudy, 2009, 90) ويمارس دور حارس البوابة على كل ما يكتب ويدون وينشر من أخبار وصور وفيديوهات، فضلا عن أنه يصنع ويرتب الأجندة التي تقرر أولوية الأخبار التي تنتشر. فالمتلقي أصبح بحاجة إلى نوع جديد من المعاملة ولم يعد يناسبه إطلاقا الوصاية والحجب والإملاءات. فقد أتاحت له الانترنت إمكانية الوصول إلى مصادر متعددة من المعلومات والاختيار منها والتحكم فيما يصله من رسائل إعلامية فضلا عن قدرته في إنتاج محتوى إعلامي نصي ومرئي ومسموع ينافس الإنتاج المهني في باقي وسائل الإعلام (كمال، 2014، ص 127).

ففي الوقت الذي تعاني فيه المنظومة الاتصالية التقليدية من الرقابة الحكومية وضوابط وأخلاقيات المهنة والمجتمع وحاجاتها التمويلية التي تحد من حرية فاعليها وتُفَعِّل من دور حراس البوابة للتحكم في المضمون الإعلامي وفي

ظل وقوفها عاجزة أمام حرية جمهورها بمنحه مساحة للتعبير، فتحت المنظومة الاتصالية الجديدة المجال واسعا لحرية التعبير والرأي وساعدت الأفراد والجماعات المهمشة على تجاوز المؤسسات الرسمية في التعبير عن مطالبها وانشغالاتها واهتماماتها (عبد المعطي، 2015، ص 149) وأصبحت متنفسا لممارسة النقد يستفيد منه المستخدمون على اختلاف مستوياتهم لنشر أفكارهم والتعبير عن توجهاتهم (هميسي، 2016، ص 4).

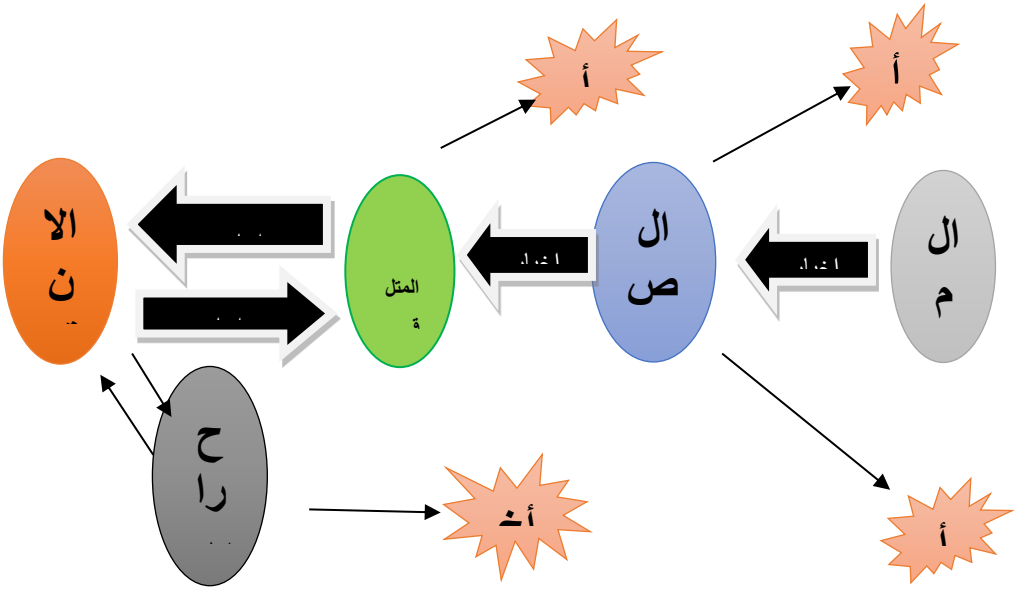
لقد أصبحت المنظومة الاتصالية الجديدة من خلال فاعلية المتلقي تشكل عامل ضغط على وسائل الإعلام التقليدي المطالبة بتغيير أساليبها في معالجة القضايا التي تهم الرأي العام وذلك بالالتزام بقدر أكبر من الموضوعية والشفافية وتوسيع هامش الحرية للتعبير عن الآراء والأفكار لإعادة استقطاب جمهورها (عيساني، 2013، ص 57)؛ حيث أصبح المتلقي يلعب دور حارس البوابة على كل ما يكتب ويدون وينشر من أخبار وصور وفيديو فضلا عن أنه يصنع ويرتب الأجندة التي تقرر أولوية الأخبار التي تنتشر (اللبان، 2014، ص 116). لذلك كان لا بد من إعادة النظر في مفهوم حارس البوابة في ظل ظهور مشاركين جدد في عملية تداول الأخبار، فالجمهور أصبح مشاركا مهما في عملية الحراسة بحيث أصبح يتحدد دوره فيما يتعلق بوسائل الإعلام كشكل من أشكال "المراقبة الثانوية (Welbers, et Opgenhaffen , 2018, 4731).

وفي ظل هذا الدور المحوري للمتلقي وظهور حراس بوابة جدد من حكومات وشركات الانترنت كان لا بد على حارس البوابة التقليدي أن يدرك بأن دوره قد تغير أمام هذا النمط الاتصالي الجديد الذي يقدم سيلا من المعلومات والأخبار بصورة لحظية وبشكل تزامني وتفاعلي. حيث تلاشت في المنظومة الاتصالية الجديدة فكرة حدود المساحة وأمكن معالجة الموضوعات التي سبق نشرها بروى جديدة وتفاصيل أعمق وأدى السيل المنهمر من تعليقات الجمهور إلى إعادة النظر

فيما قد يبدو متحيزا أو مناقضا للحقيقة أو صادما للمتعارف عليه (كمال، 2014، ص 133). ولم يعد دور حارس البوابة أو كما أصبح يصطلح بعض الباحثين على تسميته بمراقب البوابة مقتصرًا على عملية غربلة مجموعة محددة من القصص الإخبارية بقدر ما أصبح من الضروري التركيز على عمليات الانتقاء من جهة وعمليات التقويم من جهة ثانية وعمليات المعالجة من جهة ثالثة بالشكل الذي يرضي الجمهور المتعرض للمادة الإعلامية (ص 129).

شكل رقم 2 يمثل دور حارس البوابة في المنظومة الاتصالية الجديدة

(من إعداد الباحثة)



4. خلاصة

لقد حاولنا من خلال ما تم التطرق إليه سابقاً أن نكشف عن دور المتلقي في المنظومة الاتصالية الجديدة والتغيرات التي أحدثتها هذه الأخيرة على مفهوم حارس البوابة أو القائم بالاتصال، وقد توصلنا إلى نتيجتين أساسيتين مفادهما:

• لقد سمحت المنظومة الاتصالية الجديدة للمتلقي بأن يكون له دور محوري في عملية إنتاج وتوزيع المعلومات في مجتمع معلوماتي ينتج فيه المحتوى بشكل رقمي تشاركي وتفاعلي من خلال شبكات جماعية يسير فيها الاتصال بشكل أفقي في عدة اتجاهات، في الوقت الذي كان ينظر إلى هذا الفرد على أنه مجرد مستقبل سلبي لمضمون وسائل الإعلام التقليدية التي ظلت لسنوات طويلة تتبع منهجاً يقوم على النموذج الخطي الهرمي وعلى مركزية الإرسال حيث تنتقل الرسالة الإعلامية من أعلى إلى أسفل ومن نقطة إلى نقطة في مسار محدد حتى تصل إلى الجمهور مع سيطرة القائم بالاتصال على العملية الاتصالية.

• إن كان حارس البوابة في الإعلام التقليدي يسيطر على العملية الاتصالية فإن دوره في اتخاذ قرار إعلام الناس أو إخفاء الحقائق عنهم قد تقلص أو تراجع في المنظومة الاتصالية الجديدة. ولم يعد دوره مقتصرًا على عملية غربلة مجموعة محددة من القصص الإخبارية بقدر ما أصبح من الضروري التركيز على عمليات الانتقاء من جهة وعمليات التقويم من جهة ثانية وعمليات المعالجة من جهة ثالثة بالشكل الذي يرضي الجمهور المتعرض للمادة الإعلامية.

المراجع:

- إسماعيل، بشرى جميل (2011). "مدخل الإعلام الجديد المفهوم والنماذج". مجلة الباحث الإعلامي (14).

• الزرن، جمال (2012). "البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن"، مجلة الباحث الإعلامي(17)، 20-38.

• الغامدي، قينان عبد الله (مايو 2014). التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني. ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، تم الاسترجاع (28 افريل 2018 - 14.30) من:

<http://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/56125>

• اللبان، شريف درويش (يوليو 2014). "الصوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد"، مجلة رؤى استراتيجية، تم الاسترجاع (04 مارس 2018 - 18.00) من:

http://strategicvisions.ecssr.com/ECSSR/ECSSR_DOCDATA_PRO_EN/Resources/PDF/Rua_Strategia/Rua-Issue-07/rua07_096.pdf

• المزاهرة، منال هلال (2014). تكنولوجيا الاتصال والمعلومات (ط 01). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

• المزاهرة، منال هلال (2012). نظريات الاتصال (ط 01). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

• الموسوي، موسى جواد وآخرون (2011). الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة (الطبعة الإلكترونية الأولى). تم الاسترجاع من:

<http://www.uobaghdad.edu.iq/uploads/PDFs>

• خلف، جليلة عبد الله (2014). الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية (نسيج_ محيط_ البوابة) (ط 01). العين: دار الكتاب الجامعي.

• شقرة، علي خليل (2014). الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) (ط 01). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- صلاح، مروى عصام (2013). الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل (ط 01). عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد (2004). نظريات واتجاهات التأثير (ط 03). القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.
- عبد الحميد، محمد (1993). دراسة الجمهور في بحوث الإعلام (ط 01). القاهرة: عالم الكتب.
- عبد المعطي، نها السيد (2015). صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد (ط 01). دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي.
- عيساني، رحيمة الطيب (2013). "الصراع ولتتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي". مجلة الباحث الإعلامي (20)، 50- 67.
- كمال، وسام (2014). الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنة وتحديات التطور التكنولوجي (ط 01). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- كنعان، علي عبد الفتاح (2014). الإعلام والمجتمع (ط 01). عمان: دار اليازوري العلمية.
- مكاي، حسن عماد والسيد ليلي حسين (2001). الاتصال ونظرياته المعاصرة (ط 02). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- هميسي، رضا. الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني- دراسة قانونية-. تم الاسترجاع (22 سبتمبر 2016 - 21.30) من:

<http://repository.nauss.edu.sa/bitstream/handle/123456789/pdf>

- Pélissier, Nicolas et Chaudy Serge (05 Octobre 2009). " Le journalisme participatif et citoyen sur internet : un populisme dans l'air du temps?". **Revue Quaderni : communication,**

technologie, pouvoir (102), 89-102. Retrieved (20 mars 2021, 22h.00) from: <https://quaderni.revues.org/pdf/512>

- Welbers, Kasper et Opgenhaffen Michael (11 Juillet 2018). "Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspapers' public Facebook pages". **SAGE journals : new media & society** (20), 4728- 4747. Retrieved (15 mars 2021, 17h.30) from: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444818784302>