

المحاضرة الثامنة: جهور الصحافة الإلكترونية

1- مفهوم الجمهور:

تنوعت التعريفات التي تناولت مفهوم الجمهور ، وندرجها على النحو التالي:

هو تعبير عن مفردة (mass) التي يقابلها في العربية كلمة (جمهرة وحشد) مستمدة من الكلمة الإغريقية (maza) وتعني وجبة الشعير، وقد استخدمت للتعبير عن الكمية الكبيرة غير القابلة للعد، وكذلك العدد الكبير من الأفراد، حشداً كان أو جمهرة.

يفيد مفهوم الجمهور، في القاموس الإعلامي المجموع، المجموعة الكبيرة من الناس في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الاجتماعية، حيث تتضمن أفراد يختلفون في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم وثرواتهم، والحشد ليس له تنظيم أو عادات وتقاليد وطقوس، فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية، ولكنهم متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري، وإذا ما حدث تنظيم للسلوك الفردي في شكل حركة اجتماعية أو سياسية، فإن ذلك السلوك لا يصبح جماهيرياً، ولكنه ذا طبيعة اجتماعية، له كيان وبرنامج وثقافة وتقاليد وقواعد موضوعة وإحساس بين أفراد الجماعة.

وقد يتفاوت النظر إلى مفهوم الجمهور من قبل الباحثين في علوم الاتصال لأسباب عديدة يأتي على سياق التعرض أو المتغيرات المتصلة به، إذ ينظر لمفهوم الجمهور في سياق التعرض كمجموعات أو وحدات لرسائل الإعلامية أي أن الجمهور هنا بمجرد أرقام من المشاهدين أو المستمعين أو القراء، ويورد " دينز ماكويل عدة تصورات لمفهوم الجمهور : الجمهور بوصفه عام mass و الجمهور بوصفه جماعة اجتماعية عام Social group.

كما يقصد به ايضاً جماعة من ناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة، ويرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة تقع في محيط المنشأة أو المؤسسة الإعلامية و قد يكون هذا المحيط مدينة أو العالم بأسره، وهؤلاء الأفراد غير معروفين لبعضهم البعض، ولا يمكن الوصول إليهم إلا من خلال الانتاج الإعلامي.

2- مراحل تشكل جمهور الصحافة الإلكترونية:

- حسب درجة امتلاك الوسيلة:

أ- مرحلة الصقوة:

ويكون في هذه المرحلة الجمهور صغيراً جداً من حيث العدد بشكل نسبي أيضاً، كما وأن تلك المرحلة تتمثل بالأفراد الأكثر ثقافة وتعليم وكذلك الأكثر امتلاكاً للتقنية، حيث ينظر الكثير إلى وسائل الإعلام الإلكترونية أو إلى الصحف الإلكترونية على أنها عبارة عن وسيلة نخبوية ووسيلة لا يرتادها إلا أصحاب الثقافات المتعددة على حدٍ سواء، كما وأنها غير متوفرة لدى العامة

ب- مرحلة الحشد:

هذه المرحلة جاءت بعد الانتشار الرهيب لشبكة الانترنت لدى مختلف شرائح المجتمع، ووفرت القدرة على الحوار والمعرفة والبحث والتنقيف والتأطير لدى هذه الشرائح.

- حسب خاصية التفاعلية:

أ- مرحلة التفاعلية: بدأت مرحلة تفاعلية في الصحافة الإلكترونية بصورة مبسطة حيث كانت المنتديات والاستفتاءات والمجموعات البريدية وسجلات بين الزائرين أكثر حرية في يد الجمهور الراغب في النقاش ثم تطور الجمهور إلى الاشتراك في صنع محتوى الصحف عبر آلية الإشراف على المنتديات والاشتراك في القوائم البريدية.

ب- مرحلة ما بعد التفاعلية: تعتبر المرحلة السابقة انطلاقة لمرحلة ما بعد التفاعلية التي بدأت تاريخياً عام 1995 مع ظهور المدونات وانتشرت عام 2003 موازاة مع الحرب على الخليج وما أحدثته من صدى إعلامي، حيث بدأت صحف الكترونية كثيرة في العالم في إدخال خدمات ما بعد التفاعلية في مواقعها وفق ما يعرف بتقنية 0.2، زيادة اشتراك جمهورها في صنع محتواها أو ما يطلق عليه اسم صحافة المواطن وهذا ما فعله موقع قناة ال BBC .

3- خصائص جمهور الإعلام الإلكتروني:

بما أن جمهور وسائل الإعلام الحديث أو الإعلام الإلكتروني يتفاعلون مع بعضهم بأكثر من مستوى واحد، وذلك بداية من المحتوى ثم يمر إلى الأفراد أو الجمهور المتلقي ثم إلى المرسل،

وهذا ما تُسمّيها بخاصية التفاعل أو خاصية الحصول على التغذية الراجعة من المستقبل للرسالة أو المحتوى الإعلامي، وفي هذه الرحلة ومن خلالها يتم تحديد جمهور الإعلام الإلكتروني وخصائصهم على النحو الآتي من المستويات:

جمهور الصحافة الإلكترونية من ناحية البنية:

يحتوي جمهور الإعلام الإلكتروني باعتباره أحد الأجزاء التابعة لوسائل الإعلام من حيث البنية الظاهرة له، كما وأنّ له الكثير من المميزات التي تميزه وتفرده عن الأشكال أو الأصناف الأخرى، حيث أنّ الباحثين في الإعلام والصحافة الإلكترونية ومن أشهرهم الباحث " دينيس ماكويل" قد قام على تحديد هذا الصنف إلى بعض العناصر، وهي على النحو التالي:

الجمهور واسع الحجم: أي الجمهور كبير العدد، والذي يجعل الجمهور واسع العدد هو كمية أو درجة استفادة جمهور الإعلام الإلكتروني من الإنترنت، وهذا باعتباره أحد الوسائل الإعلامية التي تتيح لدى الفرد الكم الهائل من الأخبار وذلك بسرعة وأنية وفي الوقت والمكان نفسه، وذلك من العالم أجمع على حدٍ سواء، كما ويعمل على زيادة الشعبية الإعلامية من حول العالم.

الجمهور المتشتت: وهو ذلك الجمهور لوسائل الإعلام والصحافة الذين يتواجدون في أماكن متفرقة حول العالم، ومع زيادة استخدام الإنترنت كوسيلة فاعلة في نقل الأخبار والاستعمال المكثف لها، فقد عمل على أن يكتسب الجمهور بذاته أبعاد كونية وجغرافية متباعدة جداً، كما وجعل من الجمهور جمهوراً غير محدد في المكان ولا في الزمان على حدٍ سواء، كما وزاد عليه خاصية وميزة التواجد الدائم في كلّ مكانٍ وزمانٍ على حدٍ سواء، كما وأنّ الجمهور يتشاركون في التعرض لنفس القضية أو الرسالة المطروحة ويتناقشونها على الرغم من ذلك البعد، وهذا عبر الوسائل التكنولوجية التقنية والمختلفة.

الجمهور غير المتجانس: وهو ذلك الاختلاف ومداه بين الأفراد والجمهور، من حيث الطبقات الاجتماعية والثقافية أو العقائدية أو السياسية وغيرها من المجالات، كما ويراد بذلك التجانس هو الاختلاف من حيث الفئة العمرية وكذلك المتغيرات التي تحدث له وعددها أو كميتها، والمعروف أنّ أفراد أو جمهور وسائل الإعلام التكنولوجي أو الإلكتروني هو جمهور غير متجانس في

طبيعته؛ أي أنهم مختلفين عن بعضهم البعض في العديد من الصفات إلا أنهم مشتركون في الاهتمام للقضية المطروحة أو القضية قيد البحث على حدٍ سواء.

كما وينظر إلى أن الجمهور الإلكتروني للإعلام هو جمهور متباين من حيث الحاجات والمتطلبات الاهتمامات والمصالح أو كمية الإدراك المعرفي على حدٍ سواء، ولذلك نجدهم في كثير من الأحيان أنهم يختلفون من حيث السلوك الاتصالي المتبع لديهم وكذلك مدى تفاعلهم مع المحتوى الإعلامي المطروح.

الجمهور الاجتماعي من حيث التنظيم: ويسمى بالجمهور الاجتماعي من حيث التنظيم؛ وذلك بسبب التباعد بين عناصر ذلك الجمهور، وبالتالي بسبب عدم إدراكهم أو معرفتهم ببعضهم البعض، حيث يُصنفون بأنهم أفراد يفتقرون القدرة على التضامن والتوحد أو القدرة على الدخول في تنظيمات أو أحزاب مختلفة اجتماعية، وذلك بصفتهم أو كونهم أحد أفراد الجمهور المستهدف.

الجمهور اللامادي: وهو ذلك الجمهور لوسائل الإعلام الإلكتروني المتواجدين في كل مكان، وذلك من خلال صوته أو من خلال فكره، أو من خلال إمكانياته المادية أو المعنوية على حدٍ سواء، وهذا دون أن تلمسه فعلياً أو مادياً، ولذلك فهو جمهور متحرر في طبيعته، حيث أنه تحرر لأول مرة دون وجود أية قيود للحجم أو للإيقاع على حدٍ سواء.

جمهور الصحافة الإلكترونية من حيث علاقته بالمحتوى الإعلامي:

الجمهور الذي يتمتع بالحرية الكاملة: حيث أن الجمهور في الصحافة الإلكترونية يتمتع بالحرية الكاملة والحرية المطلقة كذلك، هذا بالإضافة إلى أنه جمهور يتخطى الحدود الحواجز الجغرافية والسياسية والاجتماعية على حدٍ سواء، وهذا بالإضافة إلى تخطية كل حدٍ إقليمي أو دولي أو محلي، كما ويتخطى حدود الرقابة والقانون كذلك هذا على النقيض تماماً من الصحف ذات النظام الورقي على حدٍ سواء.

حيث نجد أن جمهور الصحافة الورقية جمهور محدد ليس بجمهور عريض ومختلف، كما وأن المواضيع التي تطرحها الصحيفة الورقية تخضع للكثير من الإجراءات التعديلية من قبل الناشر وال كاتب أو المحرر، وهذا وفقاً لسياسة الوسيلة الإعلامية أو الصحيفة الورقية على حدٍ سواء.

الجمهور الذي يتميز بالشخصنة: وهو ذلك الجمهور الذي يتمتع بميزة الشخصنة أنه قادر على أن يحصل على النسخة التي يفضلها هذا بحسب ما يحتاجه ويتطلبه على حدة؛ لأن البيئة أو النظام الذي يعمل به يعتمد كثيراً على تكنولوجيا المعلومات والتي مكّنت المستخدم من أن يكون قادراً على تحديد كل موضوع يهمه.

وبهذا نجده في كثير من الأحيان أنه يركز على باب أو تصنيف معين ويترك الآخر، كما ونجده ينتقي العديد من الخدمات التي من الممكن أن تلبي حاجاته كبعض الخدمات التفاعلية، كما ويعمل على إلغاء الأخرى، حيث أنه يقوم بهذا العمل في أي وقت أراد ومتى أراد وفي أي مكان يخلو له، كما ويتمكن المستخدم للصحف الإلكترونية من أن يعمل على تعديل المحتوى أو الموضوع المطروح، كما وأن يلتقي ويشاهد كل ما يتناسب مع تطلعاته على حدٍ سواء، وليس ما يقوم الموقع الإلكتروني الإعلامي ببثه.

الجمهور الذي يتميز بالحدود المفتوحة: من أهم المميزات التي تميز النشاط الذي يتصف بالفاعلية للجمهور المستهدف لوسائل الإعلام الإلكترونية، وهي ميزة تفتقدها الصحف الورقية على حدٍ سواء، حيث يواجه المستخدم بها مشكلة المساحة المحدودة التي تختص بالنشر، حيث أنّ هذه المشكلة لا تتواجد في الصحف الإلكترونية الإعلامية، حيث أنّ المساحة التي تكون موجودة للتخزين كبيرة ولا يمكن حصرها، كما وتتميز بخاصية الحدود المفتوحة.

كما وأنّ الحسابات المخصصة للتخزين تكون هائلة وكبيرة في المواقع الإعلامية الإلكترونية، والتي تعمل على إدارة الموقع، كما وأنها لا تحدد المستخدم بالقوانين أو القيود التي تتعلق بالمساحات، أو بحجم التعليق المكتوب أو المسجل، سواء كانت نصوصاً أو عبارة عن أصوات تسجيلية أو محادثات.

الجمهور الذي يتمتع بخاصية التمكين: نجد كثيراً في الصحف الورقية أنّها لا تسمح للقارئ أو المطلع عليها فقط أن يطلعوا على ما هو مكتوب فيها فقط، وعلى النقيض تماماً منها ما نجده في الصحف الإعلامية الإلكترونية من خلال المواقع الخاصة بها، حيث أنّها تسمح للقارئ بأن تتقبل فكره ورأيه حيال الموضوع المطروح؛ أي أنّها تتقبل فكرة قبول الجمهور وآرائهم على حدٍ سواء.

خصائص أخرى جاءت في بعض الدراسات البحثية لجمهور وسائل الإعلام الإلكتروني:

الجمهور الشبابي: حيث أثبتت العديد من الدراسات البحثية للإعلام الإلكتروني أنَّ أغلب جمهور الإعلام هو من فئة الشباب وهو كنوع من أنواع جمهور شبكة الإنترنت العالمية، حيث ذُكر في إحدى الدراسات العلمية للإعلام إنَّ أغلب وأكثر المتصفحين لشبكة الإنترنت العالمية يتراوح أعمارهم ما بين خمسة عشر سنة إلى خمة وأربعين سنة.

الجمهور النخبوي: حيث أنَّ هذا الجمهور يتميز بقدر كبير من الوعي على حدِّ سواء، وهذا في مجال المعرفة والعلم والثقافة باللغة الانجليزية التي تعتبر هي لغة الإنترنت، كما ويعتبر أنَّه جمهور إعلامي مدني وله العديد من المميزات أو السمات التي لا بأس بها.

4- أنواع الجمهور:

أ- الجمهور العام : وهو الجمهور الذي لا تربطه روابط ببعضه البعض، حيث يحس الفرد فيه أنه معزول عن البقية، وأنه لا يوجد من يشاركه في أمره أو اهتماماته، فيحس بالوحدة والتفرد، فالفرد في هذا الجمهور يقرأ الصحيفة أو يتابع برنامج أو يسمع خبر لوحده.

ب-الجمهور الخاص: وهو الجمهور الذي يربط بين أفرادهِ صلات مختلفة سواء من حيث طبيعة الوسيلة التي يتابعها أو المحتوى الذي يهتم بهن إذا يحس الفرد فيه أن هناك من يشاركه اهتماماته ولا يحس بالعزلة أو التفرد.