

# 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/ سامح عبدالغني - 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 الحادي والسبعون - الجزء الثاني - محرم ١٤٤٦هـ - يوليو ٢٠٢٤م

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

- خطاب افتتاحيات الصحف العربية والغربية على مواقعها الإلكترونية  
تجاه أحداث غزة (طوفان الأقصى) دراسة تحليلية مقارنة  
أ.م.د/ إيمان متولي محمد عرفات  
٨١٣
- 
- ضوابط تصوير الجنائز في التغطية المصورة ونشرها بالمواقع الإلكترونية  
ووسائل التواصل الاجتماعي- دراسة للقائم بالاتصال وتصوير مقترح  
لمدونة سلوك أخلاقية  
د/ حسام الدين أحمد شاکر  
٩٣١
- 
- تأثير تعرض طالبات الجامعة لحسابات المؤثرات الإناث عبر شبكات  
التواصل الاجتماعي على إدراكهن للواقع الاجتماعي  
د/ سمر علي حسن محمد  
٩٧٧
- 
- العوامل المنبئة بإدمان الألعاب الإلكترونية لدى المراهقين نحو بناء  
نموذج تفسيري للظاهرة  
د/ محمود محمد زكي  
١٠٢٩
- 
- أخلاقيات عرض الفواصل الإعلانية الرقمية واتجاه الجمهور نحوها-  
دراسة ميدانية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية  
د/ نهى سامي إبراهيم عامر  
١١٤٣
- 
- تقنيات الواقع المعزز في المحتوى المقدم بالمواقع الإخبارية العربية  
الإلكترونية وانعكاسها على مستويات التفاعل لدى الشباب العربي  
د/ رباب عبد المنعم محمد التلاوي  
١٢١٣
- 
- معالجة برامج التوك شو للأزمات الدولية وعلاقتها بإدراك الجمهور  
للقضية الاقتصادية  
د/ زينب الحسيني رجب بلال ريحان  
١٣٢٩

■ ١٣٧٥ توظيف إنتاج طلاب أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية  
للفيديات القصيرة في علاج مشكلات المجتمع المصري (دراسة تطبيقية)  
د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس

---

■ ١٤٢٧ اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغييرات المناخية على صفحات  
«الفيديو» cop-27 نموذجًا «دراسة ميدانية»  
د/ دعاء عبد الفتاح محمد الصادق

---

■ ١٤٩٣ دور صحافة المواطن في نشر الشائعات عبر المنصات الرقمية: دراسة  
ميدانية على طلاب الجامعات الفلسطينية  
هالة جانم، إيهاب أحمد عوايص

---

■ ١٥٤٩ Rotana and the Advocacy of Film in Saudi Arabia (2005 -  
2015) Dr. Musab Alamri

---

م	القطاع	اسم المجله	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنه	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجله العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكنديه، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإذاعه والتلفزيون	جامعة القاهره، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الصحافه	جامعة القاهره، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث العلاقات العامه والإعلان	جامعة القاهره، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الإعلام	جامعة القاهره، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الرأي العام	جامعة القاهره، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث الإعلاميه	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث و الدراسات الإعلاميه	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجله إتحاد الجامعات العربيه لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهره، جمعيه كليات الإعلام العربيه	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجله بحوث العلاقات العامه الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الإتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجله الدوليه لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعيه تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7



**تقنيات الواقع المعزز في المحتوى المقدم بالمواقع الإخبارية العربية  
الإلكترونية وانعكاسها على مستويات التفاعل لدى الشباب العربي**

- **Augmented Reality Technologies in Content Presented on Arab Electronic News Websites and Their Impact on Interaction Levels Among Arab Youth**

د/ رباب عبد المنعم محمد التلاوي ●

مدرس الإعلام بكلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة المنيا

أستاذ مساعد - بجامعة المدينة عجمان - الإمارات العربية المتحدة

Email: Rabab.eltallawy@gmail.com

## ملخص الدراسة

تحدد مشكلة الدراسة في قياس تأثير تقنيات الواقع المُعزَّز في تقديم محتوى إخباري متميز وجاذب في المواقع الإخبارية العربية الإلكترونية، سواء المقروء أو المرئي، وانعكاسها على درجة تفاعل الشباب العربي معها، واعتمدت الدراسة على التفاعلية الرمزية وقبول تكنولوجيا المعلومات والاعتماد على وسائل الإعلام، وإجراء مقابلة مع 15 صحفيًا من الصحفيين المصريين والإماراتيين، وسحب عينة الدراسة من الجمهور المصري والإماراتي بواقع 200 مفردة لكل عينة، وأظهرت النتائج الخاصة بالمقابلات المتعمقة أن المستوى المرتفع لإدراك عينة الدراسة للمنفعة المتحققة من توظيف هذه التقنية جاء بنسبة 60%، وكذلك جاء تأكيد سهولة استخدام هذه التقنية بمستوى مرتفع بنسبة 66.7% منهم، فضلاً عن تأييدهم توافر مهارات رقمية للتفاعل مع هذه التقنية وسهولة اكتسابها وذلك بنسبة 60% من العينة، وما سبق ترتب عليه ارتفاع مستوى ثقة عينة الدراسة في استخدام هذه التقنية بنسبة 60% منهم، ومن ناحية مستوى تقييم عينة الدراسة للمخاطر المترتبة على توظيف هذه التقنية في العمل الصحفي، فإن نسبة 53.3% من العينة جاء تأييدها لحدوث هذه المخاطر متوسطاً، وأنه يمكن التغلب عليها، في مقابل نسبة 40% يؤيدون وجود المخاطر لكن يرتفع مستوى التغلب عليها طالما توفر الوعي بإمكانات هذه التقنية وفوائدها، كما أكدت عينة الدراسة بنسبة 53.3% وبمستوى متوسط أن توظيف هذه التقنية مرتفع التكاليف لكن العائد من توظيفها أعلى، وارتفع مستوى هذا التأييد لنسبة 40% من العينة.

الكلمات المفتاحية: الواقع المُعزَّز - المواقع الإخبارية العربية - التقنيات - مستويات التفاعل - الشباب العربي.

## Abstract

The problem of the study lies in measuring the impact of augmented reality technologies on the journalistic content presented on Arab electronic news websites, whether textual or visual, on the interaction levels among Arab youth with advanced and technologically up-to-date journalistic content. The study relied on symbolic interactionism and technology acceptance theories. Fifteen Egyptian and Emirati journalists were interviewed, and the study sample consisted of 200 individuals from the Egyptian and Emirati media audience. The results of the in-depth interviews showed that the study sample perceived the benefits of employing this technology with a rate of 60%. Additionally, there was a high level of agreement (66.7%) regarding the ease of using this technology. Furthermore, the study sample expressed confidence in their digital interaction skills with this technology, with 60% of them finding it easy to acquire these skills. Consequently, there was an increase in the level of confidence among the study sample in using this technology, with 60% of them expressing confidence. Regarding the evaluation of the risks associated with employing this technology in journalistic work, 53.3% of the sample were neutral, believing that these risks can be overcome with an awareness of the potential and benefits of this technology. Furthermore, 40% of the sample supported the presence of risks but believed that they could be overcome as long as the awareness of the potential benefits of this technology is raised. Additionally, 53.3% of the study sample, at a moderate level, affirmed that employing this technology is costly but yields higher returns, with the level of support increasing to 40% of the sample.

Keywords: Arab Youth- Interaction Levels - Augmented- Arab News Websites - Reality Technologies



تشهد المواقع الإلكترونية العربية تحولاً مهماً في اتجاهها نحو تبني تقنيات حديثة لتحسين تجربة المستخدم وزيادة جاذبية المحتوى الصحفي، ويأتي في مقدمتها توظيف تقنية الواقع المعزز، التي تسمح للمستخدمين بتفاعل أكبر مع المحتوى وتحقيق تجربة تفاعلية مميزة له، إذ تتيح تقنيات الواقع المعزز للصحفيين فرصة فريدة لتقديم المحتوى الصحفي بطرق مبتكرة وتفاعلية، مما يسهم في جذب اهتمام الجمهور وتعميق فهمهم للقضايا المعقدة.

وتُعدّ المواقع الإلكترونية في مصر والإمارات من بين الروافد الرئيسية للمعلومات والأخبار في المنطقة العربية، خاصة أنها تتمتع بشعبية كبيرة، وتشهد تقدماً مبتكراً للمحتوى الصحفي في ظل حرصها على مواكبة أي تطورات تقنية ورقمية حديثة، ويُعدّ استخدام تقنيات الواقع المعزز جزءاً أساسياً من استراتيجياتها لجذب الجمهور وتعزيز مكانتها في المشهد الإعلامي، مما يعزز دورها في نقل الأخبار والمعلومات بطرق مبتكرة وجذابة، ويُمكن من تحقيق التواصل الفعال مع الجمهور.

وتؤدي تقنيات الواقع المعزز دوراً حيوياً في تطوير المواقع الإلكترونية الصحفية العربية، من حيث إسهامها في تعزيز درجة التفاعلية ومشاركة الجمهور في المحتوى الصحفي، فيمكن للقراء أن يشاركوا في التجارب الصحفية ويتفاعلوا مع المحتوى بطرق جديدة ومبتكرة، وهو ما يعمل على تحسين تجربة المستخدم للمواقع الإلكترونية الصحفية، حيث توفير محتوى متنوع وجذاب يلبي احتياجات الجمهور المختلفة، وتقديمه بطريقة يسهل عليهم بها استيعابه وتفاعلهم معه بدرجة أكبر، فهي تتيح للإعلاميين والصحفيين إضافة عناصر بصرية وتفاعلية إلى المحتوى لتقديم محتوى متكامل يسهل فهمه واستيعابه، مما يجعله أكثر جاذبية وإثارة للاهتمام، ومن ثمّ التمكن من تقديم

تغطية شاملة ومتعمقة للأحداث والقضايا، وما سبق يعمل على زيادة جذب الانتباه والمشاركة في المحتوى الصحفي.

وقد توجد اختلافات في مستوى التطور التكنولوجي والبنية التحتية بين مصر والإمارات، مما قد يؤثر في قدرة المواقع الصحفية على تطبيق تقنيات الواقع المعزز واستخدامها بشكل كامل وفعال، كما أن السياسات الحكومية والاقتصادية بها نوع من الاختلاف بين الدولتين، والتي تؤثر في تطور واستخدام تقنيات الواقع المعزز في كل منهما، فمثلاً يوجد دعم أكبر من الحكومة أو استثمارات أكبر في دولة الإمارات مقارنة بمصر، مما يؤدي إلى تطبيقات مختلفة وتجارب متنوعة، وعامة، يمكن القول أن الاستفادة الحقيقية من وراء توظيف تقنية الواقع المعزز في العمل الإعلامي تتمثل في تعزيز الإبداع، وابتكار قوالب سردية جديدة تواكب التطورات التكنولوجية، وتحقيق مزيداً من العائدات الربحية نتيجة جاذبية المحتوى والعرض وزيادة الإعلانات التجارية.

لذلك تسعى الدراسة الحالية لفحص تأثير استخدام تقنيات الواقع المعزز في المحتوى الصحفي المقدم عبر المواقع الإخبارية العربية الإلكترونية على مستوى التفاعل لدى الشباب العربي، من خلال إجراء دراسة ميدانية على كل من الشباب المصري والإماراتي بهدف فهم سلوك المستخدمين واستجابتهم لمحتوى الأخبار المعززة بتقنيات الواقع المعزز، إلى جانب عقد مقابلات متعمقة مع الصحفيين لتقييم جودة هذه التقنية وجاذبيتها وأثرها في تطوير العمل الصحفي.

#### الدراسات السابقة:

تناولت دراسات حديثة تقنيات الواقع المعزز والافتراضي بوصفهما من صور تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، وكذلك تقنية الميتافيرس، لتطوير بيئة العمل الإعلامي، وخاصة الصحفي، مع التركيز على أثر توظيفها في واقع المؤسسات الصحفية الإلكترونية، التي واجهت في أنحاء العالم شتى أزمة حادة في التحرير وتقنيات الإنتاج، مما هدد استمرار الصحيفة المطبوعة في الإصدار، ودعا لضرورة التغيير، خاصة أن الصحيفة المطبوعة تفتقر لعنصري الصورة المتحركة والتفاعلية المباشرة، اللذين يمثلان عنصرين أساسيين في العملية الاتصالية الرقمية، وهو ما يدفع الجمهور للإقبال على الصحافة الإلكترونية

والإعلام الرقمي، وقد ظهرت استراتيجية جديدة بالصحف المطبوعة، تتمثل في دمج تقنية الواقع المعزز "Augmented reality" داخل صفحاتها، لتصبح الصحيفة المطبوعة أحد أنماط الوسائل المتعددة الهجينة، وهو الأمر الذي ما زال في إطار التطوير والبحث والتطبيق<sup>1</sup>، وفيما يلي استعراض النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة:

المحور الأول: استخدام تقنيات الرقمية مثل الذكاء والواقع المعزز والافتراضى والميتافيرس في العمل الصحفى وقبولها الإعلامى والصحفى:

اتجهت بعض الدراسات السابقة لتوضيح استخدامات الجمهور المتخصص لتقنيات الواقع المعزز إلى جانب تقنيات الذكاء الاصطناعي في رفع الكفاءة الصحفية وتطوير الأداء المهني الصحفى والفوائد العائدة من هذا التوظيف، فأشارت دراسة (عمرو محمد محمود عبد الحميد، 2022)<sup>2</sup> إلى تعدد العوامل المؤثرة في النية السلوكية للقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية المصرية والإماراتية لاستخدام تقنية الواقع المعزز، المتمثلة في (السهولة المتوقعة لاستخدام تقنية الواقع المعزز، والشعور بالمتعة، ومستوى تبني الابتكرات الحديثة، والتأثير الاجتماعي، والأداء المتوقع)، وأكدت أهمية وعي العاملين بالأدوات التكنولوجية المستحدثة لإنتاج المحتوى الإخباري بأستوديوهات القنوات الفضائية العربية، وتحقيق التكامل بين الأدوار المهنية المتنوعة، متمثلة في فرق المحررين ومصممي الجرافيك ومنتجي ومقدمي الأخبار لإنتاج محتوى مبتكر يبسط المعلومات المعقدة ويعرضها بطريقة جذابة لتوفير تجربة مشاهدة تفاعلية تقارب ما يحدث في العالم الحقيقي، كما أوضحت دراسة (محمد عوض نافع، 2023)<sup>3</sup> استخدام النخب الكويتية الإعلامية تطبيقات الذكاء دائماً بنسبة 45%، وأحياناً بنسبة 44.7%، كما كشفت دراسة (مى مصطفى عبد الرازق، 2022)<sup>4</sup> عن ارتفاع متابعة المبحوثين الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت أهم المجالات الأكثر استخداماً لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفقاً لآراء المبحوثين بالترتيب (المجال التسويقي)، ثم (المجال الإعلامي)، وأخيراً (المجال الفني والإداري)، وتمثلت أهم تقنيات الذكاء في (صحافة البيانات كتحويل النصوص لبيانات بمختلف الأشكال)، و(تقنيات الترجمة الآلية للغات الأخرى)، و(استخدام الروبوت في عمليات التحرير الصحفى أو تقديم الأخبار من الأستوديو أو ميدانياً)، و(استخدام الـ BOTS الدردشة الآلية للرد على استفسارات

وتعليقات الجمهور)، كما تمثلت الموضوعات الأكثر توظيفاً لتقنيات الذكاء في الصحافة الخدمية كمعرفة أحوال الطقس وأسعار العملات والذهب وغيرها، ثم في الصحافة الاقتصادية، كما أشارت دراسة (Nic Newman, 2022)<sup>5</sup> إلى أن نسبة 8% فقط من الإعلاميين سوف سيستثمرون في إنشاء تطبيقات جديدة لما وراء البحار مثل VR و AR، كما توصلت دراسة (عمرو محمد محمود عبد الحميد، 2020)<sup>6</sup> إلى أن أبرز المجالات التي نجحت في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي "الدرشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي"، يليه "التعامل مع البيانات الضخمة"، ثم التعرف على وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي، ثم الترجمة الآلية، كما أوضحت النتائج أن ترتيب عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، التي وردت بموقع "القاهرة 24"، كانت: فئة "الدقة" في الترتيب الأول، يليها فئة "الموضوعية"، ثم "فصل الحقيقة عن الرأي"، ثم "العدالة والإنصاف لمختلف وجهات النظر"، وأخيراً "جودة صياغة الخبر".

وقد أكدت الدراسات السابقة ارتفاع مستوى قبول الصحفيين والإعلاميين للتقنيات الرقمية في العمل الإعلامي، فتوصلت دراسة (أيمن محمد إبراهيم بريك، 2020)<sup>7</sup> إلى عدم وجود فروق معنوية بين اتجاه القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية التي يعملون فيها تبعاً للدولة التي تنتمي إليها المؤسسة (مقارنة بين مصر والسعودية)، في حين ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية بعض المتغيرات المتعلقة بالاختلافات الفردية وعناصر UTAUT، وكذلك وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر UTAUT وبعضها، كما أثبتت دراسة (وسام محمد أحمد، 2018)<sup>8</sup> وجود علاقة ارتباط إيجابية بين كل من الفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام والتكلفة المتوقعة واتجاهات المستخدمين الإيجابية نحو استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز، وكانت الفائدة المتصورة أهم بنية تؤثر في نية المستخدمين لتبني التقنية، كما كشفت دراسة (مى مصطفى عبد الرازق، 2022)<sup>9</sup> اتجاه عينة الدراسة من الصحفيين ورؤسائهم المباشرين في العمل الصحفي نحو تأييد استخدام تلك التقنيات، واتجهت النتائج لقبول من هم بالإدارات الدنيا أو الوسطى لاستخدام وتبني تقنيات الذكاء في العمل مقارنة بمن

هم في الإدارة العليا بالمؤسسات الإعلامية، كما أوضحت دراسة (شيرين البحيري، 2023)<sup>10</sup> ارتفاع اتجاهات مصممي الجرافيك نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تصميمات الإعلانات الرقمية، مما يتطلب معه توظيفها في تصميم الإعلانات الرقمية الإبداعية والمهارية، كما توصلت دراسة (محمد عوض نافع، 2023)<sup>11</sup> إلى أن نسبة 75.7% من عينة الدراسة من النخب الكويتية الإعلامية توافق على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية، بينما عارضت نسبة 24.3% منهم استخدام هذه التقنيات بدعوى أنها تسبب الاستعانة بالروبوتات في جمع المادة وتوضيها، وبذلك يمكن أن تؤثر في العاملين من ذوي المهن الإعلامية الذين يمكن أن يفقدوا أماكنهم ووظائفهم في حالة الاعتماد الكامل على هذه الروبوتات، في حين ناقشت دراسة 2016 Graefe Andreas<sup>12</sup> أن النص المكتوب يُنظر إليه على أنه أكثر مصداقية من النص الذي يكتبه الإنسان عبر الآلة، في حين يتلقى القارئ النص المكتوب بواسطة الإنسان بمزيد من المتعة عن النص الذي ينشأ بواسطة الآلة.

أما عن الاتجاه نحو توظيف تقنيات الميتافيرس في العمل الصحفي، فتوصلت دراسة (إيناس منصور كامل شرف، 2023)<sup>13</sup> إلى ارتفاع تأييد الصحفيين لقبولها بسبب سهولة استخدامها في الصحافة المصرية، في حين وافقوا إلى حد ما على الإفادة المدركة، وكذلك النوايا السلوكية لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية، أما اتجاه أفراد العينة نحو الاستخدام الفعلي لتقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية فكان بالموافقة إلى حد ما، وأضافت دراسة (شيرين البحيري عبد الحفيظ عبد القادر، 2023)<sup>14</sup> أن حجم تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية مرتفع، وأن اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة هذه التقنية عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية العربية والأجنبية جاءت بدرجة مرتفعة، كما أكدت دراسة (سوزان يوسف أحمد الفليني، 2022)<sup>15</sup> أن معظم الخبراء يتوقعون تأثيرات إيجابية للتقنية الجديدة، متمثلة في تقنية ميتافيرس التي تجمع بين الواقع الافتراضي والواقع المعزز عبر شبكة الإنترنت، في وسائل الإعلام العربية ومحتواها، وفي الإعلاميين والإدارة الإعلامية، في حين توقع فريق آخر حدوث تأثيرات سلبية في المجتمع والمستخدمين، وفي السياق ذاته واتصلاً بما

سابق، أوضحت دراسة (سحر عبد المنعم محمود الخولى، 2022)<sup>16</sup> أن تقنيات ميتافيرس لم تُفَعَّل بالشكل المطلوب داخل جمهورية مصر العربية، لذا قدمت رؤية مقترحة يمكن تفعيلها لتحقيق الاستفادة الكاملة من تقنيات الميتافيرس في مصر، وخاصة في مجال الإعلام والاتصال، بينما جاءت دولة الإمارات العربية والولايات المتحدة الأمريكية أكثر الدول التي أخذت خطوات جادة في تطبيق الميتافيرس في مجالات الإعلام والاتصال وكل المجالات الأخرى، وجاء "تطوير نظم الاتصال والتواصل بين الأفراد بسرعة وجودة فائقة، وتطوير الألعاب الإلكترونية" في الترتيب الأول للموضوعات التي ركزت عليها الصحف العربية والأجنبية بنسبة 12.2٪، ثم "المساوئ المتوقعة من استخدام الميتافيرس ومواجهاتها" بنسبة 11.2٪، ثم "استخدام الميتافيرس في أغراض التسويق" بنسبة 10.7٪، يليها "التنبؤ بالمستقبل لما سيكون عليه الاتصال"، و"تطوير نظم الإعلام" بنسبة بلغت 10.2٪.

أما عن توظيف المؤسسات الإعلامية لهذه التقنيات في العمل الصحفي فهو أمر يتوقف على جاهزيتها لذلك، وهو ما ناقشته الدراسات السابقة، فأكدت دراسة (محمد مساوي، 2022)<sup>17</sup> وجود علاقة ارتباطية بين استخدام المؤسسة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وجاهزية المؤسسات الإعلامية السعودية لدمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، ووجود علاقة ارتباطية بين تقييم الباحثين لوضع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المنتج الإعلامي والفوائد المتوقعة تحقيقها من تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، كما أشارت دراسة (محمد طلال عباس، 2022)<sup>18</sup> إلى ثبوت وجود علاقة ارتباطية بين استخدام المؤسسة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وجاهزية المؤسسات الإعلامية السعودية لدمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، ووجود علاقة ارتباطية بين تقييم الباحثين لوضع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المنتج الإعلامي والفوائد المتوقعة تحقيقها من تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، وكشفت دراسة (سحر الخولى، 2020)<sup>19</sup> عن أهم مجالات الاستخدام هذه التقنيات في جمع المادة الصحفية وتحريرها وإنتاج الرسوم والجرافيك الخاص بها، والإخراج الصحفي استعداداً للطباعة والنشر، وأن الصحف المصرية تستخدم التطبيقات المتطورة لأنظمة

الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة 51.6% من العينة، أي حوالى نصف العينة تقريباً، وثبت وجود فروق معنوية بين اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية تبعاً (للنوع/ الخبرة/ العمر/ لنوع المؤسسة) جزئياً، فيما يتعلق بالخبرة ونوع الجامعة، ولم يثبت بالنسبة للنوع والعمر، وكذلك وجود علاقة ارتباطية بين اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الأداء/ القلق من الاستخدام/ المنفعة المتوقعة/ التأثيرات الاجتماعية/ التسهيلات المتاحة/ الجهد المتوقع)، وكشفت دراسة (مى مصطفى عبد الرزاق، 2022)<sup>20</sup> أن هذه التقنيات ستقود لاحقاً تطورات في الأداء المهني بدرجة كبيرة، وأن الأداء المتوقع قد يؤدي إلى إيجاد نية سلوكية لاستخدام هذه التطبيقات، ومن ثم توظيفها فعلياً في العمل الإعلامي بمختلف أبعاده المهنية والتسويقية والإدارية والفنية، بما ينتج عنه تعزيز وتحسين جودة الأداء وتحقيق قيمة مضافة، وزيادة الإنتاج في العمل باحترافية.

وناقش عدد من الدراسات مستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز والميتافيرس في العمل الصحفي، فتوصلت دراسة (أيمن محمد إبراهيم بريك، 2022)<sup>21</sup> إلى تأكيد الخبراء أن الصحافة بشقيها الورقي والرقمي تواجه تحديات كبيرة في ظل التطورات التقنية الحديثة، ومن بينها الميتافيرس، الذي سيكون بديلاً محتملاً للصحافة في المستقبل، وأنه على الصحفيين أن يواكبوا هذه التطورات، وعلى الصحف أن توفر لهم التدريب اللازم وتشجعهم على ذلك، وأن أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الصحفية للالتحاق بالميتافيرس يتمثل في التحديات المالية، يليها التقنية، فالإدارية، ثم عدم وجود الكوادر المدربة، وعدم إدراك إدارات الصحف بأهمية الوجود عبر ميتافيرس، كما استهدفت دراسة (هند يحيى عبد المهدي، 2020)<sup>22</sup> استشراف استخدام تقنية الواقع المعزز والواقع المختلط في المواقع الإلكترونية الصحفية عبر المستحدثات التقنية (الهواتف الذكية ونظارة Hololense)، وأن عينة الدراسة من المختصين بإنتاج AR و MR من المصممين والمطورين للمواقع الإلكترونية أجمعوا على عدم معرفتهم بتقنية الواقع المختلط، وأن الإمكانيات البشرية والتقنية المتاحة لتطبيق AR و MR لا يوجد لها حدود،

فذلك طبقاً للخيال، الذي يُنتج ويصنع AR يُطلق عليه مبرمج ومطور مختص بـ AR أو مطور برامج، ومن الشروط التي يجب توافرها في ممارس الواقع المعزز والواقع المختلط أن يكون صحفياً أولاً وقبل كل شيء، وعلى علم بالبرمجة واستخدام تقنيتي AR و MR، كما يجب على القائمين على إنتاج AR و MR أن يكونوا على دراية بلغات البرمجة مثل HTML، وخبرة في استخدام الإنترنت والتقنية ذاتها والتعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، وأن من مزايا استخدام AR و MR أنها تعمل على تعزيز المحتوى الصحفي وتقويته، وترفع نسبة المشاهدة، كما أنها تربط المحتوى الورقي بالمحتوى الإلكتروني وتجعله محدثاً، وتوضحه أكثر، وتجعل القارئ مرتبطاً بكل مصادر وسائل الإعلام الموجودة على الساحة، كما كشفت دراسة (Monti Matteo, 2019)<sup>23</sup> عن تطوير النظام الإيطالي فكرة حرية المعلومات بطريقة موسعة، وتطوير ابتكارات يمكن بتنفيذها فهم كيفية صياغة الموضوعات المتعلقة بالصحافة الآلية من وجهة نظر قانونية.

**المحور الثاني: فوائد توظيف تقنيات الرقمية مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز والافتراضي والميتافيرس في العمل الصحفي:**

أوضحت بعض الدراسات فوائد توظيف التقنيات الرقمية، مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في العمل الإعلامي، فأشارت دراسة (ماجدة عبد المرضى محمد، 2023)<sup>24</sup> إلى تعدد فوائد توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، مثل تتبع الأخبار بسرعة ودقة، وتطوير إنتاج المحتوى الصحفي المتخصص، وزيادة مساحة التفاعل مع الجمهور، وتقليل عبء العمل وضغوطه، لذا لا بد من الاهتمام بتدريب الصحفيين على استخدام هذه التقنيات، وخلق تخصصات جديدة قائمة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، إلى جانب تقديم محتوى صحفي متخصص مدعوم بالبيانات أكثر عمقاً ويتلاءم مع اهتمامات القراء بشكل أكثر دقة وفاعلية، وفي السياق ذاته، أكدت دراسة هند يحيى عبد المعطى (2021م)<sup>25</sup> إمكانية الحفاظ على حياة الصحفيين في أثناء الأزمات والكوارث بإرسال الأخبار للقراء فوراً باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي؛ إذ تساعد هذه التقنيات على تأمين حياة الصحفيين في وقت الأزمات، ومراقبة أماكن يصعب الوصول إليها، والإنذار المبكر جداً قبل حدوث أي خطر بأي مكان، كما رصدت دراسة



Raconteur (2018م)<sup>26</sup> استجابة المؤسسات الإعلامية بسرعة لتوقعات الجمهور بالاعتماد على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتخفيف حجم العمل والتفاعل بين المحتوى والجمهور والعمليات بطريقة أسرع وأفضل، وكانت أكثر الطرق شيوعاً في وسائل الإعلام الإخبارية، استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين توصيات المحتوى بنسبة 59٪، ثم الاعتماد على الآلة والتحول الرقمي في سير العمل بنسبة 39٪، كما أكدت دراسة Raghieri, Marco (2019م)<sup>27</sup> أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أسهمت بدرجة كبيرة في نشر المعلومات التي تنتجها المؤسسة الصحفية، كما تيسر من عملية جمع المعلومات ونشرها.

كما ناقشت دراسة (فاطمة حبيب محمد خطاب، 2022)<sup>28</sup> أهمية تقنيات الواقع المعزز والافتراضي في الوسائل الإعلامية، إذ يزداد استخدام الوسائط الجديد معها بشكل متزايد، وأن أدوات العرض تتطلب أن تكون ذات كفاءة عالية، كالنظارات الإلكترونية والعدسات اللاصقة لعرض الواقع المعزز، وأن التخوف من تعزيز الواقع المعزز يتمثل في حدوث انتهاك لخصوصية الآخرين، مما قد يؤثر في مستوى التواصل والتفاعل الإنساني، وقد كشفت دراسة 2020 Moravec et al Václa<sup>29</sup> أن الوضع المالي في غرف الأخبار التشيكية يؤكد حتمية الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي لمواصلة مهمتها، ورغم كل ذلك، فإن الصحفيين يتوقعون أن أدوارهم ستظل مهمة، وأنهم سيعملون بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج التقارير على نحو أفضل، كما أبرزت دراسة (هند يحيى، 2022)<sup>30</sup> فائدة توظيف الطائرات ذاتية القيادة (الدرون) في العمل الصحفي، وتبين وعي الباحثين بأن لها استخدامات مهمة، تتمثل في إجراء حوار مع الجمهور في أماكن يصعب الوصول إليها في أثناء الكوارث والأزمات، فضلاً عن انخفاض تكلفة استعانة بها؛ لاعتقادهم أن الصور والفيديوهات المنتجة عبر طائرات الدرون ليست صحيحة دائماً، وفي النهاية أكد الصحفيون أهمية العمل على تعظيم فوائدها صحفياً، والإفادة منها في مضاعفة إنتاج المحتوى، وتيسير عمل الصحفيين، والفورية بجودة عالية جداً، وتوفير الوقت والجهد لديهم، وحمايتهم من أية مخاطر في أثناء تأدية عملهم.

وفي السياق ذاته، أشارت دراسة (أسماء عبد الراضى السمان، 2023)<sup>31</sup> إلى أن تقنية الواقع المعزز تُعد أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي، التي تلجأ إليها المؤسسات الإعلامية الكبرى مثل "سكاي نيوز بالعربية" لتقديم المحتوى بطريقة تحقق الاندماج، وجذب الجمهور لها بما يعزز تجربة المشاهد التفاعلية، ويدعم فهمه واستيعابه لها، كما أظهرت دراسة (نوال بومشظة، 2022)<sup>32</sup> أن الموضوعات الأكثر معالجة في التقارير الإخبارية تعتمد على توظيف تقنية الواقع المعزز بقناة سكاي نيوز عربية هي الموضوعات السياسية، وتتضمن قيماً إخبارية في مقدمتها قيمة الصراع، وتعتمد هذه التقارير على الأسلوب السردى، وتعتمد بصورة كبيرة على الكائنات الافتراضية والصور ثلاثية الأبعاد في إنتاجها.

أما عن فائدة توظيف صحافة الروبوت في العمل الصحفي، فقد توصلت دراسة (محمد جمال بدوي، 2021)<sup>33</sup> إلى أهمية تطبيق صحافة الروبوت في المواقع الصحفية المصرية- بالتطبيق على موقع القاهرة 24 الإخباري- لقدرتها على إنتاج وتقديم محتوى صحفي أكثر تميزاً وأكثر مصداقية، وتأثيرها الإيجابي في البعدين المهني والأخلاقي للعمل الصحفي، وأن المواقع حققت أهدافها من تطبيق صحافة الروبوت بنسبة جيدة، مع وعيهم بأن دور هذه الروبورتات تكاملي مع دور الصحفي البشري، كما توصلت دراسة (أسماء محمد مصطفى عزام، 2021)<sup>34</sup> لسيطرة الروبوتات على عدد من المهن والصناعات الأخرى، من ضمنها المؤسسات الصحفية، وأن الروبوت ينقل الحدث، وتوقف المراسلين عن التغطية؛ لذلك يجب عمل دورات تدريبية للعاملين في الصحف المصرية على أن يكون ذلك بنظام إجباري لكل العاملين بالمؤسسات الصحفية لتطوير كفاءتهم لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ لأن ذلك يمثل تحدياً حقيقياً للصحفيين يحتم عليهم العمل على تطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة في عصر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وبخصوص استخدام تقنية 360<sup>o</sup> في المواقع الإخبارية الإلكترونية في إنتاج القصص الإخبارية المصورة، توصلت دراسة (سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف، 2021)<sup>35</sup> إلى تميز القصص المصورة بتقنية 360<sup>o</sup> عن الفيديو التقليدي بأنها تخلق زاوية بانورامية في جميع الاتجاهات، مما يعطي منظوراً أكثر شمولية وعمومية، وتغطي

أبعاد المكان كله كما لو أن المتلقي زار المكان، فتجعله معاشياً ومندمجاً مع الحدث، مما يعمل على وصول الهدف من القصة مباشرة، وظهور تنوع في التأثيرات الإيجابية والفوائد المتعددة التي يتوقعها القارئ بالاتصال بعينة الدراسة جراء استخدام تقنية 360° درجة في التغطية الإخبارية، واتفق معظم القائمين بالاتصال بعينة الدراسة على أن توفير التقنيات التكنولوجية التي تساعدهم على استخدام تقنية 360° يأتي في مقدمة مقترحاتهم لتحقيق الاستخدام الأمثل لهذه التقنية في المستقبل، وأكد الخبراء عينة الدراسة أن السنوات المقبلة ستشهد صعود استخدام تقنيات التصوير الحديثة كتقنية 360° وصحافة الواقع الافتراضي والواقع المعزز، وعليه، يوجد اتجاه لأن تحل الصحافة البصرية والواقع الافتراضي محل الصحافة التقليدية، وعن استخدام سلاسل الكتل blockchain في الصحافة، فقد أثارت دراسة (هند يحيى عبد المهدي عبد المعطى، 2021)<sup>36</sup> أنه يمكن استخدام البلوك تشين في الصحافة عبر التحقق من المعلومة، ومنع التزييف، وإخفاء هوية الصحفي، وتأمين المعلومات، ومساعدة الصحفيين على حمايتهم من الاغتيالات، فتقنية blockchain غير مكلفة نهائياً لأنها اشتركت في موقع فقط، أما آليات تمويل منصات إعلامية للإعلام الجديد القائمة على تقنية blockchain فهي المؤسسات ذاتها عندما تشعر بأهمية هذه التقنية، والعائد سيأتي منها، وبهذه الطريقة ستسعى المؤسسات الصحفية لاستخدامها.

وتطرقت الدراسات لأثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير جودة المحتوى الإعلامي أيًا كانت طبيعته، فأوضحت دراسة (سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف، 2022)<sup>37</sup>، بخصوص تحليل أنواع الإعلانات المصممة بتقنية الواقع المعزز المنشورة عبر منصة يوتيوب، أن النوع الإعلاني الأكثر استخداماً هو المرآة السحرية، يليه الطباعة النشطة، ثم النافذة الوهمية، ورسم الخرائط الإسقاطية، وأخيراً الطبقة الجغرافية، وأن تقنية الواقع المعزز تسمح للمستخدمين بتجربة المنتجات من أي مكان، وظهر تنوع في استخدام علامات تجارية عديدة، وفي مجالات مختلفة لتقنية الواقع المعزز في تصميم إعلاناتها، كما تستهدف هذه الإعلانات جمهوراً متنوعاً، ومتابعة الإعلانات بتقنية الواقع المعزز عبر الهواتف الذكية والشاشات التفاعلية المجهزة بتقنية الواقع المعزز، وتبين وجود أربع طرق

لتفاعل المستخدم مع الإعلان، هي: الإدراك، والمعالجة والتكامل، والتفاعل، وتركزت أغلب تعليقات المتلقين لإعلانات الواقع المعزز على عناصر الإعلان أكثر من العلامة التجارية التي تم الترويج لها، إضافة إلى أن أغلب المتلقين لديهم مواقف ومشاعر إيجابية عاطفية تجاه الإعلانات المصممة بتقنية الواقع المعزز عبر يوتيوب، فأظهروا إعجابهم باستخدام التقنية، كما أوضحت دراسة (أسماء عبد الراضى السمان، 2023)<sup>38</sup> اعتماد المضمون الخبري الذي يوظف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الإحالة للمخططات البيانية، وجاءت تقنية الواقع المعزز عبر عملية الإسقاط لتوضح أن هذا النمط من الواقع المعزز في طور النشأة، كما يعتمد المضمون الخبري على الصور، ويرجع ذلك لأهميتها في إبراز التأثيرات السلبية للمناخ من خلال الصور الثابتة أو المتحركة، كما يعتمد المضمون الخبري على ملفات الصوت والمؤثرات الصوتية لنقل مشاعر الخوف والخطر ولجذب انتباه المتلقي، وإضفاء جو نفسي يتناسب مع المضمون المقدم.

وفي السياق ذاته، أشارت دراسة ((Irene Costera Meijer 2022)<sup>39</sup> إلى بروز تحدٍ أمام الصحافة، يتمثل في كيفية سرد القصص التي تلبى الاحتياجات المختلفة، فتقنية الذكاء الاصطناعي (AI) تتيح الوصول لمخرج يتفق مع الرؤى المختلفة، أي تبدو فكرة "شخصية التوصية الحاسوبية" واعدة بمعنى أن هذه الأخبار المختلفة تكون مسبقاً التكوين ومتجسدة من خوارزميات التوصيات التي يمكن للأشخاص الاختيار من بينها عند تصفح المواقع (الإخبارية)، وبنقرة واحدة، يحصلون على أنواع مختلفة من التوصيات (الأخبار)، مما يمكنهم من التبديل بسهولة بين "إصدارات مختلفة من العالم"، كما تطرقت دراسة Olmsted- Sylvia M, Chan (2019م)<sup>40</sup> لتزايد اعتماد الشركات العاملة في الإعلام على أدوات الذكاء في مجال تحليل محتوى الجمهور والمشاعر وتصنيفه، التي تستخدم في مجال التسويق بفاعلية، وإشراك الجمهور عبر الواقع المعزز، وتحسين الرسائل الموجهة إليه، فضلاً عن تفعيل مشاركة الجمهور، والأتمتة التشغيلية.

وقد برز جانب آخر وفائدة مهمة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، تتمثل في مواجهة الأخبار الزائفة، فتوصلت دراسة (ممدوح عبد الله مكاوي، 2020)<sup>41</sup> إلى أن ظاهرة الأخبار الزائفة لا تُعد ظاهرة جديدة، لكن ما ساعد على بروزها كانت

الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م، وجاء الربط بين المواد الساخرة وانتشار الأخبار الزائفة، مما يؤثر في استقرار المجتمعات، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تُعدُّ محركاً قوياً في سهولة وفورية انتشار الأخبار الزائفة، كما توصلت دراسة Jeannette Paschen (2020م)<sup>42</sup> إلى أن معيار التفرقة بين الأخبار يرتكز على العناوين للتمييز بين الأخبار المزيفة والحقيقية، وأن عناوين الأخبار المزيفة أكثر سلبية من عناوين الأخبار الحقيقية، وتركز على عرض عواطف سلبية بشكل مركز، مثل الاشمئزاز والغضب، ولا تركز على العواطف الإيجابية، أي أن معيار التحليل هنا الوقوف على الجانب العاطفي في النص المنشور، كما أضافت دراسة Mohamed Hassoun & Waled Alli (2019م)<sup>43</sup> أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الصحفي، لارتفاع قدرتها على مكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفقاً لسياسة التحرير، وتخصيص المحتوى.

#### التعليق العام على الدراسات السابقة:

- تنوعت الموضوعات التي تطرقت لها الدراسات السابقة، التي ناقشت أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي، الذي برز بشدة في مسألة تحرير الأخبار من خلال جمع الأخبار والمعلومات المختلفة واختزالها، وتصنيفها لمحتوى صحفي يتناسب مع اهتمامات الجمهور، مما أدى لظهور فكرة "المحتوى المتخصص"، كما تطرقت بعض الدراسات لمسألة الأخبار المزيفة والاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي للتمييز بين الأخبار المميزة والصحيحة والمزيفة، إلى جانب وجود عدد من الدراسات تطرقت لاستشراف مستقبل الصحافة في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز والافتراضي والميتافيرس، بالوقوف على العوامل المؤثرة فيها والتحديات التي تواجهها.
- تنوع الأطر النظرية المستخدمة في دراسة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وتطوير المضامين الإعلامية، كالنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (محمد عوض نافع، 2023)<sup>44</sup>، التي أثبتت وجود علاقة ارتباطية بين

اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الأداء/ المنفعة المتوقعة/ التسهيلات المتاحة/ الجهد المتوقع)، وكذلك نظرية ثراء الوسيلة إلى جانب نظرية قبول التكنولوجيا كما جاء في دراسة (سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف، 2021)<sup>45</sup> التي اهتمت بالكشف عن طبيعة شكل ومضمون القصص الإخبارية المصورة باستخدام تقنية 360° في المواقع الإخبارية الإلكترونية، وإجراء دراسة تحليلية للقصص الإخبارية المصورة بتقنية 360° في المواقع الإخبارية العالمية والعربية (موقع CNN وموقع BBC وموقع RT وموقع الجزيرة)، ودراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية المصرية، وكذلك الخبراء الأكاديميين والمهنيين في مجال الإعلام الرقمي والتصوير.

- تنوعت العينات الدراسة التي استهدفتها الدراسات السابقة ما بين جمهور عام وجمهور خاص، كالصحفيين والقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية والصحفية، كالمحررين والمخرجين والمصورين ومصممي الجرافيك، سواء في المؤسسات الصحفية والتلفزيونية والإلكترونية العربية والأجنبية، كالكويت والسعودية والإمارات، فمثلاً جاء في دراسة (سحر عبد المنعم محمود الخولي، 2022)<sup>46</sup>، تناول عينة من الصحف العربية، مثل صحيفة البيان الإماراتية، وكذلك كل من صحيفة الواشنطن بوست الأمريكية، والتايمز البريطانية مثلاً للصحف الإلكترونية الأجنبية، أو المؤسسات المصرية (مؤسسة الأهرام، والأخبار، وأخبار اليوم، والجمهورية، واليوم السابع، والمصري اليوم، والوفد، والشروق، وموقع القاهرة 24 الإخباري، والإذاعة والتلفزيون، والقنوات الفضائية العامة والمتخصصة المصرية)، علاوة على ذلك، فقد تنوعت أحجام العينات، فعلى صعيد المتخصصين من الخبراء والنخب فقد تراوحت ما بين (58- 100 - 150-300)، ووظفت أدوات (الاستبانة، المقابلة المتعمقة)،

ومجموعات نقاش بؤرية للجمهور الصحفي في دراسة (وسام محمد أحمد، 2018)47.

- انفردت دراسة (Nic Newman. 2022)<sup>48</sup> بسحب 246 صحفياً من مناصب عليا (تحريرية أو تجارية أو منتج) في شركات النشر التقليدية أو الرقمية عينة الدراسة للمشاركة في الدراسة الاستطلاعية، باختيارهم من 52 دولة، كما انفردت دراسة ((Irene Costera Meijer. 2022<sup>49</sup> بتحليل دولة، كما انفردت دراسة ((Irene Costera Meijer. 2022<sup>49</sup> بتحليل الصحافة، وإبراز مفهوم الصحافة القيمة من خلال إجراء تحليل لنتائج 22 مشروعاً بحثياً للجمهور (2005-2020)، شارك فيها 3068 مفردة عبر التركيز على تجربة الجمهور نحو الصحافة ككفيلة، بدلاً من التركيز على محتواها أو نهجها، وتبلورت الصحافة القيمة على مر السنوات عبر ثلاث تجارب رئيسية، هي: تعلم شيء جديد، والحصول على الاعتراف، وزيادة التفاهم المتبادل.

- تميزت دراسة (ممدوح عبد الله مكاي، 2020)<sup>50</sup> بأنها نوع من الدراسات النقدية، فناقشت ظاهرة الأخبار الزائفة، واستعرضت الدراسة الحالية نتائج (110 دراسات) تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام؛ مفهومها، وتاريخها وتطورها.

- ركزت دراسات على استشراف المستقبل في ضوء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والميتافيرس والواقع المعزز والافتراضي، وانفردت دراسة (أيمن محمد إبراهيم بريك، 2022)<sup>51</sup> بتوظيف مدخل استشراف المستقبل Foresight approach وأداتي الاستبانة والمقابلة المتعمقة، بالتطبيق على عينة من الخبراء المهنيين والأكاديميين باستخدام أسلوب دلفاي، والتحليل المورفولوجي للوقوف على السيناريوهات المستقبلية المتوقعة (التفاؤلية- التشاؤمية- المرجعية)، وذلك من خلال دراسة استشرافية بالتطبيق على عقدين (من 2022 إلى 2042)، كما تميزت دراسة (مي مصطفى عبد الرازق، 2022)<sup>52</sup> بمحاولة استقراء مستقبل استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في

مجال الإعلام، بالتطبيق على عمدية متاحة قوامها (451) مفردة من القائمين بالاتصال، مقسمة إلى عينة قوامها (265) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية المصرية، و(186) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية العربية بمختلف الإدارات والأقسام، خاصة ذات الصلة بالبيئة الرقمية، كما جاءت دراسة (سوزان يوسف أحمد القليني، 2022)<sup>53</sup> الاستشرافية للوقوف على التأثيرات المتوقعة لهذه التقنيات في الإعلام العربي، عبر استطلاع رأي 400 من الخبراء والمختصين في الإعلام في العالم العربي، كما جاءت دراسة (أسماء محمد مصطفى عزام، 2021)<sup>54</sup> لاستشراف مستقبل المؤسسات الصحفية في ظل وجود الروبوت الصحفي، وكذلك دراسة (هند يحيى عبد المهدي، 2020)<sup>55</sup> التي عملت على استشراف استخدام تقنية الواقع المعزز والواقع المختلط في المواقع الإلكترونية الصحفية عبر المستحدثات التقنية (الهواتف الذكية ونظارة Hololense)، ورصد توقعات مصممي ومطوري المواقع الإلكترونية الصحفية لمستقبل الواقع المعزز والواقع المختلط في الصحافة الإلكترونية عبر المستحدثات التقنية، وتتنمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتمثل مجتمع الدراسة في مصممي ومطوري المواقع الإلكترونية الصحفية التي استخدمت تقنية الواقع المعزز (AR) على الصحف الورقية فقط، مثل صحف (الأهرام - الأخبار)، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الباحثة أداة المقابلة المتعمقة مع عدد (6) من مطوري المواقع الإلكترونية الصحفية، واستهدفت دراسة Moravec et al Václa 56 2020 توصيف تطبيق الخوارزميات في وكالة الأنباء التشيكية، وتحويل ملفات البيانات الكبيرة لنصوص إخبارية، بإجراء دراسة ميدانية على الصحفيين والمحريين الاقتصاديين في الوكالة.

- استفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة وأهدافها وأهميتها وفروضها، في ضوء تحديد الأطر النظرية المناسبة، خاصة في ظل ارتفاع الاعتماد على نظرية قبول التكنولوجيا، فاعتمدت الباحثة عليها



إلى جانب توظيف نظرية التفاعلية، وذلك لأن عدداً من الدراسات السابقة أكدت أن تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز مكّنت من بناء محتوى صحفي جذاب ومؤثر يمتاز بالتفاعلية، وهي إحدى ميزات توظيف هذه التقنيات بمختلف أنواعها في العمل الصحفي.

#### مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في قياس تأثير تقنيات الواقع المعزز في تقديم محتوى إخباري متميز وجاذب بالمواقع الإخبارية العربية الإلكترونية، سواء المقروء أو المرئي، وانعكاسها على درجة تفاعل الشباب العربي معها، وذلك من خلال التعرف على كيفية توظيف تقنية الواقع المعزز في صناعة المحتوى الإخباري، وأثره في تطويره شكلاً ومضموناً، سواء الكتابة التحريرية أو الإخراج أو الإعلانات وغيرها، بما يحقق الميزة التنافسية على مستوى الإنتاج الإخباري العربي، ويكون محفزاً لتفاعل الشباب معه، الذي يُستهدف أيضاً للتعرف على تفاعلاته مع هذه النوعية من الأخبار وأسباب متابعتها لها.

#### أهمية الدراسة:

1. تعد الدراسة إضافة للمجال البحثي المرتبط بتوظيف التقنيات الرقمية في الإنتاج الإعلامي؛ إذ أسهمت هذه التقنيات في إحداث تغيير جذري في السرد القصصي الإخباري، أدى لخلق أشكال جديدة ومبتكرة لتقديم المحتوى الخبري للجمهور في البيئة الرقمية، لذلك من المهم التعرف على تقييم الجمهور العربي لهذا المحتوى الخبري المعتمد على توظيف تقنية الواقع المعزز، وقدرته على تحقيق المعرفة المعلوماتية التي تسعى لها ومصداقيتها لديهم.
2. ارتفاع معدلات تفاعل المجتمعات العربية مع التكنولوجيا الرقمية والاندماج معها عبر الأجهزة الذكية المختلفة، مما دفع مؤسسات إعلامية كثيرة لتطوير منتجها الخبري المقروء أو المرئي عبر هذه التقنية، وإتاحة مشاهدته عبر الوسائط التكنولوجية، وهو ما يساعد على تحقيق جذب المستهلكين الحاليين والمرتقبين، مع إضافة بعد تفاعلي يسمح بتجسيد المحتوى وتوضيحه، وينعكس على إدراك الجمهور له.

3. الوصول لمقترحات بناء على آراء الجمهور العربي المتفاعل مع المحتوى الخبيري المعتمد على توظيف تقنية الواقع المعزز، وكذلك بناء على تقييم الصحفيين في المقابلات المتعمقة، بهدف الارتقاء بجودة المحتوى الخبيري أياً كانت طبيعته في اندماجها مع التقنيات الرقمية، والاستفادة من خصائصها في الابداع والابتكار النصي والشكلي، مع مراعاة سياسات حماية الخصوصية ومصداقية المعلومات.

#### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي، هو "قياس انعكاس توظيف تقنيات الواقع المعزز في المحتوى الإخباري المقدم في المواقع الإخبارية العربية الإلكترونية على تفاعل الشباب المصري والإماراتي مع المحتوى المقدم من خلاله، وقياس قبول الصحفيين لتوظيفها"، وينبثق من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية يمكن إجمالها على النحو الآتي:

- ❖ التعرف على استخدام الصحفيين لتقنية الواقع المعزز ومجالات استخدامها في إنتاج المحتوى الإخباري.
- ❖ تقييم أوجه الاستفادة من تقنية الواقع المعزز في تطوير المحتوى الإخباري وآليات التفاعل معه.
- ❖ قبول الصحفيين لاستخدام تقنية الواقع المعزز في العمل الإخباري نظراً لجاذبيته.
- ❖ كثافة متابعة الشباب العربي (المصري- الإماراتي) للأخبار القائمة على تعزيز تقنية الواقع المعزز.
- ❖ أسباب متابعة الشباب العربي (المصري- الإماراتي) للأخبار القائمة على تعزيز تقنية الواقع المعزز.
- ❖ ثقة الشباب العربي (المصري- الإماراتي) في الأخبار القائمة على تعزيز تقنية الواقع المعزز.
- ❖ تقييم الشباب العربي (المصري- الإماراتي) لجودة المحتوى الخبيري القائم على توظيف تقنية الواقع المعزز.

❖ الآثار الاتصالية لمتابعة الشباب العربي (المصري- الإماراتي) للأخبار القائمة على تعزيز تقنية الواقع المعزز.

❖ طرح الشباب العربي (المصري- الإماراتي) مقترحاتهم لتعزيز تضمين تقنية الواقع المعزز في صناعة الخبر الصحفي.

### الإطار النظري للدراسة:

#### 1: مفهوم التفاعلية الرمزية:

تعد التفاعلية الرمزية أحد العناصر الأساسية التي تقوم عليها النظرية الاجتماعية في تحليل الأنساق الاجتماعية، فهي تنطلق من دراسة الأفراد وسلوكهم (الوحدات الصغرى)، بهدف الوصول إلى فهم الوحدات الكبرى وتفسيرها، ومن ثم فهي تهتم بالتفاعل الرمزي المتشكل عبر اللغة والرموز والمعاني والوعي الذاتي<sup>(57)</sup>، وتستند التفاعلية الرمزية إلى مجموعة من المفاهيم الأساسية، هي:

1. التفاعل Interaction: ويقصد به العلاقات والاتصالات بين فرد وفرد، أو فرد وجماعة، أو جماعة وجماعة.
2. المرونة Flexibility: ويقصد بها قدرة الإنسان على التصرف في مجموعة ظروف بطريقة واحدة في وقت واحد.
3. الرموز Symbols: ويقصد بها وسائل التفاعل وأدواته التي يستخدمها الأفراد فيما بينهم لتيسير عملية الاتصال والتفاعل فيما بينهم.
4. الوعي الذاتي Self-Consciousness: ويقصد به قدرة الإنسان على تمثيل الدور<sup>(58)</sup>.

#### - فرضيات النظرية:

- يمكن الإشارة إلى سياق الفروض الأساسية لهذه النظرية فيما يلي:
  - يمكن النظر للمجتمع على أنه نظام من المعاني، ويشكل إسهام الأفراد في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة نشاطاً شخصياً تنشأ منه توقعات مستقرة ومفهومة للمجتمع، تقود بدورها إلى أنماط متوقعة من السلوك.

- من وجهة النظر السلوكية، فإن الحقائق الاجتماعية والمادية ما هي إلا بناء مصنف المعاني، وهي حصيلة الإسهام الفردي والجماعي في التفاعل الرمزي، وتفسير الحقائق هو حاصل اتفاق جماعي أو ذو صفة ذاتية فردية.
- الروابط التي توحد الأفراد وأفكارهم عن غيرهم، وما يعتقدونه عن ذاتهم هي بني شخصية للمعاني، نشأت عن التفاعل الرمزي، وبذلك فالمعتقدات الذاتية للمواطنين عن الآخرين وعن ذاتهم هي أكثر الحقائق أهمية للحياة الاجتماعية.
- يسترشد السلوك الفردي في موقف ما بالمضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف، وهكذا فالسلوك ليس رد فعل أوتوماتيكي أو استجابة لمؤثر خارجي، ولكنه ثمرة أبنية ذاتية عن النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للمواقف<sup>590</sup>.

#### أسباب استخدام نظرية التفاعلية الرمزية في الدراسة الحالية:

- \* تُعد نظرية التفاعلية الرمزية من أنسب المداخل النظرية لموضوع الدراسة الحالية، لأن التفاعلية الرمزية يبني مفهومها على الرموز التي تشكل مفاهيم التفاعلية الرمزية، وبذلك تسعى الدراسة الحالية لفحص أثر توظيف تقنيات الواقع المعزز في تحفيز الشباب على التفاعل مع المحتوى الخبري المقدم في المواقع الإخبارية العربية.
- \* نظرية التفاعلية الرمزية تقوم على التفاعل المتبادل؛ إذ إن المواقع الإخبارية العربية تعرض مؤثرات مختلفة، مثل الصوت والصورة، فيفهم الجمهور تلك المؤثرات، ويتفاعل معها من خلال أدوات التفاعل المختلفة، مما يحدث رجوع صدى من جانب الجمهور، فالجمهور هنا ليس متلقياً سلبياً، ولكنه يؤدي نشاطاً إيجابياً.
- \* يقوم فرض نظرية التفاعلية الرمزية على أن إسهام الأفراد في المعاني المشتركة المرتبطة برموز يعد نشاطاً شخصياً تنشأ عنه أنماط متوقعة من السلوك، وهو الوعي بالقضايا المجتمعية التي تثيرها المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية، وما يثيره ذلك من تنوع استجابات الجمهور، ما بين الاستجابات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتكونة لديهم من التفاعل مع هذه المواقع، هذا الافتراض مكن الباحثة من صياغة الفرض العام للدراسة الحالية، الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية

ذات دلالة إحصائية في بناء محتوى خبري جيد بتوظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية وتعزيز مستوى التفاعل معهم.

## 2: نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model

يعد نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model من النماذج الصادقة والموثوقة لتفسير قبول نظم المعلومات، والهدف من هذا النموذج تفسير سلوك المستخدم تجاه نظم المعلومات<sup>60</sup>، ويعتمد نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model، الذي يحمل الاختصار (TAM) على عنصرين مهمين، هما:

1. توقع الفائدة (Perceived Usefulness).

2. سهولة الاستخدام (Ease of Use).

ويهدف النموذج إلى شرح العوامل المؤثرة في قبول الحاسب الآلي وتقنياته، ويفترض النموذج أن قبول تكنولوجيا المعلومات يتوقف على النوايا السلوكية باتجاه الشخص أو المؤسسة نحو الاستخدام، لذا يتشكل هذا الاستخدام من إدراك الشخص لأهمية الاستخدام ومن إدراكه لسهولة استخدام النظام<sup>61</sup>.

مكونات نظام قبول التكنولوجيا:

تتكون النسخة الأخيرة والمعدلة من قبول التكنولوجيا TAM من العوامل الآتية:

-العوامل السلوكية (Variables Behavioral)، وتشمل<sup>62</sup>:

-سهولة الاستخدام المدركة (Perceived Ease Of Use-PEOU): يشير إلى الدرجة

التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا سهلاً ولا يتطلب أي جهد أو معاناة.

-الاستفادة المدركة (Perceived Usefulness-PU): الدرجة التي يعتقد فيها الفرد

أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز ويحسن من أدائه في العمل.

-النوايا السلوكية لذوي السلوك المخطط له من الفرد Behavioral Intention-BI:

ويُتوقع من خلال سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.

-الاستخدام الفعلي Actual Use-AU: الممارسة الفعلية لاستخدام التكنولوجيا لدى

الفرد، ويتنبأ به من خلال النية السلوكية<sup>63</sup>.

-المتغيرات الخارجية External Variables -EV، مثل:

المتغيرات الديموغرافية، وتؤثر هذه المتغيرات الخارجية في سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.

ويفترض هذا النموذج: أن الاتجاه نحو الاستخدام يُعدّ عاملاً محددًا للاستخدام الفعلي أو عدم الاستخدام، واتجاه المستهلك يتأثر بعاملين رئيسيين، هما (المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام)، ولكل منهما تأثير في الآخر، وأيضاً يتأثرون بعوامل أخرى خارجية<sup>64</sup>. ووفقاً لهذا النموذج، وبالتطبيق على الدراسة الحالية: فإن قبول الأفراد للتكنولوجيا قد يتوقف على عدد من العوامل، منها المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام، كما أُشير سابقاً، علاوة على التأثيرات الاجتماعية والثقافية، لذلك فتوظيف هذه التقنيات المختلفة، المتمثلة في (تقنيات الواقع المعزز)، سينعكس بطريقة ما على صناعة المحتوى الإخباري وجودة المنتج النهائي في المواقع عينة الدراسة، وأيضاً إدراك الجمهور عينة الدراسة لتقبل هذه التقنيات والتفاعل معها، والتعرف على الفائدة المدركة والتأثيرات التي تحدثها، والمستويات المختلفة للتفاعل معها، وإدراكها ومقترحات التوظيف الأمثل لهذه التقنيات في المواقع الإخبارية العربية.

### 3: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتجه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للاهتمام بمجالات البحث المرتبطة بتوظيف التقنيات الرقمية الحديثة في الإعلام الرقمي، وهنا في مجال الدراسة "تقنيات الواقع المعزز"، وتفاعل الجمهور مع محتواه في الأوقات العادية أو الأزمات، وتنعكس أهمية وسيلة الإعلام أو التقنية الرقمية نتيجة زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل القضايا المجتمعية المطروحة بها، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن هذه القضايا أياً كانت طبيعتها لدى الجمهور ومن ثم تشكيل اتجاهاته، ففي أوقات عدم الاستقرار يزداد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات؛ بل إن وسائل الإعلام قد تكون ربما المصدر الوحيد الذي يعتمد عليه الجمهور<sup>65</sup>.

وتفترض النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية، ومن ثم تحديد مواقفه السلوكية في ظروف معينة، ومن الأهداف الرئيسية للنظرية الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها

تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما، وهنا بالتطبيق على المواقع الإلكترونية الإخبارية وتقديمها محتوى صحفياً تفاعلياً، وإتاحة تشاركية الجمهور بالرأي فيه، تبحث الدراسة انعكاس توظيف تقنيات الواقع المعزَّز في تطوير المحتوى الصحفي شكلاً ومضموناً وأثره في تشكيل معارف الجمهور وتفاعله معه، لذا تُوظَّف هذه النظرية في الدراسة الحالية، للتعرف على التأثيرات الاتصالية التي تحدث للشباب المصري والإماراتي نتيجة الاعتماد على مثل هذه النوعية من المحتوى الإخباري الذي يعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزَّز، وتتمثل هذه التأثيرات الاتصالية في (التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية)66 .

تساؤلات الدراسة وفروضها:

1. تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1) ما كثافة متابعة الشباب المصري والإماراتي للمحتوى الخبري المعتمد على توظيف تقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 2) لماذا تعتمد عينة الدراسة من الشباب المصري والإماراتي على المحتوى الخبري المعتمد على توظيف تقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 3) ما أشكال تفاعل الشباب المصري والإماراتي مع المحتوى الخبري المعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 4) كيف يُقيم الشباب المصري والإماراتي مميزات توظيف تقنيات الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 5) ما مستوى ثقة الشباب المصري والإماراتي في المحتوى الإخباري المعتمد على توظيف تقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 6) ما أشكال تفاعل الشباب العربي مع المحتوى الإخباري المعتمد على توظيف تقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 7) ما الآثار المترتبة على تفاعل الشباب العربي مع المحتوى الإخباري المعتمد على توظيف تقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 8) ما رؤية الشباب العربي لأهمية المحتوى الإخباري المعتمد على توظيف تقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟

## 2. تساؤلات المقابلات المتعمقة:

- 1) كيف يستخدم الصحفيون تقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 2) كيف يوظف الصحفيون تقنيات الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية من حيث مجالات استخدامه وأشكاله؟
- 3) لماذا يتقبل الصحفيون المحتوى الخبري المعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 4) كيف يُقيم الصحفيون نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لتوظيف تقنيات الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية؟
- 5) ما مقترحات الصحفيين لتعزيز دور تقنية الواقع المعزَّز في تطوير العمل الإخباري؟

## 3. فروض الدراسة الميدانية:

1. الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية واعتمادها على تقنيات الواقع المعزَّز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة بالمجتمع.
2. الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزَّز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية وأشكال التفاعل مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزَّز.
3. الفرض الرئيسي الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزَّز تأثيراً في موقفهم تجاه القضية ما بعد مشاهدتها وتقييمهم لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية.
4. الفرض الرئيسي الرابع: توجد فروق معنوية بين أفراد عينة وفقاً لخصائصهم فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزَّز في المواقع الإخبارية العربية.
5. الفرض الرئيسي الخامس: توجد فروق معنوية بين أفراد عينة وفقاً لخصائصهم



فيما يتعلق بمتابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية.

#### الإجراءات المنهجية:

1. نوع الدراسة: تُعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد الظاهرة ومتغيراتها، مما يمكن من تحليلها في الظروف التي عليها<sup>67</sup>، وتتسع الدراسة لاستكشاف تأثير استخدام تقنيات الواقع المعزز في تعزيز جودة إنتاج المحتوى الخبري المقروء أو المرئي في المؤسسات الإعلامية المصرية والإماراتية، واتجاه الشباب العربي نحو توظيف هذه التقنية في العمل الخبري وجاذبيته لهم.

2. منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح، الذي يعد الطريقة الأمثل للتعرف على درجة قوة العلاقات بين متغيراتها، مما يمكن من التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات، ويُعد منهج المسح نموذجاً قياسيًّا في البحوث السلوكية والاجتماعية، يُستخدم لجمع بيانات شاملة عن اتجاهات الأفراد ومشاعرهم، ويستهدف منهج المسح عن طريق مسح جمهور الشباب العربي (المصري-الإماراتي) في التعرف على تأثير توظيف تقنيات الواقع المعزز في المحتوى الخبري في جاذبيته لهم وتحقيق الاندماج معه والمتابعة، فضلاً عن تقييم قبول الصحفيين في البلدين لهذه التقنية في العمل الخبري والتحديات التي تواجه توظيفه.

كما توظف الدراسة المنهج المقارن *The Comparative Method*، الذي يركّز على المقارنة بين جوانب التشابه والاختلاف بين المجتمعات المختلفة<sup>(68)</sup>، أو الظواهر الاجتماعية لغرض اكتشاف أي العوامل أو الظروف التي تصاحب حدوث ظاهرة اجتماعية أو ممارسة معينة، على أن تكون المقارنة في حقبة زمنية واحدة<sup>(69)</sup>، أو تقارن ظاهرة واحدة في المجتمع نفسه في فترات زمنية مختلفة لمعرفة تطورها وتغيرها، كما يعين هذا المنهج في دراسة العلاقات السببية بين أوجه الاختلاف والتشابه بين المجتمعات أو الظواهر محل الدراسة<sup>(70)</sup>، فالمنهج المقارن يرتبط بدراسة التغيرات إما على صعيد الأماكن أو الأزمنة، ويرتبط بالوصول لأحكام

قاطعة فيما يتعلق بفرضيات الدراسة، فهذا المنهج يرتبط بالدراسات التاريخية أو الدراسات المتعلقة بالاختلافات الثقافية فيما بين الدول<sup>(71)</sup>، وتؤدي البحوث المقارنة إلى زيادة القدرة على تقديم تفسيرات أكثر عمقاً للظاهرة المدروسة<sup>(72)</sup>؛ إذ إن هذه التفسيرات تستند إلى أدلة تجمع من عدة مجتمعات وليس من مجتمع واحد، مما يقلل من تأثير عوامل الصدفة، والتحييزات الثقافية، كما تسمح البحوث المقارنة بالاستعانة بالعوامل والجوانب الثقافية والاجتماعية الخاصة بكل مجتمع مدروس في تفسير النتائج، مما يدعم أيضاً قوة هذه التفسيرات، وهو ما دفع حديثاً لاعتبار هذا المنهج بأنه مولد للمعرفة<sup>(73)</sup>، وهو روعي في الدراسة الحالية، بالمقارنة بين عينتي الدراسة المصرية والإماراتية، من حيث الوعي بتوظيف تقنية الواقع المعزز في صناعة الأخبار أياً كانت طبيعتها، وكثافة الاعتماد عليها في متابعة الأخبار، وكذلك الوقوف على قبول الصحفيين لهذه التقنيات في صناعة الأخبار، وأثر الممارسات الإدارية في كلتا الدولتين في قبول هذه التكنولوجيا في العمل الإعلامي الخبيري.

### 3. مجتمع الدراسة وعينتها:

#### أولاً: الدراسة الميدانية:

طبقت الدراسة الميدانية من خلال استبانة إلكترونية وزّعت على عينة متاحة قوامها (400 مفردة) من جمهور الشباب المصري والإماراتي المتفاعل مع المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية، بواقع 200 مفردة من كل مجتمع، وتوجد مجموعة من المبررات اختيرت على أساسها عينة الدراسة الميدانية، وهي كما يلي:

- أولاً: أنهم جمهور متفاعل مع المواقع الإخبارية العربية.
- ثانياً: أن جمهور الشباب العربي الذي يعد القطاع الأكبر يرتفع اهتمامه بالخصائص التفاعلية للتعبير عن الرأي، وكذلك متابعة الأحداث المجتمعية.
- ثالثاً: الوقوف على قدرات المواقع الإلكترونية الإخبارية في مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، وتحديدًا تقنيات الواقع المعزز.

وتمثلت خصائص عينة الدراسة من جمهور الشباب المصري والإماراتي كما يلي:

جدول (1)  
خصائص عينة الدراسة الميدانية

الإجمالي		إماراتي		مصري		البيانات الشخصية	
%	ك	%	ك	%	ك		
100	400	50	200	50	200	الجنسية	
26.3	105	44	88	8.5	17	ذكر	النوع
73.7	295	56	112	91.5	183	أنثى	
100	400	100	200	100	200	الإجمالي	
9.8	39	15	30	4.5	9	مؤهل متوسط	المستوى التعليمي
85.3	341	76.5	153	94	188	مؤهل جامعي	
5	20	8.5	17	1.5	3	مؤهل دراسات عليا	
100	400	100	200	100	200	الإجمالي	
23	92	3	6	43	86	الأولى	الفرقة الدراسية
16.3	65	1.5	3	31	62	الثانية	
19.3	77	20.5	41	18	36	الثالثة	
41.5	166	75	150	8	16	الرابعة	
100	400	100	200	100	200	الإجمالي	
27.5	110	38	76	17	34	مرتفع	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
61.3	245	50	100	72.5	145	متوسط	
11.3	45	12	24	10.5	21	منخفض	
100	400	100	200	100	200	الإجمالي	

تُوضح بيانات هذا الجدول الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (عينة الدراسة)، وجاءت على النحو الآتي:

- جاءت مشاركة نسبة 50% من عينة الدراسة من المصريين والإماراتيين لكل منهما.
- جاءت مشاركة نسبة 73.7% من عينة الدراسة من الإناث في مقابل مشاركة نسبة 26.3% من الذكور.
- جاءت نسبة 85.3% من عينة الدراسة من حاملي المؤهل الجامعي في مقابل نسبة 9.8% من حاملي المؤهل المتوسط، يليها نسبة 5% من العينة من ذوي مؤهل الدراسات العليا.
- جاءت نسبة 41.5% من العينة في الفرقة الرابعة، ثم نسبة 23% في الفرقة الأولى، يليها نسبة 19.3% من العينة في الفرقة الثالثة، وأخيراً نسبة 16.3% في الفرقة الثانية.
- جاءت نسبة 61.3% من عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط، في مقابل نسبة 27.5% من العينة في المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع، يليها نسبة 11.3% من العينة من ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض.

#### ثانياً: المقابلات المتعمقة:

عُقدت مقابلات متعمقة مع 15 صحفياً من العاملين في المؤسسات الإعلامية المصرية والإماراتية؛ بهدف عقد مقارنة كيفية لواقع توظيف تقنية الواقع المعزز في العمل الخبري، وجاءت خصائص عينة الدراسة المقابلات كما يلي:

جدول (2)  
 خصائص عينة الدراسة في المقابلات المتعمقة المصرية والإماراتية

البيانات الأساسية	ك	%
النوع	ذكر	40
	أنثى	60
	الإجمالي	100
الجنسية	مصري	53.3
	إماراتي	46.7
	الإجمالي	100
اسم المؤسسة	القبس	20
	جهة خاصة	26.7
	دبي للإعلام	20
	فيتو	20
	موقع بصراحة الإخباري	13.3
	الإجمالي	100
ملكية المؤسسة	حكومي	20
	خاص	80
	الإجمالي	100
هل حصلت على دورات تدريبية في مجال تقنية الواقع المعزز	نعم	66.7
	لا	33.3
	الإجمالي	100

تُوضح بيانات هذا الجدول الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (عينة الدَّراسَة) في المقابلات المتعمقة، وجاءت على النحو الآتي:

○ جاءت مشاركة نسبة 60% من عينة الدراسة من الإناث في مقابل نسبة 40% من الذكور.

○ جاءت مشاركة نسبة 53.3% من عينة الدراسة من المصريين في مقابل مشاركة نسبة 46.7% من الإماراتيين.

○ جاءت نسبة 80% من عينة الدراسة من العاملين في مؤسسات إعلامية خاصة، في مقابل نسبة 20% من العاملين في مؤسسات إعلامية حكومية.

○ جاءت نسبة 26.7% من العينة من العاملين في جهة خاصة، في مقابل جزء من عينة الدراسة يعملون في مؤسسات (القبس، ودبي للإعلام، وفيتو) بنسبة 20% لكل منها، ثم جاءت نسبة 13.3% من العينة يعملون في موقع بصراحة الإخباري.

○ جاءت نسبة 66.7% من عينة الدراسة حصلوا على دورات تدريبية في مجال تقنية الواقع المعزز، في مقابل نسبة 33.3% من العينة لم يحصلوا على هذه الدورات.

#### \* أدوات جمع البيانات:

تحدد أدوات جمع البيانات، التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في الاستبانة، التي صممها الباحثة وحرصت من خلالها على تحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة، كما صممت دليل مقابلة مع الصحفيين المصريين والإماراتيين؛ بهدف الوقوف على مستوى قبولهم لتوظيف تقنية الواقع المعزز في العمل الخبري، وكذلك تحديد العوامل التي تحد من مستوى تعزيزها بفاعلية وكفاءة، من خلال تحليل سوات لواقع التقنيات الرقمية (الواقع المعزز) في المؤسسات الإعلامية.

#### \* اختبار الصدق والثبات:

أجري اختبار صلاحية الاستبانة في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات عليها، وفقاً لما يلي:

اختبار الصدق (Validity): ويعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، عرضت البيانات (الاستبانة) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين<sup>74</sup> في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

اختبار الثبات (Reliability): ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم للأسس والأساليب نفسها بالتطبيق على المادة الإعلامية نفسها، أي محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وطبقت الباحثة اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم الاستبانة، فوصل إلى 93.5%، مما يؤكد ثبات الاستبانة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج، وفيما يلي نتائج معاملات الثبات "ألفا" للاستبانة:

### جدول (3)

قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور الاستبانة والدرجة الكلية لها

معامل ألفا (معامل الثبات)	عدد العبارات	المحور
0.938	13	الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية
0.921	14	دوافع متابعة تقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية
0.911	11	أشكال التفاعل مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز
0.875	8	تقييم جودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية
0.831	7	التغطية الصحفية في المواقع الإخبارية العربية
0.935	53	الاستبانة كاملة

يكشف الجدول السابق عن ارتفاع قيم معامل ألفا (الثبات) لمقاييس الدراسة، وجميعها تستهدف قياس انعكاس تفاعل الشباب المصري والإماراتي مع تقنيات الواقع المعزز في المحتوى المقدم بالمواقع الإخبارية العربية الإلكترونية على التوجه نحو هذا المحتوى ومميزاته لديه، واتسمت جميع مقاييس الدراسة بارتفاع قيم الثبات بين عبارتها في قياس الهدف منها، فجاء ثبات الاستمارة في كل مقاييسها بقيمة (0.935)، وجاءت قيم الثبات للمقاييس مرتبة من الأعلى قيمة فالأقل على النحو الآتي:

- جاءت قيمة معامل الثبات لمقاييس الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية بقيمة (0.938).
  - جاءت قيمة معامل الثبات لمقاييس دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية بقيمة (0.921).
  - جاءت قيمة معامل الثبات لمقاييس أشكال تفاعل عينة الدراسة مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز بقيمة (0.911).
  - جاءت قيمة معامل الثبات لمقاييس تقييم عينة الدراسة لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية بقيمة (0.875).
  - جاءت قيمة معامل الثبات لمقاييس تقييم عينة الدراسة للتغطية الصحفية بالمواقع الإخبارية العربية بقيمة (0.831).
- التحليل الإحصائي للبيانات:

استعانت الباحثة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة الحالية في اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، وقد تنوعت الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة، كما يلي:

أولاً: المقاييس الوصفية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، الذي يعني تحديد مستوى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي، والوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:



(المتوسط الحسابي  $\times 100$ ) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

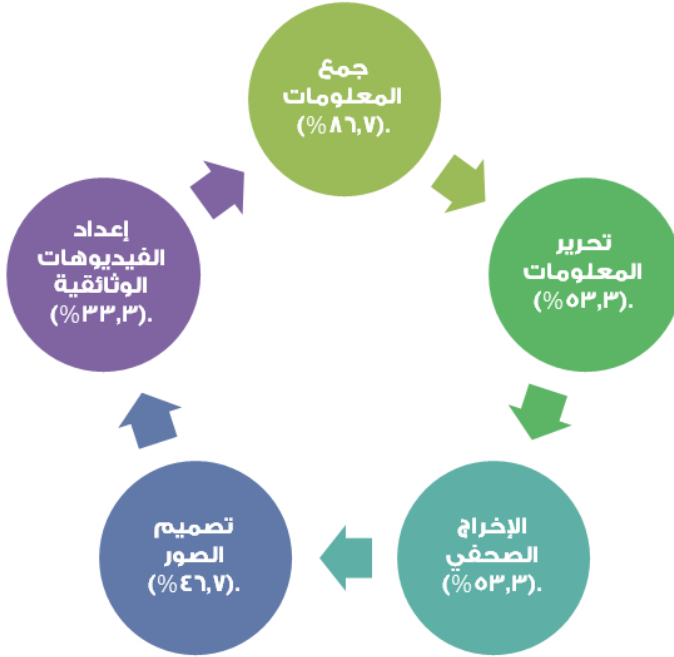
ثانياً: الاختبارات الإحصائية: تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance)، المعروف اختصاراً باسم ANOVA، وكذلك اختبار ت (T-test).  
ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation، ويتمثل في معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

- نتائج الدراسة:

الجزء الأول: نتائج المقابلات المتعمقة:

المحور الأول: قبول عينة الدراسة من الصحفيين لتكنولوجيا الواقع المعزز لإتمام التغطية الإخبارية:

- المجالات التي تستخدم فيها تقنية الواقع المعزز لإتمام التغطية الإخبارية:



شكل (1)

المجالات التي تستخدم فيها تقنية الواقع المعزز لإتمام التغطية الإخبارية

تنوعت المجالات التي أشارت عينة الدراسة لاستخدام تقنية الواقع المعزز فيها بهدف إتمام التغطية الإخبارية، وجاء في الصدارة جمع المعلومات بنسبة 86.7% بواقع 13

صحفياً، إذ يُمكن للصحفيين والمراسلين استخدام تقنية الواقع المعزز لجمع المعلومات بطريقة أكثر فاعلية وتفاعلية، سواء كان ذلك من خلال إضافة عناصر مثل الصور أو الفيديوهات أو البيانات الجغرافية، أو من خلال توفير تجارب تفاعلية للقراء تسمح لهم بالتفاعل مع المحتوى بطريقة أفضل، وفي المرتبة الثانية جاء مجالاً تحرير المعلومات والإخراج الصحفي بنسبة 53.3% لكل منهما، بواقع 8 صحفيين، إذ يمكن استخدامها لإضافة عناصر بصرية أو تفاعلية إلى المقالات الصحفية، مما يجعلها أكثر جاذبية للقراء وأكثر فاعلية في نقل الرسالة، وفي المرتبة الثالثة جاء تصميم الصور بنسبة 46.7% بواقع 7 صحفيين، مما يسمح بخلق صور معززة بدرجة أكبر للمحتوى الصحفي، ويمكن أن توفر تجارب بصرية مثيرة للاهتمام للقراء، وأخيراً جاء مجال إعداد الفيديوهات الوثائقية بنسبة 33.3% بواقع 5 صحفيين، وذلك عن طريق إضافة عناصر تفاعلية أو تحسين الجودة البصرية للمحتوى، مما يزيد من جاذبية المحتوى وتفاعل الجمهور معه، وقد أشارت دراسة (عمرو محمد محمود عبد الحميد، 2022) <sup>75</sup> إلى أهمية وعي العاملين بالأدوات التكنولوجية المستحدثة في إنتاج المحتوى الإخباري، والتكامل بين الأدوار المهنية المختلفة، ومنها فرق المحررين ومصممي الجرافيك ومنتجي ومقدمي الأخبار؛ بهدف إنتاج محتوى مبتكر يبسط المعلومات المعقدة، ويعرضها بشكل جذاب، لتوفير تجربة مشاهدة تفاعلية تقارب ما يحدث بالعالم الحقيقي.

- الموضوعات التي ترى حتمية توظيف تقنية الواقع المعزز في إعداد تغطية صحفية متميزة بها:



شكل (2)

الموضوعات التي ترى حتمية توظيف تقنية الواقع المعزز في إعداد تغطية إخبارية متميزة بها أعربت عينة الدراسة عن طبيعة الموضوعات التي ترى حتمية توظيف الواقع المعزز في إعداد تغطيات إخبارية متميزة عنها، وانحصرت ما بين الموضوعات المتعلقة بالتكنولوجيا بنسبة 93.3% بواقع 14 صحفياً من إجمالي العينة، وقد يكون هذا بسبب طبيعة القضايا التكنولوجية التي تتطلب توضيحاً وافياً وتفاعلياً للفهم بطريقة أفضل، وتقنية الواقع المعزز توفر وسيلة فعالة لتحقيق ذلك، من خلال تقديم محتوى يمكن التفاعل معه واستكشاف التفاصيل بشكل أكبر، ثم في المرتبة الثانية جاءت الموضوعات المتعلقة بالمواد المصورة "فيديوهات" بنسبة 46.7% بواقع 7 صحفياً من إجمالي العينة، وقد يكون هذا بسبب رغبة الجمهور في تجارب بصرية مثيرة وتفاعلية، إذ يمكن لتقنية الواقع المعزز تعزيز جاذبية الفيديوهات الصحفية وتقديم محتوى ذا قيمة مضافة بشكل أكبر. وبوجه عام، تدل النتائج على تزايد الطلب على استخدام تقنية الواقع المعزز في تغطية الموضوعات التكنولوجية والمواد المصورة مثل الفيديوهات، وهذا يمكن أن يعكس رغبة الجمهور في تجارب إعلامية أكثر تفاعلية وجاذبية، وعلى وجود رغبة لدى الإعلاميين على توظيف التقنيات الرقمية في العمل الإخباري، إذ كشفت دراسة (محمد عوض نافع، 2023)<sup>76</sup> استخدام النخب الكويتية الإعلامية تطبيقات الذكاء بنسبة بلغت 45% منهم،

ثم اعتماد نسبة 44.7% من العينة عليها أحياناً، بينما بلغت نسبة اعتماد وسائل الإعلام الكويتية على التطبيقات الحديثة والتكنولوجية بدرجة كبيرة أكثر من النصف، فنسبة أكثر 55% من العينة تعتمد بدرجة كبيرة على التطبيقات التكنولوجية الحديثة.

- قبول عينة الدراسة لاستخدام تقنية الواقع المعزز في بناء المحتوى الإخباري في المواقع الإخبارية العربية:

## جدول (4)

قبول عينة الدراسة لاستخدام تقنية الواقع المعزز في بناء المحتوى الإخباري في المواقع الإخبارية العربية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
المنفعة المتوقعة									
84.4	0.5164	2.533	0	0	46.7	7	53.3	8	استخدامه في استكمال تفاصيل الصورة الخاصة بتغطية الأخبار التي تتضمن مخاطر وأزمات مثل الحروب دون الشعور بأنها غير حقيقية
84.4	0.7432	2.533	13.3	2	20	3	66.7	10	الاستفادة من خاصية التسلسل الزمني في نقل الأحداث
77.8	0.8997	2.333	26.7	4	13.3	2	60	9	تبسيط الأحداث المرتبطة بموضوع الخبر وإبراز البيانات المختلفة التي يتضمنها الحدث سواء بيئة ثنائية الأبعاد أو ثلاثية الأبعاد
75.6	0.8837	2.267	26.7	4	20	3	53.3	8	إمكانية المزج بين الواقع الحقيقي والافتراضي لتقديم تفاصيل أكثر عن طبيعة الحدث في الخبر الصحفي
73.3	0.8619	2.2	26.7	4	26.7	4	46.7	7	التحكم الكامل في تفاصيل الصورة الخبرية وتغيير ملامحها أو تعديل أخطائها لتكون أكثر دقة وتحقق الهدف

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
سهولة الاستخدام									
84.4	0.7432	2.533	13.3	2	20	3	66.7	10	سهولة بناء رسالة إخبارية متميزة تفاعلية مع الجمهور
82.2	0.7432	2.467	13.3	2	26.7	4	60	9	سهولة بناء حملات إعلانية صحفية افتراضية تقدم توعية جاذبة دقيقة المعلومات للجمهور
82.2	0.6399	2.467	6.7	1	40	6	53.3	8	سهولة الانتقال الافتراضي لمكان الحدث ومتابعة تداعياته
80.0	0.6325	2.4	6.7	1	46.7	7	46.7	7	سهولة متابعة الجمهور للأخبار التفاعلية عبر الهواتف الذكية واللوائح الذكية
80.0	0.6325	2.4	6.7	1	46.7	7	46.7	7	امتلاك حرية الوقت والمكان في متابعة الإنتاج الإعلامي
مهارات الاستخدام									
80.0	0.9103	2.4	26.7	4	6.7	1	66.7	10	استضافة أي مشاركين من أي مكان لمناقشته في القضايا المجتمعية دون الانتقال إليه
77.8	0.8997	2.333	26.7	4	13.3	2	60	9	إمكانية استخدام أكثر من تقنية جرافيكية وربطها مع تقنيات الواقع المعزز لتحقيق جودة محتوى الخبر نصاً وشكلاً
77.8	0.7237	2.333	13.3	2	40	6	46.7	7	القدرة على استخدام تقنية الواقع المعزز في تحفيز التفاعل مع الجمهور باستغلال ثراء الوسائط
77.8	0.9759	2.333	0	0	33.3	5	66.7	10	تقسيم الإنتاج الخبري بوضوح عبر توظيف تقنية الواقع المعزز

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
73.3	0.9411	2.2	33.3	5	13.3	2	53.3	8	توظيف برامج الرسم ثلاثية الأبعاد في تقديم صور صحفية طبيعية أكثر تعبيراً عن تفاصيل الأخبار كأنها منقولة من الموقع الحقيقي للأحداث
المخاطر المتوقعة									
82.2	0.7432	2.467	13.3	2	26.7	4	60	9	الحد من انتشار المعلومات الكاذبة والشائعات عند تغطية الأحداث الصحفية
82.2	0.7432	2.467	13.3	2	26.7	4	60	9	مراعاة القائمين بالاتصال خصوصية الأفراد في المشاركة في الأحداث عبر تقنية الواقع المعزز
73.3	0.8619	2.2	26.7	4	26.7	4	46.7	7	مراعاة التغطيات الإخبارية عوامل المصادقية والموضوعية في نقل تفاصيل الأحداث دون تهوين أو مبالغة
73.3	0.8619	2.2	26.7	4	26.7	4	46.7	7	وعي القائمين بالاتصال بعدم تسرب أي من بيانات المتفاعلين مع المحتوى الخبري المنتج بواسطة الواقع المعزز المنشور على الموقع الإلكتروني
60.0	0.8619	1.8	46.7	7	26.7	4	26.7	4	وضوح أبعاد الخبر وتفاصيله في التغطيات الصحفية دون أن يحدث تضليل أو تشويش
الثقة في الاستخدام									
84.4	0.5164	2.533	0	0	46.7	7	53.3	8	توفر بيئة للتفاعل بين المستخدمين في عالم شبيه بالبيئة الواقعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.2	0.7432	2.467	13.3	2	26.7	4	60	9	الوثوق في جمع كم كبير من المعلومات عن الأحداث والقضايا المجتمعية واختزالها في شكل مبهر وجاذب
82.2	0.7432	2.467	13.3	2	26.7	4	60	9	أستعين بتقنية الواقع المعزز في الحصول على الأخبار والاطلاع على الأحداث الجارية بشكل موسع وموثوق فيه
75.6	0.8837	2.267	26.7	4	20	3	53.3	8	القدرة الفائقة لتفاعل تقنية الواقع المعزز مع الأنظمة التشغيلية المختلفة للحواسب والهواتف المحمولة
73.3	0.8619	2.2	26.7	4	26.7	4	46.7	7	تجذب هذه التقنية الانتباه نحو التفاعلية مع التصميمات الافتراضية المقترحة وبيان ردود فعل الجمهور لتطبيقها على أرض الواقع
التكاليف المتوقعة									
80.0	0.8281	2.4	20	3	20	3	60	9	إمكانية متابعة ما لم يمكن مشاهدته وقت بثه الأول على منابر الإعلام الرقمي في الوقت والمكان المناسب لى
77.8	0.8165	2.333	20	3	26.7	4	53.3	8	سهولة متابعة ردود الأفعال على المحتوى الإخباري المنتج بواسطة الواقع المعزز عبر تطبيقات الهواتف الذكية
77.8	0.7237	2.333	13.3	2	40	6	46.7	7	تحقق سرعة التغطية الإخبارية للأحداث المجتمعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
68.9	0.7037	2.067	20	3	53.3	8	26.7	4	إمكانية مشاركة الجمهور في الأحداث التي يكونون فيها شهوداً أو مشاركين في صناعة الخبر
66.7	0.5345	2	13.3	2	73.3	11	13.3	2	عامل التكلفة لا يعد أمراً مهماً لأن العائد المتوقع من توظيف الواقع المعزز في نشر المحتوى الإخباري إيجابي ومبهر

يكشف الجدول السابق عن مستوى قبول عينة الدراسة لاستخدام تقنية الواقع المعزز في بناء المحتوى الإخباري في المواقع الإخبارية العربية، الذي اتضح بشكل عام أنه مرتفع، وذلك لأن غالبية أوزان العبارات تحظى بقيم مرتفعة، وفيما يلي توضيح وتفسير عناصر قبول تقنيات الواقع المعزز في العمل الإخباري:

أولاً: المنفعة المتوقعة من استخدام تقنية الواقع المعزز: تأكيد عينة الدراسة استخدام هذه التقنية في استكمال تفاصيل الصورة الخاصة بتغطية الأخبار التي تتضمن مخاطر وأزمات، مثل الحروب دون الشعور بأنها غير حقيقية، إلى جانب الاستفادة من خاصية التسلسل الزمني في نقل الأحداث، وذلك بوزن 84.4 درجة لكل من المنفعتين، وقد أكدت دراسة هند يحيى عبد المعطى (2021م)<sup>77</sup> إمكانية الحفاظ على حياة الصحفيين في أثناء الأزمات والكوارث بإرسال الأخبار للقراء فوراً باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، وأن من أهم إيجابيات استخدام الصحفي تقنية الذكاء في أثناء الأزمات والكوارث في المؤسسات الصحفية: تأمين حياته، وتوفير وقته وجهده، ومراقبة أماكن يصعب الوصول إليها، والإنذار المبكر جداً قبل حدوث أي خطر في أي مكان.

وفي المرتبة الثانية جاء تأكيد تبسيطها الأحداث المرتبطة بموضوع الخبر، وإبراز البيئات المختلفة التي يتضمنها الحدث، سواء بيئة ثنائية الأبعاد أو ثلاثية الأبعاد بوزن 77.8 درجة، ثم في الترتيب الثالث جاءت إشارة العينة إلى إمكانية المزج بين الواقع الحقيقي



والافتراضي لتقديم تفاصيل أكثر عن طبيعة الحدث في الخبر الصحفي بوزن 75.6 درجة، وأخيراً تأكيد التحكم الكامل في تفاصيل الصورة الخبرية، وتغيير ملامحها، أو تعديل أخطائها لتكون أكثر دقة وتحقق الهدف بوزن 73.3 درجة، وهو ما يتقارب مع ما أشارت إليه دراسة (ماجدة عبد المرضى محمد، 2023)<sup>78</sup> بتعدد الفائدة من توظيف تقنيات الذكاء في العمل الصحفي، مثل تتبع الأخبار بدرجة أسرع وأكثر دقة، وتطوير إنتاج المحتوى الصحفي المتخصص، وزيادة مساحة التفاعل مع الجمهور، وتقليل عبء وضغوط العمل الصحفي عن العنصر البشري.

ثانياً: سهولة استخدام تقنية الواقع المعزز: تأكيد عينة الدراسة سهولة بناء رسالة إخبارية متميزة تفاعلية مع الجمهور بوزن 84.4 درجة، ثم الإشارة إلى سهولة بناء حملات إعلانية صحفية افتراضية تقدم توعية جاذبة دقيقة المعلومات للجمهور بوزن 82.2 درجة، وبالوزن السابق ذاته جاءت سهولة الانتقال الافتراضي لمكان الحدث ومتابعة تداعياته، وأخيراً تأكيد سهولة متابعة الجمهور للأخبار التفاعلية عبر الهواتف الذكية واللوائح الذكية، وكذلك امتلاك حرية الوقت والمكان في متابعة الإنتاج الإعلامي وذلك بوزن 80 درجة لكل منهما، وقد توصلت دراسة (إيناس منصور كامل شرف، 2023)<sup>79</sup> إلى أن اتجاه الصحفيين نحو سهولة استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية كان بالموافقة، في حين وافقوا إلى حد ما على الإفادة المدركة، وكذلك النوايا السلوكية لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية، كما أشارت دراسة (هند يحيى، 2022)<sup>80</sup> إلى وعي المبحوثين بأن الطائفة دون طيار لها استخدام مهم في مجال الصحافة، يتمثل في إجراء حوار مع الجمهور في أماكن يصعب الوصول إليها في أثناء الكوارث والأزمات، والإفادة منها في مضاعفة إنتاج المحتوى، وتيسير عمل الصحفيين، والفورية بجودة عالية جداً، وتوفير الوقت والجهد لديهم، وحمايتهم من أي مخاطر في أثناء تأدية عملهم.

ثالثاً: توافر مهارات استخدام تقنية الواقع المعزز: تأكيد عينة الدراسة أن هذه التقنية تحقق ميزة ومهارة سرعة تغطية الأحداث، باستضافة أي مشاركين من أي مكان لمناقشتهم في القضايا المجتمعية دون الانتقال إليهم بوزن 80 درجة، ثم إمكانية استخدام

أكثر من تقنية جرافيكية وربطها مع تقنيات الواقع المعزز لتحقيق جودة محتوى الخبر نصاً وشكلاً بوزن 77.8 درجة، وبالوزن السابق ذاته جاء كل من توافر القدرة على استخدام تقنية الواقع المعزز في تحفيز التفاعل مع الجمهور باستغلال ثراء الوسائط، وكذلك إتاحة هذه التقنية تقسيم الإنتاج الخبري بوضوح، ثم في الترتيب الثالث جاء توظيف برامج الرسم ثلاثية الأبعاد في تقديم صور صحفية طبيعية وأكثر تعبيراً عن تفاصيل الأخبار كأنها منقولة من الموقع الحقيقي للأحداث بوزن 73.3 درجة.

رابعاً: إدراك المخاطر المتوقعة من عدم توظيف تقنية الواقع المعزز: تأكيد عينة الدراسة أن توظيف هذه التقنية سوف يساعد على الحد من انتشار المعلومات الكاذبة والشائعات عند تغطية الأحداث الصحفية بوزن 82.2 درجة، وبالوزن السابق ذاته جاءت إمكانية مراعاة القائمين بالاتصال خصوصية الأفراد في المشاركة في الأحداث عبر تقنية الواقع المعزز، ثم جاء بوزن 73.3 درجة تحقق مراعاة التغطيات الإخبارية عوامل المصدقية والموضوعية في نقل تفاصيل الأحداث دون تهوين أو مبالغة، وكذلك وعي القائمين بالاتصال بعدم تسرب أي من بيانات المتفاعلين مع المحتوى الخبري المنتج بواسطة الواقع المعزز منشور على الموقع الإلكتروني، وأخيراً جاءت وضوح أبعاد وتفاصيل الخبر في التغطيات الصحفية دون أن يحدث تضليل أو تشويش بوزن 60 درجة.

خامساً: ثقة عينة الدراسة في توظيف تقنية الواقع المعزز: تأكيد عينة الدراسة توفر بيئة للتفاعل بين المستخدمين في عالم شبيه بالبيئة الواقعية بوزن 84.4 درجة، ثم جاءت الوثوق في جمع كم كبير من المعلومات عن الأحداث والقضايا المجتمعية واختزالها في شكل مبهر وجاذب بوزن 82.2 درجة، وبالوزن السابق ذاته جاءت الاستعانة بتقنية الواقع المعزز في الحصول على الأخبار والاطلاع على الأحداث الجارية بشكل موسع وموثوق فيه، ثم جاءت في المرتبة الثالثة تحقق القدرة الفائقة لتفاعل تقنية الواقع المعزز مع الأنظمة التشغيلية المختلفة للحواسيب والهواتف المحمولة بوزن 75.6 درجة، وأخيراً تجذب هذه التقنية الانتباه نحو التفاعلية مع التصميمات الافتراضية المقترحة وبيان ردود فعل الجمهور لتطبيقها على أرض الواقع بوزن 73.3 درجة، وقد أكدت دراسة (سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف، 2021)<sup>81</sup> أن السنوات المقبلة ستشهد صعوداً في

استخدام تقنيات التصوير الحديثة كتقنية 360° وصحافة الواقع الافتراضي والواقع المعزَّز، وعليه، يوجد اتجاه لأن تحل الصحافة البصرية والواقع الافتراضي محل الصحافة التقليدية.

سادساً: التكاليف المتوقعة من توظيف تقنية الواقع المعزَّز: تأكيد عينة الدراسة إمكانية متابعة ما لم يمكن مشاهدته وقت بثه الأول على منابر الإعلام الرقمي في الوقت والمكان المناسب للعينة بوزن 80 درجة، ثم جاءت سهولة متابعة ردود الأفعال على المحتوى الإخباري المنتج بواسطة الواقع المعزَّز عبر تطبيقات الهواتف الذكية بوزن 77.8 درجة، وبالوزن السابق ذاته جاءت تحقق سرعة التغطية الإخبارية للأحداث المجتمعية، وفي المرتبة الثالثة جاءت إمكانية مشاركة الجمهور في الأحداث التي يكونون فيها شهوداً أو مشاركين في صناعة الخبر بوزن 68.9 درجة، وأخيراً عامل التكلفة لا يعد أمراً مهماً لأن العائد المتوقع من توظيف الواقع المعزَّز في نشر المحتوى الإخباري إيجابي بوزن 66.7 درجة.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة مقياساً لكل مكون من مكونات قبول عينة الدراسة لاستخدام تقنية الواقع المعزَّز في بناء المحتوى الصحفي في المواقع الإخبارية العربية، جاءت مستوياته كما يلي:

## جدول (5)

مستويات المقياس العام لقبول عينة الدراسة لاستخدام تقنية الواقع المعزز في بناء المحتوى الإخباري في المواقع الإخبارية العربية

ك	%		
1	6.7	منخفض	المنفعة المتوقعة
5	33.3	متوسط	
9	60	مرتفع	
15	100	الإجمالي	
4	6.7	منخفض	سهولة الاستخدام
4	26.7	متوسط	
10	66.7	مرتفع	
15	100	الإجمالي	
4	26.7	منخفض	مهارات الاستخدام
2	13.3	متوسط	
9	60	مرتفع	
15	100	الإجمالي	
1	6.7	منخفض	المخاطر المتوقعة
8	53.3	متوسط	
6	40	مرتفع	
15	100	الإجمالي	
6	40	متوسط	الثقة في الاستخدام
9	60	مرتفع	
15	100	الإجمالي	
1	6.7	منخفض	
8	53.3	متوسط	
6	40	مرتفع	
15	100	الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن تنوع مستويات المقاييس الفرعية التي تكون متغير قبول تكنولوجيا تقنية الواقع المعزز في العمل الإخباري، وقد جاء المستوى المرتفع لإدراك عينة الدراسة للمنفعة المتحققة من توظيف هذه التقنية بنسبة 60%، وكذلك جاء تأكيد سهولة استخدام هذه التقنية بمستوى مرتفع بنسبة 66.7% منهم، فضلاً عن تأييدهم توافر مهارات رقمية للتفاعل مع هذه التقنية وسهولة اكتسابها، وذلك بنسبة 60% من العينة، وما سبق ترتب عليه ارتفاع مستوى ثقة عينة الدراسة في استخدام هذه التقنية بنسبة 60% منهم، في حين جاء مستوى تقييم عينة الدراسة للمخاطر المترتبة على توظيف هذه التقنية في العمل الإخباري، أن نسبة 53.3% من العينة يتوسط تأييدها لحدوث هذه المخاطر وأنه يمكن التغلب عليها، في مقابل نسبة 40% تؤيد وجود المخاطر، لكن يرتفع مستوى التغلب عليها طالما توفر الوعي بإمكانات هذه التقنية وفوائدها، كما أكدت عينة الدراسة بنسبة 53.3% وبمستوى متوسط أن توظيف هذه التقنية مرتفع التكاليف لكن العائد من توظيفها أعلى، وارتفع مستوى هذا التأييد لنسبة 40% من العينة. وعامة يرتفع قبول عينة الدراسة لتوظيف تقنيات الواقع المعزز في العمل الخبري، وهو ما يتقارب مع ما توصلت إليه دراسة (أيمن محمد إبراهيم بريك، 2020)<sup>82</sup> بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر UTAUT وبعضها، كما أثبتت دراسة (وسام محمد أحمد، 2018)<sup>83</sup> وجود علاقة ارتباط إيجابية بين كل من الفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام والتكلفة المتوقعة بين اتجاهات المستخدمين الإيجابية نحو استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز، وكانت الفائدة المتصورة أهم بنية تؤثر في نية المستخدمين لتبني التقنية، كما كشفت دراسة 2020 Moravec et al Václav 84 أن الصحفيين يتوقعون أن أدوارهم ستظل مهمة، وأنهم سيعملون بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج التقارير على نحو أفضل، كما أكدت دراسة (سوزان يوسف أحمد القليني، 2022)<sup>85</sup> أن معظم الخبراء يتوقعون تأثيرات إيجابية للتقنية الجديدة، تتمثل في تقنية ميتافيرس التي تجمع بين الواقع الافتراضي والواقع المعزز عبر شبكة الإنترنت على وسائل الإعلام العربية ومحتواها، وعلى الإعلاميين والإدارة الإعلامية، في حين توقع فريق آخر حدوث تأثيرات سلبية في المجتمع والمستخدمين.

## المحور الثاني: تقييم عينة الدراسة من الصحفيين لأبعاد توظيف تقنية الواقع المعزز في العمل الإخباري:

- تقييم عينة الدراسة لأكثر الطرق التي تقدم بها الأخبار وتوظف تقنية الواقع المعزز فعلياً في المواقع الإخبارية العربية:

### جدول (6)

تقييم عينة الدراسة لأكثر الطرق التي تقدم بها الأخبار وتوظف فعلياً تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
86.7	0.6325	2.6	6.7	1	26.7	4	66.7	10	إمكانية تقديم وعرض أزمنا وأماكن مختلفة في الحدث ذاته
80.0	0.6325	2.4	6.7	1	46.7	7	46.7	7	المزج بين الوسائط التكنولوجية المختلفة لتقديم تغطية متكاملة عن الحدث (نص- صور- فيديو- روابط)
77.8	0.7237	2.333	13.3	2	40	6	46.7	7	في بعض الفيديوهات الإخبارية يمكن تحريك مقدم الأخبار في السيناريو الافتراضي للأحداث التي يغطيها
75.6	0.8837	2.267	26.7	4	20	3	53.3	8	تقديم تغطيات متكاملة ما بين نصوص وفيديوهات وصور إلى جانب تغطيات جزئية بالتركيز على التفاصيل النصية لإبراز بعض الأحداث المهمة مجتمعياً
71.1	0.8338	2.133	26.7	4	33.3	5	40	6	تضمن الفيديوهات الدالة على الأحداث المجتمعية مشاهد تخيلية ثابتة
66.7	1	2	46.7	7	6.7	1	46.7	7	المزج بين النصوص والصور الافتراضية
64.4	0.7988	1.933	33.3	5	40	6	26.7	4	إمكانية تغيير المشاهد التخيلية في الفيديوهات الخاصة بالتغطيات الإخبارية للأحداث

تعكس نتائج الجدول السابق تفاعلاً إيجابياً مع تطبيق تقنية الواقع المعزز في العمل الإخباري، وفي البداية، يظهر استحسان كبير لإمكانية استخدام التقنية في تقديم وعرض أزمنة وأماكن مختلفة في الأحداث، فقد أظهرت النسبة المؤيدة (66.7%) تفضيلاً واضحاً لهذا الاستخدام بوزن نسبي 86.7 درجة، ثم في المرتبة الثانية جاء الاهتمام بالتنوع والتكامل في تقديم التغطية الإخبارية من خلال مزج الوسائط المختلفة، ممثلة في النص والصورة والفيديو والروابط، ووافقت العينة على ذلك بتأييد أهميته بوزن 80 درجة.

إضافة إلى تأييد التغطية المتكاملة، وإشارة بعض النتائج إلى تفضيل جزئي لتقنية الواقع المعزز في بعض الأساليب الإخبارية المتقدمة، مثل تحرك مقدمي الأخبار في السيناريو الافتراضي للأحداث التي يغطيها بوزن 77.8 درجة، ثم تأييد تقديم تغطيات متكاملة ما بين نصوص وفيديوهات وصور إلى جانب تغطيات جزئية بالتركيز على التفاصيل النصية لإبراز بعض الأحداث المهمة مجتمعياً بوزن 75.6 درجة، أو المزج بين النصوص والصور الافتراضية فقط بوزن 66.7 درجة.

كما أيد المبحوثون فكرة توظيف المشاهد التخيلية في التغطيات الصحفية، بالإشارة إلى تضمن الفيديوهات الدالة على الأحداث المجتمعية مشاهد تخيلية ثابتة بوزن 71.1 درجة، وكذلك تغيير المشاهد التخيلية في الفيديوهات الإخبارية مما يظهر تقديراً لقدرتها على إضافة بعد تفاعلي وجذاب للتغطية الإخبارية بوزن 64.4 درجة.

وعامة تظهر النتائج تبنياً إيجابياً لتقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية، مما يشير إلى إمكانياتها في تعزيز جودة وتفاعلية تجربة القارئ مع المحتوى الإخباري عبر تقديم أساليب تفاعلية ومتنوعة لتقديم المعلومات، ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة مقياساً عاماً لتقييم العينة لأكثر الطرق التي تقدم بها الأخبار وتوظف فعلياً تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية، وجاءت نتائجها كما يلي:



شكل (3)

مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لأكثر الطرق التي تقدم بها الأخبار وتوظف فعلياً تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

يكشف الشكل السابق عن نتائج تقييم عينة الدراسة لمستويات المقياس العام المتعلق بتقييم أكثر الطرق التي تقدم بها الأخبار وتوظف فعلياً تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية، فجاء نسبة 53.3% بواقع 8 صحفيين من العينة لديها تقييم متوسط لمستوى تقديم الأخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز، بينما عدَّ 46.7% منهم بواقع 7 صحفيين أن مستوى التوظيف مرتفع، وهذه النتيجة تدل على تقدير جيد لتطبيق تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية، مع بعض التفاوت في مستوى التقدير بين المتوسط والمرتفع، ويمكن تفسير ذلك بأن المشاركين يرون وجود جهد ملحوظ يبذل في تطبيق التقنية، لكن قد توجد فرص لتحسين الجودة أو زيادة الابتكار في استخدام التقنية لتحسين تجربة المستخدم وتعزيز جودة التغطية الإخبارية، كما أن عينتين من دولتين مختلفتين (مصر- والإمارات)، لكن يلاحظ أن دولة الإمارات تمتاز بجودة التوظيف وارتفاع مستوى البيئة الرقمية بدرجة كبيرة، في مقابل توجه القطاع الخاص في مصر في بعض القنوات نحو توظيف هذه التقنية بشكل حديث مؤخرًا.



- تحليل سوات لتقييم عينة الدراسة لأهمية تقنية الواقع المعزز في المؤسسة الصحفية:

أ. نقاط القوة لتوظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية:

جدول (7)

نقاط القوة التي تراها عينة الدراسة لتوظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

ك	٪	
5	33.3	سرعة تغطية الأحداث المجتمعية والمزج بين النص والمؤثرات البصرية
4	26.7	يساعد توظيف هذه التقنيات الرقمية على توفير الوقت والجهد في تحقيق تغطيات صحفية متميزة
3	20	تحقيق الإبداع والابتكار في تقديم التغطية الصحفية
3	20.0	توافر قائمين بالاتصال قادرين على التعامل مع الأجهزة الإلكترونية الحديثة جداً بمستوى احترافي
3	20.0	التفاعل السريع في نقل الرسائل وهو ما يدل على حرص القنوات الإعلامية على مواكبة التطورات التكنولوجية باستمرار
3	20	التسلية والترفيه للمشاهد على الرغم من أن هذه التقنيات تُوظف في تقديم تغطيات متعمقة
15	100.0	الإجمالي

يوضح الجدول السابق نقاط القوة التي تمتلكها عينة الدراسة في توظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية بشكل جيد، أولاً، يظهر تركيز على ميزة السرعة والكفاءة في تغطية الأحداث المجتمعية، إذ أظهرت النتائج أن 33.3٪ من العينة ترى أن القوة تكمن في سرعة التغطية إضافة إلى المزج الفعال بين النص والمؤثرات البصرية، مما يشير إلى قدرة التقنيات الرقمية على تحسين فاعلية وسرعة تقديم المحتوى الإخباري، كما يظهر الجدول أيضاً تركيزاً على الإبداع والابتكار في تقديم التغطية الصحفية، ويرى 20٪ من العينة أن توظيف التقنيات الرقمية يمكن أن يساهم في تحقيق الإبداع والابتكار في تقديم المحتوى الإخباري، مما يعكس التفكير المستقبلي والرغبة في تطوير تجارب إخبارية متميزة، وباختصار، يُظهر الجدول أن عينة الدراسة ترى أن توظيف التقنيات

الرقمية، مثل الواقع المعزز، يمكن أن يساهم في تحقيق الكفاءة والسرعة في تقديم المحتوى الإخباري، إضافة إلى تحفيز الإبداع والابتكار في هذا المجال، خاصة في ظل توافر قائمين بالاتصال قادرين على التعامل مع الأجهزة الإلكترونية الحديثة بمستوى احترافي، علاوة على أن هذه النوعية من التغطية الإعلامية تتسم بالجاذبية للمشاهد، فعلى الرغم من تقديمها معلومات جادة فإنها تحدث نوعاً من التسلية والترفيه عند مشاهدة الأخبار الجادة.

وفي السياق ذاته، واتصالاً بما سبق، ناقشت دراسة (فاطمة حبيب محمد خطاب، 2022)<sup>86</sup> أهمية تقنيات الواقع المعزز والافتراضي في الإعلام، حيث يزداد استخدام الوسائط الجديد معها بشكل متزايد، وأن أدوات العرض تتطلب أن تكون ذات كفاءة عالية، مثل النظارات الإلكترونية والعدسات اللاصقة لعرض الواقع المعزز، وأن التخوف من تعزيز الواقع المعزز يتمثل في حدوث انتهاك لخصوصية الآخرين، مما قد يؤثر في مستوى التواصل والتفاعل الإنساني.

ب - نقاط الضعف لتوظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية:

#### جدول (8)

نقاط الضعف التي تراها عينة الدراسة لتوظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

ك	٪	
5	33.3	عدم توافق بعض الجمهور المتابع مع تلك التقنيات
4	26.7	عدم تقبل المجتمع للفكرة
3	20	التكلفة المرتفعة
3	20	عدم وجود تدريب كافٍ للقائمين على عملية التعليم في الجامعات
3	20.0	عدم اقتناع المعلمين والتربويين وأعضاء هيئة التدريس بالفاعلية التامة لتلك التطبيقات
3	20.0	بعض المعلومات التي تُقدم عن طريق هذه التقنية قد تكون مضللة
15	100.0	الإجمالي

يظهر الجدول السابق وجود نقاط الضعف حددتها العينة، تمثل نوعاً من التحديات المتعددة تواجه عملية توظيف تقنيات الواقع المُعزَّز في المواقع الإخبارية العربية، وتتطلب مواجهتها بأساليب متعددة، بما في ذلك التوعية والتدريب والعمل على زيادة القبول والتفاعل مع هذه التقنيات من جانب المجتمع والجمهور المستهدف، وعلى صعيد التفصيل، فقد أظهرت عينة الدراسة أن جزءاً من الجمهور المتابع قد لا يتفق مع تلك التقنيات، وهذا يمثل تحدياً لاستيعاب المحتوى المقدم عبر التقنيات الجديدة، مما قد يؤثر في نجاح تطبيقها وقبولها، وذلك وفق رأي نسبة 33.3% من العينة، وهو ما أكدته بطريقة أخرى وأعم بأنه يظهر عدم تقبل المجتمع للفكرة عامة، مما يمكن أن يكون ناتجاً عن قلة الوعي بفوائد تقنية الواقع المُعزَّز وإمكانياتها، أو بسبب عوامل ثقافية أو اجتماعية تعوق قبولها، وذلك بنسبة 26.7%، ثم جاءت الإشارة إلى التكلفة المرتفعة لتوظيف هذه التقنيات إعلامياً، وكذلك عدم التدريب الكافي للقائمين على تنفيذ هذه التقنيات إلى تحديات تنظيمية وتقنية تعوق تطبيقها بفاعلية، وعدم قبول أعضاء هيئة التدريس لفاعلية هذه التقنية إعلامياً، إلى جانب التحذير من بعض المعلومات التي يمكن أن تكون مضللة، ويشير ذلك إلى ضرورة الحذر والتأكد من دقة المحتوى الذي يُقدم عبر هذه التقنيات.

أ. الفرص المتاحة من توظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية:

### جدول (9)

الفرص المتاحة التي تراها عينة الدراسة من توظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

ك	%	
9	60.0	إتاحة تنوع في المجالات الوظيفية الإعلامية المرتبطة بتوظيف هذه التقنيات مما يترتب عليه فتح فرص عمل جديدة للشباب مثل هندسة البرمجيات - Software Engineering. كتابة المحتوى في الواقع الافتراضي والواقع المعزز - Content Writing in Virtual and Realities Augmented. إدارة المنتجات - Production Management. ضبط الجودة - Assurance Quality.
3	20.0	تعد المكاسب المتحققة من توظيف هذه التقنية كبيرة للغاية إذا أحسن استغلالها
3	20.0	بدأ توجه الوسائل الإعلامية في تزايد نحو توظيفها
15	100.0	الإجمالي

يقدم الجدول السابق رأي عينة الدراسة في توظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية بوضوح، من حيث الفرص المتاحة فعلياً، ويظهر أولاً إمكانية توسيع نطاق الفرص الوظيفية المتعلقة بتقنيات الواقع المعزز في المجالات الإعلامية من قبل نسبة 60% من العينة، مما يفتح آفاقاً جديدة للعمل للشباب في مجالات مثل هندسة البرمجيات، وكتابة المحتوى في الواقع الافتراضي والواقع المعزز، وإدارة المنتجات، وضبط الجودة، ويشير ذلك إلى إمكانية خلق فرص عمل جديدة وتنوع في مجالات العمل في القطاع الإعلامي بالاستفادة من تقنيات الواقع المعزز، وثانياً، يظهر وجود مكاسب كبيرة يمكن تحقيقها من توظيف هذه التقنية وفق رأي نسبة 20% من العينة، وهو ما يشير إلى فهم العينة للقيمة المضافة التي يمكن أن توفرها تقنيات الواقع المعزز في مجال الإعلام، سواء من خلال تحسين تجربة المشاهد، أو توفير محتوى إعلامي متفرد ومبتكر، وأخيراً، يظهر وجود اتجاه متزايد لتوظيف تقنيات الواقع المعزز في الوسائل الإعلامية وذلك

بنسبة 20% من العينة، وهو ما يشير إلى أن الصناعة تدرك قيمة هذه التقنيات، وتبدأ في استغلالها لتحسين تجربة المشاهد وجذب الجمهور بدرجة أفضل، وعامة، يمكن القول بوجود فرص واعدة ومكاسب محتملة لتوظيف تقنيات الواقع المُعزَّز في المواقع الإخبارية العربية وغيرها من التقنيات الأخرى التي تعبر عن أوجه مختلفة لثورة الصناعة الرابعة، ويشير ذلك إلى وجود اهتمام متزايد وفرص للتطور في هذا المجال، وأضافت دراسة (شيرى عبد الحفيظ عبد القادر، 2023)<sup>87</sup> أن حجم تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية مرتفعة، وأن اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة هذه التقنية عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية العربية والأجنبية جاءت بدرجة مرتفعة.

أ. التهديدات التي تواجه توظيف تقنيات الواقع المُعزَّز في المواقع الإخبارية العربية:

#### جدول (10)

التهديدات التي تواجه توظيف تقنيات الواقع المُعزَّز في المواقع الإخبارية العربية

ك	%	
7	46.7	عدم اعتراف بعض المؤسسات التعليمية بهذا النوع من التعليم
6	40	افتقادها للمصادقية في حال عدم تدقيق المعلومة
5	33.3	ستكون التكلفة الباهظة عائقاً أمام التوسع في تعزيز توظيفها إعلامياً
2	13.3	قلة المهارات البشرية المتخصصة في توظيف هذه التقنية إعلامياً
15	100	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن وجود تهديدات متعددة تواجه تعزيز توظيف تقنيات الواقع المُعزَّز في المواقع الإخبارية العربية، وتتطلب حلولاً شاملة لتجاوزها وتحقيق الفوائد المتوقعة من استخدام هذه التقنيات، تمثلت بداية في عدم اعتراف بعض المؤسسات التعليمية بأهمية هذا النوع من التعليم، وهذا يمثل تحدياً في توفير البنية التحتية التعليمية والتدريب اللازم للكوادر الإعلامية لاستخدام تقنيات الواقع المُعزَّز وذلك بنسبة 46.7% من العينة، وثانياً، تظهر مخاوف من افتقار تقنيات الواقع المُعزَّز

للمصداقية، خاصة في حال عدم تدقيق المعلومة وذلك بنسبة 40% من العينة، ويعكس ذلك الحاجة إلى ضمان جودة المحتوى المقدم عبر هذه التقنيات لتفادي نشر معلومات غير صحيحة أو مضللة، وثالثاً، يشير التوقع بأن التكلفة الباهظة ستكون عائقاً أمام التوسع في تعزيز توظيف تقنيات الواقع المعزز إعلامياً وذلك بنسبة 33.3%، وهو ما يمثل تحدياً في ظل الضغوط المالية التي تواجه الوسائل الإعلامية، وبالوزن السابق ذاته، جاء التحدي بوجود قلة في المهارات البشرية المتخصصة في توظيف هذه التقنية إعلامياً، مما يعكس حاجة الصناعة إلى تطوير القدرات والمهارات اللازمة لاستخدام هذه التقنيات بشكل فاعل ومؤثر.

#### - مقترحات تعزيز توظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية: جدول (11)

مقترحات عينة الدراسة لتعزيز توظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

ك	%	
6	40.0	توفير موهوبين ومدربين على مستوى عال من الخبرة في هذا المجال
6	40	التسويق الكافي لمثل هذه النوعية من التكنولوجيا
4	26.7	العمل على الاستطلاع الدوري للآراء عن فوائد هذه التقنية
3	20.0	التدريب المستمر وتبني تلك الأدوات الجديدة إعلامياً
2	13.3	أهمية المراجعة المستمرة للتغطيات التي وظفت هذه التقنية لتفادي أي خلل في وصول المعلومات صحيحة للجمهور بما يفيد مستقبلاً في تعزيز قبول هذه التقنية في التغطيات الإعلامية
15	100.0	الإجمالي

يشير الجدول السابق إلى ضرورة وجود موهوبين ومدربين ذوي خبرة عالية في مجال تعزيز توظيف تقنية الواقع المعزز إعلامياً، وذلك بنسبة 40% من العينة، إضافة إلى عمل التسويق الكافي لمثل هذه التكنولوجيا، وهذا يعكس الحاجة إلى استغلال الكوادر المتميزة والترويج للفوائد والإمكانيات التي توفرها تقنيات الواقع المعزز في مجال الإعلام، مما يتطلب وجود حملات تسويقية فعالة مؤثرة لخلق وعي بأهمية هذه التقنية، لخلق قبول

مجتمعي لها، وكذلك تحفيز المؤسسات التعليمية لتدريب طلابها عليه، وهو ما يستلزم حتمية الاستطلاع الدوري للآراء عن فوائد توظيف هذه التقنية، وكذلك الوقوف على انتقاداتهم لأجل تلافيتها مستقبلاً لتعزيز القبول المجتمعي لهذه التقنية، وذلك وفق رأي نسبة 26.7% من العينة.

كما لا بدّ من توفير التدريب المستمر للإعلاميين، سواء في المؤسسات الإعلامية أو المؤسسات التعليمية، على تبني هذه التقنية وتوفير الأجهزة اللازمة للتدريب، وذلك وفق نسبة 20% من العينة، وأخيراً أهمية المراجعة المستمرة للتغطيات التي وظفت هذه التقنية لتفادي أي خلل في وصول المعلومات صحيحة للجمهور بما يفيد مستقبلاً في تعزيز القبول لهذه التقنية في التغطيات الإعلامية بنسبة 13.3%، وكشفت دراسة (مى مصطفى عبد الرازق، 2022)<sup>88</sup> أن التقنيات الرقمية، مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزّز والافتراضي، ستقود في وقت لاحق إلى تطورات في الأداء المهني بدرجة كبيرة، وأن الأداء المتوقع قد يؤدي إلى إيجاد نية سلوكية لاستخدام هذه التطبيقات، ومن ثم توظيفها بالفعل في العمل الإعلامي بمختلف أبعاده المهنية والتسويقية والإدارية والفنية، بما ينتج عنه تعزيز وتحسين جودة الأداء وتحقيق قيمة مضافة، وزيادة الإنتاج في العمل بشكل أكثر احترافية.

الجزء الثاني: نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة الميدانية:

المحور الأول: كثافة متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز:

- متابعة عينة الدراسة للتغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية:

جدول (12)

متابعة عينة الدراسة للتغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
26	104	35	70	17	34	دائماً
59.3	237	48.5	97	70	140	أحياناً
14.7	59	16.5	33	13	26	نادراً
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا2 : 21.094 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 معامل التوافق: 0.224						

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة عينة الدراسة للتغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة كا<sup>2</sup> (21.094) عند مستوى معنوية (0.000)، وهذه العلاقة متوسطة القوة نوعاً ما تبعاً لقيمة معامل التوافق (0.224)، وعلى مستوى عينة الدراسة المصرية، ارتفعت متابعتهم غير المنتظمة لهذه النوعية من التغطيات في المقدمة بنسبة 70%، يليه بفارق كبير المتابعة الدائمة بنسبة 17%، ثم المتابعة النادرة بنسبة 13% من العينة، وعلى مستوى متابعة عينة الدراسة الإماراتية، فقد جاء في المقدمة المتابعة غير المنتظمة بنسبة 48.5%، يليه مستوى المتابعة الدائمة بنسبة 35%، ثم النادرة بنسبة 16.5%، وتتسحب النتائج السابقة على العينة الكلية.



العلاقة الإحصائية التي كشف عنها الجدول تبرز وجود اختلافات واضحة في السلوك الإعلامي بين العينتين المصرية والإماراتية، ويبدو أن العينة المصرية تظهر نسبة عالية من المتابعة غير المنتظمة لتلك التغطيات، وهذا يمكن تفسيره بوجود تفضيل لمشاهدة هذا النوع من المحتوى بشكل متقطع أو عند الحاجة، وربما بسبب الاهتمام بموضوعات معينة أو زيادة التنوع في استهلاك المحتوى الإعلامي، بينما تظهر العينة الإماراتية نسبة أعلى للمتابعة غير المنتظمة، وهذا يشير إلى اهتمام أكبر بالمحتوى المتغير والمتنوع، وربما يكون لهذا علاقة بثقافة البحث عن التجارب الجديدة والمتنوعة في وسائل الإعلام، ويعكس هذا الفرق في الأنماط الاستهلاكية الإعلامية بين الجنسيات العربية اختلافات في الثقافة الإعلامية والاجتماعية والتوجهات الشخصية، مما يبرز أهمية تكييف المحتوى الإعلامي مع تفضيلات واحتياجات الجماهير المستهدفة في كل منطقة.

فترة متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية:

### جدول (13)

متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
49	196	53	106	45	90	منذ أقل من عام
27	108	21	42	33	66	من عام فأقل من عامين
24	96	26	52	22	44	من عامين فأكثر
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا: 7.306 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 معامل التوافق: 0.134						

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين فترة متابعة عينة الدراسة للتغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة  $K^2$  (7.306) عند مستوى معنوية (0.000)، وهذه العلاقة ضعيفة القوة نوعاً ما تبعاً لقيمة معامل التوافق (0.134)، فعلى مستوى عينة الدراسة المصرية، ارتفعت متابعتهم لهذه النوعية من التغطيات منذ أقل من عام في المقدمة بنسبة 53%، يليها بفارق كبير المتابعة منذ عامين فأكثر بنسبة 26%، ثم المتابعة من عام فأقل من عامين بنسبة 21% من العينة، وعلى مستوى متابعة عينة الدراسة الإماراتية، فقد جاء في المقدمة المتابعة منذ أقل من عام بنسبة 45%، يليها المتابعة من عام فأقل من عامين بنسبة 33%، ثم المتابعة من عامين فأكثر بنسبة 22%، وتعكس هذه النتائج أهمية تكييف المحتوى الإعلامي مع تفضيلات الجمهور المستهدف، التي يمكن أن تتأثر بالعوامل الثقافية والاجتماعية المحلية، خاصة في ظل بروز اختلافات بين العنيتين في فترات متابعة هذه التقنية وتغطياتها، مما يبرز وجود تفاعل متبادل بين فترة متابعة التغطيات وجنسية العينة، إذ يتأثر الاهتمام بالتكنولوجيا الإعلامية بالعوامل الثقافية والاجتماعية المتنوعة في كل مجتمع، مما يعكس تطوراً وتغيراً في سلوك المشاهدين وتفضيلاتهم الإعلامية.

- مستوى المعرفة بطبيعة وماهية تقنيات الواقع المعزز التي تُوظف في معالجة الأخبار في المواقع الإخبارية العربية:

#### جدول (14)

مستوى معرفة عينة الدراسة بطبيعة وماهية تقنيات الواقع المعزز التي تُوظف في معالجة الأخبار في المواقع الإخبارية العربية

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
18.8	75	21.5	43	6	32	مستوى معرفة مرتفع
64.8	259	59.5	119	70	140	مستوى معرفة متوسط
16.5	66	19	38	14	28	مستوى معرفة منخفض
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا: 2، 4.831 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.089 غير دال						

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى معرفة عينة الدراسة بطبيعة وماهية تقنيات الواقع المعزز التي تُوظَّف في معالجة الأخبار في المواقع الإخبارية العربية وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة  $\chi^2$  (4.831) عند مستوى معنوية (0.089)، وقد جاء في المقدمة مستوى المعرفة المتوسط لكل من العينة المصرية والإماراتية بنسبة 70٪، وبنسبة 59.5٪ لكل منهما على التوالي، ثم جاءت المعرفة المرتفعة لعينة الدراسة الإماراتية بنسبة 21.5٪، في حين جاء في الترتيب الثاني المعرفة المنخفضة للعينة المصرية بنسبة 14٪، وجاءت المعرفة المرتفعة في آخر ترتيب بالنسبة لمصر بنسبة 6٪، والمعرفة المنخفضة في الترتيب الأخير للعينة الإماراتية بنسبة 19٪، وعلى الرغم من أن هذه النتيجة لا تظهر دلالة إحصائية قوية، فإنها توضح اختلافاً في مستوى المعرفة بين العينتين المصرية والإماراتية؛ إذ يبدو أن العينة المصرية والإماراتية يظهران مستوى متوسطاً من المعرفة بتقنيات الواقع المعزز، الذي يشير إلى وجود درجة من الوعي بين الأفراد في البلدين عن هذه التقنيات، لكن من اللافت أن العينة الإماراتية تظهر نسبة أعلى من المعرفة المرتفعة مقارنة بالعينة المصرية، وهذا يمكن تفسيره بوجود بنية تحتية تقنية أكثر تطوراً في الإمارات، وتوجه نحو التكنولوجيا والابتكار، بينما يبدو أن العينة المصرية تظهر نسبة أعلى من المعرفة المنخفضة، وربما يكون ذلك بسبب انخراط أكبر في استخدام التكنولوجيا وزيادة الوعي بفاعليتها.

- تقييم تقنية الواقع المعزز في تغطياتها الصحفية في المواقع الإخبارية العربية:

جدول (15)

تقييم عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في تغطياتها الصحفية في المواقع الإخبارية العربية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
90.6	0.4933	2.718	2	8	24.3	97	73.8	295	تقديم تغطيات متكاملة ما بين نصوص وفيديوهات وصور
90.6	0.537	2.718	4.3	17	19.8	79	76	304	المرج بين الوسائط التكنولوجية المختلفة لتقديم تغطية متكاملة عن الحدث (نص- صور- فيديو- روابط)
90.2	0.4986	2.705	2	8	25.5	102	72.5	290	المرج بين النصوص والصور الافتراضية
88.8	0.5739	2.663	5.3	21	23.3	93	71.5	286	إمكانية تقديم وعرض أزمته وأماكن مختلفة في الحدث ذاته
88.3	0.573	2.65	5	20	25	100	70	280	في بعض الفيديوهات الإخبارية يمكن تحرك مقدم الأخبار في السيناريو الافتراضي للأحداث التي يغطيها
85.3	0.6424	2.558	8.3	33	27.8	111	64	256	تضمين الفيديوهات الدالة على الأحداث المجتمعية مشاهد تخطيطية ثابتة
84.1	0.6446	2.523	8.3	33	31.3	125	60.5	242	إمكانية تغيير المشاهد التخيلية في الفيديوهات الخاصة بالتغطيات الإخبارية للأحداث

يكشف الجدول السابق عن تقييم عينة الدراسة لواقع توظيف تقنية الواقع المعزز في تغطياتها الصحفية في المواقع الإخبارية العربية وأهميتها، وجاءت مرتفعة بدرجة كبيرة، فأوزان العبارات تراوحت ما بين 90.6 درجة إلى 84.1 درجة، وهي قيم مرتفعة جداً من التأييد لتوظيف هذه التقنية، وعلى صعيد التفصيل جاءت النتائج كما يلي:

1. تميز هذه التقنية بتقديم تغطيات متكاملة ما بين النصوص والفيديوهات والصور، وذلك بوزن 90.6 درجة، ويظهر التفضيل الواضح من قبل الجمهور لتجارب إخبارية شاملة ومتنوعة، ويعكس هذا الاهتمام الرغبة في الحصول على محتوى إخباري يقدم بشكل شامل وشائق، إذ يمكن للجمهور الاستمتاع بالنصوص المكتوبة، والصور التوضيحية، والفيديوهات التوضيحية، مما يساعدهم على فهم الأحداث بطريقة أفضل وأكثر تفصيلاً، ويعكس ذلك تطور تفضيلات الجمهور نحو استهلاك المحتوى الإخباري الذي يتيح لهم تجربة متعددة الوسائط وتفاعلية، مما يسهم في جعل تجربة المشاهدة أكثر إثراء وتفاعلية.

2. تتيح هذه التقنية المزج بين الوسائط التكنولوجية المختلفة لتقديم تغطية متكاملة عن الحدث، بوزن 90.6 درجة، وهو ما يدل على أن الجمهور يرغب في تجربة تفاعلية متنوعة، تجمع بين النصوص والصور والفيديوهات والروابط، مما يسمح لهم بالتفاعل مع المحتوى بطرق مختلفة، ويعكس هذا التوجه رغبة الجمهور في تجربة تفاعلية تسمح لهم بالتفاعل مع المحتوى بطرق متعددة، سواء كان ذلك من خلال قراءة النصوص، أو مشاهدة الصور والفيديوهات، أو التفاعل مع الروابط للحصول على مزيد من المعلومات، كما يعكس تطور استخدام التكنولوجيا في تقديم المحتوى الإخباري، بتلبية احتياجات الجمهور المتنوعة وتفضيلاتهم من خلال تقديم تجارب متعددة الوسائط وشيقة.

3. تتيح هذه التقنية المزج بين النصوص والصور الافتراضية، بوزن 90.2 درجة، وتظهر هذه النتيجة رغبة الجمهور في استخدام الصور الافتراضية وسيلة إضافية لإثراء المحتوى النصي وجعله أكثر جاذبية وتفاعلية؛ إذ يتمثل دور الصور الافتراضية في تعزيز فهم المحتوى، وخلق تجربة تفاعلية، كما أن استخدام الصور يمكن أن يسهم في

توضيح المفاهيم والأحداث المعقدة، وتحفيز تفاعل الجمهور مع المحتوى بشكل أكبر، مما يعزز جاذبية الموقع الإخباري ويعمق تأثيره في القراء.

4. تساعد هذه التقنية في إمكانية تقديم وعرض أزمنا وأماكن مختلفة في الحدث ذاته، بوزن 88.8 درجة، وتشير هذه النتيجة إلى رغبة الجمهور في الحصول على تجربة تفاعلية ومفصلة تتيح لهم استكشاف مختلف جوانب الحدث وتفاصيله المختلفة، وهو ما يعني أن الجمهور يرغب في القدرة على استكشاف مختلف جوانب الحدث، وفهم تطوراتهِ وتفاصيله بطريقة متعمقة، يمكن أن يكون ذلك عن طريق توفير معلومات عن الزمان والمكان المحيط بالحدث، وهو ما يمكن أن يساعد على إثراء تجربة القارئ وفهم السياق الكامل للحدث، كما تعكس هذه النتيجة الحاجة المتزايدة للتفاعل والتشاركية في الأخبار، فالجمهور يفضل الحصول على محتوى يسمح له بالتفاعل والمشاركة بنشاط في عملية استكشاف الأحداث وتحليلها.

5. يرى بعض أفراد عينة الدراسة أنه في بعض الفيديوهات الإخبارية يمكن تحريك مقدم الأخبار في السيناريو الافتراضي للأحداث التي يغطيها، بوزن 88.3 درجة، وتدل هذه النتيجة على استعداد الجمهور لاستخدام التقنيات المتقدمة، مثل تقنية الواقع المُعزَّز، في عرض الأخبار بطريقة مبتكرة ومثيرة، وتظهر هذا النتيجة استعداد الجمهور للتفاعل مع تطور التقنيات ورغبته في تجربة تجارب جديدة ومثيرة في مجال الأخبار، فعندما يتمكن المشاهد من التفاعل مع المقدمين للأخبار في سيناريوهات افتراضية، يمكن للأخبار أن تصبح أكثر جاذبية وملاءمة لاحتياجات الجمهور المتنوعة، كما أن هذه النتيجة تشير إلى الاهتمام المتزايد بتقديم الأخبار بطرق مبتكرة وتفاعلية، مما يساهم في جعل عملية الاطلاع على الأخبار أكثر إثارة وتشويقاً للجمهور.

6. تتيح هذه التقنية تضمين الفيديوهات الدالة على الأحداث المجتمعية مشاهد تخيلية ثابتة، بوزن 85.3 درجة، ويظهر ذلك اهتمام الجمهور بتضمين مشاهد تخيلية في الفيديوهات الإخبارية، مما يشير إلى رغبتهم في تجربة محتوى متنوع ومبتكر، ويشير هذا الاهتمام إلى رغبة المشاهدين في المشاركة بشكل أكبر في عملية استهلاك الأخبار وتجربة المحتوى بطريقة تناسب اهتماماتهم واحتياجاتهم

الشخصية، بالسماح بتغيير المشاهد التخيلية، ويمكن للمشاهدين التفاعل بشكل أكبر مع الفيديوهات الإخبارية، والإسهام في تشكيل تجربتهم الخاصة لمتابعة الأحداث، مما يجعلها تجربة أكثر شخصية، ويعكس ذلك الحاجة المتزايدة إلى تجارب إخبارية مخصصة ومتنوعة لتلبية تفضيلات الجمهور المتنوعة.

7. تتيح هذه التقنية إمكانية تغيير المشاهد التخيلية في الفيديوهات الخاصة بالتغطيات الإخبارية للأحداث، بوزن 84.1 درجة، وتشير هذه النتيجة إلى أهمية توفير تجربة تفاعلية للمشاهدين، إذ يرغبون في التحكم في محتوى الفيديو وتخصيصه وفقاً لاهتماماتهم الشخصية، ويرغب الجمهور في الحصول على تجربة تفاعلية تتيح لهم التحكم في المحتوى وتخصيصه بما يتناسب مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم الشخصية، ويُعد هذا الطلب على تفاعلية المحتوى استجابة للحاجة المتزايدة لتجارب إخبارية مخصصة وشخصية، فعندما يكون للمشاهد إمكانية تغيير المشاهد في الفيديوهات، فإنه يشعر بأنه يتحكم في تجربته، ويمكنه تخصيص المحتوى وفقاً لاهتماماته الخاصة، وهو ما يعزز شعوره بالمشاركة والاشتراك في عملية البث، مما يجعله يشعر بأنه جزء فعّال في عملية استهلاك الأخبار بدلاً من مجرد مستقبلٍ *passively*، ويسهم ذلك في خلق تجربة أكثر إشراكاً وتفاعلاً للمشاهدين وتعزيز الارتباط بينهم وبين المحتوى الإخباري.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة عن العبارات السابقة مقياساً عاماً لتقييم عينة الدراسة لتقنية الواقع المُعزَّز في تغطياتها الصحفية في المواقع الإخبارية العربية، جاءت مستوياته على النحو الآتي:

## جدول (16)

مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في تغطياتها الصحفية في المواقع الإخبارية العربية

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
1	4	2	4	0	0	منخفض
21.5	86	23.5	47	19.5	39	متوسط
77.5	310	74.5	149	80.5	161	مرتفع
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا2 : 5.209 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.47 غير دال						

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لماهية تقنية الواقع المعزز في تغطياتها الصحفية في المواقع الإخبارية العربية وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة كا2 (5.209) عند مستوى معنوية (0.47)، فجاء في المقدمة التقييم المرتفع لتوظيف هذه النوعية من التقنيات الرقمية في التغطيات الإخبارية بنسبة 80.5% للعينة المصرية، وبنسبة 74.5% للعينة الإماراتية، ثم التقييم المتوسط للعينة المصرية بنسبة 19.5% ومع العينة الإماراتية بنسبة 23.5%، وأخيراً جاء التقييم المنخفض مع العينة الإماراتية بنسبة 2%، ولم يظهر هذا المستوى من التقييم مع العينة المصرية.



المحور الثاني: مستوى الاعتماد على تقنيات الواقع المعزز في متابعة الأخبار:  
 - اعتماد عينة الدراسة على تقنيات الواقع المعزز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة في المجتمع:

جدول (17)

اعتماد عينة الدراسة على تقنيات الواقع المعزز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة في المجتمع

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
30.3	121	35	70	25.5	51	أعتمد عليها بدرجة مرتفعة
60.3	241	53.5	107	67	134	أعتمد عليها بدرجة متوسطة
9.5	38	11.5	23	7.5	15	أعتمد عليها بدرجة منخفضة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا : 7.693 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.021 معامل التوافق: 0.137						

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة على تقنيات الواقع المعزز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة في المجتمع وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة كا<sup>2</sup> (7.693) عند مستوى معنوية (0.021)، واتسمت هذه العلاقة بالضعف إذ كانت قيمة معامل التوافق (0.137)، وجاء في المقدمة مستوى الاعتماد المتوسط لكل من العينة المصرية والإماراتية بنسبة 67% وبنسبة 53.5% لكل منهما على التوالي، ثم جاء الاعتماد المرتفع لعينة الدراسة الإماراتية بنسبة 35%، في حين بنسبة أقل مع العينة المصرية بنسبة 25.5%، وجاء في الترتيب الثالث الاعتماد المنخفض للعينة المصرية بنسبة 7.5%، وللعينة الإماراتية بنسبة 11.5%، وبوجه عام، يلاحظ ارتفاع مستوى اعتماد عينة الدراسة على هذه النوعية من الأخبار وذلك لتمييزها وجاذبيتها، فقد أوضحت دراسة (هند يحيى عبد المهدي، 2020)<sup>89</sup> أن من مزايا استخدام AR و MR أنها تعمل على تعزيز المحتوى الصحفي وتقويته، وارتفاع نسبة المشاهدة، كما أنها تربط المحتوى

الورقي بالمحتوى الإلكتروني، وتجعله محدثاً، وتوضحه أكثر، وتجعل القارئ يرتبط بكل مصادر وسائل الإعلام الموجودة على الساحة.

- تأثير متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف التقنيات الواقع المعزز في مقابل التغطيات التقليدية للأخبار:

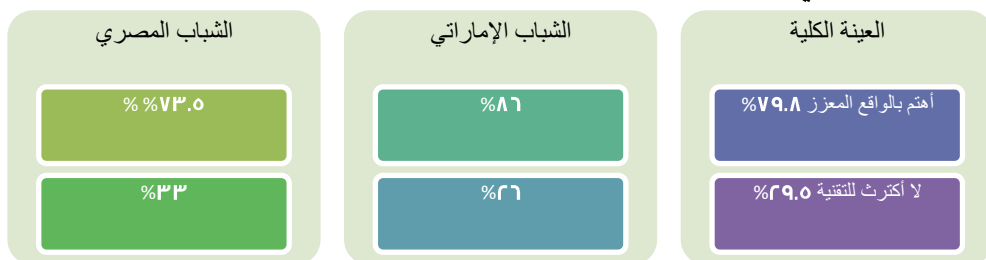
#### جدول (18)

تأثير متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف التقنيات الواقع المعزز في مقابل التغطيات التقليدية للأخبار

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
42.5	170	48.0	96	37.0	74	أشاهد التغطيات بالواقع المعزز والتقليدية للخبر ذاته
37.3	149	38.0	76	36.5	73	أصبحت أحرص فقط على متابعة التغطيات الإخبارية بالواقع المعزز
29.5	118	26.0	52	33.0	66	لا أكثر لتقنية بناء الخبر فالأهم عندي المضمون
400		200		200		الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق مستوى تأثير متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف التقنيات الواقع المعزز في مقابل التغطيات التقليدية للأخبار، وقد جاء في المقدمة مشاهدة عينة الدراسة المصرية والإماراتية بشكل عام للتغطيات الإخبارية التي توظف الواقع المعزز، وكذلك التغطيات التقليدية للخبر ذاته، وذلك بنسبة 37% للعينة المصرية، وبنسبة 48% للعينة الإماراتية، وبنسبة كلية 42.5% من العينة الإجمالية، وفي المرتبة الثانية حرص عينة الدراسة على متابعة هذه النوعية من التغطيات الإخبارية الرقمية بنسبة 37.3% من العينة الكلية، وبنسبة 36.5% للعينة المصرية، وبنسبة 38% للعينة الإماراتية، وفي الترتيب الأخير جاء عدم الاكتراث لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر إنما فلاهتمام بالمحتوى وجودته، وذلك من قبل نسبة 29.5% من العينة، بنسبة 33% للعينة

المصرية ونسبة 26% للعيينة الإماراتية، ويستخلص من النتائج السابقة نتيجة مهمة يعبر عنها الشكل الآتي:



شكل (4) أكثر العينة لتقنية الواقع المعزز في الأخبار من عدمه

يتضح مما سبق نجاح المؤسسات الإعلامية والإعلانية والتسويقية في جذب انتباه الجمهور نحو المحتوى الإعلامي الذي يوظف هذه التقنية، وهو ما ترتب عليه ارتفاع اهتمام عينة الدراسة بالأخبار التي تعتمد على توظيف الواقع المعزز، وقد تطرقت دراسة Sylvania M, Chan –Olmsted (2019م)<sup>90</sup> لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل المحتوى، وأشارت إلى تزايد اعتماد الشركات العاملة في الإعلام على أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال تحليل محتوى الجمهور وتصنيفه، الذي يستخدم في مجال التسويق بفاعلية، وإشراكه عبر الواقع المعزز، وتحسين الرسائل الموجهة إليه، فضلاً عن تفعيل مشاركة الجمهور، والأتمتة التشغيلية، واستخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل المشاعر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

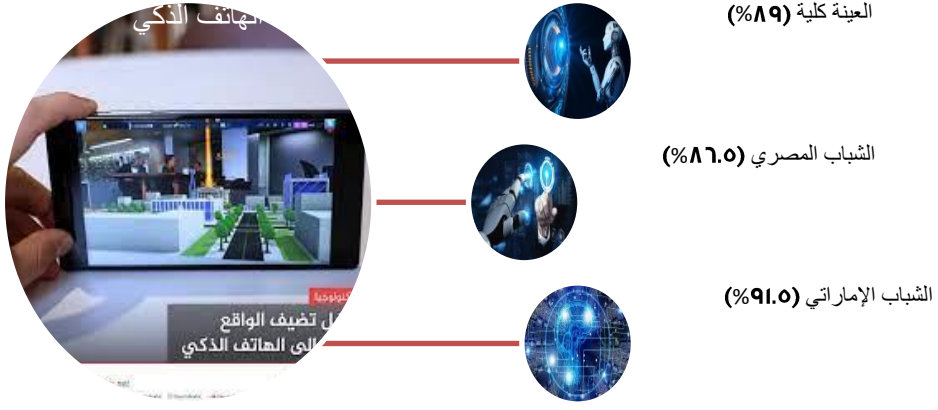
- الوسائط التكنولوجية لمتابعة الأخبار المعتمدة على تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية:

### جدول (19)

الوسائط التكنولوجية التي تتابع عبرها عينة الدراسة الأخبار المعتمدة على تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
89.0	356	91.5	183	86.5	173	الهاتف الذكي
19.8	79	19.0	38	20.5	41	الشاشات الذكية
15.8	63	19.0	38	12.5	25	الكمبيوتر المحمول
13.8	55	20.0	40	7.5	15	الألواح الذكية
11.5	46	14.0	28	9.0	18	الكمبيوتر الشخصي
400		200		200		الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق طبيعة الوسائط التكنولوجية التي تتابع عبرها عينة الدراسة الأخبار المعتمدة على تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية، وجاء في المقدمة مشاهدة عينة الدراسة المصرية والإماراتية بشكل عام للتغطيات الإخبارية التي توظف الواقع المعزز عبر الهاتف الذكي، وذلك بنسبة 86.5% لعينة المصرية، وبنسبة 91.5% لعينة الإماراتية، وبنسبة كلية 89% من العينة الإجمالية، وفي المرتبة الثانية مشاهدة هذه النوعية من الأخبار على الشاشات الذكية بنسبة 19.8% من العينة الكلية، وبنسبة 20.5% لعينة المصرية، وبنسبة 19% للعينة الإماراتية، وفي الترتيب الثالث جاءت مشاهدة عبر الكمبيوتر المحمول بنسبة 15.8%، ثم الألواح الذكية بنسبة 13.8%، فالكمبيوتر الشخصي بنسبة 11.5%، ويبرز الشكل الآتي تفوق الهاتف الذكي في تعزيز تفاعل الجمهور مع الأخبار المعتمدة على تقنية الواقع المعزز:



شكل (5) تميز الهاتف الذكي في الاندماج مع الواقع المعزز

وأضافت دراسة (سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف، 2022)<sup>91</sup> أن استخدام تقنية الواقع المعزز عبر الهواتف الذكية والشاشات التفاعلية المُجهّزة بتقنية الواقع المعزز هما أكثر أجهزة استخداماً وانتشاراً وخاصةً لمتابعة الإعلانات، لأن أغلب المتلقين لديهم عموماً مواقف ومشاعر إيجابية عاطفية تجاه الإعلانات المصممة بتقنية الواقع المعزز عبر يوتيوب، فأظهروا إعجابهم بالإعلان ككل، وباستخدام هذه التقنية.

- طبيعة الأحداث التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية:

جدول (20)

طبيعة الأحداث التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية وتتابعها العينة

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
45.0	180	33.0	66	57.0	114	الأخبار الأزمات والحروب
44.5	178	45.5	91	43.5	87	الأخبار الاجتماعية
40.5	162	33.5	67	47.5	95	الأخبار الاقتصادية
40.0	160	41.0	82	39.0	78	الأحداث الرياضية
39.5	158	33.0	66	46.0	92	الأخبار المتعلقة بالكوارث الطبيعية
38.3	153	29.0	58	47.5	95	الإعلانات الصحفية
33.3	133	29.5	59	37	74	الأحداث السياسية
32.5	130	43.5	87	21.5	43	الأحداث السياحية
27.3	109	25	50	29.5	59	الأخبار الطبية والعلمية
26.8	107	32.5	65	21	42	الأخبار الفنية
24.8	99	30	60	19.5	39	الأخبار الوثائقية
24.5	98	25.5	51	23.5	47	الأماكن الأثرية
24	96	19	38	29	58	الأخبار المتعلقة بالاكشافات العلمية
14	56	11	22	17	34	الأخبار المتعلقة بالجماعات الإرهابية
400		200		200		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن طبيعة الأحداث التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية وتتابعها العينة، وتبين وجود تفاوت في تفضيل الأحداث التي تُغطى باستخدام تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية بين الجمهور المصري

والإماراتي، لأن الأحداث المرتبطة بالأزمات والحروب تتصدر قائمة الأحداث المفضلة لدى العينة بنسبة 45٪، مما يعكس اهتمام الجمهور بمتابعة التطورات السياسية والأمنية في المنطقة، يليها الأخبار الاجتماعية والاقتصادية بنسبة 44.5٪ و40.5٪ على التوالي، مما يشير إلى اهتمام الجمهور بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية وتأثيرها في حياتهم اليومية.

ومن ناحية أخرى، يظهر أن الأحداث الرياضية والسياحية أقل شعبية بين العينة، فقد جاءت في المرتبتين الرابعة والثامنة على التوالي بنسبة 40٪ و32.5٪ على التوالي، ويمكن أن يعزى ذلك جزئياً إلى التفضيلات الشخصية للمشاهدين، فقد لا يكون الجميع مهتمين بمتابعة هذه الأحداث بالقدر نفسه كما يكونون مهتمين بالقضايا السياسية والاجتماعية التي تؤثر مباشرة في حياتهم اليومية.

وبوجه عام، توضح هذه النتائج تفضيلات الجمهور في المحتوى الإخباري وتفاعله مع الأحداث المختلفة التي تُغطى باستخدام تقنية الواقع المُعزَّز في المواقع، وتسلط الضوء على القضايا التي تثير اهتمامهم وترتبط بمستوى أكبر بحياتهم ومحيطهم الاجتماعي والسياسي، كما تناولت دراسة (نوال بومشطة، 2022)<sup>92</sup> أن الموضوعات الأكثر معالجة في التقارير الإخبارية التي تعتمد على توظيف تقنية الواقع المُعزَّز في قناة سكاي نيوز عربية هي الموضوعات السياسية، وتتضمن قيماً إخبارية في مقدمتها قيمة الصراع، وتعتمد هذه التقارير على الأسلوب السردى، وتعتمد بصورة كبيرة على الكائنات الافتراضية والصور ثلاثية الأبعاد في إنتاجها، كما أوضحت دراسة (أسماء عبد الراضي السمان، 2023)<sup>93</sup> أن تقنية الواقع المُعزَّز جاءت عبر عملية الإسقاط لتوضح أن هذا النمط من الواقع المُعزَّز في طور النشأة، وأنه ما زال يحتاج إلى مزيد من الوقت للتعامل معه، كما يعتمد المضمون الخبري على الصور، ويرجع ذلك لأهميتها في إبراز التأثيرات السلبية للمناخ من خلال الصور الثابتة أو المتحركة، كما يعتمد المضمون الخبري على ملفات الصوت والمؤثرات الصوتية لنقل مشاعر الخوف والخطر ولجذب انتباه المتلقي، وإضفاء جو نفسي يتناسب مع المضمون المقدم.

المحور الثالث: أسباب الاعتماد على تقنيات الواقع المعزَّز في متابعة الأخبار وأشكالها:  
 - أبرز أشكال التغطيات الإخبارية التي وظَّفت تقنيات الواقع المعزَّز وتحرص  
 عينة الدراسة على متابعتها:

جدول (21)

أبرز أشكال التغطيات الإخبارية التي وظَّفت تقنيات الواقع المعزَّز وتحرص عينة الدراسة على متابعتها

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
42.8	171	38.5	77	47.0	94	الفيديوهات التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزَّز مع النصوص
39.3	157	60.0	120	18.5	37	الصور الافتراضية التي تقدم معلومات وافية عن الأحداث فقط
31.0	124	25.5	51	36.5	73	النصوص مع الصور المعالجة بتقنية الواقع المعزَّز
28.8	115	24.0	48	33.5	67	النصوص مع الروابط التي تشير للتغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزَّز
16.0	64	19.0	38	13.0	26	الفيديوهات فقط التي توظف تقنيات الواقع المعزَّز لتقديم حقائق متكاملة عن الأحداث
400		200		200		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن تنوع أشكال التغطيات الإخبارية التي توظف تقنيات الواقع المعزَّز وتحرص عينة الدراسة على متابعتها، وجاء في المقدمة متابعة الفيديوهات التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزَّز مع النصوص بنسبة 42.8٪، ثم متابعة الصور الافتراضية التي تقدم معلومات وافية عن الأحداث فقط بنسبة 39.3٪، ثم متابعة النصوص مع الصور المعالجة بتقنية الواقع المعزَّز بنسبة 31٪، ثم متابعة النصوص مع الروابط التي تشير للتغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزَّز بنسبة 28.8٪، وأخيراً متابعة الفيديوهات فقط التي توظف تقنيات الواقع المعزَّز لتقديم حقائق متكاملة عن



الأحداث بنسبة 16%، ويتضح مما سبق أن هذه الأشكال كلها تعزز من فكرة تفاعل الجمهور واندماجه مع الأخبار المعتمدة على تقنية الواقع المعزز، فقد أشارت دراسة (أسماء عبد الراضى السمان، 2023)<sup>94</sup> إلى أن تقنية الواقع المعزز تُعد أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي، التي تلجأ إليها المؤسسات الإعلامية الكبرى مثل "سكاي نيوز بالعربية" لتقديم المحتوى بطريقة تحقق الاندماج، ورغبة في جذب مزيد من فئات الجمهور على المنصات الرقمية، وبما يعزز تجربة المشاهد في الاندماج مع المحتوى، ويدعم فهمه واستيعابه لها، فطبيعة عمل تقنية الواقع المعزز مستمدة من محاكاة العقل البشري.

#### دوافع متابعة تقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية: جدول (22)

دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
91.7	0.471	2.752	1.8	7	21.3	85	77	308	نقل تفاصيل أكثر عن الأحداث التي تنقلها الأخبار بكل سهولة
91.6	0.4736	2.748	1.8	7	21.8	87	76.5	306	تمزج بين الواقع الحقيقي للخبر والواقع الافتراضي بما يقدم معلومات وإضافة معلومات تعمل على تقديم الحقائق بطريقة أفضل مثل الصور والفيديوهات والرسوم
91.5	0.4642	2.745	4.5	18	24.5	98	75.8	303	تكون سبباً في تقديم القصة الخبرية بطرق أكثر جاذبية
91.3	0.4942	2.738	2.5	10	21.3	85	76.3	305	تتيح هذه النوعية من التغطيات الصحفية التفاعل معها وإبداء الرأي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
90.2	0.5373	2.705	4	16	21.5	86	74.5	298	إمكانية مشاركة المواطن في نقل الحدث المجتمعي عبر تقنية الواقع المعزز
90.2	0.5326	2.705	3.8	15	22	88	74.3	297	تسهم في تحقق سهولة الفهم للقصة الخبرية بسهولة
89.7	0.524	2.69	3	12	25	100	72	288	متابعة تعليقات الآخرين على التغطيات الصحفية من هذه النوعية لجاذبيتها
89.5	0.5352	2.685	3.5	14	24.5	98	72	288	تحميل الخبر الصحفي برسومات بيانية رقمية أكثر وضوحاً وتفاعلية
89.5	0.5445	2.685	4	16	23.5	94	72.5	290	الاستعانة بالإنفوجرافيك الحديثة في نقل كم كبير من المضامين والمعلومات في شكل مبسط ومختزل
89.0	0.5629	2.67	4.8	19	23.5	94	71.8	287	التقنية تضي شيئاً من الواقعية على الأحداث التي تغطيها
88.8	0.56	2.665	4.5	18	24.5	98	71	284	إمكانية أن تكون مادة ثرية للحوار والتواصل مع الآخرين
88.3	0.5422	2.648	3.3	13	28.8	115	68	272	الاعتقاد على متابعة مثل هذه النوعية من الأخبار
86.2	0.6235	2.585	7.3	29	27	108	65.8	263	التسلية والترفيه
83.9	0.6789	2.518	10.5	42	27.3	109	62.3	249	تمضية وقت الفراغ

تتوعد دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزَّز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية، وانقسمت إلى المجموعات الآتية:

أولاً: دوافع نفعية معلوماتية، أكدت عينة الدراسة نقل هذه النوعية من التغطيات الرقمية تفاصيل أكثر عن الأحداث التي تنقلها الأخبار بكل سهولة بوزن 91.7 درجة، كما أنها تمزج بين الواقع الحقيقي للخبر والواقع الافتراضي بما يقدم معلومات إضافة معلومات تعمل على تقديم الحقائق بشكل أفضل، مثل الصور والفيديوهات والرسوم بوزن 91.6 درجة، ومن ثمَّ تسهم في تحقق سهولة الفهم للقصة الخبرية بسهولة بوزن 90.2 درجة، كما تضي هذه التقنية شيئاً من الواقعية على الأحداث التي تغطيها بوزن 89 درجة.

ثانياً: دوافع متعلقة بجاذبية تقديم الأخبار شكلاً إلى جانب الشراء المعلوماتي بصرياً في الوقت ذاته، فأشارت عينة الدراسة إلى أن هذه الأخبار تكون سبباً في تقديم القصة الخبرية بطرق أكثر جاذبية بوزن 91.5 درجة، ثم تحميل الخبر الصحفي برسومات بيانية رقمية أكثر وضوحاً وتفاعلية بوزن 89.5 درجة، إلى جانب الاستعانة بالإنفوجرافيك الحديثة في نقل كم كبير من المضامين والمعلومات في شكل مبسط ومختزل بوزن 89.5 درجة.

ثالثاً: دوافع متعلقة بتحفيز التفاعلية عند متابعة مثل هذه النوعية من الأخبار، فأوضحت عينة الدراسة أن هذه النوعية من التغطيات الصحفية تتيح التفاعل معها وإبداء الرأي بوزن 91.3 درجة، ثم تحقيق إمكانية مشاركة المواطن في نقل الحدث المجتمعي عبر تقنية الواقع المعزَّز بوزن 90.2 درجة، ثم إمكانية متابعة تعليقات الآخرين على التغطيات الصحفية من هذه النوعية لجاذبيتها بوزن 89.7 درجة، ومن ثمَّ إمكانية أن تكون مادة ثرية للحوار والتواصل مع الآخرين بوزن 88.8 درجة.

رابعاً: دوافع طقوسية مرتبطة بالاعتیاد على متابعة مثل هذه النوعية من التغطيات الرقمية، فأشارت عينة الدراسة إلى الاعتیاد على متابعة مثل هذه النوعية من الأخبار بوزن 88.3 درجة، ثم تحقيق التسلية والترفيه من متابعة مثل هذه النوعية من الأخبار بوزن 86.2 درجة، وأخيراً تحقيق تمضية وقت الفراغ بوزن 83.9 درجة.

وبوجه عام، يلاحظ تنوع أسباب تفاعل عينة الدراسة مع هذه النوعية من الأخبار، وأنها تحظى بمعدل متابعة مرتفع لجودتها المعلوماتية وثرائها البصري والابهار في الإخراج والاعتیاد عليها، وما سبق من أسباب حقق للعينة زيادة الفهم والتواصل، فتوفير الصور والفيديوهات والرسوم البيانية يسهل على الجمهور فهم الأحداث بطريقة أفضل، فيمكنهم رؤية ما حدث بدلاً من قراءة النصوص فقط، مما يعزز التواصل والتفاعل مع الأخبار، مما يترتب عليه ارتفاع القدرة على تعزيز الإقناع، لأن الوسائط المتعددة تساعد على إقناع الجمهور بصحة الأخبار ومصداقيتها، ويمكن للصور والفيديوهات أن توضح الحقائق بطريقة ملموسة، ويمكن للمشاهدين التحقق من صحتها بأنفسهم، كما أن استخدام الوسائط المتعددة يشجع المستخدمين على المشاركة والانخراط أكثر مع الأخبار، سواء عبر مشاركة الصور والفيديوهات أو التعليقات عليها، مما يخلق مجتمعاً تفاعلياً حول الأخبار، علاوة على أنه يمكن للوسائط المتعددة جذب شرائح متنوعة من الجمهور، إذ يمكن أن تكون الصور والفيديوهات ملهمة ومثيرة للاهتمام لفئات معينة من الجمهور، وكل ما سبق يعمل على تحسين تجربة المستخدم، فالوسائط المتعددة تجعل تجربة قراءة الأخبار أكثر إمتاعاً وتفاعلاً، مما يزيد من فرص الجمهور للبقاء متصلين بالموقع أو التطبيق الإخباري.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة، التي توضح دوافع متابعة عينة الدراسة للأخبار التي توظف تقنية الواقع المعزز، مقياساً عاماً جاءت مستوياته على النحو الآتي:

جدول (23)

مستويات المقياس العام لدوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
1	4	1.5	3	0.5	1	منخفض
18	72	19	38	17	34	متوسط
81	324	79.5	159	82.5	165	مرتفع
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا <sup>2</sup> : 1.333 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.513 غير دال						

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لدوافع متابعة تقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة كا<sup>2</sup> (1.333) عند مستوى معنوية (0.513)، ف جاء في المقدمة الدوافع المرتفعة لمتابعة هذه النوعية من التغطيات الإخبارية بنسبة 82.5% للعينة المصرية وبنسبة 79.5% للعينة الإماراتية، ثم الدوافع المتوسطة للعينة المصرية بنسبة 17% ومع العينة الإماراتية بنسبة 19%، وأخيراً جاءت الدوافع المنخفضة مع العينة المصرية بنسبة 0.5% في حين جاءت مع العينة الإماراتية بنسبة 1.5%.

- أشكال التفاعل مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز:

جدول (24)

أشكال تفاعل عينة الدراسة مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
83.3	0.5575	2.5	3	12	44	176	53	212	الإعجاب
79.8	0.6746	2.395	10.8	43	39	156	50.3	201	متابعة المحتوى الخبري
79.2	0.6896	2.375	12	48	38.5	154	49.5	198	متابعة تعليقات الآخرين على المادة الخبيرة التي توظف الواقع المعزز ثم أورد عليها
78.6	0.6563	2.358	10	40	44.3	177	45.8	183	الاكتفاء بالقراءة فقط
75.3	0.7026	2.26	15	60	44	176	41	164	تحميل المواد الخبيرة التي توظف الواقع المعزز لحفظها واسترجاعها
73.5	0.7678	2.205	21.3	85	37	148	41.8	167	الاشتراك في القنوات الإخبارية العربية على Subscribe- RSS
73.1	0.7595	2.192	21	84	38.8	155	40.3	161	دعوة أصدقائي للمشاركة في صفحات المواقع الإخبارية العربية التي توظف تقنيات الواقع المعزز
72.9	0.7706	2.188	22	88	37.3	149	40.8	163	ناقشت معلومات في رسائل عامة في مجموعات تناولت الأخبار التي توظف تقنيات الواقع المعزز
72.4	0.7676	2.172	22.3	89	38.3	153	39.5	158	المشاركة على حسابي الخاص في مواقع التواصل الاجتماعي
71.1	0.7357	2.132	21.3	85	44.3	177	34.5	138	التعليق
70.9	0.7633	2.128	23.5	94	40.3	161	36.3	145	المشاركة على حساب أصدقائي أو مجموعات أخرى بمواقع التواصل

يوضح الجدول السابق الأشكال التفاعلية المتنوعة لعينة الدراسة مع الأخبار التي توظف تقنية الواقع المعزز، وقد انقسمت إلى ما يلي:

أولاً: حرص عينة الدراسة على التفاعل الكبير مع الأيقونات التفاعلية التي ترتبط بالأخبار عند نشرها عبر وسائل الإعلام الرقمية، مثل الإعجاب بوزن 83.3 درجة، ومتابعة المحتوى الخبري بوزن 79.8 درجة، والاشتراك في القنوات الإخبارية العربية على Subscribe- RSS بوزن 73.5 درجة.

ثانياً: قراءة المحتوى في وقته أو بعد ذلك، إذ أوضحت عينة الدراسة أنها في بعض الأحيان تكتفي بالقراءة فقط بوزن 78.6 درجة، أو تحميل المواد الخبرية التي توظف الواقع المعزز لحفظها واسترجاعها بوزن 75.3 درجة لقراءتها.

ثالثاً: حرص عينة الدراسة على التعليق ومتابعة ما ينشر من تعليقات على هذه النوعية من الأخبار، إذ أكدت عينة الدراسة التعليق بوزن 71.1 درجة، ثم متابعة تعليقات الآخرين على المادة الخبرية التي توظف الواقع المعزز ثم الرد عليها بوزن 79.2 درجة، ثم مناقشة معلومات في رسائل عامة في مجموعات تناولت الأخبار التي توظف تقنيات الواقع المعزز بوزن 72.9 درجة.

رابعاً: تنوعت أوجه مشاركة عينة الدراسة للأخبار التي توظف تقنية الواقع المعزز مع الآخرين، إذ أوضحت عينة الدراسة دعوة الأصدقاء للمشاركة في صفحات المواقع الإخبارية العربية التي توظف تقنيات الواقع المعزز بوزن 73.1 درجة، ثم المشاركة على حساباتهم الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 72.4 درجة، وأخيراً المشاركة على حسابات أصدقائهم أو مجموعات أخرى بمواقع التواصل بوزن 70.9 درجة.

وتظهر النتائج السابقة من الدراسة تفاعلاً ملحوظاً مع الأخبار التي توظف تقنية الواقع المعزز في العمل الصحفي، ويعكس هذا التفاعل الاهتمام المتزايد والقبول الواسع لهذه التقنية من قبل الجمهور، كما يشير ما سبق إلى تفضيل الجمهور للتفاعل مع الأيقونات التفاعلية المتعلقة بالأخبار، وقراءة المحتوى في وقته أو بعد ذلك، والتعليق على المواد الخبرية، ومشاركتها مع الآخرين، وأن تقنية الواقع المعزز تعزز التفاعل

والمشاركة في عملية استهلاك الأخبار، وهذه النتائج تبرز فائدة الواقع المعزز في العمل الصحفي من خلال تحسين تجربة القراءة وزيادة الانخراط والمشاركة الجماهيرية، وبفضل الواقع المعزز، يمكن للقراء تجربة الأخبار بطريقة أكثر تفاعلية وممتعة، ويمكنهم مشاركة هذه التجارب مع الآخرين، مما يعزز الاتصال بين الصحافة والجمهور بمستوى أعمق وأكثر ديناميكية.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة، التي توضح الأشكال التفاعلية المتنوعة لعينة الدراسة مع الأخبار التي توظف تقنية الواقع المعزز، مقياساً عاماً جاءت مستوياته على النحو الآتي:

### جدول (25)

مستويات المقياس العام لأشكال تفاعل عينة الدراسة مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
14.5	58	11.5	23	17.5	35	منخفض
48	192	37.5	75	58.5	117	متوسط
37.5	150	51	102	24	48	مرتفع
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا <sup>2</sup> : 31.110 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.269						

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لتنوع أشكال تفاعلها مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة كا<sup>2</sup> (31.110) عند مستوى معنوية (0.000)، بوجود اختلافات بين العينة المصرية والإماراتية، فبالنسبة للأولى؛ جاء التقييم المتوسط لإقبالهم على أشكال التفاعل المتنوعة مع الأخبار التي توظف تقنيات الواقع المعزز بنسبة 58.5% في المقدمة، ثم التفاعل



المرتفع بنسبة 24٪، فالتفاعل المنخفض بنسبة 17.5٪، في حين اختلف الأمر مع عينة الدراسة الإماراتية، فجاء التفاعل المرتفع في المقدمة بنسبة 51٪، يليه التفاعل المتوسط بنسبة 37.5٪، ثم التفاعل المنخفض بنسبة 11.5٪، وبذلك، فإن استخدام تقنية الواقع المعزز في العمل الصحفي لا يعزز فقط جودة الأخبار وواقعيتها، بل يعمل أيضاً على تعزيز التفاعل والتواصل الفعال مع الجمهور، مما يعزز الثقة والانتماء إلى وسائل الإعلام التي تعتمد هذه التقنية.

المحور الرابع: الثقة في التغطيات الصحفية التي توظف تقنيات الواقع المعزز لارتفاع مستوى الانتفاع منها والإشباع الخبري:  
- تأثير التغطيات الإخبارية التي توظف تقنيات الواقع المعزز في موقف تجاه قضية ما بعد مشاهدتها:

#### جدول (26)

تأثير التغطيات الإخبارية التي توظف تقنيات الواقع المعزز في موقف عينة الدراسة تجاه قضية ما بعد مشاهدتها

الإجمالي		إماراتي		مصري		
ك	٪	ك	٪	ك	٪	
146	36.5	79	39.5	67	33.5	دائماً يحدث تأثير في تشكيل موقف
229	57.3	106	53	123	61.5	أحياناً يحدث التأثير
25	6.3	15	7.5	10	5	لا تؤثر
400	100	200	100	200	100	الإجمالي
كا: 3.248 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.197 غير دال						

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير التغطيات الإخبارية التي توظف تقنيات الواقع المعزز في موقف العينة تجاه قضية ما بعد مشاهدتها وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة كا<sup>2</sup> (3.248) عند مستوى معنوية (0.197)، فقد جاء في المقدمة حدوث تأثير في بعض الأحيان على العينة في تشكيل مواقف العينة، وذلك بنسبة 61.5٪ مع العينة المصرية وبنسبة 53٪ مع العينة الإماراتية، ثم جاء التأثير الدائم في تشكيل المواقف لعينة الدراسة الإماراتية

بنسبة 39.5٪، وبنسبة أقل مع العينة المصرية بنسبة 33.5٪، وجاء في الترتيب الثالث عدم حدوث تأثير للعينة المصرية بنسبة 5٪، وللعينة الإماراتية بنسبة 7.5٪، وقد يعود التفاوت في تأثير الأخبار المستخدمة للتقنيات المستخدمة كالواقع المعزز استناداً إلى خصائصهم الشخصية، مثل الخبرة السابقة في استخدام التكنولوجيا، أو درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام الرقمية في حياتهم اليومية، كما قد تتأثر ردود فعل الأفراد تجاه التقنيات المستخدمة في الواقع المعزز بناءً على القضايا المعنية، ودرجة تأثيرها المحتمل في حياتهم الشخصية أو مجتمعهم، علاوة على أن العوامل الثقافية والاجتماعية تؤدي دوراً مهماً في تفسير استجابة الأفراد لتقنيات الواقع المعزز، فقد تختلف الثقافات في مستوى انفتاحها على تبني التكنولوجيا وتفضيل استخدامها.

- الثقة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزز وتأثيرها في الموقف تجاه قضية ما بعد مشاهدتها:

#### جدول (27)

ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزز وموقفها تجاه قضية ما بعد مشاهدتها

الإجمالي		إماراتي		مصري		
ك	%	ك	%	ك	%	
149	37.3	86	43	63	31.5	أثق فيها
241	60.3	107	53.5	134	67	أحياناً أثق وأحياناً لا
10	2.5	7	3.5	3	1.5	لا أثق
400	100	200	100	200	100	الإجمالي
كا: 8.175 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 معامل التوافق: 0.142						

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزز وتؤثر في موقفها تجاه قضية ما بعد مشاهدتها وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة كا<sup>2</sup>

(8.175) عند مستوى معنوية (0.000)، وهذه العلاقة تتسم بالضعف، فقد جاءت قيمة معامل التوافق (0.142)، وجاء في المقدمة حدوث الثقة في بعض الأحيان، بنسبة 67% مع العينة المصرية وبنسبة 53.5% مع العينة الإماراتية، ثم جاءت الثقة في هذه التغطية الإخبارية مع عينة الدراسة الإماراتية بنسبة 43%، وبنسبة أقل مع العينة المصرية بنسبة 31.5%، وجاء في الترتيب الثالث عدم الثقة للعينة المصرية بنسبة 1.5%، وللعينة الإماراتية بنسبة 3.5%.

- تقييم جودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية:

#### جدول (28)

تقييم عينة الدراسة لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
87.2	0.5635	2.615	4	16	30.5	122	65.5	262	تقديم تصور كامل للأحداث الصعب نقلها فعلياً مثل الحروب
85.5	0.5759	2.565	4.3	17	35	140	60.8	243	تساعدني على الاندماج في الأحداث
85.3	0.5807	2.56	4.5	18	35	140	60.5	242	الجاذبية والإبهار في تقديم الأحداث
85.1	0.555	2.552	3	12	38.8	155	58.3	233	تعزز الثقة لدى في المحتوى المقدم
84.7	0.556	2.54	3	12	40	160	57	228	تحقق جاذبية العرض
84.3	0.5832	2.528	4.5	18	38.3	153	57.3	229	طرح القضايا الشائكة مصورة
84.1	0.6003	2.523	5.5	22	36.8	147	57.8	231	تبرز الآراء المختلفة في الحدث
83.2	0.5923	2.495	5	20	40.5	162	54.5	218	تثري الخبر معلوماتياً

تنوع تقييم عينة الدراسة لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية، وجاء في المقدمة رؤية العينة بأنها تعمل على تقديم تصور كامل للأحداث الصعب نقلها فعلياً مثل الحروب بنسبة 87.2%، ثم أنها تساعدهم على الاندماج في الأحداث المجتمعية بوزن 85.5 درجة، ثم أنها تتيح تغطيات إخبارية تتسم بالجاذبية والابهار في تقديم الأحداث المجتمعية وذلك بوزن 85.3 درجة، ثم أنها تعزز الثقة لدى عينة الدراسة في المحتوى المقدم عن طريق توظيف تقنيات الواقع المعزز بوزن 85.1 درجة، ثم تساعد هذه التقنية على تحقيق جاذبية العرض بوزن 84.7 درجة، ثم تمكن هذه التقنية من طرح القضايا الشائكة مصورة مما يثري الخبر معلوماتياً ويساعد على وضوح التفاصيل بوزن 84.3 درجة، ثم إبراز الآراء المختلفة في الحدث بوزن 84.1 درجة، وأخيراً تساعد هذه التقنية على إثراء الخبر معلوماتياً بوزن 83.2 درجة، ويمكن من النتائج السابقة التي تبرز المزايا التي رأتها عينة الدراسة في الأخبار المعتمدة على تقنية الواقع المعزز مجموعة من القيم التي برزت في التغطيات الإخبارية وفق إجابات عينة الدراسة كما يلي:



شكل (6)

الخصائص التي اتصفت بها الأخبار المعتمدة على توظيف الواقع المعزز بناء على تقييم عينة الدراسة لمزايا الأخبار التي توظف هذه التقنية

ويستخلص من تقييمات عينة الدراسة لمعايير قياس جودة التغطيات الإخبارية بتوظيف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية مقياساً عاماً، جاءت مستوياته على النحو الآتي:

#### جدول (29)

مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية

الإجمالي		إماراتي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	
1.5	6	1.5	3	1.5	3	منخفض
31.3	125	32.5	65	30	60	متوسط
67.3	269	66	132	68.5	137	مرتفع
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

كا : 0.293 : درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.864 غير دال

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة كا<sup>2</sup> (0.293) عند مستوى معنوية (0.864)، فقد جاء في المقدمة حدوث التقييم المرتفع وذلك بنسبة 68.5% مع العينة المصرية وبنسبة 66% مع العينة الإماراتية، ثم جاء التقييم المتوسط لجودة هذه التغطية الإخبارية مع عينة الدراسة الإماراتية بنسبة 32.5%، وبنسبة أقل مع العينة المصرية بنسبة 30%، وجاء في الترتيب الثالث التقييم المنخفض بنسبة 1.5% مع العينة المصرية، وللعينة الإماراتية بنسبة 1.5%.

- الآثار الاتصالية التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية:

جدول (30)

الآثار الاتصالية التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
90.3	0.5211	2.71	3.3	13	22.5	90	74.3	297	أكسبتي معلومات وفيرة عن القضية التي أهتم بها
89.3	0.5236	2.678	2.8	11	26.8	107	70.5	282	تعرفت على طرق جديدة لتدعيم رأيي الخاص في القضايا التي أتابعها
89.0	0.5116	2.67	2	8	29	116	69	276	التعرف على ردود فعل الأطراف المرتبطة بالقضايا في تغطية إخبارية متكاملة
89.0	0.5448	2.67	3.8	15	25.5	102	70.8	283	معرفة أهم الحلول المطروحة في شكل مصور يعزز لدي القدرة على تقييمها
88.3	0.5552	2.65	4	16	27	108	69	276	كتابة الرأي والتعليق بوجهة نظري عن التغطيات الإخبارية التي تعتمد على تقنية الواقع المعزز
88.3	0.5559	2.648	4	16	27.3	109	68.8	275	حفزتني للبحث وفهم طبيعة تقنيات الواقع المعزز وكيفية توظيفها في النقل الخبري
88.0	0.5396	2.64	3	12	30	120	67	268	حفزتني على رفض بعض السلوكيات التي كنت أفعلها سابقاً لنقص المعلومات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
87.9	0.5494	2.637	3.5	14	29.3	117	67.3	269	منحتني حرية الرأي والتعبير بخصوص القضايا التي تعالجها
87.7	0.5603	2.63	4	16	29	116	67	268	دفعتني نحو المشاركة الإلكترونية بكل صورها لنشر الأخبار التي تعتمد على تقنيات الواقع المعزز
87.5	0.5614	2.625	4	16	29.5	118	66.5	266	حفزتني على المتابعة أكثر لأبي تغطيات أخرى للقضية ذاتها التي أهتم بها وتعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز
87.4	0.553	2.622	3.5	14	30.8	123	65.8	263	أشعرتني بالسعادة والتفاؤل لجودة التغطية الإخبارية للأحداث
87.2	0.568	2.615	4.3	17	30	120	65.8	263	توجهني نحو السلوك المحدد تجاه القضايا التي توظف تقنيات الواقع المعزز لاكمال المعلومات لدي
85.4	0.5933	2.563	5.3	21	33.3	133	61.5	246	إثراء الخيال بالأبعاد المرئية المختلفة التي تحقق تكامل الحقيقة ووضوحها لدي عن القضايا التي أتابعها

تنوعت طبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية، التي جاءت لتحقيق الإشباع المعرفي والوجداني والسلوكي والتفاعلي، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: مكنت هذه التقنية من تحقيق الإشباع المعرفي في الأخبار التي توظفها، فقد أكدت عينة الدراسة اكتسابهم معلومات وفيرة عن القضية التي يهتمون بها وتوظف هذه التقنية بوزن 90.3 درجة، ثم مكنتهم من التعرف على طرق جديدة لتدعيم الرأي الخاص في القضايا التي يتابعونها بوزن 89.3 درجة، ثم التعرف على ردود فعل الأطراف المرتبطة بالقضايا في إطار تقديم تغطية إخبارية متكاملة بوزن 89 درجة، ثم تمكينهم من معرفة أهم الحلول المطروحة في شكل مصور يعزز لدى عينة الدراسة القدرة على تقييم هذه القضايا بوزن 89 درجة.

ثانياً: تحقيق الإشباع للتفاعل والتعبير عن الرأي، فقد أشارت عينة الدراسة إلى كتابة الرأي والتعليق بوجهات نظرهم على التغطيات الإخبارية التي تعتمد على تقنية الواقع المعزز بوزن 88.3 درجة، ثم منحهم حرية الرأي والتعبير بخصوص القضايا التي تعالجها إخبارياً بوزن 87.9 درجة، كما أنها دفعت عينة الدراسة نحو المشاركة الإلكترونية بكل صورها لنشر الأخبار التي تعتمد على تقنيات الواقع المعزز بوزن 87.7 درجة.

ثالثاً: تحقيق الإشباع نحو فهم واقع هذه التقنية وأثرها السلوكي فيهم، إذ أكدت عينة الدراسة تحفيزها لهم للبحث وفهم طبيعة تقنيات الواقع المعزز وكيفية توظيفها في النقل الخبري بوزن 88.3 درجة، كما أنها حفزتهم على رفض بعض السلوكيات التي كانوا يفعلونها سابقاً لنقص المعلومات بوزن 88 درجة، ثم حفزتهم على المتابعة أكثر لأي تغطيات أخرى للقضية ذاتها التي يهتمون بها وتعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز بوزن 87.5 درجة، وبذلك، فإن التغطية الإخبارية التي توظف هذه التقنية تعمل على توجيههم نحو السلوك المحدد تجاه القضايا التي توظف تقنيات الواقع المعزز لاكتمال المعلومات لديهم بوزن 87.2 درجة.

رابعاً: تحقيق هذه التقنية الإشباع العاطفي والنفسي نتيجة جودة التغطية الإخبارية واكتمالها، إذ أشارت عينة الدراسة إلى شعورها بالسعادة والتفاؤل لجودة التغطية الإخبارية للأحداث بوزن 87.4 درجة، ثم أنها تعمل على إثراء الخيال بالأبعاد المرئية



المختلفة التي تحقق تكامل الحقيقة ووضوحها لديهم عن القضايا التي يتابعونها بوزن 85.4 درجة.

ويستخلص من إبراز عينة الدراسة لطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية، كما كشفت عنها العبارات السابقة، مقياساً عاماً، جاءت مستوياته على النحو الآتي:

#### جدول (31)

مستويات المقياس العام لطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية

الإجمالي		إماراتي		مصري		
ك	%	ك	%	ك	%	
5	1.3	3	1.5	2	1	منخفض
98	24.5	59	29.5	39	19.5	متوسط
297	74.3	138	69	159	79.5	مرتفع
400	100	200	100	200	100	الإجمالي
2كا : 5.766 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.052 دال معامل التوافق: 0.119						

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات المقياس العام لطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية وجنسية عينة الدراسة، وهو ما توضحه قيمة كا<sup>2</sup> (5.766) عند مستوى معنوية (0.05)، وهذه العلاقة تتسم بالضعف، إذ جاءت قيمة معامل التوافق (0.119)، وجاء في المقدمة حدوث الإشباع المرتفع بنسبة 79.5% مع العينة المصرية وبنسبة 69% مع العينة الإماراتية، ثم جاء الإشباع المتوسط من متابعة هذه التغطية الإخبارية مع عينة الدراسة الإماراتية بنسبة 29.5%، في حين بنسبة أقل مع العينة المصرية بنسبة 19.5%، وجاء في الترتيب الثالث الإشباع المنخفض بنسبة 1% مع العينة المصرية، والعينة الإماراتية بنسبة 1.5%.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:  
الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية واعتمادها على تقنيات الواقع المعزز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة في المجتمع.

#### جدول (32)

قيمة معامل الارتباط بيرسون بين كثافة متابعة التغطيات الإخبارية التي يتم بها توظيف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية واعتمادها على تقنيات الواقع المعزز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة بالمجتمع

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة متابعة التغطيات الإخبارية التي يتم بها توظيف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية واعتمادها على تقنيات الواقع المعزز.
دال	0.000	0.339**	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة التغطيات الإخبارية التي يتم بها توظيف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية واعتمادها على تقنيات الواقع المعزز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة بالمجتمع؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.339) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية متوسطة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة التغطيات الإخبارية التي يتم بها توظيف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية واعتمادها على تقنيات الواقع المعزز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة بالمجتمع. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع كثافة متابعة التغطيات الإخبارية التي يتم بها توظيف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية كلما ارتفع معه مستوى اعتماد عينة الدراسة على تقنيات الواقع المعزز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة بالمجتمع.

الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي بالمواقع الإخبارية العربية

وأشكال التفاعل مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز.

### جدول (33)

قيمة معامل الارتباط بيرسون بين دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية وأشكال التفاعل مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية وأشكال التفاعل مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز .
دال	0.000	0.210**	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية وأشكال التفاعل مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.210) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية ضعيفة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية وأشكال التفاعل مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز، وبذلك يُقبل هذا الفرض، مما يعني أنه كلما زادت دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية ارتفع مستوى تنوع أشكال تفاعل عينة الدراسة مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزز.

الفرض الرئيسي الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزز تأثيراً في موقفهم تجاه القضية بعد مشاهدتها وتقييمهم لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية.

## جدول (34)

قيمة معامل الارتباط بيرسون بين ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزز تأثيراً في موقفهم تجاه القضية بعد مشاهدتها وتقييمهم لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية وتقييمهم لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية...
دال	0.000	0.316**	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزز تأثيراً في موقفهم تجاه القضية بعد مشاهدتها وتقييمهم لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.316) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية متوسطة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزز تأثيراً في موقفهم تجاه القضية بعد مشاهدتها وتقييمهم لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية، وبذلك يقبل هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفعت ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزز تأثيراً في موقفهم تجاه القضية بعد مشاهدتها ارتفع تقييم عينة الدراسة لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية.

الفرض الرئيسي الرابع: توجد فروق معنوية بين أفراد عينة وفقاً لخصائصهم فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية.

جدول (35)

اختبار الفروق المعنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
0.020 دال	398	ت=5.496	0.43557	2.785	200	مصري	الجنسية
			0.50063	2.675	200	إماراتي	
0.001 دال	398	ت=11.079	0.54772	2.6	105	ذكر	النوع
			0.43344	2.7763	295	أنثى	
0.017 دال	2 397	ف=4.132	0.49286	2.6154	39	مؤهل متوسط	المستوى التعليمي
			0.45632	2.7566	341	مؤهل جامعي	
			0.60698	2.5	20	مؤهل دراسات عليا	
			0.47187	2.73	400	الإجمالي	
0.142 غير دال	3 396	ف=1.825	0.45062	2.8043	92	الأولى	الفرقة الدراسية
			0.43412	2.7538	65	الثانية	
			0.46328	2.7532	77	الثالثة	
			0.49713	2.6687	166	الرابعة	
			0.47187	2.73	400	الإجمالي	
0.369	2	ف=0.999	0.47594	2.7091	110	مرتفع	المستوى

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
غير دال	397		0.47532	2.7224	245	متوسط	الاقتصادي الاجتماعي
			0.44153	2.8222	45	منخفض	
			0.47187	2.73	400	الإجمالي	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموغرافية فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية، باستخدام اختبار ت لقياس الفروق وفقاً للنوع والجنسية، واستخدام اختبار ف لقياس الفروق وفقاً للمستوى التعليمي والفرقة الدراسية والمستوى الاجتماعي الاقتصادي، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

1. فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (11.079) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.001)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية، وذلك لصالح عينة الدراسة من الإناث بمتوسط حسابي (2.7763) وانحراف معياري (0.43344)، ثم عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي (2.6) وانحراف معياري (0.54772).

2. فيما يتعلق بالجنسية، بلغت قيمة ت (5.496) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.020)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة الإماراتية والمصرية فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية، وذلك لصالح عينة الدراسة (المصرية) بمتوسط

- حسابي (2.785) وانحراف معياري (0.43557)، ثم عينة الدراسة (الإماراتية) بمتوسط حسابي (2.675) وانحراف معياري (0.50063).
3. فيما يتعلق بالمستوى التعليمي، بلغت قيمة ف (4.132) عند درجتي حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.017) وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من حيث المستويات التعليمية الثلاث فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية، وجاء ذلك لصالح عينة الدراسة من المؤهل الجامعي بمتوسط حسابي (2.7566) وانحراف معياري (0.45632)، ثم عينة الدراسة من ذوي المؤهل المتوسط بمتوسط حسابي (2.6154) وانحراف معياري (0.49286)، ثم عينة الدراسة من ذوي مؤهل دراسات عليا بمتوسط حسابي (2.5) وانحراف معياري (0.60698).
4. فيما يتعلق بالفرقة الدراسية، بلغت قيمة ف (1.825) عند درجتي حرية (3) و(396) ومستوى معنوية (0.142)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من حيث الفرقة الدراسية فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية.
5. فيما يتعلق بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي، بلغت قيمة ف (0.999) عند درجتي حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.369)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من حيث المستوى الاقتصادي الاجتماعي، فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية.
6. وفقاً لما سبق، تُقبل صحة الفرض الرئيسي الرابع جزئياً، فقد ثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للنوع والجنسية والمستوى التعليمي يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع

المعزز في المواقع الإلكترونية العربية، في حين ثبت عدم وجود فروق معنوية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية.

الفرض الرئيسي الخامس: توجد فروق معنوية بين أفراد عينة وفقاً لخصائصهم فيما يتعلق بمتابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية.

### جدول (36)

اختبار الفروق المعنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم فيما يتعلق بمتابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
0.021 دال	398	ت=5.370	0.5476	1.96	200	مصري	الجنسية
			0.6951	1.815	200	إماراتي	
0.000 دال	398	ت=12.353	0.664	1.705	105	ذكر	النوع
			0.6042	1.953	295	أنثى	
0.495 غير دال	2 397	ف=0.704	0.7671	1.872	39	مؤهل متوسط	المستوى التعليمي
			0.6233	1.88	341	مؤهل جامعي	
			0.394	2.05	20	مؤهل دراسات عليا	
			0.6292	1.888	400	الإجمالي	
0.017 دال	3 396	ف=3.453	0.5811	2.054	92	الأولى	الفرقة الدراسية
			0.4584	1.908	65	الثانية	
			0.7136	1.87	77	الثالثة	



مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية المواقع المعززة في المواقع الإخبارية العربية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
			0.6561	1.795	166	الرابعة	
			0.6292	1.888	400	الإجمالي	
0.000 دال	2 397	ف= 10.424	0.5947	1.664	110	مرتفع	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			0.6193	1.959	245	متوسط	
			0.638	2.044	45	منخفض	
			0.6292	1.888	400	الإجمالي	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموغرافية فيما يتعلق بمتابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية المواقع المعززة في المواقع الإخبارية العربية، باستخدام اختبار ت لقياس الفروق وفقاً للنوع والجنسية، واستخدام اختبار ف لقياس الفروق وفقاً للمستوى التعليمي والفرقة الدراسية والمستوى الاجتماعي الاقتصادي، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

1. فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (12.353) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية المواقع المعززة في المواقع الإخبارية العربية، وذلك لصالح عينة الدراسة من الإناث بمتوسط حسابي (1.953) وانحراف معياري (0.6042)، ثم عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي (1.705) وانحراف معياري (0.664).
2. فيما يتعلق بالجنسية، بلغت قيمة ت (5.370) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.021)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة الإماراتية والمصرية فيما يتعلق بمتابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية المواقع المعززة في المواقع الإخبارية العربية، وذلك لصالح عينة الدراسة (المصرية) بمتوسط حسابي (1.96) وانحراف

- معياري (0.5476)، ثم عينة الدراسة (الإماراتية) بمتوسط حسابي (1.815) وانحراف معياري (0.6951).
3. فيما يتعلق بالمستوى التعليمي، بلغت قيمة ف (0.704) عند درجتي حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.495)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين أفراد عينة الدراسة من حيث المستويات التعليمية الثلاث فيما يتعلق بمتابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية.
4. فيما يتعلق بالفرقة الدراسية، بلغت قيمة ف (3.453) عند درجتي حرية (3) و(396) ومستوى معنوية (0.017)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائياً بين أفراد عينة الدراسة من حيث الفرقة الدراسية فيما يتعلق بمتابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية، وذلك لصالح عينة الدراسة من الفرقة الدراسة الأولى بمتوسط حسابي (2.054) وانحراف معياري (0.5811)، ثم عينة الدراسة من الفرقة الثانية بمتوسط حسابي (1.908) وانحراف معياري (0.4584)، ثم عينة الدراسة من الفرقة الثالثة بمتوسط حسابي (1.87) وانحراف معياري (0.7136)، وأخيراً عينة الدراسة من الفرقة الرابعة بمتوسط حسابي (1.795) وانحراف معياري (0.6561).
5. فيما يتعلق بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي، بلغت قيمة ف (10.424) عند درجتي حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائياً بين أفراد عينة الدراسة من حيث المستوى الاقتصادي الاجتماعي فيما يتعلق بمتابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية، وذلك لصالح عينة الدراسة من المستوى الاقتصادي المنخفض بمتوسط حسابي (2.044) وانحراف معياري (0.5811)، ثم عينة الدراسة من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط بمتوسط حسابي (1.959) وانحراف معياري (0.6193)، وأخيراً

عينة الدراسة من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع بمتوسط حسابي (1.664) وانحراف معياري (0.5947).

6. وفقاً لما سبق، تُقبل صحة الفرض الرئيسي الخامس جزئياً، إذ ثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للنوع والجنسية والفرقة الدراسية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي فيما يتعلق بطبيعة الإشباعات التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المُعزَّز في المواقع الإلكترونية العربية، في حين ثبت عدم وجود فروق معنوية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي فيما يتعلق بطبيعة الإشباعات التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المُعزَّز في المواقع الإلكترونية العربية.

#### خلاصة النتائج والتوصيات:

هدفت الدراسة إلى قياس تأثير تقنيات الواقع المُعزَّز في المحتوى الإخباري المقدم في المواقع الإخبارية العربية الإلكترونية، سواء المقروء أو المرئي، في مستويات التفاعل لدى الشباب العربي مع المحتوى الإخباري المتطور والمواكب للتطورات التكنولوجية والمعلوماتية والاتصالية الحديثة، التي تتمثل هنا في تقنيات الواقع المُعزَّز، وجاءت النتائج الخاصة بالمقابلات المتعمقة بأن تنوعت المجالات التي أشارت عينة الدراسة إلى استخدام تقنية الواقع المُعزَّز فيها بهدف إتمام التغطية الصحفية، وجاء في الصدارة جمع المعلومات بنسبة 86.7%، إذ يمكن للصحفيين والمراسلين استخدام تقنية الواقع المُعزَّز لجمع المعلومات بطريقة أكثر فاعلية وتفاعلية، سواء كان ذلك من خلال إضافة عناصر إضافية، مثل الصور أو الفيديوهات أو البيانات الجغرافية، أو من خلال توفير تجارب تفاعلية للقراء تسمح لهم بالتفاعل مع المحتوى بطريقة أفضل، وفي المرتبة الثانية جاء مجالاً تحرير المعلومات والإخراج الصحفي بنسبة 53.3% لكل منهما، إذ يمكن استخدامهما لإضافة عناصر بصرية أو تفاعلية إلى المقالات الصحفية، مما يجعلها أكثر جاذبية للقراء وأكثر فاعلية في نقل الرسالة، وفي المرتبة الثالثة جاء تصميم الصور بنسبة 46.7%، مما يسمح بخلق صور مُعزَّزة بدرجة أكبر للمحتوى الصحفي، ويمكن أن توفر تجارب بصرية مثيرة لاهتمام القراء، وأخيراً جاء مجال إعداد الفيديوهات الوثائقية

بنسبة 33.3%، وذلك عن طريق إضافة عناصر تفاعلية أو تحسين الجودة البصرية للمحتوى، مما يزيد من جاذبية المحتوى وتفاعل الجمهور معه. وبخصوص مستوى قبول الصحفيين في المقابلات المتعمقة لتكنولوجيا الواقع المعزز، فقد جاء المستوى المرتفع لإدراك عينة الدراسة للمنفعة المتحققة من توظيف هذه التقنية بنسبة 60%، وكذلك جاء تأكيد سهولة استخدام هذه التقنية بمستوى مرتفع بنسبة 66.7% منهم، فضلاً عن تأييدهم توافر مهارات رقمية للتفاعل مع هذه التقنية وسهولة اكتسابها وذلك بنسبة 60% من العينة، وما سبق ترتب عليه ارتفاع مستوى ثقة عينة الدراسة في استخدام هذه التقنية بنسبة 60% منهم، وعلى مستوى تقييم عينة الدراسة للمخاطر المترتبة على توظيف هذه التقنية في العمل الصحفي، جاء أن نسبة 53.3% من العينة توسط تأييدها لحدوث هذه المخاطر وأنه يمكن التغلب عليها، في مقابل نسبة 40% تؤيد وجود المخاطر لكن يرتفع مستوى التغلب عليها طالما توفر الوعي بإمكانات هذه التقنية وفوائدها، كما أكدت عينة الدراسة بنسبة 53.3% وبمستوى متوسط أن توظيف هذه التقنية مرتفع التكاليف لكن العائد من توظيفها أعلى، وارتفع مستوى هذا التأييد لنسبة 40% من العينة.

أما عن نتائج الدراسة الميدانية مع كل من العينة المصرية والإماراتية، فقد ارتفع مستوى المتابعة غير المنتظمة للتغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزز في المواقع الإخبارية العربية لدى العينة المصرية، وجاء في المقدمة بنسبة 70%، ثم بفارق كبير المتابعة الدائمة بنسبة 17%، ثم المتابعة النادرة بنسبة 13% من العينة، وعلى مستوى متابعة عينة الدراسة الإماراتية، فقد جاء في المقدمة المتابعة غير المنتظمة بنسبة 48.5%، يليها المتابعة الدائمة بنسبة 35%، ثم النادرة بنسبة 16.5%، وتتسحب النتائج السابقة على العينة الكلية، كما جاء في المقدمة مستوى الاعتماد المتوسط لكل من العينة المصرية والإماراتية بنسبة 67% وبنسبة 53.5% لكل منهما على التوالي على الأخبار التي توظف تقنيات الواقع المعزز في تغيير مواقفهم تجاه القضايا التي يتابعونها، ثم جاء الاعتماد المرتفع لعينة الدراسة الإماراتية بنسبة 35%، وبنسبة أقل مع العينة المصرية بنسبة 25.5%، وجاء في الترتيب الثالث الاعتماد

المنخفض للعينة المصرية بنسبة 7.5٪، والعينة الإماراتية بنسبة 11.5٪، وجاء في المقدمة مشاهدة عينة الدراسة المصرية والإماراتية بصفة عامة للتغطيات الإخبارية التي توظف الواقع المُعزَّز عبر الهاتف الذكي، وذلك بنسبة 86.5٪ للعينة المصرية وبنسبة 91.5٪ للعينة الإماراتية، وبنسبة كلية 89٪ من العينة الإجمالية.

وجاء في المقدمة الدوافع المرتفعة لمتابعة هذه النوعية من التغطيات الإخبارية في بناء الخبر الصحفي بالمواقع الإخبارية العربية بنسبة 82.5٪ للعينة المصرية وبنسبة 79.5٪ للعينة الإماراتية، ثم الدوافع المتوسطة للعينة المصرية بنسبة 17٪ ومع العينة الإماراتية بنسبة 19٪، وأخيراً جاءت الدوافع المنخفضة مع العينة المصرية بنسبة 0.5٪ في حين جاءت مع العينة الإماراتية بنسبة 1.5٪، ووجود اختلافات بين العينة المصرية والإماراتية في تقييم تنوع أشكال تفاعلها مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعز، فبالنسبة للأولى، جاء التقييم المتوسط لإقبالهم على أشكال التفاعل المتنوعة مع الأخبار التي توظف تقنيات الواقع المُعزَّز وذلك بنسبة 58.5٪ في المقدمة، ثم التفاعل المرتفع بنسبة 24٪، فالتفاعل المنخفض بنسبة 17.5٪، في حين اختلف الأمر مع عينة الدراسة الإماراتية، فجاء التفاعل المرتفع في المقدمة بنسبة 51٪ منهم، يليه التفاعل المتوسط بنسبة 37.5٪، ثم التفاعل المنخفض بنسبة 11.5٪، وجاء في المقدمة ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي توظف تقنيات الواقع المُعزَّز وتؤثر في موقفها تجاه قضية ما بعد مشاهدتها في بعض الأحيان، وذلك بنسبة 67٪ مع العينة المصرية وبنسبة 53.5٪ مع العينة الإماراتية، ثم جاءت الثقة في هذه التغطية الإخبارية مع عينة الدراسة الإماراتية بنسبة 43٪، وبنسبة أقل مع العينة المصرية بنسبة 31.5٪، وفي الترتيب الثالث عدم الثقة للعينة المصرية بنسبة 1.5٪، والعينة الإماراتية بنسبة 3.5٪.

وجاء في المقدمة حدوث التقييم المرتفع وذلك بنسبة 68.5٪ مع العينة المصرية وبنسبة 66٪ مع العينة الإماراتية، ثم جاء التقييم المتوسط لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المُعزَّز في المواقع الإلكترونية العربية مع عينة الدراسة الإماراتية بنسبة 32.5٪، وبنسبة أقل مع العينة المصرية بنسبة 30٪، وجاء في الترتيب الثالث التقييم

المنخفض بنسبة 1.5% مع العينة المصرية، والعينة الإماراتية بنسبة 1.5%، كما جاء في المقدمة حدوث الإشباع المرتفع، وذلك بنسبة 79.5% مع العينة المصرية وبنسبة 69% مع العينة الإماراتية، ثم جاء الإشباع المتوسط من متابعة هذه التغطية الإخبارية مع عينة الدراسة الإماراتية بنسبة 29.5%، وبنسبة أقل مع العينة المصرية بنسبة 19.5%، وجاء في الترتيب الثالث الإشباع المنخفض بنسبة 1% مع العينة المصرية، والعينة الإماراتية بنسبة 1.5%.

وأثبت التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة التغطيات الإخبارية التي توظف تقنية الواقع المعزّز في المواقع الإخبارية العربية واعتمادها على تقنيات الواقع المعزّز في متابعة الأخبار والقضايا والأحداث المثارة في المجتمع، وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة لتقنية الواقع المعزّز في بناء الخبر الصحفي في المواقع الإخبارية العربية وأشكال التفاعل مع الأخبار التي تعتمد على توظيف تقنيات الواقع المعزّز، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة عينة الدراسة في التغطيات الإخبارية التي تعمل على توظيف تقنيات الواقع المعزّز تأثيراً في موقفهم تجاه القضية بعد مشاهدتها وتقييمهم لجودة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزّز في المواقع الإلكترونية العربية، كما ثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للنوع والجنسية والمستوى التعليمي يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزّز في المواقع الإلكترونية العربية، في حين ثبت عدم وجود فروق معنوية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزّز في المواقع الإلكترونية العربية، وأخيراً ثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للنوع والجنسية والفرقة الدراسية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزّز في المواقع الإلكترونية العربية، في حين ثبت عدم وجود فروق معنوية بين خصائص عينة الدراسة

وفقاً للمستوى التعليمي فيما يتعلق بطبيعة الإشباع التي تحققت نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المواقع الإلكترونية العربية.

بناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن اقتراح عدة توصيات ومقترحات بحثية للتطوير في مجال استخدام تقنيات الواقع المعزز في المحتوى الصحفى العربى الإلكتروني:

1. فحص المؤسسات الإعلامية التليفزيونية والصحفية لتطوير أدوات وتقنيات

تفاعلية، واستناداً إلى اكتشافات الدراسة بشأن الاستخدام الأساسي لتقنيات الواقع المعزز في جمع المعلومات وتحريرها، يمكن توجيه البحث نحو تطوير أدوات وتقنيات جديدة تساعد الصحفيين والمحررين على تحسين عملهم وجعله أكثر تفاعلية وجاذبية للقراء، كما يمكن إجراء دراسات إضافية لفهم كيفية تأثير استخدام تقنيات الواقع المعزز في مستوى التفاعل لدى القراء مع المحتوى الصحفى، يمكن أن يشمل قياس معدل الانخراط والتفاعلية والاندماج من قبل القراء مع المحتوى المحسن بتقنيات الواقع المعزز، إلى جانب دراسة تكاليف وفوائد استخدام التقنيات الجديدة كالواقع المعزز والافتراضي في المحتوى الصحفى، ويهدف ذلك إلى تحديد ما إذا كانت الاستثمارات في هذه التقنيات مبررة من الناحية الاقتصادية والمؤسسية.

2. تحليل مستوى قبول الصحفيين وتطلعهم لاستخدام التقنيات الجديدة في عملهم

اليومي، بالوقوف على تحليل العوامل التي تؤثر في قبولهم وتطلعهم لاستخدام هذه التقنيات الجديدة، مثل الواقع المعزز والافتراضي والذكاء الاصطناعي والميتافيرس والهولوجرام، فضلاً عن تحديد مخاطر وتحديات استخدام هذه التقنيات التي قد تواجه عملية تبني تقنيات الواقع المعزز في المحتوى الصحفى؛ إذ يمكن أن تشمل هذه الدراسة تحليل القضايا الأمنية والخصوصية، وكيفية التعامل معها بفاعلية، وما سبق يساعد على وضع معايير وإرشادات لاستخدام هذه التقنيات الجديدة في المحتوى الصحفى، بما يساعد على توجيه الصحفيين والمحررين في استخدام هذه التقنيات بطريقة فعّالة ومسؤولة.

3. إجراء دراسة تحليلية لفهم كيفية تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية في متابعة

التغطيات الإخبارية بتقنية الواقع المعزز في المجتمعات المصرية والإماراتية

وغيرها من المجتمعات العربية، ويمكن أن تشمل هذه الدراسة استقصاء القيم والمعتقدات والعادات الثقافية التي قد تؤثر في اتجاهات الناس نحو هذه التقنية، وفهم كيفية تأثير تغطيات الأخبار بتقنية الواقع المعزز في مواقف الجمهور وسلوكياتهم بتحليل تأثير المتغيرات الوسيطة، مثل العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية، في حدوث هذه التأثيرات.

4. إجراء دراسة ميدانية لفهم كيفية تأثير تقنية الواقع المعزز في التفاعل الاجتماعي والتواصل بين الأفراد والمجتمعات، ويمكن أن تشمل هذه الدراسة تحليل السلوكيات الاجتماعية والتفاعلات الشخصية التي تنشأ نتيجة استخدام هذه التقنية، وفهم كيفية تأثير تقنية الواقع المعزز في فهم الأحداث والقضايا المهمة في المجتمع، وكذلك فهم كيفية تأثير تقنية الواقع المعزز في الوعي الاجتماعي والسياسي، وتشجيع المشاركة المدنية لدى أفراد المجتمع.

5. تطوير استراتيجيات جديدة لاستخدام التقنيات الواقعية المعززة في المحتوى الصحفي، ويمكن أن تشمل هذه الاستراتيجيات توظيف محتوى تفاعلي أكثر عمقاً وتفاعلية، مما يمكن أن يزيد من جاذبية المحتوى وتفاعل الجمهور معه.

## مراجع الدراسة

<sup>1</sup> مروة إبراهيم سليمان. دمج تقنية الواقع المعزز مع الصحف المطبوعة كقيمة مضافة لتحسين فاعلية الاتصال. *مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية. الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية*. العدد 9. يناير 2018.

<sup>2</sup> عمرو محمد محمود عبد الحميد. العوامل المؤثرة في تقبل القائمين بالاتصال بالقنوات الفضائية العربية لتوظيف تقنية الواقع المعزز في إنتاج المحتوى الإخباري. *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*. جمعية كليات الإعلام العربية. العدد 10. يونيو 2023.

<sup>3</sup> محمد عوض نافع الرشدي. دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 26. الجزء الأول. يوليو 2023.

<sup>4</sup> مي مصطفى عبد الرازق. تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الواقع والتطورات المستقبلية: دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 81. ديسمبر 2022.

<sup>5</sup> Nic Newman. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022.

DIGITAL NEWS PROJECT. 2022



- 6 عمرو محمد محمود عبد الحميد. توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقيته لدى الجمهور المصري. *مجلة البحوث الإعلامية*. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد 55. الجزء الخامس. 2020.
- 7 أيمن محمد إبراهيم بريك. اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. *مجلة البحوث الإعلامية*. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. العدد 53. الجزء الثاني. يناير 2020.
- 8 وسام محمد أحمد. اتجاهات القائم بالاتصال والجمهور نحو التطبيقات الصحفية للواقع المعزز. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 15. سبتمبر 2018.
- 9 مي مصطفى عبد الرازق. *مرجع سابق*. ديسمبر 2022.
- 10 شيرين البحيري. تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تصميم الإعلانات الرقمية لدى مصممي الجرافيك واتجاهاتهم نحوها. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 26. الجزء الأول. يوليو 2023.
- 11 محمد عوض نافع الرشيدى. *مرجع سابق*. يوليو 2023.
- 12 Graefe, Andreas, et al. "Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability." *Journalism* 19.5 (2018) p p: 595-610.
- 13 إيناس منصور كامل شرف. اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وتأثيرها على صناعة الصحافة. *مجلة البحوث الإعلامية*. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. العدد 66. الجزء الثاني. يونيو 2023.
- 14 شيرين عبد الحفيظ عبد القادر. تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس "Metaverse" عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 82. مارس 2023.
- 15 سوزان يوسف أحمد القليني. ياسر يوسف أبو القاسم. التأثيرات المحتملة لتقنية الميتافيرس على الإعلام العربي من وجهة نظر خبراء الإعلام. *مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب*. اتحاد الجامعات العربية. الجمعية العلمية لكليات الآداب. المجلد 19. العدد 2. أكتوبر 2022.
- 16 سحر عبد المنعم محمود الخولي. معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس في مواقع الصحف العربية والأجنبية "دراسة تحليلية". *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 62. الجزء الأول. يوليو 2022.
- 17 محمد مساوي. رؤية مستقبلية: دور استراتيجيات الاتصالية في صناعة المحتوى الإعلامي في ضوء تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 78. يناير 2022.
- 18 محمد طلال عباس. رؤية مستقبلية: دور استراتيجيات الاتصالية في صناعة المحتوى الإعلامي في ضوء تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 78. مارس 2022.
- 19 سحر الخولي. اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 72. يونيو 2020.

- <sup>20</sup> مي مصطفى عبد الرازق. مرجع سابق. ديسمبر 2022.
- <sup>21</sup> أيمن محمد إبراهيم بريك. تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية - دراسة استشرافية خلال العدين القادمين 2022: 2042. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 78. يناير 2022.
- <sup>22</sup> هند يحيى عبد المعطي. استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز (AR) والواقع المختلط (MR) بالصحافة الإلكترونية عبر المستحدثات التقنية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. المجلد 19. العدد 2. أبريل 2020.
- <sup>23</sup> Matteo Monti. Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to A in the Press Field. **Opinios in Comparatione**. Vol 1. P 2. 2019.
- <sup>24</sup> ماجدة عبد المرضي محمد. اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 25. الجزء الثالث. يناير 2023.
- <sup>25</sup> هند يحيى عبد المهدي عبد المعطي، (2021)، دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث "دراسة استشرافية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد 56، الجزء الرابع-4، يناير، الصفحة 1831-1879.
- <sup>26</sup> Raconteur. (2018). future of media&entertainment. Retrieved from Raconteur from://www.dalet.com/sites/default/files/2018-07/Future%20of%20media%202018%20Report%20-%20Dalet.pdf.
- <sup>27</sup> Raghieri, Marco, (2019). Long-form journalism and archives in the digital landscape” ,University of London ·**King’s College** (United Kingdom).
- <sup>28</sup> فاطمة حبيب محمد خطاب. تقنيات الواقع المعزز والافتراضي وأهميتها في الإعلام. *مجلة فكر وإبداع*. رابطة الأدب الحديث. الجزء 142. يناير 2022.
- <sup>29</sup> Moravec, Václav,. MacKová, Veronika; Sido, Jakub; Ekštein, Kamil(2020).**Communication Today; Trnava** Vol. 11, Iss. 1, pp.36-53.
- <sup>30</sup> هند يحيى عبد المهدي عبد المعطي. مدى تقبل الصحفيين لاستخدام الطائرات بدون طيار بمجال الصحافة وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي: دراسة استطلاعية في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا. *مجلة البحوث الإعلامية*. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 60. الجزء الأول. يناير 2022.
- <sup>31</sup> أسماء عبد الراضي السمان. توظيف تقنية الواقع المعزز في تناول المضمون الخبري للتغيرات المناخية في القنوات الفضائية: دراسة تحليلية. *مجلة البحوث الإعلامية*. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد 68. العدد 2. أكتوبر 2023.
- <sup>32</sup> نوال بومشقة. توظيف تكنولوجيا الواقع المعزز في إنتاج التقارير الإخبارية عبر القنوات الفضائية العربية: قناة سكاي نيوز عربية نموذجاً. *مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي*. المجلد 9. العدد 3. ديسمبر 2022.
- <sup>33</sup> محمد جمال بدوي. آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 75. أبريل 2021.

- <sup>34</sup> أسماء محمد مصطفى عرام. مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجًا). **مجلة البحوث الإعلامية**. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 4. المجلد 58. يوليو 2021.
- <sup>35</sup> سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف. استخدام تقنية 360° بالمواقع الإخبارية العالمية كقيمة مضافة لتحقيق الانغماس في القصص الإخبارية وعلاقتها بتوجهات الخبراء والقائم بالاتصال نحوها. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. قسم الصحافة. العدد 22. ديسمبر 2021.
- <sup>36</sup> هند يحيى عبد المهدي عبد المعطي. استخدامات سلاسل الكتل (Blockchain) بمجال الصحافة: رؤية مستقبلية. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**. كلية الإعلام. جامعة الأهرام الكندية. العدد 33. يونيو 2021.
- <sup>37</sup> سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف. توظيف تقنيات الواقع المعزز في تصميم الإعلان وانعكاسها على تصورات المتلقي الرقمي نحوها. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد 62. العدد 2. يوليو 2022.
- <sup>38</sup> أسماء عبد الرازي السمان. **مرجع سابق**. أكتوبر 2023.
- <sup>39</sup> Irene Costera Meijer. What is Valuable Journalism? Three Key Experiences and Their Challenges for Journalism Scholars and Practitioners. *Digital Journalism*. Taylor & Francis online. Vol 10. Issue 2. 2022.
- <sup>40</sup> Chan –Olmsted, Sylvia M.(2019). “A Review of Artificial Intelligence Adoption in the Media Industry. **“International Journal on media Management”** -21.3 .215-4:193
- <sup>41</sup> ممدوح عبد الله مكاوي. الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. المجلد 19. العدد 2. أبريل 2020.
- <sup>42</sup> Jeannette Paschen,(2020).”Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions, **Journal of Product & Brand Management**”, Volume 29. Number 2. p.p 223–233, Available at :<https://bit.ly/3ibQ8km>.
- <sup>43</sup> Waleed Alli & Mohamed Hassoun.(2019).” Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities «. **International Journal of Media, Journalism and Mass Communications JMJMC**.Vol. 5. Issue. 1 ,pp. 40:49.
- <sup>44</sup> محمد عوض نافع الرشيدى. **مرجع سابق**. يوليو 2023.
- <sup>45</sup> سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف. **مرجع سابق**. ديسمبر 2021.
- <sup>46</sup> سحر عبد المنعم محمود الخولي. **مرجع سابق**. يوليو 2022.
- <sup>47</sup> وسام محمد أحمد. **مرجع سابق**. سبتمبر 2018.
- <sup>48</sup> Nic Newman. **Op.Cit**. 2022
- <sup>49</sup> Irene Costera Meijer. **Op.Cit**. 2022.
- <sup>50</sup> ممدوح عبد الله مكاوي. **مرجع سابق**. أبريل 2020.
- <sup>51</sup> أيمن محمد إبراهيم بريك. **مرجع سابق**. يناير 2022.
- <sup>52</sup> مي مصطفى عبد الرازق. **مرجع سابق**. ديسمبر 2022.

<sup>53</sup> سوزان يوسف أحمد القليني. مرجع سابق. أكتوبر 2022.

<sup>54</sup> أسماء محمد مصطفى عرام. مرجع سابق. يوليو 2021.

<sup>55</sup> هند يحيى عبد المعطي. مرجع سابق. أبريل 2020.

56 Moravec, Václav,. MacKová, Veronika; Sido, Jakub; Ekštein, Kamil .

**Op.Cit.**(2020).

(<sup>57</sup>إيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابر ماس، ترجمة: محمد حسين غلوم، مراجعة: محمد عصفور، (الكويت، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية، العدد 244، 1999)، ص 119.

(<sup>58</sup>كمال عويس، النظريات التربوية المعاصرة، رسالة ماجستير منشورة، (الجزائر، المركز الجامعي بغرداية، معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2009)، ص6.

(<sup>59</sup>) Hams Joas Didier, George Herbert mead, Une revelation Contemporaine desapensee Rementeconomco, (Pari, 2005), P 100.

<sup>60</sup> Bradley, J. (2009). The technology acceptance model and other user acceptance theories. In Handbook of research on contemporary theoretical models in information systems (pp. 277-294). IGI Global.

<sup>61</sup> عبد الحليم، سمر (2023). إدراك ممارسي العلاقات العامة لدور الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء التسويق الرقمي، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد 25.

<sup>62</sup> Chuttur, M. (2009). Overview of the technology acceptance model: Origins, developments and future directions. p 14.

<sup>63</sup> Marangunić, N., and Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. Universal access in the information society, 14(1), 81-95.

Dr. Sherif Kamel, selected topics in management information,(6 October 2015), <sup>64</sup>

**the American University in Cairo,Economics ,|Technology acceptance model— and communication department of management,P.3 available at: [www.google.com](http://www.google.com)**

<sup>65</sup> Stephen W.Litteljohn, (2002). Theories of Mass Communication, (united Kingdom:Wadsworth) p14

<sup>66</sup> مرفت الطرابيشي. عبد العزيز السيد (2009). نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية). ص 136-142.

<sup>67</sup> سامي طابع، بحوث الإعلام، ط1 (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001). ص 168.

(<sup>68</sup>)LindaHantrais. Comparative Research Methods.**Social Research Update**. the Department of Sociology, University of Surrey, Guildford, England. 1995. On line: <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU13.html>.

(<sup>69</sup>) Gideon Sjoberg.The Comparative Method in the Social Sciences.**Philosophy of Science**.The University of Chicago Press.Vol. 22, No. 2 .Apr 1955. pp. 106-117.

- (70) Reza Azarian. Potentials and Limitations of Comparative Method in Social Science. **International Journal of Humanities and Social Science**. Vol. 1 No. 4; April 2011. P 119. On line: <http://www.ijhssnet.com/journals/Vol. 1 No. 4; April 2011/15.pdf>.
- (71) Kazimierz Maciek Slomczynski. Irina Tomescu- Dubrow. Comparative Methods in Social Sciences, 2010. <http://www.slideshare.net/jdubrow2000/comparative-methods-in-social-sciences-lecture-1>.
- (72) David Collier. The Comparative Method. Political Science. American Political Science Association. Washington. 1993. P 105. On line: <http://polisci.berkeley.edu/sites/default/files/people/u3827/APSA-TheComparativeMethod.pdf>.
- (73) Cynthia Ghorra-Gobin. The comparative social science approach: Outline for a debate on methods and objectives based on three MOST projects carried out by international networks of researchers and UNESCO staff during a meeting held in December 1998. Available at: <http://www.unesco.org/most/ghorraen.htm>.

- 74 عُرضت الاستمارة على مجموعة من المتخصصين والأساتذة، وهم:  
أ/د محمد سعد إبراهيم، أستاذ الصحافة - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا - العميد السابق للمعهد العالي الدولي للإعلام - أكاديمية الشروق.  
أ/د وفاء عبد الخالق ثروت، أستاذ الإعلام - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا - أستاذ الإعلام بكلية الاتصال الجماهيري - جامعة أم القيوين - الإمارات العربية المتحدة.  
أ/د سلوى أبو العلا الشريف، أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا - وكيل كلية الآداب لشئون خدمة المجتمع.  
د/ خالد الدرياش، أستاذ مشارك الإحصاء، جامعة المدينة الجامعية عجمان، الإمارات العربية المتحدة.  
75 عمرو محمد محمود عبد الحميد. مرجع سابق. يونية 2023.  
76 محمد عوض نافع الرشيدى. مرجع سابق. يوليو 2023.  
77 هند يحيى عبد المهدي عبد المعطي، (2021)، مرجع سابق. 1879-1831.  
78 ماجدة عبد المرضي محمد. مرجع سابق. يناير 2023.  
79 إيناس منصور كامل شرف. مرجع سابق. يونيو 2023.  
80 هند يحيى عبد المهدي عبد المعطي. مرجع سابق. يناير 2022.  
81 سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف. مرجع سابق. ديسمبر 2021.  
82 أيمن محمد إبراهيم بريك. مرجع سابق. يناير 2020.  
83 وسام محمد أحمد. مرجع سابق. سبتمبر 2018.  
84 Moravec, Václav, MacKová, Veronika; Sido, Jakub; Ekštein, Kamil(2020). **Op.Cit**. Vol. 11, Iss. 1, pp.36-53.  
85 سوزان يوسف أحمد القليني. ياسر يوسف أبو القاسم. مرجع سابق. أكتوبر 2022.  
86 فاطمة حبيب محمد خطاب. مرجع سابق. يناير 2022.

- 87 شيري عبد الحفيظ عبد القادر. مرجع سابق. مارس 2023.
- 88 مي مصطفى عبد الرازق. مرجع سابق. ديسمبر 2022.
- 89 هند يحيى عبد المعطي. مرجع سابق. أبريل 2020.
- 90 Chan –Olmsted, Sylvia M. **Op.Cit.** (2019). 215-4:193-21.3
- 91 سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف. مرجع سابق. يوليو 2022.
- 92 نوال بومشقة. مرجع سابق. ديسمبر 2022.
- 93 أسماء عبد الراضي السمان. مرجع سابق. أكتوبر 2023.
- 94 أسماء عبد الراضي السمان. مرجع سابق. أكتوبر 2023.

## References

- Sulayman, M. (2018). damj tiqniat alwaqie almueazaz mae alsuhuf almatbueat kaqimat mudafat litahsin faeiliat alaitisali. majalat aleimarat walfunun waleulum al'iinsaniatu. Aljameiat alearabiat lilhadarat walfunun al'iislamati. 9(4).
- Abd Alhamid, A. (2023). aleawamil almuathirat fi taqabul alqayimin bialaitisal bialqanawat alfadayiyat alearabiat litawzif taqniat alwaqie almueazaz fi 'iintaj almuhtawaa al'iikhbari. majalat aitihad aljamieat alearabiat libuhuth al'ielam watiknuluja alaitisali. jameiat kuliyaat Al'ielam alearabiat. 10(2).
- Alrushidi, M. (2023). dawr aldhaka' alaistinaeii fi tatwir almadamin al'ielamiati. almajalat aleilmiaat libuhuth alealaqat aleamat wal'ielani. jamieat Alqahira. kuliyaat al'ielami. 26(1).
- Abd Alraaziq, M. (2022). taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi al'ielami: alwaqie waltatawurat almustaqbaliati: dirasat tatbiqiat ealaa alqayimin bialaitisal bialwasayil al'ielamiat almisriat walearabiat. almajalat almisriat libuhuth al'ielami. jamieat Alqahira. kuliyaat al'ielami. 81(2).
- Nic Newman. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022. **DIGITAL NEWS PROJECT**. 2022
- Abd alhamid, A. (2020). tawzif taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi 'iintaj almuhtawaa al'ielamii waealaqatiha bimisdaqiatih ladaa aljumhur almisrii. majalat albuuhuth al'ielamiati. jamieat Al'azhar. kuliyaat al'ielami. 55(1).
- Brik, A. (2020). aitiyahat alqayimin bialaitisal nahw aistikhdam tiqniaat aldhaka' alaistinaeii fi almuasasat alsahufiat almisriat walsaeudiati: dirasat maydaniatan fi 'iitar alnazarat almuahadat liqubul waistikhdam altiknuluja. majalat albuuhuth al'ielamiati. jamieat Al'azhar. kuliyaat al'ielami. 53(3).
- Ahmed, W. (2018). aitiyahat alqayim bialaitisal waljumhur nahw altatbiqat alsahufiat lilwaqie almueazaza. almajalat aleilmiaat libuhuth alsahafati. jamieat Alqahira. kuliyaat al'ielami. 15(2).
- Albuhayri, S. (2023). tatbiqat aldhaka' aliaistinaeii wadawruha fi tasmim al'ielanat alraqamiat ladaa musamimi aljiraafik waitijahatihim nahwaha. almajalat aleilmiaat libuhuth alsahafati. jamieat alqahira. kuliyaat al'ielami. 26(3).
- Graefe, Andreas, et al. "Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability." *Journalism* 19.5 (2018) p p: 595-610.
- Sharaf, E. (2023). aitiyahat alsahafiiyn almisriiyn nahw aistikhdam tiqniaat almitafirs fi alsahafat almisriat watathiriha ealaa sinaeat alsahafati. majalat albuuhuth al'ielamiati. jamieat Al'azhar. kuliyaat al'ielami. 66(2).
- Abd Alqadir, S. (2023). taerid al'ielamiin almisriin litiqniat almitafirs "Metaverse" eabr almawaqie al'ielamiat alearabiat wal'ajniabat waitijahatihim nahwaha. almajalat almisriat libuhuth al'ielami. jamieat Alqahira. kuliyaat Al'ielami. 82(3).
- Alqilini, S. (2022). altaathirat almuhtamal litiqniat almitafirs ealaa al'ielam alearabii min wijhat nazar khubara' al'ielami. majalat aitihad aljamieat alearabiat liladab. aitihad aljamieat alearabia. aljameiat aleilmiaat likuliyaat. 2(1)

- Alkhuli, S. (2022). muealajat taqniaat almitafirs washabakat aljil alkhamis fi mawaqie alsuhuf alearabiat wal'ajnabia "dirasat tahliliati". almajalat almisriat libuhuth al'ielami. kuliyyat al'ielami. jamieat Alqahira. 62(1).
- Masawi, M. (2022). ruyat mustaqbaliatin: dawr astiratijiaat alaitisaliat fi sinaeat almuhtawaa al'ielamii fi daw' tatbiq taqniaat aldhaka' alaistinaeii. almajalat almisriat libuhuth al'ielami. kuliyyat al'ielami. jamieat Alqahira. 781(1).
- Abaas, M. (2022). ruyat mustaqbaliatun: dawr astiratijiaat alaitisaliat fi sinaeat almuhtawaa al'ielamii fi daw' tatbiq tatbiqat aldhaka' alaistinaeii. almajalat almisriat libuhuth al'ielami. jamieat Alqahira. kuliyyat Al'ielami. 78(2).
- Alkhuli, S. (2020). aitijahat alsahafiiyn almisriiyn 'iiza' tawzif aldhaka' alaistinaeii fi tatwir almadamin alsahufiat alkhassat bialthara' almaelumati. almajalat almisriat libuhuth al'ielami. kuliyyat al'ielami. jamieat Alqahira. 72(1).
- Brik, A. (2022). tatbiqat almitafirs waealaqatuha bimustaqbal sinaeat alsahafat alraqamiat - dirasat aistishrafiat khilal aleaqdayn alqadimayn 2022: 2042. almajalat almisriat libuhuth al'ielami. kuliyyat al'ielami. jamieat Alqahira. 78(2).
- Abdel Muti, H. (2020). aistikhdam tiknulujya alwaqie almueazaz (AR) walwaqie almukhtalit (MR) bialsahafat al'iiliktruniat eabr almustahdathat altaqniati. almajalat almisriat libuhuth alraay aleami. kuliyyat al'ielami. jamieat Alqahira. 2(4).
- Matteo Monti. Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to A in the Press Field. **Opinios in Comparatione**. Vol 1. P 2. 2019.
- Muhammad, M. (2023). aitijahat alsahafiiyn almutakhasisin nahw ahimiat tawzif taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi 'iintaj almadamin almutakhasisat waealaqatiha bitatwir mustawaa 'adayihim almihni. almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati. jamieat alqahira. kuliyyat al'ielami. 25(5).
- Raconteur. (2018). future of media&entertainment. Retrieved from Raconteur from://www.dalet.com/sites/default/files/2018-07/Future%20of%20media%202018%20Report%20-%20Dalet.pdf.
- Raghieri, Marco, (2019). Long-form journalism and archives in the digital landscape” ‘University of London ‘**King’s College** (United Kingdom).
- khatib, F. (2022). tiqniaat alwaqie almueazaz waliaiftiradii wa'ahamiyatuha fi Aal'ielam. majalat fikr wa'iibdaea. rabitat al'adab alhadithi. 4(1).
- Moravec, Václav,. MacKová, Veronika; Sido, Jakub; Ekštein, Kamil(2020).**Communication** Today; **Trnava** Vol. 11, Iss. 1, pp .36-53.
- Alsaman, A. (2023). tawzif tiqniat alwaqie almueazaz fi tanawul almadmun alkhbarii liltaghayurat almunakhiat fi alqanawat alfadayiyati: dirasat tahliliatan. majalat albuhtuth al'ielamiati. jamieat al'azhar. kuliyyat al'ielami. 2(1).
- Boumshatha, N. (2022). tawzif tiknulujia alwaqie almueazaz fi 'iintaj altaqarir al'ikhbariat eabr alqanawat alfadayiyat alearabiat: qanaat skay niuz earabiat namudhaja. majalat aleulum Al'iinsania lijamieat 'Om Albawaqi. 3(2).



- Badwi, M. (2021). alyat tatbiq wa'iintaj sahafat alruwbut fi misr fi daw' aistikhdam 'adawat aldhaka' alaistinaeii. almajalat almisriat libuhuth al'ielami. kuliyyat al'ielami. jamieat Alqahira. 75(2).
- Arram, A. (2021). mustaqbal alsahafiiyn fi easr aldhaka' alaistinaeii (sahafat alruwbut nmwdhjan). majalat albuuhuth al'ielamiati. kuliyyat al'ielami. jamieat Al'azhar. 4(5).
- Abd Almueti, H. (2021). aistikhdamat salasil alkutal (Blockchain) bimajal alsahafati: ruyat mustaqbaliyatun. almajalat alearabiat libuhuth al'ielam walaitisali. kuliyyat al'ielami. jamieat Al'ahram Alkanadia. 33(2).
- Alsharif, S. (2022). tawzif taqniaat alwaqie almueazaz fi tasmim al'ielan waineikasiha ealaa tasawurat almutalaqiy alraqmii nahwaha. majalat albuuhuth al'ielamiati. jamieat Al'azhar. kuliyyat al'ielami. 2(4).
- [Irene Costera Meijer](#). What is Valuable Journalism? Three Key Experiences and Their Challenges for Journalism Scholars and Practitioners. Digital Journalism. Taylor & Francis online. Vol 10. Issue 2. 2022.
- Chan –Olmsted, Sylvia M.(2019). “A Review of Artificial Intelligence Adoption in the Media Industry. **“International Journal on media Management”** -21.3 .215-4:193
- Makawi, M. (2020). al'akhbar alzaayifa "Fake News" bayn al'ielam altaqlidii walraqmi. almajalat almisriat libuhuth alraay aleami. kuliyyat al'ielami. jamieat Alqahira. 2(4).
- Jeannette Paschen,(2020).”Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions, **Journal of Product & Brand Management**”, Volume 29. Number 2. p.p 223–233, Available at :<https://bit.ly/3ibQ8km>.
- Waleed Alli & Mohamed Hassoun.(2019).” Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities «. **International Journal of Media, Journalism and Mass Communications JMJMC**.Vol. 5. Issue. 1 ,pp. 40:49.
- Cribb, I. (1999), alnazariat aliajtimaeiat min barsunz 'iilaa habir mas, tarjamata: muhamad husayn ghlum, murajaeata: muhamad easfur, (Alkuayti, ealam almaerifati, silsilat kutub thaqafiat shahriati). 244(2).
- Awais, K. (2009). alnazariaat altarbawiat almueasirati, risalat majistir manshurat, (Aljazayar, almarkaz aljamieia bighardayat, maehad aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati).
- Hams Joas Didier, George Herbert mead, Une revelation Contemporaine desapensee Rementeconomco, (Pari, 2005), P 100.
- Bradley, J. (2009). The technology acceptance model and other user acceptance theories. In Handbook of research on contemporary theoretical models in information systems (pp. 277-294). IGI Global.
- Abdel Halim, S. (2023). 'iidrak mumarisi alealaqat aleamat lidawr aldhaka' alaistinaeii fi tatwir 'ada' altaswiq alraqmi, almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'ielani, 25(2).

- Chuttur, M. (2009). Overview of the technology acceptance model: Origins, developments and future directions. p 14.
- Marangunić, N., and Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal access in the information society*, 14(1), 81-95.
- Dr. Sherif Kamel, selected topics in management information,(6 October 2015), —Technology acceptance model,|**the American University in Cairo,Economics and communication department of management,P.3 available at: www.google.com** .
- Stephen W.Littelljohn, (2002). *Theories of Mass Communication*, (united Kingdom:Wadsworth) p14
- Altarabishi. M. (2009). nazariaat aliatisali. (Alqahira: dar Alnahdat alearabiati).
- Taye, S. (2001), buhuth al'iieiami, ta1 (Alqahira: dar alnahdat alearabiati).
- LindaHantrais. *Comparative Research Methods.Social Research Update*. the Department of Sociology, University of Surrey, Guildford, England. 1995. On line: <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU13.html>.
- Gideon Sjoberg.The *Comparative Method in the Social Sciences.Philosophy of Science*.The University of Chicago Press.Vol. 22, No. 2 .Apr 1955. pp. 106-117.
- Reza Azarian.Potentials and Limitations of Comparative Method in Social Science.**International Journal of Humanities and Social Science**. Vol. 1 No. 4; April 2011. P 119. On line: <http://www.ijhssnet.com/journals/Vol. 1 No. 4; April 2011/15.pdf>.
- Kazimierz Maciek Slomczynski. Irina Tomescu- Dubrow. *Comparative Methods in Social Sciences*, 2010. <http://www.slideshare.net/jdubrow2000/comparative-methods-in-social-sciences-lecture-1>.
- David Collier.The *Comparative Method.Political Science*.American Poltical Science Association. Washington. 1993. P 105. On line: <http://polisci.berkeley.edu/sites/default/files/people/u3827/APSA-TheComparativeMethod.pdf>.
- Cynthia Ghorra-Gobin. *The comparative social science approach: Outline for a debate on methods and objectives based on three MOST projects carried out by international networks of researchers and UNESCO staff during a meeting held in December 1998*. Available at: <http://www.unesco.org/most/ghorraen.htm>

# 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. Sameh Abdel Ghani**

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

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

● Issue 71 July 2024 - 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.