

# 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 عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ أحمد سالم - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - 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.

التدقيق اللغوي:

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 السادس والستون - الجزء الثاني - ذو الحجة ١٤٤٤ هـ - يوليو ٢٠٢٣ 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 وأخر بالغة 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

- ٤٧٣ ■ تعبير عن الاستقرار أم ارتباط بالماضي؟: الثوابت والمتغيرات في خطاب صحيفة عُمان خلال عام ٢٠٢٢م أ.د./ حسني محمد نصر
- ٥١٧ ■ دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة السعودية أ.م.د/ أحمد سامي العايدي
- ٥٥٥ ■ مقاومة الجمهور السعودي لإعلانات المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي- دراسة ميدانية د/ نوره بنت سعود بن حسين آل هلال
- ٦١٣ ■ العوامل المؤثرة في انتقاء ومعالجة كتاب المقالات للمحتوى الرائج (الترند) في الصحف الإلكترونية المصرية.. دراسة ميدانية د/ محمد مهني البحراوي
- ٦٧١ ■ اعتماد الجمهور المصري على صفحات المؤسسات المجتمعية وعلاقته بمستوى الوعي بقضايا الأسرة المصرية- دراسة ميدانية د/ أم الرزق محمود عبد العال المقبل
- ٧٣١ ■ التغطية الصحفية بمنصات التواصل الاجتماعي للصحف في إطار نموذج الجدل والبلاغة - دراسة حالة لصفحة اليوم السابع على الفيسبوك د/ أميرة جمال محمد عيد سلامة
- ٨٢١ ■ صناعة المحتوى عبر خدمات البث المباشر الاجتماعية وعلاقته بالثقافة التشاركية: دراسة حالة على الغرف الصوتية بتطبيق باز د/ سمر صبري صادق

■ تعرض الجمهور المصري للأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية  
المصرية وعلاقته بقلق المستقبل لديه: دراسة ميدانية  
٨٩٣ د/ مريم عادل وليم بسطا

---

■ اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في  
الصحافة المصرية وتأثيرها على صناعة الصحافة  
٩٥٣ د/ إيناس منصور كامل شرف

---

■ Discourse Analysis of Academic Cheating Phenomenon:  
A Case Study of Users' Comments on the Kuwaiti News  
Account (Al Majlis) on Twitter  
١٠١٩ Yousra Mahmoud Elkhashab

---



ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة يوليو 2022	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	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 الإعلام 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 الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال	الدراسات الإعلامية	11
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	12

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.



# اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وتأثيرها على صناعة الصحافة

- **Attitudes of Egyptian Journalists Towards the Use of  
Metaverse Techniques in the Egyptian Press  
and Their Impact on the Press Industry**

د/ إيناس منصور كامل شرف

مدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ

Email: Enasmansour33@gmail.com

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى رصد اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وتأثير هذا على صناعة الصحافة، وقد طُبقت الدراسة على 100 مفردة من الصحفيين المصريين العاملين بصحف: (الأهرام، الأخبار، الجمهورية، اليوم السابع، المصري اليوم، الوفد، والشروق)، استخدمت الدراسة منهج المسح Survey، كما استندت الدراسة إلى نظرية تقبل التكنولوجيا كإطار نظري لها. وقد توصلت الدراسة إلى:

- أن اتجاه أفراد العينة نحو سهولة استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية كان بالموافقة بمتوسط مرجح 2.34، كما أن أفراد العينة كانوا موافقين إلى حد ما على الإفادة المدركة بمتوسط مرجح 1.80، كما أنهم كانوا موافقين إلى حد ما على النوايا السلوكية لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية بمتوسط مرجح 1.90، أما اتجاه أفراد العينة نحو الاستخدام الفعلي لتقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية كان بالموافقة إلى حد ما بمتوسط مرجح 2.05.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في اتجاهات الصحفيين المصريين عينة الدراسة نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (سهولة الاستخدام- النوايا السلوكية- الاستخدام الفعلي) وذلك باختلاف (سنوات الخبرة- التخصصات الوظيفية). كما اتضح وجود علاقة طردية متوسطة بين اتجاهات الصحفيين المصريين (عينة الدراسة) نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وبين اتجاهاتهم نحو تأثير هذا الاستخدام. الكلمات المفتاحية: اتجاهات، الصحفيون المصريون، تقنيات الميتافيرس، الصحافة المصرية، صناعة الصحافة.

## Abstract

towards the use of metaverse techniques in journalism and the impact of this on the journalism industry. The study was applied to 100 individual Egyptian journalists working for newspapers (Al-Ahram, Al-Akhbar, Al-Gomhoria, Al-Youm Al-Sabea, Al-Masry Al-Youm, Al-Wafd, and Al-Shorouk). The study used the survey method, and the study was based on the theory of accepting technology as a theoretical framework. The study reached several results, the most important of which are: It was found that there were no statistically significant differences between the mean scores of the sample in the attitudes of the Egyptian journalists, the study sample, towards the use of metaverse techniques in journalism as a total degree and as sub-dimensions (ease of use - behavioral intentions - actual use) according to the difference (years of experience - job specializations). It became clear that there was a direct, moderate relationship between the attitudes of Egyptian journalists (the study sample) towards the use of metaverse techniques in the Egyptian press, and their attitudes towards the effect of this use.

- It was found that there is a weak direct relationship between the perceived ease of use and the behavioral intentions of Egyptian journalists (the study sample) to use metaverse techniques in the Egyptian press.

Key words: Attitudes, Egyptian journalists, metaverse techniques, Egyptian press, press industry.

يعد عصرنا الحالي هو عصر التحول الرقمي في جميع المجالات، في ظل الثورة الصناعية الرابعة، والتي أسفرت عن تقدم تكنولوجيا هائل في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

وفي ظل هذا التقدم التكنولوجي المتسارع، أعلن مارك زوكربيرج في 28 أكتوبر 2021 عن تغيير اسم شركته "فيس بوك Face book" إلى "ميتا Meta"، وكذا عن انطلاق مشروع العالم الافتراضي "الميتافيرس Metavers" والذي يعد بمثابة ثورة تكنولوجية جديدة تندمج فيها الحياة الواقعية مع واقع افتراضي وواقع معزز متجسدة فيه حياة افتراضية رقمية موازية.

وقد توقع "مارك زوكربيرج" أن الميتافيرس Metavers سيكون سائداً خلال العقد المقبل، بل وسيتمكن الأشخاص في كل أنحاء العالم من الوصول إلى حقائق رقمية بديلة للواقع الحقيقي، ويمكنهم من خلالها التعلم واللعب والتواصل الاجتماعي بحرية وفاعلية.

ومما لا شك فيه أن تكنولوجيا الميتافيرس شأنها شأن أي تكنولوجيا حديثة لها تأثيرها على مستقبل الإعلام الرقمي؛ حيث أصبحت تقنيات الميتافيرس موضع اهتمام المؤسسات الإعلامية والصحفية الكبرى لاكتشاف ما يمكن أن تضيفه الميتافيرس لصناعة الصحافة والإعلام، مشيرة في ذلك إلى حقبة جديدة للإعلام تعتمد على تقنيات الميتافيرس والواقع الافتراضي؛ الأمر الذي من شأنه إحداث تغييرات كبيرة في صناعة الصحافة، لتوظيف تقنيات الوسائط المتعددة وتقنيات الميتافيرس التي باتت تشكل بيئة جديدة لمهنة الصحافة تتميز بطرق مختلفة للحصول على المعلومات ومعالجتها، وزيادة الكفاءة وتوفير الوقت والتكاليف، وزيادة الابتكار في معالجة وعرض المضامين الصحفية باستخدام المستحدثات التكنولوجية الجديدة.

وقد بدأت الصحف الأجنبية الكبرى في تطبيق تقنيات الميتافيرس ومحاولة

تطبيقها داخل غرف الأخبار بها، مثل: نيويورك تايمز، ورويتز، والجارديان، وواشنطن بوست<sup>(1)</sup>. وعلى غرار الصحف الأجنبية أخذت بعض الصحف العربية نفس الخطوات نحو تطبيق تقنيات الميتافيرس في محاولة لإحداث تغييرات جذرية في العمل الصحفي. وفي ضوء ما سبق هدفت الدراسة الحالية إلى دراسة اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية، وتأثيرها على صناعة الصحافة لكونها تقنية حديثة العهد والتطبيق.

#### الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من أهم المؤشرات التي تساعد على تحديد مشكلة الدراسة والاستدلال عليها، وفي هذه الدراسة واجهت الباحثة تحدي قلة الدراسات السابقة في هذا الموضوع وخاصة العربي منها؛ وذلك نظراً لحدثة هذا الموضوع. وفي هذه الدراسة سوف يتم عرض الدراسات السابقة من خلال محورين كما يلي:

**المحور الأول:** يتضمن الدراسات التي تناولت استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة والإعلام والاتصال.

**المحور الثاني:** يتضمن الدراسات التي تناولت استخدام تقنيات الميتافيرس في المجالات المختلفة بشكل عام.

#### المحور الأول:

دراسة (Lee, Kyoung, 2021)<sup>(2)</sup> والتي أوضحت أنه مع تزايد أهمية الفضاء الافتراضي عبر الإنترنت وتزايد الاهتمام باستخدام تكنولوجيا الفضاء الافتراضي؛ مما تسبب في ازدهار التكنولوجيا غير الملموسة وصناعة المحتوى الإعلامي، وتسريع الانتقال إلى عصر الميتافيرس Metaverse، وقد حللت الدراسة منصة للميتافيرس باسم ZEPETO Stodio، ووجدت أنها توفر مساحة إبداعية Built- it و ZEPETO Stodio وتقدم عناصر ومحتويات ذات نشاط اقتصادي نشط، وركزت الدراسة على كيفية الاستفادة المثلى من الأصول الافتراضية التي تم تخزينها في الـ Metverse في الواقع من خلال تقنيات ذات صلة بالميتافيرس.

أما دراسة (أيمن بريك، 2022)<sup>(3)</sup> فقد هدفت إلى رصد وتحليل وتفسير رؤية الخبراء في مجال الإعلام الرقمي نحو مستقبل صناعة الصحافة الرقمية في ظل الإعلان عن توظيف تقنيات الميتافيرس، والتأثيرات التي يمكن أن يحدثها استخدام هذه التطبيقات على الصحافة الرقمية من حيث طبيعة الوسيلة، وشكل الرسالة، وخصائص

القائم بالاتصال، والجمهور المستهدف، واستخدمت الدراسة أدوات الاستبانة والمقابلة المتعمقة على عينة من الخبراء والمهنيين والأكاديميين باستخدام أسلوب دلفاي. وتوصلت الدراسة إلى تأكيد الخبراء عينة الدراسة على أن الصحافة بشقيها الورقي والرقمي تواجه تحديات كبيرة في ظل التطورات التقنية الحديثة ومن بينها الميتافيرس، وأنه ليس من المتوقع أن تنضم المؤسسات الصحفية المصرية إلى عالم الميتافيرس في المستقبل القريب.

كما ركزت دراسة (Morteza Hemmati, 2022)<sup>(4)</sup> على التغيرات التي تؤثر على المشهد الحضري في حياة الإنسان كالإعلام الجديد وظهور الميتافيرس، والتي تمكن الناس من أن يكونوا في عالم افتراضي ثلاثي الأبعاد من خلال الوسائط؛ لأن هذه التكنولوجيا ستوفر وسائل اتصال لا مثيل لها، ومن المتوقع أن يمهد الطريق لتغيرات جذرية في جميع العلاقات الإنسانية في المجتمعات، وذلك بالنظر إلى إعادة بناء العالم. كما حاولت الدراسة الإجابة عن تساؤل "ما الآثار التي سوف تظهر نتيجة ظهور المدن الافتراضية مقابل المدن المادية على المشهد الحضري؟"، كما حاولت الدراسة التعريف بأساسيات الإعلام وشرح تأثيرها على المشهد الحضري، وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام هي أداة تسعى لخلق صورة هادفة للواقع في أذهان الجمهور، وأن الميتافيرس تساعد كأداة لتقديم العالم في ثلاثة أبعاد، فيمكن أن تخلق صوراً أكثر تصديقاً من الواقع؛ مما يزيد من احتمالية وجودها وتقبل الجمهور لها أكثر من أي وقت مضى.

أما دراسة (Louis Rosenberg, 2022)<sup>(5)</sup> فقد أوضحت أنه على مدى الثلاثين عاماً الماضية، تطورت التقنيات الغامرة للواقع الافتراضي (VR)، والواقع المعزز (AR) بشكل كبير، وخلال نفس الفترة زادت سرعات الشبكات بشكل كبير وبلغت ذروتها في نشر الشبكات الخلوية (5G)، وزادت هذه التطورات من احتمالية تبني عوالم الواقع الافتراضي الميتافيرس والواقع المعزز على نطاق واسع، فبدأت الشركات الكبرى في استثمار مليارات الدولارات لنشر بيئات غامرة تهدف إلى الأنشطة الرئيسية من التواصل الاجتماعي والتسويق والتعليم والإعلام والأعمال؛ مما يزيد من احتمالية تأثير منصات الـ Metaverse بشكل كبير على مدى العقد المقبل، ولذلك من الحكمة النظر في مخاطر الميتافيرس مع توضيح مقترحات لتنظيم منصاته.

كما هدفت دراسة (إسراء صابر، 2022)<sup>(6)</sup> إلى الرصد الكيفي والكمي لتصورات

الصحفيين والقيادات بالمؤسسات الصحفية العربية وخبراء الذكاء الصناعي في توظيف تقنية الميتافيرس داخل غرف الأخبار، وتمثلت عينة الدراسة في 100 مفردة من القيادات الصحفية والصحفيين في بعض الدول العربية، إضافة إلى إجراء مقابلات إلكترونية متعمقة مع 10 مفردات من القيادات والأكاديمية وخبراء الذكاء الصناعي، وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن تقنية الميتافيرس هو حديث الساعة في الوقت الحالي؛ إلا أن معظم المبحوثين عينة الدراسة ليس لديهم معرفة كافية بها، وكيفية تطبيقها، كما أشار أكثر من نصف العينة إلى عدم جاهزيتهم لتوظيف تقنيات الميتافيرس في غرف أخبار المؤسسات الصحفية العربية.

أما دراسة (Irem Yeniceler, 2022)<sup>(7)</sup> فقد هدفت إلى تحليل محتوى الأخبار الخاصة بالميتافيرس في المناسبات الإخبارية الوطنية والدولية، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الميتافيرس قد تمت مناقشتها كظاهرة جديدة في الصحافة الدولية، وخاصة تحت عنوان التكنولوجيا، وقد اتضح أنه في الصحافة الوطنية تم تناول هذا الموضوع؛ كونه يعتبر فرصة استثمارية للأفراد وخاصة في الإطار الاقتصادي، وقد اتضح وجود اختلاف في معالجة هذا الموضوع، وهذا الاختلاف بين المناطق التي تنتمي إليها الأخبار، كما أن هذه المعالجات تضع التطورات التكنولوجية تحت فئات مختلفة.

أما دراسة (سحر عبد المنعم، 2022)<sup>(8)</sup> فقد هدفت إلى رصد وتحليل ومعالجة عينة من الصحف العربية والأجنبية لتقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس، باستخدام منهج المسح وأسلوب تحليل المضمون على عينة من الصحف العربية والأجنبية تمثلت في صحيفة اليوم السابع المصرية، وصحيفة الوشنطن بوست الأمريكية، والتايمر البريطانية، وقد أشارت النتائج إلى أن تقنيات الميتافيرس لم يتم تفعيلها بالشكل المطلوب داخل جمهورية مصر العربية، وأن الدولة في صدد دراسة مميزات ومخاطرها قبل البدء في استخدامها، وهذا ما أكدته صحيفة اليوم السابع المصرية، أما دولة الإمارات العربية والولايات المتحدة الأمريكية فقد جاءت كأكثر الدول التي أخذت خطوات جادة في تطبيق الميتافيرس في مجالات الإعلام والاتصال، كما أوضحت أن "تطوير نظم الاتصال والتواصل بين الأفراد بسرعة وجودة فائقة"، قد جاء في الترتيب الأول للموضوعات التي ركزت عليها الصحف العربية والأجنبية بنسبة 12.2%.

أما دراسة (Ziying Song, 2022)<sup>(9)</sup> فقد تناولت بحوث التواصل بين الأشخاص باستخدام تقنيات الميتافيرس في أفلام Si- Fi دراسة حالة، حيث أوضحت



الدراسة أن الوسائط المتعددة بأشكالها المختلفة أصبحت كامتداد لجسم الإنسان، وأن الميتافيرس تستخدم عدة تقنيات مثل XR, MR, VR وغيرها من التقنيات التكنولوجية والتي تعمل على كسر الحدود بين الواقع الافتراضي والواقع؛ مما يجعل التواصل بين الناس أكثر تعقيداً من ذي قبل، وحاولت هذه الدراسة اكتشاف المميزات الجديدة المحتملة للتواصل بين الأشخاص في سياق الميتافيرس؛ نظراً لأن الصورة الكاملة للميتافيرس لم تتحقق بالكامل بعد، وقد اختارت الدراسة أفلام الخيال العلمي التي تجسد مفهوم الميتافيرس كعينة لدراسة أنماط التواصل بين الأفراد في المستقبل. وذلك من خلال تحليل محتوى 11 فيلماً من أفلام الخيال العلمي، وقد أوضحت الدراسة أن الميتافيرس يحتوي على كل من العالم الحقيقي والافتراضي والتي يمكن أن يمر الناس بتجارب متعددة من خلاله.

كما اهتمت دراسة (Jiamu Lin, 2022)<sup>(10)</sup> بتصميم مبتكر للوسائط الرقمية الإعلامية تحت خلفية الميتافيرس Metaverse، وذلك بعد إعلان زوكربيرج عن إعادة تسمية Facebook إلى Meta مع التركيز على البناء البيئي Metaverse. حيث أوضح أنه على مدى السنوات العشر القادمة سيركز Face book على بناء عالم افتراضي رقمي جديد يربط بين المجالات الاجتماعية والألعاب والتعليم ومجالات أخرى، حيث تقوم Roblox و Bytedance وغيرها من الشركات العلمية والتقنية التنافسية بوضع الأعمال ذات الصلة وتخضع لتحول استراتيجي. وفي هذه الحالة فإن صناعة الوسائط الجديدة المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالإنترنت والتكنولوجيا المتقدمة ستغير أيضاً أشكال الاتصال الحالية تحت تأثير الميتافيرس Metaverse، وبالتالي لا يؤدي تصميم الوسائط الرقمية وصناعة الوسائط الجديدة إلى اتجاهات مبتكرة جديدة على الجهاز الرقمي فقط، بل يضيف أيضاً أبعاد تصميم جديدة إلى واجهة المستخدم الافتراضية.

أما دراسة (Vicente, P., 2022)<sup>(11)</sup> فقد اهتمت بدراسة تأثير شبكات الجيل الخامس والميتافيرس على إعادة هيكلة العمل الصحفي، حيث اعتمد الباحث على دراسة الحالة لكل من الصحف ووكالات الأنباء التالية: Forbes, BBC, Los Angeles Times and Por Publica وذلك بهدف معرفة الاستفادة من تقنيات الميتافيرس في العمل الصحفي في هذه المؤسسات الصحفية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن تلك التكنولوجيا تمكن الصحفيين من تحليل المعلومات والوثائق المتاحة بشكل سريع؛ مما

يسهم في توفير الوقت في عملية الاستكشاف والبحث الصحفي وسرعة تحليل المقالات والأخبار بصورة آلية، وهو ما يعرف بـ **Automating news production**. كما أوضحت الدراسة اتجاه المؤسسات الصحفية لاستخدام التكنولوجيا الرقمية في كل العمليات الصحفية من خلال ما يعرف بالمساعد الصوتي، والمتحدث الذكي والذي يقوم بدور قارئ الأخبار.

كما هدفت دراسة (Aysum Devrim, 2022)<sup>(12)</sup> إلى مراجعة الأدبيات المتعمقة وفحص الدراسات الأكاديمية والمعلومات الحالية على الإنترنت وتفسيرها في مجال الميتافيرس بالنسبة لأولئك الذين يريدون أن يكونوا رواد أعمال في عالم الميتافيرس، الذي يقود إلى آفاق جديدة في العالم الافتراضي في جميع المجالات، وهو عالم يتوقع فيه أن يقوم المستثمرون باستثمارات كبيرة من حيث التكنولوجيا والاقتصاد والصحافة والإعلام، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن أولئك الذين سيشاركون في التحول القادم **Metaverse** سوف ينتهزون فرصة عظيمة، كما حددت الدراسة أهم الفوائد والتحديات التي تواجه رواد الأعمال في عالم الميتافيرس.

أما دراسة (Qian Pon le, 2022)<sup>(13)</sup> فقد هدفت إلى التعرف على أهم تقنيات الميتافيرس وآليات تطبيقها وكيفية ممارستها، وقد تم تطبيقها على 45 مفردة من قيادات المؤسسات الصحفية الأمريكية. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وقد أوضحت الدراسة أن صحافة الميتافيرس تعد من أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي والتي سوف تؤثر بشكل مباشر على المؤسسات الصحفية والبيئة الإعلامية، وذلك من حيث تحسين الأداء الصحفي بشكل عام، وتوفير الوقت والجهد، والتحكم الهائل في البيانات والمعلومات، كما أوضحت أنه من خلال تطبيقات الميتافيرس سوف يتم التواصل بشكل مباشر مع جميع المستهدفين من العملية الاتصالية سواء مصادر المعلومات أو الجمهور.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت استخدام تقنيات الميتافيرس في المجالات المختلفة بشكل عام:

وتضمن هذا المحور مجموعة من الدراسات المتنوعة التي تناولت استخدام تقنيات الميتافيرس في العديد من المجالات وذلك كالتالي:

دراسة (Haihan Duan and others, 2021)<sup>(14)</sup> فقد أوضحت الاهتمام الكبير في التطوير في التقنيات التكنولوجية (Metaverse) والتي من المتوقع أن يكون مجتمعاً واقعياً به تفاعلات مباشرة وأكثر تجسيدا، بينما تضعف مفاهيم العرق والجنس والإعاقة الجسدية، مما سيكون مفيداً للغاية للمجتمع. ومع ذلك فإن تطوير الـ (Metaverse) لا يزال في مهده، ومع وجود إمكانات كبيرة للتحسين، وقد أوضحت الدراسة أن هناك مناقشات في الأوساط الأكاديمية لتوجيه وتطوير الـ Metaverse، وفي هذه الدراسة تم إلقاء الضوء على التطبيقات التي تصب في الصالح الاجتماعي، واقتراح بنية ثلاثية الأبعاد تحتوي على البنية التحتية والتفاعل والنظام.

أما دراسة (Huansheng Ning and Others, 2021)<sup>(15)</sup> فقد هدفت إلى التعرف على أحدث التقنيات الخاصة بالميتافيرس، ورصد أهم التحديات التي تواجهها، وقد أوضحت الدراسة أن الميتافيرس يعد نوعاً جديداً من التطبيقات التي تدمج مجموعة من التقنيات الجديدة، ويتميز بخصائص تكنولوجية متعددة، وقدمت الدراسة رؤية حول تطوير الميتافيرس، كما أوضحت أن أبرز التحديات التي تواجه الميتافيرس تتمثل في إشكالية التفاعل خلال جهاز خفيف الوزن، والاعتماد على تقنيات غامرة للدمج بين العالمين الحقيقي والافتراضي، بالإضافة إلى صعوبة الانتشار، واستهلاك الطاقة، وأيضاً التحديات الأخلاقية في بيئة الميتافيرس.

كما تناولت دراسة (خالد محمد فرجون، 2022)<sup>(16)</sup> التعليم عبر الإنترنت في ظل ظهور "تكنولوجيا الميتافيرس" الجيل الخامس ذات السرعة الفائقة لمعالجة الرسومات والأجسام ثلاثية الأبعاد في فراغ في الوقت الفعلي، تكنولوجيا قد لا يستخدم الشخص فيها أكثر من جهاز يشبه النظارة المتصلة بالحاسب الآلي محملة بكافة البيانات والمعالجات، ولذلك اهتمت الدراسة بدراسة حقيقة هذه التكنولوجيا، ومن أين جاءت، وما عناصر تطويرها ومميزاتها، وما الشركات المسؤولة عن إنتاجها؟ وما المعدات والبرامج اللازمة له؟ وكيفية توظيفها في التعليم حتى يمكن تطويره بما يتناسب مع مستقبل التعليم المتعمق والفعال في ظل الثورات الصناعية القادمة.

أما دراسة (Aleksander Jovanic and Aleksander Milosavljevic, 2022)<sup>(17)</sup> فقد اهتمت إلى رصد منصة Vo Rterx في Metaverse في مجال التعليم التعاوني وكيفية استخدام تقنيات إلى Metaverse في تقديم عوالم تعليمية افتراضية تتغلب على التحديات التي يواجهها قطاع التعليم، وقد توصلت الدراسة إلى أن المستخدمين لهذه المنصة يستجيبون بشكل إيجابي للتعليم من خلالها. وذلك من خلال التصميم المبتكر لمنصة Vo Rtex والذي يوفر أدوات مساعدة جاهزة للمعلمين مثل العرض التقديمي والفيديو.

كما قدمت دراسة (Far. S. and Rad A., 2022)<sup>(18)</sup> تعريفات لمفاهيم متعلقة بالميتافيرس وهي Block chain, DT, NFTS، كما افترضت بنية ثلاثية الطبقات للميتافيرس، وناقشت تحديات الأمان والخصوصية، وأوضحت الدراسة معنى المفاهيم الثلاثة؛ حيث أوضحت أن Block chain هي سجل البيانات على الإنترنت الذي يوفر الثبات والاستقلالية والشفافية، كما أوضحت أن NFTS هي رموز غير قابلة للاستبدال وتستخدم كوثائق ملكية لإثبات ملكية الأشياء الرقمية، أما مفهوم DT هو اختصار لـ Digital Twins ويعني محاكاة الأشياء بطريقة أكثر واقعية، أي ربط العالم المادي بالعالم الرقمي، ويوضح العلماء أن محتويات الميتافيرس تنشأ في طبقة البيئة التحتية، وأن الطبقتين الأخيرتين من الميتافيرس هي طبقة هندسة البنية التحتية وطبقة التفاعل لربط هذه الطبقة بالنظام البيئي.

أما دراسة (Iwanaga J. and others, 2022)<sup>(19)</sup> فقد تناولت استخدام تقنيات الميتافيرس في تعليم علم التشريح، حيث تم عمل مسح خلال الاجتماع السنوي لعام 2022 للجمعية الأمريكية لعلماء التشريح السريري؛ وذلك للتأكد من عدد العلماء الذين استخدموا هذه التقنية في علم التشريح، ومن المثير للاهتمام أن ستة مشاركين فقط (9.4%) الذين استخدموا الميتافيرس لتعليم علم التشريح، كما اتضح أن الغالبية العظمى من الحاضرين معلمين من علم التشريح أو أعضاء هيئة التدريس، ولكنهم لم يكونوا أطباء. وأوضحت الدراسة أن هذه المجموعة قد استخدمت هذه التكنولوجيا بشكل أكبر.

التعليق على الدراسات السابقة:

أولاً: القضايا والإشكاليات البحثية:

◆ ركزت بعض الدراسات على ماهية الميتافيرس على اعتباره مجالاً حديثاً، ومزاياه، وكيفية الاستفادة منه، مثل دراسة (Lee, Kgoung, 2022)، والآثار المترتبة على ظهوره مثل دراسة (Morteza Hemmati, 2022).

◆ كما ركزت بعض الدراسات على تأثير الميتافيرس في المجال الإعلامي والصحفي والتصورات التي يراها الخبراء نحو مستقبل الصحافة في ظل الميتافيرس، مثل دراسة (أيمن بريك، 2022)، ودراسة (إسراء صابر، 2022) ودراسة (Vicente, P., 2022).

◆ والبعض الآخر من الدراسات ركز على فحص الأدبيات في هذا المجال، مثل دراسة (Aysum Devrim, 2022)، أو تحليل المحتوى المقدم عن الميتافيرس في وسائل الإعلام، مثل دراسة (سحر عبد المنعم، 2022).

◆ أما معظم دراسات المحور الثاني فقد ركزت على استخدامات الميتافيرس وتقنياته في المجالات المختلفة مثل التعليم الإلكتروني والتدريس.

ثانياً: المناهج البحثية:

- استخدمت معظم الدراسات منهج المسح، مثل دراسة (إسراء صابر، 2022) ودراسة (Iwanaga J. and others, 2022)، ودراسة (Irem Yeniceler, 2022).

- كما استخدم البعض الآخر من الدراسات منهج الاستشراق أو التنبؤ المستقبلي على اعتبار هذا الموضوع مازال في حيز الدراسة مثل دراسة (أيمن بريك، 2022) ودراسة (Huansheng Ming and Others, 2021) وغيرها.

ثالثاً: الأدوات والأساليب البحثية:

- تمثلت الأدوات المستخدمة في معظم الدراسات في أداة الاستبانة أو المقابلة المتعمقة، مثل دراسة (إسراء صابر، 2022)، ودراسة (أيمن بريك، 2022)، ودراسة (Iwanaga J. and others, 2022) ودراسة (Qian Pon le, 2022) وغيرها.

- اعتمدت بعض الدراسات على استمارة تحليل المضمون كأداة للدراسة، مثل دراسة (Irem Yeniceler, 2022)، ودراسة (سحر عبد المنعم، 2022).

رابعاً: مجتمع الدراسة (العينات):

- اعتمدت الدراسات العربية والأجنبية على عينات تحليلية وميدانية، وكانت معظمها عينات محدودة لا يمكن تعميم نتائجها وكانت معظمها عينات عمدية، وقد تمثلت العينات

الميدانية على الصحفيين والخبراء والقائمين على صناعة الصحافة، مثل دراسة (أيمن بريك، 2022)، ودراسة (Qian Ponle, 2022)، أما الدراسات التي اعتمدت على العينات التحليلية وتمثلت في الصحف والمواقع العربية أو الأجنبية، مثل دراسة (Irem Yeniceler, 2022)، ودراسة (سحر عبد المنعم، 2022).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث وموضوعه، حيث لاحظت الباحثة عدم وجود دراسات تهدف إلى دراسة اتجاهات الصحفيين المصريين تجاه استخدام تقنيات الميتافيرس في العمل الصحفي، حيث لاحظت قلة عدد الدراسات العربية في هذا الموضوع، وانحسار مضمون الدراسات العربية على دراسة معالجة وسائل الإعلام للموضوعات المتعلقة بالميتافيرس، ودراسة رؤية الخبراء في مجال الإعلام الرقمي نحو مستقبل صناعة الصحافة الرقمية.
- أفادت الباحثة من الدراسات السابقة أيضاً في تحديد وصياغة أهداف الدراسة، واختيار المنهج والأداة البحثية المستخدمة وكيفية بنائها بما يحقق أهداف الدراسة ويجب عن تساؤلاتها.
- كما أفادت الباحثة من الدراسات السابقة من نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية، وتحديد أوجه التشابه والاختلاف بين النتائج، مما أسهم في إثراء الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في رصد اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس Metaverse في الصحافة المصرية، وتأثيرها على صناعة الصحافة، وذلك من خلال رصد مدى استخدام الصحفيين المصريين لهذه التقنيات ومدى تبنيهم لها، ومستوى رضاهم عنها، وتقييمهم لها، واتجاههم نحو التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي. وفي ضوء نظرية تقبل التكنولوجيا يتم رصد العوامل المؤثرة في تقبل واستخدام الصحفيين المصريين لتقنيات الميتافيرس في الصحافة من (سهولة الاستخدام- الاستفادة المدركة- النية السلوكية- والاستخدام الفعلي). وصولاً إلى اتجاهات الصحفيين المصريين نحو مستقبل استخدام الميتافيرس في الصحافة المصرية ومدى تأثيرها على الصحافة الورقية والعمل الصحفي ككل.

## أهمية الدراسة:

### أولاً: الأهمية النظرية للدراسة:

- 1- تستمد الدراسة أهميتها من حداثة الموضوع الذي تتناوله الدراسة، حيث يتميز موضوع الدراسة بالجددة والحداثة، وبالتالي فإن هناك ندرة في الدراسات العربية التي تناولت تطبيقات واستخدامات تقنيات الميتافيرس في مجال الإعلام بشكل عام، والصحافة بشكل خاص.
- 2- تقدم الدراسة إطاراً نظرياً مركزاً على التعريف بمفهوم الميتافيرس وتقنياته واستخداماته في مجال الصحافة، وهو ما يزيد من أهميته وتميز الدراسة، وأيضاً من خلال الاعتماد على نظرية تقبل التكنولوجيا.
- 3- أهمية الفئة التي يتم تطبيق الدراسة عليها وهي فئة الصحفيين، والذين يمثلون أساس العمل الصحفي وهم المخولون بتطبيق التكنولوجيا.

### ثانياً: الأهمية التطبيقية للدراسة:

- 1- تستمد هذه الدراسة أهميتها التطبيقية من أهمية تطبيق تقنيات التكنولوجيا الحديثة (الميتافيرس) في مجال الصحافة للإفادة من هذه التقنيات في خدمة وتطوير العمل الصحفي.
- 2- تسهم هذه الدراسة في رصد اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة لضمان الإفادة الفعلية من هذه التقنيات.
- 3- اتجاه الكثير من الشركات العملاقة في صناعة التكنولوجيا الرقمية للإهتمام بتطبيقات الميتافيرس في جميع المجالات ومنها الصحافة، وهو ما يعد المستقبل الرقمي الجديد.
- 4- ضرورة دراسة التأثير الذي يمكن أن يحدثه استخدام تقنيات الميتافيرس في تطوير العمل الصحفي.

### أهداف الدراسة:

#### تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- 1- التعرف على مدى وعي الصحفيين المصريين بتقنيات الميتافيرس.
- 2- التعرف على أهمية تقنيات الميتافيرس التي يعرفها الصحفيون المصريون والتي يمكن استخدامها في مجال الصحافة.
- 3- رصد اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في العمل الصحفي.

- 4- التعرف على مدى تبني الصحفيين المصريين لتقنيات الميتافيرس واستخدامهم لها.
  - 5- التعرف على دوافع استخدام الصحفيين المصريين لتقنيات الميتافيرس في العمل الصحفي.
  - 6- رصد رؤية الصحفيين المصريين حول مدى تأثير تقنيات الميتافيرس على صناعة الصحافة.
  - 7- رصد التحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة من وجهة نظر الصحفيين المصريين.
- تساؤلات الدراسة:

تتمثل تساؤلات الدراسة فيما يلي:

- 1- ما مدى وعي الصحفيين المصريين بتقنيات الميتافيرس؟
- 2- ما أهم تقنيات الميتافيرس التي يعرفها الصحفيون المصريون والتي يمكن استخدامها في مجال الصحافة؟
- 3- ما اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في العمل الصحفي؟
- 4- ما مدى تبني الصحفيين المصريين لتقنيات الميتافيرس واستخدامهم لها؟
- 5- ما دوافع استخدام الصحفيين المصريين لتقنيات الميتافيرس في العمل الصحفي؟
- 6- ما رؤية الصحفيين المصريين حول مدى تأثير تقنيات الميتافيرس على صناعة الصحافة؟
- 7- ما التحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية من وجهة نظر الصحفيين المصريين؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار مدى صحة الفروض التالية:

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وبين المتغيرات التالية: (التخصص الوظيفي- المنصات الإعلامية التي يعمل بها- سنوات الخبرة- النوع- ملكية المؤسسات التي يعمل بها- شغل مناصب إدارية).

الفرض الثاني:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سهولة الاستخدام المدركة والنوايا السلوكية لتقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية.



### الفرض الثالث:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستفادة المدركة والنوايا السلوكية لتقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية.

### الفرض الرابع:

يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وبين اتجاهاتهم نحو تأثير هذا الاستخدام على صناعة الصحافة.

### الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدي المعرفة بتقنية الميتافيرس باختلاف المتغيرات التالية: (التخصص الوظيفي- المنصات الإعلامية التي يعمل بها- سنوات الخبرة- النوع- ملكية المؤسسات التي يعمل بها- شغل مناصب إدارية).

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر والأحداث، ومحاولة تفسيرها وإيجاد العلاقة بين متغيرات الظاهرة. كما تستخدم الدراسة منهج المسح Survey، وذلك لأنه من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة؛ لكونه جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف الظاهرة، ومعرفة كل جوانبها المختلفة<sup>(20)</sup> والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية إلى تقرير خصائصها وتفسيرها هي اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية.

#### مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين المصريين في المؤسسات الصحفية المصرية.

#### حدود الدراسة:

تتمثل حدود هذه الدراسة فيما يلي:

- 1- الحدود الموضوعية: وتشمل مناقشة اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة.
- 2- الحدود الزمنية: وتتمثل في فترة تطبيق الدراسة خلال الفترة من 2022/6/15 حتى 2022/7/15.
- 3- الحدود الجغرافية والبشرية: تتمثل في أن هذه الدراسة يتم تطبيقها على الصحفيين المصريين داخل جمهورية مصر العربية.

## عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة على عينة من الصحفيين المصريين قوامها 100 مفردة وشملت الصحف التالية: (الأهرام)، (الأخبار)، (الجمهورية)، (اليوم السابع)، (المصري اليوم) (الوفد)، (الشروق)، وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية عمدية، وفيما يلي جدول توضيحي لوصف العينة الميدانية:

## جدول (1)

## يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات
%	ك	
34	34	مؤسسة قومية
31	31	مؤسسة خاصة
18	18	يعمل في أكثر من مؤسسة متنوعة الملكية
17	17	مؤسسة حريرية
100	100	جملة
38	38	أخبار
30	30	تحقيقات
16	16	ديسك وإدارة
13	13	الإخراج الفني
3	3	لم يحدد
100	100	جملة
59	59	النسخة الإلكترونية
23	23	النسخة الورقية
12	12	صفحات التواصل الاجتماعي
6	6	خدمة SMS
100	100	جملة
37	37	أقل من خمس سنوات
31	31	من 11 إلى 20 سنة
28	28	من خمس إلى 10 سنوات
4	4	أكثر من 20 سنة
100	100	جملة
65	65	نعم
35	35	لا
100	100	جملة
50	50	ذكور
50	50	إناث
100	100	جملة

- من حيث ملكية المؤسسة: نسبة 34% من أفراد العينة يعملون بمؤسسة قومية، ونسبة 31% منهم يعملون بمؤسسة خاصة، ونسبة 18% منهم يعمل في أكثر من مؤسسة متنوعة الملكية، ونسبة 17% منهم يعمل بمؤسسة حربية.

- من حيث التخصص الدقيق: نسبة 38% من أفراد العينة يعملون بالأخبار، ونسبة 30% منهم يعملون بالتحقيقات، ونسبة 16% منهم يعملون بالديسك والإدارة، ونسبة 13% منهم يعملون بالإخراج الفني.

- من حيث المنصات الإعلامية التي يعملوا بها: نسبة 59% من أفراد العينة يعملون بالنسخة الإلكترونية، ونسبة 23% منهم يعملون بالنسخة الورقية، ونسبة 12% منهم يعملون بصفحات التواصل الاجتماعي.

- من حيث سنوات الخبرة: نسبة 37% من أفراد العينة خبرتهم أقل من خمس سنوات، ونسبة 31% منهم خبرتهم من 11 إلى 20 سنة، ونسبة 28% منهم خبرتهم من خمس إلى عشر سنوات، ونسبة 4% منهم خبرتهم أكثر من 20 سنة.

- من حيث شغل منصب إداري: نسبة 35% من أفراد العينة يشغلون منصب إداري، ونسبة 65% منهم لا يشغلون منصباً إدارياً.

- من حيث النوع: نسبة 50% من أفراد العينة ذكور ونسبة 50% منهم إناث.  
مبررات اختيار عينة الدراسة:

1- تم اختيار عينة الدراسة من صحف (الأهرام)، (الأخبار)، (الجمهورية)، (اليوم السابع)، (المصري اليوم) (الوفد)، (الشروق)؛ وذلك لكونها الصحف الأكثر انتشاراً في مصر، كما أنها الصحف التي استطاعت الباحثة التواصل مع بعض الصحفيين بها لتطبيق الاستمارة عليهم.

2- تم اختيار عينة الدراسة من هذه الصحف؛ لكونها تمثل الصف القومي والصحف الحزبية والصحف الخاصة؛ مما يثري نتائج البحث في التنوع والمصدقية.

3- تم اختيار الصحفيين الذين يعملون في هذه الصحف؛ لكونهم يعملون في الصحف الأوسع انتشاراً واستخداماً للتكنولوجيا الحديثة، والتي تمتلك الإمكانيات المادية التي تؤهلها لذلك.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبانة الإلكترونية **Online Questionnaire**، حيث تعد من الأدوات المستخدمة في البحوث الإعلامية الحديثة،

والتي تيسر عملية التطبيق الميداني للدراسة، كما تعد استمارة الاستبانة الأكثر شيوعاً واستخداماً في المنهج المسحي. وقد تم تطبيق الاستمارة في الفترة من 2022/6/15 حتى 2022/7/15.

وقد شملت الاستمارة عدة محاور بما يحقق أهداف الدراسة، وتساؤلاتها، وفروضها، وبناء على الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج وبناء على الإطار المعرفي، وقد تمثلت محاور الدراسة فيما يلي:

**المحور الأول: مدى وعى الصحفيين المصريين بتقنيات الميتافيرس وتطبيقاتها:** وشمل هذا المحور مجموعة من الأسئلة التي توضح مدى معرفة الصحفيين المصريين بالميتافيرس وأهم تقنياته، ومدى معرفة الصحفيين بكيفية استخدام تقنيات الميتافيرس بصفة عامة، وفي الصحافة بصفة خاصة.

**المحور الثاني: اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية:** وشمل هذا المحور مجموعة من الأسئلة التي توضح اتجاه الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة من خلال مدى تقبلهم لهذه التقنيات من حيث (سهولة الاستخدام- والاستفادة المدركة- النوايا السلوكية- والاستخدام الفعلي).

**المحور الثالث: تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس على الصحافة والعمل الصحفي:** وشمل مجموعة من الأسئلة التي توضح رأي الصحفيين المصريين نحو مدى تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية؟ وما نوع هذا التأثير؟ ومستقبل الصحافة الورقية، وما التكلفة المتوقعة لهذا الاستخدام؟

**المحور الرابع: التحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة:** وشمل هذا المحور مجموعة من الأسئلة التي توضح المعوقات والتحديات التي تواجه هذا الاستخدام والأساليب المقترحة لمواجهه هذه التحديات. وفي نهاية الاستمارة تم تخصيص جزء لأفراد العينة الذين لا يعرفون معلومات عن الميتافيرس وتقنياته.

**إجراءات الصدق والثبات:**

أولاً: صدق الاستمارة: تم قياس صدق الاستمارة باستخدام الأساليب التالية:

1- صدق المحتوى: وذلك من خلال المراجعة الدقيقة لأسئلة الاستبانة للتأكد من صياغتها بشكل واضح ومفهوم، وأيضاً التأكد من تغطية الأهداف التي سعت الدراسة لتحقيقها.

2- صدق البناء: وذلك للتأكد أنه تم ترتيب الأسئلة ترتيباً منطقياً لاستيفاء البيانات المطلوبة بشكل صحيح ووافٍ.

3- **الصدق الظاهري:** للتأكد من صدق الأداة وصلاحيتها تم عرض أداة الدراسة على عدد من المحكمين<sup>(21)</sup> من ذوي الخبرة وأساتذة الإعلام لتكون صالحة للتطبيق والقياس، وإبداء الرأي فيها وذلك بما يخدم أهداف الدراسة، ولقد قامت الباحثة بتعديل الاستمارة في ضوء ملاحظات ومقترحات السادة المحكمين.

**ثانياً: ثبات الاستمارة:**

تم التأكد من ثبات الاستمارة من خلال تطبيقها على 10% من إجمالي العينة، أي ما يعادل 10 مفردة، ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى بعد مرور 14 يوماً من التطبيق الأول على نفس العدد، ثم قياس نسبة الثبات والتي بلغت 90.5%، وهو ما يوضح ارتفاع نسبة الثبات بأداة الدراسة، ومن ثم قبولها واستخدامها في هذه الدراسة.

**الإطار المعرفي للدراسة:**

**مفهوم الميتافيرس:**

الميتافيرس (Metaverse) هي كلمة مكونة من مقطعتين، المقطع الأول ميتا (Meta)، وهي كلمة يونانية تعني "ما وراء"، والمقطع الثاني فيرس (Verse) وهي اختصار لكلمة (Universe) بمعنى "الكون"، وعليه يكون معنى الكلمة مجتمعة (Metaverse) أي ما وراء الكون، وهو أسلوب جديد للتواصل الاجتماعي وللقيام بكافة الأنشطة التقليدية التي يقوم بها المستخدمون حالياً من خلال شبكة الإنترنت، ولكن باستخدام تقنيات الواقع الافتراضي (VR) Virtual Reality، الواقع المعزز (AR) Augmented Reality<sup>(22)</sup>.

وقد ظهر مصطلح الميتافيرس Metaverse لأول مرة في رواية "Snow Crash" في عام 1992 التي كتبها الروائي "نيل ستيفنسون" والذي ابتكر صورة ثلاثية الأبعاد في مساحة افتراضية يمكن للجميع الدخول والتفاعل مع الآخرين<sup>(23)</sup>، ثم انتشر هذا المفهوم لاحقاً في العقود التالية في ألعاب الكمبيوتر، وفي منتصف عام 2010 دخل مرحلة جديدة مع لعبة "Second life" التي تم إنشاؤها كتجربة حياة محدودة للواقع الافتراضي للأفراد<sup>(24)</sup>. ومع إعلان مارك زوكربيرج مؤسس شركة فيس بوك Face book في نهاية شهر يوليو 2021 عن تحول فيس بوك إلى ميتا Meta واعتزام الشركة الجديدة إلى التحول إلى عالم الميتافيرس Metaverse، حيث وصف مشروع الميتافيرس "بأنها بيئة افتراضية شبه حقيقية، فبدلاً من النظر إليها من خلال الشاشة فقط يمكنك الدخول إليها والتفاعل معها بشكل يبدو كالحقيقة، بفضل السترات والقفازات التي يتم ارتداؤها والمزودة بأجهزة استشعار<sup>(25)</sup>.

وبذلك يعرف الميتافيرس على أنه المكان الذي يجتمع فيه العالمان المادي والرقمي، حيث إنها مساحة تتفاعل فيها التمثيلات الرقمية للأشخاص- الصور الرمزية- في العمل واللعب، والاجتماع في مكاتبهم، والذهاب إلى الحفلات الموسيقية وحتى محاولة ارتداء الملابس<sup>(26)</sup>، وهو بذلك يمكّن المستخدمين من خلال التكنولوجيا المفتوحة المصدر، ومنصة مفتوحة المصدر من أن يقوموا بالابتكار والإبداع لبناء عالم افتراضي أصلي.

وعلى الرغم من حداثة مصطلح الميتافيرس؛ إلا أنه تطور بسرعة هائلة وخاصة في غضون العامين الماضيين، ومن المرجح أن يدعم الميتافيرس ملامح المستقبل بشكل كامل من خلال تطور الواقع المعزز والافتراضي المدعمن بالذكاء الاصطناعي باستخدام ما توفره إمكانات الإنترنت الجديد وفق تكنولوجيا G5.

ويقول "دينيس وايت" مؤسس شركة Blank XR، التي تصمم تقنيات التوغل داخل ميتافيرس بأنه سيكون هناك شركات محترفة في تقديم المساعدة في ذلك المجال، وبمجرد أن يصبح الشخص قادراً على ارتداء نظارات الواقع المعزز الجديدة ويرى فجأة الصور المجسمة، عندها سيعرف أنه الآن داخل بيئة "ميتافيرس"<sup>(27)</sup>.

#### خصائص الميتافيرس:

هناك العديد من الخصائص التي يتسم بها الميتافيرس منها:

1- **الدوام Persistence**: حيث يوجد الميتافيرس Metaverse بصفة دائمة بغض النظر عن المكان والزمان.

2- **التوفر Availability**: حيث يمكن للمستخدمين تسجيل الدخول في وقت واحد بدون حد أقصى للمشاركين.

3- **التزامن Synchronicity**: حيث سيتمكن المستخدمون للميتافيرس Metaverse من التفاعل مع بعضهم البعض والعالم الرقمي في الوقت الفعلي، والتفاعل مع بيئتهم الافتراضية ومع بعضهم البعض، كما يتم تماماً في العالم المادي.

4- **الاقتصاد Economy**: سيتمكن المستخدمون- بما في ذلك الشركات- من توفير الخدمات والسلع مقابل القيمة التي يعترف بها الآخرون؛ قد تبدأ أو تشمل هذه القيمة نوع القيمة التي يستخدمها لاعبو ألعاب الفيديو الآن، فعلي سبيل المثال، العملة الورقية يتم تبادلها مقابل الذهب الافتراضي داخل اللعبة، وقد تعتمد عمليات تبادل هذه القيمة على تقنيات مثل العقود الذكية والتقنيات التي لم يتم التفكير فيها حتى الآن. فالعملات الرقمية مثل عملة "Bitcoin" قابلة للاستبدال، حيث يمكن استبدال

عملة واحدة بأخرى مثلها لها نفس القيمة، لكن بالنسبة لـ NFT فإنها أصول رقمية كل منها له قيمة مختلفة لا يمكن استبدالها بأصول أخرى.

5- قابلية التشغيل البيئي **Inteoperability**: حيث يسمح الميتافيرس للمستخدم أو المشارك استخدام العناصر الافتراضية الخاصة به عبر تجارب مختلفة على الميتافيرس<sup>(28)</sup>.

### تطبيقات الميتافيرس **Metavers**:

يستخدم الميتافيرس العديد من التطبيقات منها تطبيقات الواقع الافتراضي VR والواقع المعزز AR يدعمها في ذلك شبكات الجيل الخامس للاتصالات اللاسلكية، وهذه الثلاثة تمثل مفاتيح الدخول إلى عالم الميتافيرس.

بالإضافة إلى ذلك يوجد تطبيقات أخرى يطلق عليها **Horizon- Home**، والذي سيتمكن من خلاله من خلق وامتلاك منزل خاص به- في هذا العالم الافتراضي- وتأثيره كما يحلو له، كما يوجد تطبيق آخر مرتبط بالمدن، والشوارع، والمزارات السياحية، والأماكن الطبيعية الخلابه يطلق عليه **Horizon- World**؛ حيث سيتمكن المستخدمون من زيارة تلك الأماكن والتجول فيها سواء في حالتها الحالية أو في أي زمن سابق، ثم نأتي إلى تطبيق العمل عن بعد في صورته المتطورة **Horizon- Workrooms** والذي يتيح عمل اجتماعات افتراضية، حيث يتم تبادل النقاشات والتقارير وصولاً إلى وضع الخطط واتخاذ القرارات<sup>(29)</sup>.

ومثل هذا التطبيق من الممكن استخدامه داخل غرف التحرير للاجتماعات والمناقشات وإعداد التقارير المختلفة؛ مما قد يساهم في تيسير العمل وتوفير الوقت. أما عمليات البيع والشراء والسلع والخدمات العادية أو الافتراضية، فستتم من خلال تطبيق **Horizon Marketplace** والذي يتوقع أن يجعل تجربة البيع والشراء والتسويق أكثر فاعلية وممتعة، حيث يمكن أن تجرب ملابس ترغب في شرائها وترى شكل تلك الملابس عليك قبل أن تقرر الشراء<sup>(30)</sup>.

وكل هذه التطبيقات وغيرها تتم عبر نظارات الواقع الافتراضي والواقع المعزز المطورة. فبدلاً من الدخول إلى ذلك العالم الجديد عبر شاشات الحاسوب وأجهزة الهواتف الذكية، سوف يتم الدخول عبر تلك النظارات، والتي يتم استخدامها في ألعاب الفيديو حالياً، لكن بدلاً من استخدامها كوسيلة للعب مثل ذراع البلاي ستيشن، سيتم إعادة تصميمها لكي تصبح بدلاً من الهواتف الذكية متصلة بالإنترنت، وسيتم دمج

تقنيات الواقع المعزز فيها<sup>(31)</sup>.

**إيجابيات وسلبيات الميتافيرس:**

لا شك أن أي تكنولوجيا حديثة لا بد وأن يكون لها بعض الإيجابيات والمزايا التي استحدثت من أجلها، ويعتبر الميتافيرس أهم نتائج للتكنولوجيا الحديثة في الوقت الراهن؛ حيث يتميز بأنه يوفر القدرة على امتلاك أشياء افتراضية كما يحدث في الواقع، والتواجد الكامل فيها بشكل ثلاثي الأبعاد عن طريق نظارات الواقع الافتراضي، أو الواقع المعزز.

كما أشار العلماء أن هناك العديد من التطبيقات المحتملة للميتافيرس في الطب والتمريض، والرعاية الصحية والتعليم، والعلوم، والتدريب العسكري، والتصنيع، وكذلك تعلم اللغة<sup>(32)</sup>.

كما يمكن أن يوفر الميتافيرس كما هائلاً من المعلومات والبيانات بشكل سريع وسهل، وكذلك يسهل القيام بزيارات علمية تعليمية افتراضية لمواقع وظواهر كانت مستحيلة، أو صعبة، أو خطيرة، مثل مشاهدة الشمس والأفلاك وأعماق البحار عن قريب، أو زيارة الأزمنة التاريخية الغابرة والاطلاع على طرق العيش فيها من العصور الحجرية والديناصورات فيها<sup>(33)</sup>؛ مما يسهم في تيسير العملية التعليمية وجعلها أكثر سهولة وتشويقاً للمتعلمين.

ولكن على الرغم من المميزات والإيجابيات التي يحظى بها الميتافيرس وما يشكّله من تحول رقمي كبير في العالم الافتراضي؛ إلا أن هناك العديد من المخاوف والمخاطر التي تحيط به ومن هذه الانتقادات والمخاوف، إنه قياساً على ما تفعله شبكات التواصل الاجتماعي بصورتها الحالية، وما هو مرتبط بزيادة العزلة وقلة التفاعل الإنساني الطبيعي والإغراق في الاستخدام وصولاً إلى الإدمان الفعلي، وهو ما لاحظناه جيداً من كم الإزعاج الجماعي عند حدوث انقطاع لتلك التطبيقات لمدة ساعات قليلة<sup>(34)</sup>.

كما أنه في العوالم الافتراضية وفي ظل وجود هوية حقيقية وأخرى افتراضية قد يجعل الفرد يعاني من صراع وتناحر ديناميكي مستمر، وقد يصل الأمر إلى ظهور أعراض لاضطرابات عقلية كاضطراب الشيزوفرينيا "الإلكترونية"، أو اضطراب الشخصية ثنائية القطب، حيث يسلك أفراد الهوية الإلكترونية عدد من السلوكيات التي تكون متناقضة مع سلوكياتهم التلقائية في الواقع الاجتماعي الصريح<sup>(35)</sup>.

كما تمثل خصوصية المعلومات أحد المخاوف تجاه الميتافيرس؛ وذلك لأن البيانات



الشخصية للمستخدمين سوف تقوم بجمعها الشركات المشاركة؛ مما قد يجعل هناك رقابة ورصد لكل الحركات والأنشطة الإلكترونية للمستخدم، حيث تم تطوير تقنيات لتتبع حركات اليد والعين للمستخدم من أجل جمع بيانات بيومترية خاصة به واستخدامها، وكذا استهدافه بإعلانات مناسبة لميوله الشخصية، أي أننا سنكون مكشوفين في عالم الميتافيرس.

ويعتبر الميتافيرس عالماً رقمياً يتطور ليكون شبه حقيقي؛ مما يصعب فيها التمييز بين ما هو حقيقي وموجود وبين ما هو افتراضي؛ مما يجعل تأثيره السلبي أكثر على الأطفال والمراهقين، حيث يؤثر الانغماس في العوالم الافتراضي وألعابها لفترات طويلة على مراحل نمو الطفل وسلوكياته وحرمانه من جو اللعب الطبيعي مع أقرانه، وعلى اكتشافه للعالم المادي المحيط به والتعامل معه<sup>(36)</sup>؛ مما يترتب عليه الاغتراب الاجتماعي بسبب الاستخدام لساعات طويلة، مما يخلق حالة من الانفصام عن الواقع الطبيعي. ولذلك يجب على الأسرة وكل مستخدم التكنولوجيا الحديثة والتي أصبحت حتمية لمواكبة التطور التكنولوجي أن يكون هناك وعي وتثقيف حول ما تحمله هذه التكنولوجيا، وفترة ما يشاهده الأطفال خاصة فيما يتعلق بالمحتوى غير المفيد، أو العنيف، أو الأخلاقي.

### دور الميتافيرس Metaverse في مجال الصحافة والإعلام:

شهد المجال الإعلامي بشكل عام والمجال- الصحفي بشكل خاص- تطورات سريعة وغير مسبوقه خلال السنوات الأخيرة، وخاصة بعد إعلان مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg في أكتوبر 2021 عن الاتجاه نحو التحول إلى عالم الميتافيرس وتغيير اسم شركته إلى "ميتا Meta".

وقد جاء هذا التطور امتداداً لظهور أشكال وأنماط جديدة من الصحافة معتمدة في ذلك على ما يسمى بـصحافة الذكاء الاصطناعي، والذي يعتمد بشكل كبير على توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في العمل الصحفي، منها على سبيل المثال الصحافة الآلية Automated Journalism، وصحافة الروبوتات Robot Journalism، والصحافة الخوارزمية Algorithmic journalism وصناعة الذكاء الصناعي Artificial Intelligence Journalism<sup>(37)</sup>، ويضاف إلى ذلك صحافة الميتافيرس Metaverse Journalism والتي تعتمد على تقنيات الميتافيرس الحديثة. ورغم كل تلك التطورات إلا أن الإعلام كان متابعاً بطيئاً في تلك العوالم الرقمية،

واقترنت ردود الفعل على تغطيات خبرية، وتعليقات على مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن حتى الآن لم تبادر أية وسيلة إعلامية للإفادة من المنصات الرقمية المتوفرة بالشكل الكافي، ومحاولة الوصول لجماهيرها وحتى "ميٹا" (فيسبوك سابقاً) لم يتم التوسع في إطلاق منصتها التفاعلية "Horizon worlds" واقترنت على إعداد محدودة من المستخدمين<sup>(38)</sup>. فبالنسبة لمعظم المؤسسات الصحفية لا تزال هذه التقنية في مرحلة التبنّي التجريبية، وانقسم الصحفيون فيما بينهم، فمنهم المشككون، والعديد منهم مهتمون بكيفية تأثير تقنيات الذكاء الصناعي على سير العمل والعمليات، وكيفية العمل في غرف الأخبار في ظل التكنولوجيا الحديثة المتلاحقة<sup>(39)</sup>. وقياساً على التجارب الصحفية السابقة في تطبيق التحول الرقمي وتكنولوجيا الذكاء الصناعي، فإن تقنية الميٹافيرس ستواجه نفس المراحل التي مرت بها تلك التقنيات السابقة، وسوف تستغرق وقتاً ليس بقليل حتى يتم الإفادة من تقنيات الميٹافيرس بالشكل الأمثل.

وهذا ما أكدته الدراسات السابقة في هذا المجال، ففي دراسة استقصائية حول اعتماد التقنيات الرقمية وتأثيرها على صناعة الخبر في وسائل الإعلام في جميع أنحاء العالم، وقد خلّصت الدراسة أن 70% من الصحفيين لا يشجعون استخدام التقنيات الحديثة في صناعة الخبر، وأن 80% من الصحفيين لم يتدربوا على استخدام هذه التطبيقات الحديثة على الرغم من سهولة التواصل بهذه التقنيات والحصول عليها<sup>(40)</sup>.

ويتضح مما سبق أن استخدام تقنيات الميٹافيرس بصفة خاصة والتكنولوجيا الحديثة بصفة عامة في مجال العمل الصحفي يحمل لنا عصراً جديداً في العمل الصحفي بما توفره من إمكانيات وأدوات من شأنها تيسير العمل الصحفي، ولكن على الرغم من كل هذه المميزات إلا أنه من المتوقع أن يستغرق ذلك وقتاً شأنه في ذلك شأن أي تقنية حديثة تحتاج لوقت لتدريب والملائمة والانتشار.

#### الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة إلى نموذج تقبل التكنولوجيا Technology Acceptance Model (TAM) وهو يعد واحداً من أهم النظريات التي قدمت تفسيرات لسلوكيات الأفراد في تبني التكنولوجيا.

وقد ابتكر (Davis) هذا النموذج في عام 1986 حيث افترض أن قبول التكنولوجيا من الأفراد يتحدد وفقاً للإفادة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة، وأن هذين العاملين يتأثران بمجموعة من المتغيرات الخارجية<sup>(41)</sup>.

وقد تم تعريف الاستفادة المدركة على أنها "درجة اعتقد الفرد بأن نظاماً معيناً من الممكن أن يعزز أداءه الوظيفي"، أما سهولة الاستخدام فلقد تم تعريفها على أنها "درجة اعتقاد الفرد بأن استخدام نظام معين من الممكن أن يقلل جهد أداء العمل إلى أدنى حد ممكن" (42).

وتعد هذه النظرية من أولى النظريات التي استخدمت في نظم وتقنية المعلومات في مجال الإعلام مثل المؤسسات الصحفية وغيرها، حيث تفيد هذه النظرية في التعرف على مدى تقبل العاملين في مجال الإعلام لتقنيات الحديثة وتطبيقاتها. حيث تبرز أهمية دراسة سلوك المستخدم تجاه هذه التكنولوجيا والذي يعد أهم معايير نجاح هذه التكنولوجيا وتطبيقاتها في مجال الإعلام. ويحاول النموذج تفسير تقبل استخدام تكنولوجيا المعلومات من خلال أربع مراحل متعاقبة، هي:

1- العوامل الخارجية (تدريب مستمر) تؤثر على تصوراتهم حول استخدام النظام.

2- تصورات المستخدم تؤثر على مواقفه من النظام.

3- مواقف المستخدم تؤثر على النوايا من استخدام النظام.

4- نوايا المستخدم تحدد مستوى الاستخدام (43).

وقد قام (Davis) بإجراء تعديل ثانٍ على النموذج، وأظهرت النتائج وجود تأثير قوي بين النية السلوكية للمستخدم والاستخدام؛ حيث اعتبرت الفائدة المدركة ذات تأثير أكبر من تأثير سهولة الاستخدام المدركة على النية السلوكية، وأن كلاً من سهولة الاستخدام والفائدة المدركة لهما تأثير مباشر على النية السلوكية للمستخدمين، ومن هنا تم استبعاد متغير الموقف تجاه الاستخدام (44).

وتتكون النسخة الأخيرة والمعدلة من نموذج تقبل التكنولوجيا (TAM) من العوامل التالية:

1- العوامل السلوكية: وتشمل:

- سهولة الاستخدام المدركة: وهي درجة اعتقاد الفرد أن استخدام التكنولوجيا سهل ولا يتطلب أي جهد أو معاناة.

- الاستفادة المدركة: الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز ويحسن من أدائه في العمل.

- النوايا السلوكية: ويتم توقعه من خلال سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.

- الاستخدام الفعلي: الممارسة الفعلية لاستخدام التكنولوجيا لدى الفرد، ويتم التنبؤ به

من خلال سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.

2- المتغيرات الخارجية: كالتغيرات الديموغرافية وتؤثر على سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة<sup>(45)</sup>.

تطبيق النموذج على موضوع الدراسة:

يطبق النموذج على موضوع الدراسة من خلال اختبار مدي تقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية واتجاهاتهم نحوها؛ للتعرف على سهولة الاستخدام المدركة من استخدام الصحفيين لتقنيات الميٹافيرس والاستفادة المدركة من الاستخدام، والنوايا السلوكية للصحفيين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة، وأيضاً الاستخدام الفعلي لهذه التقنيات.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

- اختبار كا<sup>2</sup> (Chi Square Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)

- اختبار (T- Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر

التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها .

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

1- الصحفيون المصريون: يقصد بهم في هذه الدراسة بعض الصحفيين المصريين العاملين في صحف: (الأهرام- الأخبار- الجمهورية - اليوم السابع- المصري اليوم- الوفد- الشروق).

2- الميتافيرس **Metaverse**: هو عبارة عن شبكة عوالم افتراضية ثلاثية الأبعاد تستخدم سماعات الواقع الافتراضي والمعزز المطورة لخلق عالم افتراضي مواز للعالم الواقعي.

3- صناعة الصحافة: يقصد بها كل مراحل انتاج الإصدار الصحفي في المؤسسات الصحفية المصرية سواء كان الإصدار مطبوع او الكتروني.

نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: مدى وعى الصحفيين المصريين بتقنيات الميتافيرس وتطبيقاتها:

1- مدى معرفة أفراد العينة بتقنية الميتافيرس:

جدول (2)

يوضح مدى معرفة أفراد العينة بتقنية الميتافيرس

مستوى الدلالة د ح 2	كا <sup>2</sup>	الترتيب	الإجمالي		مدى معرفة أفراد العينة بتقنية الميتافيرس
			%	ك	
0.001	26.480	1	54	54	أعرف تقنية الميتافيرس إلى حد ما
		2	34	34	أعرف تقنية الميتافيرس
		3	12	12	لا أعرف تقنية الميتافيرس
			100	100	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 34% من أفراد العينة يعرفون تقنية

الميتافيرس، ونسبة 54% منهم يعرفونها إلى حد ما، ونسبة 12% منهم لا يعرفونها.

ويتضح وجود فروق في مدى معرفة الصحفيين المصريين (عينة الدراسة) بتقنية

الميتافيرس، حيث كانت قيمة كا<sup>2</sup> = 26.480 وهي دالة عند مستوى 0.001؛ مما يعني

ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يعرفون بتقنية الميتافيرس إلى حد ما؛ مما يدل على وجود

وعى لدى أفراد العينة بتقنية الميتافيرس.

## 2- مدى وجود معلومات عن أهم تقنيات الميتافيرس لدى أفراد العينة: جدول (3)

يوضح مدى وجود معلومات عن أهم تقنيات الميتافيرس لدى أفراد العينة

مستوى الدلالة د ح 2	كا <sup>2</sup>	الترتيب	الإجمالي		مدى وجود معلومات عن أهم تقنيات الميتافيرس لدى أفراد العينة
			%	ك	
0.001	42.636	1	61.4	54	إلى حد ما
		2	34.1	30	نعم
		3	4.5	4	لا
			100	88	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 34.1% من أفراد العينة لديهم معلومات عن أهم تقنيات الميتافيرس دائماً، ونسبة 54% منهم لديهم معلومات عن أهم تقنيات الميتافيرس "إلى حد ما"، ونسبة 4.5% منهم ليس لديهم معلومات عنها. ويتضح وجود فروق في مدى وجود معلومات عن أهم تقنيات الميتافيرس لدى أفراد العينة، حيث كانت قيمة كا<sup>2</sup> = 42.636 وهي دالة عند مستوى 0.001؛ مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين لديهم معلومات عن أهم تقنيات الميتافيرس إلى حد ما.

## 3- أهم تطبيقات تقنية الميتافيرس التي يعرفها أفراد العينة:

جدول (4)

يوضح أهم تطبيقات تقنية الميتافيرس التي يعرفها أفراد العينة

مستوى الدلالة د ح 1	كا <sup>2</sup>	ترتيب	الإجمالي ن=84		أهم تطبيقات تقنية الميتافيرس التي يعرفها أفراد العينة
			%	ك	
0.001	45.762	1	86.9	73	- تطبيقات الواقع المعزز AR.
0.05	3.857	2	60.7	51	- تطبيقات الواقع الافتراضي VR.
0.275 غير دالة	1.190	3	44	37	- تطبيقات Horizon- Home.
0.01	8.048	4	34.5	29	- تطبيقات Horizon- Work rooms.
0.001	12.190	5	31	26	- تطبيقات Horizon- World.
0.001	15.429	6	28.6	24	- تطبيقات Horizon- Marketplace.
0.001	68.762	7	4.8	4	- تطبيقات أخرى.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 86.9% من أفراد العينة يرون أن أهم تطبيقات تقنية الميتافيرس التي يعرفونها هي تطبيقات "الواقع المعزز AR"، ونسبة 60.7% منهم يرون أنها تطبيقات "الواقع الافتراضي VR"، ونسبة 44% منهم يرون

أنها تطبيقات "Horizon- Home"، ونسبة 34.5% منهم يرون أنها تطبيقات "Horizon- Work rooms". ويمكن تفسير ذلك بأن تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي هما أكثر التطبيقات التي تم تطبيقها بالفعل في مجال الصحافة سواء في بناء المحتوى الصحفي، أو نشره، أو استدعائه شبكياً. كما أنها تطبيقات تستخدم في الكثير من المجالات الأخرى.

ويتضح وجود فروق في أهم تطبيقات تقنية الميتافيرس التي يعرفها أفراد العينة، حيث كانت قيم  $\chi^2$  دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، بينما لم يكن بينهم فروق في تطبيقات Horizon- Home، حيث كانت قيم  $\chi^2$  غير دالة عند مستوى 0.05.

4- مدى وجود خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس بشكل عام لدى أفراد العينة:

#### جدول (5)

يوضح مدى وجود خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس بشكل عام لدى أفراد العينة

مستوى الدلالة د ح 2	كا <sup>2</sup>	الترتيب	الإجمالي		مدى وجود خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس بشكل عام لدى أفراد العينة
			%	ك	
0.651 غير دالة	0.857	1	38	32	إلى حد ما
		2	31	26	نعم
		3	31	26	لا
			100	84	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 31% من أفراد العينة لديهم الخبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس بشكل عام، ونسبة 38% منهم لديهم الخبرة إلى حد ما، ونسبة 31% منهم ليس لديهم الخبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس بشكل عام. وهذه النتيجة توضح الارتفاع النسبي للصحفيين الذين ليس لديهم خبره بكيفية استخدام تطبيقات الميتافيرس بشكل عام، وبالتالي ليس لديهم خبرة بالتبعية بكيفية استخدامها في مجال الصحافة؛ مما يعني ضرورة التثقيف التكنولوجي للصحفيين المصريين، وعمل دورات وندوات في هذا المجال لهم؛ لكي يستطيعوا التعامل مع مثل هذه التقنيات الحديثة والإفادة منها بالشكل الأمثل.

ويتضح عدم وجود فروق في مدى وجود خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس بشكل عام، حيث كانت قيمة  $\chi^2 = 0.857$  وهي غير دالة عند مستوى 0.05؛ مما يعني تقارب نسبة أفراد العينة الذين لديهم الخبرة بكيفية استخدام

تطبيقات تقنية الميتافيرس بشكلٍ عام ونسبة أفراد العينة الذين ليس لديهم الخبرة، وهذا قد يرجع إلى حداثة هذه التقنيات.

5- مدى وجود خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس في مجال الصحافة لدى أفراد العينة:

#### جدول (6)

يوضح مدى وجود خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس في مجال الصحافة لدى أفراد العينة

مستوى الدلالة د ح 2	كا <sup>2</sup>	الترتيب	الإجمالي		مدى وجود خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس في مجال الصحافة
			%	ك	
0.001	18.000	1	54.8	46	لا
		2	26.2	22	إلى حد ما
		2	19	16	نعم
			100	84	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 19% من أفراد العينة لديهم خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس في مجال الصحافة، ونسبة 26.2% منهم لديهم خبرة إلى حد ما، ونسبة 54.8% منهم ليس لديهم خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس في مجال الصحافة.

ويتضح وجود فروق في مدى وجود خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس في مجال الصحافة، حيث كانت قيمة كا<sup>2</sup> = 18.000 وهي دالة عند مستوى 0.001؛ مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين ليس لديهم خبرة بكيفية استخدام تطبيقات تقنية الميتافيرس في مجال الصحافة. ويمكن تفسير ذلك إلى حداثة تقنيات الميتافيرس بصفة عامة وفي الصحافة بشكل خاص، ولم يتم تطبيقها في مصر بشكل موسع؛ مما أدى إلى ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين ليس لديهم خبرة باستخدامها في مجال الصحافة، وهذا ما أكدته دراسة (إسراء صابر، 2022)<sup>(46)</sup> التي أوضحت أن غالبية أفراد العينة من الصحفيين والخبراء ليس لديهم معرفة بتقنيات الميتافيرس وعدم جاهزيتهم لتوظيفها.



المحور الثاني: "اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية":

6- اتجاه أفراد العينة نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة:

جدول (7)

يوضح اتجاه سهوله استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية من وجهة نظر الصحفيين المصريين (عينة الدراسة) ن=88

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.59	3.4	3	34.1	30	62.5	55	أعتقد أن استخدام الصحف لتقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة يحتاج إلى خبرة تكنولوجية مسبقة
موافق	2.58	1.1	1	39.8	35	59.1	52	أرى أن استخدام الصحف لتقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة يحتاج إلى التدريب المستمر
موافق	2.58	3.4	3	35.2	31	61.4	54	أعتقد أنه على الصحفي بذل جهد أكبر لمعرفة كيفية تشغيل هذه التقنيات
إلى حد ما	2.18	28.4	25	25	22	46.6	41	أعتقد أن تقنيات الميٹافيرس معقدة في التعامل معها في مجال الصحافة
إلى حد ما	1.74	43.2	38	39.8	35	17	15	أعتقد أن استخدام الصحف لتقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة يتسم بالسهولة

\*من 1-1.66 غير موافق ومن 1.67-2.33 موافق إلى حد ما، ومن 2.34-3 موافق يتضح من الجدول السابق: أن أفراد العينة كانوا موافقين على مدى سهولة استخدام لتقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية بمتوسط مرجح 2.34 وذلك كما يلي:

- أعتقد أن استخدام الصحف لتقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة يحتاج إلى خبرة تكنولوجية مسبقة في الترتيب الأول بمتوسط 2.59.
- أرى أن استخدام الصحف لتقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة يحتاج إلى التدريب المستمر، وأعتقد أنه على الصحفي بذل جهد أكبر لمعرفة كيفية تشغيل هذه التقنيات في الترتيب الثاني بمتوسط 2.58.
- أعتقد أن تقنيات الميٹافيرس معقدة في التعامل معها في مجال الصحافة في الترتيب الثالث بمتوسط 2.18.
- أعتقد أن استخدام الصحف لتقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة يتسم بالسهولة في الترتيب الرابع بمتوسط 1.74. وهذا يؤكد على أن معظم أفراد العينة يرون أن استخدام تقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة يحتاج للتدريب والخبرة التكنولوجية المسبقة وأنها معقدة إلى حد كبير.

## جدول (8)

يوضح اتجاه الاستفادة المدركة لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية من وجهة نظر الصحفيين المصريين (عينة الدراسة) ن=88

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
إلى حد ما	2.09	10.2	9	70.5	62	19.3	17	أرى أن استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة سيفيد ويثري الصحفي
غير موافق	1.49	63.6	56	23.9	21	12.5	11	يعتبر استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة لا يفيد الصحفي ويجعله يفقد إمكاناته ويعتمد على الذكاء الصناعي فقط

\* من 1-1.66 غير موافق ومن 1.67-2.33 موافق إلى حد ما، ومن 2.34-3 موافق

يتضح من الجدول السابق: أن أفراد العينة كانوا موافقين إلى حد ما على

الاستفادة المدركة لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية بمتوسط مرجح

1.80 وذلك كما يلي:

- أرى أن استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة سيفيد ويثري الصحفي في

الترتيب الأول بمتوسط 2.09.

- يعتبر استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة لا يفيد الصحفي ويجعله يفقد

إمكاناته ويعتمد على الذكاء جاء في الترتيب الثاني بمتوسط مرجح 1.49%، وهذا

يدل على أنه على الرغم من احتياج استخدام تقنيات الميتافيرس للتدريب المستمر

والخبرة التكنولوجية؛ إلا أن الأغلب من عينة الدراسة يرون أنها ستفيد وتثري

الصحفي.

جدول (9)

يوضح اتجاه النوايا السلوكية لاستخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية من وجهة نظر الصحفيين المصريين (عينة الدراسة) ن=88

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
إلى حد ما	2.13	9.1	8	69.3	61	21.6	19	سأبحث عن الوسائل التي تعتمد عليها هذه التقنيات لأتعلّمها
إلى حد ما	2.09	9.1	8	72.7	64	18.2	16	أنوي تبادل المعلومات مع الآخرين حول هذه التقنية لا نستطيع استخدامها في الصحافة
غير موافق	1.48	70.5	62	11.4	10	18.2	16	لا أهتم باستخدام هذه التقنيات في مجال الصحافة

\*من 1-1.66 غير موافق ومن 1.67-2.33 موافق إلى حد ما، ومن 2.34-3 موافق

يتضح من الجدول السابق: أن أفراد العينة كانوا موافقين إلى حد ما على النوايا

السلوكية لاستخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية بمتوسط مرجح 1.90 وذلك كما يلي:

- سأبحث عن الوسائل التي تعتمد عليها هذه التقنيات لأتعلّمها في الترتيب الأول بمتوسط 2.13.
- أنوي تبادل المعلومات مع الآخرين حول هذه التقنية لكي نستطيع استخدامها في الصحافة في الترتيب الثاني بمتوسط 2.09.
- لا أهتم باستخدام هذه التقنيات في مجال الصحافة في الترتيب الثالث بمتوسط 1.48؛ مما يدل على أن غالبية الصحفيين المصريين (عينة الدراسة) لديهم رغبة في التعرف على تقنيات الميٹافيرس وتعلّمها وتبادل المعلومات حولها ولديهم الرغبة لاستخدامها.

## جدول (10)

يوضح اتجاه الاستخدام الفعلي لتقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية من وجهة نظر أفراد العينة  
ن=88

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
الى حد ما	2.26	5.7	5	62.5	55	31.8	28	أرى أن استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة خطوة مهمة لتقدم الصحافة الرقمية
الى حد ما	2.24	1.1	1	73.9	65	25	22	يعتبر استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة إجراء فعال بشدة
الى حد ما	2.20	9.1	8	61.4	54	29.5	26	أتمنى أن يتم استخدام تقنيات الميتافيرس بشكل أكبر في مجال الصحافة
غير موافق	1.48	72.7	64	6.8	6	20.5	18	يعتبر استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة إجراء غير فعال

\* من 1-1.66 غير موافق ومن 1.67-2.33 موافق الى حد ما، ومن 2.34-3 موافق

يتضح من الجدول السابق: أن أفراد العينة كانوا موافقين إلى حد ما على

الاستخدام الفعلي لتقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية بمتوسط مرجح 2.05 وذلك كالتالي:

- أرى أن استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة خطوة مهمة لتقدم الصحافة الرقمية في الترتيب الأول بمتوسط 2.26.
- يعتبر استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة إجراء فعال بشدة في الترتيب الثاني بمتوسط 2.24.
- أتمنى أن يتم استخدام تقنيات الميتافيرس بشكل أكبر في مجال الصحافة في الترتيب الثالث بمتوسط 2.20.
- يعتبر استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة إجراء غير فعال في الترتيب الرابع بمتوسط 1.48. هذا يؤكد اقتناع غالبية الصحفيين (عينة الدراسة) بأهمية استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة.

المحور الثالث: تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة على صناعة الصحافة والعمل الصحفي:

7- مدى تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في قارئية الصحف الورقية:

جدول (11)

يوضح مدى تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في قارئية الصحف الورقية

مستوى الدلالة د ح 2	كا <sup>2</sup>	الترتيب	الإجمالي		مدى تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في قارئية الصحف الورقية
			%	ك	
0.001	17.614	1	46.6	41	نعم
		2	40.9	36	إلى حد ما
		3	12.5	11	لا
			100	88	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 46.6% من أفراد العينة يرون وجود تأثير لاستخدام تقنيات الميتافيرس في قارئية الصحف الورقية، ونسبة 40.9% منهم يرون وجود تأثير إلى حد ما، ونسبة 12.9% منهم يرون عدم وجود تأثير لاستخدام تقنيات الميتافيرس في قارئية الصحف الورقية.

ويتضح وجود فروق في مدى تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في قارئية الصحف الورقية، حيث كانت قيمة كا<sup>2</sup> = 17.614 وهي دالة عند مستوى 0.001؛ مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون وجود تأثير لاستخدام تقنيات الميتافيرس في قارئية الصحف الورقية؛ مما يدل على اقتناع أفراد العينة بتأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة.

## 8- كيف يؤثر استخدام تقنيات الميـتافيرس على قارئـة الصحف الورقية: جدول (12)

يوضح كيف يؤثر استخدام تقنيات الميـتافيرس على قارئـة الصحف الورقية  
من وجهة نظر عينة الدراسة

مستوى الدلالة د ح 1	كا <sup>2</sup>	ترتيب	الإجمالي ن=77		كيف يؤثر استخدام تقنيات الميـتافيرس على قارئـة الصحف الورقية
			%	ك	
0.05	4.688	1	62.3	48	- سوف تؤدي إلى الاختفاء التدريجي للنسخ الورقية.
0.908 غير دالة	2.922	2	59.7	46	- سوف تحفز القراء على قراءة الصحف الورقية مع استخدام تقنيات الميـتافيرس
0.053 غير دالة	3.753	3	39	30	- سوف تحتاج إلى الربط بين النسخ الرقمية والنسخ الورقية للصحف
0.001	19.753	4	24.7	19	- لن يؤثر استخدام تقنيات الميـتافيرس على قراءة الصحف الورقية فالصحف الورقية لها جمهورها

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 62.3% من أفراد العينة يرون أن استخدام تقنيات الميـتافيرس سيؤثر على قارئـة الصحف الورقية حيث إنها "سوف تؤدي إلى الاختفاء التدريجي للنسخ الورقية"، ونسبة 59.7% منهم يرون أنها "سوف تحفز القراء على قراءة الصحف الورقية مع استخدام تقنيات الميـتافيرس"، ونسبة 39% منهم يرون أنها "سوف تحتاج إلى الربط بين النسخ الرقمية والنسخ الورقية للصحف".

ويتضح وجود فروق في كيف يؤثر استخدام تقنيات الميـتافيرس على قارئـة الصحف الورقية، حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.01، بينما لم يكن بينهم فروق في سوف تحفز القراء على قراءة الصحف الورقية مع استخدام تقنيات الميـتافيرس وسوف تحتاج إلى الربط بين النسخ الرقمية والنسخ الورقية للصحف، حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> غير دالة عند مستوى 0.05.

9- كيف سيؤثر استخدام تقنيات الميتافيرس على غرف العمل الصحفي:  
جدول (13)

يوضح كيف سيؤثر استخدام تقنيات الميتافيرس على غرف العمل الصحفي

مستوى الدلالة د ح 1	كا <sup>2</sup>	ترتيب	الإجمالي ن=88		كيف سيؤثر استخدام تقنيات الميتافيرس على غرف العمل الصحفي
			%	ك	
0.001	13.136	1	69.3	61	- سوف تساعد على توفير الوقت والجهد للصحفيين.
0.522 غير دالة	0.409	2	53.4	47	- سوف تجعل العمل الصحفي أكثر سهولة.
0.813 غير دالة	0.045	3	51.1	45	- سوف تتيح سهولة توفير المعلومات المطلوبة للصحفيين.
0.01	8.909	4	34.1	30	- سوف تجعل العمل الصحفي أكثر تعقيداً.
0.001	40.909	5	15.9	14	- لن تؤثر بشكل كبير على غرف العمل الصحفي.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 69.3% من أفراد العينة يرون أن استخدام تقنيات الميتافيرس ستؤثر على غرف العمل الصحفي لأنها "سوف تساعد على توفير الوقت والجهد للصحفيين"، ونسبة 53.4% منهم يرون أنها "سوف تجعل العمل الصحفي أكثر سهولة"، ونسبة 51.1% منهم يرون أنها "سوف تتيح سهولة توفير المعلومات المطلوبة للصحفيين".

ويتضح وجود فروق في كيف سيؤثر استخدام تقنيات الميتافيرس على غرف العمل الصحفي، حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> دالة عند مستوى دلالة اقل من 0.01، بينما لم يكن بينهم فروق في سوف تجعل العمل الصحفي أكثر سهولة وسوف تتيح سهولة توفير المعلومات المطلوبة للصحفيين، حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> غير دالة عند مستوى 0.05.

ويتضح مما سبق توقع الصحفيين المصريين (عينة الدراسة) بأن استخدام تقنيات الميتافيرس في غرف العمل الصحفي سوف يؤثر بشكل إيجابي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أيمن بريك، 2020)<sup>(47)</sup> والتي أوضحت أن القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية يرون أن استخدام تقنيات الذكاء الصناعي في الصحافة تسهم في توفير قنوات أسهل للتواصل، كما أنها تسهم في تغطية الأحداث بشكل أسرع.

## 10- تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة بصفة عامة: جدول (14)

يوضح تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة بصفة عامة

مستوى الدلالة د ح 1	كا <sup>2</sup>	ترتيب	الإجمالي ن=88		تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة بصفة عامة
			ك	%	
1.000 غير دالة	0.000	1	44	50	- ترفع من درجة المصدقية للقصة الخبرية.
0.394 غير دالة	0.727	2	40	45.5	- توفر محتوى تفاعليا يصعب تقديمه بالصحيفة الورقية.
0.286 غير دالة	1.136	3	39	44.3	- تعزز قيمة الإبداع في العمل الصحفي.
0.088 غير دالة	2.909	4	36	40.9	- تسهم في الفاعلية الإعلانية.
0.05	4.545	5	34	38.6	- تعد تقنية جذابة بصريا وسمعيا في مجال الصحافة.
0.05	6.545	6	32	36.4	- التطور على مستوى الشكل والمضمون والخدمات المقدمة من المؤسسات الصحفية بما يعزز مكانتها.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 50% من أفراد العينة يرون أن تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة بصفة عامة أنها ترفع من درجة المصدقية للقصة الخبرية"، ونسبة 45.5% منهم يرون أنها توفر محتوى تفاعليا يصعب تقديمه بالصحيفة الورقية"، ونسبة 44.3% منهم يرون أنها "تعزز قيمة الإبداع في العمل الصحفي".

ويتضح عدم وجود فروق في تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة بصفة عامة، حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، بينما كان بينهم فروق في "تعد تقنية جذابة بصريا وسمعيا في مجال الصحافة"، و"التطور على مستوى الشكل والمضمون والخدمات المقدمة من المؤسسات الصحفية بما يعزز مكانتها" حيث كانت قيمة كا<sup>2</sup> دالة عند مستوى 0.05، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أحمد عبد المجيد، 2021) (48) والتي أوضحت أن أهم التأثيرات المتوقع حدوثها في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القائمين بالاتصال، حيث جاء في المرتبة الأولى "اتجاه مزيد من الصحف للأخذ بالمستجدات التكنولوجية بمتوسط حسابي 2.82، وفي المرتبة الثانية جاء "تحول بعض الصحف من الشكل الورقي إلى الشكل الإلكتروني، ثم جاء في المرتبة الثالثة "الاهتمام بتدريب الكوادر الصحفية وتأهيلها لكي تكون قادرة على التعامل مع هذه التقنيات".



## 11- التكلفة المتوقعة لاستخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة:

جدول (15)

بوضوح التكلفة المتوقعة لاستخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة

مستوى الدلالة د ح 2	كا <sup>2</sup>	الترتيب	الإجمالي		التكلفة المتوقعة لاستخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة
			%	ك	
0.01	12.000	1	38.6	34	أعتقد تتطلب تكلفة مادية كبيرة لاستخدامها
		2	27.3	24	أعتقد أنها تكلفة متوسطة
		3	20.5	18	أعتقد أنها تكلفة قليلة
		4	13.6	12	أعتقد أنها غير مكلفة
			100	88	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 38.6% من أفراد العينة يعتقدون أن التكلفة المتوقعة لاستخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة "كبيرة"، ونسبة 27.3% منهم يعتقدون أنها "تكلفة متوسطة"، ونسبة 20.5% منهم يعتقدون أنها "تكلفة قليلة"، ونسبة 13.6% منهم يعتقدون أنها "غير مكلفة".

ويتضح وجود فروق في التكلفة المتوقعة لاستخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة، حيث كانت قيمة كا<sup>2</sup> = 12.000 وهي دالة عند مستوى 0.01؛ مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يعتقدون أن التكلفة المتوقعة لاستخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة كبيرة.

## 12- أهم الدوافع التي تجعل المؤسسات الصحفية توظف تطبيقات الميتافيرس:

جدول (16)

بوضوح أهم الدوافع التي تجعل المؤسسات الصحفية توظف تطبيقات الميتافيرس

مستوى الدلالة د ح 1	كا <sup>2</sup>	ترتيب	الإجمالي ن=88		أهم الدوافع التي تجعل المؤسسات الصحفية توظف تطبيقات الميتافيرس
			%	ك	
0.394 غير دالة	0.727	1	54.5	48	- لتعزيز التنافسية بين المؤسسات الصحفية.
0.670 غير دالة	0.182	2	52.3	46	- لمواكبة التطورات التقنية الحديثة.
0.670 غير دالة	0.182	2	52.3	46	- محاولة الوصول لمستخدمي الميتافيرس وضمهم لجمهور المؤسسة الصحفية.
0.394 غير دالة	0.727	3	45.5	40	- لتوفير ربح للمؤسسات الصحفية من خلال زيادة عدد القراء.
0.001	18.182	4	27.3	24	- لمواجهة انخفاض قارئية الصحف الورقية.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 54.5% من أفراد العينة يرون أن أهم

الدوافع التي تجعل المؤسسات الصحفية توظف تطبيقات الميٹافيرس هي "لتعزيز التنافسية بين المؤسسات الصحفية"، ونسبة 52.3% منهم يرون أنها "لماكبة التطورات التقنية الحديثة"، ونسبة 52.3% منهم يرون أنها "محاولة الوصول لمستخدمي الميٹافيرس وضمهم لجمهور المؤسسة الصحفية".

ويتضح عدم وجود فروق في أهم الدوافع التي تجعل المؤسسات الصحفية توظف تطبيقات الميٹافيرس، حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، بينما كان بينهم فروق في لمواجهة انخفاض قارئية الصحف الورقية حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> دالة عند مستوى 0.001.

المحور الرابع: "أهم التحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميٹافيرس في العمل الصحفي":

13- أهم المعوقات والتحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة:

جدول (17)

يوضح أهم المعوقات والتحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة

مستوى الدلالة د ح 1	كا <sup>2</sup>	ترتيب	الإجمالي ن=88		أهم المعوقات والتحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة
			%	ك	
0.01	8.909	1	65.9	58	- عدم وجود صحفيين مدربين على تقنيات الميٹافيرس.
0.088 غير دالة	2.909	2	59.1	52	- عدم وضوح فكرة الميٹافيرس لدى الكثيرين حتى الآن.
0.201 غير دالة	1.636	3	56.8	50	- ضعف الإمكانيات المادية والبنية التحتية في المؤسسات الصحفية.
0.201 غير دالة	1.636	4	43.2	38	- عدم قناعة المسؤولين عن المؤسسات الصحفية بدخول عالم الميٹافيرس.
0.001	13.136	5	30.7	27	- عدم وجود قوانين وضوابط أخلاقية تحكم العالم الافتراضي وعالم الميٹافيرس.
0.001	33.136	6	19.3	17	- عدم تحديد وصف وظيفي لمهام الصحفي داخل عالم الميٹافيرس.
0.001	35.636	7	18.2	16	- الكم الهائل من التطبيقات الحديثة التي يصعب ملاحقتها.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 65.9% من أفراد العينة يرون أن أهم المعوقات والتحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة هي

"عدم وجود صحفيين مدربين على تقنيات الميٹافيرس"، ونسبة 59.1% منهم يرون أنها "عدم وضوح فكرة الميٹافيرس لدى الكثيرين حتى الآن"، ونسبة 56.8% منهم يرون أنها "ضعف الإمكانيات المادية والبنية التحتية في المؤسسات الصحفية".

ويتضح وجود فروق في أهم الموقفات والتحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميٹافيرس في مجال الصحافة، حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.01، بينما لم يكن بينهم فروق في ضعف الإمكانيات المادية والبنية التحتية في المؤسسات الصحفية، وعدم وضوح فكرة الميٹافيرس لدى الكثيرين حتى الآن، وعدم قناعة المسؤولين عن المؤسسات الصحفية بدخول عالم الميٹافيرس؛ حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> غير دالة عند مستوى 0.05. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أحمد عبد المجيد، 2021) (49) حيث جاءت نسبة 54% من أفراد العينة يرون أن عدم توافر الموارد المالية الكافية هي أولى أسباب عدم اهتمام المؤسسات الصحفية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

14- أهم خطط واستراتيجيات المؤسسات الصحفية تجاه استخدام تقنية الميٹافيرس:  
جدول (18)

يوضح أهم خطط واستراتيجيات المؤسسات الصحفية تجاه استخدام تقنية الميٹافيرس

مستوى الدلالة د ح 1	كا <sup>2</sup>	ترتيب	الإجمالي ن=88		أهم خطط واستراتيجيات المؤسسات الصحفية تجاه استخدام تقنية الميٹافيرس
			%	ك	
0.01	7.682	1	64.8	57	- عمل دورات تدريبية للعاملين بالصحافة في التقنيات التكنولوجية الحديثة المستخدمة في العمل الصحفي.
0.831 غير دالة	0.045	2	51.1	45	- الاطلاع على تجارب المؤسسات الصحفية التي استخدمت تقنيات الميٹافيرس وتم تطبيقها فيها فعليا.
0.088 غير دالة	2.909	3	40.9	36	- تطوير البنية الرقمية للمؤسسات الصحفية.
0.05	6.545	4	36.4	32	- إتاحة أرشيف رقمي متكامل لاستخدامه في تقنيات الميٹافيرس.
0.001	28.409	6	21.6	19	- ربط النسخ الورقية بالنسخ الرقمية للصحف.
0.001	16.409	5	28.4	25	- الاهتمام بتطوير ودعم الأقسام الفنية والتقنية داخل المؤسسات الصحفية بما يتماشى مع تقنيات الميٹافيرس.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 64.8% من أفراد العينة يرون أن أهم خطط واستراتيجيات المؤسسات الصحفية تجاه استخدام تقنية الميٹافيرس هي "عمل دورات تدريبية للعاملين بالصحافة في التقنيات التكنولوجية الحديثة المستخدمة في العمل

الصحفي"، ونسبة 51.1% منهم يرون أنها "الاطلاع على تجارب المؤسسات الصحفية التي استخدمت تقنيات الميتافيرس وتم تطبيقها فيها فعليا"، ونسبة 44.7% منهم يرون أنها "تطوير البنية الرقمية للمؤسسات الصحفية".

ويتضح وجود فروق في أهم خطط واستراتيجيات المؤسسات الصحفية تجاه استخدام تقنية الميتافيرس، حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> دالة عند مستوى دلالة اقل من 0.05، بينما لم يكن بينهم فروق في تطوير البنية الرقمية للمؤسسات الصحفية والاطلاع على تجارب المؤسسات الصحفية التي استخدمت تقنيات الميتافيرس وتم تطبيقها فيها فعليا حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> غير دالة عند مستوى 0.05. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (نها عبد المقصود، 2002)<sup>(50)</sup> والتي أوضحت أن "وضع ميزانيات وبنود مالية مخصصة لتطبيق التقنيات التكنولوجية الرقمية"، و"وضع خطط للتدريب والتأهيل للقائم بالاتصال لإجادة استخدام هذه التقنيات" قد جاءت في مقدمة أسباب تحقيق مستقبل واعد للممارسة المهنية بالوسائل الإقليمية في ظل توظيف التقنيات التكنولوجية بها.

#### 15- أسباب عدم امتلاك معلومات عن تقنية الميتافيرس:

جدول (19)

يوضح أسباب عدم معرفة معلومات عن تقنية الميتافيرس

مستوى الدلالة د ح 1	كا <sup>2</sup>	ترتيب	الإجمالي ن-12		أسباب عدم معرفة معلومات عن تقنية الميتافيرس
			ك	%	
0.083 غير دالة	3.000	1	9	75	- أرى أن التكنولوجيا الحديثة شيء معقد.
0.564 غير دالة	0.333	2	7	58.3	- لم يسبق لي وعرفت شيء عنها.
0.564 غير دالة	0.333	3	5	41.7	- لأنني غير مهتم بالتكنولوجيا الحديثة.
0.05	5.333	4	2	16.7	- لأنني لا أرى أنها مفيدة.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 75% من أفراد العينة ليس لديهم معلومات عن تقنية الميتافيرس بسبب أنهم يرون أن التكنولوجيا الحديثة شيء معقد، ونسبة 58.3% منهم ليس لديهم معلومات عن تقنية الميتافيرس بسبب أنهم لم يسبق لهم معرفة شيء عنها، ونسبة 41.7% منهم ليس لديهم معلومات عن تقنية الميتافيرس بسبب أنهم غير مهتمين بالتكنولوجيا الحديثة.

ويتضح عدم وجود فروق في أسباب عدم معرفة معلومات عن تقنية الميتافيرس، حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، بينما كان بينهم فروق في "لأنني لا أرى أنها مفيدة" حيث كانت قيم كا<sup>2</sup> دالة عند مستوى 0.05.

اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية وبين المتغيرات التالية (التخصص الوظيفي- المنصات الإعلامية التي يعمل بها- سنوات الخبرة- النوع- ملكية المؤسسات التي يعمل بها- شغل مناصب إدارية).<sup>1</sup>(أ)- الفروق بين التخصصات الوظيفية في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية:  
جدول (20)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية باختلاف التخصصات الوظيفية

التخصص الوظيفي	ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة	ديسك	تحقيقات	الإخراج	لم يحدد
سهولة الاستخدام	أخبار	11.8	1.664	1.346	0.260	غير دالة			
	ديسك وإدارة	11.7	2.058						
	تحقيقات	11.3	1.941						
	الإخراج الفني	11.8	1.288						
	لم يحدد	13.7	1.155						
	جملة	11.7	1.766						
الاستفادة المدركة	أخبار	3.4	0.698	2.550	0.05				-
	ديسك وإدارة	3.8	0.632						
	تحقيقات	3.5	0.744						
	الإخراج الفني	3.7	0.651						
	لم يحدد	4.7	0.577						
	جملة	3.6	0.723						
النوايا السلوكية	أخبار	5.5	1.010	1.007	0.409	غير دالة			
	ديسك وإدارة	5.4	0.843						
	تحقيقات	5.9	1.386						

التخصص الوظيفي	ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة	ديسك	تحقيقات	الإخراج	لم يحدد	
الإخراج الفني	12	6.0	1.537							
	3	6.0	0.00							لم يحدد
	88	5.7	1.197							جملة
الاستخدام الفعلي	35	7.9	1.331	2.329	0.063	غير دالة				
	10	7.9	1.523							ديسك وإدارة
	28	8.2	1.442							تحقيقات
	12	9.3	1.603							الإخراج الفني
	3	8.7	1.155							لم يحدد
	88	8.2	1.466							جملة
الدرجة الكلية للاتجاه	35	28.5	3.248	1.689	0.159	غير دالة				
	10	28.8	3.190							ديسك وإدارة
	28	28.9	4.277							تحقيقات
	12	30.7	36.499							الإخراج الفني
	3	33	1.732							لم يحدد
	88	29.1	3.673							جملة

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف التخصصات الوظيفية في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (سهولة الاستخدام- النوايا السلوكية- الاستخدام الفعلي)، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف التخصصات الوظيفية في الاستفادة المدركة، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بالأخبار والعاملين بتخصصات غير

محددة في الاستفادة المدركة لصالح العاملين بتخصصات غير محددة عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بالتحقيقات والعاملين بتخصصات غير محددة في الاستفادة المدركة لصالح العاملين بتخصصات غير محددة عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بالإخراج الفني والعاملين بتخصصات غير محددة في الاستفادة المدركة لصالح العاملين بتخصصات غير محددة عند مستوى 0.05.

أ(ب)- الفروق بين المنصات الإعلامية التي يعمل بها في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية:  
جدول (21)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية باختلاف المنصات الإعلامية التي يعمل بها

المنصات الإعلامية	ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة	خدمة SMS	النسخة الإلكترونية	صفحات التواصل
سهولة الاستخدام	17	11.7	2.054	0.315	0.815	غير دالة		
	6	11.0	2.828					
	54	11.7	1.621					
	11	11.8	1.471					
	88	11.7	1.766					
الاستفادة المدركة	17	3.5	0.624	1.266	0.291	غير دالة		
	6	3.8	0.753					
	54	3.5	0.746					
	11	3.9	0.701					
	88	3.6	0.723					
التوايا السلوكية	17	3.2	0.809	1.819	0.150	غير دالة		
	6	6.3	1.506					
	54	5.8	1.279					

المنصات الإعلامية	ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة	خدمة SMS	النسخة الإلكترونية	صفحات التواصل
المنصات الإعلامية	11	5.6	0.924					صفحات التواصل
	88	5.7	1.197					جملة
الاستخدام الفعلي	17	7.7	1.263	3.013	0.05	-	*1.794	النسخة الورقية
	6	9.5	1.517					خدمة SMS
	54	8.1	1.344					النسخة الإلكترونية
	11	8.7	1.902					صفحات التواصل
	88	8.2	1.466					جملة
الدرجة الكلية للاتجاه	17	28.1	3.839	1.037	0.381	غير دالة		النسخة الورقية
	6	30.7	4.52					خدمة SMS
	54	29.1	3.565					النسخة الإلكترونية
	11	30.1	3.477					صفحات التواصل
	88	29.1	3.673					جملة

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف المنصات الإعلامية في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (سهولة الاستخدام- الاستفادة المدركة- النوايا السلوكية)، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف المنصات الإعلامية في الاستخدام الفعلي لتقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بالنسخة الورقية والعاملين بخدمة SMS في الاستخدام الفعلي لصالح العاملين بخدمة SMS عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بخدمة SMS والعاملين بالنسخة الإلكترونية في الاستخدام الفعلي لصالح العاملين بخدمة SMS عند مستوى 0.05.



أ(ج)-الفروق بين سنوات الخبرة في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية:

جدول (22)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية باختلاف سنوات الخبرة

أكثر من 20 سنة	من 11 إلى 20 سنة	من 5-10 سنوات	الدلالة	ف	انحراف معيار	المتوسط	ن	سنوات الخبرة	
			0.817 غير دالة	0.169	1,554	11.6	36	أقل من خمس سنوات	سهولة الاستخدام
					1,827	11.6	23	من 5-10 سنوات	
					1,929	11.7	26	من 11 إلى 20 سنة	
					3,055	12.3	3	أكثر من 20 سنة	
					1,766	11.7	88	جملة	
- *1.444			0.01	4.624	0.809	3.6	36	أقل من خمس سنوات	الاستفادة المدركة
- *1.538					0.507	3.6	23	من 5-10 سنوات	
- *1.538					0.582	3.5	26	من 11 إلى 20 سنة	
					1,000	5.0	3	أكثر من 20 سنة	
					0.723	3.6	88	جملة	
			0.386 غير دالة	0.763	1,049	5.6	36	أقل من خمس سنوات	النوايا السلوكية
					1,278	5.8	23	من 5-10 سنوات	
					1,231	5.7	26	من 11 إلى 20 سنة	
					2,309	6.3	3	أكثر من 20 سنة	
					1,197	5.7	88	جملة	
			0.361 غير دالة	1.083	1,417	8.1	36	أقل من خمس سنوات	الاستخدام الفعلي
					1,267	8.2	23	من 5-10 سنوات	
					1,468	8.1	26	من 11 إلى 20 سنة	
					3.21	9.7	3	أكثر من 20 سنة	
					1,466	8.2	88	جملة	

أكثر من 20 سنة	من 11 إلى 20 سنة	من 5-10 سنوات	الدلالة	ف	انحراف معيار	المتوسط	ن	سنوات الخبرة	الدرجة الكلية للاتجاه
			0,250 غير دالة	1,396	3,401	28,9	36	أقل من خمس سنوات	
					3,709	29,1	23	من 5-10 سنوات	
					3,440	28,9	26	من 11 إلى 20 سنة	
					7,572	33,3	3	أكثر من 20 سنة	
					3,673	29,1	88	جملة	

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف سنوات الخبرة في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (سهولة الاستخدام- النوايا السلوكية- الاستخدام الفعلي)، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أيمن بريك، 2020)<sup>(51)</sup> حيث وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وذلك تبعاً لمستوى الخبرة.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف سنوات الخبرة في الاستفادة المدركة استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.01.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ذوي الخبرة أقل من خمس سنوات وذوي الخبرة أكثر من 20 سنة في الاستفادة المدركة استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية لصالح ذوي الخبرة أكثر من 20 سنة عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ذوي الخبرة من 5-10 سنوات وذوي الخبرة أكثر من 20 سنة في الاستفادة المدركة استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية لصالح ذوي الخبرة أكثر من 20 سنة عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ذوي الخبرة من 11-20 سنة وذوي الخبرة أكثر من 20 سنة في الاستفادة المدركة استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية لصالح ذوي الخبرة أكثر من 20 سنة عند مستوى 0.05.

أ(د)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية.  
جدول (23)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية

المتغير	الجنس	ذكور(ن=43)		إناث(ن=45)		ت	مستوى الدلالة د. ح 86
		ع	م	ع	م		
سهولة الاستخدام		1.907	11.5	1.628	11.8	0.823	0.413 غير دالة
الاستفادة المدركة		0.728	3.6	0.725	3.6	0.317	0.572 غير دالة
النوايا السلوكية		1.337	5.7	1.072	5.7	0.034	0.973 غير دالة
الاستخدام الفعلي		1.653	8.5	1.198	7.9	2.103	0.05
الدرجة الكلية للاتجاه		4.368	29.3	2.895	28.9	0.499	0.619 غير دالة

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (سهولة الاستخدام- الاستفادة المدركة- النوايا السلوكية)، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراة (أيمن بريك، 2020)<sup>(52)</sup> والتي أوضحت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية تبعاً لنوع القائمين بالاتصال.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في الاستخدام الفعلي لصالح الذكور، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.001.

## أ(د)- الفروق بين ملكية المؤسسات في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية:

جدول (24)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية باختلاف ملكية المؤسسات التي يعمل بها

الدلالة	ف	انحراف معيار	المتوسط	ن	ملكية المؤسسات	
0.616 غير دالة	0.601	1.701	11.3	28	مؤسسة خاصة	سهولة الاستخدام
		1.988	11.7	15	مؤسسة حربية	
		1.771	11.9	28	مؤسسة قومية	
		1.721	11.8	19	أكثر من مؤسسة	
		1.766	11.7	88	جملة	
0.305 غير دالة	1.227	0.772	3.7	28	مؤسسة خاصة	الاستفادة المدركة
		0.632	3.6	15	مؤسسة حربية	
		0.561	3.4	28	مؤسسة قومية	
		0.931	3.8	19	أكثر من مؤسسة	
		0.723	3.6	88	جملة	
0.166 غير دالة	1.734	1.388	6	28	مؤسسة خاصة	النوايا السلوكية
		0.817	5.3	15	مؤسسة حربية	
		1.152	5.4	28	مؤسسة قومية	
		1.124	5.9	19	أكثر من مؤسسة	
		1.197	5.7	88	جملة	
0.133 غير دالة	1.917	1.425	8.6	28	مؤسسة خاصة	الاستخدام الفعلي
		1.437	7.9	15	مؤسسة حربية	
		1.354	7.8	28	مؤسسة قومية	
		1.633	8.5	19	أكثر من مؤسسة	
		1.466	8.2	88	جملة	
0.481 غير دالة	0.830	4.176	29.6	28	مؤسسة خاصة	الدرجة الكلية للاثجاه
		2.134	28.5	15	مؤسسة حربية	
		3.610	28.5	28	مؤسسة قومية	
		4.017	30	19	أكثر من مؤسسة	
		3.673	29.1	88	جملة	

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف ملكية المؤسسات التي يعمل بها في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (سهولة الاستخدام-

الاستفادة المدركة- النوايا السلوكية- الاستخدام الفعلي)، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05؛ مما يدل على عدم تأثير ملكية المؤسسات التي يعمل بها عينة الدراسة على اتجاهاتهم نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية. أ(و)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين من يشغل منصباً إدارياً ومن لا يشغل منصباً إدارياً في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية.

#### جدول (25)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات من يشغل منصباً إدارياً ومن لا يشغل منصباً إدارياً في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية

المتغير	المنصب الإداري		لا يشغل منصباً (ن=59)		منصب إداري (ن=29)		ت	مستوى الدلالة د. ح 86
	ع	م	ع	م	ع	م		
سهولة الاستخدام	11.5	1.938	11.7	1.688	0.568	-	0.571 غير دالة	
الاستفادة المدركة	3.7	0.751	3.5	0.704	1.321		0.190 غير دالة	
النوايا السلوكية	6.1	1.534	5.5	0.954	2.104		0.05	
الاستخدام الفعلي	8.4	1.701	8.1	1.337	1.041		0.301 غير دالة	
الدرجة الكلية للاتجاه	29.7	4.689	28.8	3.058	1.074		0.286 غير دالة	

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات من يشغل منصباً إدارياً ومن لا يشغل منصباً إدارياً في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة المصرية كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (سهولة الاستخدام- الاستفادة المدركة- الاستخدام الفعلي)، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات من يشغل منصباً إدارياً ومن لا يشغل منصباً إدارياً في النوايا السلوكية لصالح من يشغل منصباً إدارياً، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى 0.05. مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول جزئياً.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سهولة الاستخدام المدركة والنوايا السلوكية لتقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية.

#### جدول (26)

يوضح العلاقة بين سهولة الاستخدام المدركة والنوايا السلوكية للصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية

النوايا السلوكية للصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.05	ضعيف	طردي	*0.218	سهولة الاستخدام المدركة

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية ضعيفة بين سهولة الاستخدام المدركة والنوايا السلوكية للصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية، حيث كانت ( $0.3 > 0$ ) دالة عند مستوى 0.05. أي انه كلما زادت سهولة الاستخدام المدركة زادت النوايا السلوكية للصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (هند يحيى، 2022)<sup>(53)</sup>. والتي أوضحت وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة دالة إحصائياً بين سهولة الاستخدام المدركة للطائرات بدون طيار والنوايا السلوكية.

مما سبق يتضح تحقق الفرض الثاني كلياً.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستفادة المدركة والنوايا السلوكية لتقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية.

#### جدول (27)

يوضح العلاقة بين الاستفادة المدركة والنوايا السلوكية لتقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية

النوايا السلوكية لتقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.01	متوسط	طردي	**0.487	الاستفادة المدركة

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية متوسطة بين سهولة الاستفادة المدركة والنوايا السلوكية لتقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية، حيث كانت

( $0.3 > r > 0.7$ ) دالة عند مستوى 0.01. أي أنه كلما زادت درجة سهولة الاستفادة المدركة زادت درجة النوايا السلوكية لتقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد عبده، 2022) <sup>(54)</sup> حيث أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاستفادة المدركة والنوايا السلوكية لتقبل استخدام التطبيقات الصحفية عبر الهواتف الذكية لدى الجمهور في المجتمع السعودي. مما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث كلياً.

الفرض الرابع: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وبين اتجاههم نحو تأثير هذا الاستخدام على العمل الصحفي.  
جدول (28)

يوضح العلاقة بين اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وبين اتجاههم نحو تأثير هذا الاستخدام على العمل الصحفي

اتجاههم نحو تأثير هذا الاستخدام على العمل الصحفي				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.01	متوسط	طردي	**0.482	سهولة الاستخدام
0.01	متوسط	طردي	**0.521	الاستفادة المدركة
0.01	متوسط	طردي	**0.495	النوايا السلوكية
0.01	متوسط	طردي	**0.424	الاستخدام الفعلى
0.01	متوسط	طردي	**0.488	الدرجة الكلية

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية متوسطة بين اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وبين اتجاههم نحو تأثير هذا الاستخدام على العمل الصحفي، حيث كانت ( $0.3 > r > 0.7$ ) دالة عند مستوى 0.01. أي أنه كلما زادت اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية زادت اتجاههم نحو تأثير هذا الاستخدام على العمل الصحفي. مما سبق يتضح تحقق الفرض الرابع كلياً.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس باختلاف المتغيرات التالية (التخصص الوظيفي- المنصات الإعلامية التي يعمل بها- سنوات الخبرة- النوع- ملكية المؤسسات التي يعمل بها- شغل مناصب إدارية).

5(أ)- الفروق بين التخصصات الوظيفية في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس:

جدول (29)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس باختلاف التخصصات الوظيفية

الدلالة	ف	انحراف معيار	المتوسط	ن	التخصص الوظيفي	مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس
0.398 غير دالة	1.027	0.619	2.3	38	أخبار	
		0.894	2.0	16	ديسك وإدارة	
		0.531	2.2	30	تحقيقات	
		0.650	2.4	13	الإخراج الفني	
		0.000	2.0	3	لم يحدد	
		0.645	2.2	100	جملة	

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف التخصصات الوظيفية في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

5(ب)- الفروق بين المنصات الإعلامية التي يعمل بها في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس:

جدول (30)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس باختلاف

المنصات الإعلامية التي يعمل بها

صفحات التواصل	النسخة الإلكترونية	خدمة SMS	الدلالة	ف	انحراف معيار	المتوسط	ن	المنصات الإعلامية	مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس
*0.504-	*0.358-	*0.587-	0.05	2.749	0.668	1.9	23	النسخة الورقية	
					0.548	2.5	6	خدمة SMS	
					0.611	2.3	59	النسخة الإلكترونية	
					0.669	2.4	12	صفحات التواصل	
					0.645	2.2	100	جملة	

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف المنصات الإعلامية في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند



مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بالنسخة الورقية والعاملين بخدمة SMS في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس المصرية لصالح العاملين بخدمة SMS عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بالنسخة الورقية والعاملين بالنسخة الإلكترونية في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس المصرية لصالح العاملين بالنسخة الإلكترونية عند مستوى 0.05.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بالنسخة الورقية والعاملين بصفحات التواصل في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس المصرية لصالح العاملين بصفحات التواصل عند مستوى 0.05. ويمكن تفسير ذلك بأن العاملين بصفحات التواصل الاجتماعي يكون لديهم خبرة تكنولوجية بحكم طبيعة عملهم الذي يحتاج التعامل مع الوسائل التكنولوجية بعكس العاملين بالنسخة الورقية.

5(ج)- الفروق بين سنوات الخبرة في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس المصرية:  
جدول (31)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس المصرية باختلاف سنوات الخبرة

الدلالة	ف	انحراف معيار	المتوسط	ن	سنوات الخبرة	مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس المصرية
0.325 غير دالة	1.172	0.529	2.3	37	أقل من خمس سنوات	
		0.705	2.1	28	من 5-10 سنوات	
		0.717	2.2	31	من 11 إلى 20 سنة	
		0.500	1.8	4	أكثر من 20 سنة	
		0.645	2.2	100	جملة	

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف سنوات الخبرة في مدى المعرفة بتقنية الميٹافيرس المصرية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

5(د)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية.

جدول (32)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات الذكور والإناث في ات مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية

مستوى الدلالة د.ح 98	ت	إناث (ن=50)		ذكور (ن=50)		الجنس المتغير
		ع	م	ع	م	
0.758 غير دالة	0.309-	0.625	2.2	0.670	2.2	مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث في مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

5(ه)- الفروق بين ملكية المؤسسات في مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية:

جدول (33)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية باختلاف ملكية المؤسسات التي يعمل بها

الدلالة	ف	انحراف معيار	المتوسط	ن	ملكية المؤسسات	مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية
0.561 غير دالة	0.689	0.601	2.2	31	مؤسسة خاصة	
		0.712	2.4	17	مؤسسة حربية	
		0.687	2.2	34	مؤسسة قومية	
		0.583	2.1	18	أكثر من مؤسسة	
		0.645	2.2	100	جملة	

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف ملكية المؤسسات التي يعمل بها في مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

5(و)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين من يشغل مناصب إدارياً ومن لا يشغل مناصب إدارياً في مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية.  
جدول (34)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات من يشغل مناصب إدارياً ومن لا يشغل مناصب إدارياً في مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس

مستوى الدلالة د.ح 98	ت	لا يشغل مناصب (ن=65)		منصب إداري (ن=35)		المتغير
		ع	م	ع	م	
0.821 غير دالة	0.227	0.719	2.2	0.606	2.2	مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات من يشغل مناصب إدارياً ومن لا يشغل مناصب إدارياً في مدى المعرفة بتقنية الميتافيرس المصرية، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05. مما سبق يتضح تحقق الفرض الخامس جزئياً.

النتائج العامة للدراسة:

تعد اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة من الموضوعات المهمة؛ نظراً لحدوث هذا الموضوع وأهميته في تطوير العمل الصحفي، وقد حاولت الدراسة التعرف على هذه الاتجاهات وتأثير هذا الاستخدام على العمل

الصحفي بصفة عامة، ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

1- جاءت نسبة 34.1% من أفراد العينة لديهم معلومات عن أهم تقنيات الميتافيرس، ونسبة 54% منهم لديهم معلومات عن أهم تقنيات الميتافيرس "إلى حد ما"، في حين 4.5% ليس لديهم معلومات عنها. واتضح أن نسبة 86.9% من أفراد العينة يرون أن أهم تطبيقات تطبيقات الميتافيرس هي تطبيقات "الواقع المعزز AR"، ويلبها جاءت تطبيقات الواقع الافتراضي بنسبة 44%.

2- أضح أن نسبة 19% من أفراد العينة لديهم خبرة بكيفية استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة، ونسبة 26.2% منهم لديهم خبرة "إلى حد ما"، ونسبة 54.8% منهم ليس لديهم خبرة بكيفية استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة؛ وهذه تعتبر نسبة مرتفعة.

3- اتضح أن أفراد العينة كانوا "موافقين" على سهولة استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة بمتوسط مرجح 2.34، كما كانوا موافقين "إلى حد ما" على الاستفادة المدركة لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية بمتوسط مرجح 1.80، كما أنهم كانوا موافقين "إلى حد ما" على النوايا السلوكية لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية بمتوسط مرجح 1.90. كما أنهم كانوا موافقين "إلى حد ما" على الاستخدام الفعلي لتقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية بمتوسط مرجح 2.05.

4- جاءت نسبة 69.3% من أفراد العينة يرون أن استخدام تقنيات الميتافيرس على غرف العمل الصحفي "سوف تساعد على توفير الوقت والجهد للصحفيين"، ونسبة 53.4% منهم يرون أنها "سوف تجعل العمل الصحفي أكثر سهولة"، ونسبة 51.1% منهم يرون أنها "سوف تتيح سهولة توفير المعلومات المطلوبة للصحفيين". وعلى الجانب الآخر وجد أن 50% من أفراد العينة يرون أن تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة بصفة عامة أنها "ترفع من درجة المصداقية للقصة الخبرية"، ونسبة 45.5% منهم يرون أنها توفر محتوى تفاعلياً يصعب تقديمه بالصحف الورقية".

5- تبين أن نسبة 65.9% من أفراد العينة يرون أن أهم المعوقات والتحديات التي تواجه استخدام تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة هي "عدم وجود صحفيين مدربين على تقنيات الميتافيرس"، ونسبة 59.1% منهم يرون أنها "عدم وضوح فكرة الميتافيرس لدى الكثيرين حتى الآن، أما عن أهم وخطط استراتيجيات المؤسسات الصحفية تجاه استخدام تقنية الميتافيرس فقد رأى 64.8% من أفراد العينة أن "عمل دورات تدريبية للعاملين بالصحافة في التقنيات التكنولوجية الحديثة المستخدمة في العمل الصحفي" هي من أهم الخطط، كما أن نسبة 51.1% منهم يرون أنها "الاطلاع على تجارب المؤسسات الصحفية التي استخدمت تقنيات الميتافيرس وتم تطبيقها فعلياً".

6- اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف (التخصصات الوظيفية- سنوات الخبرة في اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (سهولة الاستخدام- النوايا السلوكية- الاستخدام الفعلي)، كما اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف (المنصات الإعلامية- النوع) في

- اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (سهولة الاستخدام- الاستفادة المدركة- النوايا السلوكية).
- 7- اتضح وجود علاقة طردية ضعيفة بين سهولة الاستخدام المدركة والنوايا السلوكية للصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية، كما تبين وجود علاقة طردية متوسطة بين الاستفادة المدركة والنوايا السلوكية لتقبل الصحفيين المصريين لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية.
- 8- تبين وجود علاقة طردية متوسطة بين اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وبين اتجاهاتهم نحو تأثير هذا الاستخدام على العمل الصحفي.
- 9- تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف (التخصصات الوظيفية- سنوات الخبرة- النوع- ملكية المؤسسات التي يعمل بها- شغل منصب إداري) في مدى المعرفة بتقنيات الميتافيرس.
- التوصيات:**

بعد موضوع تقنيات الميتافيرس من الموضوعات الحديثة والتي تحتاج إلى الدراسة المتعمقة في جميع المجالات بشكل عام وفي مجال الصحافة بشكل خاص. وانطلاقاً من هذه الدراسة التي ركزت على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة وتأثير هذا الاستخدام في صناعة الصحافة، يمكن وضع بعض التوصيات والتي قد تسهم في الإفادة من تقنيات الميتافيرس في مجال الصحافة، وذلك كما يلي:

- 1- ينبغي إقتناع الصحفيين أن تقنية الميتافيرس هي تطور حتمي ضمن التطورات التكنولوجية والتي لا يمكن إغفالها أو تجاهلها.
- 2- الاهتمام بوضع خطة تدريبية للصحفيين في المؤسسات الصحفية؛ لتعريفهم بتقنيات الميتافيرس وتطبيقاتها في مجال الصحافة وآليات التعامل معها.
- 3- العمل على تطوير البنية التحتية للمؤسسات الصحفية؛ للمساعدة على بناء نظام رقمي كامل لتوظيف التقنيات التكنولوجية وتقنيات الميتافيرس بما يسهم بتطوير العمل الصحفي.
- 4- يجب على الدولة صياغة التشريعات والقوانين التي من شأنها تنظيم عملية التواجد والمشاركة في تطبيقات الميتافيرس لضمان منع أية تجاوزات وحفظ حقوق المشاركين.

- 5- الإفادة من تجارب المؤسسات الصحفية الأجنبية التي سبقت في تجربة الميتافيرس والاستعانة بالخبرات العلمية المتدربة في هذا المجال.
- 6- ضرورة إدخال مقررات التحول الرقمي والميتافيرس في كليات اقسام الإعلام؛ لأنه أصبح ضرورة حتمية في العمل الصحفي والإعلامي.

## مراجع الدراسة:

- (1) سحر عبد المنعم محمد الخولي. "معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس في مواقع الصحف العربية والأجنبية- دراسة تحليلية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (62)، الجزء الأول، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، يوليو 2022- ص130.
- (2) Lee, Kyoung-A, "Astudy on Immersive Media Technology in the Metaverse world, Journal of the Korea Society of Computer and Information, Volume (26), Issue (9), 2021, P.73-79.
- (3) أيمن محمد إبراهيم بريك. "تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل الصحافة الرقمية- دراسة استشرافية خلال العدين القادمين 2022: 2042"/ المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (78)، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير/ مارس 2022، ص46-76.
- (4) Morteza Hemmati. "The Metaverse: An Urban Revolution Effect of the Metaverse on the Perceptions of Urban Audience", Tourism of Culture, (2), (7), Winter 2022, P: 53-60.
- (5) Louis Rosenberg. "Regulation of Metaverse: A Roadmap", Conference paper, 6<sup>th</sup> International conference on virtual and Augmented Reality simulations, Brisbane, Australia, March 2022.
- (6) إسراء صابر عبد الرحمن. "توظيف تقنية الميتافيرس داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية العربية- دراسة تطبيقية"، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول لكلية الإعلام والعلاقات العامة بجامعة النهضة بعنوان "الإعلام والمجتمع المدني والمسئولية المجتمعية"، 29-30 مارس 2022.
- (7) Irem Yeniceler kortak's. "Investion of the News from the National and International Press About Metaverse Technology", Published by Dokuz Eylul University Greadute School of Socal Sciences, May 2022.
- (8) سحر عبد المنعم محمود الخولي. "معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس في مواقع الصحف العربية والأجنبية- دراسة تحليلية"، مرجع سابق، ص127-201.
- (9) Ziying Song. "Interpersonal Communication Research in Metaverse – Taking Si- Fi Films as Examples," Atlantis Press, Advances in Social Science, Education and Humanities Reserch, Vol. (664), Proceedings of the 2022, 8<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Social Science Researsh.
- (10) Jiamu Lin. "On the Innovative Design of Digital Media Under the Background of the Metaverse", Proceeding of the 2022 International Conference on Comprehensive Art and Cultural Communication. (CACC 2022), Available Online 14 May 2022, At: <https://doi.org/10.2991/assehrk.220502.034>.
- (11) Vicente, P. "After the Hype: How Hi-Tech Is Reshaping Journalism", Total Journalism, Studies In Big Date 97, 14(7), 2022, P.41-59.
- (12) Aysum Devrim Yemenici. "Entreprenenur Ship in the World of Metaverse: Virtual or Real? "Journal of Metaverse, Volum (2), Issue (2), P.71-82, 2022.

- (13) Qian Pon le. "Employing Metaverse Technology in the Newspaper", Journal of Media Business Studies, Vol. 33, No. 8, January 2022, P. 234-250.
- (14) Haihan Duan, Jiaye, Sizheng, Zhonghao Lin, Xiao wu and Wei Cai. "Metaverse for Social Good: A University Campus Prototype", Proceeding of the 29<sup>th</sup> ACM International Conference of Multimedia, October 2021, P.P153-161. <https://dio.org/10.11453474085.3479238>.
- (15) Huansheng Ning, Hang Wang, Yujia lin, Wenxi Wang, Sahraoui Dhelim, Fadi Farha, Jianguo Ding and Mahamoud Daneshmand. "A Survey on Metaverse: The State – of – the – Art, Technologies, Applications and Challenges", Research Paper, USA: Cornell university, PP1-34, Available online: <https://arxiv.Org/ftp/arxiv/papers/2111/2111.09673.pdf>
- (16) خالد محمد فرجون. "تكنولوجيا الميتافيرس ومستقبل تطوير التعليم"، المجلة الدولية للتعليم الإلكتروني، الجمعية الدولية للتعليم والتعلم الإلكتروني، العدد (3)، المجلد (5)، مارس 2022، ص 43-85.
- (17) Aleksander Jovanvic and Aleksander Milosavljevic. "Vortex Metaverse platform for Gamified Collaborative learning Electronics", Vol.11, No. 317, 2022, PP 1-20.
- (18) Far, S. and Rad, A., "Applying Digital Twins in Metaverse: User Interface, Security And Privacy Challenges", Journal of Meraverse, Vol (2), ISSU (1), 2022, P.P 8-15.
- (19) Iwanaga J, Muo Ec, Tabira Y, Watanabe K, Tubbs SJ, D'Antoni AV, Rajaram – Gilkes M, Loukas M, Khalil MK, Tubbs RS, Clin- Ant. "Who really a Metaverse in Anatomy Education? Areview with Preliminary Survey Results," Clinical Anatomy, New Yourk, September 2022.
- (20) بركات عبد العزيز. "مناهج البحث العلمي الأصول النظرية ومهارات التطبيق"، القاهرة: دار الكتب الحديثة، 2011م، ص37.
- (21) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين الآتية أسماؤهم، (الأسماء مرتبة أبجدياً):  
 - أ. م. د/ أشرف محمد البرادعي. أستاذ تكنولوجيا التعليم المساعد- كلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ.  
 - أ. د/ جمال عبد الحي النجار. أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية بنات- جامعة الأزهر.  
 - أ. م. د/ سعاد محمد المصري. أستاذ الإعلام التربوي المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ.  
 - أ. د/ شيماء حمادي. أستاذ الصحافة والإعلام المساعد- كلية الدراسات الإسلامية والعربية- جامعة الأزهر.  
 - أ. د/ محمد المنوفي. أستاذ أصول التربية بكلية التربية- جامعة كفر الشيخ.  
 - أ. د/ محمد معوض إبراهيم. أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.  
 (22) زياد عبد التواب. "ما وراء الميتافيرس: ذلك المجهول القادم"، مجلة الديمقراطية، المجلد 22، العدد 82، يناير 2022م، ص163.
- (23) Ziying Sone. "Interpersonal Communication Research in Metavers- Taking Si- Fi as Example, Op. Cit. P.2311.
- (24) Lee, L. H., Braud, T, Zhou, P., Wang, L., Xel, D., Z, and Hui,P "All One Needs To Know About Metaverse: A Complete Survey On Technological Singularity", Virtual Ecosystem, and Research Agend, Ar Xiv abs/2110.05352.
- (25) نور الدين زعتبر. "العالم الافتراضي" الميتافيرس "Metaverse" من منظور سيكولوجي " مجلة العلوم الإنسانية، المجلد (9)، العدد (2)، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي، 2022، ص1018.
- (26) أيمن محمد إبراهيم بريك. "تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية- دراسة استشرافية"، مرجع سابق، ص59.
- (27) خالد محمد فرجون. "تكنولوجيا الميتافيرس ومستقبل تطوير التعليم، مرجع سابق، ص55.

(28) Norton Rose Fulbright. "The Metaveres: The Evolution of a Universal Digital Platform Available Online: <https://www.nortonrosefulbright.com/en/Knowledge/Publication/5cd471a1/the-Metaverse-the-evolution-of-a-universal-digital-Platform>.

- (29) زياد عبد التواب. "ما وراء الميتافيرس: ذلك المجهول القادم، مرجع سابق، ص164.
- (30) المرجع السابق، ص164.
- (31) إيهاب خليفة. "الميتافيرس عالم ما بعد الإنترنت"، مجلة دراسات خاصة، العدد (17)، نوفمبر 2022.
- (32) شفق أحمد علي. "تغطية تقنية ميتافيرس في عينة من الفيديوهات العربية والإنجليزية على اليوتيوب- دراسة تحليلية كيفية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (63)، الجزء الأول، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 2022)، ص125.
- (33) نور الدين زعتر. "العالم الافتراضي" الميتافيرس "Metaverse" من منظور سيكولوجي، مرجع سابق، ص1021.
- (34) المرجع السابق، ص1021.
- (35) حيدر كريم الحزانري. "علم النفس الإلكتروني"، (العراق: بغداد، مكتبة نور الحسن)، 2021.
- (36) نور الدين زعتر. مرجع سابق، ص1025.
- (37) أيمن محمد إبراهيم بريك. "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (53)، الجزء الثاني، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، يناير 2020، ص462.
- (38) أيمن محمد إبراهيم بريك. "تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية- دراسة استشرافية خلال العتدين القادمين 2022: 2024"، مرجع سابق، ص61.
- (39) أحمد عبد الحميد عبد العزيز منصور. "مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الصناعي خلال العقد القادم (في الفترة 2021 حتى 2030)- دراسة استشرافية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (58)، الجزء الثالث، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، يوليو 2021.
- (40) نها عبد المقصود غالي. "توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها- دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (59)، الجزء الرابع، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، أكتوبر 2021، ص1745.
- (41) أكرم فتحي مصطفى علي. "استخدام نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) لتقصي فعالية التكنولوجيا المساندة القائمة على تطبيقات التعلم التكييفية النقالة لتمكين ذوي الإعاقة البصرية من التعلم"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد (176)، الجزء الأول، ديسمبر 2017، ص62.
- (42) محمد محمد عبده بكير. "تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات العلمية عبر تقنيات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم (دراسة في إطار نموذجي الاستخدام والتأثيرات، وتقبل التكنولوجيا)"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (60)، الجزء الثاني، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، يناير 2022، ص635.
- (43) هند يحي عبد المهدي عبد المعطي. "مدى تقبل الصحفيين لاستخدام الطائرات بدون طيار Drones بمجال الصحافة وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي- دراسة استطلاعية في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد (60)، الجزء الأول، يناير 2022، ص319.
- (44) ليلي الطويل. "تطوير نموذج تقبل التكنولوجيا واختباره على استخدام نظم المعلومات المحاسبية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 33، العدد (1).
- (45) محمد محمد عبده بكير. "تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات الصحفية عبر تقنيات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم"، مرجع سابق، ص337.
- (46) إسراء صابر عبد الرحمن. "توظيف تقنية الميتافيرس داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية العربية- دراسة تطبيقية" مرجع سابق.
- (47) أيمن محمد إبراهيم بريك. "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، مرجع سابق، 2020، ص492.



- (48) أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور. "مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم"، مرجع سابق، ص 1435.
- (49) المرجع السابق، ص 1423.
- (50) نها عبد المقصود غالي. "توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها- دراسة ميدانية"، مرجع سابق، ص 1771.
- (51) أيمن محمد إبراهيم بريك، مرجع سابق، 2020، ص 508.
- (52) المرجع السابق، ص 509.
- (53) هند يحيى عبد المهدي عبد العاطي. "مدى تقبل الصحفيين لاستخدام الطائرات بدون طيار Drones بمجال الصحافة وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي- دراسة استطلاعية في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا"، مرجع سابق، يناير 2022م، ص 345.
- (54) محمد محمد عبده بكير. "تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات العلمية عبر تقنيات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم (دراسة في إطار نموذجي الاستخدام والتأثيرات، وتقبل التكنولوجيا)"، مرجع سابق.

## References

- Alkhuli, S. (2022). "muealajat taqniaat almitafirs washabakat aljil alkhamis fi mawaqie alsuhuf alearabiati wal'ajnabiati- dirasat tahliliata", majalat albuht al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyat al'ielami, 62(3).
- **Lee, Kyoung-A**, "Astudy on Immersive Media Technology in the Metaverse world, Journal of the Korea Society of Computer and Information, Volume (26), Issue (9), 2021, P.73-79.
- **Morteza Hemmati**. "The Metaverse: An Urban Revolution Effect of the Metaverse on the Perceptions of Urban Audience", Tourism of Culture, (2), (7), Winter 2022, P: 53-60.
- **Louis Rosenberg**. "Regulation of Metaverse: A Roadmap", Conference paper, 6<sup>th</sup> International conference on virtual and Augmented Reality simulations, Brisbane, Australia, March 2022.
- -Abd alrahman, E. (2022). "tawzif tiqniat almitafirs dakhil ghuraf al'akhbar bialmuasasat alsahufiat alearabiati- dirasat tatbiqiatun", bahath muqadim lilmutamar aleilmii al'awal likuliyat al'ielam walealaqat aleamat bijamieat alnahdat bieunwani"al'ielam walmujtamae almadanii walmasyuwliat almujtamaeiatu", 29-30 mars 2022.
- **Irem Yeniceler kortak's**. "Investion of the News from the National and International Press About Metaverse Technology", Published by Dokuz Eylul University Greadute School of Socal Sciences, May 2022.
- **Ziying Song**. "Interpersonal Communication Research in Metaverse – Taking Si- Fi Films as Examples", Atlantis Press, Advances in Social Science, Education and Humanities Reserch, Vol. (664), Proceedings of the 2022, 8<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Social Science Researsh.
- **Jiamu Lin**. "On the Innovative Design of Digital Media Under the Background of the Metaverse", Proceeding of the 2022 International Conference on Comprehensive Art and Cultural Communication. (CACC 2022), Available Online 14 May 2022, At: <https://doi.org/10.2991/assehrk.220502.034>.
- **Vicente, P**. "After the Hype: How Hi-Tech Is Reshaping Journalism", Total Journalism, Studies In Big Date 97, 14(7), 2022, P.41-59.
- **Aysum Devrim Yemenici**. "Entreprenur Ship in the World of Metaverse: Virtual or Real? "Journal of Metaverse, Volum (2), Issue (2), P.71-82, 2022.
- **Qian Pon le**. "Employing Metaverse Technology in the Newspaper", Journal of Media Business Studies, Vol. 33, No. 8, January 2022, P. 234-250.
- **Haihan Duan, Jiaye, Sizheng, Zhonghao Lin, Xiao wu and Wei Cai**. "Metaverse for Social Good: A University Campus Prototype", Proceeding of the 29<sup>th</sup> ACM International Conference of Multimedia, October 2021, P.P153-161. <https://dio.org/10.11453474085.3479238>.
- **Huansheng Ning, Hang Wang, Yujia lin, Wenxi Wang, Sahraoui Dhelim, Fadi Farha, Jianguo Ding and Mahamoud Daneshmand**. "A Survey on Metaverse: The State – of – the – Art, Technologies, Applications and Challenges", Research Paper, USA: Cornell university, PP1-34, Avilable online: <https://arxiv.Org/ftp/arxiv/papers/ 2111/2111.09673.pdf>

- Firjun, K. (2022). "tiknulujia almitafirs wamustaqbal tatwir altaelimi", almajalat alduwaliat liltaelim al'iliktrunii, aljameiat aldawliat liltaelim waltaealum al'iliktrunii, 3(2). 43-85.
- **Aleksander Jovanvic and Aleksander Milosavljevic. "Vortex Metaverse platform for Gamified Collaborative learning Electronics**, Vol.11, No. 317, 2022, PP 1-20.
- **Far, S. and Rad, A.**, "Applying Digital Twins in Metaverse: User Interface, Security And Privacy Challenges", **Journal of Meraverse**, Vol (2), ISSU (1), 2022, P.P 8-15.
- **Iwanaga J, Muo Ec, Tabira Y, Watanabe K, Tubbs SJ, D'Antoni AV, Rajaram – Gilkes M, Loukas M, Khalil MK, Tubbs RS, Clin- Ant.** "Who really a Metaverse in Anatomy Education? Areview with Preliminary Survey Results," Clinical Anatomy, New Yourk, September 2022.
- -Abdel Aziz, B. (2011). "manahij albaht aleilmii al'usul alnazariat wamaharat altatbiqi", Alqahira: dar alkutub alhadithati.
- Abdel Tawab, Z. (2022). "maa wara' almitafirsi: dhalik almajhul alqadima", majalat aldiymuqratiati, 82(2).
- **Ziying Sone.** "Interpersonal Communication Research in Metavers- Taking Si- Fi as Example, **Op. Cit.** P.2311.
- **Lee, L. H., Braud, T, Zhou, P., Wang, L., Xel, D., Z, and Hui,P** "**All One Needs To Know About Metaverse: A Complete Survey On Technological Singularity**", Virtual Ecosystem, and Research Agend, Ar Xiv abs/2110.05352.
- -Zatar, N. (2022). "alealam aliaiftiradi" almitafirs "Metaverse" min manzur saykuluji" majalat aleulum al'iinsaniati, jamieat alearabii bn mahidi- 'Om Albawaqi, 9(2).
- **Norton Rose Fulbright.** "The Metaveres: The Evolution of a Uriversal Digital Platform Available Online: **[- -Alim S. \(2022\). "taghtiat tiqniat mitafirs fi eayinat min alfidyuhah alearabiat wal'ijnliziat ealaa alyutyub- dirasat tahlilat kayfiati", majalat albuht al'ielamiati, \(jamieat Al'azhar: kuliyyat al'ielami\) 63\(2\).
- Aljazayiri, H. \(2021\)."ealam alnafs al'iilikturuniu", \(Iraq: Baghdad, maktabat nur Alhasan\).
- Brik, A. \(2020\). "aitijahat alqayimin bialaitisal nahw aistikhdam tiqniaat aldhaka' alaistinaeii fi almuasasat alsahufiat almisriat walsaeudiati", majalat albuht al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat al'ielami, 53\(2\).
- Mansurm A. \(2021\)."mustaqbil alsahafat almisriat fi zili taqniaat sahafat aldhaka' alsinaeii khilal aleaqd alqadim \(fi alfatrat 2021 hataa 2030\)- dirasat aistishrafiati, majalat albuht al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat al'ielami, 58\(2\).
- Ghali, N. \(2021\). "tawzif altiknulujia alraqamiyat fi almuarasat almihniyat biwasayil al'ielam al'iiqlimiati waitijahat alqayim bialaitisal nahwaha- dirasat](https://www.nortonrsefulbright.com/en/Knowledge/Publication/ 5cd471a1/ the- Metaverse- the – evolution- of- a- universel – digital- Platform.</a></u></b></li>
<li>- khalifa, E. (2022). )**

maydaniati", majalat albuḥuth al'ielamiati, kuliyaṭ al'ielami, jamieat Al'azhar, 59(3).

- Ali, A. (2017). "aistikhdam namudhaj qabul altiknuluḡya (TAM) litaqasiy faeaaliat altiknuluḡya almusanidat alqayimat ealaa tatbiqat altaealum altakayufiat alnaqaalat litamkin dhawī al'ieaqat albasariat min altaealumi", majalat kuliyaṭ altarbiati, jamieat al'azhara, 176 (3).
- Bakir, M. (2022). "taqabal aljumhur liastikhdamat altatbiqat aleilmiat eabr tiqniaat alhawatif aldhakiat fi almamlakat alearabiati alsaeudiat watathiratiha alaitisaliat ealayhim (dirasat fi 'iitar namudhajay alaistikhdam waltaathirati, wataqabul altiknuluḡja)", majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar. 60(2).
- Abd almuṭi, H. (2022). "madaa taqabul alsahafiiyn liaistikhdam altaayirat bidun tayaar Drones bimajal alsahafat watathiriha ealaa mustaqbalihim alwazifi-dirasatan aistitlaeiatan fi 'iitar namudhaj taqbal altiknuluḡja", majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat al'azhar, kuliyaṭ al'ielami, 60 (2).
- Altawili, L. (2018). "tatwir namudhaj taqbal altiknuluḡja waikhtibarah ealaa aistikhdam nazam almaelumat almuḥasabiati", majalat jamieat tishrin lilbuḥuth waldirasat aleilmiati, silsilat aleulum alaiqtisadiat walqanuniati, 1(1).

# 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

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem**

Vice Dean, 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

---

- 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)

## Correspondences

● Issue 66 July 2023 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob 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.