

المحاضرة السادسة : الصحافة الالكترونية وجمهورها

قبل الخوض في فحوى المحاضرة وجب التطرق إلى

عناصر لم يتم إيرادها في المحاضرات السابقة

جمهور وسائل الإعلام: يمكن حصر بعض الأساليب التي تعرقل معرفة القارئ

بالاتصال بجمهور وسائل الإعلام:

1- إن وسائل الإعلام يعمل بها مجموعات كبيرة من العاملين ، هؤلاء العاملون تختلف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية ، وبالتالي تتباين مجالات خبرتهم مع الغالبية العظمى من الجماهير .

2- ان الرسالة الإعلامية بحكم طبيعتها تصل إلى فئات عريضة ونوعيات مختلفة من الجماهير ، فهي رسالة علنية يستطيع الفرد أن يراها أو يسمعها أو يتعرض لها .

3- إن رجوع الصدى في الاتصال الجماهيري بسيط لا يمكن قياسه بسرعة بسهولة ، لذلك فمن الصعب إقامة تفاعل حقيقي بين وسائل الإعلام والجمهور .

ويميز علماء الاجتماع بين الحشد Crowd والجمهور Mass فالحشد هو مجموعة من الأفراد يجمعهم موقف أو حادث معين وهناك الحشد العارض والذي يمثل في تجمع عدد من الأفراد لمشاهدة عرض داخل فاترينة محل تجاري وهذا الحشد العارض لا يجمعه أي تنظيم وليس بين أفرادة أي ارتباط ، كما إن هناك الحشد النظامي وهو أكثر تنظيماً من الحشد العارض مثل المشاهدين لمباراة كرة القدم .

أما الجمهور فهو وإن كان يشبه في جوانب عديدة إلا أنه يختلف عنه في جوانب أخرى ، فأفراده يسلكون سلوكاً جماهيرياً ممثلاً قراءة حدث في صحيفة أو مشاهدة برنامجاً تلفزيونياً ، وأهم ما يميز الجمهور عن الحشد أن أفرادة عادة متفرقون ولا يوجد بين أفرادة أي تنظيم كما أن أفراد الجمهور يتعرفون (كأفراد) ويغلب عليهم الشعور بالذات بعكس أفراد الحشد .

وخلاصة القول إن الجمهور هو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية ، لا يجمع بينهم إلا سلوكهم الجماهيري.

وهناك خصائص وسمات عامة للجمهور المستهدف أهمها:

1-الموقع الجغرافي : يلعب الموقع الجغرافي دوراً هاماً في تحديد الخصائص والسمات السيكولوجية والسلوكية للجمهور ، والتحقق من الموقع الجغرافي الذي يعيش فيه الجمهور يساعد على رسم صورة عامة عن خصائص وسمات هذا الجمهور ، فعلى سبيل المثال يتصف سكان المناطق الباردة بتغليب العقل على العاطفة ويتصف سكان المناطق الحارة بالكسل ، بينما يتصف سكان المناطق المعتدلة بالتوفيق بين العقل والعاطفة .

2- التاريخ السياسي : فعلى سبيل المثال الشعوب التي يجعل تأريخها السياسي بالحروب والثورات تتصف بصلابة الرأي والميل إلى التحدي فضلاً عن الميل الواضح إلى التمسك بالنزعة الوطنية ، كما ان الحروب والثورات والقلقل والاضطرابات السياسية تشكل خصائص الشعوب في بعض الأحيان ومن ثم فإن لتحقيق من التاريخ السياسي للشعب الذي ينتمي إليه الجمهور لمستهدف يساعد على رسم صورة عامة لا بأس بها عن خصائص وسمات هذا الجمهور .

3- التركيب الاجتماعي : فالنظم الاجتماعية التي ترعى كرامة أبنائها وعزتهم وتضمن لهم العدالة لاجتماعية وتحرت الأمومة والطفولة وتحقيق المساواة وتكافؤ الفرص وتكفل الحريات،تتميز هذه الشعوب بالاستقامة والعدالة والتكافل واحترام الحقوق والواجبات والميل إلى اعم الجد وحب الوطن في حين ان الشعوب التي يسودها نظم اجتماعية استبدادية وتسلطية تتميز بالصراع والشقاق والأنانية والميل إلى اللامبالاة وامتهان كرامة الإنسان وعزته ، وعلى ذلك فأن دراسة النظم الاجتماعية للشعوب تسهم في تحديد خصائص وسمات الجمهور المستهدف من هذه الشعوب.

5- التراث الثقافي : فعلى سبيل المثال الشعوب التي تنتمي إلى تراث ثقافي يدعو إلى احترام العمل والأمانة إنما هي شعوب يتميز أفرادها بتكامل الشخصية ، في

حين أن الشعوب التي تنتمي إلى ثقافة تدعو إلى الكسل والانتهازية إنما هي شعوب تتميز بالانحلال والضعف.

6- نظم التعلم : يؤثر النظام التعليمي في أي مجتمع على أبناء هذا المجتمع ، فالشعوب التي تنشأ في ظل نظام تعليمي يشجع على الابتكار والخلق تختل في سماته وخصائصها عن تلك التي تنشأ في ظل نظام تعليمي متخلف.

ويميل أغلب علماء الاتصال إلى تقسيم جمهور وسائل الإعلام تبعاً لخصائصهم الأولية ، حيث تؤثر هذه الخصائص على عادات ونماط الاتصال أكثر من الخصائص السيكولوجية لهم والعوامل المتصلة بشخصيتهم ، وأهم **الخصائص الأولية للجماهير :**

- العمر : فاهتمامات الأطفال بالمواد الإعلامية تختلف عن اهتمامات الشباب ، والتي تختلف بدورها عن اهتمامات الكبار ، فالأطفال - غالباً - ما يفضلون البرامج الترفيهية ، فكل مرحلة عمرية لها موضوعاتها الخاصة التي تفضل العرض لها ، كما تزداد درجة التعرض لوسيلة إعلامية معينة باختلاف الراحل العمرية ، فعلى سبيل المثال يميل الأطفال إلى مشاهدة الوسائل المسموعة المرئية Tv بينما يفضل الأفراد ما بعد الثلاثين قراءة الصحف وتصل قراءة الحف إلى أقصى مداها في سن الأربعين تقريباً ، تقل قليلاً في أواخر العمر لضعف الرؤية في سن الشيخوخة.

- التعليم : تؤثر درجة تعليم الفرد على تعرضه للوسيلة الإعلامية وعلى اختياره لنوع الوسيلة ، فجمهور الصحف لابد وأن يكون على درجة من التعليم أو حتى معرفة القراءة ، ولديه قدر من الثقافة والاهتمامات العامة بعكس التلفزيون الراديو ، فيمكن لأي فرد أن يكون من جمهورها ، وكذلك السينما والمسرح ، وقد أظهرت بعض الدراسات أن الاستماع للبرامج الجادة - في الولايات المتحدة - مرتبط ارتباطاً كبيراً بالتعليم ، فالمتعلمون يختارون البرامج الجادة في حين يختار الأقل تعليمياً البرامج الترفيهية والخفيفة ، كما أثبتت الدراسات إن الجمهور الأكثر تعليمياً هو الأكثر مشاهدة لنشرات الأخبار التلفزيونية ولكن يجب الاعتراف بأن هناك حالات استثنائية لمتغير التعليم.

- **الجنس** : يختلف التعرض للوسائل الإعلامية تبعاً لاختلاف الجنس ، فقد أظهرت الدراسات أنه بالنسبة لكل وسائل الإعلام كانت النساء أقل اهتماماً بالشؤون العامة من الرجال ، فالنساء تميل عادة إلى قراءة لقصص الخيالية في المحلات ، وتشكل النساء الغالبية العظمى من جمهور الراديو في فترة الصباح ولذلك يحرص الراديو على توجيه البرامج الخاصة بالمرأة في هذه الفترة مثل برنامج " إلى ربّات البيوت " كما تمثل النساء الغالبية العظمى من مشاهدي الفترة الصباحية برامج التلفزيون لذلك يقدم التلفزيون لهن برامج المرأة في تلك الفترة ، كماي قبل الذكور على مواد إعلامية معينة أكثر من النساء مثل الأخبار والمباريات الرياضية وهكذا تختلف نوعيات الجماهير تبعاً للمادة المعروضة.

-**البيئة الاجتماعية**: تؤثر البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها الفرد على طبيعة تعرضه لوسائل الإعلام ، فالفرد الي يعيش في الريف تختلف اهتماماته عن ذك الذي يعيش في الحضر ولذلك هناك العديد من البرامج التلفزيونية والإذاعية والأبواب الصحفية وجهة خصيصة إلى أفراد القرية مثل برنامج " أرضنا الطيبة" بالتلفزيون " وخير بلدنا " وفي الصحافة باب أسبوعي عن القرية.

كذلك تتباين اهتمامات جمهور المدن الساحلية عن القرى ، من هناك كان حرص الدولة على إنشاء الإذاعات ومحطات التلفزيون الإقليمية التي تتوجه إلى أبناء منطقة بعينها مباشرة.

والتقسيم على أساس البيئة الاجتماعي ليس تقسيماً إقليمياً فقط بل هو تقسيم دولي ، فنجد وسائل الإعلام تقسم العالم إلى مناطق مختلفة وتراعي طبيعة وخصائص جمهور كل منطقة وتوجه إليه ما يمكن أن يخدم سياستها ويشبع حاجاتها ، ووكالات الأنباء العالمية أكثر شاهد على ذلك ، كما تحرص الإذاعات العالمية على إنشاء محطات موجهة مثل القسم العربي في هيئة الإذاعة البريطانية ، وإذاعة مونت كارلو ، وغيرها.

رجع الصدى

رجع الصدى عنصر هام من عناصر الاتصال فهو الذي يحقق دائرية الاتصال حيث يصب المتلقي مرسلاً ولذلك يسميه البعض ((التغذية المرتدة))

كما يسميه البعض الآخر ((رد افعل)) وأين كانت التسمية فالمقصود برجع الصدى أي شئ يصدر عن المتلقي نتيجة لتعرضه للرسالة ، وقد يكون هذا الشئ معلومات أو تعبيرات حركية.

وهناك نوعان من الاستجابة أو ردة الفعل للرسالة هما:

الاستجابة العلنية وهي التي يمكن ملاحظتها واكتشافها وهي استجابة عامة ، والاستجابة المستترة أو الخفية والتي لا يمكن ملاحظتها بسهولة ويصعب اكتشافها وهي استجابة خاصة .

ويجب ان نفرق بين التأثير ورجع الصدى ، فالتأثير يتمثل في النتائج المترتبة على الاتصال وهل أدى إلى تحقيق الهدف منه أم لا ؟
بمبنى أن هنا كحملة إعلامية انتخابية لصالح مرشح ما ، فيقاس الأثر هنا بمدى نجاح الحملة في تحقي هدفها ، وهل أدت الحملة إلى انتخاب هذا المرشح أم لا ؟

إما رجع الصدى فيتعلق بمضمون هذه الحملة ومدى استجابة الجماهير واقتناعهم بمضمون الحملة وهل وصلت لاستجابة للمرسل ام لا ؟
ويمكن التعرف على رجع الصدى بسهولة في الاتصال المباشر حيث يكون الجمهور أما القائم بالاتصال الذي يستطيع التعرف على رد فعل الجمهور عن طريق توجيه أسئلة للجمهور أو التعرف على تعبيرات وجهه وغيرها ، أما في الاتصال الجماهيري فمن الصعوبة التعرف على رجع الصدى حيث يكون بسيطاً بالمقارنة بالاتصال المباشر ومكن الاستدلال عليه ولكن ليس بطريقة فورية عن طريق معدل توزيع الصحيفة أو عن طريق رسائل القراء والمستمعين والمشاهدين ، أو عن طريق النزول إلى الميدان والتعرف من خلال الاستبيانات على آراء الجماهير فيما يقدم إليهم .

فالتأثير ابعده من رجع الصدى ويتعلق بحدوث الاستجابة، وفي ذلك يذكر د. (محمد عبد الحميد) إن رجع الصدى لا يعني سوى استمرار عملية الاتصال أو استمرار التفاعل بين كل من المرسل والمستقبل ، ولذلك تتميز نماذج التفاعل Interaction بوجود رجع الصدى الذي يشير إلى دائرية عملية الاتصال لكن

حدوث الأثر يتمثل فيما هو أبعد من رجع الصدى الفوري ، حيث يتمثل على سبيل المثال في اكتساب المعلومة أو الإقناع بالفكرة أو الرأي أو اتخاذ القرار المؤيد لأهداف المرسل.

جمهور الصحافة الإلكترونية :

مفهوم الصحافة الإلكترونية

كيف يتحدد مفهوم الصحافة في ظل التقنية الحديثة؟

إن الصحافة الإلكترونية مُصطلح حديث النشأة، ظهر ليصل الإنسان بواقعه على نحوٍ أسرع من ذي قبل، ويمكن تعريف هذا المفهوم بأنه: نوعٌ من أنواع الصحافة يتّخذ من وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وسيلةً أساسيةً لإيصال المعلومات التي يريدها أو المادة التي يطرحها إلى الجمهور القارئ، وقد لجأت الصحافة إلى اعتماد التكنولوجيا وسيلةً لانتشارها بشكلٍ أوسع بالإضافة إلى رغبتها في تحسين الأداء تُعدّ الصحافة الإلكترونية من أبرز مظاهر اندماج التكنولوجيا بوسائل الاتصال والإعلام من حيث التأثير والتأثير، لا سيّما أنّ الصحافة الإلكترونية أصبحت تؤدي دور إيضاح المعلومات عبر الصوت أو الصورة أو الفيديو فضلاً عن الكتابة، وهذا ما يجعلها من الأهمية بمكان، كما يؤدي إلى سرعة انتشارها وقبولها من قبل الجماهير في مجتمع يسوده حبّ الاطلاع على الأخبار اليومية، كما أنّ الصحافة الإلكترونية وفّرت القدرة على التواصل بين أفراد المجتمع الواحد، بالإضافة إلى السمة بالغة الأهمية التي تميزها عن غيرها، وهي إمكانية استرجاع المعلومات القديمة أو المفقودة في أي وقت، وإمكانية الاحتفاظ بها دون الحاجة إلى مساحة مكانية.

جعلت الصحافة الإلكترونية المشهد الإعلامي في متناول جميع أفراد المجتمع في أي مكان أو زمان، كما ساعدت على معرفة المعلومات لحظة بلحظة مع إمكانية التوثيق المباشر، بالإضافة إلى عدم وجود الرقيب على معرفة تلك الأخبار كمنع جهة معينة، لأن الإنترنت عالم واسع لا يمكن احتكاره من قبل جهة أو لمصلحة فئة محددة، فإنّ كل تلك العوامل وغيرها من الأسباب جعلت الصحافة الإلكترونية واسعة الانتشار، وسريعة التحليق نحو آفاق عديدة كن من السرعة المكانية أيضاً، وذلك من خلال توفّر الخبر في جميع أنحاء العالم عبر شبكة الإنترنت، فزالت الرقابة إلى حد

كبير، بالإضافة إلى الموانع والرسوم التي كانت تفرضها الصحافة الورقية، فأتاحت بذلك فرصة كبيرة للصحف غير المشهورة أن تطوّر من إمكاناتها لتصبح منافسة لصحف عالية المحتوى.

الكلفة المالية الرمزية: تتوفر للصحافة الإلكترونية إمكانية بث المعلومات والخدمات للمتابعين من خلال كلفة مالية أقل بكثير من الكلفة التي كانت تعتمدها لنشرها الورقي، فلم تعد تحتاج متطلبات الكتابة والتحرير والطباعة والتوزيع والتسويق في ظل الشبكة العنكبوتية، مما جعل تأسيس الصحف الإلكترونية أخفّ عبئاً على الأشخاص الذين يرغبون بتأسيس مشروع في هذا الجانب حتى وإن كان مشروعاً فردياً.

الاطلاع على عدد القراء: من مميزات الصحف الإلكترونية أنها تُتيح للناس أن يطلع على عدد القراء الذين شاهدوا كل تفصيل من تفصيلات موقع الصحيفة أو كل قسم من أقسامها بشكل دقيق ومضبوط، فكل مقال أو كل نص على سبيل المثال يحظى بعدد معين من المشاهدات يمكن للناس أن يعلم من خلاله ذوق الجمهور المتابع لتلك الصحيفة، ويشكل هذا الأمر عاملاً مهماً في تطوير محتوى الصحيفة وتقديمها ورغبة القراء في انتقائها مع مرور الوقت إذا استطاع الناشر ومن يعمل معه الاستفادة من تلك البيانات وتوظيفها لصالح صحيفته الإلكترونية. إمكانية الاحتفاظ والأرشفة يُمكن التعامل مع الإنترنت ووسائل التقنية من الاحتفاظ بكمية كبيرة من المعلومات وأرشفتها، ويسهل الرجوع إلى تلك المعلومات عند الحاجة بسرعة فائقة بمجرد البحث حول الموضوع المراد، حيث يمكنه العودة حينئذٍ إلى عدد كبير من المقالات القديمة بلحظة واحدة، وقد تجعل بعض الصحف أرشيفها مدفوع الأجر، وقد يكون الاطلاع عليه متاحاً بالمجان.

أنواع الصحافة الإلكترونية :

يمكن القول إنّ الصحف الإلكترونية تنقسم إلى قسمين، هي على الشكل الآتي:

الصحف الإلكترونية الكاملة: وهي صحف قائمة بذاتها، لها مؤسسون اختاروا أن يكون لها اسمها الخاص، فهي وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية الأم التي تتبع لها إلا أنها لا تحتوي على المحتويات ذاتها، بل تشكل نمطها الخاص في عرض محتوى محدد.

النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية: تكفي هذه الصحف على شبكة الإنترنت بنشر محتوى الصحف الورقية على الشبكة، أو نشر بعض الأجزاء منها، بهدف الإعلان عن الصحيفة الورقية والترويج لها، كما

يفرد بعضهم موقع الصحيفة الإلكترونية للإعلان عن الصحيفة الورقية.

إيجابيات الصحافة الإلكترونية

قد تكون إيجابيات الصحافة الإلكترونية أكبر من سلبياتها، لأنها جاءت لتكون ثورة في عالم التقنية فتتقدم به إلى الأمام، ومع ذلك فإنها قد لا تخلو من بعض السلبيات، ويمكن أن تبدأ هذه الفقرة بشيء من التفصيل في الإيجابيات وهي:

تعدد الوسائط: لقد أصبح بمقدور القارئ أن يتعرف على الأخبار من خلال عدة وسائل تناسب حواسه وتقرب الخبر إليه على النحو الذي يراه مناسباً، فكانت الوسيلة الوحيدة التي تجمع الصوت والصورة والنص في مكان واحد، بعد أن انفرد الراديو بالصوت، وانفرد التلفزيون بالصوت والصورة، بينما انفردت الصحافة الورقية بالنص وحده.

التفاعل والمشاركة: فالخبر الذي يتلقاه القارئ لا يقف عنده بسلبية ليكون الخبر النهائي والحتمي، بل إن إمكانية البحث والتعبير والمناقشة جعلت من الصحافة الإلكترونية باباً واسع الإطلاع للانفتاح الثقافي بين المجتمعات.

السرعة والفورية والتحديث: إن الصحافة الإلكترونية تعتمد على السرعة في نشر الأخبار ووصولها إلى أكبر قدر ممكن من الفئة المهتمة بنوع تلك الأخبار المحلية أو الدولية أو العالمية، كما تمكن الناشر من متابعة الأحداث شيئاً فشيئاً مع إمكانية التعديل والإضافة.

المساحة والمرونة: إن الصحافة الإلكترونية وما تعتمد عليها من مساحات تخزين غير محدودة تمكن الناشر من الحرية في حجم النص الذي يختاره لموضوع معين، كما أن المرونة التي تجعلها تجمع بين جميع أنواع وسائل الإعلام التقليدية يُعد من إيجابياتها الكبرى.

توفير الوقت والجهد والمال: بما أن الصحافة الإلكترونية لا تشترط لنفسها مقراً مكانياً يجمع العاملين عليها فهي تلغي كل التكاليف المترتبة على تأسيس مقر لها في مكان معين، وهذا ما يخفف العبء المادي عنها ويوفر الكثير من الوقت والجهد الذي كان سيبدله الموظفون تقييداً بدوام محدد.

بعض سلبيات الصحافة الإلكترونية

بيئة خصبة لانتشار الإشاعة: تُعد السرعة في نشر الخبر سلاحاً ذو حدين، فقد يصل إلى عدد كبير من الناس قبل التأكد التام من صحته، فيساعد ذلك على انتشار العديد من الأخبار المغلوطة، بالإضافة إلى تعمّد

الكثيرين نشر الأخبار والإشاعات التي لا صحة لها لأغراض شخصية أو اجتماعية.

الشك حول مصدر المعلومة: لا يزال الشك يحاصر الصحافة الإلكترونية من حيث المصادر العلمية التي تعود إليها قبل نشر المحتوى، ومنشأ ذلك عائدٌ إلى توفر الإمكانية لأي شخص بأن يدّعي الثقافة ويُنشئ صحيفة إلكترونية، فمن الممكن أن تكذب أخبارها من خلال استعمال مصادر غير موثوقة، أما الأخبار التي تأتي عبر الصحف الورقية فتكون غالبًا تحت إشراف هيئة أكاديمية تابعة للبلد الذي تصدر فيه.

تعزيز خمول الجسم: يرتبط التصفح الإلكتروني بالجلوس خلف الحاسب، ذاك الجلوس الذي تتعدد منه أسباب ألم الظهر والعينين ومشاكل المفاصل والجهاز الهضمي، بينما الصحف الورقية كانت تُقرأ في أماكن شتى وبأوضاع مختلفة، مما يُمكن الجسم من حرية الحركة. ارتباطها بخدمات الإنترنت: إن ارتباط الصحافة الإلكترونية بالإنترنت بالدرجة الأولى يجعل منه ركيزة أساسية، ولكنه في بعض الأحيان قد يكون غير متوفرًا بسبب سوء أوضاع الاتصالات في مكان معين، أو بسبب الضيق الاقتصادي مما لا يسمح لساكنيها باستخدام خدمة الإنترنت.

جمهور الصحافة الإلكترونية

يتمثل في مجموع الجمهور (أفراد وجماعات) المتصفحين للصحافة الإلكترونية، سواء المتصفحين للنسخ الإلكترونية للصحافة الورقية بإصدار الكتروني عبر الانترنت أو المتصفحين للصحف الإلكترونية الخالصة أو الكاملة.