

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبد الواحد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د / محمود عبد العاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

- د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ / جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مديقا اللغة العربية:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثالث والستون - الجزء الأول - ربيع الأول ١٤٤٤هـ - أكتوبر ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ٩ ■ الخطاب الإعلامي للبرامج الدينية في الفضائيات المصرية الخاصة - برنامج (لعلهم يفقهون) نموذجًا أ.م.د/ ولاء إبراهيم عقاد
- ٦٩ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود د/ نوف عبد اللطيف الحزامي
- ١٠١ ■ تغطية تقنية ميتافيرس في عينة من الفيديوهات العربية والإنجليزية على اليوتيوب- دراسة تحليلية كيفية د/ شفق أحمد علي علي
- ١٦٩ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحالة المزاجية لمرضى السرطان: الفيس بوك نموذجًا- دراسة ميدانية د/ ماهيتاب محمد أحمد سهمان
- ٢٣٣ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمنتحر لدى الجمهور المصري- دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث د/ عمر ممدوح محمد نور الدين
- ٣٠٣ ■ العلاقة بين خطاب مقتطفات الفيديو من برامج الرأي المقدمة على يوتيوب وإدراك الشباب الجامعي المصري للواقع الاقتصادي بالتطبيق على أزمة ارتفاع الأسعار د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس
- ٣٥٣ ■ دوافع استخدام الشباب الجامعي للتصوير الذاتي (السيلفي) وعلاقته بالذاكرة البصرية لديهم «دراسة ميدانية» د/ هالة غزالي محمد الربية

- دور الاستراتيجيات الاتصالية للحملات الإعلامية الرقمية لوزارة  
الصحة في التوعية بفحوصات الصحة الإنجابية وعلاقتها بمدى تقبل  
الأطفال ذوي الإعاقة  
د/ عبده رمضان الصادق صقر  
٤٢٣
- 
- تحليل الأنساق القيمية في السلاسل الدرامية المعروضة على منصات  
المشاهدة المدفوعة، دراسة مقارنة بين مسلسل الأنسة فرح و Jane the  
Virgin  
د/ آية كمال محمود  
٤٩٧
- 
- استخدامات ذوي الإعاقة البصرية لتطبيقات الهواتف الذكية في مملكة  
البحرين والإشباع المتحققة منها  
محمد عبد الجبار جعفر عبد الله العويناتي  
٥٧١
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبدالواجد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

## العدد الثالث والستون من مجلة البحوث الإعلامية الرائدة

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .

وبعد

نقدم للباحثين خلال عام ٢٠٢٢م والمتخصصين في مجالات الإعلام والاتصال الأعضاء العدد رقم ( ٦٣ ) من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر، متضمنة عددا من البحوث والدراسات المهمة حول عدة قضايا وظواهر حديثة في مجال الإعلام بفروعه المتعددة وموضوعاته الحديثة التي تثير لدى المتخصصين الكثير من التساؤلات، وتمدهم بكثير من النتائج.

ونود الإشارة إلى أننا قمنا في موقع مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر بإرفاق ونشر غالبية الأعداد القديمة من المجلة على الموقع الإلكتروني ، حيث يوجد في الموقع ٥٦ عددا منذ أن صدرت المجلة في العام ١٩٩٣م ، ويوجد في الموقع حتى يناير ٢٠٢٢م ٨٧ جزءا من المجلة متوفرا بشكل مجاني على موقع المجلة ، تتضمن ٨٠٥ أبحاث في تخصصات المجلة المختلفة ( الصحافة والنشر ، الإعلام الجديد ، الراديو والتلفزيون، العلاقات العامة، الإعلان ).

وتشير البيانات الخاصة بالموقع أن عدد قراءة المقالات داخل المجلة ( بدون تحميل البحث والاحتفاظ به من القراء ) يناهز المائة وسبعين ألف مرة قراءة ( ١٧٠٠٠٠ ) وأن عمليات تحميل ملفات ال PDF للبحوث بلغ ثلاثمائة وستة آلاف مرة ( ٣٠٦٠٠٠ ) تحميل لبحوث المجلة، وهذه الأرقام تشير إلى أن مجلة البحوث الإعلامية أصبحت واحدة من الروافد المهمة للبحوث العلمية الرصينة في تخصص الإعلام والعلاقات العامة في مصر والعالم ، ولا غنى عنها للباحثين الراغبين في الاطلاع على كل ما هو جديد وجيد في حقل الدراسات الإعلامية.

ومن باب إسناد الفضل لأهله ، فإن الشكر لله تعالى أولاً وآخراً ، ثم لفريق عمل المجلة المتميز الذي يواصل العمل ليل نهار لنتلزم بالمعايير الجادة وربما الصعبة أحياناً التي وضعناها باختيارنا للمجلة ، سواء الفريق الحالي أو السابق وكل من كان له دور في أن تصل المجلة لما وصلت إليه اليوم ، والشكر موصول لهيئة التحرير والهيئة الاستشارية من الأساتذة الأفاضل أساتذة الإعلام في مصر والعالم العربي ، وللأساتذة الذين يسهمون في التحكيم المعنى لبحوث المجلة ، من مصر والعالم العربي ، ولكل الباحثين الذين يخبروننا بشكل مستمر عن تفضيلهم للنشر في هذا الوعاء العلمي الجاد .

بقيت معلومة أخيرة أريد أن أقدمها للقراء الأعزاء في هذا السياق ، وهي أننا في المجلة ومنذ أغسطس ٢٠٢٠ حتى ديسمبر ٢٠٢١ (أي عام وأربعة شهور ) قمنا برفض عدد ٩٤ بحثاً لعدم تطابقها مع معايير المجلة أو بسبب رفض الأساتذة المحكمين لإجازتها وفقاً لمعايير النشر في المجلة ، وهو الأمر الموثق والمسجل في النظام الإلكتروني للمجلة ، وفي هذا دلالة على الانتقاء الشديد الذي نقوم به في المجلة عبر مراحل العمل المختلفة حتى لا يجاز للنشر إلا الأبحاث ذات الرصانة والتي تقدم الإضافة العلمية الحقيقية إلى عالم البحوث والدراسات الإعلامية .

ونستلهم من الله تعالى دوام التوفيق، إنه سبحانه الهادي إلى سواء السبيل

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

**أ.د/ رضا عبد الواحد أمين**

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة يونيو 2022	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	1
2682-4663	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	2
2682-4620	2356-9158	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	3
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	4
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	5
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	الدراسات الإعلامية	6
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	7
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	8
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	9
2314-873X	2314-8721	7	<b>Egyptian Public Relations Association</b>	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	10
2735-4326	2536-9237	7	جامعة جنوب الوادي، كلية الاعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	11
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرقية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	12

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصريه دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنه التاليه للنشر في هذه المجلات.



● **تغطية تقنية ميتافيرس في عينة من الفيديوهات العربية  
والإنجليزية على اليوتيوب- دراسة تحليلية كيفية**

- **Coverage of Metaverse technology in a sample  
of Arabic and English videos on YouTube  
a qualitative analytical study**

● د/ شفق أحمد علي علي

مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات  
القاهرة

alnoryshafak@gmail.com

## ملخص الدراسة

سعت الدراسة الحالية إلى الكشف عن تغطية تقنية ميتافيرس «Metaverse» على اليوتيوب شكلاً ومضموناً، ورصد الموضوعات والأفكار المتضمنة في الفيديوهات عينة الدراسة، والسياق الذي ساعد على إثارة الجدل والنقاش حول تلك التقنية والتعرف على أساليب تقديم وإخراج تلك الفيديوهات، وتمثلت عينة الدراسة في عدد (10) فيديوهات تتناول تقنية الميتافيرس على اليوتيوب (5) بالعربية، (5) بالإنجليزية، واعتمدت على أداة تحليل المضمون الكمي، والكيفي غير التدخلية في جمع البيانات وتحليلها، وحصرت اللقطات التي تتضمنها الفيديوهات وأحجامها، وزاوية التصوير، وحركة الكاميرا، وأسلوب الانتقال، وأساليب التشويق، وكذلك حصرت المحاور الرئيسية الخاصة بتقنية ميتافيرس في عينة الدراسة في سياق ظهور تقنية ميتافيرس، وعناصر مرتبطة بها، ومظاهر تطوير تقنية ميتافيرس، وعواقبها. وكان من أهم نتائج الدراسة تفوق الفيديوهات الإنجليزية على الفيديوهات العربية في أساليب تقديم وإخراج المحتوى الخاص بتقنية ميتافيرس؛ حيث اعتمدت الفيديوهات العربية في تقديم المحتوى على السرد والوصف والحديث المباشر، بينما اعتمدت الفيديوهات الإنجليزية على التجريب والدخول فعلاً في الواقع الافتراضي، وإتقان مهارات التقديم، وتوصلت الدراسة إلى أن من أهم إيجابيات ميتافيرس السرعة والفورية وإنجاز الأعمال بصورة أفضل مما في الواقع المادي، وأن من أبرز سلبياتها طفئانها على الواقع المادي، والانسحاب منه، وإتاحة بيانات المستخدمين بصورة كبيرة وتعرضهم للجريمة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: تغطية، تقنية ميتافيرس، اليوتيوب، أداة التحليل الكيفي.

## Abstract

The current study sought to reveal the coverage of the “Metaverse” technology on YouTube in form and content. It monitored the topics and ideas included in the study sample videos and the context that helped to raise controversy and discussion about this technology, and to identify the methods of presenting and directing these videos. The study sample consisted of (10) videos dealing with the Metaverse technology on YouTube (5) in Arabic, (5) in English, It relied on the non-intrusive quantitative and qualitative content analysis tool in data collection and analysis, and limited the clips included in the videos, their sizes, shooting angle, camera movement, style of transition and methods of suspense, as well as the main axes of the Metaverse technology in the study sample in the context of the emergence of Metaverse technology, and related elements, The manifestations of the development of metaverse technology, and its consequences. One of the most important results of the study was the superiority of English videos over Arabic videos in the methods of presenting and directing Metaverse content; Where the Arabic videos relied on providing the content on narration, description, and direct talk, while the English videos relied on experimentation and entering virtual reality and mastering the skills of presentation. The study concluded that one of the most important advantages of Metaverse is speed and instantaneousness and the completion of work better than in the physical reality, and that one of its most prominent negatives is its tyranny over the physical reality, withdrawal from it, the availability of user data in a large extent and their exposure to electronic crime.

Keywords: coverage, metaverse technology, YouTube, qualitative analysis tool.

يكثُر الحديث عن تقنية الميتافيرس بين فترة وأخرى ثم سرعان ما يتراجع؛ ولكن هذه المرة يستمر الحديث والعمل على تطوير تلك التقنية من قبل كبرى الشركات في مجالات البرمجة والذكاء الاصطناعي والألعاب الإلكترونية؛ حيث يرون أنها إنترنت المستقبل، وأنها السوق الجديدة للاستثمار، ومن يتخلف عن العمل فيها فقد مكنًا مميّزًا في العالم. وكان خطاب "مارك زوكربيرج" في 28 أكتوبر 2021م وتغييره لاسم شركته فيس بوك إلى ميتا إشارة البدء لتداول الحديث والنقاش بجديّة عن الميتافيرس عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة. ولا يوجد تعريف محدد للميتافيرس؛ لأنه لم يظهر بصورته الكاملة بعد، ولكن يمكن القول بأنه محاكاة للعالم المادي تقوم بها عندما ترتدي نظارة، وسماعة افتراضية، وتختار صورة رمزية للظهور بها. وفكرة الميتافيرس موجودة في ألعاب الفيديو، لكنها تفوق ذلك بكثير. ومن بين وسائل الإعلام الجديد التي اهتمت بتقنية الميتافيرس وتزاحمت عبر منصتها الكثير من الفيديوهات للحديث عنها موقع اليوتيوب، وبمجرد وضع كلمة البحث ميتافيرس باللغة العربية أو الإنجليزية تجد العديد من الفيديوهات. وبمجرد النظر تلحظ عدد المشاهدات والإعجابات والتعليقات وعدد المشتركين في القنوات وتواريخ بث الفيديوهات؛ الأمر الذي يتطلب الاعتماد على أداة بحثية تمكن من الحصول على أكبر قدر من البيانات حول هذه الظاهرة باعتبارها ظاهرة جديدة تتبارى الشركات الكبرى في العمل عليها وتطويرها والإعلان عنها ودفع الناس إليها؛ فإلاشك أنها تقدم خدمات عظيمة للإنسان في جميع المجالات وبخاصة قطاع التعليم؛ وهذا ما ظهر خلال جائحة كورونا، وهناك آراء تتبأ أيضاً بأن لها مخاطر عظيمة على حياة الإنسان؛ لذا كانت هناك حاجة للتعرف على هذه التقنية بصورة مفصلة، والوصول للفهم الأعمق لها ووصفها وصفاً شاملاً عبر موقع اليوتيوب؛ حيث يحتل مكانة متميزة لدى الجمهور، وتشير التقديرات إلى أنه يأتي في الترتيب الثاني لاستخدامات الجمهور في الوقت الحالي؛ حيث بلغ عدد مستخدميه حوالي 2.3 مليار

مستخدم نشط شهرياً وذلك وفقاً<sup>(1)</sup> لإحصائيات 2022، وكشفت تقارير<sup>(2)</sup> تقنية أن عدد مشاهدي you tube shorts قد وصل إلى أكثر من 1.5 مليار مستخدم شهرياً، وتسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن تقنية ميتافيرس والتعرف عليها شكلاً ومضموناً في عينة من الفيديوهات العربية والإنجليزية عبر موقع اليوتيوب، وجمع أكبر قدر من البيانات عنها، وتحليل هذه البيانات وتصنيفها؛ للتعرف على محاور تناول ميتافيرس في هذه الفيديوهات؛ لذا تسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن تغطية تقنية ميتافيرس "Metaverse" في عينة من الفيديوهات على اليوتيوب شكلاً ومضموناً بالاعتماد على تحليل المضمون الكمي والكيفي.

#### الدراسات السابقة:

بعد مراجعة التراث العلمي المتصل بموضوع الدراسة يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:

#### أولاً: دراسات تتعلق بالتحليل الكيفي

اتفقت دراسات Gregory (2019)<sup>(3)</sup> J, Welliver S and Chong J ، Nadarzynskia<sup>(4)</sup> T et al (2021) M, Layer<sup>(5)</sup> (2020) في استخدام التحليل الموضوعي بالاعتماد على آلية تحليل توافق الآراء في دراسة Gregory J, Welliver S and Chong J لتحليل الموضوعات الرئيسة والثانوية للانتقادات النقدية الموضوعية لأبحاث تعلم الآلة والتعلم التقليدي، واستخدام تشفير متسلسل، وحددت الموضوع الرئيس (نقص المعلومات) باعتباره الأكثر شيوعاً وتضمن 10 موضوعات ثانوية، وكانت الانتقادات متشابهة بين كلا النوعين من الأبحاث، وكان هناك عدد من الاختلافات المفاهيمية والعلمية بين تعلم الآلة التقليدي والتعلم العميق. بينما استخدمت دراسة Nadarzynskia T et al التحليل الموضوعي لتحديد الأنماط ووجهات النظر المختلفة حول البيانات بالإضافة إلى المنهج الاستقرائي، تم قراءة البيانات عدة مرات، تألفت نفوس الباحثين مع البيانات، تم تصنيف البيانات باستخدام جداول Excel في موضوعات وموضوعات فرعية واقتباسات نموذجية. قورنت التحليلات في مناقشات جماعية لزيادة الانعكاسية من خلال الاتفاق والاختلاف على الموضوعات النهائية والموضوعات الفرعية؛ بما يتماشى مع أهداف البحث لزيادة شفافية ومصداقية تحليل البيانات. واستخدمت دراسة Layer M التحليل الموضوعي لتعيين موضوعات مختلفة للتعليقات تحت كل فيديو بعد نسخ ولصق جميع التعليقات في ملف منفصل، ومراجعتها بالترتيب الزمني، حيث تغير موضوع مقاطع الفيديو من فيديو إلى آخر، وبحث المؤلف عن أي روابط بين التعليقات، استقر المؤلف

على موضوعات الأعداء الخارجيين والداخليين والعمليات الاجتماعية كطريقة لتصنيف التعليقات من حيث صلتها بالمعلق الفردي، بالإضافة إلى ذلك، استعرض المؤلف الدراسات المماثلة التي فحصت التغطية اليمينية لفيروس كورونا، ومقارنة التعليقات بالاتجاهات الحالية في الأدبيات ذات الصلة. بينما اعتمدت دراسة O&A (2021) Agrali (6) على أسلوب تحليل المشاعر لتقييم المشاعر حول Metavers بتقييم التغريدات المنشورة قبل أسبوع، وبعد ذلك التاريخ الذي أعلنه "مارك زوكربيرج" أن شركته ستغير اسمها إلى Meta تويت سنت باللغة الإنجليزية مع هاشتاغ "metaverse" على تويتر كمجموعة بيانات، وكانت التغريدات إيجابية بشكل عام قبل خطاب مارك، لكن أخذت في التناقص بعد الخطاب، وأخذت كل من التغريدات المحايدة والسلبية في التزايد. بينما استخدمت دراسة Park S, Bier L and Park (2021) (7) H التحقيب الهجين على النصّ الهجين، بالاعتماد على تحليل المحتوى وتحليل المشاعر القائم على التعلم الآلي وتحليل الكلمات المشتركة، وتحديد دور تأطير الاستراتيجيات والأساليب السردية في تسهيل انتباه الجمهور والاستجابات الإيجابية والسلبية والمشاركة في محتوى الأخبار. وتم فحص 23774 رداً تعليقاً على مقاطع فيديو متعلقة بكوريا الشمالية من 1 يوليو 2018 إلى 17 مايو 2019. وتوصلت إلى أن 59.55% من التعليقات كانت إيجابية، 31.41% كانت سلبية، 9.03% كانت حيادية.

ثانياً: دراسات تتعلق بتقنية "Metaverse":

تمثل كل دراسة من الدراسات التالية شرحاً لتقنية "Metaverse" بداية من 2009 إلى 2022 كما يلي:

تناولت دراسة Schlemmer (8) (2009) E, Trein D and Oliveira C مفاهيم الحضور والحضور عن بُعد، واستخدام التقنيات الرقمية الافتراضية الناشئة، لا سيما فيما يتعلق بالعوالم الافتراضية ثلاثية الأبعاد، تلك التقنية التي تم توجيهها بواسطة الصور الرمزية وإمكانية التعبير عن الذات من خلال الإيماءات، والحركات، والكلام، والمظهر. وينبه إلى ما نسميه الآن التعليم عن بُعد بمعايير جديدة، والتي تتطلب منهجيات وممارسات تدريس وعمليات وساطة جديدة تتوافق مع عروض العوالم الافتراضية الرقمية ثلاثية الأبعاد المحتملة. وأضافت دراسة Borba E (9) (2011) أن العوالم الافتراضية لديها إمكانات هائلة لتحفيز الإدراك البصري للمستخدم، ولا يشعر المستخدم من الناحية البيولوجية بما يحدث داخل العالم الافتراضي؛ ولكن كل شيء يراه المستخدم (ويشعر) به يتم تفسيره من خلال تجربة الصورة الرمزية. أيضاً، استنتجت أن

الإعلان في العوالم الافتراضية من الناحية الجمالية والوظيفية مشابه للنسخ الأصلية. وتعمل تجربة الإدراك البصري بشكل مشابه للتجربة الحقيقية. واهتمت دراسة Ayter E<sup>(10)</sup> (2012) بالطريقة التي تنشأ بها البيئات الافتراضية ثلاثية الأبعاد، واستخدام النص في سياق يمكن أن يتناقض مع النظام التقليدي وتقوم منظمات غير حكومية بالإنشاء. وتوفر الحاسوبية القدرة على العمل بناء على التجريدات كما لو كانت أشياء ملموسة جرافيكية، وقد يجلب الإبداع الحاسوبي المزيد من المكونات الغنية بالخصائص التي تكون أكثر ثراء في العرض الافتراضي الثلاثي الأبعاد. وأكدت دراسة Correia<sup>(11)</sup> (2012): A et al أن هناك سهولة في استخدام العوالم الافتراضية ثلاثية الأبعاد في كل من أستراليا ونيوزيلاندا، ويمكن أن ينشأ الواقع المعزز في كل مكان، وتتبع المسار الصحيح في كل مكان لاستكشاف المستقبل. وأضافت دراسة Lopez Y et al<sup>(12)</sup> (2012) أن العديد من المنظمات والمؤسسات أدركت أهمية استخدام منصات الميتافيرس ثلاثية الأبعاد لنشر الإبداع الفني بشكل عام ونقل المعلومات والمعرفة الفنية، وأكدت زيادة الزيارات للمتاحف الافتراضية، كما أبدى الأفراد اهتمامهم بالفن في العالم الافتراضي. وحددت دراسة Dionisio J<sup>(13)</sup> (2013) Burns W and Gilbert R أن النجاح في الانتقال من مجموعة من البيئات الغامرة المعقدة والمستقلة تماماً إلى نطاق شبكة هائلة متكاملة من العوالم الافتراضية ثلاثية الأبعاد أو Metaverse، يتعلق بأربع ميزات تعتبر عناصر مركزية في Metaverse المحقق بالكامل: الواقعية (تمكين المستخدمين من الشعور بالانغماس التام في عالم بديل)، الوجود في كل مكان (إنشاء الوصول إلى النظام عبر جميع الأجهزة الرقمية الحالية والحفاظ على الهوية الافتراضية للمستخدم في جميع الانتقالات داخل النظام)، وقابلية التشغيل البيئي (السماح بإنشاء كائنات ثلاثية الأبعاد وانتقالها إلى أي مكان ويتمتع المستخدمون بحركة سلسلة دون انقطاع عبر النظام)، وقابلية التوسع (السماح بالاستخدام الفعال المتزامن للنظام من خلال أعداد هائلة من المستخدمين). وذكرت دراسة Ayter E<sup>(14)</sup> (2019) أنه لا يوجد اتفاق جماعي على مفهوم الميتافيرس "Metaverse"، وأن العديد من الجامعات والأعمال التجارية أقامت جامعات افتراضية بحماس وتركت العالم المادي؛ عندما أدركت أن هناك طرقاً أكثر كفاءة بكثير لنشر تدفق العمل أو التعلم على الإنترنت، ومن خلال منصات وأجهزة أيسر استخداماً، لكن الأمر كان معقداً للغاية، ومن أسباب ذلك الحاجة للنشاط الإبداعي لإنشاء المحتوى في العالم الافتراضي؛ إلا أن الميتافيرس ظل نشطاً وهو ما يتضح من زيادة مبيعات السوق والوقت الذي يمضيه العملاء في ميتافيرس وتناولت

دراسة George A.S (2021)<sup>(15)</sup> et al السياق الذي ساعد على انتشار ميتافيرس حيث إن COVID-19 قد غير ثقافة العمل، وسرع من صعود التجارة الإلكترونية، وتحول الطريقة التي تعمل بها الشركات، وأدى الانتقال إلى العمل عن بعد إلى قيام الشركات بإعطاء الأولوية للبيئات الافتراضية، كما سيغير Metaverse الميتافيرس طريقة الناس في المعيشة والعلم والعمل بشكل جذري؛ وهو مشروع ضخم يتطلب استثمارات ضخمة وسنوات من البحث وتطوير تقنيات جديدة، وإنشاء معايير وبروتوكولات مختلفة لجعل كل شيء يعمل، قد يستغل الوافدون الجدد هذه التقنية أيضا بإضافة ملفات اللوائح، وتفكك ميثا متعددة الجنسيات، ومع ذلك، فإنها أيضا فرصة حقيقية للعملات المشفرة، بالإضافة إلى عالم blockchain لتقديم حلول دائمة للميتافيرس ومحاولات تقييد احتكار الميتافيرس من قبل العديد من الشركات متعددة الجنسيات المركزية الكبيرة. وأكدت دراسة الجنبري، محمد قيس عادل<sup>(16)</sup> (2021) أن للمراجعة الداخلية مكانا مرموقا في مستقبل الأتمتة والرقمنة والذكاء الاصطناعي، ويتوقع الباحث أن يكون هناك طلب على خدمات مهنة المراجعة الداخلية في Metaverse ورأى الباحث أنه من الضروري ربط المراجعة الداخلية في عالم ميتافيرس بمخاطر هذا العالم؛ وعليه يمكن القول إنه في حين أن مخاطر الصحة والسلامة من المحتمل أن تتخفض في عالم ميتافيرس؛ فإن مخاطر الأمن السيبراني ومخاطر خصوصية البيانات والهوية ستكون مرتفعة، وقد تصل إلى مستويات أعمق؛ وهذا يتطلب من المراجعين الداخليين القيام بمهام إضافية للتأكد من قيام إدارة المخاطر بتقييم هذه المخاطر والتحقق من الضوابط التي ستضعها إدارة تقنية المعلومات فيما يتعلق بعالم ميتافيرس. وذكرت دراسة Rospigliosi P<sup>(17)</sup> (2022) أن الضغوط الاقتصادية والبيئية والوبائية لاعتماد الواقع الافتراضي والدخول في الميتافيرس هائلة. كما يقدم الواقع الافتراضي فرصا جديدة ومرنة للغاية لبيئات التعلم وتجارب التعلم التي تعكس التغييرات في كيفية التواصل الاجتماعي والعمل. وقد يخلق الواقع الافتراضي أيضا مخاطر الانفصال عن الأصل؛ خسارة التعليم والعمل والمجتمع لواقع المادي. ومن المرجح أن الأطفال والشباب البالغين المنغمسين حاليا في Minecraft و Roblox سيولدون مزيدا من الاهتمام بالتعليم والتعلم. ومن المرجح أن تستمر الألعاب في كونها مكانا مناسباً، بمشاركة عدد كبير جدا من المشاركين. وإن كانت ألعاب الحاسوب والألعاب عبر الإنترنت ليست للجميع؛ فإن هناك تقنيات عبر الإنترنت أصبحت في كل مكان تقريبا، فهذه هي تقنيات التنشئة الاجتماعية والعمل. وأضافت دراسة Mystakidis S<sup>(18)</sup> (2022) أن ميتافيرس ليس مفهوما جديدا ويمكنه بأبعاده

الرئيسية في سياق MR الواقع المختلط جسر هوة الاتصال في وسائل الاتصال الاجتماعي مع إمكانات مزيد من التقنيات الغامرة في VR، AR والتفاعل بينهم بشكل إبداعي، وهو يعد بتحويل العديد من القطاعات الصناعية وكذلك قطاع التعليم عن بعد عبر الإنترنت، ويقدم نماذج جديدة من Meta-education، والتعليم عبر الإنترنت التي تعمل بطاقة Metaverse، للسماح بخبرات التعلم الرسمية وغير الرسمية الثرية الهجينة في حرم جامعي افتراضي ثلاثي الأبعاد عبر الإنترنت. واستكشفت دراسة Hollensen S, Kolter P and Opresnik M (2022)<sup>(19)</sup> اللبنة الأساسية التي تزيد من قيمة التفاعل في ميتافيرس. وتظهر حالة اندماج Nike-Roblox أن اللبنة الأساسية المرئية تشارك في إنشاء الوعي بالعلامة التجارية. وهي بشكل أساسي المنصات الافتراضية، والمحتوى والخدمات والأصول، وسلوك المستهلك والأعمال، وسيزداد تطوير الشركات ذات العلامات التجارية الكبيرة المحلية والإقليمية والعالمية في ميتافيرس والتوسع فيها بسرعة. وقدمت دراسة Far S & Rad A (2022)<sup>(20)</sup> تعريفات لمفاهيم DT، NFTs، Block Chain، وأطلقت واقترحت بنية ثلاثية الطبقات للميتافيرس، وناقشت تحديات الأمان والخصوصية، وأطلقت على الـ Block Chain البنية التحتية للبيتكوين؛ وهي سجل للبيانات على الإنترنت يوفر الثبات والاستقلالية والشفافية ويستخدم في الآونة الأخيرة كبنية أساسية للعملات المشفرة. ونشأت NFTs رموز غير قابلة للاستبدال من معيار توكين إيثيريوم في عام 2017م، وتستخدم كوثائق ملكية موزعة لإثبات ملكية الأشياء الرقمية. ويوفر DT محاكاة الأشياء المادية بطريقة أكثر واقعية وهو اختصار لـ Digital Twins مفهوم تقليدي تم اقتراحه في السبعينات وشائع على نطاق واسع في العلوم والابتكارات الصناعية، ويعني بربط العالم المادي بالعالم الرقمي من خلال بنية ثلاثية الطبقات. ويقترح العلماء تكوين الميتافيرس من ثلاث طبقات: هندسية البنية التحتية المتطلبات الأساسية والمادية، التفاعل لربط هذه الطبقة بالنظام البيئي، وطبقات البنية التحتية وتنشأ محتويات الميتافيرس في هذه الطبقة، العالم الرقمي الموازي أو الـ Metaverse تتضمن محتوى من إنشاء المستخدم، والاقتصاد، والذكاء الاصطناعي. وتوصلت دراسة Inengite D (2022)<sup>(21)</sup> إلى أن ميتافيرس عالم رقمي؛ حيث يمكن للمبدعين بناء عوالم وصنع شخصيات، ووضع قواعد، أو قوانين، أو أحكام أو تأسيس ثقافات، وتنشأ من هذه العوالم القصص، والتجارب، وغالباً ما ينظر إلى مراحل تنمية أو تطور الموضوعات التقنية في ميتافيرس على أنها عملية إنشاء يقوم بها متحمسون مثل المصممون والمبرمجون والمهندسون المعماريون وهكذا. وهدفت دراسة (الخولي، سحر عبدالمنعم 2022)<sup>(22)</sup> إلى رصد وتحليل معالجة عينة من الصحف العربية والأجنبية



لتقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس، وأكدت على أهمية تطبيق تقنيات الميتافيرس في عدة مجالات كالتعليم والتسويق والإعلام، وجاء تطوير نظم الاتصال والتواصل في مقدمة الموضوعات التي ركزت عليها الدراسات العربية والأجنبية بنسبة 12.2٪.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- اشتملت الدراسات السابقة على محورين بناء على عنوان الدراسة، وهما: محور الدراسات النوعية ومحور دراسات Metaverse.
- طبقت دراسات التحليل الكيفي على وسائل التواصل الاجتماعي (تعليقات يوتيوب، و تغريدات تويتر)، (مقابلات عن تقنية الشات بوتس مع العملاء Chatbots المستخدمة في الكثير من المواقع)، وثائق (مراجعات نقدية لأبحاث أجريت على تقنيات تعلم الآلة والتعلم العميق- نوعي الذكاء الاصطناعي)، وطبقت الدراسة الحالية التحليل الكيفي على محتوى عينة من الفيديوهات على اليوتيوب (فحص وثائق).
- حللت هذه الدراسات المحتوى بتصنيفاته المختلفة (تحليل كلمات رئيسة، تحليل مشاعر، تحليل أطر، تحليل تعليقات- تحليل مقابلات- تحليل موضوعي)، وحللت الدراسة الحالية محتوى عينة من مقاطع الفيديو على اليوتيوب عن ميتافيرس تحليلاً موضوعياً.
- اعتمدت دراسات التحليل النوعي على آلية متشابهة في تحليل البيانات تدور حول قراءتها مرات متكررة وفحصها، وتنظيمها، وترميزها، وتصنيفها، وتقييمها سواء كانت تعليقات، أو تغريدات، أو مقالات، أو محادثات، وهذا ما قامت به الدراسة الحالية مع محتوى الفيديوهات بعد نقلها إلى نص مكتوب.
- تفاوتت عينة ومدة التحليل من دراسة لأخرى؛ فقامت دراسة Agrali O& Aydin (2021) بتحليل التغريدات عن ميتافيرس على تويتر قبل وبعد خطاب مارك، وأجرت Gregory J, Welliver Sand Chong في الفترة من 2018/1/9 إلى 2018/6/2 تحليل لمراجعات نقدية ل 38 مقالة من مقالات الذكاء الاصطناعي، وأجرت دراسة Nadarzynskia T et al (2021) في الفترة من كانون الثاني (يناير) إلى حزيران (يونيو) 2020، مقابلات وجها لوجه وشبه منظمة وعبر الإنترنت؛ لاستكشاف وجهات النظر حول روبوتات المحادثة للصحة الجنسية. وفحصت دراسة Layer M (2020)

أكثر من 1600 تعليق على مقاطع فيديو على اليوتيوب في الفترة من فبراير إلى تموز (يوليو) 2020. أما الدراسة الحالية فقد حلت عينة قدرها 10 فيديوهات حول تقنية ميتافيرس على اليوتيوب مقسمة بالتساوي إلى فيديوهات عربية وأجنبية، وتاريخ بثها في الفترة من 10/28/2021م إلى 11/12/2022م. وبدأ التحليل من 1/1/2022م إلى 14/5/2022م.

- أما المحور الثاني المتعلق بدراسات ميتافيرس، فقد تم ترتيبها من الأقدم للأحدث لتناول تطور ميتافيرس منذ عام 2009م إلى الآن. وقد دارت هذه الدراسات حول تعريف الميتافيرس والسياقات التي أدت إلى انتشار الميتافيرس *Metaverse* بصورة ملحوظة في الوقت الحالي. والتقنيات المرتبطة بميتافيرس، والتطور الذي أدى إليه ميتافيرس في العديد من القطاعات وبخاصة قطاع التعليم والعمل، وتناولت أيضاً مزاياه وبعض المخاطر المتصلة بميتافيرس. أما الدراسة الحالية فقد تناولت تغطية تقنية ميتافيرس في عينة من الفيديوهات العربية والإنجليزية على اليوتيوب عن ميتافيرس في الفترة التي تلت خطاب "مارك"، وقد توصلت إلى العديد من النتائج التي تتفق مع الدراسات السابقة، بالإضافة إلى الفروق بين الفيديوهات العربية والإنجليزية في التغطية، وتغيير اسم فيسبوك والسياق المتصل به، وشركات التقنية، وفرص الاستثمار في ميتافيرس.. وغيرها.

#### مشكلة الدراسة:

بعد مراجعة الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة والتراث العلمي المتصل به يمكن تحديد مشكلة الدراسة فيما يلي:

أثار تغيير مارك زوكربيرج مسمى شركته فيس بوك إلى ميتا في أكتوبر 2021، وحديثه عن الميتافيرس، وأنه يمثل إنترنت المستقبل، وقيامه بتوظيف الآلاف من خبراء الذكاء الاصطناعي والبرمجة من الاتحاد الأوروبي للعمل على تقنية ميتافيرس وتطويرها؛ حيث انقسمت القوى الكبرى إلى قسمين، قسم يقوم بتصنيع هذه التقنية وإنتاجها وهو الولايات المتحدة الأمريكية؛ وقسم يقوم بإجراء الأبحاث المتعلقة بها وهو الاتحاد الأوروبي، أثار هذا التغيير الكثير من الجدل والنقاش حول تلك التقنية ما بين مؤيد ومعارض؛ هذا فضلاً عن مزايا وعيوب تلك التقنية وما يمكن أن تسببه من مخاطر على البشرية كلها؛ الأمر الذي يجعل الإنسان يشعر بالخطر على حياته وحياته أسرته؛ لذا كان من الأهمية بمكان طرح هذه المشكلة ومحاولة استجلاء الغموض حولها من زاوية لم

يتم التطرق إليها من قبل- وإن كانت قد أجريت حولها العديد من الأبحاث في مجالات غير الإعلام- إلا أن أحداً لم يتطرق إلى تغطية اليوتيوب لتقنية الميتافيرس، وتحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن تقنية الميتافيرس في عينة من الفيديوهات العربية والإنجليزية على موقع اليوتيوب وتحليلها كمياً وكيفياً، ومعرفة النقاط التي ركزت عليها الفيديوهات العربية والإنجليزية في تناول تقنية ميتافيرس، والنقاط التي اختلف بها كل منهما، والأسلوب المتبع في الحديث عن تقنية ميتافيرس في كل منهما، وفي النهاية حصر للموضوعات التي تم تناولها في كل الفيديوهات عن تقنية الميتافيرس، ووصفها وصفاً شاملاً، وسياق ظهورها، وخصائصها، وتقنياتها، وردود الفعل حولها، وإيجابياتها وسلبياتها.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من النقاط التالية:

- 1- تحول الدولة المصرية الرقمي في كافة القطاعات، والسعي للوصول إلى حكومة رقمية مترابطة، والتوسع في تبني التكنولوجيات الحديثة لتقديم خدمات مصر الرقمية، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقديم الخدمات للمواطنين، وهذا يشير إلى اقتراب العمل بتقنية الميتافيرس حتى وإن لم يتحدد بعد الموعد النهائي لظهور الصورة الكاملة لهذه التقنية؛ إلا أنه يجري إنشاء مشروعات افتراضية كاملة قائمة على هذه التقنية في العاصمة الإدارية الجديدة يتوقع فتحها للجمهور خلال هذا العام أو العام المقبل.
- 2- توقع التحول من إعلام مواقع التواصل الاجتماعي إلى إعلام الواقع الافتراضي، أو الميتافيرس القائم على تقنيات الذكاء الاصطناعي، أو إعلام البيئات الغامرة، وبدلاً من استخدام الشخص لشبكة الإنترنت لفترة معينة خلال اليوم خلف شاشة الهاتف المحمول أو الحاسوب الشخصي، سيكون الشخص جزءاً من الواقع الافتراضي، وسيعيش أغلب أوقاته بداخله، إن لم يكن حياته كلها.
- 3- الكشف عن تقنية الميتافيرس؛ فمن المتوقع أن تغير شكل العالم خلال الخمس أو العشر سنوات القادمة، ويساعد التقدم التقني الكبير على توفير الظروف المواتية لظهور هذه التقنية، وتطويرها، وظهورها بصورتها الكاملة في المستقبل القريب؛ لذا كان من الضروري التعرف على هذه التقنية والكشف عن خصائصها، وأدواتها، وسياق ظهورها، والأطراف الكبرى التي تعمل عليها، واقتصاداتها، ومزاياها، ومخاطرها.

- 4- التعرف على أساليب التغطية المتبعة في الفيديوهات العربية والإنجليزية.
- 5- استخدام أداة التحليل الكيفي في الكشف عن تقنية الميتافيرس على موقع اليوتيوب، وتعد أداة التحليل الكيفي أداة مهمة في جمع أكبر قدر من البيانات حول الظاهرة المدروسة، للوصول لفهم تقنية الميتافيرس، ووصفها وصفاً شاملاً، وتناول جميع جوانبها.

#### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية لتحقيق عدة أهداف، أولها هدف رئيس وهو: الكشف عن تغطية تقنية ميتافيرس في عينة من الفيديوهات العربية والإنجليزية على اليوتيوب، وينبثق منه عدة أهداف فرعية:

- 1- التعرف على شكل تغطية تقنية ميتافيرس في الفيديوهات عينة الدراسة.
- 2- رصد الموضوعات التي تتضمنها الفيديوهات عينة الدراسة عن تقنية ميتافيرس.
- 3- الكشف عن ملابس ظهور تقنية ميتافيرس من خلال الفيديوهات عينة الدراسة.
- 4- التعرف على تقنية ميتافيرس من جميع جوانبها وفقاً لما ورد في الفيديوهات عينة الدراسة.

#### تساؤلات الدراسة:

- 1- كم عدد اللقطات التي تتضمنها الفيديوهات عينة الدراسة؟
- 2- ما أحجام اللقطات التي تتضمنها الفيديوهات عينة الدراسة؟
- 3- ما زاوية التصوير المستخدمة في تصوير الفيديوهات عينة الدراسة؟
- 4- ما حركة الكاميرا المستخدمة في الفيديوهات عينة الدراسة؟
- 5- ما أساليب الانتقال المستخدمة في الفيديوهات عينة الدراسة؟
- 6- ما أساليب التشويق المستخدمة في الفيديوهات عينة الدراسة؟
- 7- ما المعينات البصرية المستخدمة في الفيديوهات عينة الدراسة؟
- 8- ما المحاور الرئيسة التي تناولتها عينة الدراسة عن تقنية الميتافيرس؟
- 9- ما سياق ظهور تقنية ميتافيرس في عينة الدراسة؟
- 10- ما العناصر المتعلقة بتقنية ميتافيرس في عينة الدراسة؟
- 11- ما مظاهر تطوير تقنية ميتافيرس في عينة الدراسة؟
- 12- ما عواقب ميتافيرس؟

## منهج الدراسة:

منهج المسح الإعلامي؛ وهو عبارة عن "جهد علمي منظم لجمع البيانات حول ظاهرة معينة لوصفها بدقة والكشف عن عناصرها في سياق معين وإطار زمني ومكاني معين"<sup>(23)</sup>، لذا تسعى الدراسة الحالية إلى مسح تقنية ميتافيرس في عدد من الفيديوهات على موقع اليوتيوب تم إطلاقها في الفترة من 28 أكتوبر إلى 11 ديسمبر 2021م للكشف عن تقنية ميتافيرس، وتم جمع البيانات حول تقنية ميتافيرس من هذه الفيديوهات، وتنظيمها وتصنيفها لوصفها بدقة، والإحاطة بها من جميع جوانبها، والوصول إلى إجابات حاسمة للتساؤلات المثارة حولها.

## نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة الحالية للدراسات الوصفية، التي تستهدف وصف الأحداث، والأشخاص، والمعتقدات، والاتجاهات، والقيم، والأهداف، والتفضيل، والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة<sup>(24)</sup>؛ ومن هنا تسعى الدراسة الحالية إلى وصف حدث وهو ظهور تقنية ميتافيرس بعد إعلان مارك زوكربيرج مؤسس فيس بوك تغيير اسم شركته إلى ميتا، ووصف عناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن بالاعتماد على الأسلوب الكيفي في التحليل.

## مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الفيديوهات التي تتحدث عن تقنية الميتافيرس على موقع اليوتيوب عربيا وإنجليزيا.

## عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في عدد (10) فيديوهات تتحدث عن تقنية الميتافيرس على اليوتيوب (5) بالعربية، (5) بالإنجليزية، حيث تم بثها على اليوتيوب بعد خطاب مارك زوكربيرج وتغيير اسم فيس بوك إلى ميتا، وقد حققت نسبة مشاهدة عالية في الفترة التي تم اختيارها فيها (نهاية شهر ديسمبر وأوائل شهر يناير 2021م)، وتم توصيف العينة كما هو موضح بالجدولين التاليين:

جدول (1) مواصفات عينة الفيديوهات العربية

م	عنوان الفيديو	اسم القناة	مدة الفيديو	تاريخ الإطلاق	عدد المشاهدات	عدد التعليقات	عدد الإعجابات
1	الميتافيرس.. وليه فيسبوك غيرت اسمها؟	عشوائيات تعليق عمرو عابدين إعداد سامح صقر مونتاج مصطفى سند إشراف محمد أسامة 4.25 مليون مشترك	9.15 ق	2021/11/6	235.487	430	15 ألف لايك
2	زي الكتاب ما بيقول الميتافيرس.. كيف سيتغير الإنترنت للأبد؟	زي الكتاب ما بيقول 985 ألف مشترك في القناة. أحمد سلامة	14.2 ق	2021/11/19	194.398	298	8.3 ألف لايك
3	زي الكتاب ما بيقول ليه فيسبوك بتغير اسمها	زي الكتاب ما بيقول 985 ألف مشترك أ. أحمد سلامة	21.13 ق	2021/11/5	325.271	537	14 ألف
4	طموحات خطيرة.. ما سر تغيير "مارك" زوكيربيرغ" اسم فيسبوك وما علاقة ذلك بالميتافيرس؟	المخبر الاقتصادي 1.52 مليون مشترك، أشرف إبراهيم	18.12 ق	2021/11/5	748.379	1.387	34 ألف
5	لماذا غيرت شركة فيس بوك اسمها إلى ميتا؟ وما هي ميتافيرس التي يتطلع إليها زوكيربيرغ	بي بي سي عربي 9.9 مليون مشترك، برنامج تريند أحمد فاخوري	7.52 ق	2021/10/29	1.060.509	1.605	18 ألف

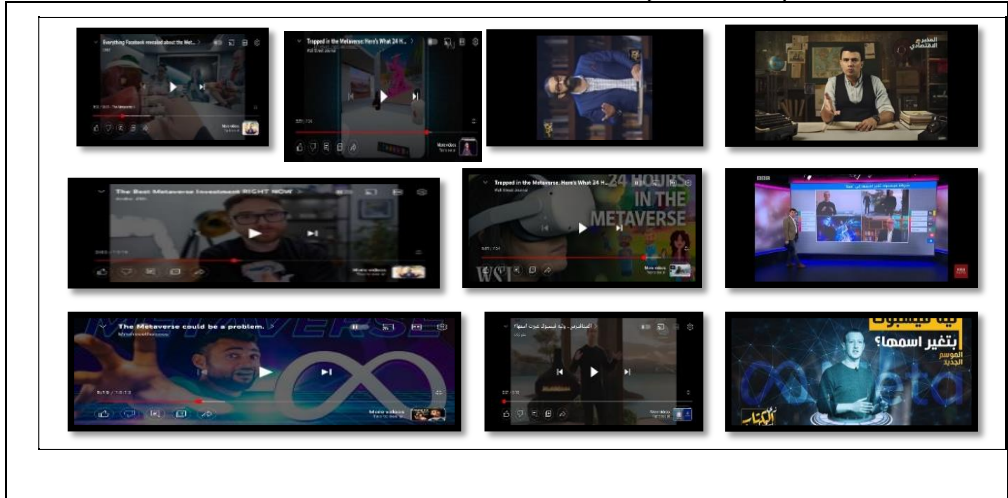
يشير جدول (1) إلى مواصفات عينة الفيديوهات العربية التي تناولت تقنية ميتافيرس على اليوتيوب، وعددها (5) فيديوهات، تم اختيارها بناء على قاعدة الفيديوهات العربية التي تحدثت عن تقنية ميتافيرس وكانت أكثر مشاهدة خلال شهر يناير 2022، فالفيديو الأول كان من قناة (عشوائيات) لعمر وعابدين وعدد مشاهدات الفيديو (235.489)، وعدد المشتركين في القناة 4.25 مليون مشترك، والثاني والثالث من قناة (زي الكتاب ما يقول) لأحمد سلامة وعدد المشاهدات لأول 194.398، وعدد المشاهدات للثاني 325.271 مشاهدة وعدد المشتركين في القناة 985 ألفاً. والرابع من قناة (المخبر الاقتصادي) لأشرف إبراهيم وعدد المشاهدات 748.379 مشاهدة وعدد المشتركين 1.52 مليون مشترك، والخامس من قناة بي بي سي عربي تريند وعدد المشاهدات واحد مليون و60 ألف مشاهدة، وعدد المشتركين في القناة 9.9 مليون مشترك.

جدول (2) مواصفات عينة الفيديوهات الإنجليزية

م	عنوان الفيديو	اسم القناة	مدة الفيديو	تاريخ الإطلاق	عدد المشاهدات	عدد التعليقات	عدد الإعجابات
1	Trapped in the Metaverse: Here's What 24 Hours in VR Feels Like  WSJ	Wall Street Journal 3.54 M S	7:33M	12\11\2021	4.136.324	15.275	70.000
2	The Best Metaverse Investment Right Now	ANDRIA JIKA 1.99M S	15:15M	11\12\2021	1.606.646	4.017	58.000
3	The Metaverse could be a problem	Mrwhosetheboss 10.5M S	18:12	13\11\2021	3.839.315	33.314	229.000
4	Why Should Be Worried About Facebook's Metaverse  System Error	VICE News 7.75M S	12:35	7\12\2021	5.510.178	17.185	93.000
5	Everything Facebook revealed about the Metaverse in 11 minutes	CNET 3.43M S	10:35	28\10\2021	5.654.934	88.000	32.329

يشير جدول (2) إلى مواصفات عينة الفيديوهات الإنجليزية التي تناولت تقنية ميتافيرس على اليوتيوب، وعددها (5) فيديوهات تم اختيارها بناء على قاعدة الفيديوهات الإنجليزية التي تحدثت عن تقنية ميتافيرس وكانت أكثر مشاهدة خلال شهر

يناير 2022، فالفيديو الأول كان من قناة (Wall Street Journal) ومقدمة الفيديو تقوم بتجربة الدخول في ميتافيرس لمدة 24 ساعة وعدد مشاهدات الفيديو (4.136.324)، وعدد المشتركين في القناة (3.54 M S)، والثاني من قناة (ANDRIA JIKA) وعدد المشاهدا (1.606.646)، وعدد المشتركين في القناة (1.99M S)، والثالث من قناة (Mrwhosetheboss) وعدد المشاهدات (3.839.315) مشاهدة وعدد المشتركين في القناة (10.5M S)، والرابع من قناة (VICE News) وعدد المشاهدات (5.510.178) وعدد المشتركين في القناة (7.75M S)، والخامس من قناة (CNET) وعدد المشاهدات (5.654.934) مشاهدة، وعدد المشتركين في القناة (3.43M S).



شكل (1) يوضح الفيديوهات عينة الدراسة

#### أداة جمع البيانات:

تحليل المضمون؛ وهو أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل (25)، والمضمون بالاعتماد على أداة التحليل الكيفي غير التدخلية؛ حيث تجمع البيانات من الوثائق المتاحة، وتمثل عينة الفيديوهات العربية والإنجليزية عينة الوثائق الخاصة بهذه الدراسة؛ حيث جرى تحويل المادة المرئية بهذه الفيديوهات إلى نصوص مكتوبة لإعدادها لمرحلة التحليل، ويهدف التحليل الكيفي إلى تحليل تقنية ميتافيرس تحليلاً متعمقاً لتوضيح الأفكار المتعلقة بهذه التقنية المطروحة في الفيديوهات عينة الدراسة، وتوضيح ما تشير إليه نصوص هذه الفيديوهات من معانٍ ودلالات، ومن ثم الوصف الدقيق لها متضمناً الاستشهاد بأمثلة، واستدلالات منطقية، واستنتاجات سليمة.



## الصدق والثبات:

يتمثل الصدق والثبات في التحليل الكيفي في ثلاثة أمور؛ أولاً: جمع الباحث قدراً كافياً من البيانات لدراسة الظاهرة، يمكنه من الإجابة عن تساؤلات الدراسة، ثانياً: قراءة البيانات قراءة متأنية قد تصل إلى عشر مرات، ويبدأ التحليل منذ اختيار العينة، وفي كل مرة يستكشف الباحث شيئاً جديداً في هذه البيانات، وربما قام بتعديلها أو تغييرها أو إضافة جديد، حتى يصل إلى مرحلة التشبع؛ وهو أن يرى أنه استخرج جميع ما في هذه البيانات من معلومات ولم يعد هناك شيئاً لاستخراجه، ثالثاً: أن البيانات التي حصل عليها الباحث تسير في السياق العام للظاهرة، كما في الجزء التحليلي تم ربط المثال من العينة بالشرح بالدراسات التي بها هذه المعلومات.

## التعريفات الإجرائية للدراسة:

تغطية: وتعني تناول وتقديم الفيديوهات العربية والإنجليزية عينة الدراسة لتقنية الميتافيرس، والمحاو التي تم التركيز عليها، والأسلوب الذي تم الاعتماد عليه في التناول. تقنية ميتافيرس: هي تقنية تستلزم الاعتماد على تقنيات أخرى كالواقع الافتراضي والواقع المعزز، وهناك أدوات للدخول في هذه التقنية وهي النظارات والسماعات الافتراضية.

اليوتيوب: هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي، ويحتل المركز الثاني بعد جوجل في ارتياده من قبل المستخدمين، وهو يمثل فرصة لصناعة المحتوى في جميع المجالات، ويمكن صناعة المحتوى من الحصول على عوائد مادية مقابل المحتوى الذي يرفعه على الموقع. التحليل الكيفي: تحليل البيانات كيفياً عن طريق السرد والوصف، واستخدام الكلمات والعبارات والجمل بدلاً من الأرقام والإحصاءات، في وصف الظاهرة وصفاً شاملاً والوصول إلى الفهم الأعمق لها، وجمع كثير من النتائج حولها.

الإطار المعرفي للدراسة: ويشتمل الإطار المعرفي على شقين؛ الشق الأول: البحث الكيفي، الشق الثاني: تقنية الميتافيرس.

## أولاً: البحث الكيفي:

أصبح البحث العلمي سمة العصر الحالي، في جميع ميادين العلم، علم الاجتماع، والنفوس، والإعلام، والتربية، والطب، والهندسة.. وغيرها. وقد حقق المنهج الكمي شهرة واسعة، ورأى كثير من العلماء أنه من أكثر المناهج علمية لاعتماده على الأرقام والإحصاءات. وظهر المنهج الكيفي في بداية القرن العشرين، ولكن بسبب سيطرة الرأسمالية والمدرسة الإمبريقية التجريبية أزاحه المنهج الكمي، ولكنه عاد مرة أخرى في

وأواخر الستينات وأوائل السبعينات من القرن العشرين، ثم كانت مرحلة الإحياء للمنهج الكيفي في التسعينات من نفس القرن. وقد وجهت المدرسة النقدية والتفسيرية النقد للمنهج الكمي، وصار صراع ما بين أنصار المنهج الكمي والكيفي؛ لكنه اختفى في أواخر التسعينات، واتضح أن المنهجين يكمل بعضهما الآخر؛ حيث يعتمد المنهج الكمي على الأرقام والإحصاءات ومحاولة الوصول إلى التفسير والتنبؤ حول الظواهر؛ بينما يسعى المنهج الكيفي للوصول لوصف أعمق للظاهرة وتقديم تفسير شامل لها، معتمداً على السرد، والوصف بالكلمات، والجمل، والعبارات.

ويلجأ الباحث إلى المنهج الكيفي عندما تكون الدراسة جديدة ولم يسبق دراستها من قبل ولا تتوفر حولها المعلومات الكافية، ويمكن أن يبدأ الباحث بدراسة كيفية للظواهر الجديدة ويتبعها بدراسة كمية، ويمكن العكس فيبدأ بدراسة كمية ويتبعها بدراسة كيفية لاستجلاء الغموض، واستيضاح النقاط الخفية، وإعطائها بعداً تفسيرياً ونقدياً واستدلالياً.

ولا يوجد تعريف محدد للبحث الكيفي، وتركزت اجتهادات الباحثين في بيان خصائصه وأساليبه<sup>(24)</sup>. وهو البحث الذي يسعى لدراسة الظاهرة في مكانها الطبيعي، وجمع كميات هائلة من البيانات حولها؛ للوصول إلى الفهم الأعمق لها والإحاطة بكل جوانبها وعناصرها. وعلى الرغم من محدودية نتائج البحث الكمي؛ إلا أنه يسيطر على نسبة 75% من أبحاث الماجستير والدكتوراه وما بعدها؛ إلا أنه في السنوات الأخيرة بدأ الأخذ بالمقاربة السيميولوجية والأنثروبولوجية في بحوث الإعلام؛ الأمر الذي يفسح الطريق شيئاً فشيئاً أمام الدراسات الكيفية<sup>(26)</sup>.

**الدواعي الحالية للتوجه نحو الدراسات الكيفية في بحوث الإعلام:**

ظهر المنهج الكيفي كردة فعل عن المنهج الكمي؛ حيث يعتمد المنهج الكمي على التفسير والتنبؤ، يسعى المنهج الكيفي إلى الفهم والتأويل والبحث في الباطن لا الظاهر، والاعتماد على ذاتية الباحث لا الأرقام والإحصاءات. ويعتمد البحث الكمي في الأساس على الاستبانة، وتكون معدة سلفاً، وأسئلتها في الغالب مغلقة ولا تعطي الفرصة للمبحوث للتعبير عن آرائه والكشف عن سلوكياته، ويمكن أن تكون الأسئلة موجهة للحصول على إجابة معينة من المبحوث... وهكذا؛ بينما يعتمد البحث الكيفي على استبانة ذات أسئلة مفتوحة توجه للمبحوث في مكانه الطبيعي من خلال تواجد الباحث معه للإحاطة بكل جوانب الظاهرة المدروسة.

وتنتقد البحوث الكمية لأمرين، الأول: الاعتماد على عينة قد لا تكون ممثلة تمثيلاً صحيحاً للمجتمع، الثاني: الاعتماد على استبانة أسئلتها مغلقة قد تكون موجهة أو

مقصودة أو لا يستطيع المبحوث فهمها، وقد لا تتاح الفرصة للمبحوث لمقابلة الباحث لاستيضاح النقاط الغامضة في الاستبانة، وقد تستبعد أسئلة مهمة من الاستبانة لا يتم إدراجها فيها وتحيط بزوايا مهمة من الظاهرة المدروسة.

أصبح التوجه نحو البحوث الكيفية في علوم الإعلام أمراً ضرورياً لا غنى عنه، فهل سيتم إجراء بحث من أجل التعرف على الخصائص الديموغرافية للجُمهور؟ وهل يكفي الحصول على هذه البيانات في دراسة الظواهر الإعلامية الحالية التي فرضها الإعلام الجديد؟ كما أن الحصول على البيانات الديموغرافية أصبح في مقدور الشخص العادي، إذ يمكنه التعرف على عدد زوار موقع ما (فيس بوك، تويتر، يوتيوب، تيك توك، سناب شات، وغيرها)، والمناطق الجغرافية التي يقطنونها، وأدوات الإبحار التي يتم الاعتماد عليها في الدخول إلى هذه المواقع، كما أن المواقع نفسها يمكنها أن تصنف زوارها ما بين دائمين، أوفياء، جدد.. وهكذا. وبالتالي هناك حاجة لدراسة تأثير تلك الوسائل على المستخدمين، ونفسياتهم، وسلوكياتهم، وأنماط معيشتهم، خاصة في ظل انغماسهم معها واستخدامهم لها لفترات طويلة<sup>(27)</sup>.

ولقد ظهرت محاولات لإجراء بحوث كيفية في مجالات الإعلان والاتصال، وبالتطبيق على وسائل اتصال حديثة كالهاتف الخليوي وال IPOD، وال DVD؛ وبرزت البحوث الكيفية في مجال التسويق، لكن بصفة عامة كانت محاولات محدودة في دولة عربية هنا أو هناك؛ لكن التحول الكبير في وسائل الاتصال الحديثة من وسائل اتصال جماهيرية إلى وسائل اتصال جماهيرية فردية فرض ضرورة تطبيق المنهجية الكيفية في البحوث الإعلامية لدراسة تمثل ما هو تقني، وأثره، وأبعاده على كافة المستويات.

وكانت بحوث الإعلام تقوم- لفترة طويلة من الزمن- على دراسة الوسيلة لذاتها؛ لكن هذا الأمر لم يعد مقبولاً الآن؛ خاصة في ظل التطورات الإعلامية والاتصالية الكبيرة، وأنه لم يعد بالإمكان فصل الوسائل أو الوسائط الإعلامية المتعددة عن السياق الذي تعمل فيه، وبهذا نتحول من دراسة الوسيلة لذاتها إلى دراسة الوسيلة بذاتها؛ خاصة في ظل اندماج الوسائط الإعلامية المتعددة مع النسيج الاجتماعي للفرد؛ هذا فضلاً عن المتغيرات الأخرى المرتبطة بالعملية الاتصالية، وبالتالي فأنماط استخدام الشعب السعودي للتقنية تختلف عن الشعب المغربي تختلف عن الشعب المصري.. وهكذا، حسب ظروف كل مجتمع وطبيعة النسيج الاجتماعي والثقافي فيه.

استراتيجيات البحث النوعي أو الكيفي<sup>(28)</sup>:

أولاً: دراسة الحالة: وتهدف إلى تقديم وصف دقيق وكامل لحالة فردية واحدة (أو عدد من الحالات) أو مؤسسة معينة، أو حادثة محددة، أو مجموعة من الوثائق، وقد تتعدد التساؤلات والأهداف؛ لكن الهدف الأساسي هو الوصول لفهم عميق وشامل لحالة محددة، ويمكن استخدام أكثر من أداة لتحقيق ذلك، ويتم دراستها في وضعها وسياقها الطبيعي، ولا تسعى لتعميم النتائج على حالات أخرى.

ثانياً: الإثنوجرافيا وهي محور اهتمام الدراسات الاجتماعية والأنثروبولوجية، ويراهها البعض مرادفاً للبحث النوعي، ومعنى كلمة إثنوجرافيا دراسة البيئة الثقافية لشعب ما، أو جماعة ما، أو حضارة ما. وتعد الملاحظة بالمشاركة من أبرز الأدوات العلمية لجمع البيانات عند استخدام هذه الاستراتيجية؛ حيث يندمج الباحث مع المبحوثين ويلاحظ مدى تأثير ثقافتهم على طريقة إدراكهم لواقع حياتهم المعيشية وأسلوب حياتهم، ويلجأ الباحثون في الإعلام لهذه الاستراتيجية عندما يكون الهدف هو دراسة السياق الاجتماعي لظاهرة معينة والسلوكيات التي يقوم بها الأفراد في ظل ثقافة معينة.

ثالثاً: النظرية المجردة: وتسمى أيضاً بالنظرية المؤسسة وهي النظرية التي يتم بناؤها من البيانات التي يتم تحليلها؛ حيث يتم الترقى بالبيانات بناء على الأنماط والفئات التي يتم استخراجها من التحليل، وبالتالي يسلك الباحث نهجاً استقرائياً بحثاً يبدأ من البيانات إلى النظرية، وليس من النظرية إلى البيانات. كما أن البحث النوعي لا يهدف إلى اختيار عينة تكون ممثلة تمثيلاً دقيقاً للمجتمع، بل يختار الباحث العينة التي تمكنه من الحصول على القدر الكافي من البيانات لدراسة الظاهرة وسياقها وتحقيق هدف الدراسة، كما أنه لا يهدف من دراستها إلى تعميم النتائج، وإنما يهدف إلى فهم أكمل وأوفى للظاهرة المدروسة.

وتعمد دراستنا الحالية لاستكشاف تقنية جديدة متصلة وقائمة على التقنيات الحالية المتمثلة في الذكاء الاصطناعي، ومواقع التواصل الاجتماعي، باستخدام أداة التحليل الكيفي لجمع أكبر قدر من البيانات حولها، من خلال فحص الوثائق عينة الدراسة، وتمثلها عينة من المواد المرئية (عدد 10 فيديوهات عربية وإنجليزية) على موقع اليوتيوب تناولت هذه التقنية، تم نقلها إلى نصوص مكتوبة، لإخضاعها للتحليل الكيفي، بحفظها وقراءتها مرات متعددة، وترميزها في فئات، وجمعها في فئات، ثم أنماط وأنساق، حتى تصبح محاور رئيسة تحيط بالظاهرة، وهذا ما يصل بنا للنظرية المجردة التي تُبنى

من البيانات وليس العكس، وبالتالي فاستراتيجية النظرية المجذرة هي الاستراتيجية المتبعة في الدراسة الحالية.

### ثانياً: تقنية ميتافيرس:

ظهر الميتافيرس في وقت مبكر من التسعينات، وأصبح قابلاً للتطبيق مع تطور التكنولوجيا، وقد زادت شعبيته مع تطور الإنترنت وانتشاره، وإنتاج الأجهزة التي توفر الوصول إليه، وظهر المصطلح نفسه لأول مرة في رواية الخيال العلمي Snow Crash حطام الثلج لمؤلفها "نيل ستيفنسون" في عام 1992؛ حيث يعرف مصطلح ميتافيرس بأنه بيئة افتراضية ضخمة موازية للعالم المادي، ويتفاعل المستخدمون فيها من خلال الصور الرمزية الافتراضية.

سيؤدي الإنترنت دوراً رئيساً في الميتافيرس؛ ولن يحل محل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ويعد ميتافيرس Metaverse مفهوماً ينتظر التنفيذ الكامل، ومن السابق لأوانه وضع تعريف له؛ حيث إنه لم يكتمل بعد؛ وتميل اقتصاديات ميتافيرس نحو وجود عدد كبير من مقدمي الخدمات.

وهناك عدة تعريفات لميتافيرس تعبر عن بعض سماته وخصائصه كما يلي:

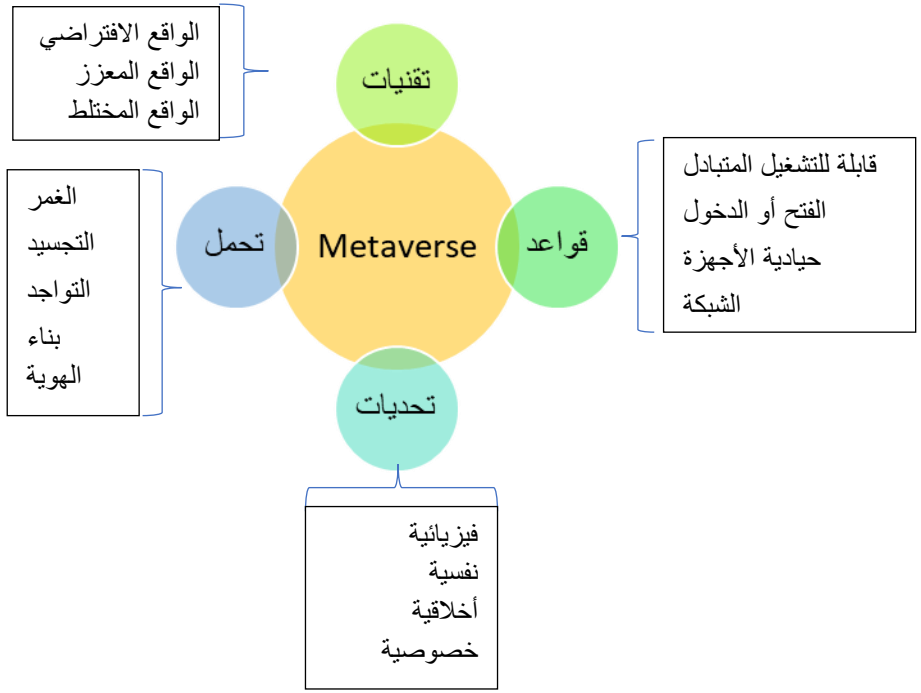
ويعرفه (Inengite D 2022) بأنه واقع تكنولوجي ثقافي ينمو ويتغير وفقاً لخيالنا، وبالتالي فهو يفترض طريقة معينة في التفكير. ويعرفه (et al 2022)<sup>(29)</sup> Balcioglu Y بأنه الجيل الجديد من حياة الإنترنت، والمكان الذي يمكن للناس فيه أن يعبروا فيه عن أنفسهم من خلال الصور الرمزية، مثلما يمكنهم التعبير عن أنفسهم في العالم المادي. ويعرفه (روسبيجلويزي 2022) بأنه كون تم إنشاؤه ورسمه بواسطة الحاسوب. ويعرفه (Far S & Rad A (2022) بأنه شبكة من المساحات المرئية ثلاثية الأبعاد عبر الإنترنت؛ حيث يتفاعل الأشخاص في الوقت الفعلي. وعرفه (تقرير<sup>(30)</sup> مورجان 2022) بأنه يتولى مهمة كل التفاعلات البشرية، واستكشاف العديد من الفرص المثيرة التي يقدمها للمستهلكين والعلامات التجارية على حد سواء. ويعرفه Akour a I et al<sup>(31)</sup> (2022) بأنه توسيع للاتصال المتزامن الذي يضم عدداً فعالاً من المستخدمين لمشاركة تجارب مختلفة. ويعرفه<sup>(32)</sup> Hwang G, Chien S(2022)<sup>(33)</sup> بأنه الجيل القادم من الاتصال الاجتماعي، ويشير إلى عالم مخلوق يمكن للناس أن "يعيشوا فيه" بموجب القواعد التي حددها المنشئ، يمكن أن يكون عالماً افتراضياً تماماً مثل نظام الواقع الافتراضي (VR)، أو عالماً افتراضياً جزئياً مثل استخدام الواقع المعزز (AR) في سياقات العالم الحقيقي. يمكن للناس الانخراط في فضاء metaverse. في

الأنشطة الاجتماعية مثل مناقشة قضية، والتعاون في مشروع، ولعب ألعاب، والتعلم من تجربة، أو حل بعض المشاكل.

اتفقت التعريفات السابقة على أن الميتافيرس هو عالم أو كون أو بيئة ثلاثية الأبعاد متعددة المستخدمين، خاضع لضوابط المنشئ، يتفاعل المستخدمون في الوقت الفعلي من خلال الصور الرمزية، يعبرون عن أنفسهم كما لو كانوا في العالم المادي، ويقوم على تقنيات متعددة منها الواقع الافتراضي، والواقع المعزز، ويتيح تفاعلات متعددة وفرصا مثيرة للمستهلكين والتجار والعلامات التجارية.

ويؤكد العلماء والباحثون أيضا على بعض السمات والخصائص التي يتميز بها الميتافيرس أنها مشتركة، شبكة من المساحات على الإنترنت، بعضها متصل ببعضه البعض، مساحات مرئية ثلاثية الأبعاد، يتنقل خلالها الناس ويتفاعلون في الوقت الفعلي، وأنها إصدار افتراضي ومجسدة لا تنتهي تقريبا، أو لا حدود لها، وأنها دائمة أو مستمرة؛ متزامنة ومباشرة؛ بدون قبعات للمستخدمين، وتزود كل مستخدم فرد بالشعور بالوجود، كما أنها اقتصاد يعمل بكامل طاقته.

ويعد ميتافيرس أداة أساسية للمتعلمين لزيادة الدافعية والانغماس، يمكنهم تطوير الاهتمام بأساليب التعلم المبتكرة. وللميتافيرس خصائص مؤثرة تميزه كجزء من أدوات أخرى في البيئة التعليمية بما في ذلك "التفاعل الجسدي" والمثابرة. يمكن للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض من خلال منصة تعلم افتراضية؛ تجعل ميزة التفاعل، في هذا العالم أكثر ديناميكية، وتجلب ميزة corporeity المشاركة بالصورة الرمزية، التي لا حدود لها في العالم الافتراضي؛ مما يؤدي إلى بيئة تعريفية أكثر واقعية، وتعد ميزة المثابرة أمرا بالغ الأهمية، حيث تساعد في حفظ بيانات المحادثات، والكائنات حتى بعد مغادرة المستخدمين للعالم الافتراضي<sup>(34)</sup>.



شكل (2) مخطط يوضح ميتافيرس تقنيات، قواعد، تحمل، تحديات

### عوامل ساعدت على سرعة انتشار ميتافيرس:

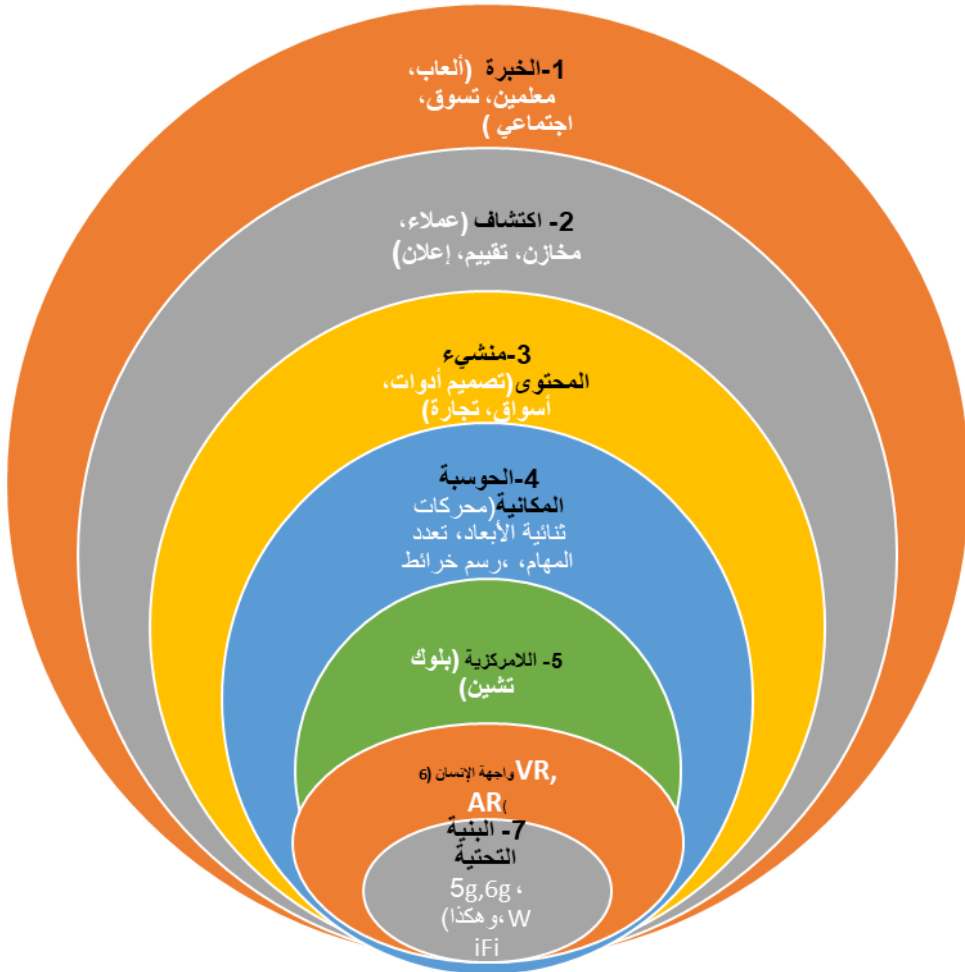
وقد سرع كوفيد 19 من التحول إلى الحياة الرقمية، وأسهم في تغيير ثقافة العمل لدى الناس، وزاد من صعود حركة التجارة الإلكترونية؛ الأمر الذي جعل الشركات الكبرى تعطي الأولوية للعالم الافتراضي، وشهدت فترة الوباء اعتمادا جماعيا على تقنيات العمل الجماعي الافتراضي، وأصبحت المنصات الافتراضية مثل Zoom، Teams هي الوضع الطبيعي الجديد للتواصل؛ وبهذا أصبح بشكل جماعي على دراية بظاهرة اختيار التمثيل على الشاشة أو الصورة الرمزية مثل صورة ملفنا الشخصي.

وكانت الضغوط البيئية والاقتصادية والاجتماعية سببا للإقبال على الدخول في العالم الافتراضي أو الميتافيرس؛ مما يستدعي التعامل معه بشكل مدروس ونقدي، ونمت خدمات فيس بوك ويوتيوب إلى أحجام غير مسبوقة؛ بسبب رغبة المستخدمين وكانت نفسها تقريبا في

جميع أنحاء العالم، وقد دفعت تأثيرات الشبكة مليارات المستخدمين إلى هذه المنصات الأساسية، ويواجه كل موقع منها منافسة من الآخر. وأدت أعمال الخيال الأدبي، وابتكارات الألعاب دوراً كبيراً في تطور العوالم الافتراضية، وكانت تطورات كبيرة ومفتوحة وموجهة اجتماعياً. وتستخدم ألعاب Roblox، Minecraft على نطاق واسع أكثر من Second Life، ولديهما قاعدة مستخدمين تتراوح ما بين 150 إلى 300 مليون مستخدم معظمهم من الشباب والأطفال<sup>(35)</sup>. المكونات المركزية لميتافيرس<sup>(36)</sup>:

- (1) الواقعية: ينظر إلى البيئة الافتراضية على أنها أكثر واقعية بناءً على الدرجة التي تنقل بها المستخدم في تلك البيئة، وعلى شفافية الحدود بين أفعال المستخدم الجسدية وتلك الخاصة به من خلال الصورة الرمزية.
- (2) الوجود في كل مكان: تستمد من فكرة أن Metaverse المدرك بالكامل بيئة للثقافة البشرية والتفاعل كما هو الحال مع العالم المادي، فهو مقنع من الناحية النفسية للمستخدم، والعالم الحقيقي موجود في كل مكان حرفياً- نحن لا نفر منه نسكن فيه، ونتحرك، ونتفاعل معه في جميع الأوقات، وفي جميع المواقع.
- (3) قابلية التشغيل البيئي: هل تستخدم المساحات الافتراضية معايير مثل (أ) أن تظل المجموعات الرقمية المستخدمة في إعادة بناء أو عرض البيئات الافتراضية قابلة للتبديل عبر تطبيقات محددة و (ب) يمكن للمستخدمين التحرك بسلاسة بين المواقع دون انقطاع في تجربتهم الغامرة؟
- (4) قابلية التوسع: يظهر التوسع المستمر للجمهور في جميع أنحاء العالم في استخدام العوالم الافتراضية؛ حيث اقترب عدد الحسابات المسجلة عالمياً في العوالم الافتراضية 4 مليار حتى نهاية الربع الثاني من عام 2011، وقد وصلت مبيعات الأراضي الافتراضية في ميتافيرس عام 2021 إلى 500 مليون دولار، مع بيع ما تكلفته تقرب من 85 مليون دولار في يناير 2022 وحده، وتشير التقديرات إلى أن مبيعات العقارات في Metaverse قد تصل إلى ما يقرب من 1 مليار دولار في عام 2022؛ مما يجعلها فئة أصول يجب مراقبتها من جانب المستثمرين في جميع أنحاء العالم.





شكل (3) يوضح هندسية ميتافيرس وطبقاتها الأساسية (37)

#### مزايا الميتافيرس:

إن نظام metaverse هو نوع من التكنولوجيا التي ستغير العالم من وجهات نظر مختلفة- بما في ذلك الاقتصادية، والهندسية، والتعليمية- بمساعدة التقنيات المبتكرة، والتي تشكل جزءاً حاسماً من الممارسات التعليمية. مع إعلان مؤسس Facebook الأخير إعادة تسمية Facebook باسم Metaverse أو Meta ويتوقع الجميع تقنيات جديدة من شأنها أن تغير العالم. كما أشار العلماء أن هناك العديد من التطبيقات المحتملة لـ metaverse في الطب، والتمريض، والرعاية الصحية، والتعليم، والعلوم، والتدريب العسكري، والتصنيع، وكذلك تعلم اللغة.

وهناك مقترحات لأن تصبح ما تسمى واجهات لتحل محل شبكة الويب العالمية الحالية، وخصائصها في حالة بيئات التعلم أن تصبح metaverses الميتافيرس أداة تعمل على إعادة إنتاج تخطيط الفصل الدراسي في بيئة ثلاثية الأبعاد، أو لتعزيز الدافع لدى الطلاب في التعامل مع المحتوى. ومع ذلك، تكشف هذه الدراسات عن الإمكانيات التي لم يتم تطويرها بعد، مثل: "التنشئة الاجتماعية، والمشاركة، والتعلم النشط، والسلطة والتيسير، والواقعية البصرية، والتعلم من الأخطاء. والرؤية الأكثر مستقبلية- وليست مثالية- هي تلك التي تقترح metaverses كواجهة كبيرة ثلاثية الأبعاد قادرة على إتاحة الوصول إلى أي محتوى افتراضي، كأن الميتافيرس خادم ويب كبير، يمكننا من خلاله شراء المنتجات، أو حضور الأحداث، أو ببساطة الوصول إلى شبكاتنا الاجتماعية: لذلك نحن نصوره (metaverse) كوسيط بين اتجاهات التكنولوجيا والتحول الرقمي في المجتمع والأعمال.

واجهات السرد وممارسات الشباب<sup>(38)</sup> في metaverses :

إنه من غير الممكن بعد تحديد metaverse واحد قابل للتشغيل البيئي؛ ولكن يمكننا تحديد سلسلة من الأنظمة الأساسية التي تتوافق سماتها مع التصميم الناشئ لهذه الميتافيرسيز، واختيار هذه المنصات له ما يبرره بسبب شعبيتها الاستثنائية بين الشباب، ولكن أيضاً لأن وراء تطورها أربع من شركات التكنولوجيا الخمس ذات التأثير الأكبر في العالم، مثل Meta و Amazon و Alphabet و Microsoft . وتعد Spark A منصة للواقع المعزز تسمح بإنشاء مرشحات لاستخدامها في انستغرام، واستخدامها شائع جداً بين الشباب. كما أن Twitch وسيلة مزدهرة يستخدمها الشباب منذ سنوات لتوحيد تجاربهم في العوالم الافتراضية والواقعية في الوقت الفعلي. وكما في مشروع جوجل للفنون والثقافة Google Arts and Culture فهو ملف تطبيق مرآة العالم مع أكبر مجموعة من الإرث الافتراضي في العالم. ولعبة Minecraft لعبة فيديو شائعة جداً بين الشباب تتوافق مع عالم افتراضي؛ حيث إن المستخدمين يمكنهم تصميم ما يحلو لهم، وألهمت ميزاتها عوالم افتراضية متعددة لاحقة.

توقعات حول ميتافيرس:

أصدرت Citi<sup>(39)</sup> تقريراً لقيمة ميتافيرس، أعلن فيه أن Metaverse يُتوقع أن تقدم إيرادات تقدر بما يتراوح بين 10 تريليون دولار أمريكي إلى 13 تريليون دولار بحلول عام 2030، كما أن هناك 400 مليون مستخدم لميتافيرس الآن ويتوقع أن يصل العدد إلى 5 مليار مستخدم بحلول عام 2030.

وعلى الرغم من الفوائد العظيمة لميتافيرس، فقد حذر خبراء من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها مستخدم ميتافيرس، ومن أبرزها القلق من كم البيانات المتاحة عبر الميتافيرس، كما أنه يمكن التلاعب بالصور الرمزية والتفاعل مع مجرمي إنترنت بدلاً من أشخاص تعرفهم وتثق بهم، وقد يزيد من مخاطر التتمر الإلكتروني ولا ينبغي أن تسيطر شركة واحدة على بيانات المستخدمين، وأيضاً نتيجة لقضاء المستخدم أوقات كبيرة في ميتافيرس فإنه سينغمس في هذا العالم وينسى العالم الحقيقي الذي أنشأنا الله من أجل إعمارهِ؛ وسيفضل الحياة الافتراضية على الحياة الحقيقية.

كما أن الأطفال والمراهقين من أبرز المتضررين من الميتافيرس؛ حيث ينشغل الآباء بأعمالهم في العالم الافتراضي عن تربية أبنائهم تربية متزنة ويستخدم الأطفال حواس السمع والبصر واللمس دون التحرك من أماكنهم، وبالتالي لن يتمكن من ممارسة أنشطتها كما كنا في السابق، ولا بد من وضع حدود وضوابط لتنظيم ميتافيرس وعدم تخطيها، واستخدام تقنية الميتافيرس بشكل متزن.

## نتائج الدراسة التحليلية:

خضعت العينة للتحليل شكلاً ومضموناً:

أولاً: الشكل

## جدول (3)

يوضح عدد اللقطات التي تتضمنها الفيديوهات عينة الدراسة وأحجامها

م	حجم اللقطات القنوات	لقطة طويلة (l.s)	لقطة متوسطة (m.s)	لقطة قريبة متوسطة (m.c)	لقطة طويلة متوسطة (m.l.s)	لقطة قريبة (c.u)	لقطة طويلة جدا (e.l.s)	لقطة قريبة جدا (e.c.u)	لقطة من فوق الكتفين (o.s.s)	المجموع
الفيديوهات العربية										
1	عشوائيات	29 %33.7	36 %41.9	4 %4.6	-	4 %4.6	12 %14	-	-	86 %100
2	بي بي سي عربي تريند	13 %54.2	2 %8.33	6 %25	2 %8.33	-	-	-	1 %4.2	24 %100
3	زى الكتاب 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	زى الكتاب 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	المخبر الاقتصادي	40 %33.9	34 %28.8	19 %16.1	9 %7.6	-	6 %5.08	8 %6.8	2 %1.7	118 %100
الفيديوهات الإنجليزية										
1	ANDRIA JIKA	47 %31.12	39 %25.8	50 %33.11	3 %2	8 %5.3	4 %2.6	-	-	151 %100
2	Whosetheboss	76 %24.2	103 %32.8	57 %18.15	23 %7.3	34 %10.8	6 %1.9	5 %1.6	10 %3.2	314 %100
3	WSJ	46 %38.6	25 %21	15 %12.6	21 %17.6	10 %8.4	1 %0.8	-	1 %0.8	119 %100
4	VICE NEWS	81 %38.9	21 %10.09	57 %27.4	10 %4.8	7 %3.36	9 %4.3	16 %7.7	4 %1.9	208 %100
5	CNET	42 %37.2	32 %28.3	12 %10.6	14 %12.4	2 %1.8	1 %0.88	-	4 %1.9	113 %100

يوضح جدول (3) عدد اللقطات التي تتضمنها الفيديوهات عينة الدراسة، وكان عددها أكبر في الفيديوهات الإنجليزية عن العربية؛ حيث كان أكبر عدد من اللقطات في قناة (Whosetheboss)، وبلغت 314 لقطة تنوعت ما بين لقطات طويلة ومتوسطة وقريبة، واستحوذت اللقطات المتوسطة على ثلثها وكان عددها 103 لقطات بنسبة 32.8%، ثم كان عددها في قناة (VICE NEWS) (208) لقطات، ومثلت اللقطات الطويلة أكثر من ثلثها بتكرار 81 لقطة بنسبة 38.9%، وكان عددها في قناة

(ANDRIA JIKA) (151) نقطة، وكان ثلثها من اللقطات متوسطة القرب وكان عددها 50 لقطة بنسبة 33.1%. أما القنوات العربية فقد احتلت قناة (المخبر الاقتصادي) المركز الأول وبلغ عدد اللقطات بالفيديو الخاص بها (118) لقطة، وتتنوع ما بين لقطات طويلة ومتوسطة وقريبة، ومثلت اللقطات الطويلة ثلثها وعددها 40 لقطة بنسبة 33.9%. ثم المتوسطة وعددها 34 لقطة بنسبة 28.8%. ثم (قناة عشوائيات) وعدد اللقطات في الفيديو الخاص بها (86) نقطة، ومثلت اللقطات المتوسطة أكثر من ثلثها وبلغ عددها 36 لقطة بنسبة 41.9%؛ ولذا يلاحظ حصول الفيديوهات الأجنبية على عدد كبير من المشاهدات بفضل الاهتمام بإخراج هذه الفيديوهات ومونتاجها واشتمالها على عدد كبير متنوع من اللقطات.

#### جدول (4)

يوضح حركات الكاميرا المستخدمة في الفيديوهات عينة الدراسة

م	القنوات	حركة الكاميرا	لا يوجد حركة	Dolly in	Dolly out	Pan right	Pan left	Telt up	Telt down	بانورامية	المجموع
الفيديوهات العربية											
1	عشوائيات	69	11	-	5	1	-	-	-	-	86
		%80.2	%12.8		%5.8	%1.2					%100
2	بي بي سي عربي تريند	19	2	-	2	1	-	-	-	-	24
		%79.2	%8.33		%8.33	%4.5					%100
3	زى الكتاب 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	زى الكتاب 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	المخبر الاقتصادي	110	2	1	4	1	-	-	-	-	118
		%94,07	%1.7	%0.8	%3.4	%0.8					%100
الفيديوهات الإنجليزية											
1	ANDRIA JIKA	90	42	15	4	8	-	-	-	-	151
		%59.6	%27.8	%9.9	%2.6	%5.3					%100
2	Whosetheboss	264	31	3	4	6	-	-	-	3	314
		%84,07	%9.9	0.96	%1.3	%1.9		%0.6	%0.3	%1	%100
3	WSJ	108	5	-	5	1	-	-	-	-	119
		%90.7	%4.2		%4.2	%0.84					%100
4	VICE	152	20	8	12	8	-	-	-	3	208
		%72.6	%9.6	%3.8	%5.8	%3.8		%0.96	%1.44	%1.44	%100
5	CNET	94	7	4	4	4	-	-	-	-	113
		%83.2	%6.2	%3.5	%3.5	%3.5					%100

يوضح جدول (4) حركات الكاميرا المستخدمة في الفيديوهات التي تتضمن الحديث عن الميتافيرس، وقد تبين أن الغالب على هذه الفيديوهات عموماً عربية وإنجليزية قلة تحريك الكاميرا، وتبين أيضاً أن حركة الكاميرا التي وردت في هذه الفيديوهات بصورة كبيرة هي حركة ال(dolly in) وهي حركة اقتراب الكاميرا بشدة من الأشياء لتوضيحها، وقد جاءت بأعلى تكرار في فيديو قناة (ANDRIA JIKA) وبلغت (42 تكراراً) بنسبة 27.8%. وربما يرجع ذلك لقلة الحاجة لتحريك الكاميرا في هذه الفيديوهات؛ حيث لا يتطلب محتواها هذا الأمر.

جدول (5)

يوضح زوايا التصوير المستخدمة في الفيديوهات عينة الدراسة

م	زاوية التصوير القنوات	مستوى النظر	مرتفعة	منخفضة	عالية	مائلة	المجموع
الفيديوهات العربية							
1	عشوائيات	86 %100	-	-	-	-	86 %100
2	بي بي سي عربي تربند	23 %95.8	-	-	1 %4.2	-	24 %100
3	زى الكتاب 1						
4	زى الكتاب 2						
5	المخبر الاقتصادي	105 %89	4 %3.4	4 %3.4	5 %4.2	-	118 %100
الفيديوهات الإنجليزية							
1	ANDRIA JIKA	140 %92.7	3 %2	2 %1.3	6 %4	-	151 %100
2	Whosetheboss	274 %87.3	7 %2.23	10 %3.2	23 %7.3	-	314 %100
3	WSJ	106 %89.07	-	6 %5.04	7 %5.9	-	119 %100
4	NEWS VICE	165 %79.3	23 %11.05	3 %1.44	10 %4.8	7 %3.4	208 %100
5	CNET	100 %88.5	-	3 %2.7	10 %8.8	-	113 %100

يوضح جدول (5) زوايا التصوير المستخدمة في الفيديوهات التي تتحدث عن تقنية الميتافيرس، وتبين أن الفيديوهات العربية والإنجليزية تتفق في استخدام زاوية (مستوى النظر) في التصوير بشكل أكبر من زوايا التصوير الأخرى؛ وربما يرجع ذلك إلى أن الغالب على هذه الفيديوهات أن مقدم الفيديو يكون في مستوى النظر.

جدول (6)

يوضح أساليب الانتقال المستخدمة في الفيديوهات عينة الدراسة

م	أساليب الانتقال القنوات	القطع	المسح	الاختفاء	المزج	الازدواج	المجموع
<b>الفيديوهات العربية</b>							
1	عشوائيات	67 80%	4 4.6%	6 7%	4 4.6%	5 5.8%	86 100%
2	بى بى سى عربى تريند	24 100%	-	-	-	-	24 100%
3	زى الكتاب 1						
4	زى الكتاب 2						
5	المخبر الاقتصادي	118 100%	-	-	-	-	118 100%
<b>الفيديوهات الإنجليزية</b>							
1	ANDRIA JIKA	137 90.7%	11 7.3%	-	3 2%	-	151 100%
2	Whosetheboss	290 92.4%	22 7%	-	2 0.6%	-	314 100%
3	WSJ	105 88.2%	12 10.08%	-	2 1.9%	-	119 100%
4	VICE	190 91%	13 6.25%	-	-	5 0.48%	208 100%
5	CNET	84 74.33%	26 23%	3 2.7%	-	-	113 100%

يوضح جدول (6) أساليب الانتقال المستخدمة في الفيديوهات التي تتحدث عن تقنية الميتافيرس، وتبين أن الفيديوهات العربية والإنجليزية تتفق في استخدام أسلوب (القطع Cut) في التصوير بشكل أكبر من الأساليب الانتقالية الأخرى؛ وربما يرجع ذلك إلى أنه الأسلوب الأكثر استعمالاً وشيوعاً في المونتاج وفي جميع الأعمال بصفة عامة.

## جدول (7)

يوضح مصادر الصوت في الفيديوهات عينة الدراسة

م	مصادر الصوت	القنوات	مقدم الفيديو	ضيوف	مقاطع صوتية	موسيقى	مؤثرات صوتية
الفيديوهات العربية							
1	عشوائيات	تعليق صوتي	9:15 ق	-	ماردون صوت	-	-
2	بى بى سى عربى تريند	مذيع/مقدم البرنامج	4:33 ق	2	مارك	36ث	-
3	زى الكتاب ما بيقول (1)	مقدم الفيديو	14:00 ق	-	-	-	15ث ✓
4	زى الكتاب ما بيقول (2)	مقدم الفيديو	20:58 ق	-	-	-	10ث ✓
5	المخبر الاقتصادي	مقدم الفيديو	17:53 ق	-	ماردون صوت	25ث ✓	-
الفيديوهات الإنجليزية							
1	ANDRIAJIKA	مقدم الفيديو	15:15 ق	-	-	-	5ث ✓
2	WHOSETHBOSS	مقدم الفيديو	18:12 ق	-	-	-	3ث ✓
3	WSJ	مقدمة الفيديو	6:12 ق	-	38ث	21ث ✓	22ث ✓
4	VICE	تعليق صوتي	4:20 ق	4:32 ق ✓	2:7 ق ✓	12:34 ق ✓	1:35 ق ✓
5	CNET	مارك	6:38 ق	2	أفانازرز	1:18 ق ✓	36ث ✓

يوضح جدول (7) مصادر الصوت المستخدمة في الفيديوهات التي تتحدث عن تقنية الميتافيرس، وتبين أن الفيديوهات الإنجليزية تفوقت على الفيديوهات العربية في الاستعانة بمصادر صوتية متعددة لتدعيم الفيديو، وبخاصة الفيديو الصادر من قناة (VICE NEWS). وتمثلت في تعليق صوتي، ومقاطع صوتية لمشاهير ينطقون بكلمة "ميتافيرس"، ومقاطع صوتية لـ"مارك زوكيربيرغ"، "فرانسيس هوجان"، "أعضاء لجنة الاستماع"، "رائد فضاء"، "ضحايا مذابح" في ميانمار، وتيجراي، ومدخلات مع ضيوف متخصصين في مواقع التواصل (متخصص في القانون الرقمي، متخصص في الكراهية الرقمية، مسؤولة عن الأمن في فيسبوك، باحثة في الحقوق الرقمية، عالم بيانات في فيس بوك)، مجزأة على فترات مختلفة في الفيديو، ومؤثرات صوتية كأصوات متظاهرين، وأحداث شغب عند مبنى الكابيتول،



وأصوات ضحايا المذابح، والمهجرين من مناطق الأزمات، وموسيقى مستمرة طوال مدة الفيديو ومتغيرة.

### جدول (8)

يوضح أساليب التشويق في الفيديوهات عينة الدراسة

م	القنوات	أساليب التشويق	يوجد مقدمة في بداية الفيديو	تنوع في المرئيات	تنوع في الحركة	إتقان مقدم الفيديو مهارات التواصل ولغة الجسد	سرعة وتنوع في إيقاع الفيديو
الفيديوهات العربية							
1	عشوائيات	✓	30ث	✓	ممتاز	✓	متوسط
2	بي بي سي عربي تريند	✓	25ث	✓	متوسط	✓	متوسط
3	زي الكتاب ما يقول (1) ل ف ا	✓	30ث	-	-	-	-
4	زي الكتاب ما يقول (2) ك س ا ل	✓	1ق	-	-	-	-
5	المخبر الاقتصادي	✓	2:20ق	✓	متوسط	مقدم بنسبة قليلة	مقبول
الفيديوهات الإنجليزية							
1	ANDRIA JIKA	✓	1ق	✓	-	✓	ممتاز
2	WHOS THE BOSS	✓	23ث	✓	18:12ق	✓	ممتاز
3	WSJ	✓	56ث	✓	7:45ق	✓	ممتاز
4	VICENEWS	✓	30ث	✓	12:34ق	✓	12:34ق
5	CNET	✓	30ث	✓	10:35ق	✓	متوسط

يشير جدول (8) إلى أساليب التشويق التي اعتمدها تلك الفيديوهات في جذب المشاهد، وقد اعتمدت جميعها على وجود مقدمة للفيديو، لكن المدة الزمنية تختلف من فيديو لآخر، وتفوقت الفيديوهات الإنجليزية في أسلوب تقديم اليوتيوبر أو مقدم الفيديو خاصة في قناة (WHOS THE BOSS)، حيث أتقن اليوتيوبر لغة الجسد ومهارات التواصل؛ فكان يستخدم إيماءات الرأس والوجه، والتواصل البصري، وحركة الأيدي المستمرة، بالإضافة إلى حركة أشياء متعددة في الكادر كالقلم، ولاب توب، ومداعة قطة، كما أن صورة المتحدث لم تغب عن الشاشة أثناء التنقل بين المرئيات المختلفة، وكانت صورته في داخل إطار على يسار الشاشة مع الاستمرار في الحديث والحركة،

وكذلك اليوتيوب (ANDRIA JIKA)، لكن دون وجود حركة أشياء متعددة في الكادر، وغياب صورته أثناء عرض بعض المرئيات على الشاشة، وأما فيديوهات (WSJ)، (CNET) فقد تميزت بتجربتها الدخول في عالم ميتافيرس.

جدول (9)

يوضح المعينات البصرية المستخدمة في الفيديوهات عينة الدراسة

م	معينات بصرية القنوات	تقسيم الشاشة	كتابة على الشاشة	رسوم جغرافية	رموز	صور فوتوغرافية أو ثابتة
الفيديوهات العربية						
1	عشوائيات	✓	✓	✓	✓	✓
2	بي بي سي عربي تريند	✓	✓	✓	✓	✓
3	زي الكتاب ما بيقول (1) ل ف ب ا	-	✓	-	✓	✓
4	زي الكتاب ما بيقول (2) ك س ا ل	-	✓	-	✓	✓
5	المخبر الاقتصادي	✓	✓	✓	✓	✓
الفيديوهات الإنجليزية						
1	ANDRIA JIKA	✓	✓	✓	✓	✓
2	WHOSETHEBOSS	✓	✓	✓	✓	✓
3	WSJ	✓	✓	✓	✓	✓
4	VICE	✓	✓	✓	✓	✓
5	CNET	-	✓	✓	✓	✓

يوضح جدول (9) المعينات البصرية التي اعتمدها تلك الفيديوهات في تقديم محتوى (تقنية الميتافيرس)، وقد تفوقت الفيديوهات الأجنبية على الفيديوهات العربية في استخدام هذه المعينات وتوظيفها في الفيديوهات وبخاصة الفيديو الصادر من قناة (VICE NEWS)؛ لاشتمال هذا الفيديو على أساليب متنوعة في الإخراج والصوت والموسيقى والمعينات البصرية من شاشة مقسمة، وكتابة على الشاشة، والضيوف، والمقاطع الصوتية، والرموز والصور، كما ظهرت الشاشة المقسمة، والكتابة على الشاشة، والرسوم الجغرافية، والصور الفوتوغرافية، بنسبة كبيرة في قناة (ANDRIA JIKA)، وكذلك في قناة (WHOSETHEBOSS).

جدول (10)

يوضح عناصر متعلقة بالميتافيرس في الفيديوهات عينة الدراسة

م	عناصر متعلقة بالميتافيرس القنوات	أفاتارز	نصارات افتراضية	شاشات	هواتف نقالة	مقالات - تقارير	مصادر المعلومات	رعاية المحتوى
<b>الفيديوهات العربية</b>								
1	عشوائيات	7	24	6	13	-	-	-
2	بى بى سى عربى تريند	15	3	-	-	-	✓	✓
3	زى الكتاب ما بيقول (1) ل ف ب ا	-	-	-	-	-	✓	-
4	زى الكتاب ما بيقول (2) ك س ا ل	-	-	-	-	-	✓	-
5	المخبر الاقتصادي	9	4	-	-	5	-	✓
<b>الفيديوهات الانجليزية</b>								
1	ANDRIA JIKA	2	3	2	2	12	-	-
2	WHOSOTHEBOSS	42	9	11	5	1	✓	✓
3	WSJ	17	30	3	2	-	✓	✓
4	VICE	2	-	-	5	4	✓	✓
5	CNET	58	3	18	-	-	✓	✓

يوضح جدول (10) العناصر المتعلقة بميتافيرس في الفيديوهات عينة الدراسة؛ وظهرت النسبة الأكبر منها في الفيديوهات الإنجليزية؛ حيث ظهر أعلى تكرار للأفاتارز في فيديو (CNET) وهو الفيديو الذى يقدمه "مارك زوكيربيرج" عن تقنية ميتافيرس ويدخل ويتحدث مع الأفاتارز، وأعلى نسبة للنظارات الافتراضية في فيديو (WSJ)، حيث تجرب مقدمة الفيديو الدخول في الميتافيرس وهى ترتدى أدوات العالم الافتراضى النظارة والسماعة والقباض اليدوى، وظهر الأفاتارز، والنظارات الافتراضية، والشاشات، والهواتف النقالة، والتقارير مجتمعة في قناة (WHOSOTHEBOSS).

خلاصة تحليل شكل الفيديوهات عينة الدراسة:

اشتملت الفيديوهات عينة الدراسة على عدد كبير من اللقطات وبخاصة في الفيديوهات الإنجليزية، وكان أغلبها من اللقطات الطويلة والمتوسطة، واعتمدت هذه الفيديوهات في التصوير على زاوية مستوى النظر، وكانت حركة الكاميرا قليلة، وأكثر حركة تم استخدامها في هذه الفيديوهات هي حركة (dolly in)، وكان أسلوب القطع هو الأسلوب الأكثر اتبعا في الانتقال بين اللقطات، واعتمدت الفيديوهات الإنجليزية على مصادر متعددة للصوت (مقدم الفيديو، أو تعليق صوتي، مقاطع صوتية، مؤثرات صوتية،

أصوات ضيوف، موسيقى)، بينما اعتمدت الفيديوهات العربية على مصدر واحد للصوت وهو المعلق الصوتي أو مقدم الفيديو، وأما أساليب التشويق فقد ظهرت مجتمعة ونسبة كبيرة في أغلب الفيديوهات الإنجليزية، وتميز مقدمو الفيديوهات الإنجليزية بإتقان مهارات التواصل ولغة الجسد والاعتماد على الحركة سواء حركة المقدم، أو حركة الأشياء في الكادر، أو حركة المرئيات، وظهرت المعينات البصرية والعناصر المتعلقة بتقنية الميتافيرس في الفيديوهات الإنجليزية بنسبة أكبر من الفيديوهات العربية.

**ثانياً: المضمون:**

خضعت العينة للتحليل الكيفي منذ مشاهدة الفيديوهات، وتحويل المادة المرئية إلى نصوص مكتوبة، وقراءتها مرات متعددة، لفهما فهما جيداً من أجل ترميزها، في كل مرة يتم فيها قراءة البيانات تفهم بصورة أفضل، تقسم البيانات إلى مقاطع، كل مقطع يعطى عنواناً أو رمزاً، في كل مرة يتم فيها القراءة تراجع الرموز لتبقى أو يتم تغييرها برمز أفضل، يتم تجميع الرموز المتشابهة في فئة واحدة، ثم يتم تجميع الفئات المتشابهة في موضوعات وأنساق، ثم محاور، واتفقت الفيديوهات العربية والإنجليزية في تناول المحاور التالية المتعلقة بتقنية ميتافيرس، وانفردت المقاطع الإنجليزية بتشجيع تجربة ميتافيرس، ولماذا يتحمس الناس للميتافيرس؟ والأمور التي ينبغي على ميتا القيام بها، وكان الأسلوب المتبع في تناول التقنية من قبل مقدمي الفيديوهات الإنجليزية يعتمد على تجربة الدخول في ميتافيرس، والحركة السريعة، والصور واللقطات ثلاثية الأبعاد المتصلة بتقنية ميتافيرس، والصور الرمزية في العالم الافتراضي؛ بينما ركزت الفيديوهات العربية على طرح البداية التاريخية الأولى لظهور ميتافيرس من خلال الكتب واجتهادات العلماء والروايات والدراما، وتأصيل كلمة ميتافيرس، وكانت تعتمد في أسلوب التناول على السرد والحديث المباشر في فيديوهات (زى الكتاب ما بيقول كان التصوير بالموبايل)، و(المخبر الاقتصادي)، أما في فيديو تريند البرنامج المذاع على ال(بى بى سى) كان عبارة عن فقرات متنوعة تجمع ما بين مقدمة مصحوبة بصور متصلة بالموضوع ومقطع مسجل لأحد الخبراء، ولقاء حى عبر سكايب مع متخصص آخر في مجال الميتافيرس، والفيديو على قناة عشوائيات كان أسلوب تقديمه عبارة عن تعليق صوتي مصحوب بصور حديثة ومقاطع فيديو متتالية عن تقنية الميتافيرس.

المحاور الرئيسية الخاصة بتقنية ميتافيرس في عينة الدراسة:

أولاً: سياق ظهور تقنية ميتافيرس:

1- دراما وعلماء وكتب تحدثوا عن الميتافيرس

أمثلة: "عام 1999 ظهر واحد من أفضل أفلام الخيال العلمي في التاريخ واسمه the matriks يتكلم عن عالم افتراضي مفتوح"<sup>(1)</sup>.

"في رواية snow crash التي كتبها نيل ستيفنسون عام 1992 (مفهوم) الميتافيرس في الرواية كان المكان الذي يذهب إليه الناس هرباً من الواقع الكئيب للعالم الحقيقي"<sup>(2)</sup>. ذكرت عينة الفيديوها العربية أعمالاً درامية وكتباً وعلماء تحدثوا في الماضي عن الميتافيرس وبخاصة قناة (زي الكتاب ما يقول) شرحت ذلك بصورة مفصلة.

تم استعمال كلمة ميتافيرس لأول مرة في رواية نيل ستيفنسون snow crash عام 1992، ودارت هذه الأعمال الدرامية عن قصص من الخيال العلمي وأبطالها يهربون إلى الميتافيرس من واقعهم المادي، ومن هذه الأعمال مسلسل الخيال العلمي black .mirror.

وعدد كبير من الكتب تؤرخ لبداية الحديث عن الواقع الافتراضي، مثل كتاب human center design vr hokey صدر 2015 لمؤلفه د. ستوب جيمسون، وكانت أول محاولة تعود للقرن الثامن عشر، وهذا من خلال اللوحات والجداريات الـ 360 درجة، وذكر الكاتب أن أوائل الحالات الفردية لتحديد الواقع الافتراضي كانت من خلال أعمال عالم البصرييات الإنجليزي السير تشارلز وينستون عام 1832م الذي نشر أبحاثاً بخصوص الرؤية ثنائية الأبعاد، ويقول إن المخ يستطيع أن يعالج صورتين ثنائيتا الأبعاد واحدة لكل عين ثم يجمعهما في صورة مجمعة ثلاثية الأبعاد.

تدل هذه المحاولات على أن تقنية الميتافيرس ليست جديدة، ولكنه تم طرحها منذ وقت بعيد في القرن التاسع عشر، وبهذا لم تظهر تقنية الميتافيرس نتيجة لجهود عالم واحد، وإنما عدد كبير من العلماء بصورة تراكمية، كما أنه يشهد تطوراً باستمرار، وأن الميتافيرس أو العالم الافتراضي ليس شيئاً جديداً، لكنه موجود من خلال الألعاب الافتراضية، وهناك شركات تستثمر في هذه التقنية، وقد ساعدت جائحة فيروس

(<sup>1</sup>) قناة (زي الكتاب ما يقول) أحمد سلامة عينة الفيديوها العربية 2021/11/19 بعنوان كيف سيغير الإنترنت للأبد؟

(<sup>2</sup>) قناة (المخبر الاقتصادي) 2021/11/5 طموحات خطيرة.. ما سر تغيير "مارك زوكربيرغ" اسم فيسبوك وما علاقة ذلك بالميتافيرس؟

كورونا Covid 19- على انتشاره على نطاق واسع؛ نتيجة لأعمال الحظر والتباعد الاجتماعي، فظهرت تطبيقات عقد الاجتماعات الافتراضية، وزاد الإقبال على العمل من المنزل عبر الإنترنت كالتسويق الإلكتروني وغيره.

وهذا ما ذكرته دراسة Schlemmer E, Trein D and Oliveira C (2009) بأن كلمة ميتافيرس تأتي من الخيال العلمي، وقد صاغه نيل سيفنسون في روايته snow crash بأنه عالم افتراضي خيالي، وقال إن ميتافيرس تشبه الحياة الخاصة والعامة لأنه امتداد للعالم المادي الحقيقي، مساحة داخل مساحة افتراضية على الإنترنت.

وتتفق معها دراسة: Mystakidis S 2022 وأضافت أن مصطلح Metaverse في رواية ستيفنسون كان يمثل كياناً موازياً للواقع الافتراضي، وتم إنشاؤها من رسومات الكمبيوتر، وعلى الرغم من أنها تجارب رقمية وتركيبية؛ إلا أن التجارب يمكن أن يكون لها تأثير حقيقي على الذات الجسدية، وأضافت أن مصطلح ميتافيرس هو الفضاء السيبراني للواقع الافتراضي ورد في the Matrix عام 1984، وفي عام 2011 ظهرت نسخة حديثة ل Metaverse هي Oasis في رواية Ready Player One بقلم إرنست كلاين، وقصتها يحاول الشاب المنبوذ (وايد واتس) الهروب من رعبه اليومي عن طريق التحاقه بلعبة إلكترونية تدعى الواحة.

## 2- تغيير اسم فيس بوك:

أمثلة: "في أكتوبر عام 2021 أعلن الرئيس التنفيذي لشركة فيس بوك "مارك زوكربيرج" أنه كان يغير اسم Facebook إلى ميتا meta ويوسع حدوده إلى metaverse" (3).

غيرت شركة فيس بوك اسمها واعتمدت اسماً جديداً هو ميتا. هل سيتأثر استخدامنا نحن لمواقعها مثلاً؟ (4).

أعلن "مارك زوكربيرج" تغيير اسم شركة فيس بوك إلى ميتا يشار إليها بعلامة اللانهاية، وشركة ميتا مظلة تضم فيس بوك وواتس آب وإنستجرام، ويبقى عملها هو نفسه، ويظل فيس بوك منصة للتواصل الاجتماعي بين الناس. وكان تغيير اسم شركة فيس بوك إلى ميتا إيذاناً بتعريف الناس بالميتافيرس، ويعتقد كثير منهم أن الميتافيرس هو ميتا الفيس بوك؛ لكن الميتافيرس متعدد، فهناك ميتافيرس الفيس بوك، وميتافيرس آبل، وميتافيرس ألفا بيت، فعالم الما وراء هو عوالم افتراضية متعددة.

(3) (قناة Vice News) عينة الفيديوهات الأجنبية.

(4) (قناة بي بي سي عربي) عينة الفيديوهات العربية.

وهذه ليست المرة الأولى التي تقوم فيها شركة بتغيير المسمى الخاص بها، فقد قام في السابق عدد كبير من شركات التكنولوجيا بذلك الأمر، مثل شركة جوجل؛ فقد تغير اسمها إلى ألفا بيت، وشركة ميكروسوفت غيرت اسمها من ميكروسوفت إلى ميكروسوفت موبايل فقط، وأبل كمبيوتر إلى آبل إنك، وشركات أخرى غير شركات التكنولوجيا مثل شركات السجائر وغيرها. وقد يكون الداعي وراء هذا التغيير هو تطوير الشركة وتغييرها عما كانت في السابق، أو بقاء عملها كما هو، وهذا التغيير يكون نتيجة لضغوط أو اتهامات، أو نوع من الدعاية، فبتغيير فيس بوك لميتا فهو دعاية لاستثمار جديد في عالم الما وراء الذي يراه زوكريبرج إنترنت المستقبل، ويسعى لتحقيق أعلى استثمار فيه.

وقد وضعت دراسة (Mystakidis S (2022) تعريف Metaverse : بأنه عالم ما بعد الواقع، بيئة دائمة ومتعددة المستخدمين تدمج الواقع المادي مع الافتراضية الرقمية، تقوم على تقارب التقنيات، تتيح تفاعلات متعددة الحواس مع البيئات الافتراضية والأشياء الرقمية والأشخاص مثل الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) حالياً، هناك نشاط سباق مكثف لبناء البنية التحتية والبروتوكولات والمعايير التي ستحكم Metaverse. وتسعى الشركات الكبيرة جاهدة لبناء أجهزتها وبرامجها المغلقة والنظم البيئية المملوكة لها؛ لجذب المستخدمين وتصبح الوجهة الفعلية لمتافيرس Metaverse. ولعل "مارك زوكريبرج" يقصد بالمتافيرس الجيل الجديد القادم من الشبكات الاجتماعية، كي تظل شركة الفيسبوك العملاق الكبير للتواصل الاجتماعي خلال السنوات العشر القادمة، مثلما كانت خلال السنوات العشر الماضية، ومن أجل أن يحدث ذلك أدرك "مارك" أن الفيسبوك يجب أن تأخذ بزمام التطور وتقود عملية إعادة اختراع شبكات التواصل الاجتماعي من جديد، حتى لا تنهار مثلما انهارت العديد من الشبكات الاجتماعية الأخرى، مثل ياهو وهاي فايف وتاجد، حينما سبقها غيرها في التطوير وسحب بساط الريادة من تحت أقدامها.

### 3- جرائم وأخطاء فيس بوك:

أمثلة: "وكلما كنا غير مرثيين، كلما حدث المزيد من الأذى، ونحن لقد رأينا هذا في ميانمار، وشهدناه في الهند، ونحن نعيشه في إثيوبيا الآن، فلماذا يستمر فيس بوك إلى الآن ويصبح ميتا يستمر في وضع الربح على سلامة مستخدميه هذا البحث ليس قبلة،

ليس بحثاً سببياً<sup>(5)</sup>، من المشاكل التي لا تدع مارك ينم والتي تعتبر كابوساً كبيراً يزيد كل سنة عن التي تسبقها الوثائق الداخلية لفيس بوك- والتي تم تسريبها مؤخراً- أظهرت أن عدد الشباب يقل على التطبيق. في أمريكا مثلاً انخفض عدد الشباب بنسبة 2٪ في عام 2019، ومن المتوقع أن يستمر هذا الانخفاض بنسبة 4٪ خلال العامين القادمين<sup>(6)</sup>.

تعرضت شركة فيس بوك في الآونة الأخيرة للعديد من الانتقادات والتهامات؛ فاتخذ مارك عدة توجهات من بينها تغيير الاسم إلى ميتا لتحويل الأنظار عن هذه الاتهامات، وإذا صح ذلك ولم يحدث تغيير الاسم إلى ميتا لتحويل الأنظار عن هذه الاتهامات، تتبع في ميتا، وقد توقع المستخدمون تغييراً جوهرياً فهذا يصيبهم بالإحباط. وقد أعلن مارك أن آلية كسب المال في ميتا هي نفسها، وهي الاعتماد على الإعلانات لجني الأرباح، كما أكد مارك أنه يستهدف فئة الأطفال والمراهقين والشباب لعمر 25 عاماً، خاصة في ظل المنافسة مع تطبيقات Snap Chat، Tik Tok. ومن بين هذه الاتهامات استغلال المنصة في اقتحام مبنى الكابيتول أثناء الانتخابات الأمريكية في يناير 2021م، ومنها أيضاً أن تطبيق الإنستغرام قد أدى إلى تكوين صورة سلبية للمراهقين عن أنفسهم، وأيضاً انقطاع الإنترنت في كل أنحاء العالم لمدة ست ساعات متواصلة، هذا فضلاً عن خطابات الكراهية والتحريض على العنف والاتجار ببيانات المستخدمين وبيعها إن سححت الفرصة، كل هذه الاتهامات قد تم تسريبها عن طريق الموظفة السابقة بشركة فيس بوك فرانسيس هوجان.

وذكرت دراسة: (Hollensen S, Kolter P and Opresnik M (2022) أن الفيسبوك يستثمر بشدة metaverse حتى يتمكن من إنشاء نظام التشغيل الخاص به، والقتال ضد أنظمة تشغيل الأجهزة المحمولة وتجنب استخدام معيار تم إنشاؤه من قبل المنافسين المباشرين، مثل Snap. ستعطي metaverse شركات مثل Facebook مزيداً من الوصول إلى بيانات إضافية عنا، ومعها ستكتسب مكانتنا كمنتج قيمة هائلة لأطراف ثالثة، ثم سيعلم Facebook والآخرون أكثر وأكثر تفاصيل حول حركاتنا الجسدية والحالات العاطفية والبيانات البيولوجية مثل ضربات القلب وتغيرات درجة الحرارة.

<sup>(5)</sup> قناة (Vice News) عينة الفيديوهات الأجنبية.

<sup>(6)</sup> قناة (المخبر الاقتصادي) عينة الفيديوهات العربية.



#### 4- فيس بوك العملاق:

"شركة فيس بوك أو ميتا ليست مجرد شركة القيمة السوقية لها وقت تصوير الحلقة وصلت ل 912 مليار دولار؛ يعني تعتبر واحدة من أكثر الشركات قيمة على وجه الأرض"<sup>(7)</sup>.

"أعلنت فيس بوك أنها هتوظف 10 آلاف شخص من دول الاتحاد الأوروبي خلال الخمس سنوات القادمة وفي نفس الشهر فيس بوك أعلنت أن استثماراتها في الواقع الافتراضي وصلت ل 10 مليار دولار وكلهم من أجل هدف واحد بناء وبرمجة الميتافيرس"<sup>(8)</sup>.

تعد شركة فيس بوك من الشركات العملاقة في العالم، وقد تجاوزت قيمتها السوقية <sup>(40)</sup> 1 تريليون دولار في تعاملات يونيو عام 2021 لأول مرة في تاريخها، وأصبحت أكبر خامس شركة في السوق العالمي، لكن بحلول يناير 2022 سرعان ما انهارت أسهم الشركة من جديد وانخفضت قيمتها السوقية بـ 237.6% مليار دولار وهو الانهيار الأكبر في تاريخها <sup>(41)</sup>. وتواجه الشركة منذ فترة الكثير من الاتهامات بتقديم مصلحتها الخاصة على مصلحة المستخدمين؛ لذا عمل مؤسسها مارك زوكربيرج على إجراء العديد من التغييرات، ولكنها كلها تتوجه نحو تحقيق العوائد المادية والاستثمار في العالم الافتراضي؛ باعتباره الإنترنت الجديد الذي تتوجه إليه أنظار الشركات الكبرى، من أجل ذلك قام زوكربيرج بعقد الصفقات مع شركات أخرى، مثل شركة راي بان Ray-Ban للنظارات، كما أنه أنشأ مساحات للعمل افتراضية Work Room Horizons، مع تطوير خوذة الرأس أوكيلوس، وتحمل اسم كامبريا وتسجل عوائد ضخمة من مبيعاتها حول العالم، كما أعلن عن 10 آلاف وظيفة في قطاع الذكاء الاصطناعي والبرمجيات. على الرغم من ذلك تراجع عدد المستخدمين لفيس بوك خاصة من فئة الشباب لصالح المنصات الجديدة وهي الفئة التي يعول عليها مارك؛ وربما يرجع ذلك لأن تغييرات مارك لم تكن في سياسات الشركة نفسها، ولم تعمل على إصلاح الأخطاء التي وقعت فيها من قبل. ويرى آخرون أن هذا الانهيار هو سمة المرحلة الحالية؛ نظرا للتطورات الكبيرة التي يشهدها العالم في الوقت الحالي.

وقد أضافت دراسة Rospigiosi P (2022) أن عام 2021 يعد نقطة انعطاف؛

حيث انتشر على نطاق واسع استخدام الواقع الافتراضي المعترف به كبوابة إلى metaverse وإعادة تسمية العلامة التجارية لأكثر شبكة اجتماعية عبر الإنترنت في

<sup>(7)</sup> (قناة المخبر الاقتصادي) عينة الفيديوهات العربية.

<sup>(8)</sup> (قناة زي الكتاب ما بيقول) "كيف سيتغير الإنترنت للأبد؟"

العالم من Facebook إلى Meta ويشير إلى حدوث تحول جيد بين الجيل الذين هم في المدارس والجامعة الآن وأولئك الذين سيشاركون في التعلم في المستقبل، إنه تحول إلى الافتراضي الذي من المحتمل أن يؤدي دوراً مهماً فيما نعتبره بيئات تعلم تفاعلية، وقد يخلق الواقع الافتراضي أيضاً مخاطر الانفصال عن الأصل؛ خسارة التعليم والعمل والمجتمع للواقع المادي.

وتمت إعادة تسمية Meta مؤخراً بتجربة تجريبية تسمى Horizon Workrooms التي تقدم مجموعة من أدوات الواقع الافتراضي التي تركز على الأعمال المخصصة لاجتماعات الواقع الافتراضي الغامرة بالكامل، وتجاوز العديد من العوائق في العالم المادي، مثل الحد من انبعاثات الكربون وتكاليف السفر يعني ذلك بغض النظر عن تقلبات اللقاح والفيروس.

#### 5- مراحل تطور الإنترنت:

أمثلة: "كنا نتحرك باستمرار نحو المزيد والمزيد من الوسائط الجذابة، فقد انتقلنا من نص إلى صورة إلى فيديو، وانتقلنا من قراءة الكتب والأوراق إلى قضاء معظم وقت فراغنا الآن في مشاهدة الرموز المميزة على الإنترنت"<sup>(9)</sup>.

أخذ الإنترنت يتطور من web1 إلى web2 والآن يمثل الميتافيرس بداية ال web3. كان الإنترنت في المرحلة الأولى عبارة عن مدونات وإيميلات وأخبار، أما المرحلة الثانية ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي، ولم يعد المستخدم متلقياً فقط، ولكن أصبح مرسلًا ومستقبلاً، يتفاعل مع الأحداث، يعبر عن رأيه، يضيف تعليقاً، يشارك خبرة أو حدثاً أو عملاً مع الآخرين، أما المرحلة الثالثة فالمستخدم لا يتصل من وراء شاشة كمبيوتر؛ لكن يمكنه أن ينتقل إلى العالم الافتراضي وهو جالس في منزله باستخدام أجهزة الواقع المعزز، أو ينتقل هو إلى العالم الافتراضي بالكامل من خلال أفاتار أو صورة رمزية ويمارس ما يشاء من الأنشطة والأعمال.

وتحدثت دراسة<sup>(42)</sup> Lee L Zhou 2022 عن انتشار الإنترنت في التسعينات واستمرار الفضاء الإلكتروني في التطور، وإنشاء الحاسب الآلي مختلف البيئات الافتراضية. بما في ذلك أعمال الشبكات الاجتماعية، ومؤتمرات الفيديو، والعوالم الافتراضية ثلاثية الأبعاد،

(<sup>9</sup>) قناة (Mr whosetheboss) عينة الفيديوهات الأجنبية 2021/11/13 بعنوان ( Facebook has changed to meta , because they're building the metaverse)

على سبيل المثال، دردشة (VR، تطبيقات الواقع المعزز) على سبيل المثال، Pokemon GO، وألعاب الرموز غير القابلة للاستبدال).

وذكرت دراسة: (Mystakidis S (2022) أن لوحات الكهوف التي تعود إلى عصور ما قبل التاريخ ورواية القصص الشفوية هي أول وسائل الإعلام التي تم التقاطها وحكايات القبيلة الخالدة، تم استخدامها لبناء عوالم افتراضية وأسطورية للتواصل مع الأحداث الواقعية والاستعارية.

### ثانياً: عناصر متعلقة بتقنية ميتافيرس:

#### 1 - معلومات متصلة بميتافيرس:

أمثلة: "آخر شيء سأقوله عن هذا هو أن ميتافيرس ليس شيئاً واحداً لم يكن هناك لحظة واحدة ثم فجأة إنها ليست مسألة ما إذا كنا سنصل إلى هناك أو كيف سنصل إلى (10)"، "إنشاء كل شيء باستخدام الأقلام في الوقت الحاضر، يتحول الناس إلى النقر على الأشياء على لوحات المفاتيح في ميتافيرس وسنستخدم إيماءات الأصوات، وحتى نجعل الأشياء تحدث بمجرد التفكير فيها (11)".

قد يعتقد البعض أن ميتافيرس هو عالم افتراضي واحد؛ ولكن الميتافيرس هو عوالم افتراضية متعددة يظل الفرد يتنقل فيها من عالم إلى آخر، ويتحكم المصممون ومنشئو المحتوى في عملية النقل، تستثمر العديد من شركات التكنولوجيا في هذه العوالم، هي سوق افتراضية ضخمة، ويتوقعون تحقيق عوائد استثمارية كبيرة منها. لا يحتاج المستخدم إلى الكتابة أو البحث؛ فقط تكفي الإشارة والتلويح، بل ربما مجرد التفكير في الأشياء تتحقق على الفور، نتيجة للتوسع في معرفة بيانات المستخدمين؛ حيث لم تعد قاصرة على الصورة الرمزية الخاصة به ومكان الدخول، بل امتد إلى معلومات عن المشاعر، والتفضيلات، والأفكار.. وغيرها؛ مما جعل هذه العوالم ومديريها يؤثران على الشخص واختياراته.

(10) قناة (مارك زوكربيرج) عينة الفيديوهات الأجنبية.

(11) قناة (Mr whosetheboss) عينة الفيديوهات الأجنبية.



عنوان شكل (٤) يوضح معلومات مرتبطة بميتافيرس

وهذا ما أكده Costantinos C<sup>(43)</sup>: (2021) بأن ميتافيرس شبكة من المساحات المرئية ثلاثية الأبعاد عبر الإنترنت؛ حيث يتفاعل الأشخاص في الوقت الفعلي. تتفوق أنظمة التعلم الآلي في التنبؤ، والحكومات لديها الكثير لتكسبه من تطبيق الخوارزميات على السياسة العامة.

وقالت دراسة: Lee Land Zhou P (2021) إن البيئات الافتراضية (VR / AR / MR) هي غنية ومعقدة إلى حد ما، والتي لا يمكن إلا أن تعطي الناس تجربة سريالية للحواس الجزئية، لكن لا تستطيع إدراك المشاركة والتفاعل لجميع الحواس؛ لذلك تبرز تقنية واجهة الدماغ والكمبيوتر (BCI) تشير تقنية Inter Face التداخل بين الدماغ والكمبيوتر إلى إنشاء قناة إشارة مباشرة بين الدماغ البشري والأجهزة الإلكترونية الأخرى، وبالتالي تجاوز اللغة والأطراف للتفاعل مع الأجهزة الإلكترونية؛ لأن جميع حواس الإنسان تتشكل في نهاية المطاف من نقل الإشارات إلى الدماغ، إذا كانت تكنولوجيا واجهة الحاسوب المتصلة بالدماغ المستخدمة، من حيث المبدأ، ستكون قادرة على محاكاة بشكل كامل كل التجارب الحسية عن طريق تحفيز المناطق المقابلة من الدماغ.

## 2- مصطلحات مرتبطة بميتافيرس:

أمثلة: "محتاجين نراجع بعض المصطلحات اللي ظهرت قبل الميتافيرس وهي الأساس الذي يستند عليه الواقع الافتراضي VR والواقع المعزز AR<sup>(12)</sup>". والواقع الافتراضي هو أن تكون مغمورا بالإحساس، ولكن ليس بالواقع والحقيقة بمعنى بتكون حاسس بكل جوارحك بأشياء معينة بس في الحقيقة الأشياء دي مش موجودة ولا حقيقية"<sup>(13)</sup>.

لا يمكن أن توجد تقنية الميتافيرس بدون وجود هذه التقنيات؛ تقنية الواقع الافتراضي وتقنية الواقع المعزز. تقوم تقنية الميتافيرس على العديد من التقنيات التي تجتمع معا كالذكاء الاصطناعي والمستشعرات الحساسة، وتقنيات الجيل الخامس والجيل السادس من الهاتف المحمول، وتتنافس العديد من كبرى شركات الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات في إنتاج وتنفيذ وتصميم هذه التقنيات.

وقد ناقشت دراسة: Far S & Rad A(2022) الواقع الافتراضي VR، سماعات الرأس، والواقع المعزز (AR) بأنهم من الأدوات والتقنيات المعروفة التي تربط المستخدمين بالعالم الرقمي، بالإضافة إلى VR و AR، الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي (ML) هما مجالان للعلوم والتكنولوجيا التي طورت بشكل كبير Metaverse والمساحات الافتراضية.

ويعرف رامي شاهين<sup>(44)</sup> **الواقع الافتراضي** بأنه تجسيد تخيلي بوسائل تقنية متطورة للواقع الحقيقي، لكنه ليس حقيقيا، بحيث يعطينا إمكانات لا نهائية للضوء، والامتداد، والصوت، والإحساس، والرؤيا، واضطراب المشاعر، كما لو أننا في الواقع الفيزيائي الطبيعي. ويعرف **الواقع المعزز** بأنه التكنولوجيا التي توسع العالم المادي الذي نعيش فيه وتضيف إليه عناصر رقمية قد تكون صوراً، أو كتابات، أو فيديوهات، أو مجسمات ثلاثية الأبعاد، وهي على عكس الواقع الافتراضي تعتمد بشكل أساسي على البيئة الحقيقية.

## 3- ظهورك في ميتافيرس:

أمثلة: "أهم تجربة للتواصل مع الأشخاص الذين تتخيلهم تضع نظارتك أو سماعة رأسك، وأنت على الفور في مساحة منزلك"<sup>(14)</sup>.

<sup>(12)</sup> قناة (عمرو عابدين عشوائيات).

<sup>(13)</sup> قناة (أحمد سلامة زي الكتاب ما بيقول) بعنوان "كيف سيغير الإنترنت للأبد؟"

<sup>(14)</sup> (قناة مارك زوكربيرج).

"ميتافيرس سيكون خليفة الإنترنت عبر الهاتف المحمول الذي تقدمه الشركة بواقع جديد كامل من الصور الرمزية والقوائم المستقبلية"<sup>(15)</sup>.

يمكن للشخص أن يدخل إلى عالم ميتافيرس عندما يرتدي نظارة الواقع الافتراضي وسماعة الرأس، ويختار له صورة رمزية (أفاتار) يظهر بها في العالم الافتراضي ليلتقي بأصدقاء آخرين، أو للترفيه، أو للتسوق، أو لأي غرض آخر داخل الميتافيرس. تمثل تقنية الميتافيرس التطور الكبير في الإنترنت والمرحلة التي تلي الهاتف المحمول، فالشخص باستخدام الهاتف المحمول يدخل للعالم الافتراضي في الألعاب، ولكن عبر شاشة دون أن يشعر بكل ما يحدث داخل هذا العالم، فالميتافيرس يحقق له ذلك ويصبح كأنه جزء من اللعبة فيلعبها وهو داخلها. سيقضي الميتافيرس على جميع الحواجز والحدود والقيود الموجودة في العالم المادي، فقط على المستخدم أن يرتدي نظارة وسماعة رأس.

وتوصلت دراسة: Dionisio, J. D. N., Burns III, W. G., and Gilbert, R (2013) إلى أن وصول المستخدمين إلى Metaverse من خلال أطراف الحاسوب التي تعرض الواقع الافتراضي لمنظور الشخص الأول على نظارات واقية وتضخ صوتاً رقمياً ستريو صغير، سماعات أذن التي تسقط من أقواس النظارات وتتصل بأذن المستخدم.

كما أن لدى المستخدمين القدرة على تخصيص صورهم الرمزية الخاصة بهم مع تقييد الارتفاع الوحيد (لتجنب الصور الرمزية التي يبلغ ارتفاعها ميلاً)، للسفر سيرا على الأقدام أو بالمركبة الافتراضية، لبناء الهياكل عليها، كما يمكنهم الحصول على طرود من العقارات الافتراضية، والانخراط في مجموعة كاملة من الأنشطة الإنسانية الاجتماعية المفيدة.

وكما جاء في دراسة: George A.S et al (2021) فإن ميتافيرس هو تكرار قادم افتراضي للإنترنت؛ مما يوفر الدعم اللامركزي وطويل الأمد للبيئات الافتراضية ثلاثية الأبعاد عبر الإنترنت، والروابط بين العوالم المالية والافتراضية والمادية؛ حيث أصبحت أكثر وأكثر ارتباطاً. سيكون هذا الوضع الافتراضي متاحاً من خلال سماعات الواقع الافتراضي، ونظارات الواقع المعزز، والهواتف الذكية، وأجهزة الكمبيوتر، وكذلك أجهزة الألعاب. مثال على ذلك سيكون مزيجاً من واقع افتراضي غامر، لعبة جماعية متعددة

(15) (فتاة Vice News) عينة الفيديوهات الأجنبية 2021/12/7

Why You should be worried About Facebook's metaverse System Error

اللاعبين عبر الإنترنت ولعبة تتمص الأدوار (MMORPG) والويب. والأجهزة التي تستخدم لإدارة حياة الناس ومنحهم الوصول إليها تقريباً أي شيء مطلوب بلمسة زر واحدة. و Metaverse هي فكرة مشتقة من الخيال العلمي الذي يتخيله الكثيرون في صناعة التكنولوجيا على أنهم ورثة الإنترنت الحديث.

#### 4- شعورك وأنت في ميتافيرس:

أمثلة: "بالتأكيد لا أشعر بحالة جيدة الآن"<sup>(16)</sup>، "نحن نطفو في الفضاء، آه من جعل هذا المكان، إنه رائع حقاً، إنه من فوهة بركان التقيت بها، لا هذا المكان مذهل"<sup>(17)</sup>، "اللي بيلبس نضارة ال VR بيحس بشعور مختلف تماماً بيحس إنه جزء من اللعبة اللي بيلعبها، جزء من الحدث اللي بيتفرض عليه"<sup>(18)</sup>.

تشير هذه المشاعر إلى أن الشخص حينما يدخل إلى عالم الميتافيرس فإنه يشعر بمشاعر متعددة في أحوال متعددة، تارة يشعر بالذهول من سهولة الحركة والمرونة والتنقل، وتارة يشعر بالملل نتيجة لارتدائه النظارة ثلاثية الأبعاد، أو لطول فترة بقائه في الميتافيرس، ولكن شركات التقنية في سباق محموم لتطوير تقنية النظارات ثلاثية الأبعاد، كما أن هذه التقنية لا تنتجها شركة واحدة كما كان في السابق، بل توجد العديد من الشركات مثل جوجل، وفيس بوك، وميكروسوفت، وغيرها، وتطور هذه التقنية سيخفف وزن النظارة وستكون أسهل في الارتداء ولن يشعر من يرتديها بالتعب أو الملل.

كما ورد في تقرير The Metaverse Is Trying to Figure Out Your Comfort Zone<sup>(45)</sup> عدة مشاعر أخرى كشعور الفرد بالوحدة عند دخوله للعالم الافتراضي، لكنه تغير مؤخراً وأصبح شعوراً بالرفاهية (وجدت شيئاً أكثر رفاهية- محاكاة الاتصال بالعين دون تتبع العين) وذكر التقرير تأكيداً لما ذكرنا سنحتاج إلى تحكم أفضل في هذه الأدوات، وفهم أعراف هذه المساحات الافتراضية، ومن المحتمل أن يحدث هذا مع دخول المزيد من الشركات مثل Google, Apple إلى Metaverse.

<sup>(16)</sup> قناة (WSJ) عينة الفيديوهات الأجنبية 2021/11/12

بمعنوان trapped in the metaverse: here's what 24 hours in vr feels

<sup>(17)</sup> فيديو (Mark Zokerberg) عينة الفيديوهات الأجنبية 2021/10/28م

بمعنوان Every Thing Facebook revealed about the Metaverse cnet channel Meta name Change

<sup>(18)</sup> فيديو (عمرو عابدين قناة عشوائيات) عينة الفيديوهات العربية 2021/11/6 بمعنوان الميتافيرس وليه

فيسبوك غيرت اسمها؟

كما ذكرت دراسة: Ayiter E(2019) وبالتالي فإن الميتافيرس، عند اللقاء المبكر، غير شخصي، وخالي من الإحساس بالانتماء، ومن السهل جدا في الواقع أن نتصور في البداية الميتافيرس كعالم لا شيء سوى تكتل من بناء العزلة، عدم الكشف عن الهوية، وليس من المفترض أن تبنى، ولا يمكن تعريفها بأنها علائقية، أو تاريخية، أو معنية بالهوية، وهي بذلك خالية من العاطفة والذاكرة.



شكل (5) يوضح شعورك وأنت في ميتافيرس

##### 5- أنشطة ميتافيرس:

أمثلة: "الميتافيرس عالم افتراضي تقدر تدخله وتعيش جواه عن طريق لبس نضارة وأنت جواه تقدر تصيف في المالديف والكاريببي وجزر هواوي وتحضر ماتشات الاتشامبنج والإثيليج في أي دوري في العالم<sup>(19)</sup>، "الاجتماع بمكان العمل ستتكلم، تشارك زملاءك افتراضيا من خلال تطبيقاتها، أو ستجلس في بيتك وفي نفس الوقت تشارك في ألعاب وتظاهرات تجريبية في الناحية الأخرى من الكوكب<sup>(20)</sup>".

(19) (عمرو عابدين قناة عشوائيات) عينة الفيديوهات العربية.

(20) (قناة بي بي سي تريندنج) 202/10/29 عينة الفيديوهات العربية (لماذا غيرت شركة فيسبوك اسمها

إلى ميتا5) وما هي ميتافيرس التي يتطلع إليها زوكيربيرغ؟



عندما يرتدي الشخص نظارة الواقع الافتراضي مع سماعة الرأس يدخل إلى الواقع الافتراضي أو الميتافيرس فيستطيع أن يفعل كل شيء وأي شيء، يمكنه زيارة المعارض والمتاحف، يمكنه إشباع حاجة الترفيه، حضور حفلة موسيقية، حضور مباراة كرة قدم في دولة بعيدة لا يستطيع أن يحضر في العالم المادي بسبب المسافة. يمكن أن تتصل بأصدقائك أو تطلبهم لينضموا إليك. كما زادت هذه التقنية من فرص العمل من المنزل، يمكن وأنت في منزلك أن تعمل وكأنك في مكان عمالك مع زملائك بجلوسك في مكان محدد ببيتك وترتدي النظارة وسماعة الرأس.

وفي هذا الإطار ذكرت دراسة: Goerge A.S et al (2021) تحت تكنولوجيا metaverse، سيتصل الأفراد بالعالم الرقمي أكثر من أجل الاستهلاك والترفيه أو لعب لعبة فيديو.

وتؤكد دراسة: Rospigliosi P (2022) أن هناك تقنيات عبر الإنترنت أصبحت في كل مكان تقريباً، فهذه هي تقنيات التنشئة الاجتماعية والعمل. كما اقترح مارك زوكربيرج في رسالة "أن Meta (المنتج) سيسمح لك بأن تكون في المكتب بدون تنقل، أو في حفلة موسيقية مع الأصدقاء، أو في غرفة معيشة والديك من أجل اللحاق بالركب"، كما يقدم الواقع الافتراضي فرصاً جديدة ومرنة للغاية لبيئات التعلم وتجارب التعلم التي تعكس التغييرات في كيفية التواصل الاجتماعي والعمل.

**ثالثاً: مظاهر تطوير تقنية ميتافيرس في عينة الدراسة:**

#### 1- تطوير الميتافيرس وسماته والشركات المشاركة فيه

أمثلة: "كثير من الشركات الكبيرة حتى فيس بوك نفسها بدأت خطواتها الأولى لما اشترت شركة أو كيلوس في عام 2016، يعني مسألة النية لتطوير الإنترنت كله على بعضه موجودة من فترة مش صغيرة، وكثير من الشركات العملاقة عارفة إنه على مدار السنين الجاية العالم كله هيشهد جيل جديد من الإنترنت هو الجيل الذي سماه مارك زوكربيرج بالإنترنت المتجسد<sup>(21)</sup>"، "اللي يهمني هنا هو صناعة الميتافيرس نفسها إن جاز التعبير ولماذا تحارب الشركات بعضها البعض عشان تلحق تاخذ قطعة من الكعكة<sup>(22)</sup>".

هناك عدد كبير من الشركات التي تستثمر في الواقع الافتراضي، وتجري العديد من الصفقات لتزيد من تواجدها على الرغم من أن عالم الميتافيرس لم تحدد معالمه بعد؛

<sup>(21)</sup> (قناة عشوائيات) عينة الفيديوهات العربية.

<sup>(22)</sup> (قناة المخبر الاقتصادي) عينة الفيديوهات العربية.

لكنه كما يرى مارك مالك ميتا فيس بوك سابقاً أن المستقبل للإنترنت المجسد ثلاثي الأبعاد، وتعد شركة ميتا من كبريات الشركات في العالم الافتراضي؛ وقد قامت الشركة بالعديد من التطويرات كشرائها لشركة أوكيليوس لتطوير نظارات الواقع الافتراضي، وبالفعل فهي الأفضل تقنية والأخف وزناً والأرخص ثمناً مقارنة بغيرها، كذلك قامت الشركة بتوفير 10 آلاف وظيفة للاتحاد الأوروبي في مجال الذكاء الاصطناعي والبرمجيات. وتولي شركات التكنولوجيا الكبرى مثل ميكروسوفت وآبل وألفابيت وسوني أكبر اهتمامها بهذين القطاعين؛ لأنهم يرون أن الاستثمار القادم في ميتافيرس. وكذلك عقدت شركة ميكروسوفت صفقة بشراء شركة الألعاب (أكتيفجن بليزارد) في أوائل عام 2022 وكانت مفاجأة كبيرة وهي من كبرى شركات ألعاب الفيديو، فميكروسوفت تقوم بشراء الكثير من الملكيات الفكرية بفضل البنية التحتية السحابية.

وقد جاء في دراسة: (Hollensen S, Kolter P and Opresnik M(2022) أن Meta هو الاسم الجديد لفيسبوك، وهي شركة التكنولوجيا التي تمتلك على الأرجح الحصة الأكبر في ميتافيرس، إنه يساعد في بناء metaverse، المكان الذي سنلعب فيه في المستقبل، وتتصل ونقوم بأعمال تجارية ثلاثية الأبعاد. وتستثمر كبرى شركات التكنولوجيا مبالغ طائلة في إنشاء ميتافيرس metaverse الذي ستكون ميزته الرئيسية هي الاندماج بين العالم الافتراضي والعالم المادي.

وفي نوفمبر 2021، أعلنت شركة Nike عن عالمها الافتراضي الذي يحمل علامتها التجارية قادماً إلى Roblox، باسم "نيكيلاند". تدعم Roblox، وهي منصة ألعاب فيديو metaverse بحصة سوقية كبيرة في صناعة الألعاب، مع 47 مليون مستخدم نشط يومياً. "نيكيلاند" تنقل اللاعبين إلى نسخة افتراضية من المقر الرئيس لشركة Nike العالمية في بيفرتون، أوريغون. وهي يمكن أن تقدم فرصة ممتازة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية واختبار الأفكار الجديدة لتصاميم الأحذية<sup>(23)</sup>.

## 2- المشروعات الافتراضية:

أمثلة: "حسنا: أنا أتحدث اليوم عن شراء أرض في ميتا فيرس<sup>(24)</sup>"، "كوكاكولا اللي ممكن تكون بنشرها عملت في يوليو 2021 مزاد على التذكارات الإلكترونية الخاصة بها باعت

<sup>(24)</sup> قناة (Andrei tika) عينة الفيديوهات الأجنبية 2021/12/11

بعنوان -The best metaverse investment right now

التذكارات في ميتا فيرس خاص بها على نطاق ليس بالكبير لتشجيع المستثمرين لتقبل فكرة الميتافيرس<sup>(25)</sup>.

لقد تطور الشراء عبر الإنترنت، ولم يعد قاصراً على شراء الملابس والأحذية؛ بل امتد لشراء العقارات، وأضحى الاهتمام اهتماماً بالاستثمار في العالم الافتراضي أضعاف الاهتمام بالاستثمار في العالم المادي. وتمثل ميتافيرس عوالم متعددة تضم الكثير من الكيانات والأسواق، وتحول العالم الافتراضي إلى سوق منافسة ما بين كبريات الشركات والدول، الأمر الذي دفع البعض إلى شراء أراضٍ ومنازل افتراضية بملايين الدولارات.

ووفقاً لبيانات شركة "ميتا ميترك سولوشنز"، تجاوزت مبيعات العقارات الافتراضية في عوالم ميتافيرس 501 مليون دولار خلال 2021، ويتوقع أن تصل قيمة هذه السوق الجديدة خلال الفترة القصيرة المقبلة إلى نحو مليار دولار في عام 2022. ففي يناير/كانون الثاني 2022 سجلت مبيعات العقارات الافتراضية نحو 85 مليون دولار، وفقاً لـ cnbc. وتوقع تقرير صادر عن شركة "براند إسبيس ماركت ريسيرش" نمو سوق العقارات في عوالم "ميتافيرس" بمعدل سنوي<sup>(46)</sup> مركب قدره 31٪ سنوياً بين 2022 و2028.

يعد ميتافيرس أيضاً رسماً لارتفاع أسعار العقارات الحقيقية في التقنيات الرقمية ولا يسمح بإعادة نقل أو بيع الحقائق الفاخرة باهظة الثمن في العالم المادي.

وورد في تقرير "J.P.Morgan" أنه إذا كنت تريد تخصيص منزل افتراضي، يمكنك شراء قطعة فنية أصلية منه، ثم ترميزه كأصل رقمي، يمكنك حتى امتلاك الأرض التي تم بناء المنزل عليها. كما أن المنصات القائمة على Ethereum, Decentraland, على سبيل المثال، تباع بالفعل القطع الافتراضية التي يمكن للناس تطويرها. إن العقارات الافتراضية هي سوق متنامية metaverses يرجع هذا النمو جزئياً إلى شراء العلامات التجارية حتى يتمكنوا من إنشاء متاجر افتراضية وتجارب أخرى. في يونيو 2021، تم بيع قطعة أرض واحدة في Decentraland مقابل 913000 دولار مع المطور Every realm تحولها إلى منطقة تسوق كاملة، (Metajuku مستوحاة من منطقة التسوق Harajuku في اليابان). بمرور الوقت، يمكن أن يبدأ سوق العقارات الافتراضية

<sup>(25)</sup> قناة (زي الكتاب ما يقول) عينة الفيديوهات العربية 2021/11/19 بعنوان (كيف سيتغير الإنترنت للأبد؟)

في رؤية خدمات تشبه إلى حد كبير ما هو موجود في العالم المادي، بما في ذلك بطاقات الائتمان والرهن العقاري والإيجارات<sup>(47)</sup>.

#### اقتصاد ميتافيرس:

في ميتافيرس اقتصاد يحاكي الاقتصاد في العالم المادي، سوق ومنتجون ومستهلكون، ومصطلحات خاصة رقمية تستخدم على نطاق واسع افتراضيا كالبوك تشين Blockchain، الرموز غير القابلة للاستبدال NFTs التي تميز الأصول الرقمية سواء كان مثلاً كتاباً إلكترونيًا، أو مقطع فيديو، أو تسجيلاً صوتياً، أو غيره، وآلية جني الأموال في ميتافيرس، والعقارات الافتراضية وغيرها.

#### أ. البلوك تشين blockchain:

هي تقنية جديدة تحظى باهتمام الحكومات والكثير من الهيئات والمؤسسات في الفترة الأخيرة، وهي عبارة عن سجل حسابات مشترك لتداول الأصول المادية كعقار، أو قطعة أرض، أو أصول غير مادية، مثل الملكيات الفكرية، وهي طريقة للخروج من المركزية إلى اللامركزية، وتتسم بسرية البيانات، والحفاظ عليها، وسهولة نقل الأصول، وسرعة إنجاز الأعمال. وكل شخص يريد أن ينقل أصل من الأصول المملوكة له يقوم بتسجيل كتلة من البيانات التي تشمل ما يحفظه الشخص من معلومات كالوقت، والتاريخ، ونوع العملية، والطرف المقابل، والحالة، والكمية، وتتصل كل كتلة بيانات بالكتلة التي قبلها والتي بعدها وتشكل سلسلة من البيانات وترتبط ببعضها البعض بشكل آمن.

#### ب. الNFTs:

قد يعتقد البعض أنها عملات افتراضية؛ ولكنها تترجم إلى الرموز غير القابلة للاستبدال، وتعني عقود تملك لأصول إما حقيقية أو رقمية، وهذه الأصول قد تكون مقاطع فيديو، أو لوحات رسومية، أو أراضي، أو ألعاب، فهي غير مرتبطة بشيء معين، ويمكن أن تنتقل ملكيتها من شخص لآخر، والأصول مسجلة بهذه الرموز على البلوك تشين.

#### ج. جنى الأموال في ميتافيرس:

لم يعد الذهاب إلى العمل بالمعنى التقليدي هو السبيل الوحيد لكسب المال؛ بل باستطاعة الشخص وهو في منزله أن يربح المال عبر الإنترنت، ولكن هذا يتطلب في البداية أن يكون لديه حساب لدخول الميتافيرس، أو يكون قد اشترى أرضاً أو عقاراً أو أقام متجرًا افتراضياً. وتعد ألعاب الفيديو الافتراضية واحدة من الوسائل التي تحقق الربح للاعبين عن طريق كسب العملات الافتراضية، أو الأصول الافتراضية والاحتفاظ

بها، ومنها التسوق عبر الإنترنت؛ فالفرد يمكنه أن يختار السلعة الافتراضية ويشتريها من المتاجر الافتراضية، وإقامة الحفلات الموسيقية وهي فكرة لاقت إعجاباً كبيراً من العملاء، وتجارة الأراضي الافتراضية فيكون لديك قطعة أرض وعند زيادة الطلب عليها تقوم ببيعها وتحصل على العملة الرقمية المشفرة، وتنتقل الملكية بالبلوك تشين والNFTs. وبهذا يتوقع أن يغير الميتافيرس في المستقبل نمط الحياة التي نعيشها ويجعلنا نفضل العالم الافتراضي على العالم المادي، هذه ربما نتائج التكنولوجيا، والعامل الذي يسعى لتحقيق الفائدة الروحية والمادية دون أن يطغى أحدهما على الآخر.

وأكدت دراسة (Far S & Rad A (2022) أن blockchain هي تقنية معروفة مع العديد من التطبيقات في الصناعة والعلوم وأحدث الأبحاث، كما أنها اجتذبت الحكومات، ولا تقتصر تطبيقات Blockchain على الشؤون المالية والمعاملات، ويمكن تطبيق تقنية blockchain على البنية التحتية لـ (1) التخزين، (2) المستخدمين غير الموثوق بهم، (3) الشفافية، (4) الثبات، (5) اتصال الند للند، (6) إمكانية الوصول. المجالات التي تتطلبها الشبكات الذكية وإنترنت الأشياء (IoT) وإنترنت الأشياء الصناعي، أنظمة إعداد التقارير، والمكافآت، والدفع، والسمعة.

نشأ مفهوم الرمز غير القابل للاستبدال (NFT) أولاً من معيار توكين إيثيريوم في عام 2017، ويتم التعامل مع NFTs على أنها الأصول الرقمية القيمة في سلاسل الكتل العامة (مثل NFTs Ethereum blockchain) يمكن تفرد NFTs لربط أنفسهم لهويات معينة أو أصول رقمية، بالإضافة إلى ذلك، تم النظر في هذه الميزة للتطبيقات اللامركزية. إن استخدام NFTs كوثائق ملكية موزعة هو أفضل خيار لإثبات ملكية الأشياء الرقمية، على سبيل المثال (المركبات، والأراضي، والأسواق، والأفلام، والمنازل الرقمية، إلخ) في ميتافيرس.

#### رابعاً: عواقب الميتافيرس:

أمثلة: "هناك أيضاً راحة لفكرة أنك ستتمكن أيضاً من التعبير عن نفسك، ولكنك تريد أن تعرف كيف تبدو"<sup>(26)</sup>، "لكنهم يخشون من أن البيانات الجديدة التي تنشؤها في ميتافيرس قد تؤدي إلى كابوس الخصوصية، لأن البيانات مفتوحة طوال الوقت"<sup>(27)</sup>.

تشتمل كلمة عواقب على مزايا ومخاطر ميتافيرس، فمن مزاياه ومخاطره في نفس الوقت أن تختار الصورة الرمزية التي تحب أن تظهر بها في ميتافيرس، أن تظهر في

<sup>(26)</sup> (قناة Mr whosethebos) عينة الفيديوها الأجنبية.

<sup>(27)</sup> (قناة Vice News) عينة الفيديوها الأجنبية.

صورة رجل أو صورة أنثى؛ لكن هذا الأمر قد يدفع البعض للإلحاد، وبأنه يستطيع أن يغير خلق الله كما ورد في فيديو ( Facebook has changed to meta , because they're building the metaverse ) ، أو الشرك بأنه يستطيع أن يحي الموتى، أو أنه يستجلب الحيوانات التي انقرضت، أو إذا كان يعاني من إعاقة فإنه يظهر بدونها في ميتافيرس. من مزاياه الفورية والسرعة وإنجاز الأعمال بشكل أفضل، واختصار المسافات ومقابلة زملاء العمل والشركاء، الاستفادة في بيئات التعليم التفاعلية، القضاء على المعوقات الموجودة في العالم المادي من ملوثات وازدحام ومعوقات مرورية وتضييع للأوقات. وللميتافيرس العديد من المزايا والعيوب في نفس الوقت.



شكل (6) يوضح عواقب ميتافيرس

وقد تحدثت دراسة: George A.S et al(2021) بخصوص الأمن، فإن metaverse يربط بشكل وثيق الحياة الواقعية مع عوالم افتراضية ومعززة. على سبيل المثال، قد يأخذ المتسللون الاستفادة الكاملة من التكامل الشامل للتقنيات لأغراضهم الخاصة، بما في ذلك سرقة البيانات الشخصية، التتبع والتتقيب عن البيانات، فضلاً عن الحصول على وصول غير قانوني إلى المناطق المحظورة؛ هذا يستدعي أساليب جديدة

لخصوصية البيانات وحمايتها، وحالياً غير متوفرة. الخصوصية ستكون مصدر قلق رئيس آخر بالنسبة للمستخدمين، سيكون جهاز الواقع المعزز مشابهاً لجهاز المراقبة، عند ارتدائه سيكون له أيضاً قدرات الكاميرا، ومعرفة الموقع الدقيق للمستخدم، وتخزين التفاصيل حول المستخدم. أخيراً، نظراً لأن metaverses مجانية للجميع، فإن أصحاب العلامات التجارية كذلك حريصون على حماية صورتهم، كما يكتسب المستخدمون المزيد من التحكم على metaverse ، تزداد احتمالية الشك في المحتوى الذي يظهر بجانب العلامة التجارية. بالإضافة إلى ذلك، فإن المواضع معرضة لخطر التخريب أو عدم الاحترام من قبل المستخدمين. في النهاية، تقدم metaverses مستقبلاً مشرقاً للحوسبة والإنترنت، علاوة على ذلك، فإنها توفر مساحة كبيرة متاحة للابتكارات للباحثين أو المعلنين على حد سواء، على الرغم من هذه التحديات، فهي تقدم تجربة تفاعلية، وتحقق نجاحاً مبتكراً.

ولا يزال الواقع الافتراضي يؤدي إلى بعض الانزعاج من الارتداء لفترة طويلة وعزل المستخدم عن محيطه. ولا تزال العقبة بالنسبة للعوامل الافتراضية أعلى مما واجهته المجتمعات السابقة صعوبة في متابعة النشاط 24-7، ويحتاج ذلك أيضاً إلى تغيير سلوك المستخدم، والاستمرار في البحث عن خبرات العالم الحقيقي.

#### النتائج العامة للدراسة:

بعد تحليل عينة من الفيديوهات العربية والأجنبية التي تتحدث عن تقنية الميتافيرس على موقع اليوتيوب شكلاً ومضموناً، فإن أهم ما توصلت إليه الدراسة ما يلي:

1- تفوقت الفيديوهات الأجنبية على الفيديوهات العربية في اشتغالها على أكبر عدد من اللقطات؛ مما يجعلها متميزة مونتاجاً وإخراجاً وإعداداً وتقديماً، وكان أكبر عدد من اللقطات في فيديو قناة (WHOS THE BOSS) وبلغ عددها 314 لقطة، وكان أكبر عدد من اللقطات في الفيديوهات العربية في قناة (المخبر الاقتصادي) وبلغ عددها 118 لقطة، وكان أكثر اللقطات لقطات طويلة ومتوسطة، واعتمدت هذه الفيديوهات في التصوير على زاوية مستوى النظر بدرجة كبيرة جداً عن زوايا التصوير الأخرى، ولم تعتمد هذه الفيديوهات على تحريك الكاميرا إلا بنسبة ضئيلة جداً، وكانت حركة ال (DOLLY IN) هي الأكثر استخداماً، واهتمت الفيديوهات الأجنبية بتتبع مصادر الصوت (صوت المقدم أو المعلق، مقاطع صوتية، صوت ضيوف، مؤثرات صوتية، موسيقى)، في حين لم يظهر في الفيديوهات العربية سوى مصدر واحد للصوت وهو صوت

المقدم أو المعلق، فيماعدًا قناة بي بي سي عربي تريند كان لديها صوت ضيوف، ومقطع صوتي لمارك، وتفوق مقدمي الفيديوهات الإنجليزية في استخدام مهارات التواصل ولغة الجسد، وسرعة الإيقاع، والحركة المستمرة في الكادر وبخاصة في فيديوهات (WHOS THE BOSS)، (ANDRIA JIKA)، واعتمد الفيديوهان الأخران على تجربة الدخول في ميتافيرس (CNET)، (WSJ)، وأما فيديو (VICE NEWS) فقد اجتمعت فيه كل العناصر من تنوع اللقطات، وزوايا التصوير، والحركات، والكتابة على الشاشة، والعديد الكبير للضيوف المتخصصين، والتنوع المتتالي للموسيقى طوال مدة الفيديو، والمقاطع الصوتية المتعددة المتصلة بالموضوع، والمؤثرات الصوتية، واعتمد على التعليق الصوتي.

2- ظهرت فكرة الميتافيرس في العديد من الأعمال الأدبية، والروائية، والدرامية، والجهود العلمية منذ فترة كبيرة، ربما تمتد لأكثر من قرن من الزمان، وكانت تقوم في الدراما على هروب الناس من واقعهم اليومي إلى الفضاء البعيد، وأما جهود العلماء فقامت على فكرة التصور ثلاثي الأبعاد.

3- تحيط بكلمة الميتافيرس العديد من الأفكار والمعلومات، فهي كلمة من شقين؛ الأول: ميتا كلمة يونانية الأصل بمعنى ما وراء، الثانية: فيرس مأخوذة من يونيفيرس الكون أو العالم بمعنى العالم الماوراء. ارتباط ميتا بالفيس بوك والاعتقاد بأنه هو الميتافيرس غير صحيح، لكن الميتافيرس متعدد ولا يرتبط بشركة واحدة، لا يوجد تصور للميتافيرس بملامحه بصورة كاملة، ويتوقع أن يكون عام 2022 الانطلاقة الأولى للميتافيرس، كما أنه المرحلة الثالثة من الإنترنت...إلخ.

4- يتطلب دخول الميتافيرس نظارة، وسماعة رأس افتراضية، واختيار الصورة الرمزية التي تريد الظهور بها في ميتافيرس. لم تعد هناك حاجة لشاشة الكمبيوتر أو الهاتف، لا توجد واسطة ولا تكتفي بمشاهدة الإنترنت، بل تشارك فيه وتصير جزءاً منه، يكفيك النقر على شاشة ذكية أو مجرد التلويح والإشارة، أو حتى مجرد التفكير.

5- تقوم تقنية الميتافيرس على عدة تقنيات تتمثل في الـ VR اختصاراً لـ Virtual Reality الواقع الافتراضي، الـ AR اختصاراً لـ Argmented Reality الواقع المعزز، فالواقع الافتراضي هو غمس وغمر الإنسان في العالم الافتراضي غير الحقيقي بواسطة الحواسيب والذكاء الاصطناعي والبرمجة، وقيامه بنفس



الأنشطة في الواقع، لكنها محاكاة للواقع وليست حقيقة، والواقع المعزز هو أن يبقى الإنسان في الواقع المادي، لكنه يستخدم أجهزة رقمية ثلاثية الأبعاد كالنظارة، والسماعة، والهاتف، والحاسوب، وغيرها. وتعتمد على تقنيات أخرى كالذكاء الاصطناعي، والحواسيب، والبرمجيات، وحوسبة البيانات... وغيرها.

6- يتنابك وأنت في ميتافيرس مشاعر متضاربة؛ فتارة تشعر بالذهول من هذه المغامرة والتجربة الجديدة، وتارة تشعر بالدوار والتعب نتيجة للبقاء مدة طويلة، أو لارتداء النظارة والسماعة، وتارة تشعر أنك بحالة جيدة، وتارة تنغمر في هذا الفضاء ولا تشعر بالوقت.. وهكذا.

7- تستطيع القيام بما تشاء من أعمال وأنشطة في ميتافيرس كالتزهر، والذهاب إلى الأماكن التي تريدها، أو الترفيه وحضور حفلات موسيقية، أو مباريات كرة قدم، أو التسوق وشراء ما تريد، أو العمل والوظيفة، أو الالتقاء بالأصدقاء أو الأقارب، والتعليم من أكثر القطاعات إفادة.. وهكذا.

8- تتنافس العديد من شركات الألعاب والتكنولوجيا والبرمجيات في ميتافيرس، فشركات أمريكية، وكندية، وصينية، وأوروبية يعقدون صفقات ويبنون شركات للتطوير والاستحواذ على أكبر حصة من الميتافيرس وينفقون ملايين الدولارات؛ على الرغم من عدم وجود تصور كامل عن الميتافيرس؛ إلا أنهم يرون أنه المستقبل، ومن يتأخر عن الدخول في هذا السوق سيمنى بخسارة كبيرة.

9- يعد بيع الأراضي الافتراضية من أهم المشروعات في ميتافيرس، وأصبحت أكثر انتعاشاً ربما أكثر من العالم المادي؛ لأنها تعد بمثابة إذن الدخول للميتافيرس، فمن يمتلك أرضاً افتراضية يستطيع الاستثمار إما بالمتاجرة فيها ببيعها، أو إيجارها، أو استخدامها في تنظيم العروض والحفلات، أو إقامة المعارض والمتاجر الافتراضية.. وهكذا.

10- قام "مارك زوكربيرج" مؤسس فيس بوك بتغيير اسمها إلى ميتا وهو يبشر بعهد جديد، وهذه ليست المرة الأولى أن تقوم شركة بتغيير اسمها؛ فقد قام بذلك الأمر العديد من الشركات في السابق. يقول البعض أنه قام بالتغيير لتحويل الأنظار عن الاتهامات الموجهة لفيس بوك، ويرى آخرون أنه بمثابة الدعاية لميتافيرس فيس بوك التي يستثمر فيها "مارك"؛ لكنه يبقى على تطبيقات فيس بوك وواتس آب وإنستجرام كما هي، ويقول منتقدوه أنه بذلك خيب الآمال بحدوث تغيير لسياسته في فيس بوك.

11- من الاتهامات الموجهة لفيس بوك إعلاء مصلحتها على حساب مصلحة المستخدمين، وسعيها لتحقيق الربح المادي من خلال الإعلانات بإتاحة بيانات المستخدمين، استغلال المنصة في اقتحام مبنى الكابيتول في يناير 2021م، تسبب تطبيق الإنستجرام في بث صورة ذهنية سيئة للمراهقات الإناث عن أجسادهن، إذكاء خطاب الكراهية والتحريض على العنف. وبرزت بعض هذه الاتهامات من خلال نشر الموظفة السابقة بفيس بوك لبعض الوثائق السرية الخاصة بفيس بوك. انقطاع الخدمة مؤخرًا لساعات طويلة، انخفاض نسبة الشباب على منصة فيس بوك.

12- تعد شركة فيس بوك من أكبر خمس شركات في العالم وحقت أرباحاً كبيرة في السنوات الماضية حتى يونيو عام 2021م، وتبلغ قيمتها السوقية...؛ لكن سرعان ما انهارت أرباحها في البورصة في فبراير 2022 ومنيت بخسائر كبيرة، وأرجعه البعض للاتهامات الموجهة لها، وأرجعه البعض الآخر بأن السوق المالية العالمية غير مستقرة في هذه الآونة، لكن الشركة تستحوذ على حصة كبيرة من الاقتصاد العالمي، ويعد زوكيربيرج من أغنى أغنياء العالم كما أنه يسهم باستثمارات كبيرة في سوق إنتاج وتصنيع وتسويق التقنية.

13- تفرض السوق الاقتصادية الافتراضية العديد من المصطلحات الاقتصادية التي يكثر تداولها في الوقت الحالي مثل الـ Blockchain، الـ NFTs، والعملات المشفرة الرقمية مثل الإيثروم والبيتكوين وغيرها.

14- تغير المفهوم التقليدي للعمل بالنزول من المنزل والذهاب لمقر العمل، وأصبحت السمة المميزة للعمل في أيامنا هذه العمل من المنزل وسهل من ذلك جائحة كورونا.

15- يحيط بتقنية الميتافيرس العديد من الإيجابيات والسلبيات في نفس الوقت فهي تتسم بالفورية والسرعة، وإنجاز الأعمال بشكل أفضل، وتحقيق عوائد استثمارية ضخمة، تطوير التعليم. ومن أبرز سلبياتها عدم الشعور بالواقع، والانغماس في الوهم، التوسع في معرفة بيانات المستخدمين، طغيان المادة على الروح، تغير كل أنماط الحياة، طغيان التكنولوجيا.

#### خاتمة الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل عينة من مقاطع الفيديو على اليوتيوب تناولت تقنية الميتافيرس، تم إطلاق هذه الفيديوهات في شهر (أكتوبر ونوفمبر وديسمبر 2021م)،

عقب إعلان "مارك زوكيربيرج" مؤسس فيس بوك تغيير اسمها إلى ميتا. تم اختيار هذه العينة في شهر يناير 2022م اعتماداً على معيار الفيديوها العربية والأجنبية التي حققت أعلى مشاهدة في ذلك الوقت، واعتمدت الدراسة على تحليل المضمون كميًا وكيفيًا؛ من أجل التعرف على أساليب التقديم والإخراج المتبعة في تقديم الظاهرة وتفسيرها تفسيراً دقيقاً ووصفها بعمق، وتحديد عناصرها، وشرحها، والربط بينها. وبعد إجراء عملية التحليل توصلت الدراسة إلى مجموعة كبيرة من النتائج توضح الأساليب المتبعة في تقديم الظاهرة في عينة الدراسة، وتبين تفوق الفيديوها الأجنبية على الفيديوها العربية في التغطية من ناحية الشكل واعتمادها على أساليب تؤدي إلى زيادة عدد المشاهدات، وتوصلت الدراسة من خلال التحليل الكيفي إلى فهم تقنية الميتافيرس والسياق الذي ساعد على انتشارها في الفترة الأخيرة، والمرتبة الأولى التي ظهرت فيها، وعالم الميتافيرس وسباق الشركات للاستثمار فيه، وصولاً إلى إيجابيات وسلبيات الميتافيرس.

ولقد ظهرت فكرة الميتافيرس منذ وقت بعيد في التجارب العلمية والكتب والدراما، ويعد الميتافيرس عالماً لا محدود لم تكتمل صورته بعد، يقوم على عدد كبير من التقنيات، تتسابق كبرى شركات البرمجيات والإنترنت والذكاء الاصطناعي لتطوير الميتافيرس والتقنيات المتصلة به، فهم يتوقعون عالماً افتراضياً كبيراً ويسعون لتحقيق أعلى العوائد والاستثمارات، وتحتاج لسماحة رأس ونظارة افتراضية للدخول في هذا العالم فضلاً عن صورة رمزية (أفاتار) تختارها لنفسك، تشعر بمشاعر مختلفة في ميتافيرس بالذهول، بالاستمتاع، بالدوار، بالحاجة للراحة وغيرها. تمارس ما تشاء من الأنشطة والأعمال، التسوق، الترفيه، التعليم، العمل، السياحة وغيرها. وكان تغيير مارك زوكيربيرج لاسم فيس بوك سبباً مباشراً في انتشار الميتافيرس وكثرة الحديث عنه في كل وسائل الإعلام، كما تعد جائحة كورونا من أهم الأسباب التي غيرت فكرة العمل لدى الناس وتوجههم للعمل عبر الإنترنت والتحول الرقمي لدى الحكومات والأفراد. غير "مارك زوكيربيرج" اسم فيس بوك لميتا وعبر عن سعادته بهذا التغيير وروج لتقنية الميتافيرس، وأعلن عن استهدافه لفئة الأطفال والمراهقين والشباب. فسر البعض هذا التغيير بأنه محاولة لتحويل الأنظار عن الاتهامات والانتقادات الموجهة لفيس بوك، كان من أبرز هذه الاتهامات إعلاء فيس بوك لمصلحتها على مصلحة المستخدمين، إتاحة بيانات المستخدمين، انتشار خطاب العنف والكرهية والأخبار الكاذبة، وغيرها. من أبرز الأنشطة الاقتصادية شراء الأراضي الافتراضية عبر ميتافيرس ومن خلال ألعاب

الفيديو، وأنفقت الدول والشركات ملايين الدولارات في هذا المجال لتنافسهم للاستحواذ على أكبر قدر من الميتافيرس، ارتبط بذلك انتشار العديد من المصطلحات الاقتصادية الافتراضية كالبوك تشين block chain و NFTs ، والعملات الافتراضية المشفرة كالأثيريوم والبتكوين وغيرها. ولتقنية الميتافيرس العديد من الإيجابيات؛ كالسرعة والفورية، وطي المسافات، وتجاوز القيود والحدود الموجودة في العالم المادي، وإنجاز الأعمال بأفضل صورة، تحقيق عوائد واستثمارات ضخمة في جميع المجالات، ومن أهم السلبات الانفصال عن الواقع، رفع قيمة الحياة الافتراضية على حساب الحياة الواقعية، استهداف الفئات الأصغر سنًا، رفع قيمة المادة على قيمة الروح، تغير أنماط الحياة، التوسع في معرفة بيانات المستخدمين وغيرها.

### توصيات الدراسة:

بعد إجراء الدراسة واستخلاص النتائج المرتبطة بها توصي الدراسة بما يلي:

لا يزال موضوع تقنية الميتافيرس موضوعاً جديداً يحتاج إلى مزيد من الدراسة؛ فقد تناولت الدراسة الحالية التعريف بهذه التقنية الجديدة، والظروف المحيطة بها، والخصائص التي تميزها، والأطراف المعنية بها على اليوتيوب. ومن الأفكار التي تطرحها الدراسة محاولة التعرف على آراء الجمهور وبخاصة في الدول العربية في تقنية الميتافيرس وتطلعاتهم المستقبلية حولها وما هي اتجاهاتهم نحوها، ومنها أيضاً إجراء دراسة استشرافية تستطلع آراء النخب التكنولوجية والإعلامية والدينية في تقنية الميتافيرس، ويمكن إجراء دراسة تجريبية للتعرف على التأثيرات التي تنتج عن الدخول في هذه التقنية.

- ينبغي أن يهتم صناع المحتوى العرب على اليوتيوب بشكل ومضمون الرسالة التي تُبث على هذه المنصة، واستحضار وعي الجمهور المتلقي وعدم الاستخفاف به، والحرص على تقديم محتوى متميز إعداداً وتقديمًا ومونتاجاً وإخراجاً؛ حتى يحقق النفع والفائدة ويحظى بنسب مشاهدة عالية.
- تعد تقنية الميتافيرس جزءاً من التكنولوجيا، ولا يستطيع أحد أن يعطي ظهره لها ولا يأخذ بحظها، كما أنه ينبغي أن يدرك مخاطرها ويستخدمها بالقدر الذي يحقق له الفائدة دون أن يتماهى فيها وتشغله عن المهمة التي خلقه الله من أجلها.
- ينبغي على الحكومات الاهتمام بهذه التقنية، وعقد المؤتمرات والمحاضرات والدورات العلمية؛ لتوعية الناس بها وبيان مزاياها، وكيف يستطيع الناس الاستفادة منها في

- تحسين مستوياتهم المعيشية، وبيان مخاطرها وتأثيرها على حياة الإنسان وتحويله إلى آلة بسبب انجذابه لها وقضائه الكثير من الأوقات فيها.
- ينبغي تربية الأبناء تربية صالحة صحيحة وتوعيتهم بهذه التقنية في البيت، والمدرسة، والنادي.. وغيرها من المؤسسات المعنية بتربية النشء وإخراج جيل صالح يدرك المخاطر التي تحيط به من كل جانب.
  - لهذه التقنية مزايا كبيرة يمكن الاستفادة منها في قطاع التعليم، والإعلام، والصحة، والاقتصاد.. وغيرها.
  - ينبغي إدراك أهمية التعليم التكنولوجي والذكاء الاصطناعي والبرمجيات والحوسبة الإلكترونية لأن فرص التوظيف ستكون مرتبطة بهذه القطاعات من الآن ومستقبلاً.

#### المراجع:

- (1) <https://cutt.us/yfb5X> 21/6/2022 10pm
- (2) <https://cutt.us/7YPqJ> 18/5/2022 8am
- (3) Gregory J, Welliver S, and Chong J. (2020). Top 10 Reviewer Critiques of Radiology Artificial Intelligence (AI) Articles: Qualitative Thematic Analysis of Reviewer Critiques of Machine Learning/Deep Learning Manuscripts Submitted to JMIR, *Journal of Magnetic Resonance Imaging*, Volume52, Issue1 July 2020 Pages 248-254, <https://doi.org/10.1002/jmri.27035>.
- (4) Nadarzynski T et al. (2021). Barriers and facilitators to engagement with artificial intelligence (AI)-based chatbots for sexual and reproductive health advice: a qualitative analysis, *Sexual Health* 18(5) 385-393 <https://doi.org/10.1071/SH21123>  
Submitted: 12 March 2021 Accepted: 19 July 2021 Published: 16 November 2021.
- (5) Layer M. (2020). Conservative Media's Coverage of Coronavirus on YouTube: A Qualitative Analysis Of Media Effects On Consumers, *MS*, College of Information and Communications, University of South Carolina.
- (6) Argali O & Aydin O (2021). Tweet Classification and Sentiment Analysis on Metaverse Related Message, *Journal of Metaverse*, Research Article Received: 2021-11-05 | Reviewing: 2021-11-05 & 2021-12-26 | Accepted: 2021-12-26 | Online: 2021-12-27 | Issue Date: 2021-12-31 Year: 2021, Volume: 1, Issue:1, Pages:25-30.
- (7) Park, S; Bier, L.; Park, Park H (2021). "The effects of infotainment on public reaction to North Korea using hybrid text mining: Content analysis, machine learning-based sentiment analysis, and co-word analysis". *Profesional de la información*, v. 30, n. 3, e300306. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.06>.

- (8) Schlemmer E, Trein D and Oliveira C .(2009). The Metaverse: Telepresence in 3D Avatar-Driven Digital-Virtual Worlds, Digital-Virtual Worlds @tic. *revista d'innovació educativa*, núm. 2, enero-junio, 2009, pp. 26-32 Universitat de València Valencia, España, 29 | n.2, 2009, ISSN: 1989 – 3477.
- (9) Borba E. (2011). Visual perception in metaverses. Consuming advertising through the avatar's eyes, *SLACTIONS 2011 Research Conference: Life, imagination, and work using metaverse platforms: Proceedings of the...* / edited by David Kurt Herold. ISBN: 978-988-16411-2-0, PP 49-72.
- (10) Ayter E. (2012). Further Dimensions: Text, Typography and Play in the Metaverse, *2012 International Conference on Cyberworlds*, DOI: 10.1109/CW.2012.50, 25-27 Sept. 2012.
- (11) Correia A et al. (2012). An Exploratory Research Agenda for 3-D Virtual Worlds as Collaborative Learning Ecosystems: Extracting Evidence from Literature, *SLACTIONS 2012 International research conference on virtual worlds – Life, imagination, and work using metaverse platforms*, November 15-17, 2012, ISBN: 978-989-704-102-0, pp 8-17.
- (12) Lopez Y et al. (2012). Travelers of The Art, II Summit of Latin American Art by Museum Karura, *SLACTIONS 2012 International research conference on virtual worlds – Life, imagination, and work using metaverse platforms*, November 15-17, 2012, ISBN: 978-989-704-102-0, pp 1-7.
- (13) Dionisio, J. D. N., Burns III, W. G., and Gilbert, R. (2013). 3D virtual worlds and the metaverse: Status and future possibilities. *ACM Compute. Surv.* 45, 3, Article 34 (June 2013), 38 pages. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2480741.2480751>.
- (14) Ayiter E. (2019). Spatial poetics, place, non-place and story worlds: Intimate spaces for metaverse avatars, Technoetic Arts, *A Journal of Speculative Research* , Volume 17 Numbers 1 & 2 © 2019 Intellect Ltd Article. English language. Doi: 10.1386/tear\_00013\_1.
- (15) George A.S et al. (2021). Metaverse: The Next Stage of Human Culture and the Internet, *International Journal of Advanced Research Trends in Engineering and Technology (IJARTET)* Vol. 8, Issue 12, December 2021, ISSN 2394-3777 (Print) ISSN 2394-3785 (Online) Available online at [www.ijartet.com](http://www.ijartet.com).
- (16) محمد قيس عادل الجنيري (2021): المراجعة الداخلية في عالم ميتافيرس: بين آفاق الواقع الافتراضي وإمكانيات الواقع المعزز. <https://www.researchgate.net/publication/357019136>
- (17) Rospigliosi P. (2022). Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and the turn to virtual reality for education, socialization and work, *Interactive Learning Environments*, 2022, VOL. 30, NO. 1, 1–3 <https://doi.org/10.1080/10494820.2022.2022899>.
- (18) Mystakidis S. (2022). Metaverse Article · February 2022 DOI: 10.3390/encyclopedia2010031, <https://www.researchgate.net/publication/358497370>.
- (19) universe, *Journal of Business Strategy*, ISSN: 0275-6668.

- (20) Far S & Rad A. (2022). Applying Digital Twins in Metaverse: User Interface, Security and Privacy Challenges, *Journal of Metaverse*, Review Article Received: 2022-02-11 | Reviewing: 2022-02-14 & 2022-03-31 | Accepted: 2022-03-31 | Online: 2022-03-31 | Issue Date: 2022-06-30 Year: 2022, Volume: 2, Issue:1, Pages:8-15.
- (21) Inengite D. (2022). A Creator's Perspective on Technocultural Imagination And The Metaverse Spacetime, Project: *Meta design: The Implications of Technocultural imagination in the Metaverse Spacetime, Afrosynthesis, denis@afrosynthesis.com.*
- (22) سحر عبد المنعم الخولي (2022): معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس في مواقع الصحف العربية والأجنبية- دراسة تحليلية، *مجلة البحوث الإعلامية*، مج62، ع1، 150-101.
- (23) بركات عبد العزيز (2015): مناهج البحث الإعلامي (الأصول النظرية ومهارات التطبيق)، القاهرة، *دار الكتاب الحديث*.
- (24) محمد عبد الحميد (2000): البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، *عالم الكتب*.
- (25) سعد سلمان المشهداني (2017): مناهج البحث الإعلامي، الإمارات العربية المتحدة، *دار الكتاب الجامعي*.
- (26) راشد بن حسين العبد الكريم (2012): البحث النوعي في التربية، جامعة الملك سعود، *إدارة النشر العلمي والمطابع*.
- (27) خالد نايلي (2019): الإعلام الجديد والتوجه نحو البحوث الكيفية (قراءة في الرهانات لدى عينة من الباحثين في الإعلام والاتصال في الجزائر)، *مجلة المعيار*، مج23، ع48، 334-322.
- (28) نصر الدين العياضي (2013): الرهانات الإستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، *مجلة اتحاد الجامعات العربية للأدب*، الأردن، مج10، ع2، 1491-1467.
- (29) شارلين بيبر، باتريشيا ليفي (2011): البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، ت: هناء الجوهري، م: محمد الجوهري، القاهرة، *المركز القومي للترجمة*.
- (30) Balcioglu Y et al. (2022). Prediction with Machine Learning and Comparison of Land Prices in The Metaverse Universe, *Baskent International Conference on Multidisciplinary Studies* February 24-25, 2022, Ankara Turkey.
- (31) Moy C, Morgan J.P and Gadgil A. (2022). Opportunities in the metaverse, how businesses can explore the metaverse and navigate the hype vs. reality?
- (32) Akour a I et al. (2022). A conceptual framework for determining metaverse adoption in higher institutions of gulf area: An empirical study using hybrid SEM-ANN approach, *ScienceDirect*, Computers and Education: Artificial Intelligence, journal homepage: [www.sciencedirect.com/journal/computers-and-education-artificial-intelligence](http://www.sciencedirect.com/journal/computers-and-education-artificial-intelligence).
- (33) Hwang G, Chien S. (2022). Definition, roles, and potential research issues of the metaverse in education: An artificial intelligence perspective, Graduate Institute of Digital Learning and Education, *National Taiwan University of Science and Technology, ELSEIVER*, 43, Sec.4, Keelung Rd., Taipei, 106, Taiwan.
- (34) Akour a I et al. (2022). op., cit.
- (35) Chien S, Metaverse: A Guide to the Next-Gen Internet, Global TMT Sector
- (36) Rospigliosi P (2022). op., cit.
- (37) Dionisio, J. D. N., Burns III, W. G., and Gilbert, R.op., cit.
- (38) Far S & Rad A. (2022) .op., cit.

- (39) Prieto J, Lacasa P & Borda R (2022): Approaching metaverses: Mixed reality interfaces in youth media platforms, *ScienceDirect, New Techno-Humanities*, University of Alcalá, Spain, [www.elsevier.com/locate/techum](http://www.elsevier.com/locate/techum) .
- (40) <https://www.ledgerinsights.com/citi-report-values-metaverse-at-10-trillion-plus-by-2030/> March 31, 2022, by Ledger Insights, *Citi report values metaverse* at \$10 trillion plus by 2030.
- (41) فيسبوك" تتجاوز 1 تريليون دولار لأول مرة في تاريخها  
<https://www.albayan.ae/economy/global/2021-06-29-1.4197326>
- (42) انخفاض القيمة السوقية ل "فيس بوك" ب 237.6% مليار دولار الأكبر في التاريخ.. بدأ الانهيار العالمي للاقتصاد <https://arabic.rt.com/press/1321409>
- (43) Lee L and Zhou P (2021): All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda, Technical Report, *Journal of Latex Class Files*, VOL. 14, NO. 8, SEPTEMBER 2021, October 2021 DOI: 10.13140/RG.2.2.11200.05124/8.
- (44) Costantinos C (2021): Artificial Intelligence, the Singularity, Metaverse and Critical Thinking I am unleashing African Transformation, Policy Reflections in the Rarefied Ambience of Erudite & Knowledge Jurisdictive Milieu, *Public Lecture Respublica Literaria*, DOI: 10.13140/RG.2.2.19006.36164, P399-421.
- (45) رامي شاهين: تعريف الواقع الافتراضي والواقع المعزز INVORY  
17/6/2022 2pm <https://cutt.us/FNXBD>
- (46) STEIN S ,The Metaverse Is Trying to Figure Out Your Comfort Zone  
7\4\2022 <https://www.cnet.com/tech/computing/features/the-metaverse-will-only-thrive-when-we-figure-out-how-to-behave>
- (47) عقارات الميتافيرس..سوق واعدة قيمتها 500 مليون دولار الثلاثاء 2022/2/1 أبوظبي  
<https://al-ain.com/article/metaverse-real-estate-promising-market>
- (48) أميرة شحاته: اعرف حجم مبيعات الأراضي في ميتافيرس.. وكيف تشتري الأصول به؟ في  
2022/3/7  
<https://cutt.us/bTfxy> 22/5/2022 10am



## References

- (1) <https://cutt.us/yfb5X> 21/6/2022 10pm
- (2) <https://cutt.us/7YPqJ> 18/5/2022 8am
- (3) Gregory J, Welliver S, and Chong J. (2020). Top 10 Reviewer Critiques of Radiology Artificial Intelligence (AI) Articles: Qualitative Thematic Analysis of Reviewer Critiques of Machine Learning/Deep Learning Manuscripts Submitted to JMRI, *Journal of Magnetic Resonance Imaging*, Volume52, Issue1 July 2020 Pages 248-254, <https://doi.org/10.1002/jmri.27035>.
- (4) Nadarzynski T et al. (2021). Barriers and facilitators to engagement with artificial intelligence (AI)-based chatbots for sexual and reproductive health advice: a qualitative analysis, *Sexual Health* 18(5) 385-393 <https://doi.org/10.1071/SH21123>  
Submitted: 12 March 2021 Accepted: 19 July 2021 Published: 16 November 2021.
- (5) Layer M. (2020). Conservative Media's Coverage of Coronavirus on YouTube: A Qualitative Analysis Of Media Effects On Consumers, MS, College of Information and Communications, University of South Carolina.
- (6) Argali O & Aydın O (2021). Tweet Classification and Sentiment Analysis on Metaverse Related Message, *Journal of Metaverse*, Research Article Received: 2021-11-05 | Reviewing: 2021-11-05 & 2021-12-26 | Accepted: 2021-12-26 | Online: 2021-12-27 | Issue Date: 2021-12-31 Year: 2021, Volume: 1, Issue:1, Pages:25-30.
- (7) Park, S; Bier, L.; Park, Park H (2021). "The effects of infotainment on public reaction to North Korea using hybrid text mining: Content analysis, machine learning-based sentiment analysis, and co-word analysis". *Profesional de la información*, v. 30, n. 3, e300306. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.06>.
- (8) Schlemmer E, Trein D and Oliveira C. (2009). The Metaverse: Telepresence in 3D Avatar-Driven Digital-Virtual Worlds, *Digital-Virtual Worlds @tic. revista d'innovació educativa*, núm. 2, enero-junio, 2009, pp. 26-32 Universitat de València Valencia, España, 29 | n.2, 2009, ISSN: 1989 – 3477.
- (9) Borba E. (2011). Visual perception in metaverses. Consuming advertising through the avatar's eyes, *SLACTIONS 2011 Research Conference: Life, imagination, and work using metaverse platforms: Proceedings of the...* / edited by David Kurt Herold. ISBN: 978-988-16411-2-0, PP 49-72.
- (10) Ayter E. (2012). Further Dimensions: Text, Typography and Play in the Metaverse, 2012 International Conference on Cyberworlds, DOI: 10.1109/CW.2012.50, 25-27 Sept. 2012.
- (11) Correia A et al. (2012). An Exploratory Research Agenda for 3-D Virtual Worlds as Collaborative Learning Ecosystems: Extracting Evidence from Literature, *SLACTIONS 2012 International research conference on virtual worlds – Life, imagination, and work using metaverse platforms*, November 15-17, 2012, ISBN: 978-989-704-102-0, pp 8-17.
- (12) Lopez Y et al. (2012). Travelers of The Art, II Summit of Latin American Art by Museum Karura, *SLACTIONS 2012 International research conference on*

- virtual worlds – Life, imagination, and work using metaverse platforms, November 15-17, 2012, ISBN: 978-989-704-102-0, pp 1-7.
- (13) Dionisio, J. D. N., Burns III, W. G., and Gilbert, R. (2013). 3D virtual worlds and the metaverse: Status and future possibilities. *ACM Compute. Surv.* 45, 3, Article 34 (June 2013), 38 pages. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2480741.2480751>.
- (14) Ayiter E. (2019). Spatial poetics, place, non-place and story worlds: Intimate spaces for metaverse avatars, *Technoetic Arts, A Journal of Speculative Research*, Volume 17 Numbers 1 & 2 © 2019 Intellect Ltd Article. English language. Doi: 10.1386/tear\_00013\_1.
- (15) George A.S et al. (2021). Metaverse: The Next Stage of Human Culture and the Internet, *International Journal of Advanced Research Trends in Engineering and Technology (IJARTET)* Vol. 8, Issue 12, December 2021, ISSN 2394-3777 (Print) ISSN 2394-3785 (Online) Available online at [www.ijartet.com](http://www.ijartet.com).
- Aljanbari, M. (2021): *almurajaat aldaakhiliat fi ealam mitafirs: bayn afaq alwaqie alaiftiradii wa'imkaniaat alwaqie almueazaza*.  
<https://www.researchgate.net/publication/357019136>
- (17) Rospigliosi P. (2022). Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and the turn to virtual reality for education, socialization and work, *Interactive Learning Environments*, 2022, VOL. 30, NO. 1, 1–3  
<https://doi.org/10.1080/10494820.2022.2022899>.
- (18) Mystakidis S. (2022). Metaverse Article • February 2022 DOI: 10.3390/encyclopedia2010031,  
<https://www.researchgate.net/publication/358497370>.
- (19) universe, *Journal of Business Strategy*, ISSN: 0275-6668.
- (20) Far S & Rad A. (2022). Applying Digital Twins in Metaverse: User Interface, Security and Privacy Challenges, *Journal of Metaverse*, Review Article Received: 2022-02-11 | Reviewing: 2022-02-14 & 2022-03-31 | Accepted: 2022-03-31 | Online: 2022-03-31 | Issue Date: 2022-06-30 Year: 2022, Volume: 2, Issue:1, Pages:8-15.
- (21) Inengite D. (2022). A Creator's Perspective on Technocultural Imagination And The Metaverse Spacetime, Project: Meta design: The Implications of Technocultural imagination in the Metaverse Spacetime, Afrosynthesisia, [denis@afrosynthesisia.com](mailto:denis@afrosynthesisia.com).
- Alkhuli, S. (2022): *muealajat taqniaat almitafirs washabakat aljil alkhamis fi mawaqie alsuhuf alearabiat wal'ajnabiati- dirasat tahliliatun, majalat albuqhuth al'ielamiati*, 1(3), 101-150.
- Abd aleaziz, B. (2015): *manahij albahth al'ielamii (Al'usul alnazariat wamaharat altatbiqi)*, Alqahira, dar Alkitaab alhadithi.
- Abdel Hamid, M. (2000): *albahth aleilmu fi aldirasat al'ielamiati*, Alqahira, Aalam alkutub.
- Al-Mashhadani, S. (2017): *manahij albahth al'ielamii, Al'iimarat alearabiat Almutahidata*, dar Alkitaab aljamieii.

- Aleabd alkarim, R. (2012): albahth alnaweiu fi altarbiati, jamieat Almalik Saeud, 'iidarat alnashr aleilmii walmatabiei.
- Nayli, K. (2019): al'ielam aljaded waltawajuh nahw albuath alkaifia (qara'at fi alrihanat ladaa eayinat min albahithin fi al'ielam walaitisal fi Aljazayir), majalat almieyar, 48(2), 322-334.
- Alejadi, N. (2013): alrihanat al'iibistumulujat walfalsafiat lilbahth alkifi: nahw afaq jadedat libuath al'ielam walaitisal fi almintaqat alearabiati, majalat aithad aljamieat alearabiati liladab, Al'urdun, 2(3), 1467-1491.
- Beer, S. (2011): albuath alkaifiat fi aleulum alajtimaieati, t: Hana' Aljawhari, mu: Muhamad Aljawhari, Alqahira, almarkaz alqawmia liltarjamati.
- (30) Balcioglu Y et al. (2022). Prediction with Machine Learning and Comparison of Land Prices in The Metaverse Universe, Baskent International Conference on Multidisciplinary Studies February 24-25, 2022, Ankara Turkey.
- (31) Moy C, Morgan J.P and Gadgil A. (2022). Opportunities in the metaverse, how businesses can explore the metaverse and navigate the hype vs. reality?
- (32) Akour a I et al. (2022). A conceptual framework for determining metaverse adoption in higher institutions of gulf area: An empirical study using hybrid SEM-ANN approach, ScienceDirect, Computers and Education: Artificial Intelligence, journal homepage: [www.sciencedirect.com/journal/computers-and-education-artificial-intelligence](http://www.sciencedirect.com/journal/computers-and-education-artificial-intelligence).
- (33) Hwang G, Chien S. (2022). Definition, roles, and potential research issues of the metaverse in education: An artificial intelligence perspective, Graduate Institute of Digital Learning and Education, National Taiwan University of Science and Technology, ELSEIVER, 43, Sec.4, Keelung Rd., Taipei, 106, Taiwan.
- (39) Prieto J, Lacasa P & Borda R (2022): Approaching metaverses: Mixed reality interfaces in youth media platforms, ScienceDirect, New Techno-Humanities, University of Alcalá, Spain, [www.elsevier.com/locate/techum](http://www.elsevier.com/locate/techum)
- (40) <https://www.ledgerinsights.com/citi-report-values-metaverse-at-10-trillion-plus-by-2030/> March 31, 2022, by Ledger Insights, Citi report values metaverse at \$10 trillion plus by 2030.
- <https://www.albayan.ae/economy/global/2021-06-29-1.4197326>.
- <https://arabic.rt.com/press/1321409>
- Lee L and Zhou P (2021): All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda, Technical Report, Journal of Latex Class Files, VOL. 14, NO. 8, SEPTEMBER 2021, October 2021 DOI: 10.13140/RG.2.2.11200.05124/8.
- Costantinos C (2021): Artificial Intelligence, the Singularity, Metaverse and Critical Thinking I am unleashing African Transformation, Policy Reflections in the Rarefied Ambience of Erudite & Knowledge Jurisdictional Milieu, Public Lecture Respublica Literaria, DOI: 10.13140/RG.2.2.19006.36164, P399-421.
- <https://cutt.us/FNXBD> 17/6/2022 2pm

- (46) STEIN S ,The Metaverse Is Trying to Figure Out Your Comfort Zone  
7\4\2022 <https://www.cnet.com/tech/computing/features/the-metaverse-will-only-thrive-when-we-figure-out-how-to-behave>  
- <https://al-ain.com/article/metaverse-real-estate-promising-market>  
-<https://cutt.us/bTfxy> 22/5/2022 10am

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Salama Daoud

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 63 October 2022 - part 1

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.