

المحاضرة الثالثة عشر: الجمهور : المستهلك و المستخدمالأهداف التدريسية :

- تمكين الطالب من إدراك مراحل التحول في مفهوم و مكانة الجمهور.

المحتويات:

- تعريف الجمهور: خلفية تاريخية
- تحول اصطلاحي مفاهيمي
- المنتجون ، المستخدمون المنتجون واشكالية التلقي
- انهيار الحدود الفاصلة بين المصدر و الوسيلة الإعلامية و الجمهور
- تشاركية إنتاج الأخبار
- الإنتاج المشترك القائم على التكافؤ
- إشكاليات توزيع الأدوار

يكشف تتبع مسار بحث الظاهرة الإعلامية و الاتصالية أن الاهتمام بدراسة الجمهور إنما ظهر في إطار اهتمام كلي ببحث الاتصال بوصفه عملية ؛ لذلك و باعتبار الاتصال " ظاهرة اجتماعية تزداد تعقدا بتعدد و تنوع العدة التكنولوجية التي تتوسلها ، و التي لا تكف عن التطور لتعيد النظر في الفهم السائد لجملة من المصطلحات و المفاهيم التي أطرت التفكير فيها" (العياضي،2014،ص9) و لعل أهمها مفهوم الجمهور الذي عرف تحولات عميقة في ظل التغيرات الحاصلة في علوم الإعلام و الاتصال و التأثير المتصاعد لتكنولوجيا الاتصال التي دفعت إلى "إعادة التفكير في صياغة الكثير من المفاهيم السائدة قصد تمكينها من استيعاب التغيرات المستحدثة بفاعلا هذا التطور الذي جعل من تعريف و قياس جمهور وسائل الإعلام مهمة معقدة" ((Haering & Bied-Charreton,2013) و عليه نقدم في هذه الورقة مراجعة

اصطلاحية لمفهوم الجمهور سعيا لتتبع أبرز محطات التحول التي عرفها؛ و نحن إذ نسعى لرصد ملامح التحول في مفهوم الجمهور فإننا نعتمد في تحليلنا لتطور هذا المفهوم براديجم التحولات في المنظور الصحفي

- تعريف الجمهور: خلفية تاريخية

يعتبر تعريف الجمهور باعتباره " محصلة العلاقة بين المحتوى و مجموع الأفراد الذين يتلقون هذا المحتوى" (Haering & Bied-Charreton, 2013) تعريفا قاعديا عرف تحولات جوهرية بفعل التطور التاريخي عامة من جهة و تطور وسائل الإعلام بشكل خاص من جهة ثانية ، بحيث يمكن رصد التطور الحاصل في وسائل الإعلام على مستويين اثنين يتمثل أولهما في ظهور وسائل إعلام جديدة ، فوسائل الإعلام (التلفزيون و الإذاعة و الصحافة) و على مستوى دراسات قياس الجمهور سواء لأغراض تحريرية أو إعلانية لا تنظر إلى الجمهور بنفس الطريقة. ويظهر المستوى الثاني في التطور التقني الذي عرفته هذه الوسائل و لعل أبرزها ظهور الأنترنت باعتبارها وسيطا مستحدثا لبث و نشر المحتوى .

تاريخيا ، و اعتمادا على التعريف القاعدي المرتبط بالعلاقة محتوى - متلقين تشكل مفهوم الجمهور الذي يعني في الأصل مجموعة من الأفراد الذين يستقطبهم عرض محدد ، و عليه يتكون الجمهور غالبا من سكان الفضاء المكاني الواحد الذي يتسم أفرادهم بكونهم معروفين بذواتهم و محددين زمكانيا "وقد اتخذ الجمهور أشكالا مختلفة في كل الحضارات عبر مراحل التاريخ المتعددة . و على الرغم من اختلاف الحضارات التي عرفتها البشرية و بالتالي تنوع الجمهور ... فان بعض الخصائص الجوهرية في فترة ما قبل وسائل الإعلام الجماهيرية لازالت قائمة و تكون جزء هاما من معارفنا و فهمنا و تفسيرنا للجمهور" (قسايسية، 2003، ص48) حيث أن " تجمع الناس لتشكيل جمهور دور العبادة أو المسرح أو الملعب أو السوق ؛ يكون غالبا منظما بحكم العادة و معين المواقع وفقا للمراتب و المراكز الاجتماعية و تشرف عليه سلطة دينية أو روحية أو إدارية أضفت على الجمهور طابع مؤسسة تفرض سلوكيات جماعية معينة " (قسايسية، 2003، ص49).

و يتفق العديد من الباحثين¹ في تحديد عدد من المحطات التاريخية البارزة التي تركت آثارها الواضحة على المعاني المختلفة التي ينظمها مفهوم الجمهور موزعة على عدد من المراحل على النحو التالي:

- المرحلة الأولى : و هي المرحلة التي ظهر خلالها جمهور القراء و أبرز ما يميزها اختراع حروف الطباعة في القرن الخامس عشر من قبل العالم الألماني غوتمبرغ Gutemberg ، و

¹ أنظر : علي قسايسية: المنطلقات النظرية و المنهجية لدراسات التلقي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006/2007.

التي تعتبر أول و أهم تطور في تاريخ وسائل الإعلام ، فقد لعبت المطبعة أدوار مؤثرة و حاسمة في التغير الاجتماعي ، إذ ساهمت سرعة انتشار الكتب و النشريات و الصحف لاحقا بفعل إمكانيات طبع مئات و آلاف النسخ في وقت وجيز، في انتشار خبرات القراءة و المطالعة لدى العامة و بالتالي توسع دوائر تداول الأفكار و الآراء و مناقشة القضايا و المواقف و هو ما فعل التحول نحو عصر وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية. و ساعد هذا التطور على تشكيل مفهوم أولي لما بات يعرف بالجمهور باعتباره عدد غير محدود من الأفراد الذين يهتمون بمتابعة جملة من القضايا المشتركة عبر ما ينشر على صفحات الجرائد.

- المرحلة الثانية : و هي المرحلة التي اتخذت الصحافة في إطارها شكلها الجماهيري المتعارف عليه ، بحيث تعتبر الثورة الصناعية المؤثر الأقوى في التطور التاريخي لمفهوم الجمهور في هذه المرحلة و ذلك تبعا للإفرازات الاجتماعية لهذه الثورة و التي " أعطت دفعا قويا للطباعة مما أسهم في تنمية الصحافة و تسويقها ، خاصة الصحافة الشعبية الموجهة إلى أفراد المجتمعات الجماهيرية الجديدة التي بدأت إرهاباتها الأولية تتكون حول المدن الصناعية الكبرى المكونة خاصة من شتات المهاجرين الذين انتقلوا من الأرياف التي تسودها الروابط العائلية و الصلات الاجتماعية ، الى المدن و المجتمعات الجديدة التي تتميز بالتباين بين أفرادها لغياب قيم ثقافية و تقاليد و أعراف اجتماعية مشتركة." (قسايسية، 2003، ص50)

- المرحلة الثالثة : و التي أسس لأبرز مظاهر التحول فيها ظهور الإذاعة و التلفزيون ، و هو ما نقل الجمهور إلى ممارسة خبرات اتصالية جديدة (الاستماع و المشاهدة) تتجاوز عقبات الأمية و حواجز الطبيعة التي حالت دون تمكين شرائح اجتماعية واسعة من التعرض للرسائل الإعلامية في الصحافة المطبوعة .

- المرحلة الرابعة : أثري مفهوم الجمهور بفعل انتشار مبادئ نظريات الديمقراطية السياسية حيث تحتل عملية تلقي البرامج التلفزيونية و الإذاعية و المحتوى المكتوب، و من خلفها الفرد المتلقي " مكانة مركزية في المفهوم اللبرالي الجديد في المجتمع ... فالأمر يتعلق بالمستهلك الذي يقال أنه سيد اختياراته في سوق يقال أنه ، هو الآخر، حر " (Mattelart Armane & michel, 2004/2005) ذلك أن "تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم قد انعكس على مهام وسائل الإعلام و وظائفها ... كما انعكس على و عي المجتمع ككل بأهمية الإعلام و دوره في الحياة السياسية و الاقتصادية و الثقافية . فلم يعد الجمهور مجرد قراء الصحف و مستمعي الإذاعة و مشاهدي التلفزيون فحسب ، و لكنه في نفس الوقت يتضمن ناخبين يمتلكون سلطة تقرير مصير الطامحين لتولي مناصب القيادة السياسية ، كما يتضمن مستهلكين للسلع و الخدمات يحددون

بسلوكهم الاستهلاكي مصير المؤسسات الانتاجية و الوكالات التجارية " (قسايسية، 2003، ص51)

- المرحلة الخامسة : أثرت التغيرات المصاحبة لثورة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في منظومة عناصر العملية الإعلامية كاملة، و في الجمهور بوصفه واحدا منها ؛ 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، رجوع 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 .

- المرحلة السادسة : مع تطورات الجيل الثاني لشبكة الأنترنت و تطبيقات الويب 2.0 التي ساهمت في ظهور و انتشار سلالة جديدة من المواقع الإلكترونية كالمدونات الإلكترونية و مواقع التواصل الاجتماعي و مواقع الويكي تحدث باحثون متخصصون عن انتقال المستخدمين ، كمنتجين و صناع للأفعال الاتصالية ، إلى ممارسة خبرات اتصالية مستحدثة و غير مسبوقة، تغيرت بفعلها أبعاديات العملية الإعلامية برمتها حد التثوير، ويصف هؤلاء2 عملية تحول الجمهور من عملية التلقي إلى فعل التأليف عبر إنتاج مضامين متنوعة في البيئة الإلكترونية من خلال رؤية خاصة تقضي باستبدال "مصطلح المستخدمين 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 .

² DEUZE, Mark ; BRUNS Axel ; JARVIS, Jeff ; LASICA, j.d.

- 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 صناع للأفعال الاتصالية ، إلى ممارسة خبرات اتصالية مستحدثة و غير مسبقة، تغيرت بفعلها أبجديات العملية الإعلامية برمتها حد التثوير، ويصف 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 المستخدمين Users بمصطلح Producers للتعبير عن الأدوار الجديدة التي يتمكن هؤلاء من لعبها في إطار بناء وسائل إعلامهم الخاصة "3 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 واشكالية التلقي :

³ BRUNS, Axel: **Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage**, Peter Lang Publishing , New york , 2008 , p :15

على هامش اقتراف المستخدم للفعل الإنتاجي و إسهامه ، الفعل ، في تضمين المحتويات نشأ غموض التمييز بين المنتجين والمتلقين، 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 بحيازة 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 .

- انهيار الحدود الفاصلة بين المصدر والوسيلة الإعلامية والجمهور :

أدت الأدوار الفعالة للمستخدمين المنتجين في إنتاج المحتويات و قيام الكثير من المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والعلمية بإنتاج الأخبار والمعلومات إلى تراجع " نظرية الاحتكار الأحادي الطرف للمعلومات ، فلم تعد وسائل الإعلام التقليدية تحتكر المعلومات والأخبار والآراء حيث انتشرت مسألة تعدد مصادر المعلومات حين أصبحت فرص إنتاج المضامين الإعلامية المختلفة متاحة للجميع "4 إذ لم تعد المعلومة والخبر والرأي حكرًا 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 "5 حيث أصبح المستخدمون المنتجون قادرين 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 مشاهديها ، 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

⁵ BRUNS, Axel: **Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producership**, Op.cit,p :16

* DEUZE, Mark ; BRUNS Axel ; JARVIS, Jeff ; LASICA, j.d.

بإدارة المحتوى و المستخدمين المنتجون، جنباً 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 " 6 حيث يسعى مفهوم " الاعلام التشاركي إلى استيعاب العلاقة الجديدة بين الجمهور و وسائل الإعلام من خلال تجاوز المفهوم التقليدي للجمهور "7 في ظل تصور يؤكد أن مساهمة المستخدمين " لا تنفي إمكانية احتفاظ المؤسسات الإعلامية بسلطانها التقليدي في صناعة المضامين الإعلامية، ولكن في ذات الوقت لا بد من طرح تصورات تسمح بالاستفادة من مساهمات المستخدمين في العملية الإعلامية" 8، 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 قبلاً ، بما سيفعل أدوارهم في العملية الإعلامية من جهة و يساهم في تفويض الأسس الفلسفية للإعلام التقليدي من جهة ثانية "9 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

⁶DEUZE, Mark, BRUNS, Axel, et NEUBERGER, Christoph. Preparing for an age of participatory news. Op.cit., p. 326.

⁷GILLMOR, Dan: We, The Media: Grassroots Journalism by the People for the People, Op.cit,p :76

⁸BOWMAN, Shayne et WILLIS, Chris: We Media : how audience are shaping the future of news and information , Op.cit,p:34

* مؤسس و مدير مخبر الإعلام بمعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا MIT's Media Lab

⁹ GIBERT, Montserrat Ginés: The Meaning of Technology. Selected Readings from American sources ,Univ. Politèc. Catalunya, 2010,p :197

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 توطئتين 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 ينفى 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.