

جامعة الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الانسانية

السداسي: الخامس

المستوى والتخصص: الثالثة إعلام

محاضرات في مقياس: فنيات التحرير في الصحافة الالكترونية

المحاضرة الثالثة: خصائص جمهور الصحافة الالكترونية:

تزايد يوما عن يوم ثقة الجمهور بالصحف الإلكترونية فبعد أحداث 11 سبتمبر 2001، ذكرت دراسة لمؤسسة Jupiter media metrik أن نحو 7,11 مليون من مستخدمي شبكة المعلومات العالمية زاروا مواقع للصحف الإلكترونية في الأسبوع الذي وقعت فيه الأحداث، ومن تلك المواقع في تلك المدة ((New York Times نيويورك تايمز، و Washington Bost الواشنطن بوست، و Time مجلة تايم، و Gardian الجارديان البريطانية))، إضافة إلى مواقع المحطات التلفازية الرئيسة؛ مثل: CNN وBBC وغيرها.

1- تزايد عدد قراء الانترنت: هناك توجه يميل نحو زيادة عدد القراء الإلكترونيين، الذي يوضحه ارتفاع أعداد مستخدمي الأنترنت والشبكات الاجتماعية والبريد الإلكتروني عبر العالم.

أ- الأنترنت: قدر عدد مستخدمي الأنترنت حتى شهر جوان 2012 بنحو 2.4 مليار مستخدم، محققين نموا مقارنة بعام 2000 عن كان عددهم يقدر ب 360.9 مليون مستخدم، و بالنسبة للجزائر، فقد كان عدد مستخدمي الأنترنت و عام 2000 نحو 50 ألف مستخدم، ارتفع في عام 2012 إلى 5.23 مليون مستخدم.

ب - الشبكات الاجتماعية: قدر عدد مستخدمي الفاييس بوك حتى شهر مارس 2012 في العالم بنحو 835.5 مليون مستخدم. ليرتفع في شهر ديسمبر 2012 إلى 1.2 مليار مستخدم، ثم 2.2 مليار مستخدم سنة 2018، و بالنسبة للجزائر فقد بلغ عدد مستخدمي الفاييس بوك 16 مليون مستخدم سنة 2018، بعدما كان حتى 30 سبتمبر 2012 3.858 مليون مستخدم، أما اليوتيوب فقد قدر عام 2018 ب 05 مليار مشاهد، بعدما كان في 2012 3.8 مليار، وقدر عدد

مستخدمي البريد الإلكتروني في العالم بـ1.9مليار في عام 2009، وارتفع إلى 3.3 مليار في عام 2012.

هذه الأرقام تعطينا دلالة بالغة الأهمية، هي أن هناك توجهها نحو العالم الإلكتروني، هؤلاء المستخدمون هم في الواقع الجماهير المستهدفة من قبل الصحفيين والكتاب وعموم مستخدمي الواب.

2- القراءة على الشاشة صعبة: إن القراء على الواب يقرؤون بشكل مختلف عن قراء الصحف الورقية، لأن القراءة على شاشة الكمبيوتر أصعب بكثير من القراءة على الورق، وإذا كان كثيرون يعتقدون أن هذا المشكل سوف يزول مع مرور الوقت بتطور تكنولوجيا تصنيع الشاشات، فإنه لحد الآن ورغم التحسن الذي أدخل على شاشات الكمبيوتر، فإن القراءة على الشاشة لا تزال صعبة.

3- عادات القراءة مختلفة: في الصحف الورقية يستطيع القارئ قراءتها في الحافلات ومحطات القطار وفي المقاهي وعلى السرير وغيرها، بينما لحد الآن ينبغي أن يكون جالسا أمام جهاز الكمبيوتر لكي يقرأ محتويات صحف الواب، كذلك تمكن تكنولوجيا المعلومات القارئ الحديث من استقبال الأخبار وقراءتها على أجهزة الهواتف المحمولة الذكية مثل "الآي فون" أو "الآي باد". وهو ما خلق عادات قراءة جديدة يجب أن يأخذها الكتاب الواب الجدد بعين الاعتبار.

4- نسبة القراءة ضعيفة: بينت دراسة قام بها جاكوب نيلسن شهر ماي 2008 أن مستخدم الأنترنت لا يقرأ سوى 20 بالمئة من صفحة الواب متوسطة الحجم المقدر بـ 593 كلمة، كما بينت الدراسة أنه كلما تضمنت الصفحة كلمات أكثر، بقي فيها القارئ مدة أطول.

5- قارئ قلق وغير صبور: كشفت الدراسات أن القارئ على الواب قلق وغير صبور ويبحث أولا عن المعلومة النوعية التي تلي اهتماماته، وبينت أن 30 بالمئة من مستخدمي الواب يغادرون الموقع منذ الصفحة الأولى، إذا لم يعثروا على المعلومة التي تهمهم، وعندما يقرؤون فإنهم لا يقرؤون كلمة بكلمة، بل يشاهدون العناوين الرئيسية والفرعية أولا، ثم ينظرون إلى الروابط التشعبية ويشاهدون الأرقام والكلمات المفتاحية ويقفزون حول الموصل وينقرون على الزر ويتنقلون من صفحة إلى أخرى وهكذا، وبالتالي فإن الوصف الأنسب للقارئ على الواب،

وكشفت الدراسات أنه نادرا ما يقرأ المستخدمون الصفحات كلمة بكلمة، بل يقومون بعملية مسح للصفحة، ويستخرجون الكلمات والجمل.

6- خصائص أخرى: من خلال عدة دراسات حول قابلية الإستخدام، اتضح :

- إن "المحتوى" هو الملك في ذهن المستخدم. أي أن القارئ يهتم بالمضمون، أي يبحث عن المعلومات أولا.

- إن المستخدم لا يقرأ مباشرة، بل **يمسح الصفحة**، (يشاهدها في شكلها الكلى) في محاولة لاستخراج بعض المعلومات التي يبحث عنها.

- إن المستخدم لا يحبذ المواضيع الطويلة بل يفضل القصيرة.

- إن المستخدم يكره كل ما يشبه الدعاية أو التسويق، ويفضل المعلومة.

- إن المستخدم لا يحبذ أن ينتظر عملية التحميل فهي مملة بالنسبة إليه ومضيعة للوقت .

- إن المستخدم لا يريد معلومات مبعثرة وغير منظمة لأنه لا يريد أن يبذل جهدا في تنظيمها.

- إن المستخدمين عندما يمسخون النص، يقرأون فقط الجملة الأولى من كل فقرة. ما يعني أن الجملة الأولى هي الأكثر أهمية. وبالتالي فإن الهرم المقلوب يعتبر مهما جدا في الكتابة للواب.

- إن القارئ يريد الحصول على المعلومات **بسرعة وبأقل جهد**، لذلك يجب أن يكون النص **قصيرا**.

- إن العناصر التيبوغرافية محبذة عند القارئ (رسومات، صور، جداول، أشكال إلخ)، إذا كانت تضيف جديدا للنص.

- إن المستخدم يفضل **الأسلوب البسيط** وغير الرسمي أي غير الأكاديمي لأن القارئ يريد أن يقرأ بسرعة، ولا يريد أن يقرأ كل كلمة حتى يفهم النص.

- **ينبغي استعمال "النكت" بحذر**، حيث بينت الدراسات أن بعض القراء يفضلها، والبعض يرفضها، ذلك أن مستخدمي الواب مختلفون ومتنوعون ومتعددون من حيث الثقافة والتربية.

المراجع:

- رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة، الجزائر، 2013.