Arab Journal of Media Studies
Volume 7, Issue 7, September2020

مجلة العربي للدراسات الإعلامية
المجلد 7، العدد7، ايلول 2020

ISNN : 2706 - 8935

أنماط وتفضيلات قراء المواقع الصحفية الإلكترونية السودانية

(دراسة مسحية علي عينة مختارة من الجمهور السوداني)

د. مرتضي البشير عثمان الأمين
د. مكي محمد مكي عبد الرحمن

Patterns and preferences of Sudanese news website readers

(A survey study on a selected sample of the Sudanese public)

D. Mourtadha Othmen Amine / D. Mekki Abderahmen

تاريخ استلام البحث 2020/7/20تاريخ قبول البحث 2020/8/20

Abstract

The study aims to know the patterns and preferences of Sudanese press website readers and their ability to attract the public, and therefore the motives for choosing them, and the reasons for reluctance to do so. The study used the descriptive analytical survey approach; with the study community represented the groups of readers subscribed to social networking sites (What's App, and Facebook), as it is the most accessible and used social networking site in Sudanese society. The study sample is an available sample, its size has reached (164) singles, and they represent the number of individuals who responded to fill out the questionnaire, during the time period that reached a full month (from 16 march to16 April 2020).The study produced a number of important results; It turns out that the male community is the most read of journalistic websites; Also, access to these sites is not permanent, One of the important results in the reasons for choosing journalistic websites by the sample members is the presence of space to participate and express an opinion on the published topics, and to support the news video and audio clips. In the same context, the study showed that the reasons for reluctance to read on journalistic websites is to be satisfied with following social media sites, as they are distinguished by keeping pace with events and other attractive features. In light of these results, the paper presented a set of useful recommendations for the owners of press websites, including; Attention to the services of the readership with the diversity of information to gain their confidence, the quality of writing, and the good output of websites to keep up with events.

Key words: Patterns, preferences, news website, readership, Electronic publishing

المستخلص

تهدف الدراسة لمعرفة أنماط وتفضيلات قراء المواقع الإلكترونية الصحفية السودانية ، ودوافعهم لاختيارها، وأسباب إحجامهم عنها، ومن ثم قدرة هذه المواقع على جذب جمهور القراء. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي التحليلي؛ فيما مثل مجتمع الدراسة مجموعات (قروب) القراء المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي (الواتساب ، والفيس بوك)، باعتبارها أكثر مواقع التواصل الاجتماعي سهولة واستخداماً في المجتمع السوداني، فالعينة الدراسية هي عينة متاحة أي (المتيسرة)، فقد بلغ حجمها (164) مفردة، وهم يمثلون عدد الأفراد الذين استجابوا لتعبئة الاستبانة، خلال المدة الزمنية التي بلغت شهراً كاملاً من (16مارس إلي 16أبريل عام 2020م). وخرجت الدراسة بعدد من النتائج المهمة ؛ فقد تبين أن المجتمع الذكوري هو الأكثر قراءة للمواقع الإلكترونية الصحفية، كما أن الاطلاع على هذه المواقع ليست بصفة دائمة، ومن النتائج المهمة في أسباب اختيار المواقع الإلكترونية الصحفية من قبل أفراد العينة، هو وجود مساحة للمشاركة وإبداء الرأي حول الموضوعات المنشورة، وتدعيم الخبر بالفيديو والمقاطع الصوتية. وعلى ذات السياق أظهرت الدراسة أن أسباب عزوف القراءة عن المواقع الإلكترونية الصحفية هو الاكتفاء بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي، لما تتميز به من مواكبة للأحداث وغيرها من المميزات الجاذبة. وعلى ضوء هذه النتائج قدمت الورقة مجموعة من التوصيات المفيدة لأصحاب المواقع الإلكترونية الصحفية ، منها؛ الاهتمام بخدمات جمهور القراء بتنوع المعلومات لكسب ثقتهم وجودة الكتابة والإخراج الجيد للمواقع مواكبة الأحداث .

كلمات مفتاحية: أنماط، تفضيلات، المواقع الالكترونية الصحفية، جمهور القراء، النشر الالكتروني.

ISNN : 2706 - 8935

مدخل

يعيش عالمنا اليوم مرحلة إحلال النشر الالكتروني مكان النشر التقليدي؛ وهذا اتجاه حديث في موازين نشر المعرفة، إذ أصبح العالم منذ القرن الحادي والعشرين، يتداول المعلومات في مختلف المجالات الكترونياً، ويتم ذلك من خلال الحواسيب والهواتف الذكية؛ المرتبطة بشبكات المعلومات؛ مما فرض علي الكثير من المؤسسات الصحفية، ودور النشر، والجامعات، ومراكز البحوث وغيرها، من المؤسسات الحديثة؛ العمل علي إنشاء المواقع الالكترونية، والاهتمام بها شكلاً ومضموناً؛ حتي يستطيع الزائر لها، تصفح المعلومات بسهولة وبسرعة فائقة. ومن خلال هذه الدراسة؛ يتم تسليط الضوء علي المواقع الالكترونية الصحفية، التي تستخدم الانترنت لتوصيل المعلومات ، ونشر أنشطة وثقافة المؤسسات في مختلف المجالات، وتحقيق التفاعلية التي هي سمة من سمات الاتصال الحديث، الذي اعتمد بصورة أساسية علي تكنولوجيا الاتصالات. لذلك تقدم هذه الدراسة مدخلا للكشف عن أنماط وتفضيلات قراء المواقع الالكترونية، حتى يتم استثمار الفرص المتاحة لهذه المواقع، وتنشيطها وتوظيفها التوظيف الأمثل، لتقوم بأدوارها وفق منهج يراعي سمات وصفات جمهور مستخدمي هذه المواقع.

أهمية الدراسة :

تبرز أهمية الدراسة ؛نظراً للاهتمام بالمواقع الصحفية الالكترونية، نسبة للتغيير المستمر في السلوك البشري، وأنماط الأداء؛ تبعاً للتطور التكنولوجي، وسرعة المعلومات ؛ الذي شكل الجيل الجديد الذي يطلق عليه (جيل الكمبيوتر والانترنت)، مما جعل المؤسسات الصحفية تقلص التعامل الورقي، وتحول أغلب ملفاتها ومعلوماتها، الي أشكال يمكن تخزينها واسترجاعها الكترونياً، عبر الشبكة (online) أو علي أقراص مدمجة (CD) أو أشرطة ومصغرات فلمية (Microfilms).

وهذا ما أكدته دراسة (نيو هاجن و رافائيلي) 1998م؛ التي هدفت الي التعرف علي العوامل، التي جعلت الباحثين في مجال الاتصال يقومون بدراسة المواقع الالكترونية علي الانترنت؛ فتوصلا الي أن الانترنت يتمتع بإمكانات الوسائط المتعددة (Multimedia) والنص الفائق (hypertext) والرسوم المتحركة، حيث يختلف مصطلح الوسائط الفائقة عن مصطلح الوسائط المتعددة التي تعني وجود أسطوانة مدمجة وكارت صوت وكارت فيديو على جهاز الكمبيوتر تساعد المستخدم على الإفاده من المعلومات المعبر عنها بطريقة سمعية أو بصرية، والوسائط المتعددة ليست بالضرورة تفاعلية على الرغم من أن بعضاً من منتجاتها صمم لكي يحقق نوعاً من المشاركة من جانب المتلقي، وقد يوجه بعضها إلى المتلقي، بينما تقتضي الوسائط الفائقة دائماً المشاركة من جانب المتلقي. وهي عناصر تخاطب حاستي السمع والبصر ، وتساعد علي وجود قدر عال من التفاعلية (اللبان، 2005). وبالتالي تعاظم دور وأهمية المواقع الالكترونية في مختلف المؤسسات، وخاصة المؤسسات الصحفية ،باعتبارها علي رأس المؤسسات التي تقوم بنشر المعرفة، لذلك تظهر أهمية الدراسة ؛ باعتبارها تبحث عن أنماط وتفضيلات قراء المواقع الصحفية الالكترونية، لزيادة الاهتمام بها، والاستفادة من عوامل الجذب وتوزيعها وتنسيقها بحيث تتوافق مع المضمون لتشكل شخصية الصحيفة.

الأهداف:

1 – التعريف بأهمية المواقع الإلكترونية الصحفية.

2 – الوصول الي أنماط قراءة الجمهور للمواقع الالكترونية الصحفية.

3 – التعرف علي تفضيلات جمهور قراء المواقع الالكترونية الصحفية.

ISNN : 2706 - 8935

4 – التعرف على دوافع الجمهور في قراءة مواقع الإلكترونية ، وأسباب أحجامه عنها .

مشكلة الدراسة:

زاد الاهتمام بالمواقع الالكترونية، مع زيادة حجم المعلومات، التي أصبحت تحيط بنا في كل مكان ومن كل الاتجاهات، ونحتاجها كحاجتنا للهواء والغذاء، اعتمدت المعلومات في السابق علي الوسائل اليدوية، إلا أنها سرعان ما تحولت الي الوسائل الالكترونية، التي تعتمد بدورها علي توظيف الحاسبات الالكترونية ، والهواتف الذكية، في كل مراحل معالجة المعلومات، من حيازتها حتي نشرها وعرضها. مما فرض وأجبر المؤسسات في مختلف المجالات، من تصميم مواقع لها علي الانترنت ، تنشر وتعلن من خلالها لأنشطتها وعروضها التي تقدمها للجمهور، من خلال جذب الانتباه، وإثارة الاهتمام، لتحقيق التواصل معها، وبناء الصورة الإيجابية عن المؤسسة. وهذا ما توفره المواقع الالكترونية ،لما تميز به من مرونة وإمكانيات تستوعب جميع أشكال المضامين(تركستاني، 2004)، ولذلك يوصي الباحثون بتصميم واخراج هذه المواقع، بشكل جذاب وبسيط، يسهل مهمة مستخدميه في الوصول الي المعلومات بسرعة ؛ وفقاً لاتجاهاتهم وميولهم. ويلاحظ أن أغلب مستخدمي المواقع الصحفية ،ممن يغلب عليهم الوعي والدراية والثقافة النوعية، مما يصعب من مهام القائمين علي أمر هذه المواقع، في طرق استمالة جمهورها، وفقا لميولهم واتجاهاتهم وجذبهم لزيارة مواقعها الالكترونية. لذلك تكمن مشكلة الدراسة في معرفة أنماط وتفضيلات قراء المواقع الإلكترونية الصحفية ، ودوافعهم في اختيارها، وأسباب أحجامهم في عدم التعامل معها . وللوصول الي ذلك برزت التساؤلات الآتية :

1 – ما مدى أهمية المواقع الالكترونية الصحفية السودانية للقراء؟

2 – ما هي أنماط قراء المواقع الالكترونية الصحفية السودانية؟

3 – هل تتناسب المواقع الالكترونية الصحفية السودانية مع تفضيلات القراء؟

4 – ما هي درجة سلامة المواقع الإلكترونية الصحفية السودانية لجذب الجمهور إلى متابعتها ؟

5 – ما هي أسباب عدم قراءة الجمهور للمواقع الصحفية الإلكترونية السودانية؟

نوع ومنهج الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن مصفوفة البحوث الوصفية ،التي تهتم بدراسة الظاهرة من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقاتها والعوامل المؤثرة فيها (عليان و غنيم، 2000). واعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي المسحي التحليلي، حيث يمكن معه وصف الظاهرة مكان الدراسة، للوصول الي أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها، من خلال جمع البيانات وتنظيمها وتحليلها (المبارك، 1992).

مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة (وهم مجموعة من الوحدات تشترك في مجموعة من السمات التي تجعلها متشابهة أو ذات اختلافات بسيطة(طايع ، 2001).ويتكون مجتمع الدراسة من قراء المواقع الالكترونية الصحفية السودانية). أما العينة فهي عناصر محددة ، يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع مفردات مجتمع الدراسة؛ بما يخدم ويحقق أهداف الدراسة (عليان، و غنيم، 2000). تم استهداف عينة متاحة من القروبات التواصل الاجتماعي في الواتساب والفيس بوك ، حيث سجلت الردود 164 رداً.

صدق وثبات أداة الدراسة

ISNN : 2706 - 8935

استخدمت الدراسة الاستبانة كأداةً رئيسة لجمع المعلومات من العينة، حيث تم إعداد استبانة الكترونية، بعرضها على عدد من محكمين (بروفيسور عبدالنبي عبدالله الطيب، جامعة الإمام محمد الإسلامية بالمملكة العربية السعودية، وبروفيسور مبارك يوسف محمد خير، جامعة جازان بالمملكة السعودية، ودكتور معتز صديق الحسن ، جامعة وادي النيل بالسودان)، كما تم إجراء عملية تجريبيه على عدد (30) مفردة من أفراد العينة للتعرف على سلامة ووضوح الاستبانة؛ للوصول إلى الإجابات التي تخدم أهداف الدراسة. كما تم التأكد من ثبات الأداة، من خلال عرض عدد (15) استمارة على مجموعتين، خلال فترتين زمنيتين متباعدتين، بلغت (15) يوماً لكل مجموعة، فكانت نسبة متوسط الثبات في إجابات المجموعتين خلال الفترتين الزمنيتين85%. وتعتبر نسبة ثبات عالية.

الدراسات السابقة :

الدراسة الاولي (أرباب، 2012)

تظهر أهمية الدراسة من خلال تسليط الضوء علي مدي توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية. وتهدف الدراسة الي معرفة فاعلية استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية العربية، واكتشاف مواطن التطور والتخلف ومدي تأثير تقنية الوسائط المتعددة في تطور العملية الاتصالية. وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية حيث استخدمت عدة مناهج (التاريخي_ الوصفي التحليلي_ المقارن). ومن نتائجها المهمة: وجود تأثيرات لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الصحافة الالكترونية، تؤثر الوسائط المتعددة علي الصحافة الالكترونية علي الرغم من عدم توظيفها بالكامل مما أكسبها ميزة عن الصحافة الورقية. أما توصياتها المهمة:التزام التحديث والفورية للمواقع والتوظيف الأمثل للوسائط مع إتاحة التفاعلية، الاهتمام بالبني التحتية والتشريعات ومصادر تمويل المواقع الالكترونية، انتاج برامج وسائط متعددة تساهم في تطوير العملية الاتصالية بالصحافة الالكترونية العربية وتدريب الكوادر.

الدراسة الثانية: (الختياري، 2011)

يهتم البحث بدراسة جودة المواقع الالكترونية للقطاع السياحي ومدي قدرتها علي إرضاء حاجات العملاء والمستخدمين لها، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي.ومن نتائجها المهمة: توجد علاقة بين مستوي رضا العميل ومستوي الأهمية لبعد فائدة الموقع، توجد علاقة بين مستوي رضا العميل ومستوي الأهمية لبعد جودة خدمة العملاء. وتوصياتها المهمة هي: إنشاء مراكز معلومات لتزويد السائح بالمعلومات اللازمة عن المواقع السياحية وكيفية الوصول اليها والاقامة فيها، ونشر الثقافة السياحية عن جميع الخدمات التي يمكن تقديمها للسائحين، وتزويدها بالعناصر البشرية المدربة.

مصطلحات الدراسة :

1- المواقع الالكترونية الصحفية

وردت كلمة موقع بمعنى : معناه : مكان ، موضع ، مركز (الفيروز آبادي، 1410هـ). ومن حيث التعريف الاصطلاحي؛ فأن المواقع الإلكترونية الصحفية " هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الإنترنت، بشكل دوري، وبرقم مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة، وبعض الميزات التفاعلية ، وتصل إلي القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء أكان لها أصل مطبوع ، أو كانت صحيفة الإلكترونية خاصة " (أمين، 2007). ومن حيث الإجراء يقصد بها : المواقع الخاصة بالصحف الورقية التي تهتم بنشر كامل موضوعات الصحيفة أو جزء منهاعلى الانترنت عبر موقع خاص بها.

2- أنماط القراء: وردت كلمة نمط (الفيروز آبادي، 1410ه) على النحو الآتي :

ISNN : 2706 - 8935

نمط : والجمع أنماط ونياط، نمط : طريقة، مذهب : نمط في الكتابة، أو العمل ، ونمط في القراءة أي طريقة في القراءة. نمط الحياة / نمط المعيشة : طريقة العيش وخصائصها التي يعتمدها الإنسان في بيته ومجتمعه. وأنماط في التعريف الاصطلاحي : تعني الطرق أو المذاهب التي يتخذها الإنسان دليلاً ونبراساً يسير عليه في حياته كلها.وأنماط في التعريف الإجرائي لهذه الدراسة : يقصد بها مذاهب وعادات القراء في قراءة المواقع الإلكترونية الصحفية .

3- تفضيلات القراء: ووردت كلمة تفضيل في (الفيروز آبادي ، 1410ه) على النحو الآتي:

تَفضيل: (اسم)، مصدر فَضَّلَ، تَفْضِيلُهُ عَلَى غَيْرِهِ : جَعْلُهُ مُفَضَّلاً، مُتَقَدِّماً عَلَى غَيْرِهِ، وتأتي أيضاً بمعني اختيارات. ومن حيث التعريف الاصطلاحي : يقصد بالتفضيلات هي اختيارات الشخص لبعض الأشياء التي تتناسب معه. وفي التعريف الإجرائي : يقصد تفضيلات القراء للمواقع الصحفية الإلكترونية على غيرها من المواقع الإعلامية الأخرى لأسباب تتعلق به.

القسم الثاني (المجال النظري)

أولاً :أهمية المواقع الالكترونية

يشهد العالم الآن ثورة في الاتصالات ، نجم عنها انفجاراً في مجالات المعلومات ؛ ألغت الحواجز الجغرافية والزمانية في المجتمع ، يدور محورها حول التطور في تكنولوجيا المعلومات ؛ الذي يعتمد علي المزج بين كل من الأدوات أو الوسائط أو الأجهزة أو الأنظمة الفنية التالية:

- الحاسبات الالكترونية – الاتصالات السلكية واللاسلكية – شبكات المايكرويف – الأقمار الصناعية – الألياف البصرية – أشعة الليزر – التصوير المصغر(المايكروفيلمي). أبرز هذا المزج بين تلك الأنظمة ما يسمي بالتغطية الالكترونية للأحداث والأنشطة والأخبار، ومن مظاهره الجديدة المواقع الالكترونية(علم الدين ، 1990). وهنالك تغييرات كبيرة أحدثها ظهور شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) علي المجتمعات في مختلف الأنشطة ، مما أدي الي تغير الكثير من المفاهيم التي تتصل بعملية الاتصال، وهذا بدوره يؤكد أهمية الانترنت كوسيلة اتصال فاعلة توقع معها الكثيرون انتهاء حضارة الورق لتحل محلها ما يمكن أن نسميه حضارة الوسائط المتعددة والاتصال التفاعلي(أمين، 2007). ونتيجة لبروز تكنولوجيا المعلومات ؛ تعاظم دور وأهمية المواقع الالكترونية، والتي أدت بدورها الي تزايد النفوذ للمعرفة والمعلومات في المجتمعات الحديثة، فأصبحت شبكات الاتصالات والمعالجات الدقيقة في تطور مستمر، مما أدي الي ظهور نظم معلومات جديدة مبنية علي استخدام أجهزة الحاسبات الالكترونية، وشبكات الاتصالات المتقدمة، مما جعل المعلومات مورد استراتيجي هام عن طريقها يمكن صنع الميزة التنافسية ، والاهتمام ببناء شخصية المؤسسة، وابراز ذلك من خلال شكل الموقع والمداخل الاساسية له (تقرير، 2008).

ثانياً: جودة الكتابة الالكترونية وتنوعها:

أصبح التنافس بين وسائل الاتصال الالكترونية المختلفة؛ يتم من خلال محاولة تقديم أفضل وأشمل الخدمات للجماهير، مما أجبر المواقع الالكترونية الاهتمام بالمضمون بالنظر في أساليب التحرير الالكترونية ،باعتباره الركيزة الأساسية للمواقع الالكترونية، فهو الذي يبرز شخصية الموقع، ويزيد من أهميته، فلذلك ظهرت قوالب تحريرية جديدة، ولغة إخبارية لها خصائص تناسب جماهيرها، مما اقتضى البحث عن محررين لهم مهارة لغوية عالية لالتقاط الألفاظ والعبارات المناسبة للمعاني المقصودة. (الفيصل ،2006م ، 144) ، لذلك عند التحرير يجب مراعاة الآتي: الفيصل ، 2006)

1- التحقق من المعلومات.

ISNN : 2706 - 8935

2- معرفة القوانين.

3- التحرير من أجل المشاهد والمستمع سوياً.

4- التأكد من عدم الانحياز.

5- فهم خصائص الوسيلة الإعلامية المستخدمة.

هنالك مجموعة محددات تعين وتدعم أهمية العناية بالمحتوى عند الكتابة في المواقع الالكترونية الصحفية وهي: (كافي ، 2016)

1- أن المستخدمين لا يقرؤون كل ما يكتب في الانترنت بل يتصفحونه.

2- يفضل المستخدمون الإيجاز في النصوص.

3- لا يفضل المستخدمون الحشو بل يفضلون المعلومة في حد ذاتها.

لذلك ولكي تكون الكتابة لمواقع الالكترونية سهلة القراءة والفهم يمكن اتباع العديد من الإجراءات الفنية والتحريرية التي تساعد على فهم النص المكتوب وهي كما يلي: (كافي ، 2016)

أ- الدقة في تصميم الموقع بحيث يسهل تصفحه بسرعة.

ب- الاهتمام بمتابعة تحديث صفحات ومعلومات الموقع.

ت- تقسيم كل مستند إلي صفحات عديدة تجنباً للنصوص الطويلة، مع الاهتمام بالروابط ذات العلاقة في مواقع أخري.

ث- وضع المعلومات الأكثر أهمية أعلى الصفحة مراعاة لحالة القارئ الذي لا يرغب تصفح كميات كبيرة من النصوص.

ج- الكتابة بموضوعية بعيداً عن المبالغة في استخدام الأساليب البلاغية.

ح- إبراز الكلمات التي تميز الصفحة عن الصفحات الأخرى.

خ- اختصار الموضوعات فالقراءة على الشاشة أبطأ من القراءة على الورق.

د- استخدام الجمل السهلة والقصيرة، وأن تتضمن كل فقرة فكرة رئيسة واحدة.

ثالثاً: تصميم وإخراج المواقع

يعنى التصميم بترتيب وتنظيم وعرض عناصر الموقع بشكل إبتكاري؛ لتحقيق أهداف وأغراض معينة، أما الإخراج فهو يهتم بترتيب عناصر الموقع ضمن محددات حيز معين، وفي كلتا الحالتين يتم استخدام الصور والرسوم والوسائل الإيضاحية الصوتية والمرئية ،التي تساهم في إضفاء نوع من الجمالية والشفافية والجاذبية والتشويق من خلال توليفها مع الكلمات والنصوص والأشكال والخطوط والألوان والإنطباعات التصويرية والمكتوبة لإعطاء الموقع الشكل النهائي ذو الكيان الواحد لتظهر من خلاله شخصية الموقع (العلاق و ربابعة،20076).

رابعاً: سمات ومميزات المواقع الالكترونية: (الفيصل،2006)

ISNN : 2706 - 8935

1- وعاء دائم للمعلومات والبيانات.

2- يعطي الزائر فرصة الزيارة في أي وقت.

3- إمكانية استخدام الوسائط الإلكترونية.

4- إتاحة فرصة الاختيار والتصفح.

5- إبراز شخصية المؤسسة وأنشطتها.

6- تقديم خدمة الإعلانات الخدمية.

7- الوصول إلى مصادر المعلومات بمختلف أشكالها.

8- الأرشفة والتوثيق.

9- يمكن استخدام الاسلوب التفاعلي.

خامساً: تقييم فاعلية المواقع الالكترونية:

تعتمد فاعلية الموقع الالكتروني على عدد الزائرين له، ولتقييم هذه الفاعلية فإن الأمر يتطلب الإجابة على مجموعة من الأسئلة هي: (الفيصل،2006)

أ- ما عدد الأشخاص الذين قاموا بزيارة الموقع؟

ب- هل بقوا لفترة طويلة في الموقع؟

ت- هل قاموا بعمليات تنزيل لبعض المعلومات؟

ث- ما هي أكثر الأنشطة والروابط زيارة؟

ج- هل يحترم المستخدمين رسائل التنبيه؟

ح- هل المعلومات بالموقع كافية وترضي الطموح؟

القسم الثالث (المجال التطبيقي)

عرض وتفسير وتحليل البيانات

المحور الأول : المعلومات الديمغرافية

جدول رقم (1) يوضح نوع العينة

العبارة	التكرار	النسبة %
ذكر	126	76.8
أنثى	38	23.2

ISNN : 2706 - 8935

المجموع	164	100.0

يوضح الجدول رقم (1) أعلاه، تصدر الذكور للعينة بنسبة 76.8% وهذا لطبيعة تكوين المجتمع السوداني وزيادة اهتمامات المجتمع الذكوري بمتابعة الأخبار الصحفية، وتراجع فئة الإناث في هذا الاتجاه نتيجة لطبيعة تكوين المرأة في المجتمع السوداني التي تأخذها اهتماماتها الخاصة بعيداً عن متابعة الصحافة فهي في ذيل أولوياتها لذلك سجلت نسبة 23.2% في العينة.

جدول رقم (2) يوضح العمر

السنة	التكرار	النسبة%
1/ 20 إلي 29 سنة	22	13.4
2/ 30 إلي 39 سنة	46	28.0
3/ 40 إلي 49 سنة	50	30.6
4/ 50 سنة فأكثر	46	28.0
المجموع	164	100.0

يلاحظ من الجدول رقم (2)أعلاه، أن الأعمار من 30 سنة وحتي 50 سنة فأكثر سجلت نسب متقاربة في عينة الدراسة وهي نسب منطقية إذا نظرنا إلى حاجة قراءة المواقع الالكترونية إلى أدوات لمتابعتها فنجد أن هذه الفئات هي الأكثر حظاً في الحصول على الأدوات التكنولوجية عن الفئات العمرية من 20 سنة وحتى 29 سنة ، نسبة لأنهم من الفئات التي يكثر وجودها في ميدان الحياة العملية.

جدول رقم (3) يوضح المستوى التعليمي لعينة الدراسة

المستوي التعليمي	التكرار	النسبة%
1/ ثانوي	11	6.7
2/ جامعي	59	36.0
3/ فوق الجامعي	94	57.3
المجموع	164	100.0

يؤكد الجدول رقم (3)أعلاه، أنه كلما زادت درجة الوعي والثقافة زادت معها عملية قراءة المواقع الالكترونية، فلذلك سجلت فئة فوق الجامعي نسبة 57.3% وتلتها فئة جامعي بنسبة36.0%أخيراً جاءت فئة الثانوي بنسبة 6.7%، وهذا يدعم بيانات الجدول رقم (2) حيث سجلت هذه الفئة العمرية 20 إلى 29 سنة نسبة تتناسب مع الفئة التي تعليمها ثانوي في هذا الجدول، مما يدل على التناسب الطردي في الثقافة وزيادة الدخل مع قراءة المواقع الالكترونية

ISNN : 2706 - 8935

الصحفية.

جدول رقم (4)يوضح نوع وظيفة العينة

نوع الوظيفة	التكرار	النسبة%
1/ أعمال حرة	28	17.1
2/ موظف	112	68.3
3/ أستاذ جامعي	24	14.6
المجموع	164	100.0

يبين الجدول رقم (4) أعلاه، تقدم فئة الموظفين للعينة في قراءة المواقع الالكترونية الصحفية بنسبة 68.3% وهذا يدل على كبر حجم هذه الفئة في المجتمع المثقف، بينما جاءت تالياً لها فئة أعمال حرة بنسبة 17.1% وهذا يدل على أهمية المواقع الصحفية لكافة فئات المجتمع السوداني، وأخيراً أتت فئة الأستاذ الجامعي بنسبة 14.6% نظراً لصغر حجمها مقارنة مع فئات الموظفين والأعمال الحرة في المجتمع السوداني.

المحور الثاني : عادات وأنماط قراء المواقع الصحفية السودانية

جدول رقم (5)يوضح الذين يقرأون والذين لا يقرأون المواقع الصحفية الإلكترونية السودانية

الساعات	التكرار	النسبة%
1- دائماً	36	22.0
2- أحياناً	77	47.0
3- لا أقرأوها	51	31.0
المجموع	11	100.0

يشير الجدول رقم (5)أعلاه، إلى أن الذين يقرأون المواقع الصحفية السودانية (أحياناً) تصدرت العينة بنسبة 47.0% وهذه دلالة على عدم الاعتماد عليها بصورة كبيرة في قراءة المواد الصحفية ، ويؤكد ضعف اعتماد الجمهور السوداني على هذه المواقع ،فيجئ الذين (لا يقرأون) تالياً لها حيث سجلت نسبة 31.0 % من عينة الدراسة، بينما جاءت أخيراً فئة الذين يقرؤونها(دائماً) بنسبة 22.0%، وهذا يدعم ما ذهبنا إليه بأن المواقع الالكترونية الصحفية السودانية تعاني من ضعف متابعة الجمهور لها.

جدول رقم (6) يوضح معدل قراءة أفراد العينة للمواقع الصحفية الإلكترونية السودانية

المعدل	التكرار	النسبة%
1- يومياً .	33	29.2
2- يومان إلى ثلاثة أيام.	40	35.4
3- أربعة أيام فأكثر.	40	35.4

ISNN : 2706 - 8935

يؤكد الجدول رقم (6)أعلاه، التقارب وعدم التفاوت في نسب فئات العينة في معدل قراءتهم للمواقع الالكترونية الصحفية السودانية، وهذا يدل على عدم التباين في أنماط وعادات الجمهور السوداني في معدلات متابعتهم لهذه المواقع.

جدول رقم (7) يوضح عدد ساعات قراءة العينة للمواقع الصحفية الالكترونية السودانية

الساعات	التكرار	النسبة%
4- أقل من ساعة	40	35.4
5- من ساعة إلي أقل من ساعتين	32	28.4
6- من ساعتين إلي أقل من ثلاث ساعات	30	26.5
7- ثلاث ساعات فأكثر	11	9.7
المجموع	113	100.0

يلاحظ من الجدول رقم (7)أعلاه، أن معدل ساعات قراءة المواقع الصحفية السودانية تصدرته فئة أقل من ساعة بنسبة 35.4%، وهذه معلومة تنسجم مع ما جاء في الجدولين (5) و (6) لتؤكد التراجع في قراءة الجمهور السوداني لهذه المواقع، وجاءت بعدها فئة القراءة من ساعة وأقل من ساعتين بنسبة 28.4%، وأتت قريبة منها في النسبة فئة من ساعتين وأقل من ثلاث ساعات بنسبة 26.5%، وجاءت أخيراً فئة ثلاث ساعات فأكثر بنسبة ضعيفة بلغت 9.7، مما يؤكد ضعف معدل ساعات قراءة الجمهور السوداني للمواقع الصحفية السودانية.

جدول رقم (8) يوضح أوقات تفضيل قراءة القراءة المواقع الصحفية الإلكترونية السودانية

الأوقات	التكرار	النسبة%
1- الصباح	21	18.6
2- الظهيرة	15	13.3
3- العصر	7	6.2
4- المساء	70	61.9
المجموع	113	100.0

يوضح الجدول رقم (8) أعلاه ،أن الفئة الغالبة بنسبة 61.9%، هي التي تقرأ المواقع الصحفية في المساء وهي دلالة على أن قراءة المساء هي نمط وعادة يتسم بها الجمهور السوداني، وتلتها فئة الذين يقرأون المواقع في الصباح بنسبة 18.6%، ثم بعدها فئة الذين يقرؤونها في فترة الظهيرة بنسبة 13.3%، وأخيراً جاءت فئة من يقرأها وقت العصر بنسبة 6.2% وهي نسبة ضعيفة تنسجم مع أن فترة العصر دائماً يتم تخصيصها في المجتمع السوداني للتواصل الاجتماعي.

جدول رقم (9) يوضح نوع الوسيلة لقراءة المواقع الصحفية الإلكترونية

الوسيلة	التكرار	النسبة%

ISNN : 2706 - 8935

1- حاسوب شخصي	8	7.1
2- هاتف محمول.	104	92.0
3- حسوب شخصي وهاتف معاً	1	0.9
المجموع	113	100.0

أوضح الجدول (9) أعلاه، أن فئة الذين يقرأون المواقع الصحفية عبر الهاتف المحمول هي الغالبة بنسبة 92.0%، وهي تؤكد بيانات الجدول رقم (8) والذي جاءت فيه تصدر فئة من يقرأون المواقع في فترة المساء للفئات الأخرى مما يعني أنهم يقرؤونها من خلال الهاتف، أما الفئة الثانية فهي التي تقرأ المواقع عبر الحاسوب الشخصي بنسبة 7.1%، وأخيراً كانت الفئه التي تقرأ منها معاً الحاسوب والهاتف بنسبة 0.9 وهي نسبة ضعيفة جداً تؤكد الاعتماد على الهاتف في قراءة المواقع الصحفية الالكترونية السودانية، وهي دلالة على ثقافة استخدام الهاتف بصورة واسعة لدى الجمهور السوداني.

جدول رقم (10) يوضح مكان قراءة المواقع الصحفية الإلكترونية السودانية

المكان	التكرار	النسبة%
1- المنزل	92	81.4
2- مكان العمل	14	12.4
3- الأماكن العامة	7	6.2
المجموع	113	100.0

يلاحظ من الجدول رقم (10) أعلاه، أن المنزل هو المكان المناسب لقراءة المواقع الصحفية حيث جاءت هذه الفئة غالبة بنسبة 81.4%، وهي تؤكد ما جاء في الجدولين رقم (8) و (9) حيث كانت النسبة الغالبة فيهما للقراءة في فترة المساء وكذلك استخدام الهاتف في القراءة، وجاءت تالياً الفئة التي تقرأ المواقع في مكان العمل بنسبة 12.4%، وفي الغالب هي الفئة التي تستخدم الحاسوب وهذا ينسجم مع بيانات الجدول رقم (9)، أما الفئة التي جاءت أخيراً هي التي تقرأ المواقع في الأماكن العامة بنسبة 6.2%، وهم فئة موجودة في المجتمع السوداني تحب الجلوس في الأماكن العامة لمناقشة ما يرد في المواقع الصحفية والتفاعل الحي مع الأصحاب والزملاء.

المحور الثالث: تفضيلات قراء المواقع الالكترونية الصحفية السودانية

جدول رقم (11) يوضح أسباب عدم قراءة المواقع الصحفية الإلكترونية السودانية (اختيار أكثر من إجابة)

العبارة	التكرار	النسبة%
1- ليس لدي رغبة في قراءتها.	8	9.8

ISNN : 2706 - 8935

2- عدم مواكبتها للأحداث الجارية .	10	12.2
3- أفضل الصحف الورقية.	5	6.1
4- أكتفي بمواقع التواصل الاجتماعي .	37	45.1
5- أتابع الأخبار من وسائل إعلامية أخرى .	22	26.8
المجموع	82	100.0

يشير الجدول رقم (11) أعلاه، إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أحد أسباب عدم قراءة الفئة الغالبة من عينة الدراسة للمواقع الصحفية الالكترونية السودانية بنسبة.45.1% لذلك تشكل منصات التواصل الاجتماعي أحد تفضيلات قراء المواقع الصحفية (يشكل الذين لا يقرأون المواقع الصحفية 51 مفردة بنسبة 31.0% من عينة الدراسة، مجموع التكرارات 82 وزيادة التكرارات عن 51 نتيجة لاختيار أكثر من إجابة)، وجاءت في المرتبة الثانية لمتغير أسباب عدم قراءة المواقع الصحفية متابعة الأخبار من وسائل إعلامية أخري بنسبة 26.8%، وتالياً لها بنسبة 12.2% عدم مواكبة المواقع الصحفية للأحداث الجارية، وبعدها جاءت ليس لدي الرغبة في قراءتها وسجلت هذه الفئة نسبة 9.8%، وأخيراً جاءت أفضل الصحف الورقية بنسبة 6.1%.

جدول رقم (12) أسباب قراءة المواقع الصحفية الإلكترونية السودانية (اختيار أكثر من إجابة)

العبارة	التكرار	النسبة%
1- مواكبتها للأحداث الجارية	55	41.7
2- توافر المصداقية	8	6.0
3- تسخ دم الصور والصوت والفيديو.	17	12.9
4- تتيح لي المشاركة وإبداء الرأي .	52	39.4
المجموع	132	100.0

يوضح الجدول رقم (12) أعلاه، الأسباب التي تجعل فئات من العينة قراءة المواقع الصحفية، ومجموع مفردات الذين يقرأون المواقع الصحفية 113 مفردة، وتكرارات الجدول 132 والزيادة جاءت نتيجة لاختيار أكثر من إجابة، وجاء خيار مواكبة المواقع الالكترونية الصحفية للأحداث في المرتبة الاولى بنسبة 41.7%، وفي المرتبة الثانية أتى خيار المشاركة وإبداء الرأي بنسبة 39.4%، وتالياً لها من أسباب قراءة العينة للمواقع الصحفية استخدام المواقع للصور

ISNN : 2706 - 8935

والصوت والفيديو بنسبة 12.9%.وهي نسبة متواضعة يمكن استخدامها كأحد عوامل الجذب وتفعيلها بالتخطيط الجيد والتصميم العلمي لزيادة عدد القراء ، وجاء أخيراً خيار توافر المصداقية في المواقع الصحفية بنسبة 6.0% وهذه تدل على ضعف مصداقية المواقع الصحفية ؛ ردها بعض الخبراء الإعلاميين لوجود معلومات في الجانب الأخبار مجهولة المصدر .

جدول رقم (13) يوضح أسباب اختيار أو تفضيل موقع صحفي الكتروني على آخر

العبارة	التكرار	النسبة%
1- جودة الكتابة .	37	32.7
2- العنوان المثير الجذاب .	25	22.1
3- الإخراج الجيد.	13	11.5
4- تدعيم الخبر بالفيديو والمقاطع الصوتية .	38	33.7
المجموع	113	100.0

يلاحظ من الجدول رقم (13) أعلاه، الذي يوضح أسباب اختيار أو تفضيل عينة الدراسة لموقع صحفي الكتروني دون الآخر، وجاء في المرتبة الأولى خيار تدعيم الخبر بالفيديو والمقاطع الصوتية بنسبة 33.7%، مما يعني زيادة الاهتمام بتدعيم الكتابة بمقاطع الفيديو والصوت لتشكل عوامل جذب لقراءة الخبر أو النص أياً كان شكله، وقريباً منه جاء خيار جودة الكتابة بنسبة 32.7%، وفي المرتبة الثالثة أتى خيار العنوان المثير الجذاب بنسبة 22.1%، وفي المرتبة الأخيرة جاء خيار الإخراج الجيد بنسبة 11.5%، وهي نسبة منطقية إذا نظرنا إلى أهداف المواقع الصحفية التي تنحصر في تمليك المعلومات الصادقة والمواكبة للأحداث بعيداً عن الإسراف في عوامل الإبهار.

المحور الرابع: النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

1- كشفت الدراسة أن المجتمع الذكوري في المجتمع السوداني هو الأكثر قراءة ومتابعة للمواقع الصحفية الالكترونية عن المجتمع النسوي.

2- أبانت الدراسة أن قراءة المواقع الصحفية الالكترونية تحتاج معينات تكنولوجية، وهذا جعل الفئات العمرية من 20 وحتى 29سنة في المجتمع السوداني هي الأقل حظاً في قراءة المواقع الصحفية.

3- أشارت الدراسة إلى أن ارتفاع نسبة قراءة المواقع الالكترونية الصحفية كلما زاد المستوى الثقافي في المجتمع السوداني وتوفرت المعينات التكنولوجية والتقنية لتصفح المواقع .

4- كشفت الدراسة أن المواقع الالكترونية الصحفية السودانية تعاني من ضعف قراءة ومتابعة الجمهور السوداني لها.

ISNN : 2706 - 8935

5- أوضحت الدراسة عدم وجود تباين كبير في أنماط وعادات الجمهور السوداني في معدلات متابعتهم للمواقع الالكترونية الصحفية السودانية.

6- كشفت الدراسة ضعف معدل ساعات قراءة الجمهور السوداني للمواقع الصحفية السودانية.

7- أوضحت الدراسة أن المجتمع السوداني تغلب عليه عادة قراءة المواقع الالكترونية الصحفية في الفترة المسائية.

8- أبانت الدراسة أن الجمهور السوداني يحب قراءة المواقع الصحفية من خلال استخدام الهاتف.

9- أشارت الدراسة إلى أن المنزل هو المكان المناسب لدي الجمهور السوداني لقراءة المواقع الصحفية.

10- كشفت الدراسة أن غالبية المجتمع السوداني لا يقرأ المواقع الصحفية لأنه يكتفي بوسائل التواصل الاجتماعي.

11- أكدت الدراسة مواكبة المواقع الالكترونية الصحفية السودانية للأحداث، وكذلك تتيح فرصة المشاركة وإبداء الرأي.

12- أوضحت الدراسة تواضع نسبة قراء المواقع الصحفية السودانية الذين تجذبهم الصور والصوت والفيديو والمصداقية لقراءة المواقع الصحفية.

13- أثبتت الدراسة أن تدعيم الخبر بالفيديو والمقاطع الصوتية وجودة الكتابة والعنوان المثير الجذاب هي من عوامل تفضيل القراء لموقع صحفي دون الآخر.

ثانياً: التوصيات

1- على المواقع الصحفية السودانية الالتزام بخدمة الجمهور حتى لا تضعف الثقة والمصداقية فيها.

2- الاهتمام بتوفير المعلومات المتنوعة وعلى نطاق واسع لتمكين الجمهور المتباين من الوصول إلى المعلومات التي يفضلها.

3- الاهتمام بالكشف عن مصادر المعلومات بوضوح متى دعت الحاجة لذلك ؛ لتعزيز الصدقية وكسب ثقة واحترام القراء.

4- يجب أن تحرص المواقع الصحفية السودانية على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة وعلى أكمل وجه دون تشويه.

5- على المواقع الصحفية السودانية استخدام التقنيات والتكنولوجيا بمهارة وعدم المبالغة والتلاعب في الصوت والصور.

6- توصي الدراسة بزيادة الاهتمام بتفضيلات جمهور قراء المواقع الصحفية السودانية بتدعيم الخبر بالفيديو والمقاطع الصوتية وجودة الكتابة والعنوان المثير الجذاب فهي من عوامل تفضيل القراء لموقع صحفي دون الآخر.

7- توصي الدراسة الحرص على تصميم المواقع الصحفية السودانية بطريقة سهلة دون تعقيد لتسهيل عملية التصفح بسهولة.

8- توصي الدراسة الاهتمام بتحديث صفحات ومعلومات المواقع الصحفية السودانية.

9- توصي الدراسة الحرص على الكتابة في المواقع الصحفية السودانية بموضوعية وحياد.

ISNN : 2706 - 8935

المراجع

- اللبان، شريف درويش اللبان،(2005)، الصحافة الالكترونية (دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع)، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، ص 84.
- أرباب، وداد هارون أحمد محمد، (2012)، فاعلية تطبيق الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان.
- أمين، رضا عبد الواحد، (2007)، الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، ص 93، ص 63.
- تركستاني، عبد العزيز ،(2- 5 أكتوبر 2004)، دور أجهزة العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للملكة العربية السعودية، المتنبي الاعلامي السنوي الثاني، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال.
- تقرير،(30 أبريل 2008)، نتائج استقصاء الرأي الخاص، ندوة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع السياحة ، فندق سمير أميس، القاهرة.
- الختياري، دعاء محمد الدسوقي حسين، (2011)، أبعاد جودة الويب في ظل التجارة الالكترونية وعلاقتها بالعميل، رسالة ماجستير، جامعة أمدرمان الاسلامية، معهد البحوث ودراسات العالم الاسلامي، السودان.
- طايع، سامي،(2001)، بحوث الإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة ، ص 293.
- العلاق، بشير عباس و ربابعة، علي محمد، (2007)، الترويج والإعلان التجاري، دار اليازوري للنشر، عمان ، ص 213.
- علم الدين، محمود، (1990)،تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، دار العربي للنشر، القاهرة ، ص ص 7-8.
- عليان، ربحي مصطفي و غنيم، عثمان محمد،(2000)، مناهج وأساليب البحث العلمي- النظرية والتطبيق،ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان ، ص 42، ص 138.
- الفيروز آبادي (1410هـ) ، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت ، ص 211، ص 283، ص 188 .
- الفيصل، عبد الأمير مويت، (2006)، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر، الأردن ، ص 144، ص 158، ص 124، ص 127 .
- كافي، مصطفى يوسف،(2016)، الإعلام التفاعلي، ط1، الاردن، دار الحامد للنشر، عمان ، ص 280، ص ص 281- 282.
- المبارك، حمد الصاوي محمد،(1992)، البحث العلمي- أسسه وطرق كتابته، ط1 ، المكتبة الأكاديمية، القاهرة ، ص30.