

## العوامل المؤثرة على تفضيلات المستخدمين للإشعارات تطبيقات المحمول الإخبارية وعلاقتها بشخصنة الأخبار العاجلة

د. شيرين محمد أحمد أحمد عمر

أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام-كلية الآداب — جامعة عين شمس

### تمهيد:

تتنامى تطبيقات الهواتف المحمولة تكنولوجياً بشكل سريع، وصارت جزءاً من نسيج الحياة اليومية للفرد بالمجتمع العربي عامة والمصري خاصة، وأصبح الفرد يستخدم تطبيقات هاتفه الذكي في قضاء احتياجاته اليومية، ولم تكن الصحافة بعيدة عن تلك التكنولوجيا؛ ولذا حرصت أن يكون لها تطبيق ضمن تلك التطبيقات التي يعتمد عليها الفرد بشكل يومي. وحتى تحافظ التطبيقات الإخبارية على مستخدميها نتيجة وجود الآلاف من التطبيقات الأخرى التي تظهر بشكل سريع، وفي وسط الزخم من الأخبار السريعة تحاول تلك التطبيقات تطوير نفسها وإشباع احتياجات مستخدميها، ومن هنا جاءت فكرة شخصنة الأخبار بالتطبيقات حتى يكون للفرد الحرية في استقبال إشعاراتها من عدمه، ويحدد نوعية الموضوعات التي ترسل له، ويحدد الوقت ليقرأ عناوين الإشعارات أو يقرأ تفاصيل الأخبار. وفي هذه الدراسة تحاول الباحثة إلقاء الضوء على أسباب شخصنة الأخبار والعوامل المؤثرة فيها وتفضيلات الباحثين لشخصنة الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية.

### المشكلة البحثية:

أصبح الهاتف المحمول الذكي وسيلة لا غنى عنها في الحياة اليومية للفرد، وتتنافس الشركات في ابتكار تطبيقات محمول جديدة لجذب المستخدم، وما تصاحب هذه التطبيقات من إشعارات لتذكّر المستخدم باستخدام هذه التطبيقات، وخاصة الإخبارية منها والتي تتنافس مؤسساتها الإعلامية المنتجة للأخبار في تحقيق سبق الصحفي من خلال سرعة إرسال إشعاراتها، وفي بعض الأحيان يزعج المستخدم من كثرة الإشعارات؛ فلجأت المؤسسات الإعلامية إلى إتاحة الفرصة للمستخدم في اختيار نوعية إشعارات الأخبار التي يتم إرسالها إلى هاتفه المحمول، وأصبح كل مستخدم يشخص الأخبار التي تدخل ضمن اهتماماته وتفضيلاته.

ومما سبق تتبلور مشكلة الدراسة في العوامل المؤثرة في تفضيلات إشعارات تطبيقات المحمول الإخبارية وعلاقتها بشخصية الأخبار العاجلة.

### أهمية الدراسة: تنقسم أهمية الدراسة إلى أهمية علمية وتطبيقية:

#### الأهمية العلمية:

1. ركزت الدراسات العربية والأجنبية على استخدامات الجمهور للهواتف المحمولة، ولكنها لم تركز على تفضيلات المستخدمين لإشعارات تطبيقات المحمول الإخبارية، وعلاقتها بشخصية الأخبار العاجلة، ومن هنا تبرز أهمية الدراسة الحالية.
2. تهتم هذه الدراسة بمعرفة اتجاهات الجمهور نحو إشعارات تطبيقات المحمول الخاصة بالأخبار العاجلة في إطار النظرية المعرفية ونظرية المجتمع الشبكي ونظرية الاعتماد، وهو ما يعتبر إضافة إلى الدراسات السابقة.

#### الأهمية التطبيقية:

1. هذه الدراسة تركز على مدى فاعلية إعطاء المستخدم فرصة لاختيار موضوعات الأخبار العاجلة بتطبيقات المحمول الإخبارية وشخصيتها، وهو ما يفيد الصحف الإلكترونية ووكالات الأخبار بأهم المزايا التي يحققها المستخدم من وراء هذه الشخصية؛ ومن ثم التركيز عليها بما يتلاءم مع احتياجات واهتمامات القارئ.
2. تقدم الدراسة الحالية مجموعة من المقترحات التي تحسن من فاعلية تطبيقات المحمول الإخبارية وتطبيقات الصحف المصرية.
3. تبرز الأهمية التطبيقية للدراسة الحالية في محاولة التأكيد على أهمية مواكبة التكنولوجيا وتوظيف تطبيقات الهواتف المحمولة التوظيف الأمثل.

### أهداف الدراسة:

1. رصد تفضيلات المستخدمين لإشعارات التطبيقات الإخبارية وشخصية الأخبار العاجلة.
2. رصد العلاقة بين السمات الديموغرافية للمبشرين وكثافة استخدام تطبيقات الصحف والتطبيقات

الإخبارية.

3. معرفة أهم التطبيقات الإخبارية التي يستخدم قراؤها تنبيهات الإشعارات للأخبار العاجلة.
4. الخروج بمجموعة من المقترحات التي تساعد التطبيقات الإخبارية في معرفة تفضيلات المستخدمين وتفعيل الإشعارات الخاصة بالأخبار العاجلة لدى القراء؛ ومن ثم التركيز عليها للحفاظ على المستهلكين وكسب مستخدمين جدد.

### مراجعة التراث العلمي:

#### 1. الدراسات التي تناولت إشعارات الهواتف المحمولة:

ترمي دراسة Priyanka & Patil (2021) إلى فهم اعتبارات الخصوصية المتعلقة بمحتويات الإشعارات وإرسالها، وتم التطبيق على (206) مفردات لمعرفة تفضيلات المبحوثين وممارساتهم فيما يتعلق بإشعارات الهواتف المحمولة الذكية والكشف عن انتهاكات المعلومات، وتتراوح أعمار المبحوثين من 18 إلى 70 عاماً من سكان الولايات المتحدة الأمريكية لأكثر من عشرة أعوام. **ومن أهم نتائج هذه الدراسة:** أن 61% من المبحوثين كانت لديهم تجربة سلبية واحدة على الأقل خاصة بالإشعارات وانتهاكات الخصوصية، بسبب الإشعارات والتطفل غير المناسب. وتتأثر مخاوف خرق الخصوصية المتعلق بإشعارات الهواتف المحمولة بمحتوى المعلومات ونوع التطبيق المستخدم، وطبيعة الإشعارات، وأغلب المبحوثين حذفوا بعض التطبيقات التي ترسل إشعاراتها بشكل متكرر أو بصوت عالٍ، التي تسببت في سوء فهم مع الأشخاص الآخرين. وهناك حاجة للتحكم في استلام الإشعارات من أجل تجنب انتهاكات الخصوصية.

وأكدت دراسة Wohlebe (2020) على أن الإشعارات يمكن أن تعني قيمة مضافة لمستخدمي الهواتف الذكية من حيث المحتوى، ولكن في نفس الوقت يمكن الاستغناء عنها عندما تكون مزعجة للجمهور، واعتمدت هذه الدراسة على منهج التحليل PRIMA لرصد 18.725 ورقة علمية بحثية، وتم تصنيف الدراسات وتنقيحها إلى أن أصبحت 17 دراسة من الدراسات الكمية، والتي تناولت الإشعارات ومدى ملاءمتها لتشجيع الجمهور على استخدام التطبيق، والوصول إلى كل ما هو جديد، ومدى تأثير تكرارها في قبول المستخدمين، وقد تم فحص فقط الدراسات الحديثة بسبب الديناميكيات المتصاعدة في قطاع الهواتف الذكية والتطبيقات.

وكانت أهم النتائج: أن هناك قصوراً في الدراسات التي ترمي لفحص العلاقة بين التفاعل مع تكرار محتوى الإشعارات وقبول المستخدمين لها. ويضع مديرو التسويق خطأً دقيقاً بين المعلومات القيمة المضافة وتعطيل المستخدم، وأغلب الدراسات توصلت إلى أنه لا يمكن قياس التكرار المثالي للإشعارات بوضوح، ولكن تخصيص الإشعارات يزيد من كثافة استخدام التطبيق الخاص بهم والقيمة المضافة للمحتوى، ويمكن أن تؤدي الإشعارات المنتظمة إلى نشوء عادة لدى المستخدم لقراءتها، وعلى الرغم من أن المستخدمين يتجاوبون بسرعة كبيرة مع تلك الإشعارات إلا أنها ليست على الأقل من الحجج التي يقدمها المستخدمون لإلغاء تثبيت التطبيق.

وقامت دراسة Utitlund (2020) بتصميم نظام للتوصية بإرسال واستقبال رسائل الدفع أو ما

يطلق عليها الإشعارات الخاصة بالأخبار، ولتقليل عددها لجعل المحتوى يتوافق مع الأحداث الجارية والحصول على تقدير من جانب المستخدمين، وتم التطبيق على تطبيق الصحف VK. وتوصلت الدراسة إلى أن النظام المقترح بشخصنة الأخبار من النظام المتبع بهذه الدراسة هو الأكثر تفضيلاً لدى المستخدمين لإمكانية شخصنة الأخبار ووجود قيم إخبارية كثيرة بالأخبار التي يتم اختيارها وأصبحت أكثر انقرائية مقارنةً بالأخبار العامة، وأن المدة الزمنية ما بين 9 مساءً و12 صباحاً تكون ذروة استقبال الإشعارات الإخبارية، بينما يقل استقبالها ما بين 12 مساءً إلى 2 مساءً، ويزيد تفاعل المستخدمين عند استهدافهم في إرسال الإشعارات وفقاً لسماتهم الديموغرافية كالتركيبات السكانية وبياناتهم.

أما دراسة (Wheathey & Ferrer- Conill (2020) فركزت على الإشعارات الموجهة من مصادر الأخبار مباشرةً إلى الجمهور وسط مخاوف بشأن كثرة المعلومات، وما بها من معلومات مضللة، وفي إطار المنافسة المتزايدة لجذب انتباه القارئ يتم توزيع الأخبار بشكل يتجاوز وسائل التواصل الاجتماعي، ويصل إلى القراء مباشرة، وتحاول هذه الدراسة الكشف عن استخدام المؤسسات الإخبارية للتنبهات، والتعرف على مدى اندماجها مع سلوك مستخدمي الهواتف المحمولة ومدى ما تسببه من إزعاج للمستخدم من عدمه، وكانت عينة الدراسة 7092 إشعاراً إخبارياً من تسع دول من غرب أوروبا (ألمانيا، بلجيكا، فرنسا، هولندا، أيرلندا، السويد، المملكة المتحدة) وتضم 34 مؤسسة إخبارية للمقارنة بين نوع المؤسسة والنسق المحلي، وكان المدى الزمني لهذه الدراسة من أكتوبر 2018 حتى أبريل 2019، وتم اختيار البلاد بسبب القرب الجغرافي والثقافي في شمال غرب أوروبا. وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تنبيهات إشعارات المحمول هي مكون أساسي في قنوات توزيع مندوبي الأخبار بوسائل الإعلام الأوربية - عينة الدراسة -، وتحاول وكالات الأنباء الوصول إلى الموقع، وجذب الانتباه على مدار اليوم، وخاصة في الصباح من الساعة السابعة صباحاً؛ لأنه الوقت الذي تبدأ فيه التنبيهات في الظهور.

كما تشير أغلب منافذ الأخبار إلى أنها تسعى للاندماج والتفاعلية مع الجمهور، وهو ما يعني ضمناً أن الإشعارات المدفوعة تتبع عموماً اختلافاً زمنياً هجيناً يجمع بعض الإشعارات في الوقت المناسب، والوقت الموقوف «وقت الاستهلاك المنخفض»، حيث تسعى لدمج الجمهور كجزء من الاتصال الدائم الذي تنتجه أجهزة المحمول. وتحافظ منافذ الأخبار على إمكانية التحكم الزمني في الإشعارات، وتتوقع كل ما هو مهم ومناسب لمواءمة مطالب واحتياجات الجمهور وفقاً لبيانات المتعلقة بأنماط استهلاك الجمهور، وتستخدم منافذ الأخبار التي لها أصل مطبوع إشعارات أكثر لاستعادة جمهورها، والإشعارات الليلية نادرة؛ وهو ما يدل على أن هناك عوامل مؤثرة في عملية التوزيع، منها: الترتيب للأولويات، والتركيز على سلوكيات الجمهور، والاهتمام بالحواسيب العملية لإنتاج الأخبار، وتوفير موظفين لها أمر مهم؛ لأنه على الرغم من إمكانية إرسال إشعارات الأخبار عبر 24 ساعة إلا أن غرف الأخبار لم تكن نشطة إلا بشكل بسيط، وبالنظر إلى إمكانية التشغيل الآلي الذي يجنب إرسال الإشعارات المفرطة إلا أن استخدامها يكون اختيارياً، وهناك قلة في عدد العاملين بغرف الأخبار؛ مما يؤدي إلى تباطؤ إشعارات الأخبار في نهاية الأسبوع.

أما دراسة (Pechansky & da Fontoura 2019) فأكدت على أن التوسع في بيئة المعلومات أدى إلى تغيير أنماط السلوك المتأصلة في الصحافة والشبكات الاجتماعية، فالتطبيقات هي مجرد أحد العناصر التي أدت إلى تحول طرق الإنتاج والاستهلاك للمحتوى الصحفي، وقد ساهمت الإشعارات الفورية في تسريع عملية الوصول إلى الأخبار؛ ولذا ترمي هذه الدراسة إلى تحليل إشعارات التطبيقات التي تُرسل من شركة Circa خلال 2013، 2014، 2015، ورصد أكثر المجالات والموضوعات التي عُولجت. واستخدمت تحليل المضمون لفئة الأخبار العاجلة للوصول إلى الاستدلالات الكمية والكيفية فيما يتعلق بإنتاج واستقبال الرسائل، وتم تقسيمها إلى أخبار العالم، والسياسة، والجريمة، والثقافة، والعلوم لأسباب منهجية. وكانت أهم النتائج: هناك تركيز كبير على الأخبار العالمية، وهو ما يثير تساؤلات عديدة حول المعايير الإخبارية لخدمات المحمول الإخبارية في هذا العالم المتواصل والمنشور. ودراسة تطبيق Circa مهمة لأنها تساعد على فهم الديناميكية التي تُستخدم في إشعارات الهاتف، وأن معلومات العالم معلومات مطلوبة في عملية الاتصال أكثر مما في الماضي، وأن القائم بالاتصال يقدم المحتوى المتاح على أنه إضافة جديدة، ومن منظور غير عادي للمعلومات، ويتعمد مفاجأة الجمهور بها. وهناك جدل كبير حول التخصيص أو حشد المعلومات، ويتضح من خلال تحليل رسائل الإشعارات التي أُرسلت عبر تطبيق Circa أن هناك اتجاهًا لجعل المحتوى الإخباري غير مألوف ومتوافقًا مع المصالح العامة، وهو ما يؤكد على ديناميكية وتنسيق المحتوى، ولا بد من الأخذ في الاعتبار العوامل التالية؛ وهي إنتاج واستهلاك المحتوى الصحفي، والبحث عن آفاق المستقبل، وإبتكار أفكار صحفية جديدة خاصة بالهاتف المحمول والتقارب وبنية الأخبار.

أما دراسة (Loni, et.al 2019) فتحاول هذه الدراسة رصد معالجة مشكلات الإشعارات الشخصية وكيفية تخصيصها ومناقشة التحديات الخاصة بتبنيها الإشعارات؛ لأن تلك الإشعارات على الأجهزة المحمولة وسيلة مهمة للمستخدمين للبقاء على اطلاع على الأخبار، ومن الممكن أن تشكل مصدرًا رئيسًا لإزعاج المستخدمين، ومن المهم إرسال الإشعارات الصحيحة إلى المستخدم المناسب في الوقت المناسب. وتقدم هذه الورقة البحثية لمحة عامة عن إطار عمل الإشعارات الشخصية المتدفقة لمجال الأخبار، واقتراح نظام قابل للتطوير، ودمج نماذج موصى بها لبناء إشعارات الدفع الشخصية، ويتطلب بناء هذا النظام بنية سليمة، ومعالجة عناصر مثل قابلية التوسيع، والأداء، والتوقيت والحدود اليومية، وتوصيات متنوعة. وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: التوصية بالتنوع في الأخبار عدم إرسال إشعارات متكررة للأخبار، وبدلاً من إرسال العديد من الإشعارات كل خمس دقائق يجب تخصيص الإشعارات وإرسالها، ويجب التفكير في الأسباب التي تدفع التطبيق لإرسال الإشعارات إلى المستخدم، ويجب تزويد المستخدم بوسيلة لتقديم التعليقات بشأن تلك الأسباب، والتوقيت؛ يجب جدولة المحتويات في الوقت المناسب للمستخدم، ويُقترح وضع قائمة بتاريخ انتهاء الصلاحية لنشر الأخبار التي مرت عليها ساعة على الأكثر.

ودراسة (Fergina & Sumitra 2019) ترمي إلى التغلب على المشاكل الحالية لمنطقة في

إندونيسيا؛ لأنه لا يزال الناس يجدون صعوبة في العثور على الأخبار، ومنها مدينة بيكالونجان Pekalongan حيث يهاجر معظم السكان إلى المناطق الحضرية، وما زالت تلك المنطقة تستخدم وسائل الإعلام التقليدية، فإن عدم وجود تكنولوجيا تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية يجعل من الصعب دائماً العثور على الأخبار المحلية، وتقرح هذه الدراسة تصميم تطبيقات الأخبار باستخدام نموذج هندسي ADMD لتنفيذ دليل مخطط في هندسة البيانات وهندسة التطبيقات لتحقيق التنمية، واعتمدت الدراسة على مسح مصادر البحث كموضوع للدراسة والبيانات الواردة في الأخبار على الإنترنت ووسائل الإعلام. وتوصلت الدراسة إلى التأكيد على ضرورة أن يشمل النموذج مرحلة أولية تمهيدية ونظام المعلومات وهندسة تكنولوجية، فالمرحلة الأولى هي مرحلة الإعداد حيث يتم تحقيق الالتزام والثقة، والثانية هي الرؤية التي تُستخدم كمعيار في التصميم، والثالثة العمليات التجارية التي تتوافق مع وسائل الإعلام، وهناك حاجة إلى هندسة التطبيقات لدعم تصميم الأخبار على الإنترنت والأخذ في الاعتبار عناصر التفاعل داخل التطبيق وسهولة الوصول إليها.

أما دراسة Qiao (2018) فترمي إلى معرفة ترتيب الأجنحة الخاصة بأخبار الإشعارات في الوسائل الإعلامية التقليدية، وعلاقتها بترتيب أجنحة التطبيقات الحديث، وكانت عينة الدراسة 249 إشعاراً إخبارياً في المدة ما بين 23 يناير حتى 23 فبراير على الهواتف المحمولة. واعتمدت على منهج المسح الإعلامي ونظرية ترتيب الأجنحة ونموذج التماثل المؤسسي. وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أنه من خلال تحليل المضمون للإشعارات الإخبارية الإعلامية المدفوعة لا يوجد أي علاقة بين أجنحة الوسائل الإعلامية التقليدية وأجنحة تطبيقات الهواتف المحمولة، والتي تعد أحد المصادر الرئيسة للبالغين الأمريكيين في الحصول على الأخبار، كما يُعد استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة أحد أكثر الطرق ملاءمة للجمهور للحصول على الأخبار وجمع المعلومات، ويوجد علاقة بين ترتيب أجنحة الوسائل الإعلامية الحكومية والخاصة على الرغم من عدم وجود علاقة بين ترتيب أجنحة الوسائل الإعلامية التقليدية، وهو ما يعد نتيجة عكسية، وتميل وسائل الإعلام القديمة إلى إبراز نفسها من خلال اختيار الأحداث الإخبارية المختلفة نتيجة وجود منافسة شرسة بين وسائل الإعلام الحديثة وخاصة الهواتف المحمولة، وتقوم تطبيقات الوسائل المحمولة بتمييز نفسها عن أقرانها باختيار القصص الإخبارية والترويج لنفسها، على الرغم من أن المستخدم يختار الأخبار الخاصة به كما أنه يختار الوسائل الأقل في إرسال الإشعارات.

وركزت دراسة Memon & Otho (2017) الاستكشافية على تسليط الضوء على خصائص تنبيهات الهاتف المحمول المفضلة لاستقبالها واستهلاكها، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان ومنهج المسح، وكانت العينة عشوائية منتظمة قوامها 500 مفردة من قسم قاسم آباد في منطقة الحضر في باكستان، وشملت صغار السن وكبار السن ذكوراً وإناثاً وطلاباً وموظفين، حيث تم اختيار واحد من 500 منزل يستخدم الهاتف المحمول وتحليل البيانات باستخدام SPSS. وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، منها: إدراك أن أخبار تنبيهات الهاتف المحمول لها أهمية، وهي الوسيلة الأكثر ملاءمة، حيث تسمح بالقدرة على التغيير، مع سهولة الحصول عليها. وأولت الإناث أهمية أكبر للتنبيهات الإخبارية عبر الهاتف المحمول مقارنة بالذكور، والذين

تجاوزت أعمارهم عمر 30 عامًا أقروا بأهميتها مقارنة ممن هم أقل من 30 عامًا، والمبجوثون من ذوي التعليم الأعلى أعطوا أهمية أكثر لإشعارات التطبيقات الإخبارية، وبشكل عام رأى المبجوثون الذكور أن التنبيهات الإخبارية على الهاتف المحمول بديل لوسائل الإعلام الأخرى مقارنة بالإناث، والمبجوثين أقل من 30 عامًا، ورأى المبجوثون الذكور أن التنبيهات الإخبارية أكثر راحة من وسائل الإعلام الأخرى مقارنة بالإناث، والأقل من 30 عامًا أكثر من الأعلى من 30 عامًا، والطلاب الجامعيون أكثر من الموظفين وخريجي الجامعات.

## 2. الدراسات التي تناولت الأخبار العاجلة:

تشير الورقة البحثية للباحث Niarchos (2022) إلى أن التغطية الإخبارية الفورية تعتمد على لقطات فيديو وصوت؛ مما يؤدي إلى الحاجة إلى ردود فعل سريعة من منظمات الإعلام، ووسائل التواصل الاجتماعي، والصحفيين في تحقيق السبق الصحفي، خاصة أن الحضور السريع إلى موقع الحدث ليس ممكنًا دائمًا؛ ومن ثم تقترح هذه الورقة نظامًا لتشغيل طائرة فردية دون طيار أو أكثر من طائرة لتحقيق التغطية الإخبارية العاجلة في الوقت الحالي، بالإضافة إلى تحقيق متطلبات النظام والتصميم الهندسي للنظام. وتتلخص الرؤية المستقبلية لتلك الورقة البحثية في أن خدمات صحافة الطائرات بدون طيار في المستقبل تتمكن من التصدي للعديد من التحديات التي يواجهها الصحفيون؛ لأنهم ملزمون بإبلاغ الناس ومساعدتهم على إدراك الأحداث، وتتيح الطائرات دون طيار استخدام تكنولوجيات جديدة وهي التصوير المتعدد الأطياف، وهذا الإطار المقترح يتناسب مع المبادرات العالمية لوضع الإطار الأخلاقي والتعليمي والتكنولوجي لتغطية الأحداث الجارية. ودراسة Ekström (2021) هدفها الكشف عن النظريات المعرفية المميزة للأخبار وتحديثات الأخبار المستمرة والبت المباشر عبر الإنترنت، وتقوم هذه الدراسة على تحليل الأخبار العاجلة على الإنترنت مع التركيز على الممارسات المعرفية المميزة، والتحديات في إنتاج تحديثات الأخبار المستمرة والبت المباشر على الإنترنت، ويحدد الإطار التحليلي ثلاثة جوانب رئيسية لنظرية المعرفة الإخبارية، وهي: صياغة متطلبات المعرفة، وكيف يعرف الصحفيون ما يدعون معرفته، وتبرير ادعاءات المعرفة. وتعتمد هذه الدراسة على بحث إثنوغرافي في السويد، واستخدمت أدوات تحليل المضمون والمقابلات وملاحظات المشاركين خلال ربيع 2018، وكانت العينة 16 خبيرًا من البث المباشر و12 خبيرًا تم تطويرها إلى أخبار حية، وتم تحليل مواد البث الحي، وعمل مقابلات، وملاحظات ميدانية في غرفة الأخبار، وأستديو التلفزيون، وأستديو الإنتاج. أهم نتائج هذه الدراسة: هناك اختلافات في الأداءات المعرفية من تحديثات الأخبار والبث الحي. ويوجد ثلاثة أشكال من التحديات التي تعرّض سلطة وسائل الإعلام الإخبارية كمصدر للمعلومات العامة القيمة للخطر، حيث يقوم الصحفيون بإعادة التحقق من المعلومات المتلقاة، ولكن يعتمدون بشكل أساسي على مصادر تقدم معلومات مبررة مسبقًا؛ للحفاظ على الطابع الزمني المميز، والتقليل من خطأ نشر أخبار خاطئة، ويسنّ الصحفيون مجموعة من الألفاظ التي تساعد على التعبير الدقيق والموازنة بين الادعاءات المعرفية وتخفيف التزامهم بالحقائق، والحد من مسؤولياتهم عن الأخطاء المحتملة



في معالجة الأخبار. وتعتمد التحديثات الإخبارية المستمرة للمنظمة الإعلامية على تدفق المعلومات من خدمات الطوارئ والشريطة، ويتم تقييم المعلومات وتصنيفها وفقاً لقيمتها الإخبارية والجهود المعرفية المرتبطة بإنتاج القصص الإخبارية. والتحديات المعرفية لا تكمن في عدم اليقين، وعدم دقة المعلومات، ولكن تكمن في توفير معلومات عامة قيمة؛ ولذا الأخبار العاجلة تأتي على حساب الصحافة المستقلة والمستتيرة.

أما عن دراسة Bipat et.al (2019) الاستكشافية والتي تهدف لفهم كيفية إدراك المستخدمين للثقة في المحتوى الإخباري، فقد أجريت على دورة انتخابات الرئاسة الأمريكية 2016/2017 خلال التوترات السياسية، واتهامات الأخبار المزيفة، حيث يلجأ الجمهور لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لاستهلاك الأخبار؛ مما يؤثر في الثقة في المحتوى الإخباري. واستخدمت الدراسة أداة المقابلات المنظمة مع 19 مستخدم سناب شات SnapChat بين مارس ويونيو 2017 لتحليل المداخلات، وتحليل تسجيلات الفيديو والتسجيلات الصوتية للمقابلات؛ لتحديد المحتوى الإضافي المتعلق بموضوع الدراسة، وكانت العينة عمدية ممن هم مشاركون في مبنى اتحاد الطلاب في جامعة الساحل الغربي للولايات المتحدة، مع استخدام استبيان إلكتروني، ومتوسط أعمارهم 19 عامًا، وواحد فقط من العينة عمره 25 عامًا. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن القصص الإخبارية الحية والتغطيات الإخبارية توفر طرقًا مختلفة للمستخدمين للتعرف على مدى الثقة في المعلومات، وارتبطت تصورات المشاركين عن الثقة في القصص الإخبارية الحية بمدى فهمهم للأخبار، واستخدام الأخبار العاجلة في سناب شات، وعلاقته بتحيز الإعلام وثقة المستخدمين في الأخبار. وعلى الرغم من تفاعل المستخدمين على سناب شات إلا أنه يتم النظر إلى هذه التفاعلات على أنها عابرة وتافهة، وقد أكد بعض المشاركين أن استهلاك الأخبار يتم من خلال شبكات أصدقائهم على تطبيق سناب شات، ومع ذلك أفاد معظم المشاركين أن استهلاكهم للأخبار يتم من خلال قصص حية، واستخدام المشاركين لروابط الأخبار كبديل للتلفزيون في الحصول على الأخبار، ويتمتع مستخدمو سناب شات ببعض السلطة لتحديد أجندة سناب شات، والقضايا التي تهمهم.

أما دراسة Duguay (2018) فترمي إلى رصد وظيفيتين من وظائف الأخبار، وهي اتجاهات الفيسبوك ومواقف تويتر وفحص الخصائص التقنية مع دراسة كيفية توافقها مع المصالح الاقتصادية والاجتماعية، وهاتان المنصتان هما الأكثر انتشارًا، ولديهما قدرة على تحويل البيانات، ويتم توزيع الأخبار بشكل مجاني، في حين أن المنصات نفسها قنوات محايدة للمعلومات الإخبارية، ويتهرب مطورو المنصات من المساءلة لتشكيل العمليات الاجتماعية والمؤسسية. ومن أهم نتائج هذه الدراسة: أنه يتم الحفاظ غالبًا على المبادئ التوجيهية واللوائح الخاصة بالمنصة على أنها سرية أو أنها تخضع للرقابة بشكل كبير إذا تم نشرها للعامة، لذلك يتم التحكم الدقيق في البيانات الخاصة بالمستخدمين للحفاظ على المصالح السياسية والاقتصادية، من منطلق أنه يتم رصد نشاط المستخدم، ومنطق التشغيل الآلي الذي يقوم عليه. وأضافت هذه الدراسة كيفية انتشار عناصر البرمجة وتواصلها والمعلومات وبيانات الاتصال التي يتم إرسالها وفقًا لنظام التشغيل الذاتي للموضوعات بناء على تفاعلات المستخدم سواء على تويتر أو الفيسبوك مع طبيعة الأخبار، وتعتمد



على حجم بيانات المستخدم، وتخصص له قصصًا إخبارية، ويتم الاعتماد في ذلك على المصادر الجماعية والشخصية والمحتوى الفوري لحساب المستخدم. وكشفت الدراسة أن هذه المنصات على الرغم من أنها تعزز المحتوى الإبداعي إلا أنها ترمي تحقيق الربح من خلال عملية البرمجة، وتظهر في النهاية بصورة حيادية. وتشير الدراسة إلى ضرورة البحث المستقبلي في كيفية تقليل تأثير المنصات على المؤسسات والحياة اليومية للمستخدمين.

### التعليق على الدراسات السابقة:

- لم تكن هناك دراسات عربية - على حد علم الباحثة - في مجال الإعلام عن شخصنة الأخبار العاجلة بتطبيقات المحمول الإخبارية وإشعاراتها وهو ما يؤكد أهمية الدراسة الحالية.
  - لم تكن هناك أي دراسات عربية - على حد علم الباحثة - تناولت إشكالية الأخبار العاجلة في الصحف وتحقيق سبق الصحفي، سواء كانت الأخبار المطبوعة أو الإلكترونية، وهو ما يبرز أهمية الدراسة الحالية.
  - كانت الدراسات الوصفية والاستكشافية هي الدراسات الغالبة على الدراسات السابقة، مثل دراسة Memon & Otho (2017) الاستكشافية و Qiao (2018) الوصفية.
  - اتجهت الدراسات السابقة إلى استخدام أدوات تحليل المضمون لإشعارات الدفع بالهواتف المحمولة، مثل دراسة Priyanka & Patil (2021) ودراسة Wheathey & Ferrer-Conill (2020).
- وبشكل عام استفادت الباحثة من مسح الدراسات السابقة في اختيار منهج البحث وأدواته والعينة وغيرها من الإجراءات المنهجية، وأيضًا استفادت منها في اختيار نظريات الدراسة والإطار المعرفي وفي تصميم استمارة الاستبيان والمقابلات مع القائمين بالاتصال.

### التساؤلات والفروض:

تساؤلات الدراسة:

1. ما أسباب شخصنة المبحوثين لإشعارات التطبيقات الإخبارية؟
  2. ما أكثر التطبيقات الإخبارية التي يستخدمها الجمهور في الحصول على الأخبار العاجلة بهواتفهم المحمولة؟
  3. ما المجالات التي يفضل المبحوثون تخصيص إشعارات لها في التطبيقات الإخبارية؟
  4. ما الأوقات التي يفضل المبحوثون استقبال إشعارات التطبيقات الإخبارية بها؟
  5. ما العوامل التي تزيد من شخصنة المبحوثين لإشعارات لتطبيقات الإخبارية؟
  6. ما أهم مقترحات المستخدمين لتطوير تطبيقات المحمول الإخبارية؟
- فروض الدراسة:

1. **الفرض الرئيسي الأول:** توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في شخصنة الأخبار عبر التطبيقات (تشارك الأخبار التي ترسل عبر الإشعارات والمتغيرات الديموجرافية ونوع الموضوعات

- الإخبارية التي يتم إرسال إشعاراتها عبر التطبيقات)، وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية.
2. **الفرض الرئيسي الثاني:** توجد علاقة دالة إحصائية بين نظام تشغيل الهاتف المحمول للمبحوثين، والعوامل المؤثرة في تفضيلات المبحوثين لإشعارات التطبيقات الإخبارية.
3. **الفرض الرئيسي الثالث:** توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).
4. **الفرض الرئيسي الرابع:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين - عينة الدراسة - على إشعارات التطبيقات الإخبارية للأخبار العاجلة الإلكترونية والتأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).
5. **الفرض الرئيسي الخامس:** توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).
6. **الفرض الرئيسي السادس:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين - عينة الدراسة - على إشعارات التطبيقات الإخبارية للأخبار العاجلة الإلكترونية والتأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

### الإجراءات المنهجية:

1. **نوع الدراسة:** تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف تفضيلات المستخدمين لإشعارات التطبيقات الإخبارية وشخصنتها.
2. **منهج الدراسة:** استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي لرصد أسباب شخصنة الإشعارات بالتطبيقات الإخبارية.
3. **أدوات الدراسة:** تعتمد هذه الدراسة على أداة الاستبيان الإلكتروني للوصول لكافة الفئات عينة الدراسة. و**مجموعات بؤر النقاش:** استفادت الباحثة منها في إعطاء مؤشرات كيفية لتفسير نتائج الدراسة الميدانية والوقوف على أسباب شخصنة وتفضيلات المبحوثين بشكل دقيق لإشعارات التطبيقات الإخبارية. واعتمدت على **مجموعتين:** الأولى (خمسة أشخاص) والثانية (تسعة أشخاص) ممن يستقبلون إشعارات التطبيقات الإخبارية، وذلك في يوم 2022/3/7 من الساعة 2 مساءً حتى 2:45 مساءً، وهم بالفرقة الثانية والثالثة من قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس العام الجامعي 2022/2021، علمًا بأن متوسط الأعمار من 19 إلى 20 عامًا. ومقابلات بالتليفون

مع القائمين بالاتصال بمجال التكنولوجيا في الصحف والمجالات لتوضيح أسباب الشخصية وتفسير نتائج الدراسة الميدانية.

4. **مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في المستخدمين المصريين ممن يمتلكون الهاتف المحمول الذكي المثبت عليه أحد التطبيقات الإخبارية.

5. **عينة الدراسة:** تعتمد الدراسة الحالية على عينة عمدية تتمثل في مستخدمي التطبيقات الإخبارية، وممن لديهم هاتف محمول ذكي ومثبت عليه أحد التطبيقات الإخبارية، وعلى استعداد للتعاون مع الباحثة لملء الاستمارة؛ حتى يسهل تحقيق أهداف الدراسة، وكانت العينة قوامها (331) مفردة ممن يسكنون القاهرة الكبرى، أما عن العينة الزمنية لتطبيق هذه الدراسة فكانت في المدة ما بين 2021/11/1 حتى 2022/1/1. وقد اتبعت الباحثة عينة كرة الثلج؛ حيث كان المبحوثون يقومون بإعادة إرسال الاستمارة لأقاربهم وأصدقائهم إلكترونياً مع التأكيد عليهم من قبل الباحثة بشروط العينة حتى تتحقق أهداف البحث.

وفيما يلي جدول يوضح السمات الديموجرافية للمبحوثين:

جدول (1) السمات الديموجرافية للمبحوثين

النوع	السمات الديموجرافية	ك	%
النوع	ذكور	158	47,7%
	إناث	173	52,3%
	الإجمالي	331	100%
السن	من 18 إلى 24	147	44,4%
	من 25 إلى 34	141	42,6%
	من 35 إلى 45	43	13%
	الإجمالي	331	100%
المستوى التعليمي	متوسط	4	1,2%
	فوق المتوسط	2	0,6%
	جامعي	259	78,2%
	دراسات عليا	66	19,9%
	الإجمالي	331	100%
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	68	20,5%
	متوسط	141	42,6%
	منخفض	122	36,9%
	الإجمالي	331	100%

6. إجراءات الصدق والثبات:

سعت الباحثة لتحكيم استمارة الاستبيان من مجموعة من المحكمين الأكاديميين؛ لضمان فهم

الأسئلة من جانب المبحوثين ورصد أوجه الضعف وتلافيها، وتم إجراء Pilot study على عينة من المبحوثين لضمان فهمها ورصد عيوب صياغة الأسئلة وتلافيها.

#### 7. المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الْحُرْمَة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science» SPSS .

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل البيانات:  
التكرارات البسيطة والنسب المئوية. والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار كا<sup>2</sup> ( Chi Square Test ) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية ( Nominal ).

ومعامل التوافق ( Contingency Coefficient ) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2. واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 - 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70 ، ومعامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient ) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio )، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 - 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70 ، واختبار ( T- Test ) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio )، وتحليل التباين ذي البعد الواحد ( One Analysis of Variance ) المعروف اختصارًا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio ). والاختبارات البعدية ( Post Hoc Tests ) بطريقة أقل فرق معنوي ( Least Significance Difference ) والمعروفة اختصارًا باسم ( LSD ) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيًا بينها.

#### 8. التعريفات الإجرائية:

**شخصنة الأخبار:** هي خدمة يتيحها التطبيق الإخباري لتفعيل نوع معين من الأخبار، ويقوم المستخدم بذلك لاستقبال فقط ما يريده من إشعارات الأخبار التي تدخل ضمن اهتماماته وتفضيلاته، ولا يستقبل دونها من الأخبار.

**الأخبار العاجلة:** هي الأخبار التي يقوم المستخدم باستقبالها فور وقوعها.

#### 1. النظرية المعرفية:

**مفهوم النظرية المعرفية: The concept of Epistemology of news**

ينطلق مفهوم النظرية المعرفية من أن الأخبار لا يحتكرها الصحفيون، خاصة أنها كانت موجودة قبل نشأة مهنة الصحافة، وهذا واضح على شبكة الإنترنت حيث تستخدم المنصات مفهوم الأخبار والممارسات المرتبطة بها حول الأخبار. وتطبيق النظرية المعرفية يشمل ثلاثة جوانب:

1- المعرفة الإخبارية للصحفيين.

2- معرفة المستخدم الإخبارية.

3- نظام عد الأخبار العشري Algorithm.

وتؤكد هذه النظرية على دور الجهات الفعالة المختلفة، وقوة العلاقة فيما بينها، وقواعد كيفية بناء الأخبار، وتوزيعها ونقلها. وهناك فرق بين الأخبار الخفيفة والجادة، فالجادة تتعلق بالمعلومات، وينبغي أن يكون الجمهور أفراداً مطلعين، بينما الأخبار الخفيفة السهلة ترتبط بنقاط الضعف البشرية ونسيج حياتنا البشرية، وتلعب الأحداث المنتظمة وغير المنتظمة دوراً مهماً في بناء الأخبار، وترتبط الأساليب الصحفية بأنواع الأخبار المختلفة، ودقتها وشكل صياغتها، والتي تختلف فيها الأخبار الجادة عن الخفيفة.

أما عن معرفة المستخدمين فلا تشمل معرفتهم الإخبارية فقط، وإنما كيفية ولماذا يختار المستخدمون إنتاج ومشاركة الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي كتعبير عن القواعد والإجراءات والروتين؟ ويشمل استهلاك الأخبار على الإنترنت عناصر الانتماء الاجتماعي، وعناصر البحث عن المعلومات حيث يتعرض مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الشباب للأخبار بشكل عرضي، وعلى الرغم من ذلك لا تنتج أو تشارك الأخبار بشكل عشوائي، ويفضل المستخدمون أنواعاً معينة من الأخبار، وهي الأكثر مشاركة، حيث تحتوي على الترفيه والمفاجآت والأخبار السيئة.

يرتبط نظام عد الأخبار العشري بالاختيار الذاتي للمستخدم كجزء من العد العشري، كما يعتمد على الأخبار التي يوفرها الصحفيون استناداً إلى نظريات المعرفة الإخبارية الصحفية كجزء من وجودهم على وسائل التواصل الاجتماعي ومشاركتهم للروابط، وتم اقتباس مصطلح الشعور المعنوي Gut feeling حيث ارتبط تحديد الأخبار بنهج حدسي، وتعتمد أنظمة العد على التخمينات الإحصائية ودرجة الثقة وتوقع علاقته بالمستخدم، والتعلم من سلوك المستخدمين الفردية بناء على ذلك. وتتكون خوارزمية الأخبار وفق مقاييس درجة التقارب، وقيمة المحتوى وعمر الاتصال أو النشاط. (Bechmann, 2018).

وتشمل النظرية المعرفية ثلاثة عناصر:

### المطالبة: Claiming

تعتمد قوة الأخبار على تحقيق المعرفة الكاملة، وهناك جانبان في غاية الأهمية، يشمل الجانب الأول الادعاء بتقديم شكل معين من أشكال المعرفة العامة القيمة، وبشكل هذا النوع من الأخبار طريقة خاصة للتواصل ومعرفة العالم، ويفترض أن يكون ذا معنى بالنسبة للصحفيين والجمهور والمجتمع، وتتمثل الأخبار العاجلة في معلومات سريعة ومحدثة باستمرار وذات أهمية إخبارية حول الأحداث العامة.

أما الجانب الثاني فترتبط الأخبار بالادعاءات الحقيقية للخطاب الإخباري، فالأخبار هي خطاب

مبني على الحقائق، ومع ذلك تختلف طريقة موقف الصحفيين تجاه صدق النصوص الإخبارية؛ ومن ثم يشير تحليل الادعاءات المعرفية إلى الممارسات المختلفة التي تعدها الصحافة من خلال تقديم معلومات عن العالم الخارجي وتنشئ في نهاية المطاف سلطة معرفية مميزة، وتصبح التحديثات المتزايدة عبر الإنترنت هي المبدأ المهيمن ليتم نشر القصص الإخبارية بشكل متكرر والتي يراها الصحفيون أنفسهم أنها ذات أهمية محدودة (Ekström,2021).

### الإقتناء Acquiring :

تعد معرفة الصحفيين للأخبار أمرًا أساسيًا، ليس فقط لأن المعلومات تتم متابعتها في أثناء معالجة الأخبار، ولكن أيضًا لأن الوصول الفريد الذي يتم إجراؤه إلى المعلومات يُعد أمرًا أساسيًا لسلطة وسائل الإعلام الإخبارية، ويتم تنظيم العمل الإخباري لزيادة كفاءة تدفق المعلومات المطلوبة، ويشمل التحديد المنتظم للأحداث عن طريق شبكات المصادر والخدمات الإخبارية المنظمة، وتختلف النظرية المعرفية في الصحافة عن الأشكال المؤسسية الأخرى لإنتاج المعرفة فيما يتعلق بالإجراءات والممارسات المنظمة؛ حيث يتم تطوير الأساليب لضمان التدفق المستمر، والتحدي المعرفي الخاص في التقارير المباشرة هو الحصول على المعلومات تحت ضغط الوقت للتمكن من إضافة شيء قيم (Ekström,2021).

### التبرير Justifying :

يشير إلى أساليب الحصول على أسباب مقبولة للتفكير، والمطالبة بالمعرفة حيث يضع الصحفيون اعتباراتهم الخاصة ويناقشونها مع زملائهم، ويرتبط التبرير بنشر قصة إخبارية، والتحقق من المعلومات والمصادر، فضلًا عن صياغة معينة للعناوين والمضامين، وأكدت بعض الدراسات أن التبريرات تتطوي على إجراءات روتينية ومعايير راسخة، أما الإبداع الذي يحققه المحررون فيتمثل في التفاعل مع الجمهور والتعامل مع التحديات (Ekström,2021).

## 2. نظرية المجتمع الشبكي Network Society :

تقوم نظرية المجتمع الشبكي على عملية اجتماعية متكررة، وتركز على الطريقة التي يسعى بها المتفاعلون لبناء وتعديل الشبكات الاجتماعية، والترجمة للمعلومات أمر أساسي في النظرية حيث تتطوي على مجموعة من الجهات المتفاعلة ليتم ترجمة المصالح والأهداف والمشاكل من أجل مواءمة مصالحها مع مصالح الجهات الفعالة.

حدد كالون Callon عام 1986 أربعة عناصر مهمة في هذه النظرية وهي:

**الإشكالية Problemization:** حيث تحاول الجهات الفعالة الرئيسية أن تجعل من نفسها عناصر لا غنى عنها للجهات الفعالة الأخرى، عن طريق تحديد طبيعة المشكلة التي تواجهها تلك الجهات الفعالة في تحقيق أهدافها، وعن طريق تحديد سبيل وحيد للمضي قدمًا وتوصيفه على أنه نقطة مرور إجبارية.

**الاهتمام Interestement:** يوجد قيود من الجهات الفعالة الرئيسية على الجهات الأخرى؛ مما يضعف روابط الجهات الفعالة الأخرى ويعزز قدرتها على حل المشكلات.

**التسجيل Enrollment:** يضع الفاعلون الرئيسيون نظام التأمين ليحدد الأدوار التي يجب أداؤها، والطريقة التي يتعامل بها الآخرون مع بعضهم البعض داخل الشبكة.

**الحشد Mobilization:** حيث يكون للفاعلين الرئيسيين القوة التي يستمدونها من العناصر الفعالة السلبية (Heeks & et.al, 2015).

### الاتصال الذاتي الجماهيري:

منذ ظهور الإنترنت وامتدادها على نطاق واسع، تم تشكيلها كجزء استثنائي للوصول إلى المعلومات من أي مكان في العالم، وفي أي وقت، مع تفضيل الفورية في جميع العمليات بسبب تحول المجتمع في الألفية الجديدة، وأصبح المفهوم التقليدي للقرية العالمية سمة حياة البشر في عصرنا (Gómez- Galàn & et.al, 2021)، وقد تعددت الأفكار حول الشبكات الاجتماعية في النظرية الاجتماعية؛ حيث قدم علماء الاجتماع مثل Ferdin and Tönnies وكذلك العالم Georg Simmel فكرة المجموعات في الشبكات لشرح السلوكيات الاجتماعية، كما أشار إلى أهمية بعض مزايا الشبكة التي تؤثر في التفاعل، مثل حجم الشبكة والعلاقات الاحتمالية، كما أكدت النظرية على أن المجتمع يتكون من مجموعة من المجموعات التي لديها علاقات ذات طبيعة مختلفة ولها سمتان أساسيتان، هما أن هناك روابط شخصية بين الأفراد الذين يتشاركون القيم والمعتقدات المشتركة، والثانية العلاقات غير رسمية وفعالة بين الأفراد.

وقد ظهر مفهوم الشبكة في كتب الأنثروبولوجيا عام 1945، وقد استخدم هذا المصطلح البريطاني بارنز لتسمية العلاقات بين الأشخاص والفئات الاجتماعية. والشبكة فكرة مجازية لفهم كيفية ارتباط الأفراد فيما بينهم، وكيف يكون موقعهم في هذه العلاقة، ويمكن تعزيز علاقة الفرد داخل الشبكة من خلال الروابط الاجتماعية، أو يكون هناك تنافر مع الأفراد، وهيكل الشبكة أكثر تعقيداً من الاجتماعيات الكلاسيكية؛ لأن الاجتماعيات هي مجرد نظرة عامة، ويتم تمثيل الأفراد والروابط داخل الشبكة باستخدام الرسوم البيانية والتحليل الرياضي والبيانات النوعية، كالمقابلات والخطابات، وهناك متغيرات بسيطة؛ ككثافة العلاقة، ومركزية مكان الفرد، والمعاملة بالمثل، وإمكانية تصور العلاقات على نحو متماثل، تشير إلى الاختلافات في قنوات المعلومات وأنماط الاتصالات المختلفة بين أعضاء الشبكة، والبعد الافتراضي واقع جديد تواجهه العلوم الإنسانية (Neri, 2017).

ظهرت نظرية المجتمع الشبكي وإدارة الشبكات للتغلب على النماذج القديمة غير الكافية، حيث حدث تحول ثوري نحو نظرية المعرفة العملية التي تنبثق من علم الوجود والمتأصل في الإنسانية من خلال تحويل الانتباه من ماذا إلى كيف، ومن الجوهر إلى الفعل، ففي التحكم الإلكتروني لا يتم طرح سؤال: ما هذا الشيء، وإنما: ماذا يفعل، وابتكر العلماء مجموعة من المفاهيم المجردة للتعامل مع مجموعة من العناصر، ومعرفة كيفية اتصالها ببعضها، وتقديم فكرة التواصل كفكرة



أساسية، ويشمل المفهوم الجديد للتحكم: الحكم الذاتي والتنظيم الذاتي والتنوع، وقد جاء علم التحكم الإلكتروني لرفض المفاهيم السببية والآلية للتوجيه، خاصة في الأشكال الهرمية من التنظيم والتحكم والتخطيط المركزي، فبالنسبة للتنظيم لا يوجد مجتمعات دون تنظيم، والأنظمة المعقدة مختلفة للغاية، مما يحول دون توجيهها بسهولة من مركز التحكم، فالعناصر المترابطة في الشبكة تنظم نفسها من خلال التأثير المتبادل، ويتشكل كل عنصر في النظام عن طريق ربط العمليات، وتتشكل العمليات عن طريق إعادة توجيه تدفق الاتصالات. أما عن التحكم الذاتي الآلي فوصفت النظرية أن النظام يستخدم مخرجاته كمدخلات في وجود أنظمة المراقبة والتي تقلل من الاختلافات في مخرجاته الفعلية للوصول إلى هدف محدد وهو التغذية المرتدة السلبية (August, 2021).

وقد تم تطوير علم التحكم الآلي ليؤكد على أن المدخلات والمخرجات ليسا مصطلحين موضوعيين؛ لأن الكائن الحي لا يتلقى معلومات كشيء ينتقل إليه، وقد تم تحويل فكرة السيطرة إلى مصطلح التنظيم الذاتي، حيث تنظم الشبكات نفسها، ولتتم التناغم داخل النظام يجب أن تتم عملية الاتصال برموز ولغة الشبكات المكونة، والتنظيم الذاتي والتعقيد أمران متلازمان، فتعتمد الأنظمة المعقدة على التنوع والمرونة والتنظيم الذاتي لأنها تسمح بابتكار وتجريب وتصميم إجابات جديدة استجابة لبيئة شديدة التقلب (August, 2021).

### 3. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بعد التحديث: The Path- Dependent Theory of Recentralization

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كانت مقترحة من قبل Melvin DeFleur and Sandra Ball- Rokeach عام 1976، وتجمع النظرية بين وجهات نظر مختلفة من علم النفس ونظريات علم الاجتماع، وتعتمد على عناصر من النهج السببية، وتضم عناصر الاستخدامات والبحوث المتعلقة بالإشباع والتأثيرات الإعلامية. وعلى الرغم من أن النظرية تركز على التأثيرات في حد ذاتها أكثر من تركيزها على الأسباب إلا أنها تهتم بالاهتمامات الخاصة بالرسائل الإعلامية وتأثيرها في الجمهور.

تقترح نظرية الاعتماد وجود علاقة متكاملة بين الجماهير ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، وتقترض هذه النظرية الاعتماد على معلومات وسائل الإعلام على قدم وساق، وتتأثر درجة الاعتماد بعاملين هما: عندما تقدم وسائل الإعلام معلومات جديدة لتلبية أكبر عدد من احتياجات الجمهور، وكذلك الاستقرار المجتمعي؛ فالتغيير الاجتماعي تحدٍ يواجه المؤسسات والمعتقدات والممارسات الراسخة، الأمر الذي يجبر الأشخاص على اتخاذ خيارات جديدة، فيزيد الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على تلك المعلومات وفي أوقات أخرى يقل الاعتماد. واحتياجات الفرد دائماً ما تكون شخصية بشكل صارم، ولكن قد تتشكل من خلال الثقافة والظروف الاجتماعية والعوامل الخارجية التي تشكل قيوداً على ما وكيف يمكن استخدام وسائل الإعلام، ومدى توافر البدائل الأخرى، فكلما زادت البدائل لوسائل الإعلام زادت تلبية احتياجات الفرد (Editors, 2019). كما تستند هذه النظرية إلى الاعتراف بالدور المركزي للسياق، والآليات السببية لأي تفسير سببي،

وكذلك على وجهة نظر توزيع السلطة للمؤسسات، ويعرف Falleti & Lynch السياق على أنه الجوانب المرتبطة بالوضع التحليلي أو الزمني أو المكاني أو المؤسسي، والذي تؤدي فيه مجموعة من الشروط الأولية إلى نتيجة ذات سياق محدد، من خلال آلية سببية محددة أو مجموعة منها، وتعرف الآليات كمفاهيم تشرح كيف ولماذا يُسبب ما في سياق محدد في إحداث نتيجة معينة، فتغيير السياق أمر أساسي لإزالة السببية؛ لأنه يؤثر في المتغيرات المستقلة والآليات السببية. بمعنى لو افترض أن تقضيات الجهات الفاعلة لا تتغير طوال عملية الدراسة، فيجب أن تعترف بأن الأحداث السابقة في العملية الاتصالية تغير السياقات ذات الصلة، التي يجب على الجهات الفاعلة اتخاذ القرارات بشأنها؛ ومن ثم كل خطوة أو حدث يجب أن يكون في السياق، وهناك نوعان من السياقات: الأول هو السياق المؤسسي اللامركزي إذا كانت هناك مجموعة من السياقات قد نقلت بالفعل جزءًا كبيرًا من الموارد والمسؤوليات من المستويات العليا إلى الدنيا، والنوع الثاني هو السياق المؤسسي المركزي عندما تكون السياسات قد استعادت بالفعل جزءًا كبيرًا من المسؤوليات من المستويات الدنيا إلى العليا (DANIEL, 2019).

وقد تم تحديث هذه النظرية بواسطة Defleur & Ball- Rokeach عام 1989 لتشمل الخطوة الأولى (التعرض الانتقائي بالاعتماد على وسيلة أو أكثر من وسائل الإعلام، وملاحظة التعرض، وأن الاعتماد ينشط في أثناء عملية التعرض، وفي حالة عدم التفاعل يحدث خروج من عملية الاعتماد)، واستند التحديث في الخطوة الثانية إلى (كلما زادت درجة الاعتماد زادت درجة المعرفة كالانتباه والإعجاب والكراهة)، والخطوة الثالثة (كلما زادت درجة الغضب والإثارة زادت درجة المشاركة في معالجة المعلومات)، والخطوة الرابعة (كلما زادت درجة المشاركة زادت احتمالات التأثيرات المعرفية والسلوكية من وسائل الإعلام) (Editors, 2019).

**مدى ملاءمة نظريات الدراسة للدراسة الحالية:** اعتمدت الدراسة الحالية على ثلاث نظريات هي النظرية المعرفية ونظرية المجتمع الشبكي ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بعد تحديثها، وكلها ملائمة للدراسة الحالية وتخدم أهدافها الرئيسية كما يلي:

- تركز النظرية المعرفية على ثلاثة جوانب، وهي المعرفة الإخبارية للصحفيين ومعرفة المستخدم الإخبارية ونظام عد الأخبار الخوارزمي المرتبط بشخصنة الأخبار العاجلة، وهو ما يخدم هدف الدراسة الحالية.

- تتطوي نظرية المجتمع الشبكي على فكرة التنظيم والتحكم الذاتي والاتصال الذاتي الجماهيري، وهو ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بموضوع الدراسة الحالية، وهو شخصنة الأخبار والتحكم في إشعارات الدفع بالتطبيقات الإخبارية.

- أما عن نظرية الاعتماد بعد التحديث فترمي هذه الدراسة لرصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للمستخدمين نتيجة الاعتماد على تطبيقات الأخبار، وهو ما يخدم الدراسة الحالية.

## الإطار المعرفي:

### الصحافة والتطبيقات:

تزايد استخدام الشباب في جميع أنحاء العالم للإنترنت كوسيلة مفضلة للحصول على المعلومات، ومع ذلك فإن الوصول إلى الإنترنت والاستهلاك يصلان إلى المزيد من الفئات العمرية؛ مما يضيق الفجوة الرقمية التي كانت موجودة منذ بضع سنوات، وقد تم اكتشاف أن عملية البحث على جوجل عبر الهاتف المحمول بلغت أكثر من نصف عمليات البحث، وتستهلك تطبيقات الهواتف المحمولة 90% من الوقت المستغرق على هذه الأجهزة، ومتوسط الوقت الذي يستخدمه المستخدمون في التطبيقات والرسائل ومواقع التواصل الاجتماعي يومياً ساعتان و24 دقيقة . (José, 2021) واستخدام التطبيقات من قبل المؤسسات الإعلامية يؤدي لاختلاف طبيعة الأخبار المرسله على الهواتف المحمول، وعلى سبيل المثال صحف مثل صحيفة الجارديان تركز على المحتوى المتخصص مثل الأخبار العاجلة وملخصات الأخبار، ونفس الحال في سان فرانسيسكو وكرونيستيل تُعطي الأولوية لمقالات الرأي والمدونات، انطلاقاً من اعتقادها بأن القراء يغمسون في مثل هذا النوع من المعلومات (Pechansky, 2019). ومحاذاة لاتجاه التطبيقات فإن الإشراف الصحفي ونظام الحوسبة يسمحان بإرسال الإشعارات، وأحياناً تسمى رسائل الدفع، والتي تساهم في تعجيل عملية تصور المعلومات، وتنبهات هذه الإشعارات تجذب انتباه المستخدمين، وتتشابك وتتداخل وحدات المعلومات ما بين الرسائل والمرسل، ويسمح بمعرفة ما الذي يتم مشاهدته في اللحظة التي يتم إرسالها على الهاتف المحمول، وفي الوقت الذي به معلومات كثيرة تتنافس المؤسسات الإعلامية لإرسال تحديثات الأخبار سريعاً لكسب مساحة كبيرة لدى الجمهور العام على هواتفهم المحمولة (Pechansky, 2019) .

وتفيد رسائل الدفع إلى تنبيه المستخدمين بحدوث أخبار عاجلة وفرصة للوصول للمعلومات دون البحث عنها بقصد، والعناوين الموجزة التي تظهر على شاشات المحمول حتى وإن كانت مغلقة، وهذه الإشعارات تمثل فرصة لمؤسسات الاتصال للوصول إلى المستخدمين بدلاً من محاولتها لجذبهم لفتح الموقع الإلكتروني أو التطبيق، ولا تشمل الإشعارات الأخبار العاجلة فحسب بل يمكن أن تتضمن المحتوى والمعلومات الخلفية للأخبار .

وهناك جدل حول إذا كانت الإشعارات تساعد على إعلام المستخدمين أم تقدم معلومات ذات أهمية فائقة فقط، ولكن في الحقيقة تشجع المستخدمين على الانغماس أكثر مع مؤسسات الإعلام وفتح تطبيقاتها، وأكدت إحدى الدراسات أن المستخدمين يشعرون بالرغبة في التحكم بالإشعارات بطريقتهم الشخصية. وبعض الصحف مثل نيويورك تايمز وواشنطن بوست أصبح لديها إستراتيجية جديدة وهي أن تقوض المحررين المسؤولين لإرسال الإشعارات لتحقيق السبق الصحفي، وذلك في ظل لجوء الجمهور إلى المنصات الاجتماعية، خاصة أن الإشعارات تصل مباشرة للمستخدمين دون الحاجة لفتح الموقع الإلكتروني، رغم أنها تمثل مخاطرة إرباك القارئ وفقدانه.

(Pechansky, 2019)

### إشعارات الدفع:

إن الإشعارات هي عنصر مركزي لتنشيط وربط مستخدم التطبيق، وإن التكرار له تأثير مهم بناء على هذا، وهناك إجماع من الدراسات السابقة على أن الزيادة في وتيرة إشعارات الدفع تزيد من استخدام التطبيق، إلا أن هذا قد يعني انقطاع المستخدمين عن التطبيق (Wohllebe, 2020). وتُعد إشعارات الدفع رسائل من التطبيق، والتي يمكن عرضها بطرق عديدة، وعلى سبيل المثال يمكن مشاهدتها مع الشاشة المغلقة للهاتف المحمول أو التابلت داخل الموقع الإلكتروني أو على الحاسب الآلي.

وإشعارات الهاتف المحمول يمكن أن تقيّد في إمداد المستخدم بالمعلومات، وتجعله ينغمس في التطبيقات عند تنفيذها بشكل صحيح، أما إذا كان تنفيذها ضعيف المستوى فمن الممكن أن يجعل ذلك المستخدمين يفرون منها، ويكرهون التطبيق أو يحذفونه، وقد أكدت إحدى الدراسات أنه يتم إرسال حوالي 50 بليون إشعار إلى 900 مليون مستخدم عام 2018 حول العالم، وأن 91,1% من مستخدمي الأندرويد و43,9% من مستخدمي IOS يتصفحون الإشعارات، ويرجع الأمر إلى أن نظام IOS لا بد فيه من موافقة المستخدم أولاً على استقبال هذه الإشعارات، في حين أن نظام الأندرويد يستقبل الإشعارات دون الحاجة لذلك (Uitlund, 2020).

### شخصنة الإشعارات الإخبارية:

الهدف الرئيس من شخصنة الإشعارات هو دعم الوظيفية، والتي تتوافق مع احتياجات واهتمامات المستخدمين دون بذل مجهود في البحث عنها، فنظام التخصيص هو بناء ملف تعريف لكل مستخدم وإرسال المحتوى الإخباري وفقاً لهذا الملف، فشخصنة الإشعارات على سبيل المثال ترسل معلومات متخصصة وأخرى مبسطة يستطيع المستخدم تذكرها.

وهناك نوعان من التخصيص، أحدهما يعتمد على الانتقاء الأساسي، والآخر فردي، فالأول يجمع المستخدمين كمجموعة وفقاً لسماتهم الديموغرافية، وفي الآخر يتم تخصيص ملف لكل مستخدم بناء على تاريخ تصفحه للإنترنت، ومن مزايا هذا التخصيص: تحسين خبرات المستخدم بالموقع الإلكتروني، وهو لا يتطلب أي جهد. أما عيوبه فهذا النظام يضمن فقط احتياجات كل فرد، ولكن قد تكون خطأ، وبعض المستخدمين يكون لديهم اعتقاد عندما يخمن النظام ما يحتاجونه بأنهم مراقبون، ولذا يجب تصميم رسائل الإشعارات وفق قواعد علمية (Uitlund, 2020).

تصميم رسائل الإشعارات: أقر نيلسون رومان خمس قواعد أساسية لتصميم رسائل الإشعارات (Ida, 2020)، وهي:

1. أن تجعل المستخدمين يكتشفون التطبيق قبل سؤالهم عن قبول إشعاراته أو لا.
2. إخطار المستخدمين عن الإشعارات التي يتم إرسالها وعددها، ونوعها، ومحتواها، ووقت إرسالها لتزيد من الشفافية لدى المستخدمين.
3. عدم تكرار الإشعارات المتعددة، فهم يفضلون استقبال عدد قليل من الإشعارات.

4. عدم إرسال أي إشعارات ليس لها علاقة بموضوع الخبر؛ لأنها قد تترك المستخدم وتزعجه.
5. أن يكون من السهل غلق الإشعارات؛ لأنها في حالة صعوبة غلقها قد تفقد مصداقيتها.

### المعايير الواجب مراعاتها في إشعارات الأخبار:

التحدي الأكبر المتمثل في شخصنة الأخبار من خلال إشعارات الدفع الشخصية، والهدف هو العثور على الأخبار الأكثر صلة لكل مستخدم مع جلب الأخبار المتنوعة، ويجب أن تستوفي الإشعارات المعايير التالية:

- **التخصيص:** يجب إضفاء الطابع الشخصي على الإشعارات، ومراعاة اهتمامات وتفضيلات المستخدمين.
- **قابلية للتفسير:** ينبغي أن يكون السبب في إرسالها قابلاً للتفسير لتبرير التوصيات، وشعور المسؤولين بالرضا.
- **أن تتضمن الأخبار المهمة:** بعض النظر عن درجة التخصيص، ويجب أن تقوم الإشعارات بإعلام المستخدمين بالأخبار العاجلة والتحديثات المهمة.
- **التنوع:** عرض الآراء المختلفة للتأكد من أن التوصيات المخصصة لا تخلق فقاعات لتتقيح الأخبار للمستخدمين، ويجب أن يعرض النظام مقترحات متنوعة. ولا يدعم بشكل دائم الرأي الذي غالبًا ما يقرؤه المستخدم، خاصة فيما يتعلق بالمحتوى الإخباري، مع مراعاة الموضوعية.
- **تجنب الأخبار المحلية المفرطة:** لا يجب إرسال الأخبار المحلية بشكل مفرط إلا إذا تم تخصيص إشعارات لذلك من جانب المستخدم؛ لأنها ترتبط بعدد قليل من المستخدمين، ولكن بالنسبة لهؤلاء المستخدمين فهم يهتمون بما هو قريب منهم.
- **مراعاة المستخدمين:** أغلب المستخدمين الذي يعتمدون على التطبيقات الإخبارية ليس لديهم حساب لمعرفة تفضيلاتهم كما هو الحال في المنصات الاجتماعية؛ ولذا يجب معرفة تفضيلاتهم.
- **معالجة مشكلة البداية الباردة:** فالتحدي الكبير في التطبيقات الإخبارية هو البداية الباردة، فكثير من الأخبار الأكثر أهمية تفقد أهميتها بمرور وقت قصير ولا يكون بها تفاعلات أو بها تفاعلات محدودة من قبل المستخدمين (Loni, 2019).

### نظام الإشعارات يتكون من ثلاثة مكونات رئيسة هي: (Loni, 2019)

1. وسيلة الدفع: وفيه يعالج المقالات المنشورة، ودفعها إلى المستخدمين ذوي الصلة.
2. وسيلة التحليل: يعالج تفاعلات المستخدمين، ويحافظ على ملفاتهم الشخصية.
3. وسيلة التقييم: يحدد النماذج التي ينبغي استخدامها، والحفاظ على التجارب والاختبارات وجميع ردود فعل المستخدمين.

### نتائج الدراسة الميدانية:

كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن عدد مستخدمي الهاتف المحمول من نظام الأندرويد (270)

مفردة بنسبة %81,6 وعدد مستخدمي iPhone (61) مفردة بنسبة %18,4، وهو أمر طبيعي من وجهة نظر الباحثة، حيث إن الهواتف المحمولة الذكية من النوع الأندرويد هي الأكثر انتشارًا؛ لأنها الأرخص سعرًا مقارنة بالهواتف من النوع (IOS iPhone).

جدول (2) نوع التطبيقات الإخبارية

نوع التطبيقات	ك	%
اليوم السابع	148	44,7%
جوجل نيوز Google News	121	36,6%
المصري اليوم	80	24,2%
بي بي سي BBC	74	22,4%
نبض	57	17,2%
سكاي نيوز Sky News	54	16,3%
الأهرام	52	15,7%
سي إن إن CNN	41	12,4%
الأخبار	39	11,8%
الجزيرة	28	8,5%
رويترز Reuters	25	7,6%
مايكروسوفت نيوز Microsoft News	23	6,9%
فرانس 24	11	3,3%
الوفد	11	3,3%
الجارديان Guardian	5	1,5%
الإجمالي	ن=331	

تبين من الجدول السابق أن أكثر تطبيق تم استخدامه هو اليوم السابع بنسبة %44,7، واتفقت هذه النتيجة مع النتائج التي توصلت إليها دراسة (شيرين عمر، 2018) حيث كان تطبيق اليوم السابع في المرتبة الأولى أيضًا بنسبة %58، ثم جوجل نيوز بنسبة %36,6، وجاء في المرتبة الثالثة والرابعة تطبيق (المصري اليوم) و(بي بي سي) بنسبة %24,2، %22,4 على التوالي، وتطبيق فرانس 24 والوفد والجارديان في المرتبة الأخيرة حيث إنها الأقل استخدامًا من قبل عينة الدراسة بنسبة %3,3، %3,3، %1,5 على التوالي.

كان معدل استخدام التطبيقات الإخبارية من قبل المبحوثين عدة مرات في الأسبوع هو (126) مفردة بنسبة %38,1، ثم الاستخدام اليومي وعددهم (108) بنسبة %32,6 ثم الاستخدام المنخفض وهو عدة مرات في الشهر عددهم (97) مفردة بنسبة %29,3. وعدد مستخدمي التطبيقات منذ أقل من عام كان (132) مفردة بنسبة %39,9، ثم من عام إلى 3 أعوام (108) مفردة بنسبة %32,6، ثم أكثر من ثلاث سنوات (91) مفردة بنسبة %27,5، وهو أمر منطقي من وجهة نظر

الباحثة لأن تطبيقات الهواتف الذكية من وسائل الإعلام الحديثة وبدأت في الانتشار، وهو ما يفسر الاستخدام الحديث لهذه التطبيقات.

الموضوعات التي يفضل المبحوثون قراءتها عبر التطبيقات الإخبارية جاءت في المرتبة الأولى الموضوعات السياسية بنسبة (53,2%)، ثم الرياضية بنسبة (46,2%)، والثقافية بنسبة (45%)، ثم الفنية بنسبة (44,1%)، والطبية (37,5%)، والتكنولوجية (34,7%)، والعلمية والأكاديمية (26,9%)، وجاءت الأخبار الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بنسبة (26%). ويدل ذلك من وجهة نظر الباحثة على وعي المبحوثين بأهمية الشؤون السياسية، وحرصهم على متابعة الأخبار السياسية والرياضية والثقافية؛ لأنها تدخل ضمن اهتماماتهم، خاصة أن معظم أفراد العينة من الشباب، وقد يكون السبب في تفضيلات المبحوثين للأخبار لهذه النوعية من الأخبار أن أغلبهم من الذكور، وهو ما أكدت عليه مجموعات بؤر النقاش.

وهو ما أكدت عليه النظرية المعرفية، حيث إن الأخبار الخفيفة السهلة ترتبط بنقاط الضعف البشرية ونسيج حياتنا البشرية، وتلعب الأحداث المنتظمة وغير المنتظمة دورًا مهمًا في بناء الأخبار، وترتبط الأساليب الصحفية بأنواع الأخبار المختلفة، ودقتها، وشكل صياغتها، والتي تختلف فيها الأخبار الجادة عن الخفيفة.

وكشفت نتائج الدراسة عن أن عدد المبحوثين ممن يقومون بتفعيل الإشعارات الخاصة بالتطبيقات الإخبارية لاستقبالها (186) مبحوثًا بنسبة (56,2%)، وعدد من لا يقومون بذلك (145) مبحوثًا بنسبة (43,8%).

وجاء في مقدمة أسباب تفعيل الإشعارات: المساعدة في معرفة الأحداث الجارية في لحظتها، حيث كان عدد المبحوثين 150 مبحوثًا بنسبة 80,6%، وفي المرتبة التالية: أن الإشعارات وسيلة مهمة للبقاء على اطلاع دائم على الأخبار من حولنا، وعددهم 71 بنسبة 38,2%، ثم إمكانية قراءة الإشعارات حتى ولو كانت الشاشة مغلقة وعددهم 42 بنسبة 22,3%، واقتربت نسبة السببين: الاعتماد على استقبال الإشعارات على الهاتف، والثقة في الأخبار العاجلة التي ترسل عبر الإشعارات في المرتبة الأخيرة وعددهم (29)، (17) مبحوثًا على التوالي، بنسبة 15,6%، 9,1% على التوالي.

وهذا يدل من وجهة نظر الباحثة على أن هناك اعتمادًا من المبحوثين لاستقبال إشعارات الأخبار؛ لتلبية احتياجاتهم، واعتمادهم بشكل فعال على الإشعارات للأخبار العاجلة لمعرفة ما يدور حولهم من أحداث، ونتيجة لذلك أن تكون هناك تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية، وهذا ما تؤكدته نظرية الاعتماد حيث قلت نسبة المبحوثين الذين يفعلون الإشعارات لمجرد الاعتماد على استقبال الإشعارات والثقة في الأخبار؛ لأن المبحوثين يختارون تطبيقات إخبارية يتقنون بها للاطلاع على ما يرسل إليهم من إشعارات إخبارية.

جاء اهتمام المبحوثين بالأخبار العالمية في مقدمة طبيعة الأخبار، حيث كان عددهم 86 مبحوثًا بنسبة 46,2%، ثم الأخبار المحلية وعددهم 78 بنسبة 41,9%، وتساوت نسبة الاهتمام بالأخبار الإقليمية وجميع الأخبار سواء كانت عالمية أو محلية أو إقليمية، حيث جاءت في المرتبة الأخيرة،



وعدددهم 11 مبحوثًا بنسبة 5,9%. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة da& Pechansky (2019) Fontoura حيث أكدت أن معلومات العالم معلومات مطلوبة في عملية الاتصال أكثر مما في الماضي. كما كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن المبحوثين الذين يقومون بشخصنة الأخبار عددهم 100 مبحوث بنسبة 53,8%، والذين لا يقومون بذلك عددهم 86 مبحوثًا بنسبة 46,2%، ومن ثم فإن الجدول التالي يرصد أسباب الشخصنة المتمثلة في العوامل التكنولوجية والنفسية والاجتماعية والمعرفية مع من يقومون فقط بعملية شخصنة إشعارات الأخبار وعدددهم 100 مبحوث فقط.

جدول (3) أسباب تخصيص وشخصنة إشعارات الأخبار عبر التطبيقات

ن=100 الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		أسباب التخصيص	
		%	ك	%	ك	%	ك		
0,512	2,60	1%	1	38%	38	61%	61	لا يتطلب استقبال الإشعارات الإخبارية مهارات تكنولوجية معقدة من المستخدم	عوامل تكنولوجية
0,473	2,72	1%	1	26%	26	73%	73	إمكانية الحصول على الأخبار العاجلة التي تم اختيارها دون فتح التطبيق الإخباري	
0,523	2,64	2%	2	32%	32	66%	66	شخصنة الأخبار العاجلة وإرسال إشعاراتها عبر التطبيق ميزة تكنولوجية سهلة الاستخدام	
0,530	2,61	2%	2	35%	35	63%	63	قراءة فقط ما يدخل ضمن الاهتمامات لذا أقوم بشخصنة الأخبار	عوامل نفسية
0,634	2,39	8%	8	45%	45	47%	47	أشعر بالخصوصية والثقة عندما ترسل لي الأخبار التي أقوم باختيار موضوعاتها	
0,695	2,39	12%	12	37%	37	51%	51	أشعر بالملل عند استقبال إشعارات كثيرة لذا أقوم بشخصنة الأخبار	

0,674	2,10	18%	18	54%	54	28%	28	تساعد الإشعارات الإخبارية بعد شخصيتها في تغيير أفكار الآخرين وأرائهم	عوامل اجتماعية
0,590	2,43	5%	5	47%	47	48%	48	شخصنة الأخبار وتخصيصها تساعدني على مشاركتها مع أصدقائي وأقاربي وأسرتي	
0,649	2,27	11%	11	51%	51	38%	38	إرسال الإشعارات الإخبارية عبر التطبيقات والتفاعل معها يشعر الفرد أنه عضو فعال في المجتمع	
0,609	2,45	6%	6	43%	43	51%	51	شخصنة الأخبار تزيد من إمكانية الحصول على معلومات كثيرة عبر الإشعارات	عوامل معرفية
0,544	2,63	3%	3	31%	31	66%	66	يمكن معرفة الأخبار العاجلة التي قمت بتخصيصها دون بذل جهد وفي أسرع وقت	
0,701	2,44	12%	12	32%	32	56%	56	يمكن استعادة الإشعارات الإخبارية المرسله عبر التطبيق كلما احتجت إليها	

اقتربت قيمة المتوسط الحسابي للعوامل التكنولوجية والنفسية والاجتماعية والمعرفية من بعضها. وكذلك جاءت عبارتا: (شخصنة الأخبار العاجلة وإرسال إشعاراتها عبر التطبيق ميزة تكنولوجية سهلة الاستخدام)، (لا يتطلب استقبال الإشعارات الإخبارية مهارات تكنولوجية معقدة من المستخدم) في مقدمة العوامل التكنولوجية، وعبارة: (قراءة فقط ما يدخل ضمن الاهتمامات لذا أقوم بشخصنة الأخبار) في مقدمة العوامل النفسية، وتساوت قيمة المتوسط الحسابي للعبارات: (أشعر بالخصوصية والثقة عندما ترسل لي الأخبار التي أقوم باختيار موضوعاتها)، (أشعر بالملل عند استقبال إشعارات كثيرة لذا أقوم بشخصنة الأخبار). أما العوامل الاجتماعية فجاءت عبارة: (شخصنة الأخبار وتخصيصها تساعدني على مشاركتها مع أصدقائي وأقاربي وأسرتي) في مقدمة الأسباب الاجتماعية لشخصنة الأخبار، ثم (إرسال الإشعارات الإخبارية عبر التطبيقات والتفاعل معها يشعر الفرد أنه عضو فعال في المجتمع)، (تساعد الإشعارات الإخبارية بعد شخصيتها في تغيير أفكار الآخرين وأرائهم).

وفي العوامل المعرفية جاءت عبارة: (إمكانية معرفة الأخبار العاجلة التي قمت بتخصيصها دون بذل جهد وفي أسرع وقت) في مقدمة العوامل المعرفية، ثم (شخصنة الأخبار تزيد من إمكانية

الحصول على معلومات كثيرة عبر الإشعارات)، (يمكن استعادة الإشعارات الإخبارية المرسلة عبر التطبيق كلما أحتاج إليها).

وهو ما أكدته النظرية المعرفية حيث يرتبط نظام عد الأخبار العشري بالاختيار الذاتي للمستخدم كجزء من العد العشري، كما يعتمد على الأخبار يوفرها الصحفيون استناداً إلى نظريات المعرفة الإخبارية الصحفية كجزء من تواجدهم على وسائل التواصل الاجتماعي ومشاركتهم للروابط، وتم اقتباس مصطلح الشعور المعنوي Gut feeling حيث ارتبط تحديد الأخبار بنهج حدسي، وتعتمد أنظمة العد على التخمينات الإحصائية ودرجة الثقة وتوقع احتمال علاقتها بالمستخدم، والتعلم من سلوك المستخدمين الفردية.

ويجدر بالذكر أن عدد من يقومون بشخصنة إشعارات الأخبار بالتطبيقات هم (100) مبحوث؛ ومن ثم يتم رصد العوامل المؤثرة على تفعيل الإشعارات واستقبالها وفقاً لهذا العدد، حيث تم استبعاد (86) مبحوثاً لأنهم لا يقومون بالشخصنة، في حين أنه تم رصد التأثيرات المترتبة على درجة الاعتماد على الإشعارات بالتطبيقات الإخبارية ممكن يقومون بتشارك الأخبار عبر الإشعارات، وهم (105) مبحوثين.

جدول(4) العوامل المؤثرة في استقبال الإشعارات التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات التطبيقات الإخبارية.

العوامل المؤثرة في استقبال الإشعارات	مرتفع		متوسط		منخفض		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن=100
	ك	%	ك	%	ك	%			
عوامل تكنولوجية	69	31%	31	31%	—	—	1,07233	7,9600	100
عوامل نفسية	47	47%	52	52%	1	1%	1,20517	7,3900	100
عوامل اجتماعية	32	32%	62	62%	6	6%	1,44250	6,8000	100
عوامل معرفية	57	57%	41	41%	2	2%	1,42475	7,5200	100
التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات التطبيقات الإخبارية	مرتفع		متوسط		منخفض		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن=105
	ك	%	ك	%	ك	%			
آثار معرفية	72	68,6%	33	31,4%	—	—	1,45299	10,4190	105
آثار وجدانية	46	43,8%	52	49,5%	7	6,7%	1,84038	9,3048	105
آثار سلوكية	44	41,9%	57	54,3%	4	3,8%	1,67578	9,2571	105

ومما تقدم تكشف نتائج الجدول السابق عن أن جاءت العوامل التكنولوجية في بداية العوامل المؤثرة في شخصنة المبحوثين للأخبار عبر التطبيقات الإخبارية؛ حيث المتوسط الحسابي قيمته 7,9600 ثم العوامل المعرفية؛ حيث كان المتوسط الحسابي 7,5200، والعوامل النفسية متوسطها

الحسابي 7,3900، وأخيراً العوامل الاجتماعية متوسطها الحسابي 6,8000. وهذه النتيجة منطقية حيث إن الهدف الأساسي من تفعيل الإشعارات هو تجربة تكنولوجيا جديدة بالتطبيقات الإخبارية، وتوظيفها في معرفة ما يدور حول المبحوثين من أخبار عاجلة، فهذا هو الغرض الأساسي من شخصنة الأخبار.

وهو ما أكدت عليه مجموعتنا النقاش، حيث أشار أفراد المجموعتين إلى أن فائدة الشخصنة هو التعرض لإشعارات معينة تدخل في دائرة الاهتمامات ومعرفة الأخبار العاجلة.

وما يؤكد على ذلك التأثيرات المعرفية التي جاءت في مقدمة التأثيرات وفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث كان المتوسط الحسابي للتأثيرات المعرفية 10,4190، ثم التأثيرات الوجدانية متوسطها الحسابي 9,3048، وأخيراً التأثيرات السلوكية ذات المتوسط الحسابي 9,2571.

أما عن أسباب عدم تخصيص واختيار الموضوعات التي يستقبلها المبحوثون عبر التطبيقات الإخبارية فجاءت عبارة «لأنني أحب الاطلاع على جميع الأخبار، أيًا كانت موضوعاتها» في مقدمة أسباب عدم الشخصنة، وعددهم: 71 مبحوثاً بنسبة 82,6%، ثم عبارة «لأنني لا أعرف كيفية التحكم في نوعية الأخبار المرسله عبر التطبيق الإخباري» وعددهم 13 مبحوثاً بنسبة 15,1%، وعبارة «لأن هذه الخاصية غير متوافرة في التطبيق الإخباري لدي» وعددهم 8 مبحوثين وبنسبة 9,3%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة «لا أهتم بالاختيار، حيث يتم استقبال ما يأتي، لأن ما يأتيني أعلم أنه الأهم» وهو مبحوث واحد فقط بنسبة 1,2%.

وهذه الأسباب أكدتها النظرية المعرفية؛ حيث إن معرفة المستخدمين لا تشمل معرفتهم الإخبارية فقط، وإنما عن كيفية وسبب اختيار المستخدمين إنتاج ومشاركة الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي كتعبير عن القواعد والإجراءات والروتين، ويشمل استهلاك الأخبار على الإنترنت عناصر الانتماء الاجتماعي، وعناصر البحث عن المعلومات، حيث يتعرض مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة الشباب، للأخبار بشكل عرضي، وعلى الرغم من ذلك لا تنتج أو تشارك الأخبار بشكل عشوائي، ويفضل المستخدمون أنواع معينة من الأخبار، وهي الأكثر مشاركة، حيث تحتوي على الترفيه والمفاجآت والأخبار السيئة.

وكانت أكثر الأوقات تفضيلاً من جانب المبحوثين والتي يحبون استقبال الإشعارات الإخبارية بها عند حدوث أخبار عاجلة، حيث كان عددهم 109 مبحوثين وبنسبة 58,6%، ثم من بعد الساعة التاسعة مساءً وعددهم 26 مبحوثاً، بنسبة 14%، ومن الساعة 2 مساءً حتى 9 مساءً عددهم 23 مبحوثاً وبنسبة 12,4%، وجاءت الأوقات الصباحية هي الأقل تفضيلاً من جانب المبحوثين، حيث جاء الوقت من الساعة 9 صباحاً حتى الساعة 12 ظهراً وعددهم 17 مبحوثاً بنسبة 9,1%، ومن الساعة 12 ظهراً حتى 2 عصرًا وعددهم 11 مبحوثاً بنسبة 5,9%.

وقد أكدت مجموعتنا بؤر النقاش أن أكثر الأوقات استقبلاً للإشعارات عند حدوث أخبار عاجلة، وفي الصباح الباكر؛ لمعرفة كل ما هو جديد، وفي المساء لمعرفة ما حدث خلال اليوم ولم يتابع نتيجة انشغالهم بالدراسة.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (2020) Utitlund حيث إن المدة الزمنية ما بين

9 مساءً و12 صباحًا تكون ذروة استقبال الإشعارات الإخبارية، بينما يقل استقبالها ما بين 12 مساءً إلى 2 مساءً. وقد يرجع سبب الاختلاف إلى السمات الديموجرافية ونمط الحياة للعينة في الدراستين. وكشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن عدد المبحوثين الذين يتشاركون الأخبار التي ترسل إليهم عبر التطبيقات الإخبارية 105 مبحوثين، وبنسبة %65,5، وعدد ممن لا يتشاركونها 81، وبنسبة %43,5، وعدد مرات تشارك المبحوثين للأخبار التي يتم استقبالها عبر أوقات غير محددة 60 مبحوثًا بنسبة %57,1، وأكثر من مرة في اليوم عددهم 17 بنسبة %16,2، ومرة واحدة في اليوم عددهم 12 مبحوثًا بنسبة %11,4، وأكثر من مرة في الأسبوع عددهم 10 مبحوثين وبنسبة %9,5، ومرة واحدة في الأسبوع عددهم 6 مبحوثين وعددهم %5,7.

وهو ما أكد عليه الاتصال الذاتي الجماهيري بنظرية المجتمع الشبكي؛ وهو أن استخدام الشباب في جميع أنحاء العالم للإنترنت كوسيلتهم المفضلة للحصول على المعلومات، وتقوم هذه النظرية على فكرة المجموعات في الشبكات، وأشارت إلى أهمية بعض مزايا الشبكة التي تؤثر على التفاعل مثل: حجم الشبكة والعلاقات الاحتمالية، وأن المجتمع يتكون من مجموعة من المجموعات التي لديها علاقات ذات طبيعة مختلفة ولها سمتان أساسيتان هما أن هناك روابط شخصية بين الأفراد الذين يتشاركون القيم والمعتقدات المشتركة، والثانية العلاقات غير رسمية وفعالة بين الأفراد، وهو ما يقوم به المبحوثون عند تشارك الأخبار العاجلة التي يتم إرسالها لهم عبر التطبيقات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ويجدر بالذكر أنه تم تحديد اتجاهات المبحوثين نحو التأثيرات المترتبة على استقبال الإشعارات بالتطبيقات الإخبارية ممن يتشاركون فقط وعددهم 105 مبحوثين.

جدول (5) الاتجاهات نحو التأثيرات المترتبة على استقبال إشعارات التطبيقات الإخبارية

ن=105 الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		التأثيرات المترتبة على استقبال الإشعارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
0,387	2,82	—	—	78,1%	19	81,9%	86	استقبال إشعارات التطبيقات الإخبارية يزيد من معرفتي بالأخبار العاجلة أولاً بأول.
0,519	2,65	1,9%	2	31,4%	33	66,7%	70	الإشعارات المرسله تطلع الفرد على ما يحدث حولي من أخبار حول العالم.
0,632	2,42	7,6%	8	42,9%	45	49,5%	52	الإشعارات تساعد في استعادة المعلومات والأخبار كلما احتجت إلى الرجوع إليها.
0,556	2,53	2,9%	3	41%	43	56,2%	59	الأخبار التي ترسل عبر الإشعارات تقدم معلومات ونصائح فتريد من الثقافة.

0,631	2,41	7,6%	8	43,8%	46	48,6%	51	الشعور بالخصوصية عند استقبال إشعارات الأخبار التي يتم اختيارها فقط من خلال التطبيق الإخباري.	التأثيرات الوجدانية
0,665	2,35	10,5%	11	43,8%	46	45,7%	48	الشعور بالتميز عند الحصول على الأخبار العاجلة عبر الإشعارات قبل الآخرين.	
0,720	2,32	8,6%	9	50,5%	53	41%	43	استقبال الأخبار الجارية عبر إشعارات التطبيقات يزيد من الثقة بالنفس للإلمام بالمعلومات العامة والأحداث الجارية.	
0,720	2,22	17,1%	18	43,8%	46	39%	41	تخفي الملل والهروب من ضغوط الحياة من خلال الاطلاع على الأخبار المرسله عبر التطبيقات الإخبارية.	
0,733	2,30	16,2%	17	38,1%	40	45,7%	48	تشارك الأخبار المرسله عبر إشعارات التطبيقات الإخبارية مع الآخرين.	التأثيرات السلوكية
0,556	2,48	2,9%	3	46,7%	49	50,5%	53	تساعد الإشعارات المرسله عبر التطبيقات على تصفح التطبيق الإخباري نفسه.	
0,615	2,21	10,5%	11	58,1%	61	31,4%	33	عند استقبال أي إشعارات إخبارية يتم قراءتها فوراً	
0,672	2,28	12,4%	13	47,6%	50	40%	42	يتم البحث عن الأخبار في مواقع أخرى	

اقتربت قيم المتوسط الحسابي للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية من بعضها، وهو ما أكدت عليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام؛ حيث إن الخطوة الأولى هي التعرض الانتقائي بالاعتماد على وسيلة أو أكثر من وسائل الإعلام، وملاحظة التعرض، وأن الاعتماد ينشط في أثناء عملية التعرض، وفي حالة عدم التفاعل يحدث خروج من عملية الاعتماد، واستند التحديث بالنظرية في الخطوة الثانية إلى أنه (كلما زادت درجة الاعتماد زادت درجة المعرفة كالانتباه والإعجاب والكره)، والخطوة الثالثة (كلما زادت درجة الغضب والإثارة زادت درجة المشاركة في معالجة المعلومات)، والخطوة الرابعة (كلما زادت درجة المشاركة زادت احتمالات التأثيرات المعرفية والسلوكية من وسائل الإعلام).

ويرى المبحوثون أن إشعارات التطبيقات الإخبارية تعد بديلاً لوسائل الإعلام الأخرى، وعددهم 71 مجوئاً بنسبة 67,6%، والذين لا يعتبرونها بديلاً لوسائل الإعلام الأخرى عددهم 34 بنسبة 32,4%.

وهو ما أكدت عليه مجموعتا بؤر النقاش؛ لأن الهاتف المحمول وما عليه من تطبيقات بديل للوسائل الإعلامية الأخرى، وهناك دائماً تطوير في التطبيقات لأنها الوسيلة الأسرع والأسهل،

ويكون متحرِّكاً مع الفرد أينما كان، ويمكن الاطلاع على إشعارات الأخبار أي وقت وفي أي مكان. فقد كانت درجة الاعتماد على إشعارات التطبيقات الإخبارية كمصدر رئيسٍ للأخبار العاجلة متوسطة، جاءت في المرتبة الأولى حيث عدد المبحوثين 66 مبحوثاً بنسبة 62,9%، ودرجة الاعتماد كبيرة جاءت في المرتبة التالية، حيث كان عدد المبحوثين 30 مبحوثاً بنسبة 28,6%. وقد يكون ذلك نتيجة اعتماد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثة في تلقي الأخبار بجانب التطبيقات الإخبارية، وهو ما أكدت عليه نظرية الاعتماد، حيث يلجأ الفرد لوسيلة أو أكثر للبحث عن المعلومات.

ومن ضمن المزايا التي تتحقق لدى المبحوثين من إشعارات التطبيقات الإخبارية للمستخدم، جاءت ميزة قراءة الأخبار بشكل سريع وسهل في المرتبة الأولى، وعددهم 95 مبحوثاً وبنسبة 90,5%، وفي المرتبة التالية تحقيق السيق في معرفة الأخبار في المجال المفضل، وعددهم 45 وبنسبة 42,9%، ثم الوصول إلى مزيد من المعلومات، وعددهم 36 وبنسبة 34,3%، وإمكانية تشارك الأخبار على الهاتف والدخول عليه في أي وقت، وعددهم 31 مبحوثاً وبنسبة 29,5%، وأخيراً سهولة التعامل مع الإشعارات الإخبارية، وعددهم 28 وبنسبة 26,7%.

أما عن عيوب إشعارات التطبيقات الإخبارية للمستخدم من وجهة نظر المبحوث، فجاء في المرتبة الأولى أنها تحتاج إلى باقة إنترنت، وعددهم 63 مبحوثاً بنسبة 60%، وقد يرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى سوء خدمات الإنترنت في مصر، وهو ما يؤثر في اتجاه المبحوثين نحو استقبال إشعارات التطبيقات الإخبارية، وهو ما أكدته بالفعل مجموعات بؤر النقاش، ثم عبارة أنها تحتاج إلى هاتف محمول ذكي وبه ذاكرة كبيرة، وعددهم 41 مبحوثاً، وبنسبة 39%، ثم عبارة أنه يحتاج إلى تطبيق إخباري لا بد من تثبيته على الهاتف، وعددهم 31 مبحوثاً وبنسبة 29,5%، وجاءت صعوبة التعامل مع الإشعارات في المرتبة الأخيرة، وعددهم 5 مبحوثين فقط بنسبة 4,8%. واتضح أن عيوب إشعارات التطبيقات الإخبارية قد تلخصت في مشكلات تقنية وتكنولوجية، وهو ما يؤكد على فكرة صعوبة الشخصية للإشعارات لمن ليس لديه خبرات تكنولوجية وتقنية فيما يتعلق بالتطبيقات الإخبارية.

ويجدر بالذكر أن عدد المبحوثين الذين قاموا بالإجابة عن أسباب عدم تفعيل الإشعارات عددهم (145) مبحوثاً، حيث كان عدد الذين يقومون بتفعيلها (186) مبحوثاً من إجمالي المبحوثين (331).

جدول (6) أسباب عدم تفعيل إشعارات الأخبار العاجلة

ن=145 الاحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		أسباب عدم تفعيل إشعارات الأخبار العاجلة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0,651	2,28	11%	16	50,3%	73	38,6	56	لأن تنبيه الإشعارات يسبب لي الارتباك
0,500	2,74	2,8%	4	20,7%	30	76,6%	111	كثرتها يسبب لي الإزعاج



0,649	2,05	18,6%	27	57,9%	84	23,4%	34	لأنها تقدم أخبارًا مكررة ولا تقدم جديدًا
0,561	1,58	45,5%	66	51%	74	3,4%	5	لأن هاتفي المحمول به مشكلة تقنية
0,598	2,06	15,2%	22	64,1%	93	20,7%	30	لا أثق في الأخبار العاجلة التي ترسل عبر الإشعارات
0,651	2,31	10,3%	15	48,3%	70	41,4%	60	أحصل على الأخبار العاجلة من وسائل الإعلام الأخرى
0,648	2,13	15,2%	22	56,6%	82	28,3%	41	صعوبة وقف تلك الإشعارات إذا أردت ذلك

ويتبين من الجدول السابق أن قيم المتوسط الحسابي لأسباب عدم تفعيل إشعارات الأخبار العاجلة تقترب من بعضها البعض، ولكن جاء السبب الأكثر اختيارًا من جانب المبحوثين هو: أن كثرتها يسبب الإزعاج، وأقلها اختيارًا أن الهاتف به مشكلة تقنية. وهو ما أكدت عليه مجموعات بؤر النقاش التي أشارت إلى أن كثرة الإشعارات الإخبارية تسبب الإزعاج وتتسبب في نفاذ شحن الهاتف المحمول، خاصة عند استقبال إشعارات مكررة، وأيضًا في حالة تنزيل أكثر من تطبيق إخباري على الهاتف المحمول، وكذلك سوء خدمات الإنترنت، وكثرة الإعلانات، وخاصة إعلانات الفيديو التي تتسبب في تغطية بعض عناوين الأخبار، أو جزء من الخبر العاجل الذي يقرؤه المستخدم. كما أن هناك بعض التطبيقات لا تستطيع تصنيف الأخبار وشخصنتها بدقة؛ فتتسبب في كثرة إرسال الإشعارات التي ليست مهمة بالنسبة لهم أو تكون كاذبة وتفصيلها غير كاملة.

أما عن العوامل التي تسهم في زيادة استقبال المبحوثين لإشعارات التطبيقات الإخبارية فجاءت عبارة «عندما تتيح مجالات إخبارية تدخل ضمن اهتماماتي» في مقدمة العوامل التي تسهم في زيادة استقبال المبحوثين لإشعارات التطبيقات الإخبارية، وعددهم 226 مبحوثًا بنسبة 68,3%، وهو ما يؤكد على فكرة شخصية الإشعارات، حيث يختار المبحوث فقط ما يدخل ضمن اهتماماته من وجهة نظر الباحثة، ثم عبارة دقة الأخبار والمعلومات المنشورة. وعددهم 185 مبحوثًا بنسبة 55,9%، وهو ما يؤكد على أن مستخدمي التطبيقات الإخبارية على وعي بالهدف الأساسي لاستخدام التطبيقات الإخبارية، وهو الحصول على الأخبار والمعلومات الدقيقة، وتوافر خدمات الإنترنت الجيدة، وعددهم 113 مبحوثًا، وبنسبة 34,1%، ثم «التصميم الإلكتروني الذي يتناسب مع الوسيلة التي يتصفح منها المستخدم التطبيق» وكان عددهم 96 مبحوثًا وبنسبة 29%، وجاء شكل ولون وحجم الخط الخاص بالأخبار الإلكترونية المرسلة في المرتبة الأخيرة وعددهم 59 مبحوثًا وبنسبة 14,8%.

#### نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في شخصية الأخبار عبر التطبيقات (تشارك الأخبار التي ترسل عبر الإشعارات، والمتغيرات الديموجرافية، ونوع الموضوعات الإخبارية التي يتم إرسال إشعاراتها عبر التطبيقات)، وشخصنة المبحوثين

### لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية.

(1-1) توجد علاقة دالة إحصائياً بين مدى تشارك المبحوثين للأخبار التي ترسل عبر الإشعارات وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية. **ثبت صحة هذا الفرض؛** حيث توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين شخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية ومدى تشارك المبحوثين للأخبار في مدى تشارك الأخبار التي ترسل عبر الإشعارات بالتطبيقات الإخبارية، حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  11,733، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0,001 وهذه العلاقة ضعيفة؛ لأن معامل التوافق = 0,251، أي أنها أقل من 0,30.

وبالتالي يتضح وجود علاقة دالة إحصائياً بين مدى تشارك المبحوثين للأخبار التي ترسل عبر الإشعارات وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية. (2-1) توجد علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية.

ومن خلال تحليل بيانات الدراسة الميدانية تبين ثبوت صحة هذا الفرض جزئياً؛ حيث لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين كل من العمر والمستوى الاقتصادي الاجتماعي وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية؛ حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  0,781 و 3,230 على التوالي، وهذه القيم غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0,677، و 0,199. وقد تبين ثبوت صحة هذا الفرض جزئياً فيما يتعلق بالعلاقة بين النوع وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية، حيث كانت قيمة  $\chi^2$  4,726، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0,030 وهذه العلاقة ضعيفة؛ لأن معامل التوافق = 0,159 وهو أقل من 0,30.

وقد تبين ثبوت صحة هذا الفرض جزئياً فيما يتعلق بالعلاقة بين المستوى التعليمي وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية، حيث كانت قيمة  $\chi^2$  6,440، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0,040، وهذه العلاقة ضعيفة؛ لأن معامل التوافق = 0,186 وهو أقل من 0,30.

**ومن ثم تبين ثبوت صحة هذا الفرض جزئياً القائل:** توجد علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموجرافية وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة Ida Uitlund (2020) حيث توصلت إلى أن النظام المقترح بشخصنة الأخبار من النظام المتبع بهذه الدراسة هو الأكثر تفضيلاً لدى المستخدمين لإمكانية شخصنة الأخبار ووجود قيم إخبارية كثيرة بالأخبار التي يتم اختيارها، وأصبحت أكثر انقرائية مقارنة بالأخبار العامة، ويزيد تفاعل المستخدمين عند استهدافهم في إرسال الإشعارات وفقاً لسماتهم الديموجرافية، كالتركيبات السكانية وبياناتهم.

(3-1) توجد علاقة دالة إحصائياً بين طبيعة موضوعات الأخبار (ثقافية، رياضية، سياسية،

طبية، اقتصادية، تكنولوجية، فنية، علمية وأكاديمية) وشخصنة المبحوثين للإشعارات الإخبارية التي ترسل عبر التطبيقات.

تبين من خلال تحليل بيانات الدراسة الميدانية ثبوت صحة هذا الفرض جزئياً، حيث لم تثبت صحته مع الأخبار الثقافية، السياسية، الطبية، الاقتصادية، الفنية، العلمية والأكاديمية؛ حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  0,211، 0,002، 0,834، 1,866، 0,211، 0,000 على التوالي، وهذه القيم غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0,965، 0,646، 0,361، 0,172، 0,646، 0,992 على التوالي. بينما ثبت صحته مع الأخبار الرياضية؛ حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  8,930، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0,003، وهذه العلاقة ضعيفة؛ لأن معامل التوافق = 0,219، وأصغر من 0,30. وهو ما أشارت إليه مجموعات بؤر النقاش أن الأخبار الرياضية هي من أكثر الموضوعات التي تدخل في دائرة اهتمامات الأشخاص، وخصوصاً الذكور، رغم الإشارة إلى أن هناك اهتمامات أيضاً بأخبار الذهب ضمن الأخبار الاقتصادية والقضايا العاجلة. وثبت صحته أيضاً مع الأخبار التكنولوجية؛ حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  10,165، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0,001، وهذه العلاقة ضعيفة؛ لأن معامل التوافق = 0,234 وهو أصغر من 0,30.

ومما سبق يتضح ثبوت صحة هذا الفرض جزئياً القائل: «توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل المؤثرة في شخصنة الأخبار عبر التطبيقات، وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية» حيث توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من تشارك الأخبار التي ترسل عبر الإشعارات والنوع والمستوى التعليمي وطبيعة الموضوعات الإخبارية التي يتم إرسال إشعاراتها عبر التطبيقات، وشخصنة المبحوثين للأخبار.

**الفرض الرئيسي الثاني:** توجد علاقة دالة إحصائياً بين نظام تشغيل الهاتف المحمول للمبحوثين، والعوامل المؤثرة في تفضيلات المبحوثين لإشعارات التطبيقات الإخبارية، والتي تشمل العوامل التالية: معدل استخدام المبحوثين لهذه التطبيقات الإخبارية، ومدة تعامل المبحوثين مع إشعارات التطبيقات الإخبارية، ومدى تفعيل الإشعارات الإخبارية، وطبيعة الأخبار التي يفضلها المبحوثون، ومدى شخصنة إشعارات الأخبار بالتطبيقات الإخبارية، ومدى تشارك الأخبار التي ترسل عبر الإشعارات، واتجاه المبحوثين نحو إشعارات التطبيقات باعتبارها بديلاً لوسائل الإعلام، ودرجة الاعتماد على الإشعارات كمصدر للأخبار العاجلة.

لم تثبت صحته مع معدل استخدام المبحوثين لهذه التطبيقات الإخبارية ومدة تعامل المبحوثين مع إشعارات التطبيقات الإخبارية، ومدى تفعيل الإشعارات الإخبارية، وطبيعة الأخبار التي يفضلها المبحوثون، ومدى تشارك الأخبار التي ترسل عبر الإشعارات، واتجاه المبحوثين نحو إشعارات التطبيقات باعتبارها بديلاً لوسائل الإعلام ودرجة الاعتماد على الإشعارات كمصدر للأخبار العاجلة، حيث بلغت  $\chi^2$  = 0,004، 3,358، 8,77، 1,039، 0,848، 0,354، 0,470، 5,305 على التوالي، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0,187، 0,998، 0,349، 0,357، 0,792، 0,552، 0,493، 0,070 على التوالي.

وبالتالي يتضح عدم ثبوت صحة الفرض القائل: توجد علاقة دالة إحصائية بين نظام تشغيل الهاتف المحمول للمبحوثين، والعوامل المؤثرة في تفضيلات المبحوثين لإشعارات التطبيقات الإخبارية. الفرض الرئيس الثالث: توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

الفرض الفرعي (3-1): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للنوع في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

جدول (7) اختبار « T-Test » لمعرفة الفروق بين المبحوثين وفقاً للنوع في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

المتغيرات-	ذكور			إناث			المتغيرات-
	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول	158	2,18	0,789	173	1,90	0,763	معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول
درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة	56	2,13	0,605	49	2,29	0,540	درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول؛ لأن قيم  $t = 3,370$ ، وهذه القيم دالة عند مستوى المعنوية 0,001، وعدم وجود فروق بين الذكور والإناث في درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة؛ لأن قيم  $t = 1,427$  وهذه القيمة غير دالة عند مستوى المعنوية 0,157، وعلى الرغم من ذلك تقترب قيم المتوسط الحسابي للذكور والإناث، وهي 2,18، 1,90، على التوالي في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول؛ ومن ثم تثبت صحة هذا الفرض جزئياً فيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول، ولم تتضح صحته في درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

الفرض الفرعي (3-2): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

جدول (8) تحليل التباين أحادي الاتجاه One WAY ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات المستوى التعليمي في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0,127	2,080	328	2	0,516	2,67	6	متوسط وفوق المتوسط	معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية
				0,772	2,03	259	جامعي	
				0,852	1,98	66	دراسات عليا	
		330		0,787	2,03	331	الإجمالي	
0,374	0,994	102	2	0,837	2,20	5	متوسط وفوق المتوسط	درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة
				0,558	2,16	81	جامعي	
				0,597	2,37	19	دراسات عليا	
		104		0,578	2,20	105	الإجمالي	

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه لم يكن هناك فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة، حيث بلغت قيمة (ف) = 2,080، 0.994 على التوالي، وهذه القيم غير دالة عند مستوى المعنوية 0.127، 0.374 على التوالي؛ ومن ثم لم تتضح صحة الفرض.

**الفرض الفرعي (3-3):** توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للعمر في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

جدول (9) تحليل التباين أحادي الاتجاه One WAY ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات العمر في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0,017	3,450	327	3	0,751	1,94	147	24-18	معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية
				0,819	2,03	141	34-25	
				0,715	2,39	31	40-35	
				0,778	2,33	12	45- 41	
		0,787	2,03	331	الإجمالي			
0,411	0,968	101	3	0,519	2,17	48	24-18	درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيسي للأخبار العاجلة
				0,662	2,15	40	34-25	
				0,522	2,45	11	40-35	
				0,516	2,33	6	45- 41	
		0,578	2,20	105	الإجمالي			

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه لم يكن هناك فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى العمري في درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة، حيث بلغت قيمة (ف) = 0,968، وهذه القيمة غير دالة عند مستوى المعنوية 0,411. وتبين أيضاً أنه هناك فروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى العمري في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية، حيث بلغت قيمة (ف) 3,450، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0,017؛ ومن ثم تتضح صحة الفرض جزئياً فيما يتعلق بمعدل استخدام التطبيقات الإخبارية، ولم تتضح صحته مع درجة الاعتماد على إشعارات التطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

**ولمعرفة مصدر الفروق يتم استخدام اختبار LSD:**

جدول (10) اختبار LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين وفقاً للمستويات العمرية في معدل استخدام التطبيقات ودرجة الاعتماد عليها في الأخبار العاجلة

مستوى المعنوية	الفروق بين المتوسطات	المستويات العمرية	المستويات العمرية	
0,330	-0,090	25 إلى 34 عاماً	من 18 إلى 24 عاماً	معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية
0,004	-0,448	35 إلى 40 عاماً		
0,092	-0,395	41 إلى 45 عاماً		
0,021	-0,359	35 إلى 40 عاماً	25 إلى 34 عاماً	
0,194	-0,305	41 إلى 45 عاماً	من 35 إلى 40 عاماً	
0,839	0,054	41 إلى 45 عاماً		

يتضح من الجدول السابق وجود فروق بين المستوى العمري من 18 إلى 24 عاماً و35 إلى 40 عاماً في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية؛ لأن مستوى المعنوية 0,004، لصالح الأخير؛ وذلك لأن المتوسط الحسابي للمستوى العمري من 35 إلى 40 عاماً = 2,03 في مقابل المستوى العمري من 18 إلى 24 الذي متوسطه الحسابي 1,94.

كما يتضح وجود فروق بين المستوى العمري 25 إلى 34 عاماً والمستوى 35 إلى 40 عاماً؛ لأن مستوى المعنوية 0,021 لصالح الفئة العمرية 35-40 عاماً؛ لأن متوسط معدل استخدام تطبيقات المحمول الإخبارية للفئة العمرية 25-34 عاماً 2,03 في مقابل متوسط الفئة 35-40 عاماً 2,39. ووجود فروق بين 35 إلى 40 عاماً و18 إلى 24 عاماً في معدل استخدام التطبيقات الإخبارية لأن مستوى المعنوية 0,004 لصالح الفئة العمرية 35-40 عاماً؛ لأن المتوسط الحسابي لها 2,39 في مقابل المتوسط الحسابي 1,94 للفئة العمرية من 18 إلى 24 عاماً.

ويتضح وجود فروق من 35 إلى 40 عاماً والفئة من 25 إلى 34 عاماً؛ لأن مستوى المعنوية 0,021 لصالح 35 إلى 40 عاماً؛ لأن المتوسط الحسابي لها 2,39 في مقابل الفئة العمرية 25 إلى 34 عاماً 2,03. ولم تتضح فروق بين المبحوثين في باقي الفئات العمرية في معدل استخدام التطبيقات الإخبارية، وكذلك في درجة الاعتماد على إشعارات التطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة؛ لأن مستوى المعنوية أكبر من 0,05.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة أنه كلما زادت الفئة العمرية زاد اهتمامها بمتابعة الأخبار عبر التطبيقات الإخبارية، وقد يرجع ذلك للنضوج الفكري للمبجوثين الأكبر سنًا. الفرض الفرعي (3-4): توجد فروق دالة إحصائية بين المبجوثين وفقًا للمستوى الاقتصادي الاجتماعي في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

جدول (11) تحليل التباين أحادي الاتجاه One WAY ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات المستوى الاقتصادي الاجتماعي في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0,502	0,691	328	2	0,827	2,13	68	مرتفع	معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية
				0,793	2,00	141	متوسط	
				0,760	2,02	122	منخفض	
		330		0,787	2,03	331	الإجمالي	
0,002	6,721	102	2	0,596	2,45	22	مرتفع	درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة
				0,475	1,94	36	متوسط	
				0,579	2,28	47	منخفض	
		104		0,578	2,20	105	الإجمالي	

يتبين من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبجوثين وفقًا للمستوى الاقتصادي الاجتماعي في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية، حيث بلغت قيمة (ف) = 0,691 وهذه القيمة غير دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,502. ويتضح أيضًا أن هناك فروقًا دالة إحصائية بين المبجوثين وفقًا للمستوى الاقتصادي الاجتماعي في درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة، حيث بلغت قيمة (ف) = 6,721، وهذه القيمة دالة عند مستوى المعنوية 0.002 على التوالي.



## ولمعرفة مصدر الفروق يتم عمل اختبار LSD.

جدول (12) اختبار LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الإخبارية ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة

مستوى المعنوية	الفروق بين المتوسطات	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة
0,001	0,510	متوسط	مرتفع	
0,212	0,178	منخفض	متوسط	
0,007	0,332-	منخفض	متوسط	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع والمتوسط في درجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة؛ لأن مستوى المعنوية 001, لصالح المرتفع؛ وذلك لأن متوسط الحسابي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع = 2,45 في مقابل المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط الذي متوسطه الحسابي 1,94. كما يتضح وجود فروق بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط والمنخفض؛ لأن مستوى المعنوية 0,007 لصالح المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض؛ لأن متوسط معدل استخدام تطبيقات المحمول هو 2,28 في مقابل متوسط 1,94.

وبالتالي ثبت صحة الفرض الثالث القائل: توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية كمصدر رئيس للأخبار العاجلة.

الفرض الرئيسي الرابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية). الفرض الفرعي (4-1): توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للنوع في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية).

جدول (13) اختبار «T-Test» لمعرفة الفروق بين المبحوثين وفقاً للنوع في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية)

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة (ت)	إناث			ذكور			
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	
0,312	98	1,016	1,07010	7,8293	41	1,07357	8,0508	59	عوامل تكنولوجية
0,092	98	1,701	1,25620	7,1463	41	1,14878	7,5593	59	عوامل نفسية
0,0695	98	0,393	1,14071	6,7317	41	1,62750	6,8475	59	عوامل اجتماعية
0,420	98	0,809-	1,29634	7,6585	41	1,51092	7,4237	59	عوامل معرفية

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية)؛ لأن قيم ت = 1,016، 1,701، 0,393، 0,809- على التوالي، وهذه القيم غير دالة عند مستوى المعنوية 0,312، 0,092، 0,0695، 0,420 على التوالي؛ ومن ثم لم يتضح صحة هذا الفرض فيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية).

الفرض الفرعي (4-2): توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية).

جدول (14) تحليل التباين أحادي الاتجاه One WAY ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين

مستويات المستوى التعليمي في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0,885	0,122	97	2	1,32916	7,8333	6	متوسط وفوق المتوسط	عوامل تكنولوجية
				1,05604	7,9873	79	جامعي	
				1,12546	7,8667	15	دراسات عليا	
		99	1,07233	7,9600	100	الإجمالي		
0,104	2,320	97	2	1,26491	8,0000	6	متوسط وفوق المتوسط	عوامل نفسية
				1,18481	7,4430	79	جامعي	
				1,18723	6,8667	15	دراسات عليا	
		99	1,20517	7,3900	100	الإجمالي		

0,618	0,483	97	2	1,04881	6,5000	6	متوسط وفوق المتوسط	عوامل اجتماعية
				1,47080	6,8734	79	جامعي	
				1,45733	6,5333	15	دراسات عليا	
		99			1,44250	6,8000	100	
0,795	0,230	97	2	1,21106	7,3333	6	متوسط وفوق المتوسط	عوامل معرفية
				1,48387	7,4937	79	جامعي	
				1,22280	7,7333	15	دراسات عليا	
		99			1,42475	7,5200	100	

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه لم يكن هناك فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية)، حيث بلغت قيمة (ف) = 0,122، 0,230، 0,483، 0,230 على التوالي، وهذه القيم غير دالة عند مستوى المعنوية 0,885، 0,104، 0,618، 0,795 على التوالي؛ ومن ثم لم تتضح صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي (3-4): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية).

جدول (15) تحليل التباين أحادي الاتجاه One WAY ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات العمر في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية).

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0,931	0,147	96	3	1,09545	7,9333	45	24-18	عوامل تكنولوجية
				1,10940	7,9231	39	34-25	
				0,83452	8,1250	8	40-35	
				1,12599	8,1250	8	45- 41	
		99			1,07233	7,9600	100	
0,280	1,298	96	3	1,23009	7,1778	45	24-18	عوامل نفسية
				1,20559	7,6154	39	34-25	
				1,16496	7,7500	8	40-35	
				0,99103	7,1250	8	45- 41	
		99			1,20517	7,3900	100	

0,698	0,478	96	3	1,42418	6,7111	45	24-18	عوامل اجتماعية
				1,40464	6,9744	39	34-25	
				1,59799	6,3750	8	40-35	
				1,72689	6,8750	8	45- 41	
		99		1,44250	6,8000	100	الإجمالي	
0,947	0,121	96	3	1,40705	7,5556	45	24-18	عوامل معرفية
				1,41039	7,4359	39	34-25	
				1,41421	7,5000	8	40-35	
				1,83225	7,7500	8	45- 41	
		99		1,42475	7,5200	100	الإجمالي	

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه لم يكن هناك فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى العمري في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية)، حيث بلغت قيمة (ف) = 0,147، 0,121، 0,478، 0,298، وهذه القيم غير دالة عند مستوى المعنوية 0,931، 0,280، 0,698، 0,947؛ ومن ثم لم تتضح صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي (4-4): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية).

جدول (16) تحليل التباين أحادي الاتجاه One WAY ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات المستوى الاقتصادي الاجتماعي في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية).

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0,325	1,138	97	2	1,06262	7,9375	16	مرتفع	عوامل تكنولوجية
				1,00071	8,1579	38	متوسط	
				1,12782	7,8043	46	منخفض	
		99		1,07233	7,9600	100	الإجمالي	
0,715	0,336	97	2	1,36626	7,5000	16	مرتفع	عوامل نفسية
				1,20218	7,4737	38	متوسط	
				1,16739	7,2826	46	منخفض	
		99		1,20517	7,3900	100	الإجمالي	

0,917	0,087	97	2	1,23659	6,9375	16	مرتفع	عوامل اجتماعية
				1,54979	6,7632	38	متوسط	
				1,44396	6,7826	46	منخفض	
		99			1,44250	6,8000	100	
0,090	2,467	97	2	1,56924	7,0625	16	مرتفع	عوامل معرفية
				1,26895	7,8947	38	متوسط	
				1,45080	7,3696	46	منخفض	
		99			1,42475	7,5200	100	

يتبين من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية). حيث بلغت قيمة (ف) = 1,138، 0,336، 0,087، 2,467 على التوالي، وهذه القيم غير دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,325، 0,715، 0,917، 0,090 على التوالي؛ ومن ثم لم تتضح صحة هذا الفرض.

ومما سبق لم يتضح صحة الفرض القائل: توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في العوامل المؤثرة في شخصنة إشعارات التطبيقات الإخبارية (العوامل التكنولوجية، النفسية، الاجتماعية، المعرفية).  
الفرض الرئيسي الخامس: توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

الفرض الفرعي (5-1): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للنوع في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

جدول (17) اختبار «T-Test» لمعرفة الفروق بين المبحوثين وفقاً للنوع في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة (ت)	إناث			ذكور			التأثيرات المعرفية
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	
0,001	103	3,307-	1,24574	10,8980	49	1,50151	10,000	56	
0,166	103	1,395-	1,91485	9,5714	49	1,75662	9,0714	56	
0,118	103	1,575-	1,79237	9,5306	49	1,54321	9,0179	56	

يتضح من الجدول السابق **عدم وجود فروق دالة إحصائية** بين الذكور والإناث في التأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية؛ لأن قيم  $t = -1,395$ ،  $-1,1575$  على التوالي، وهذه القيم غير دالة عند مستوى المعنوية،  $0,166$ ،  $0,118$  على التوالي؛ ومن ثم لم تتضح صحة هذا الفرض فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية والسلوكية. كما يتضح **وجود فروق دالة إحصائية** بين الذكور والإناث في التأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية؛ لأن قيمة  $t = -3,307$  وهذه القيمة دالة عند مستوى معنوية  $0,001$ ؛ ومن ثم تتضح صحة هذا الفرض جزئياً فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية.

**الفرض الفرعي (5-2):** توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

جدول (18) تحليل One WAY ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات المستوى التعليمي

في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي	المتغيرات
		داخلة المجموعات	بين المجموعات					
0,582	0,545	102	2	1,87083	10,0000	5	متوسط وفوق المتوسط	التأثيرات المعرفية
				1,44541	10,3827	81	جامعي	
				1,41628	10,6842	19	دراسات عليا	
		104	1,45299	10,4190	105	الإجمالي		
0,932	0,071	102	2	2,23607	9,0000	5	متوسط وفوق المتوسط	التأثيرات الوجدانية
				1,75945	9,3210	81	جامعي	
				2,16160	9,3158	19	دراسات عليا	
		104	1,84038	9,3048	105	الإجمالي		
0,824	0,193	102	2	1,30384	89,8000	5	متوسط وفوق المتوسط	التأثيرات السلوكية
				1,68252	9,2840	81	جامعي	
				1,79016	9,2632	19	دراسات عليا	
		104	1,67578	9,2571	105	الإجمالي		

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه لم يكن هناك فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية)؛ حيث بلغت قيمة (ف)

= 0,545، 0,071، 0,193 على التوالي، وهذه القيم غير دالة عند مستوى المعنوية 0,582، 0,932، 0,824 على التوالي؛ ومن ثم لم تتضح صحة هذا الفرض. الفرض الفرعي (5-3): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

جدول (19) تحليل التباين أحادي الاتجاه One WAY ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات العمر في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0,095	2,177	101	3	1,47301	10,1458	48	24-18	التأثيرات المعرفية
				1,43021	10,4250	40	34-25	
				1,07872	11,1818	11	40-35	
				1,60208	11,1667	6	45- 41	
		104	1,45299	10,4190	105	الإجمالي		
0,600	0,626	101	3	1,75329	9,1042	48	24-18	التأثيرات الوجدانية
				1,94656	9,5750	40	34-25	
				1,91644	9,4545	11	40-35	
				1,83485	8,8333	6	45- 41	
		104	1,84038	9,3048	105	الإجمالي		
0,433	0,923	101	3	1,80572	9,1250	48	24-18	التأثيرات السلوكية
				1,43915	9,3250	40	34-25	
				1,37510	9,9091	11	40-35	
				2,50333	8,6667	6	45- 41	
		104	1,67578	9,2571	105	الإجمالي		

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه لم يكن هناك فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى العمري في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).؛ حيث بلغت قيمة (ف) = 2,177، 0,626، 0,923 وهذه القيم غير دالة عند مستوى المعنوية 0,095، 0,600، 0,433؛ ومن ثم لم تتضح صحة هذا الفرض.

الفرض الفرعي (5-4): توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

جدول (20) تحليل التباين أحادي الاتجاه One WAY ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات المستوى الاقتصادي الاجتماعي في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات					
0,105	2,304	102	2	1,17053	10,6818	22	مرتفع	التأثيرات المعرفية
				1,32707	10,6944	36	متوسط	
				1,61285	10,0851	47	منخفض	
		104		1,45299	10,4190	105	الإجمالي	
0,681	0,386	102	2	1,87718	9,0000	22	مرتفع	التأثيرات الوجدانية
				1,67971	9,41167	36	متوسط	
				1,96076	9,3617	47	منخفض	
		104		1,84038	9,3048	105	الإجمالي	
0,702	0,356	102	2	1,68261	9,4545	22	مرتفع	التأثيرات السلوكية
				1,51893	9,0833	36	متوسط	
				1,80476	9,2979	47	منخفض	
		104		1,67578	9,2571	105	الإجمالي	

يتبين من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية)؛ حيث بلغت قيمة (ف) = 2,304، 0,386، 0,356، على التوالي، وهذه القيم غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0,105، 0,681، 0,702، على التوالي؛ ومن ثم لم تتضح صحة هذا الفرض.

ومما سبق يتضح صحة الفرض جزئياً القائل: توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية). حيث يتضح وجود فروق دالة إحصائية وفقاً للنوع في التأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية، ولم يتضح مع باقي العوامل.



**الفرض الرئيسي السادس:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين - عينة الدراسة - على إشعارات التطبيقات الإخبارية للأخبار العاجلة الإلكترونية والتأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

جدول (21) العلاقة بين كثافة اعتماد المبحوثين - عينة الدراسة - على إشعارات التطبيقات الإخبارية على الأخبار العاجلة للأخبار الإلكترونية، والتأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية باستخدام اختبار بيرسون)

التأثيرات السلوكية		التأثيرات الوجدانية		التأثيرات المعرفية		كثافة اعتماد المبحوثين على إشعارات تطبيقات الأخبار العاجلة
P	r	P	r	P	r	
0,204	0,125	0,621	0,0,049-	0,889	0,014	

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على إشعارات تطبيقات في الأخبار العاجلة والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية؛ لأن قيمة معامل بيرسون 0,204، 0,621، 0,889، وعلى التوالي، وهذه القيمة غير دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,014، -0,049، 0,125، على التوالي؛ ومن ثم لم تتضح صحة هذا الفرض.

**نتائج المقابلات مع الخبراء:** وهم عادل اللقاني رئيس التحرير السابق لمجلة لغة العصر وكاتب صحفي بمؤسسة الأهرام 2022/5/16 الساعة 11.30 صباحاً، محمد عبد النبي، مدير تحرير البوابة الإلكترونية للوفد، 2022/5/23، الساعة 3 عصرًا، أحمد الأمير، وكيل إدارة الإنترنت بمؤسسة أخبار اليوم، وعضو فريق العمل بالبوابة الإلكترونية 2022/7/4، الساعة 10.39 صباحًا. قامت الباحثة بعمل مجموعة من المقابلات بالتليفون مع مجموعة من الخبراء بقسم التكنولوجيا بالمؤسسات الصحفية، وتبينت مجموعة من النتائج، أهمها:

الذكاء الاصطناعي يتعرف على ميول المستخدمين؛ ومن ثم يبدأ بالبرمجة لينتهم طبيعة شخصية المستخدم من حيث التفضيلات، سواء للرياضة أو التكنولوجيا أو سياسة، وغيرها من الموضوعات، فبدأ بترشيح ما يهتم به المستخدم، فداخل التطبيقات برامج ذكاء صناعي تقوم بالتعرف على تفضيلات المستخدم وتقدم له ما يحبه، وفي بعض الأحيان يحاول المستخدم أن يهرب من النظام نتيجة كثرة الإشعارات، ومن الصعب أن تتوقف عملية الشخصنة؛ لأن برمجيات الذكاء الاصطناعي التي بداخل الأنظمة وتطبيقات الهاتف المحمول التي تقدم ما يفضله المستخدم لا تفعل ذلك من

باب المجاملة للمستخدم، ولكن بدافع التجارة والتسويق. وقد أكدت عليه دراسة Fergina & Su-mitra (2019) حيث إن هناك حاجة إلى هندسة التطبيقات لدعم تصميم الأخبار على الإنترنت والأخذ في الاعتبار عناصر التفاعل داخل التطبيق وسهولة الوصول إليه. وعلى سبيل المثال المستخدم يحب الأجهزة الرياضية، فيقدم للشركات التي تقوم بالإعلان لدى التطبيق الإخباري إعلانات تخص الجمهور المهتم، ومن ثم يحقق المكسب المطلوب، كما في جوجل، والذي يقدم تطبيقات معينة مرشحة لأنه يعرف اهتمامات المستخدم، وإن لم يفعل ذلك سيخسر.

ويدخل مفهوم الشخصية في مجال الإعلانات والتسويق بشكل كبير جداً، وكل تطبيق يعمل قاعدة بيانات و«بروفيل» كاملاً خاصاً به، ويحل كل نشاط يقوم به المستخدم، سواء تعليق أو تشارك أو إعجاب؛ ومن ثم لا يوجد خصوصية. وتتفق دراسة Uitlund (2020) على أنه يزيد تفاعل المستخدمين عند استهدافهم في إرسال الإشعارات وفقاً لسماتهم الديموجرافية. وهو ما أكدت عليه أيضاً دراسة Duguay (2018) حيث يتم الحفاظ غالباً على المبادئ التوجيهية واللوائح الخاصة بالمنصة على أنها سرية، أو أنها تخضع للرقابة بشكل كبير إذا تم نشرها للعام؛ لذلك يتم التحكم الدقيق في البيانات الخاصة للحفاظ على المصالح السياسية والاقتصادية، من منطلق أنه يتم رصد نشاط المستخدم، ومنطق التشغيل الآلي الذي يقوم عليه، وأن انتشار عناصر البرمجة وتواصلها والمعلومات وبيانات الاتصال التي يتم إرسالها وفقاً لنظام التشغيل الذاتي للموضوعات بناء على تفاعلات المستخدم، سواء على تويتر أو الفيسبوك، مع طبيعة الأخبار. ومن خلال بروفيل المستخدم يبدأ في تقديم الخدمات والمنتجات والمحتوى الذي يتوقع أن يلجأ إليه المستخدم، ويوجد منافسة كبيرة بين الشركات، وهو ما يجعل كل ما يهتم صاحب التطبيق أن يقضي المستخدم أطول وقت ممكن على منصته؛ ومن ثم لا بد أن يتعرف على المشاعر والاهتمامات والنقضيات، وقد أكدت دراسة Whealthey & Ferrer-Conill (2020) على أن أغلب منافذ الأخبار تسعى للاندماج والتفاعلية مع الجمهور وتسعى لدمج الجمهور كجزء من الاتصال الدائم المتاح عبر الهواتف المحمولة.

ولكن حتى لو تم إغلاق الإشعارات، الأنظمة قادرة على التحكم في معرفة الاهتمامات بأكثر من طريقة وأكثر من آلية، فإغلاق الإشعارات ليس وسيلة للهروب من كثرة الإشعارات أو التعرف على النقضيات، حتى ولو كان هناك مخاوف من جانب المستخدمين بشأن خرق خصوصيتهم. وهو ما أكدت عليه دراسة Priyanka & Patil (2021) أن 61% من المبحوثين كانت لديهم تجربة سلبية واحدة على الأقل خاصة بالإشعارات وانتهاكات الخصوصية بسبب الإشعارات والتطفل غير المناسب. وتتأثر مخاوف خرق الخصوصية المتعلقة بإشعارات الهواتف المحمولة بمحتوى المعلومات ونوع التطبيق المستخدم، وأغلب المبحوثين قاموا بحذف بعض التطبيقات التي ترسل إشعاراتها بشكل متكرر أو بصوت عالٍ، والتي تسببت في سوء فهم مع الأشخاص الآخرين.

فتحاول كل شركة الحفاظ على مستخدميها لأن المستخدم يعتبر مستهلكاً، ولا توجد الرفاهية لفقدانه؛ لأنه سيلجأ إلى منصة أخرى، فيوجد آليات للذكاء الاصطناعي تجعل المنصات تتحكم بنا

كبير ولا نستطيع نحن التحكم بها. فالمنصات لديها ذاكرة كبيرة لكل مستخدم. تتحقق الشخصية إذا كان المستخدم يختار محتوى معيناً للتعرض له ففي هذه الحالة الشركات تساعده على ذلك، أما المستخدم الذي يوقف الإشعارات لتحقيق الخصوصية، وإخفاء تفضيلاته، فإنه من الصعب أن يقوم بذلك؛ لأنه من الصعب التحايل على أنظمة الذكاء الاصطناعي؛ لأنها تحتاج مهارات معينة ومهندسين سوفت وير، ومن ثم المستخدم ضحية لهذه الأنظمة.

الشخصنة مهمة للمواقع المتخصصة، فهي خدمة مهمة جداً للمستخدم؛ لأنها تقدم ما يدخل في اهتمامات وتفضيلات المستخدم، بدلاً من الاعتماد على الحظ في التعرض للأخبار المفضلة لديه، ومجال التكنولوجيا يتغير للأكثر تعقيداً وتخصصاً، وأصبح الوصول للهدف الصحيح أمراً سهلاً، ويستطيع المعلن اختيار المستخدم الذي يظهر أمامه بشكل أكثر دقة. وهو ما يتفق مع دراسة Whealthey & Ferrer-Conill (2020) التي أشارت إلى أن منافذ الأخبار تتوقع كل ما هو مهم ومناسب لمطالب الجمهور وفقاً للبيانات المتعلقة بأنماط استهلاك الجمهور.

والتفاعل يزيد ما بين المستخدم والمحتوى الإخباري الموجود من خلال التعليقات أو الإعجاب، وأيضاً يوجد حوار حول الموضوعات، وكل هذا يزيد يوميًا، وأصبحت التطبيقات تتحول من مواقع إخبارية لخدمية، والمفهوم أصبح متغيرًا؛ لأن المستخدم لا يريد التعرض للموضوعات الرسمية، ولكن يريد تحقيق التسلية والترفيه، والمستخدم آخر شيء يريده هو الأخبار. وهو ما أكدته النظرية المعرفية؛ حيث إن المستخدمين يفضلون أنواعاً معينة من الأخبار، وهي الأكثر مشاركة؛ حيث إنها تحتوي على الترفيه والإثارة والأخبار السيئة.

ولا يوجد وسيلة تقلل من كثرة الإعلانات بالتطبيقات؛ لأنها دخل رئيس ووحيد، خاصة أن التطبيق الإخباري مجاني، فيحاولون وضع الاشتراكات بالإعلانات.

المفهوم الجديد للإعلام هو معرفة اهتمامات المستخدم دون أن يشعر ويحاول، ثم عرض إعلانات وموضوعات تهمه؛ إما من خلال التصفح أو نشاط المستخدم داخل التطبيق الإخباري. والآن أصبح الهاتف المحمول من خلال الذكاء الاصطناعي قادرًا على تصنيف المستوى الاجتماعي الخاص بالمستخدم؛ حيث يرصد موقع المستخدم، ويدخل ذلك ضمن الحملات التسويقية.

وهذا يتفق مع دراسة Duguay (2018) والتي أكدت على أن هذه المنصات على الرغم من أنها تعزز المحتوى الإبداعي للأخبار، إلا أنها تهدف لتحقيق الربح من خلال عملية البرمجة، وتظهر في النهاية بصورة حيادية، وتشير الدراسة إلى ضرورة البحث المستقبلي في كيفية تقليل تأثير المنصات في المؤسسات والحياة اليومية للمستخدمين.

ويتم عمل بروفايل وقاعدة بيانات لكل مستخدم حسب أسلوب الحياة lifestyle والاستخدام Us-age والعادات Habbit، وأصبح ذلك أكثر تحديدًا وأعلى فائدة للوصول إلى الهدف الصحيح بدقة عالية، ولأننا من المجتمعات النامية أصبح يعتبره المستخدم اختراقًا للخصوصية ويشعر أنه مراقب، فالمشكلة في الشعوب العربية أنه ما زال لديها بعض التقاليد والمخاوف والتصرفات السيئة.

ويوجد مشكلة بشأن الشخصية؛ لأنها تعتمد على RSS ويوجد فئة كبيرة من الناس تتعامل مع الشخصية ويهتمون باختيار ما يتعرضون له من محتوى إخباري. وهو ما أكدت عليه دراسة

Whealthey& Ferrer-Coniill (2020) والتي أشارت إلى أن إمكانية التشغيل الآلي للإشعارات يجب أن تُوضَّح في الاعتبار، مع عدم إرسال الإشعارات المفرطة حتى لا يكون الأمر مملاً للمستخدمين.

### الخلاصة ومناقشة نتائج الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى رصد استخدامات المستخدمين لإمكانية اختيار موضوعات الأخبار العاجلة وشخصنتها، ومعرفة تفضيلاتهم الخاصة بالشخصنة وإشعاراتها، ورصد أهم التطبيقات الإخبارية التي يعتمد عليها المبحوثون في تلقي الأخبار وتفعيل إشعاراتها، والخروج بمجموعة من المقترحات التي تساعد التطبيقات الإخبارية على الحفاظ على مستخدميها وكسب مستخدمين جدد. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اتبعت منهج المسح الإعلامي، وكانت أدوات الدراسة الاستبيان الإلكتروني ومجموعات بؤر النقاش ومكالمات هاتفية مع القائمين بالاتصال في مجال التكنولوجيا بالصحف والمجلات المختلفة. وكانت عينة الدراسة 331 مفردة، وكان المدى الزمني للدراسة من 2021/11/1 حتى 2022/1/1.

### وكانت أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن أغلب المستخدمين هواتفهم من نظام الأندرويد، ونسبة قليلة من النظام IOS، وهو أمر منطقي؛ لأن الأندرويد هواتفه أرخص.
- أكثر التطبيقات استخداماً في الحصول على الأخبار العاجلة هو تطبيق اليوم السابع.
- الموضوعات التي يفضل المبحوثون قراءتها خلال إشعارات الهاتف هي الموضوعات السياسية ثم الرياضية ثم الثقافية والفنية، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الأخيرة.
- أغلب المبحوثين يفتنون الإشعارات الإخبارية في مقابل نسبة قليلة لا يفتنونها.
- أكثر الأوقات تفضيلاً لاستقبال الإشعارات كان عند حدوث أخبار عاجلة، ثم من بعد الساعة التاسعة، ثم من الساعة الثانية مساءً حتى الساعة التاسعة مساءً، وجاءت الأوقات الصباحية الأقل تفضيلاً من جانب المبحوثين، وهو ما يتفق مع دراسة Uitlund (2020) حيث كانت المدة ما بين التاسعة مساءً إلى الساعة الثانية عشرة صباحاً ضمن الأوقات الأفضل، وتُعد ذروة استقبال الإشعارات الإخبارية. وهو ما أكدت عليه دراسة Ekström (2021)، حيث إن هناك اختلافات في الأداءات المعرفية من تحديثات الأخبار والبت الحي. ويوجد عدة عوامل تعرّض سلطة وسائل الإعلام الإخبارية بوصفها مصدرًا للمعلومات العامة القيمة للخطر، حيث يقوم الصحفيون بإعادة التحقق من المعلومات المتلقاة، ولكن يعتمدون بشكل أساسي على مصادر تقدم معلومات مبررة مسبقاً، للحفاظ على الطابع الزمني المميز والتقليل من خطأ عدم نشر أخبار خاطئة. كما أشارت دراسة Loni & etal (2019) إلى ضرورة النظر في التوقيت عند جدولة المحتويات في الوقت المناسب للمستخدم، وتقتح وضع قائمة لتاريخ انتهاء صلاحية نشر الأخبار التي مرت عليها ساعة فأكثر.

- إشعارات التطبيقات تُعد بديلاً لوسائل الإعلام الأخرى بنسبة 67,6%، وهو ما يتفق مع دراسة

Otho Memon & (2017) التي أكدت على أن أغلب المبحوثين يعدونها بديلاً لوسائل الإعلام، وخاصة الذكور مقارنة بالإناث.

- من أهم أسباب تفعيل الإشعارات المساعدة في معرفة الأحداث الجارية بنسبة 80,6%، ثم إن الإشعارات هي وسيلة مهمة للاطلاع الدائم على الأخبار وإمكانية قراءتها، حتى لو كانت شاشة الهاتف المحمول مغلقة. وهو ما يتفق مع دراسة Utlund (2020) التي أشارت إلى وجود قِيم إخبارية بأخبار الإشعارات أصبحت أكثر انقراية مقارنة بالأخبار العامة، وهو ما يجعل المبحوثين يقومون بعملية الشخصية.

- وجاء اهتمام المبحوثين بالأخبار العالمية في مقدمة تفضيلاتهم لطبيعة الأخبار، ثم المحلية ثم الإقليمية.

- وهو ما يتفق مع دراسة Pechansky & da Fontoura (2019) حيث توصلت إلى أن التركيز يكون على الأخبار العالمية، وهو ما يثير تساؤلاتٍ عديدةً حول المعايير الإخبارية لخدمات المحمول الإخبارية في هذا العالم المتواصل.

- عدد المبحوثين الذين يحرصون على شخصنة الأخبار واختيار طبيعة الأخبار 53,8%، وأسباب الشخصنة هي العوامل التكنولوجية والنفسية والاجتماعية والمعرفية، حيث جاء أن إرسال الإشعارات الخاصة له مزايا تكنولوجية، ولأنها سهلة الاستخدام ولا تتطلب مهارات تكنولوجية معقدة، ثم النفسية؛ لأن المستخدم هو الذي يختار الأخبار وشخصنتها، ثم الشعور بالخصوصية والثقة، ثم الاجتماعية الشخصية والمساعدة على تشارك الأخبار مع الأقارب والأصدقاء والتفاعل معها. والمعرفية حيث إمكانية معرفة الأخبار العاجلة دون جهد، وفي أسرع وقت.

- ومن عيوب إشعارات التطبيقات الإخبارية للمستخدم من وجهة نظر المبحوث؛ جاء في المرتبة الأولى أنها تحتاج إلى باقة إنترنت، وقد يرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى سوء خدمات الإنترنت في مصر، وهو ما يؤثر في اتجاه المبحوثين نحو استقبال إشعارات التطبيقات الإخبارية، ثم عبارة أنها تحتاج إلى هاتف محمول ذكي وبه ذاكرة كبيرة، ثم عبارة أنها تحتاج إلى تطبيق إخباري لا بد من تثبيته على الهاتف، وجاءت صعوبة التعامل مع الإشعارات في المرتبة الأخيرة.

- «توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل المؤثرة في شخصنة الأخبار عبر التطبيقات، وشخصنة المبحوثين لإشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية» بشكل جزئي، حيث توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من تشارك الأخبار التي ترسل عبر الإشعارات والنوع والمستوى التعليمي وطبيعة الموضوعات الإخبارية التي يتم إرسال إشعاراتها عبر التطبيقات، وشخصنة المبحوثين للأخبار. وقد أكدت دراسة Pechansky & da Fontoura (2019) على أنه من الضروري فهم الديناميكية التي تُستخدم في إشعارات الهاتف والأخذ في الاعتبار عدة عوامل؛ مثل إنتاج واستهلاك المحتوى الصحفي، والبحث عن آفاق المستقبل، وابتكار أفكار صحفية جديدة خاصة بالهاتف المحمول وإشعاراته وبنية الأخبار.

- لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين نظام تشغيل الهاتف المحمول للمبحوثين، والعوامل المؤثرة في تفضيلات المبحوثين لإشعارات التطبيقات الإخبارية.

- توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في معدل استخدام تطبيقات الهاتف المحمول ودرجة الاعتماد على الإشعارات للتطبيقات الإخبارية بوصفها مصدرًا رئيسًا للأخبار العاجلة.

- توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، العمر، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية) بشكل جزئي. حيث يتضح وجود فروق دالة إحصائية وفقاً للنوع في التأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية، ولم يتضح مع باقي العوامل. وهو ما يتفق مع دراسة Otho & Memon (2017) التي أكدت على أن الإناث أولت اهتمامًا بالتبسيهات الخاصة بالإشعارات مقارنة بالذكور.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين - عينة الدراسة - على إشعارات التطبيقات الإخبارية على الأخبار العاجلة للأخبار الإلكترونية والتأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين - عينة الدراسة - على إشعارات التطبيقات الإخبارية على الأخبار العاجلة للأخبار الإلكترونية والتأثيرات المترتبة على الاعتماد على إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات الإخبارية (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية).

**مقترحات لدراسات مستقبلية:** تركيز الدراسات على تفضيلات المستخدمين لإشعارات تطبيقات التلفزيون والإذاعة ووكالات الأنباء.

- معالجة بعض الدراسات لمضامين إشعارات الأخبار العاجلة بالتطبيقات المختلفة، ودراسة علاقتها باتجاهات المستخدمين نحوها.

- عمل دراسات من النوع المستوى الثاني للإشعارات بالتطبيقات الإخبارية العربية للهاتف المحمول.

**مقترحات الدراسة الميدانية:**

- ضرورة اهتمام المؤسسات الصحفية بتنقيح الإشعارات المرسلة للمستخدمين وفقاً لتفضيلاتهم، وعدم إرسال الإشعارات المكررة، والاعتماد فقط على تقنية RSS.

- أن تقوم المؤسسات الصحفية والإخبارية بعمل قوائم للإشعارات التي مر عليها أكثر من ساعة للتمييز بينها وبين الأخبار العاجلة.

- زيادة عدد الصحفيين والمراسلين للعمل بالساعات المتأخرة؛ لإرسال العاجل من إشعارات الأخبار في وقت المساء للمستخدمين.

## هوامش الدراسة :

## أولاً: العربية

شيرين عمر (2018). «تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين» *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 18، العدد 62، ربيع 2018، القاهرة.*

## ثانياً: المراجع الأجنبية

August ,Vincent.(2021).” Network Concepts in social Theory: Foucault and cybernetics”.

**European Journal of social theory.** No Number, No Vol. , p. p: 1–21, p:5.

Bechmann , Anja.(2018).”**The Epistemology of Facebook News Feed as news source** “, p. p: 4–6 available online at: <http://ssrn.com/abstract=3222234>.

Bipat ,Taryn, Wilson ,Tom, Kurniawan ,Ostin, Jae ,Yoon , Choi, Stephanie & Starbird ,Kate. (2019).”It is not all fun and games:Breaking news consumption on snapchat”. **Pro-ceedings of the 52 nd Hawaii international conference on sciences** , p .p: 2099–2108.

DANIEL LÒPEZ-MURCIA, JULIÀN .(2019).” a Path – Dependent theory of Recentralization “.**Paper presented at the annual meeting of the APSA Annual Meeting & Exhibition**, Marriott Ward man Park, The Omni Shereham and the Hilton –Washington Washington, p. p:7–8.

Duguay ,Stefanie.(2018).” Social media’s breaking news: the logic of automation in face-book trending topics and twitter moments”. **Media international Australia incorpo-rating culture and Policy**, vol. 1, No: 166 , 2018, p.p:20–30.

Editors. member of communication science research departments , Bachelor’s Program communication science, Master’s Program communications studies .” **Communi-cation Theories**”. University of Twente in Enschede, The Netherlands, 2019, p. p: 110–111. Available online at: [www.utwente.nl/en/bms/communication-theories/](http://www.utwente.nl/en/bms/communication-theories/).

Ekström ,Mats, Ramsälv, Amanda & Westlund ,Oscar.(2021). ” The Epistemologies of breaking news”. **Journalism studies**, Vol:22, No:2, p .p:174–192.

Fergina, A & Sumitra, ID.(2019). “ designing Enterprise Architecture Planning In Mobile News Applications Using TOGAF ADM, IOP Publishing LTD, IOP Conference Se-ries: **Materials Science and engineering** , No:662, p.p:1–6.

Gómez- Galàn ,Josè, Àngel Martínez- Lòpez, Jose, Làzaro-Pérez ,Cristina & Carlos Gar- cia- Cabrero, Josè.(2021).” Open innovation during web surfing: Topics of interest and Rejection by Latin American College students”. **Journal of open Innovatio: Technology, Market and Complexity**, vol:7m Issue:1, p:3.

Heeks ,Richard & Stanforth, Carolyne.(2015).” Technological change in developing coun-tries: opening the black box of process using actor – network theory”. **Development studies Research** , vol:2, No:1, p. p: 33–50.



- Loni, Babak , Schuth ,Anne, de Haas ,Lucas, Jansze , Jeroen, Visser ,Vasco, & Van der Wees ,Marlies.(2019).".Personalized Push Notifications for News Recommendation". **Proceeding of machine Learning Research**. No:109, p.p:36-45.
- Memon ,Bashir & Otho.E, Faiza. (2017).". Characteristics and future of news alerts in- Pakistan". **Annual Research Journal of Far East & south East Asia**, vol.35, 2017, p. p: 144-159.
- Neri ,Hugo .(2017).".New Developments on Elias'theory: integration between the figuration-al theory and the social network's theory". **Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association Annual meeting, Palais des Congrès de Montréal, Montreal Canada**, 09 Aug, 2017, p. p: 5-6.
- Niarchosm, Michail, Marina, Stamatiadou ,Eirini, Dimoulas ,Charalampos, Veglis ,Andreas & Symeonidis ,Andreas.(2022). "A Semantic Preprocessing Framework for Breaking News Detection to Support Future Drone Journalism Services ". **Future internet**. vol.14, No26, 2022.p.p:1-19.
- Pechansky , Rafaela and Crispim da Fontoura, Marcelo .(2019).". Mobile- first Journalism: An Analysis of Circa News's mobile notifications", **DIGITOS**, No: 5, p.p:153-163.
- Qiao, Fei .(2018).". Does mobile technology increase the diversity of news? A content analysis of news notifications on mobile phones". **Journal of Media and Communication Studies** ". Vol.11, p. p:151-160.
- Uitlund ,Ida. (2020).". A Recommendation system for news push notifications, Personalizing with a user- based and content - based recommendation system". Unpublished study, **Master degree of science program in interaction technology and design**. . UMEA University.
- Verma ,Priyanka & Patil , Sameer.( 2021) "Exploring privacy aspects of smartphone notifications", **Mobile HCI** <sup>21</sup> , September 27-october 1, Toulouse &virtual, France, 2021 .available online at: <http://doi.org/10.1145/3447526.3472065> at 10/5/2022.
- Wheatley,Dawn & Ferrer- Counill , Raul .(2020).".The Temporal Natural Of Mobile Push Notification Alerts: A Study Of European News Outlets' Dissemination Patterns". Routledge, Taylor &Francis Group, **Digital Journalism**, p. p: 1-21.available online at <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1799425>.
- Wohllebe , Atilla. (2020).". Consumer Acceptance of app push notifications: systematic re-view on the influence of frequency, **IJIM**, Vol.: 14, No13, p-p: 36-47.



