

الشخصنة في الصحف الإلكترونية الجزائرية : بين الاستقطاب والعزلة دراسة تحليلية لصحيفة (النهار أون لاين)

The personalization in Algerian e-newspapers : between polarization and isolation - Analytical study : Ennahar Online'as a sample -

بن معزوز حميدة.

جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة (الجزائر)، hamidabenmazouz@gmail.com

تاريخ النشر: 31/12/2022

تاريخ القبول: 09/12/2022

تاريخ الاستلام: 16/10/2022

ملخص :

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع توظيف خاصية الشخصنة في الصحف الإلكترونية الجزائرية. استخدمت هذه الدراسة التي تنتمي إلى الدراسات الوصفية منهج المسح، كما استخدمت أداة تحليل المضمون كأداة أساسية لتحليل صحيفة "النهار أون لاين" والتي تم اختيارها بطريقة قصدية. أما العينة الزمنية للدراسة فقد حددت مدة شهر كامل متواصل ابتداء من 1 جوان 2022 إلى غاية 30 جوان 2022. واستعانت الدراسة بأداة الملاحظة كأداة مساعدة لجمع المعلومات. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة توظيف خاصية الشخصنة في "النهار أون لاين" قد بلغت بشكل عام 37.08% توزعت كما يلي: تمكين المستخدم من التحكم في واجهة الصحيفة من الناحية الشكلية 25%، إخطار المستخدم بأخبار وأهم الأحداث 40%، اللغات المتاحة 50%، نسبة استخدام النماذج الاقتصادية المتبناة 33.33%.

الكلمات المفتاحية : الاتصال التفاعلي : الذكاء الاصطناعي : الشخصنة : الصحف الإلكترونية الجزائرية : الفورية والتحديث : اللامجاهرية.

Abstract :

This study aimed to reveal the reality of the employment of the personalization in Algerian e-newspapers. this study belonging to descriptive studies used the survey method, also the content analysis tool was used as a basic tool for analyzing the Algerian e-newspaper "Ennahar Online" which were intentionally selected, way for a full month continuously from 1 June 2022 to 30 June 2022. the study used the observation as an aid tool to collect data. the results of the study found that the employment of the personalization in "Ennahar Online" was generally 37.08% distributed as follows : the user's ability to control the newspaper interface 25%, the user's notification of the latest news and the most important events 40%, the available languages 50%, and The use of economic models for electronic newspapers is 33.33%.

Keywords: Algerian e-newspapers ; Artificial intelligence ; Demassification ; Instant and updating, Interactive communication ; Personalization.

1. مقدمة:

أصبح اليوم بإمكان المستخدم الحصول على الكثير من المعلومات من مصادر متعددة ومتنوعة وفي نفس الوقت، هذا التدفق الهائل للمعلومات يربك المستخدم وينقره أيضا رغم أنه جدّ متطلب ولا يرضى بالقليل، لكنّه يسعى دائما إلى المعلومة الأجود على الإطلاق التي تشعره بالثقة. في ظلّ التنافس الحاد بين مواقع الصحف الإلكترونية الذي يحسب بالثواني تكمن صعوبة جذب هذا المستخدم وإبقائه ضمن موقع الصحيفة أطول مدّة ممكنة. هنا جاءت أهمية توظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية في محاولة منها لاستعادة ثقة المستخدم وتوفير الجوّ الملائم له وحثّه على التفاعل مع موادها الإعلامية المنشورة.

تعتبر خاصية الشخصية من الخصائص التي تنفرد بها الصحافة الإلكترونية عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية، حيث تتميز هذه الخاصية بتكيفها مع رغبات واحتياجات الجمهور بغرض جذبّه لتصفح المواد الإعلامية للصحيفة الإلكترونية وذلك بتوفير بيئة خاصّة بهذا المستخدم يختارها بنفسه وفقا لميولاته تكون قريبة منه لدرجة تجعله يألف هذه الصحيفة الإلكترونية وكأنّها صُمّمت وأعدّت خصيصا لأجله.

تفطّنت بعض الصحف الإلكترونية للأهمية البالغة التي تكتسبها خاصية الشخصية لذا فقد سعت هذه الصحف الإلكترونية إلى توظيف هذه الخاصية بهدف استقطاب جمهور غير متجانس ومحاولة تلبيه رغباته المختلفة والمتعكسة، كإمكانية تغيير الواجهة حسب الرغبة، كذا إخطار المستخدم بأحدث الأخبار فور وقوعها دونما الحاجة إلى اللوج للصحيفة، واختيار اللّغة المفضلة لديه، وإمكانية انتقاء المضامين الإعلامية المرغوب فيها وغيرها من الخدمات المخصصة.

1. إشكالية الدراسة :

تعتبر خاصية الشخصية من خصائص الصحافة الإلكترونية التي تُسهم في استقطاب المستخدم وإبقائه ضمن موقع الصحيفة أطول مدّة ممكنة، إذ توفر له محتوى يستجيب لرغباته وميولاته لتخلق له الجوّ الذي يلائمه والقريب منه، ولكي يتحقّق ذلك لابدّ من حُسن توظيف هذه الخاصية وذلك بإتاحتها للعديد من الخدمات والخيارات لمستخدميها. وفي ذات السّياق جاءت هذه الدراسة لإلقاء الضوء على واقع توظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية الجزائرية. وعليه حاولت هذه الدراسة الإجابة على التّساؤل الرئيسي التالي : "ما هو واقع توظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية الجزائرية؟"

وقد اقتضت الضرورة المنهجية تفريع التّساؤل الرئيسي وفق الآتي :

- ما مدى تمكين مستخدمي صحيفة "النهار أون لاين" من التحكّم في واجهة الصحيفة ؟
- ما هي طرق إخطار مستخدمي صحيفة "النهار أون لاين" بأخبار وأهمّ الأحداث ؟
- ما هي اللّغات التي تتيحها صحيفة "النهار أون لاين" لمستخدميها ؟
- ما هي النماذج الاقتصادية التي تتبنّاها صحيفة "النهار أون لاين" لتقديم محتواها الإعلامي؟

2. ضبط مفاهيم الدراسة :

1.2. الشخصية :

تعرف الشخصية على أنّها خاصية من خصائص الصحافة الإلكترونية : "تجعل كلّ زائر للموقع قادرا على أن يحدّد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركّز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات ويلغي أخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء، وفي كل الأحوال هو يتلقّى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثّه" (كنعان، 2014).

يُقصد بمفهوم الشخصنة في هذه الدراسة مدى إتاحة مواقع الصحف الإلكترونية لمستخدميها للخدمات التي تلبي الرغبات والاحتياجات الشخصية لكل مستخدم على حدة، وتتمثل هذه الخدمات المشخصة في : (إمكانية التحكم في واجهة الصحيفة الإلكترونية، إخطار المستخدم بآخر الأخبار وأهم الأحداث فور ورودها، اللغات المتاحة، مجانية تقديم المواد الإعلامية)

2.2. الصحف الإلكترونية :

يعرف خالد محمد غازي الصحف الإلكترونية على أنها : "نوع من الصحافة تتم قراءتها عبر جهاز الكمبيوتر، ويستخدم الانترنت كوسيلة لإصدارها بطريقة النشر الإلكتروني الدوري المنتظم في الإصدار والتحديث المستمر، حيث يكون للصحيفة موقع إلكتروني محدد على شبكة الانترنت، ويعتمد إصدارها على طرق الإلكترونية في التحرير والتصحيح وإخراج المواد الصحفية وتصميم الصور والرسوم، وتوظيف ميزات تفاعلية للمتصفح، تتيح له التفاعل والتواصل مع النصّ واستدعاءه عند احتياجه وحفظه وطباعته وتوظيف الوسائط المتعددة من صور وصوت وصورة وفيديو ومقابلات صحفية مصورة ومشاهد ومناسبات وتوافر خواصّ أرشيفية تحفظ الموضوعات والصور ويتمّ استرجاعها بطرق يسيرة. وقد تكون الصحيفة إصدارا إلكترونيا لصحيفة ورقية، وقد تكون إصدارا إلكترونيا لا علاقة له بالإصدار الورقي" (غازي، 2022).

يُقصد بمفهوم الصحف الإلكترونية في هذه الدراسة مجموعة الصحف التي يتمّ إصدارها ونشرها عن طريق شبكة الانترنت ويتمّ تحديث مضمونها من فترة إلى أخرى بشكل آني وتُستخدم فيها الوسائط المتعددة والروابط الفائقة، وتسمح لمستخدميها بالإطلاع على أرشيفها الرقمي كما تمكّنهم من المشاركة والتفاعل مع المحتوى المنشور وتتيح خدمات، تطبيقات ومضامين إعلامية مشخصة، تظهر على شاشات الحاسبات الإلكترونية والهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية وغيرها من مختلف الشاشات وقد تحتوي على نسخة ورقية أو قناة إذاعية أو قناة تلفزيونية والمتمثلة في موقع صحيفة "النهار أون لاين".

3. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة الحالية في النقاط التالية :

- يعتبر جمهور الصحف الإلكترونية جدّ متطلب ومن الصعب إقناعه فكان لا بدّ من البحث من أجل الكشف عن واقع توظيف خاصية الشخصنة في الصحف الرقمية والتعرّف على قدرتها على توفير بيئة خاصة لكلّ مستخدم على حدة يختارها بنفسه وفقا لميولاته ورغباته، وذلك بغرض جذبه وإبقائه ضمن موقع الصحيفة أطول مدة ممكنة، وهنا تكمن أهمية توظيف هذه الخاصية.
- الكشف على مدى استثمار الصحف الإلكترونية للذكاء الاصطناعي لتجسيد خاصية الشخصنة على أرض الواقع، وذلك من خلال التعرّف على تفضيلات المستخدمين وفهمهم ورصد تحركاتهم أثناء تصفّح موقع الصحيفة الإلكترونية.
- حاجة المكتبة العلمية الإعلامية إلى المزيد من الدراسات حول موضوع توظيف خاصية الشخصنة في الصحف الإلكترونية لقلّة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع.

4. أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية :

- معرفة مدى تمكين مستخدمي صحيفة "النهار أون لاين" من التحكم في واجهة الصحيفة.
- الكشف عن طرق إخطار مستخدمي صحيفة "النهار أون لاين" بآخر الأخبار وأهمّ الأحداث.
- التعرف على اللغات التي تتيحها صحيفة "النهار أون لاين" لمستخدميها.
- تحديد النماذج الاقتصادية المتبناة من طرف صحيفة "النهار أون لاين".

II. الإجراءات المنهجية للدراسة :

1. نوع الدراسة ومنهجها :

1.1. نوع الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد "على وصف الظاهرة موضع البحث وصفا تفصيليا دقيقا ويدرس كل جوانبها الكيفية، والنوعية، والكمية، ليعبر عن ملامحها، وخصائصها، وحجمها، وتأثيرها، ومدى ارتباطها بالظواهر الأخرى المحيطة بها" (الغندور، 2015). وتسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى توظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

2.1. منهج الدراسة :

يستخدم منهج المسح في البحوث الإعلامية كثيرا ويعرف برجس Berge هذا المنهج أنه : "دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي" (إبراهيم، 2000). وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الذي تراه المنهج الأنسب لطبيعة موضوع الدراسة بحيث يحقق أهدافها ، وذلك بغية إلقاء الضوء على واقع توظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

2. مجتمع الدراسة وعيّنها :

1.2. نوع الدراسة :

نقصد بمجتمع الدراسة : "الإطار الذي يحوي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث" (بن مرسل، 2010). حُدّد مجتمع الدراسة لدراسة الحالية في موقع الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "النهار أون لاين" والتي تمّ اختيارها بطريقة عمدية كونها تعدّ من أكثر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية إقبالا في الجزائر.

2.2. عيّنة الدراسة :

يلجأ الباحث للعيّنة عادة لصعوبة التعامل مع المجتمع الكلي خاصة في عندما تكون المجتمعات الكبيرة وتعرف العيّنة (Sample) على أنها : "مجموعة جزئية من مفردات المجتمع ويعرف عدد المفردات التي تتكوّن منها العيّنة بحجم العيّنة" (نجم، 2015). وقد تمّ اختيار عيّنة الدراسة بطريقة عمدية حيث وقع الاختيار على صحيفة "النهار أون لاين" بعد الملاحظة الدقيقة لها، وذلك بغرض الكشف عن واقع توظيف خاصية الشخصية فيها. ويفضل الباحث هذا النوع من العيّينات عادة لاختيار مفرداتها بطريقة عمدية وفقا لما يراه من سمات وخصائص تتوقّر في المفردات بما يخدم أهداف البحث (عبد الحميد، 2000).

1.2.2. عيّنة المصدر :

بخصوص عيّنة المصدر فقد تمّ تحديد كل الخدمات والتطبيقات التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "النهار أون لاين" على صفحتها الرئيسية لمستخدميها بغرض شخصية محتواها الإعلامي وذلك خلال فترة الدراسة. وتتمثّل هذه الخدمات والتطبيقات في ما يلي : (إمكانية التحكم في واجهة الصحيفة، إخطار المستخدم بأخبار وأهمّ الأحداث، تعدّد اللّغات، النماذج الاقتصادية المتبناة).

2.2.2. العيّنة الزمنية :

تمّ تحديد البعد الزمني للدراسة ابتداء من 01 جوان 2022 واستمرّت إلى غاية 30 جوان 2022 ويرجع سبب اختيار هذه الفترة، لوقوعها في نطاق الدراسة. وقد تمّ زيارة الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" على مدار الشهر بصفة يومية لغرض تحليل مضمون الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة للتعرف على مدى توظيف خاصية الشخصية في الصحيفة الإلكترونية. وبما أنّ الدراسة الحالية لا تهدف إلى رصد التغيير على المدى الطويل، وإنّما تهدف إلى إلقاء الضوء على واقع توظيف خاصية الشخصية

في الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" فإن مدة شهر تعد كافية لإجراء التحليل والوصول إلى الأهداف المرجوة.

* موقع النهار أون لاين : يمثل موقع "النهار أون لاين" النسخة الإلكترونية للجريدة الورقية "النهار الجديد" وهي جريدة يومية جزائرية مستقلة صدرت سنة 2007 (النهار أون لاين، 2022).

3. أدوات جمع البيانات :

اعتمدت هذه الدراسة على بعض الأدوات البحثية تمثلت في ما يلي :

1.3. الملاحظة :

تعرف الملاحظة بأنها : "المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة وتسجيل الملاحظات أول بأول، كذلك الاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات" (الجبوري، 2014). وقد تم الاعتماد على الملاحظة في هذه الدراسة كأداة مساعدة لجمع المعلومات للتعرف على واقع توظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية الجزائرية، كما استخدمت أيضا في تحليل ومناقشة وتفسير النتائج المتحصّل عليها.

2.3. تحليل المضمون :

تعود الجذور الأولى لنشأة تحليل المضمون الإعلامي إلى أعمال الباحث الأمريكي هارولد لاسويل سنة 1915 حيث ركزت أبحاثه على إيجاد الطريقة الأمثل التي تحل محلّ الحدس الفردي في مجال تحليل الاتصالات (البحوث الإعلامية) التي زاد عددها بظهور وسائل الاتصال الجماهيري (Leray, 2008). ويعرف سمير حسين تحليل المضمون على أنه : "أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة. وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية. طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك" (طعيمة، 2004).

استخدمت هذه الدراسة استمارة تحليل المضمون كأداة أساسية لجمع البيانات المتعلقة بواقع توظيف خاصية الشخصية في الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين". وقد تضمنت استمارة تحليل المضمون أربعة محاور كلّ محور يضم مجموعة من المؤشرات التي تمّ قياسها في هذه الدراسة، تمثلت هذه المحاور في ما يلي :

المحور الأول : إمكانية تحكّم المستخدم في واجهة الصحيفة الإلكترونية

المحور الثاني : إخطار المستخدم بأخبار وأهم الأحداث فور ورودها

المحور الثالث : اللغات المتاحة

المحور الرابع : النماذج الاقتصادية المتبناة

2.3. 1. وحدات التحليل:

يقصد بوحدة التحليل "مقطع محدّد من الرسالة أو مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس الخصائص وطبيعة الفئة، بمعنى آخر، الوحدة في أبسط معانيها هي الشيء الذي نقوم بحسابه فعلا، واختيار إحداها أو مجموعة منها لا يكون اعتباطيا بل تتحكّم فيه طبيعة الإشكالية والفرضيات التي ينطلق منها الباحث ومرتبطة أيضا بطبيعة المضمون المراد تحليله، مضمون مكتوب، سمعي/ بصري، رسوم... كما قد ترتبط بالفئة أو الفئات المختارة، لأنّ حساب الوحدات وتكرارها يعني في نهاية المطاف حساب الفئة وطبيعتها واتّجاهها" (تمار، 2007).

اعتمدت الدراسة الحالية الصفحة الرئيسية (Home Page) للصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" كوحدة للتحليل وذلك كون تحليل جميع صفحات الموقع يخرج عن طاقة الباحث من جهة، وكونها أي الصفحة الرئيسية تحتوى على جميع الخدمات والتطبيقات المشخصة من جهة أخرى. وتمثل هذه الخدمات والتطبيقات في : إمكانية التحكم في واجهة الصحيفة وإخطار المستخدم بآخر الأخبار وأهم الأحداث فور ورودها وتعدد اللغات المتاحة والنماذج الاقتصادية المتبناة.

2.2.3. فئات التحليل :

يقصد بفئات التحليل : "مجموعة من التصنيفات أو الفصائل يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل، لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور" (حسين، 2006). وتندرج تحت المحاور الأربعة السابقة الذكر فئات التحليل التالية :

- فئة إمكانية التحكم في واجهة الصحيفة : يقصد بهذه الفئة مدى توفير الصحيفة الإلكترونية بعض الخدمات التي تمكن المستخدم من التحكم في واجهة الصحيفة الإلكترونية وذلك حسب رغبته. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية : (إمكانية تغيير نوع الخط، إمكانية التحكم بحجم الخط، إمكانية تغيير ألوان الخلفية، إمكانية التحكم في الأيقونات).
- فئة إخطار المستخدم : يقصد بهذه الفئة طرق إخطار المستخدم بآخر الأخبار وأهم الأحداث فور ورودها دون الحاجة لزيارة موقع الصحيفة، وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية ما يلي : (النشرة البريدية News Letter، خدمة الرسائل القصيرة SMS، خدمة RSS، تطبيق الصحيفة على الهاتف الذكي).
- فئة اللغات المتاحة : يقصد بهذه الفئة إتاحة الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها لأكثر من لغة، وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية : (طبيعة اللغة : طرق اختيار اللغة).
- فئة النماذج الاقتصادية المتبناة : يقصد بهذه الفئة النموذج الاقتصادي الذي تتبناها الصحيفة الإلكترونية لتقديم محتواها، وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية : (محتوى مجاني ؛ محتوى نصف مجاني ؛ محتوى مدفوع).

III. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة :

يتناول هذا الجانب من الدراسة عرض وتحليل النتائج المتوصل إليها من خلال فئات التحليل التي تمثل الخدمات والتطبيقات التي تسمح بتوظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية الجزائرية، والتي تم عدّها وقياسها طلبة فترة الدراسة وفقا للمحاور التالية :

المحور الأول : فئة إمكانية التحكم في واجهة الصحيفة :

الجدول 1 : يوضح إمكانية التحكم في واجهة "النهار أون لاين"

إمكانية التحكم في واجهة الصحيفة	القيمة	%
إمكانية تغيير نوع الخط	—	—
إمكانية التحكم بحجم الخط	—	—
إمكانية تغيير ألوان الخلفية	1	100
إمكانية التحكم في الأيقونات	—	—
المجموع	1	25

يتّضح لنا من خلال الجدول رقم 1 أنّ الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" لم توفر لمستخدميها إمكانية تغيير نوع أو حجم الخط أو التحكم في الأيقونات. أمّا بخصوص تغيير ألوان الخلفية فقد أتاحت الصحيفة محلّ الدراسة لمستخدميها هذه الإمكانيّة في نطاق ضيق حيث أتاحت لونين فقط هما اللون الأبيض



واللون الأسود (فاتح/قاتم) وذلك عن طريق النقر على أيقونة متواجدة في رأس الصفحة الرئيسية صُممت لهذا الغرض. ويلاحظ من خلال ما سبق أنّ نسبة تمكين المستخدم من التحكم في واجهة صحيفة "النهار أون لاين" قد بلغ بشكل عام 25%، وهي نسبة دون الوسط ولا تعبر على تمكين المستخدم من بسط نفوذه على واجهة الصحيفة الإلكترونية للتحكم فيها من الناحية الشكلية بغرض تعزيز خاصية الشخصية. تظن مضمّم المواقع إلى مدى تأثير التصميم التفاعلي على سلوك المستخدم فمنحوا له إمكانية التحكم أو السيطرة على الواجهة التفاعلية والتي تعتبر همزة الوصل بين المستخدم والموقع وذلك لما تحويه من رموز بصرية ومعلومات تفاعلية تحقّق لهذا المستخدم رغباته كما تعزّز لديه الشعور بالسيطرة على بعض الوظائف وبالتالي الرغبة باكتشاف الموقع والتفاعل مع محتواها، لذا يُفترض أن تُصمّم الواجهة التفاعلية بطريقة تسمح للمستخدم من التحكم والمرونة ليتسنى له تصفّح الموقع بشكل سريع ومريح وبكفاءة عالية، لكن ينبغي أن يكون هذا التحكم في حدود معيّنة (صندوق، 2013/2014).

يعدّ تمكين المستخدم من التحكم في الواجهة من الناحية الشكلية من خلال إتاحة الصحيفة الإلكترونية لبعض الخيارات، من الخدمات التي تدعّم بشكل كبير خاصية الشخصية إذ تُوفّر لمستخدمها جواً من الألفة والخصوصية والأريحية أيضاً، فهي بمثابة الخطوة الأولى التي تجذب المستخدم بصرياً لتبقيته ضمن الموقع. ويسمح ما يعرف بشخصية الشكل، بتخصيص واجهة الصحيفة الإلكترونية من الناحية الشكلية وتكييفها مع الاهتمامات الفردية لكلّ مستخدم.

المحور الثاني : إخطار المستخدم بأخبار وأهمّ الأحداث فور ورودها :

تهدف هذه الفئة إلى الكشف عن مختلف الخدمات والتطبيقات التي تتوافر في الصحف الإلكترونية بغرض إخطار المستخدم بأخبار وأهمّ الأحداث فور ورودها والتي تمّ عدّها وقياسها طيلة فترة الدراسة من خلال فئات التحليل التالية : (النشرة البريدية News Letter، خدمة الرسائل القصيرة SMS، خدمة RSS، منبه سطح المكتب، تطبيقات الصحيفة على الهاتف الذكي). وقد كشفت عملية التحليل على النتائج الموضّحة في الجدول الموالي.

الجدول 2 : يوضّح إخطار المستخدم بأخبار وأهمّ الأحداث في "النهار أون لاين"

إخطار المستخدم بأخبار وأهمّ الأحداث	القيمة	%
النشرة البريدية News Letter	—	—
خدمة الرسائل القصيرة SMS	—	—
خدمة RSS	1	100
منبه سطح المكتب Alert Desktop	—	—
تطبيقات الصحيفة على الهاتف الذكي	1	100
المجموع	2	40

يكشف لنا الجدول رقم 1 أنّ نسبة إخطار المستخدم بأخبار وأهمّ الأحداث في صحيفة "النهار أون لاين" قد بلغت 40%، وتعدّ هذه النسبة قريبة من الوسط وهي معبّرة أيضاً عن الجهد المبذول من طرف الصحيفة محلّ الدراسة في عملية إخطار مستخدميها بكلّ ما هو هامّ، عاجل، وحصري فور وروده، لكنّها تبقى غير كافية بالنظر إلى الإمكانيات التي تتيحها البيئة الرقمية في عملية الإخطار والتي كلما تنوّعت واختلفت مسّت أكبر قدر من الجمهور وبالتالي استقطاب المزيد من المستخدمين.

• النشرة البريدية News Letter :

يمكن اعتبار توظيف خاصية الشخصية في مواقع الصحف الإلكترونية تمر بطريقتين مختلفتين، أمّا الأولى فهي الشخصية النشطة ويُقصد بها عندما يختار المستخدم بنفسه نوع المعلومات التي يُفضّل

الإطلاع عليها. على سبيل المثال في حالة تقديم عرض للاشتراك في النشرات البريدية أو استقبال إخطارات للمواضيع التي يرغب بها المستخدم. فيما يخص الطريقة الثانية فهي الشخصية السلبية ويُقصد بها استخدام الخوارزميات التي تحدّد المحتوى الذي يثير اهتمام المستخدم سواء على مستوى عمق المضمون أو شكله (Nivon, 2019). وعموما تبقى المزاوجة بين الطريقتين المذكورتين هو الاختيار الأنسب للمواقع الصحف الإلكترونية لشخصية محتواها باحترافية.

يلاحظ أنّ الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" لم توفّر خدمة النشرة البريدية لمستخدميها وتعتمد هذه الخدمة على إتاحة آخر الأخبار وأهمّ الأحداث فور ورودها عن طريق البريد الإلكتروني الخاصّ بكلّ مستخدم سواء بصفة مجانية أو بمقابل. ويُسهّم توفير خدمة النشرة البريدية في زيادة الألفة بين الصحيفة الإلكترونية والمستخدم ويقربه منها وكأنّها أعدت خصيصا لأجله، لذا يُفترض على الصحف الإلكترونية أن تتخلّى عن مفهوم الحشد وأن تسعى إلى تحقيق الاهتمامات الفردية للمستخدمين، وهذا ما تحقّقه خاصية اللامجاهيرية أو التفتيت والتي تعتمد عليه الصحف الإلكترونية لشخصية محتواها الإعلامي. يمكن اعتبار خدمة النشرة البريدية سلاحا ذا حدين، إذ أنّها تسمح للمستخدم بالتعرّض لآخر الأخبار وأهمّ الأحداث فور ورودها من جهة، كما قد تكون مصدر إزعاج وغير مرغوب بها من جهة أخرى. ولإزاحة هذا الإشكال يمكن الإشارة إلى أنّ الآثار التي يتركها الزائر الجديد إثر ولوجه لموقع ما عبر الانترنت تعدّ من البيانات القيّمة والتي يمكن للذكاء الاصطناعي أن يفكّ شفرتها ليمنّك الناشرين من استخدامها لنشر محتوى قريب إلى توقعات المستخدمين. وتعدّ إمكانية التعرّف على تفضيلات القراء وفهمهم من خلال الذكاء الاصطناعي أحسن هدية قدّمتها التكنولوجيا الرقمية للصحافة.

وتجدر الإشارة إلى أنّ تقنية تخصيص الذكاء الاصطناعي تعتمد على خوارزميات التعلم الآلي، التي تحلّل جميع بيانات الزائر للموقع، وتضع تنبؤات حول سلوك كلّ زائر، سواء تمّ التعرّف عليه أو كان مجهول الهوية أو عميلا أو عابرا (El Ouazzani, 2019). فبالنظر للعدد الهائل من الآثار الرقمية التي تشمل مجتمعات البحث بأسرها والتي يزيد عدد مفرداتها عن عشرات الآلاف (الكلمات المفتاحية، الروابط الرقمية، التعليقات، الرسائل الإلكترونية، التفاعلات عبر أيقونة الإعجاب والرموز التعبيرية أو الإيموجات، والتغريدات، وشرائط الفيديو، والصور، والبودكاست...) أصبح من الصعب تحليلها دون الاستعانة بالذكاء الاصطناعي (العياضي، 2022).

تُستخدم الآثار الرقمية أو المعلومات حول مشاركة المستخدم عند زيارته لموقع صحيفة ما، وتتمثّل هذه المعلومات عادة في عدد مرات زيارة الموقع وطبيعة المحتوى الذي تمّ التعرّف إليه وغيرها من البيانات، في معرفة المحتوى الذي يلائم كل مستخدم على حدة وبالتالي تفادي إرسال محتوى غير مرغوب فيه، كما يساعد أيضا في انتقاء الإعلانات التي تتوافق والمحتوى المختار.

تعدّ الإخطارات من الأساليب المهمة لجذب المستخدمين، بل أكثر من ذلك إذ أصبحت خلال السنوات الثلاثة الأخيرة من أفضل الطرق لجلب القراء خاصّة الجيل الجديد منهم، لذا يجب التعامل مع إعداد وإدارة هذه الإخطارات بعناية، فبخصوص النشرة البريدية يُفترض أن يكون هناك توازن بين عدد الإخطارات المرسلّة وأهمّيتها. وتكمن الصعوبة في هذه الحالة بإرسال النشرة البريدية المرغوب فيها أم العكس... وتكمن الصعوبة أيضا في إيجاد التوازن المثالي بين القيود التحريرية (الاهتمام بالمحتوى) والتسويق. على سبيل المثال نجد أنّ فريق تحرير نيويورك تايمز يجنّد 11 شخصا للعمل على إرسال الإخطارات، بهدف إرسال المعلومات الصحيحة، في التوقيت المناسب، وإلى القارئ المناسب (Nivon, 2019).

• خدمة الرسائل القصيرة SMS :

تعتبر خدمة الرسائل القصيرة SMS عن طريق الهاتف الذكي من الخدمات التي تدعم توظيف خاصية الشخصنة في الصحف الإلكترونية، وتعتمد على إرسال رسالة قصيرة إلى رقم هاتف المستخدم المشترك في هذه الخدمة، وتحتوي الرسالة المرسلة على آخر الأخبار وأبرز الأحداث التي يرغب فيها المشترك دون غيرها بمعنى آخر الأخبار ذات الصلة باهتماماته وبأقصى سرعة، في محاولة من الصحيفة الإلكترونية أن تتكيف وحاجيات كل مستخدم على حدة.

تكشف لنا نتائج الدراسة التحليلية أنّ الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" لم توفر خدمة الرسائل القصيرة SMS لمستخدميها من خلال الهاتف الذكي لتمكينهم من الاطلاع على آخر الأخبار وأهمّ الأحداث فور ورودها بكل سهولة، وتُسهم هذه الخدمة بشكل كبير في جذب المستخدم كما تُكسبه نوعا من الثقة والألفة وتوفّر له أيضا أنسب الظروف للتعرّض لموادها الإعلامية في أيّ وقت وفي أيّ مكان كما تحثّه على التفاعل مع المواد الإعلامية المنشورة وإبقائه ضمن موقع الصحيفة الإلكترونية أطول مدة ممكنة.

• خدمة RSS :

يلاحظ أنّ الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" قد وفّرت لمستخدميها خدمة RSS وتقدّم هذه الخدمة لمستخدميها موجزا لأحدث المواضيع في مجالات اهتماماتهم وميولهم ليتمّ الإطلاع عليها فور ورودها دون الحاجة إلى زيارة موقع الصحيفة، ويكون هذا الموجز مصحوبا بوصلة تسمح بالولوج إلى الصفحة الأصلية للموقع. تختصر هذه الخدمة الكثير من الوقت والجهد لأنها تتيح للمستخدم كلّ ما يرغب به من أخبار ومعلومات بأسرع الطرق وأيسرها.

تعدّ خدمة RSS من الطّرق السهلة التي تسمح للمستخدم من الحصول على آخر الأخبار فور ورودها على المواقع المفضلة لديه على شبكة الانترنت، دون الحاجة إلى فتح صفحات المواقع والبحث عن أحدث المواضيع، حيث أنّ خدمة RSS تخطر للمستخدمين بما يستجدّ من أخبار ومواضيع على تلك المواقع فور نشرها. ويمكن الاستفادة من هذه الخدمة بمجرد الحصول على برنامج لقراءة الأخبار RSS Reader ويعرض هذا البرنامج على شاشة جهاز الكمبيوتر المعلومات التي توفّرها خدمة RSS من المواقع المختارة (بي بي سي عربي، 2022).

• منبه سطح المكتب Alert Desktop :

يلاحظ غياب خدمة منبه سطح المكتب Alert Desktop في الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" وتعدّ هذه الخدمة جدّ مهمة لتحقيق خاصية الشخصنة إذ تمكّن المستخدم من الحصول على آخر الأخبار وأهمّ الأحداث فور وقوعها، كما تتيح له أيضا إمكانية انتقاء المضامين الإعلامية التي يرغب بها وكذا اختيار أوقات التعرّض لهذه المضامين التي تناسبه وبكلّ حرية.

بالرغم من أنّ الصحافة الرقمية تتوجّه لجمهور غير محدّد جغرافيا في الظاهر إلّا المطلوب حاليا هو تقديم مضامين إعلامية تتلاءم مع الموقع الجغرافي للمستخدم المتلقّي وتستجيب لحاجاته ورغباته وهو ما يمكن أن يندرج ضمن خاصية شخصنة الصحيفة أو الجريدة حسب الطلب، ويمكن استخدام مختلف التطبيقات التكنولوجية للتعرف على مكان تواجد المستخدم بتحديد قائمة المجالات التي يرغب في الحصول على مواضيعها من حيث أهمية المحتوى والسياق المكاني لديه" (شبرة، 2021). وتُظهر إتاحة الصحيفة الإلكترونية لإمكانية انتقاء المضامين المرغوب فيها من طرف المستخدم مدى تبني هذه الصحيفة لسياسة الشخصنة، وكما هو معلوم فإنّ الصحافة الرقمية تجاوزت حدود الزمان والمكان.

• إخطار المستخدم عن طريق تطبيقات الهاتف الذكي :

يلاحظ أنّ الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" قد وفّرت لمستخدميها العديد من تطبيقات التي يمكن تحميلها بسهولة على الهاتف الذكي (أنظر الشكل 1).

الشكل 1 : تطبيقات صحيفة "النهار أون لاين" على الهاتف الذكي



يعدّ توظيف الهواتف الذكية في عملية إخطار المستخدمين بأخبار وأهمّ الأحداث فور ورودها لفترة ذكية تُسهم كثيرا في استقطاب مستخدمي الصحف الإلكترونية. إذ يمكن لهذا المستخدم أن يتّلع على أحدث المواضيع في مجالات اهتماماته وميولاته دون الحاجة إلى زيارة موقع الصحيفة الإلكترونية، متجاوزا بذلك الحدود المكانية والزمنية، هذا بفضل مختلف التطبيقات التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها على هواتفهم الذكية.

أصبح الولوج إلى الشبكة العنكبوتية عبر الهواتف الذكية والإبحار عبر صفحاتها أمرا متاحا في أغلب الأحيان، وهذا ما شجّع مواقع الصحف الإلكترونية في استغلال هذه التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية للترويج لمواقعها من خلال تخصيص تطبيقات خاصة بها يمكن تحميلها على الهواتف الذكية بكل سهولة ويسر لتخطّر مستخدميها بأخبار وأهمّ الأحداث فور ورودها دون الحاجة إلى الولوج إلى موقع الصحيفة الإلكترونية ممّا يوفر الكثير من الجهد والوقت ويقترب أكثر من المستخدم. وتعدّ هذه التطبيقات عبر الهواتف الذكية من أنجح الطرق لإخطار المستخدمين بما هو جديد وهامّ وعاجل خاصة في ظلّ التزايد المستمرّ في استعمال الهواتف الذكية وتطبيقاتها المختلفة من خلال ربطه بشبكة الانترنت.

المحور الثالث : فئة اللّغات المتاحة للمستخدم :

الجدول 3 : يوضح اللّغات المتاحة في "النهار أون لاين"

اللّغات المتاحة	القيمة	%
اللغة العربية	1	100
اللغة الانجليزية	—	—
اللغة الفرنسية	1	100
لغات أخرى	—	—
المجموع	2	50

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أنّ نسبة اللّغات المتاحة في صحيفة "النهار أون لاين" قد بلغ بشكل عام 50%، وهي نسبة متوسطة. ويلاحظ أنّ الصحيفة محلّ الدراسة قد وفّرت لمستخدميها إضافة إلى اللّغة الأصلية للصحيفة وهي اللّغة عربية لغة أخرى وهي اللّغة الفرنسية وذلك من خلال الضّغط على أيقونة تتواجد في رأس الصفحة الرئيسية  صُممت بغرض تغيير اللّغة. لوحظ أيضا الغياب التام للّغة

الانجليزية التي تعدّ من أهمّ اللّغات في العالم كما سجّل غياب لغات أخرى، هذا الغياب الذي من شأنه أن يعيق العملية الاتصالية التي تتطلّب توافر لغة مفهومة، فإتاحة أكثر من لغة للمستخدمين يزيح مشكلة اختلاف اللّغات ويسمح بإيصال الرسالة الإعلامية إلى جميع أنحاء العالم، كما يتيح لمستخدمي الصحف الإلكترونية تحقيق مساحة من الخصوصية باستخدامهم اللّغة التي تناسبهم والقريبة منهم.

يفترض على الصحف الإلكترونية أن تتخلّى عن مفهوم الحشد، وذلك بإتاحة محتوى يتكيّف والاهتمامات الفردية لكلّ مستخدم وقد تتّسم هذه الأخيرة بالاختلاف وذلك بغرض استقطاب أكبر عدد ممكن من الزوّار. ويُسهّم توفير أكثر من لغة بالإضافة إلى اللّغة الأصلية للصحيفة في تعزيز الألفة بين المستخدم والصحيفة الإلكترونية ويرفع من مستوى الشخصية لديها.

المحور الرابع : النماذج الاقتصادية المتبنّاة :

الجدول 4 : يوضح النماذج الاقتصادية المتبنّاة في "النهار أون لاين"

النماذج الاقتصادية المتبنّاة	القيمة	%
محتوى مجاني بالكامل	1	100
محتوى نصف مجاني	—	—
محتوى مدفوع	—	—
المجموع	1	33.33

يكشف الجدول رقم 4 أنّ نسبة مجانية تقديم المواد في صحيفة "النهار أون لاين" قد بلغت 33.33%. ويلاحظ أنّ الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" تتيح لمستخدميها محتواها الإعلامي بشكل مجاني بالكامل، وقد كشفت إدارة مجمع النهار عن خطتها لتطوير محتوى صحيفة النهار الجديد وتحويلها إلى صحيفة إلكترونية تصدر عبر شبكة الانترنت وشبكة الفيسبوك، أمّا فيما يخصّ النسخة المصورة فسوف يتمّ تطويرها بصفة تدريجية من الناحية التحريرية والتقنية مع المحافظة على عنوان النهار الجديد وحتى ولو تغيّرت الأساليب والواجهات. وتمرّ خطة تطوير محتوى وشكل صحيفة النهار الجديد في نسخها المصورة على عدّة مراحل لتصل في النهاية إلى تقديم خدمة صحافية مدفوعة مسبقا على غرار كبريات العناوين الصحافية في مجال الصحافة المكتوبة بالعالم، تمسّ الخدمة المدفوعة فقط حزمة من الأخبار الحصرية والتحقيقات والحوارات والروبورتاجات (النهار أون لاين، 2020).

إلا أنّ مسألة إقناع المستخدم بالاشتراك في صحيفة إلكترونية والاطلاع على محتوى مدفوع ليس بالأمر الهين خاصّة في ظلّ التنافس الحادّ وتوافر المعلومة في العديد من وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي التي توفّر هذه المعلومة فور وقوعها وبدون مقابل مادي.

في هذا السياق أثبتت العديد من الدراسات أنّ أحد أهمّ الدوافع للاشتراك في موقع إخباري عبر شبكة الانترنت هو جودة تغطية موضوع بعينه. وبتوظيف الذكاء الاصطناعي يمكن معرفة درجة اهتمام الزائر، فعندما يصل القارئ إلى 20% من الزوار الأكثر اهتماما بالمقالات الاقتصادية مثلا، في هذه الحالة ممكن أن يُعرض عليه بصفة مجانية مقالا متميّزا وحديثا يعالج هذا النوع من المواضيع، بعدها يتمّ إطلاق عرض اشتراك يسلط الضوء على المحتوى الذي يتناول المواضيع الاقتصادية، وهذه الطريقة تسمح بشكل كبير بزيادة فرصة كسب مشترك جديد (El Ouazzani, 2019).

يشار إلى أنّ معظم مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تتبنّى النموذج المجاني الذي يوفّر المضامين الإعلامية مجاناً مع العلم أنّ أهمّ مداخل الصحف الإلكترونية هو الإشهار، في هذا السياق يرى الباحث رابح عمار أنّ شبكة الانترنت فرضت منطقاً "اقتصادياً جديداً يقوم على مبدأي المجانية والوفرة

المعلوماتية في سياقات تنافسية تعجّ بوسائل الإعلام التقليدية وأذرعها الإلكترونية بالإضافة إلى منصات النشر الرقمي التي أفرزتها بيئة الواب 2.0 ما يمثل تحديا رئيسيا أمام الصحافة الإلكترونية لتصميم نماذجها الاقتصادية وتبني الاستراتيجيات التسويقية الكفيلة بجذب وضمان وفاء زوار الموقع " (عمار، 2016/2017).

كخلاصة لما سبق ذكره يمكن القول أنّ توظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية يُسهم في استقطاب المزيد من المستخدمين، كما يبيّن قدرة الصحافة الإلكترونية على التكيف مع الاحتياجات الفردية لكل مستخدم وبالتالي ترفع من مستوى الشخصية في تلك الصحيفة.

الجدول 5 : يوضّح إجمالي توظيف خاصية الشخصية في "النهار أون لاين"

شخصية المحتوى	القيمة	%
إمكانية التحكم في واجهة الصحيفة	1	25
إخطار المستخدم بأخر الأخبار وأهم الأحداث	2	40
اللغات المتاحة	2	50
النماذج الاقتصادية المتبناة	1	33.33
المجموع	7	37.08

ويكشف الجدول رقم 5 أنّ نسبة توظيف خاصية الشخصية في صحيفة "النهار أون لاين" قد بلغت بشكل عام 37.08% وهي نسبة متواضعة بالنظر إلى الإمكانيات التي تتيحها البيئة الرقمية الجديدة لتوفير محتوى مشخص يناسب كل فرد على حدة.

بالرغم من كلّ ما ورد في مزايا توظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية وقدرتها على استقطاب الجمهور إلّا أنّه المبالغة في توظيفها يقودنا حتما إلى ما يعرف بالفردانية، والتطرف، والعزلة، كما يُسهم في حبس المستخدم داخل قوقعة صنعها بنفسه وفقا لميولاته ورغباته ومعتقداته، وهنا تكمن المشكلة فتداعيات الإفراط في تقديم المحتوى المشخص لمستخدمي الصحف الإلكترونية له عواقب وخيمة، لذا وجب ترك فسحة لهذا المستخدم من خلال تقديم محتوى غير مشخص من حين إلى آخر إلى جانب المحتوى المشخص للوصول به إلى حالة من التوازن حتى لا ينغلق على نفسه ويُفتح له باب للتطرف والعزلة والفردانية، إذ يُفترض أن توفّر الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها بيئة اتصالية تفاعلية ترفع من مستوى الشخصية في هذه الصحيفة وتعزّز خاصية التفاعلية فيها وتُسهم في تجميع الأفراد لإنشاء جماعات النقاش في آن واحد.

تكمن أهمية توفير الصحف الإلكترونية لمستخدميها بيئة اتصالية تفاعلية في تحفيزهم على التفاعل مع القائمين بالاتصال ومع بعضهم البعض ومع المواد الإعلامية المنشورة، كما تسمح لهم بتعديل أو حتى تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية، وتتيح لهم أيضا اختيار المضامين التي يفضلها والتوقيت الذي يناسبهم للتعرض لهذه المضامين، كما توفر لهم العديد من البدائل تجعلهم يعتقدون أنّ هذه الصحيفة صُممت خصيصا لأجلهم.

١٧. الخاتمة:

يكتسي توظيف خاصية الشخصية في الصحف الإلكترونية أهمية كبيرة إذ يساعد على استقطاب الجمهور وبالتالي الزيادة في عدد المستخدمين، خاصة إذا حُسّن استغلال هذه الخاصية لتلبي رغبات واحتياجات كلّ فرد دونما عزله عن المجتمع، وذلك بتوفير الخدمات المشخصة التي تتيح لهذا المستخدم بيئة اتصالية تفاعلية، ويدلّ هذا التوظيف المثمر لخاصية الشخصية المشخصة على قدرة الصحيفة الإلكترونية على التكيف مع الاهتمامات الفردية لكل مستخدم.

وقد توصّلت نتائج الدراسة التحليلية إلى أنّ نسبة توظيف خاصية الشخصية المشخصة في الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "النهار أون لاين" قد بلغت بشكل عام 37.08% وهي نسبة متواضعة بالنظر إلى إمكانيات البيئة الرقمية الجديدة التي تتيح تقديم محتوى مشخص يتناسب والاحتياجات الفردية لكلّ مستخدم. وقد كانت النتائج التفصيلية الخاصة بكل فئة من فئات التحليل كالتالي :

- **التحكّم في واجهة الصحيفة :** بلغت نسبة تمكين المستخدم من التحكّم في واجهة الصحيفة محلّ الدراسة من الناحية الشكلية 25%، وهذا مؤشر يُظهر التوظيف المتواضع لخاصية الشخصية المشخصة في الصحيفة محلّ الدراسة وذلك لعدم قدرتها من تمكين المستخدم من التحكّم في الواجهة التفاعلية للصحيفة الإلكترونية.

- **إخطار المستخدم بأخبار وأهم الأحداث :** بلغت نسبة إخطار المستخدم بأخبار وأهم الأحداث في الصحيفة محلّ الدراسة 40%، وهي نسبة قريبة من الوسط إلّا أنّها غير كافية مقارنة بالإمكانيات التي تتيحها البيئة الرقمية في عملية إخطار المستخدمين.

- **اللّغات المتاحة :** بيّنت نتائج الدراسة أنّ نسبة اللّغات المتاحة في الصحيفة محلّ الدراسة قد بلغت 50% ويلاحظ الغياب التامّ للغة الانجليزية التي تعدّ لغة عالمية كما سجّل غياب لغات أخرى، هذا ما يعيق العملية الاتصالية ويحدّ من خصوصية المستخدم.

- **النماذج الاقتصادية المتبناة :** أوضحت نتائج الدراسة أنّ النماذج الاقتصادية المتبناة في الصحيفة محلّ الدراسة قد بلغت 33.33%. ويلاحظ أنّ الصحيفة تتيح لمستخدميها محتواها الإعلامي بشكل مجاني بالكامل.

من خلال ما سبق يمكن تقديم بعض التوصيات تمثلت في ما يلي :

- الاهتمام بالأبحاث والدراسات الأكاديمية التي تتناول موضوع خصائص الصحف الإلكترونية بصفة عامة وخاصية الشخصية بصفة خاصة من خلال إجراء بحوث كمية ونوعية.
- ضرورة الاهتمام بإجراء دراسات جمهور لمعرفة رأي مستخدمي الصحف الإلكترونية على واقع توظيف خاصية الشخصية بغرض تطوير توظيف هذه الخاصية في الصحف الرقمية .
- دعوة مخرجي ومصممي الصحف الإلكترونية إلى إخراج وتصميم واجهات تدعم خاصية الشخصية وذلك عن طريق توفير خدمات وتطبيقات مشخصة تلبي رغبات واحتياجات كل مستخدم على حدة كما تعزّز هذه التصميمات الاتصال التفاعلي من خلال توفير وسائط اتصالية تفاعلية.

الإحالات والمراجع :

- El Ouazzani, A. (2019, 09 11). Personnalisation IA : quel potentiel de développement pour la presse en ligne. Consulté le 06 09, 2022, sur kameleoon: <https://www.kameleoon.com/fr/blog/personnalisation-ia-presse-en-ligne>
- Leray, C. (2008). L'analyse de contenu (éd. 1). Québec: Presse De L'Université Du Québec , p13.
- Nivon, C. (2019). L'information au bout des doigts : nouveau défi de la presse en ligne (Master Marketing digital et E-commerce). 46-53. Gestion et management, Grenoble: L'Université De Grenoble Alpes, p53.
- Nivon, Op. cit, p46.
- أحمد بن مرسل. (2010). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال (ط 4). الجزائر، ص166.
- النهار أون لاين. (2020, 11 23). النهار الجديد تكشف عن خططها لتطوير محتواها والتحول إلى جريدة إلكترونية. تاريخ الاسترداد 4 9, 2022، من الموقع الرسمي للنهار أون لاين: <https://www.ennaharonline.com/%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%87%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D8%AA%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D8%AE%D8%B7%D8%AA%D9%87%D8%A7-%D9%84%D8%AA%D8%B7%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D9%85%D8%AD>
- النهار أون لاين. (2022). من نحن. تاريخ الاسترداد 25 6, 2022، من الموقع الرسمي للنهار أون لاين: <https://www.ennaharonline.com>
- بي بي سي عربي. (2022). خدمة RSS. تاريخ الاسترداد 5 7, 2022، من الموقع الرسمي لبي بي سي عربي: https://www.bbc.com/arabic/institutional/2011/01/000000_rss
- حسين محمد جواد الجبوري. (2014). منهجية البحث العلمي.. مدخل لبناء المهارات البحثية (ط 2). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 162.
- خالد محمد غازي. (2022). الصحافة الإلكترونية والتقنية الرقمية.. مفاهيم تأسيسية عربية (ط 1). الجيزة: وكالة الصحافة العربية، ص97.
- رابع عمار. (2017/2016). الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني.. دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية (أطروحة دكتوراه)، قسم علوم الإعلام والاتصال، وهران: جامعة أحمد بن بلة، ص414.
- رشدي أحمد طعيمة. (2004). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية (ط 1). القاهرة: دار الفكر العربي، ص73، 74.
- سمير محمد حسين. (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي.. بحوث الإعلام (ط 1). القاهرة: عالم الكتب، ص265.
- صالح فلاق شبرة. (2021). الجديد في صحافة الويب 2.0 استخدامات الأدوات الرقمية والمنصات التفاعلية (ط 1). عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع، ص130، 131.
- طه عبد العاطي نجم. (2015). مناهج البحث الإعلامي (ط 1). الإسكندرية: دار كلمة للنشر والتوزيع، ص124.
- علي عبد الفتاح كنعان. (2014). الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية (ط 1). عمان: دار اليازوري، ص29.
- محمد جلال الغندور. (2015). البحث العلمي بين النظرية والتطبيق (ط 1). القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ص179.
- محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ط 1). القاهرة: عالم الكتب، ص141.
- مروان عبد المجيد إبراهيم. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (ط 1). عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ص129.

- نصر الدين العياضي. (25 5, 2022). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي خلاف واختلاف. تاريخ الاسترداد 25 7, 2022، من مركز الجزيرة للدراسات : <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5378>

- نورهان صندوق. (2014/2013). التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني (رسالة ماجستير)، كلية الفنون الجميلة قسم الاتصالات البصرية، دمشق: جامعة دمشق، ص135.

- يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين (ص 1). الجزائر: طاسيج - كوم، ص83، 84.