

قراء الاعلام الجديد

كشفت الدراسات التي قام بها جاكوب نيلسون والرواد في مجال خصائص قراء الاعلام الجديد او قراء الواب عن جملة من الخصائص مرتبطة بعادات القراءة وكيفياتها وكمية المواد المقروءة وقابلية الاستخدام ومن اهم النتائج المتحصل عليها ما يلي:

ان المحتوى هو الملك في ذهن المستخدم أي ان القارئ يهتم بالمضمون أي يبحث عن المعلومات أولاً.

- ان المستخدم لا يقرأ مباشرة بل يمسح الصفحة يشاهدها في شكلها الكلي لاستخراج بعض المعلومات التي يبحث عنها.

-ان المستخدم لا يحبذ المواضيع الطويلة بل يفضل القصيرة.

-ان المستخدم يكره كل ما يشبه الدعاية او التسويق ويفضل المعلومة.

-ان المستخدم لا يحبذ ان ينتظر عملية التحميل فهي مملة ومضيعة للوقت بالنسبة له.

-ان المستخدم لا يريد معلومات مبعثرة لأنه لا يريد ان يبذل جهدا في تنظيمها. لذا يتعين تنظيم المعلومات بشكل جيد فكرة لكل فقرة وكم مقبول من المعلومات في الفقرة الواحدة).

-ان المستخدمين يمسحون النص. وعند المسح يقرؤون الجملة الأولى فقط ما يعني ان الجملة الأولى هي الأكثر أهمية وبالتالي فان الهرم المقلوب يعتبر مهما جدا في الكتابة للواب.

-ان القارئ يريد الحصول على المعلومات بسرعة وبأقل جهد لذلك يجب ان يكون النص قصيرا.

-ان العناصر التيبوغرافية محبذة لدى القاري (رسومات جداول صور اشكال الخ) طبعا إذا كانت تضيف جديدا للنص لان حشو النص برسومات غير متناسقة لا تخدم النص وتعتبر مضيعة للوقت.

-ان المستخدم يفضل الأسلوب البسيط وغير الرسمي أي غير الأكاديمي لان القارئ (محمد، 2013). يريد ان يقرأ بسرعة ولا يريد ان يقرأ كل كلمة حتى يفهم النص

-ان النص الفائق يزيد من مصداقية النص اذ يعتبر القارئ احواله على نصوص
فائقة بمثابة اختبار لمصداقية المعلومات التي نشرها الكاتب كما تلعب الروابط
التشعبية دور المساعد على الاختصار.

**لهذا يجب ان تكون كتاباتنا تتوافق مع خصائص القراء حتى نحسن استقطاب
الجمهور**