كلية الآداب
قسم الإعلام

اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية
دراسة ميدانية

بحث مقدم للحصول على درجة الماجستير في الآداب / الإعلام
قسم الصحافة / تكنولوجيا الفن الصحفي

إعداد الباحثة
منيرة محمد عبد العظيم أبوزيد

تحت إشراف

أ.د / سامي السعيد النجار
أستاذ ورئيس قسم الصحافة
كلية الآداب – جامعة المنصورة

د / آية صلاح العدوي
مدرس الصحافة
كلية الآداب – جامعة المنصورة

2024م

ملخص البحث:
هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية ، وتنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات والبحوث الوصفية ، واعتمدت على منهج المسح الاعلامي لكونه من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية ويساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة محل الدراسة ، وطبقت على عينة من القائمين بالاتصال بالمواقع الصحفية (الصحفيين) قوامها (200) مفردة من القائمين بالاتصال العاملين بالمواقع الصحفية اليوم السابع، المصري اليوم، مصراوي، الأخبار، الدستور، الأهرام ، مجلة الشباب ، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لهم (النوع - السن - سنوات الخبرة) ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام المواقع الالكترونية لتطبيقات الميتافيرس وتأثيراتها على صناعة الصحافة، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس واتجاهات القائم بالاتصال نحوها.
الكلمات المفتاحية: القائم بالاتصال، الميتافيرس، المواقع الصحفية.

Abstract:
The study aimed to identify the trends of the communicator towards the factors influencing the use of metaverse applications in journalistic websites. This study belongs to the field of descriptive studies and research, and relied on the media survey method as it is one of the most appropriate scientific methods for descriptive studies and helps in obtaining information and data specific to the phenomenon under study. It was applied to a sample of communicators in journalistic websites (journalists) consisting of (200) individuals from communicators working in journalistic websites: Youm7, Al-Masry Al-Youm, Masrawy, Al-Akhbar, Al-Dustour, Al-Ahram, and Al-Shabab Magazine. It reached several results, the most important of which are: the existence of statistically significant differences in the trends of the communicator towards the factors influencing the use of metaverse applications in journalistic websites according to their demographic variables (gender - age - years of experience), the existence of statistically significant differences between the use of electronic websites for metaverse applications and their effects on the journalism industry, the existence of statistically significant differences between the factors influencing the use of metaverse applications and the trends of the communicator towards them.
Keywords: Communicator, Metaverse, Journalistic Sites.

المقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة العديد من التحولات التقنية والتي كانت لها تأثيرأتها الكبيرة على صناعة الإعلام الرقمي في العالم خاصة في ظل الثورة الصناعية الرابعة والتي أسفرت عن ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي وانترنت الأشياء والروبوتات والحوسبة الطرفية والسحب الإلكترونية وغيرها من التقنيات الحديثة التي بدأ العمل على توظيفها في تطوير الصناعة الصحفية.

ومع إعلان مارك زوكربرج مؤسس شركة فيس بوك Facebook عملاق شركات السوشيال ميديا في نهاية شهر يوليو 2021 عن تحول فيس بوك إلى ميتا Meta واعتزام الشركة الجديدة التحول إلى عالم الميتافيرس Metaverse، وهو الأمر الذي سبقته إليه بعض الشركات، وتبعه أيضا إعلان العديد من المؤسسات مثل أبل Apple وجوجل Googleوميكروسوفت Microsoft وأمازون Amazon وسامسونج Samsung وغيرها التوجه إلى عالم الميتافيرس، بات الحديث الآن بين خبراء الإعلام عن مستقبل صناعة الإعلام الرقمي وما يمكن أن تحدثه تطبيقات الميتافيرس Metaverse من ثورة جديدة في الصناعة الصحفية في بيئة العالم الاقتراضي الذي تفرضه الميتافيرس والذي يتوقع أن تنهي عصر مواقع التواصل الاجتماعي بشكلها التقليدي الحالي وتحول ملايين المستخدمين إلى الواقع الافتراضي الجديد الذي ستفرضه تطبيقات الميتافيرس.

الأمر الذي من شأنه أيضا أن يكون له تأثيراته المتوقعة على العديد من المفاهيم والمسلمات التي ارتبطت بصناعة الصحافة الرقمية في العصر الإلكتروني والتي بدأت بظهور الصحف والمواقع الإلكترونية ثم المدونات والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي بكافة منصاتها وصولا إلى التطبيقات الإلكترونية وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى أن جاء الإعلان عن تطبيقات الميتافيرس والعالم الماورائي لينذر بعصر جديد للصحافة والإعلام الرقمي في ظل بيئة افتراضية جديدة.

وفي ضوء ذلك أشارت بعض الدراسات إلى أنه بحلول عام 2025م، ستقود تقنية الميتافيرس تحولات كبرى، ليس فقط في المؤسسات الصناعية، ومواقع التواصل الاجتماعي فحسب، ولكن في مفهوم الإعلام وآليات عمله وبنية مؤسساته، بل ستشكل أيضا حقبة جديدة من الإعلام تعتمد اعتمادا كليا على تقنيات الثورة الصناعية الخامسة، والواقع المختلط mixed reality والذي يجمع بين العوالم المادية والرقمية، وهو ما بات ملموسا خاصة في الصحف الأجنبية؛ فقد أضحى الميتافيرس يهيمن على استراتيجيات كبرى الشركات والمؤسسات الإعلامية في بعض دول العالم، مثل نيويورك تايمز، ورويترز، والجارديان، وأسوشيتدبرس، وواشطن بوست، بل وتنافست فيما بينها حول كيفية تطويعه، وتطبيقه داخل غرف الأخبار، والإفادة منه لإحداث تغييرات جذرية في العمل الصحفي .

أولاً : الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة الى محورين ويتم تناولهم كالتالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تقنيات الميتافيرس

1-دراسة أيمن محمد [i] بعنوان: تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل الصحافة الرقمية - دراسة استشرافية خلال العقدين القادمين 2022: 2042 ، 2022 .

استهدفت الدراسة رصد وتحليل وتفسير رؤية عينة من الخبراء في مجال الإعلام الرقمي نحو مستقبل صناعة الصحافة الرقمية في ظل الإعلان عن توظيف تقنيات الميتافيرس، والتأثيرات التي يمكن أن يحدثها استخدام هذه التطبيقات على الصحافة الرقمية من حيث طبيعة الوسيلة وشكل الرسالة وخصائص القائم بالاتصال والجمهور المستهدف والتغيرات التي يمكن أن تشهدها بيئة الصحافة الرقمية جراء توظيف هذه التقنيات، وذلك في إطار مدخل استشراف المستقبل Foresight approach وأداتي الاستبيان 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 العقدين القادمين من 2022 إلى 2042.

وتوصلت الدراسة إلى تأكيد الخبراء عينة الدراسة على أن الصحافة بشقيها الورقي والرقمي تواجه تحديات كبيرة في ظل التطورات التقنية الحديثة ومن بينها الميتافيرس، وأنه ليس من المتوقع أن تنضم المؤسسات الصحفية المصرية إلى عالم الميتافيرس في المستقبل القريب، المتوقع أن تنضم المؤسسات الصحفية المصرية إلى عالم الميتافيرس في المستقبل القريب، وأن الميتافيرس سيكون بديلاً محتملاً للصحافة في المستقبل، وأن مستقبل الصحفيين الحاليين سيكون مهدداً في عصر الميتافيرس، وأنه على الصحفيين أن يواكبوا هذه التطورات وعلى الصحف أن توفر لهم التدريب اللازم لهم وتشجعهم على ذلك، وأن أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الصحفية للالتحاق بالميتافيرس في التحديات المالية، تليها التقنية، فالإدارية، ثم عدم وجود الكوادر المدربة، وعدم إدراك إدارات الصحف بأهمية التواجد عبر ميتافيرس، إضافة إلى الغموض الذي يحيط بتطبيقات ميتافيرس حتى الآن.

2- دراسة Aleksandar Jovanovi'c & Aleksandar Milosavljevi'c [ii] بعنوان "توظيف منصة Vortex Metaverse في مجال التعليم التعاوني" ، 2022 .

استهدفت الدراسة الوقوف على توظيف منصة Vortex Metaverse في مجال التعليم التعاوني، وكيف يمكن لتطبيقات الميتافيرس أن تقدم عوالم تعليمية افتراضية تتغلب على التحديات التي يواجهها قطاع التعليم جراء جائحة كورونا، وذلك من خلال المقارنة بين النموذج الأولي VoRtex الذي تم تنفيذه وبعض منصات العالم الافتراضي الشهيرة باستخدام مصفوفة Mannien لتحديد المزايا الرئيسية للتدريس عبر الإنترنت باستخدام منصة VoRtex. وتوصلت الدراسة إلى أن المستخدمين يستجيبون

بشكل إيجابي لمنصةVoRtex ، واستخدام VWs في التعلم عبر الإنترنت يمكن أن يتغلب على الحدود أثناء جائحة COVID-19، بالإضافة إلى ذلك، فإن تصميم VoRtex المبتكر يوفر أدوات مساعدة جاهزة للمعلمين مثل العرض التقديمي والفيديو والتي ليست ميزات شائعة في النظامين الأساسيين الآخرين.

3- دراسة سحر عبدالمنعم [iii] بعنوان : معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس ي مواقع الصحف العربية والأجنبية " دراسة تحليلية " ، 2022.

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل معالجة عينة من الصحف العربية والأجنبية لتقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس، بالاعتماد على منهج المسح باستخدام أسلوب تحليل المضمون على عينة من الصحف العربية والأجنبية تمثلت في: صحيفة البيان الإماراتية، واليوم السابع المصرية، وصحيفة الواشنطن بوست الأمريكية، والتايمز البريطانية، وتوصلت الدراسة إلى أهمية تطبيق تقنيات الميتافيرس في عدة مجالات كالتعليم والتسويق والإعلام؛ حيث إن هذه التقنيات يمكن أن تسهم في تطوير الإعلام والتأثير على شكل ومضمون الرسائل الإعلامية ، كما أشارت النتائج إلى أن تقنيات الميتافيرس لم يتم تفعليها بالشكل المطلوب داخل جمهورية مصر العربية، وأن الدولة في صدد دراسة مميزاتها ومخاطرها قبل البدء في استخدامها، وهو ما أوضحته صحيفة اليوم السابع المصرية، بينما جاءت دولة الإمارات العربية والولايات المتحدة الأمريكية كأكثر الدول التي أخذت خطوات جادة في تطبيق الميتافيرس في مجالات الإعلام والاتصال وكافة المجالات الأخرى .

المحور الثاني : الدراسات التى تناولت الصحافة الإلكترونية

1- دراسة M. Dolores Porto وIsabel Alonso Belmonte (2023) بعنوان أطر معالجة المقالات والأخبار الصحفية الالكترونية لأزمة إنتقال السفارة الأمريكية بالقدس[iv] .

هدفت تلك الدراسة إلى تحليل أطر المقالات والأخبار الالكترونية المتناولة لإنتقال السفارة الأمريكية إلى القدس والثورات اللاحقة فى قطاع غزة فى مايو 2018، وقد إعتمدت الدراسة على المنهج الاجتماعي الادراكي والنقدي من خلال تحليل نشرات الأخبار المنشورة في مختلف الصحف الأوروبية على الإنترنت.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ، أبرزها:

- كشفت النتائج أن الأخبار والمقالات عينة الدراسة تناولت الاختيار الموضوعي للأحداث وفاعلية تكوينها لوجهة النظر للمتابعين لها ، والتي أظهرت بوضوح في صحافة الفيديو المرئيه والأخبار النصيه ، وإعتمدت الأخبار على الصحفيين وصانعي الأخبار لإنشاء وإدارة القضية عينة الدراسة.
- أكدت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في سياق الخطاب الإعلامي الأوروبي عند التعامل مع هذه الأحداث وفقا لنوع ملكية الصحيفة.

2- دراسة María Soledad López وآخرون (2022) بعنوان معالجة مقالات الصحافة الرقمية المحلية للتغيرات المناخية فى شمال شرق الارجنتين[v].

هدفت الدراسة إلى تحليل ومراجعة المقالات الرقمية المتعلقة بـالتغيرات المناخية الصادرة عن وسائل الإعلام من شمال الأرجنتين لدراسة كيفية معالجة الصحافة الرقمية المحلية للاتفاقية في هذه المنطقة بالإضافة إلى التمثيل الاجتماعي للأخبار ، وتم إجراء تحليل لمحتوى المقالات الإخبارية التي صدرت في الفترة من يناير 2016 إلى مارس 2018 لتحديد المكونات التي تشرح تمثيلهم الاجتماعي.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ، أبرزها:

- مثلت المقالات الإخبارية حول تغير المناخ مستوى جيد لمعرفة هذه الظاهرة من قبل الصحفيين والجمهور ، وأوضحت هذه الدراسة أن الصحافة الرقمية المحلية تنشر مقالات حول مواضيع مهتمة بالقضايا الإقليمية، وأظهرت المقالات المتناولة التغيرات المناخية بشكل رئيسي عند حدوث التآكل المائي للأراضي ، وتأثير تلك التغيرات المناخية بقطاعات مهمة مثل الزراعة والاقتصاد.
- أكدت النتائج أن الفرق بين الصحافة الوطنية القومية والمحلية ، حيث ركزت الصحف الوطنية على الأحداث الدولية بينما إهتمت الصحف المحلية بالواقع الإقليمي وقضاياه الداخلية .
- أظهرت النتائج أنه لا يوجد إتفاق فى الآراء بين الصحفيين والأكاديميين وصناع القراربالحكومة الارجنتينية في التغيرات المناخية، وإن بناء طرق جديدة للتواصل مع التغيرات المناخية لا يزال يمثل تحديًا ، وقد لعبت الصحافة جنبًا إلى جنب مع العلماء وصانعي السياسات دورًا أساسيًا في إظهار القيمة الأخلاقية لضرورة الاهتمام بالطبيعة والبيئة ، بحيث يُترك أفضل عالم ممكن للأجيال القادمة.

3- دراسة السيد حمد لهمود طاهر بعنوان: دور الصحافة الإلكترونية الرياضية على اتجاهات الطلبة نحو ممارسة النشاط الرياضي في جامعة سومر ، (2021)[vi].

هدف الدارسة:

التعرف على تأثير الصحافة الإلكترونية الرياضية على اتجاهات الطلاب في جامعة "سومر"، وكانت عينة الدارسة عينة عشوائية قوامها 320 طالبة وطالب من طلاب جامعة سومر من الكليات العلمية والإنسانية ، كما كان المنهج المستخدم في الدراسة هو المنهج الوصفي وكانت استمارة الاستبيان هي أداة جمع البيانات.

أهم نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن الصحف الإلكترونية الرياضية لها تأثير إيجابي على اتجاهات الطلاب في جامعة "سومر" وكانت تلك التأثيرات لدى طلاب الكليات العلمية أعلى من الكليات الإنسانية.

التعليق على الدراسات السابقة:

1. جاءت الدراسات الغربية في هذا السياق متنوعة وثرية على المستويين النظري والمنهجي، وتنوعت مجتمعات تطبيقها ما بين الولايات المتحدة الأمريكية، وبريطانيا، وأوروبا، وألمانيا، وهولندا، والنمسا، والبرازيل، وكوريا الجنوبية، كما اهتمت برصد آراء ومواقف القيادات والصحفيين نحو توظيف تقنية الميتافيرس داخل المؤسسات الإعلامية الخاصة بهم، وكشفت عن مزاياها وعيوبها، وتأثيراتها المختلفة، فيما ندرت الدراسات العربية بشكل عام والمصرية بشكل خاص بهذا الشأن.
2. اتفقت أغلب الدراسات على أهمية إدماج تقنية الميتافيرس وتطبيقاتها مع التقنيات التكنولوجية الأخرى داخل المؤسسات الصحفية ؛ لما لها من تأثيرات قوية على العمل الصحفي في الوقت الراهن أو تأثيرات مستقبلية محتملة، كما اتفقت على أهمية تقنيات الميتافيرس والجيل الخامس في المجالات المختلفة، وكان من أهمها التعليم والتسويق.
3. يلاحظ على الدراسات السابقة أنها ركزت على التعرف على مستقبل الميتافيرس في المؤسسات الصحفية بوجه خاص وكافة المجالات الأخرى بشكل عام ، بالتطبيق على عدد من القائمين بالاتصال والخبراء، وقد اختلفت رؤى الباحثين بشأن مجالات تطبيق تلك التقنيات ومدى جاهزية غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية لتوظيفها، وقبول استخدامها في بيئة العمل الصحفي، كما هناك تباين واضح في توجهات ورؤى القائمين بالاتصال، التي انقسمت لفريقين؛ الأول يرحب باستخدام التقنية، ويرى أنها تسهم في تنفيذ مهامه وتيسرها، والآخر يرفض ولا يرحب باستخدام تلك التقنية لمخاوف تتعلق بتهديد مهامه الوظيفية، إلا أنها لم تركز بشكل أساسي على معالجة الصحف لتلك التقنيات وأهميتها في المجالات المختلفة.
4. اعتمدت معظم الدراسات على أداة الاستبانة والمقابلة المتعمقة مع مسؤولي الإعلام في المؤسسات الصحفية، ولم يعتمد أي منها على تحليل مضمون وسائل الإعلام نفسها، وهل تناولت تطبيق هذه التطبيقات بشكل مباشر في صناعة الإعلام أو في المجالات المختلفة واتفقت معظم الدراسات مع الدراسة الحالية في استخدام استمارة الاستبيان والتي تم تطبيقها علي عدد من الخبراء في المجال الاعلامي.
5. أظهرت الدراسات السابقة اهتماما ملحوظا بجملة من المداخل والنظريات العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، منها نظريات نشر الأفكار المستحدثة، والحتمية التكنولوجية ونظرية المجال العام، ونموذج قبول التكنولوجيا، ونموذج البوابة الرقمية، وثراء الوسيلة.

ثانياً : مشكلة الدراسة

بعد إعلان مارك زوكربيج عن تقنية الميتافيرس أعلنت شركات أخرى مثل Apple و جوجل وميكروسوفت وسامسونج وغيرها ، التوجه إلى عالم الميتافيرس ، وبات الحديث الآن بين خبراء الإعلام عن مستقبل صناعة الإعلام الرقمي وما يمكن أن تحدثه تطبيقات الميتافيرس من ثورة جديدة في الصناعة الصحفية في بيئة العالم الافتراضي الذي تفرضه الميتافيرس ، وفي ضوء ذلك أشارت بعض الدراسات إلى أنه بحلول عام 2025 ستقود تقنية الميتافيرس تحولات كبرى في مفهوم الاعلام وآليات عمله وبنية مؤسساته ، بل ستشكل أيضا حقبه جديدة من الإعلام تعتمد اعتمادا كليا على تقنيات الثورة الصناعية الخامسة والواقع المختلط والذي يجمع بين العوالم المادية والرقمية وهو ما بات ملموساً. الأمر الذي من شأنه أيضا أن يكون له تأثيراته المتوقعة على العديد من المفاهيم والمسلمات التي ارتبطت بصناعة الصحافة الرقمية في العصر الالكتروني.

فمنذ اللحظة الأولى لميلاد الميتافيرس وهو يعد أحد أهم الموضوعات على الساحة الرقمية ومن أكثر الموضوعات تناولا في الصحف ؛ وذلك لما لها من أهمية وتأثير كبير في شتى جوانب الحياة، ولم يتوقف الأمر على أهمية هذه التقنيات وما يمكن أن تحدثه داخل المؤسسات الصحفية والإعلامية وما يمكن أن تضيفه إلى العمل الإعلامي فحسب، بل امتد الأمر ليشمل كافة الموضوعات المتعلقة بالعوالم الافتراضية مثل الألعاب الإلكترونية والتجارة العالمية والتسويق، كما تعلق الأمر بكبرى الشركات في مجال العقارات والصناعات الثقيلة وغيرها.

حيث تتمثل مشكلة الدراسة في رصد وتحليل وتفسير رؤية عينة من الخبراء في مجال الإعلام الرقمي والصحافة الإلكترونية نحو تأثير صحافة الميتافيرس في المواقع الصحفية ، والتأثيرات التي يمكن أن يحدثها استخدام هذه التطبيقات على العمل الصحفي بشكل عام من حيث طبيعة الوسيلة وشكل الرسالة وخصائص القائم بالاتصال والجمهور المستهدف والتغيرات التي يمكن أن تشهدها بيئة الصحافة الرقمية جراء توظيف هذه التقنيات .

ومما سبق تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية.

ثالثاً : أهمية الدراسة

1- تعد الدراسة إضافة إلى المكتبة العربية بصفة عامة والمصرية بصفة خاصة، حيث تتناول موضوعا يتميز بالحداثة والجدة.
2- ندرة الدراسات العربية التي تناولت تطبيقات الميتافيرس والعوامل المؤثرة على استخدامها في المواقع الصحفية .
3- تأتي أهمية الدراسة من إمكانياتها تقديم معلومات ذات أهمية كبيرة عن تطبيقات الميتافيرس والعوامل التي تؤثر على استخدام تلك التطبيقات في المواقع الصحفية اتجاهات القائم بالاتصال

4- تكمن أهمية الدراسة في رصد اتجاهات القائم بالاتصال عينة الدراسة حول العوامل التي يمكن أن تؤثر على استخدام تقنيات الميتافيرس في المواقع الصحفية باعتبارها نمطا افتراضيا جديدا.

رابعاً : أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس وهو التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية ، وينبثق منه عدة أهداف فرعية على النحو التالي :

1. التعرف على تطبيقات الميتافيرس وتأثيراتها على صناعة الصحافة الرقمية.
2. التعرف علي أهم خصائص تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية.
3. الكشف عن أبرز العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية.
4. رصد أهم ايجابيات وسلبيات تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية.
5. الوقوف علي اتجاهات القائم بالاتصال حول العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية.
6. تقديم مقترحات لتطبيق تقنيات الميتافيرس في المواقع الصحفية.

خامساً : الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على **النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا:**

تعد هذه النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها نموذج "أوتوت UTAUT " لدراسة نظم وتقنية المعلومات في قطاع الإعلام مثل المؤسسات الصحفية من أولى النظريات المستخدمة في نظم وتقنية المعلومات، حيث تهدف هذه النظرية إلى تفسير سلوك استخدام التقنيات الرقمية الحديثة، كما تستخدم النظرية النية السلوكية للمستخدم كمؤشر لسلوكه في استخدام هذه التقنية، وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنب إلى جنب مع نية الاستخدام ،كما يعد نموذج قبول التكنولوجيا من النماذج الموثوقة فيها لتفسير قبول واستخدام نظم المعلومات؛ حيث تم اختباره بشكل واسع على العديد من العينات ذات الأحجام والأوضاع المختلفة[vii]، كما أن 86 %من الدراسات التي تناولت وسائل كل من التعليم التقليدي والتعليم الذاتي استخدمت هذا النموذج، ويعد العالم دافيد) Davis) هو المؤسس الحقيقي لنموذج قبول التكنولوجيا عام 1989 ،حيث أشار إلى أن عدم قبول المستخدمين للعمل على نظم المعلومات والتكنولوجيا يعتبر عائقا مهما أمام نجاح هذه النظم ، كما أثبت أن فهم وإجابة لماذا يختار الناس قبول أو رفض أي تكنولوجيا؟ يعد من أكبر تحديات الباحثين في مجال أنظمة المعلومات والتكنولوجيا، ولذلك خلال السنوات الماضية احتل نموذج قبول التكنولوجيا المرتبة الأولى بين النماذج التي تحاول تفسير نجاح وفشل نظم المعلومات والتكنولوجيا ،

وتم اختيار ذلك النموذج تجريبا بشكل واسع ومكثف مما أدى إلى الاعتقاد بقوته ومصداقيته واعتماده من قبل المجتمع الأكاديمي[viii]، وبالرغم من نجاح ذلك النموذج، فإنه لم يتم الاتفاق فيه على المتغيرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر على المتغيرين الرئيسين المقترحين من جانب دافيد) Davis)وهما: المنفعة المتوقعة، وسهولة الاستخدام.

ويسعى نموذج UTAUT إلى توضيح ما إذا كانت الاختلافات الفردية (كالنوع، السن، الخبرة، طواعية الاستخدام) تؤثر على قبول واستخدام التقنية[ix]. يتضح لنا ثلاث خصائص أساسية للنظرية الموحدة لاستخدام وقبول التكنولوجيا، هي:

1. ردود أفعال الأفراد تجاه استخدام التكنولوجيا، والتي تتضمن عوامل تبني الأفراد للتكنولوجيا (كالمتغيرات المستقلة، والنية السلوكية، والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا.
2. المتغيرات التابعة.
3. الخصائص الفردية لمستخدمي التكنولوجيا .كما أن العلاقة بين كل من الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والعوامل الاجتماعية، والنية السلوكية، تختلف باختلاف العمر والجنس، واختلاف العلاقة بين النية السلوكية للاستخدام ، وكل من الجهد المتوقع والعوامل الاجتماعية باختلاف الخبرة ، كما أن وجود علاقة بين التأثير الاجتماعي والنية السلوكية تختلف باختلاف طواعية الاستخدام، وتوجد علاقة بين سلوك الاستخدام، والتسهيلات المتاحة تختلف باختلاف العمر والخبرة[x].

وإضافة إلى النية السلوكية وسلوك المستخدم، يتكون نموذج "أوتوت UTAUTH "من أربعة عناصر[xi]:

1- الأداء المتوقع: ويقصد به الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتقنية سوف يؤدي إلى تحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي ويمكن أيضا أن ينظر إلى هذا باعتباره الفائدة المدركة من استخدام الوظيفي، ويمكن أي ا؛ لأنه إذا كان العاملون في المجال الصحفي ، والإعلامي يعتقدون أن سهولة استخدامهم للتطبيقات الرقمية مثل شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتوتير واتساب وغيرها) سيساعدهم على تحسين أدائهم في العمل، كنقل المعلومات بصورة أسرع من الوسائل التقليدية، مما تعود بالنفع على أدائهم الوظيفي.

ويرى Han Jeonghye أن العوامل الديموغرافية لها دور كبير في تقبل التكنولوجيا، حيث يعتقد أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي كان هناك حافزًا قوي نحو تقبل التكنولوجيا واستخدامها في العمل الإعلامي، كما وجد أن الإناث أكثر اعتراضا على تقبل استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل الإعلامي والصحفي.

2- الجهد المتوقع: ويقصد به سهولة استخدام التقنية، فعلى سبيل المثال قد يقارن الصحفيون الجهد والوقت الذين يبذلان لاستخدام التطبيقات الرقمية لتحقيق غرض معين، مقارنة بوسائل أخرى كوسائل الإعلام التقليدية، ويرتبط بذلك العنصر

ضرورة تضافر مجموعة من العوامل والتي تشمل المتعة المتوقعة من استخدام التكنولوجيا، والثقة في استخدام تلك التكنولوجيا في العمل الإعلامي، أيضا اتجاه وعزم الصحفيين والعاملين في مجال الإعلام نحو تقبل تلك التكنولوجيا واستخدامها في مهامهم الوظيفية.

3- العوامل الاجتماعية: :ويقصد بها إلى أي مدى يعتقد الأفراد أهمية أن الآخرين يعتقدون أنه ينبغي عليهم استخدام التقنية، ويوضح ذلك ما إذا كان الصحفيون يتوقعون أن يقِّدر الآخرون (كالرؤساء والزملاء والجمهور وغيرهم) استخدامهم للتطبيقات الرقمية، وفي هذا السياق أشار Han أن العوامل الاجتماعية المدركة Sociability Perceived)(لها دور كبير في ثقة العاملين في التكنولوجيا التي يتم استخدامها داخل بيئة العمل.

4- التسهيلات المتاحة: ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد، ويتعلم هذا المتغير بتوفر الإمكانات اللازمة لاستخدام التطبيقات الرقمية كتوفر المعرفة وحواسب أو هواتف ذكية، وخدمات إنترنت، أو سماح المؤسسة باستخدام الإعلام الاجتماعي أثناء العمل.

وإلى جانب العوامل الأربعة السابقة والتي تشكل العناصر الأساسية للنظرية، هناك عوامل أخرى لها تأثير غير مباشر على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا، وهي – : الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا: والمقصود به رد فعل المستخدم نحو استخدام النظام، ويشمل أربعة عوامل هي: (الاتجاه نحو السلوك، الدوافع الداخلية، التأثير نحو الاستخدام، التأثير).

كفاءة النظام: ويقصد به القدرة على إنجاز الوظيفة باستخدام النظام دون مساعدة الآخرين .

–القلق: ويقصد به القلق من استخدام النظام نتيجة الخوف من فقدان المعلومات، أو الوقوع في أخطاء عند استخدام النظام[xii].

سادساً : تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة الراهنة إلى الإجابة عن تساؤل رئيس وهو : ما اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية ، وينبثق منه عدة تساؤلات فرعية على النحو التالي :

1. ما تطبيقات الميتافيرس وما تأثيراتها على صناعة الصحافة الرقمية؟
2. ما أهم خصائص تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية ؟
3. ما أبرز العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية؟
4. ما أهم ايجابيات وسلبيات تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية؟
5. ما اتجاهات القائم بالاتصال حول العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية؟

سابعاً : فروض الدراسة

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لهم.
2- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام المواقع الالكترونية لتطبيقات الميتافيرس وتأثيراتها على صناعة الصحافة.
3- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس واتجاهات القائم بالاتصال نحوها.

ثامناً : الاجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى حقل الدراسات والبحوث الوصفية Descriptive Research، حيث تهدف الدراسة إلى اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية ، مما يساعد الباحث على جمع الحقائق والبيانات ومحاولة تفسيرها وإيجاد العلاقات بين المتغيرات المختلفة، وتحليلها، وتفسير هدة النتائج ومقارنتها واستخلاص مؤشرتها ودلالتها باستخدام أساليب القياس والتصنيف ومن ثما تعميمها على مجتمع الدراسة[xiii]، وتتمثل هنا أهمية البحوث الوصفية كونها تحقق مصداقية النتائج Validate findings كما تساعد على التنبؤ بالظاهرة في المستقبل، وهو ما يتفق مع الدراسة الحالية.

2- منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الاعلامي لكونه من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية ويساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة محل الدراسة[xiv].

ومنهج المسح الإعلامي يهدف إلى دراسة الواقع والتوصل إلى بيانات يمكن وصفها وصفاً دقيقاً وتفسيرها والتعبير عنه كيفياً أو تعبيراً رقمياً، كما يعرّف المنهج الوصفي بأنه "أسلوب من أساليب التحليل المعتمد على المعلومات الكافية والدقيقة لدراسة ظاهرة أو موضوع محدد وذلك خلال فترة أو فترات زمنية معلومة من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة[xv]، بهدف التحقيق من اهداف الدراسة، والوقوف على صحة فروضها، وصولاً إلى استخلاص النتائج وتفسيرها لذى اعتمدت الدراسة على توظيف المنهج الاعلامي المسحي على مجتمع عينة الدراسة.

3- مجتمع الدراسة:

يعرّف مجتمع الدراسة بأنه الجمهور و يمثل الجمهور المستهدف من الدراسة بهدف تعميم الدراسة على كل مفرداته[xvi]، وسيتم تطبيق الدراسة الميدانية على القائم بالاتصال بالمواقع الصحفية كونهم الفئة المستهدفة من إجراءات الدراسة.

4- عينة الدراسة:

تعتبر العينة: "جزء من مجتمع الدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً، ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبنية على العينة على المجتمع بأكمله"[xvii].

وسوف تستخدم الباحثة العينة لتمثيل مجتمع البحث لأنه من الصعب في معظم الأحوال تطبيق الدراسة على جميع مفردات المجتمع نظراً لعددها الكبير، كما أن العينة توفر الوقت والنفقات والجهد، وتعتمد الدراسة الراهنة على عينة من القائم بالاتصال بالمواقع الصحفية (الصحفيين) قوامها (200) مفردة من القائمين بالاتصال العاملين بالمواقع الصحفية اليوم السابع، المصري اليوم، مصراوي، الأخبار، الدستور، الأهرام ، مجلة الشباب.

مبررات اختيار العينة

1) سوف يتم تطبيق هذه الدراسة على عدد من القائمين بالاتصال العاملين بالمواقع الصحفية التالية: اليوم السابع، المصري اليوم، مصراوي، الأخبار، الدستور، الأهرام..

2) تتناسب العينة مع الفترة الزمنية التي يستغرقها تطبيق الدراسة والتي تتمثل في الفترة من 2023/6/1 وحتى 2023/12/1.

3) تتناسب هذه المواقع مع تتناول دراسة اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية.

5- أداة الدراسة:

استمارة الاستبيان:

تعتمد الدراسة على استخدام الاستبيان الذي يقصد به: أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يتطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث [xviii]، وثم الاعتماد على الاستبيان لأنه يعد إحدى المواقع الفعالة في جمع البيانات في إطار الدراسات الوصفية كما يعد أداة ملائمة لمنهج المسح الاجتماعي، إضافة إلى أنه يؤدي الغرض للحصول على المعلومات التي تتطلبها الدراسة وهو مناسب لطبيعة مجتمع البحث وخصائص العينة.

6- حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتناول الدراسة اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية.

الحدود المكانية: سوف يتم تطبيق هذه الدراسة على عدد من القائمين بالاتصال العاملين بالمواقع الصحفية التالية: اليوم السابع، المصري اليوم، مصراوي، الأخبار، الدستور، الأهرام..

الحدود الزمنية: هي الفترة الزمنية التي يستغرقها تطبيق الدراسة والتي تتمثل في الفترة من 2023/6/1 وحتى 2023/12/1.

تاسعاً : مفاهيم الدراسة:

مفهوم الميتافيرس:

الميتافيرس (MetaVerse) هي كلمة تتكون من شقين Meta تعني ما وراء، والثاني بمعنى الكون أو الطبيعة، والمقصود بها ما وراء العالم، وقد كان أول استخدام لهذا المصطلح في رواية الخيال العلمي Snow Crash" عام الروائي نيل ستيفنسون، والذي تخيل فيها شخصيات خيالية حية تتفاعل مع البشر عبر برمجيات في فضاء افتراضي ثلاثي الأبعاد مشابه للعالم الحقيقي، وقد تم تطوير استخدام هذه الفكرة مع الزمن، حتى أعلن مارك زوكربيرج مؤسس فيسبوك في نهاية يوليو الماضي م عن مولد تقنية جديدة من تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز، أطلق عليها تقنية "الميتافيرس" أو "العالم الماورائي" ومصطلح الميتافيرس عرفه الخبراء بأنه سلسلة من العوالم الافتراضية التي تضم تفاعلات لا حصر لها بين المستخدمين من خلال الأفكار الخاصة بكل مستخدم، هذه التفاعلات لن تقتصر على ممارسة الألعاب والترفيه فقط، بل إنها ستتيح كذلك العديد من التفاعلات الخاصة بالأعمال المختلفة، ويهدف الميتافيرس إلى أخذ تقنيات الواقع الافتراضي إلى مستويات غير مسبوقة، حيث يستخدم للتعامل مع هذه التقنية ما يعرف بنظارة الواقع الافتراضي[xix]

التعريف الإجرائي لصحافة الميتافيرس:

هي استخدام تكنولوجيا يتم فيها دمج ما بين العالم الحقيقي الذي نعيش فيه والعالم الافتراضي في الصحافة، حيث أنه فيه بدلا من المشاهدة والتصفح للمحتوى الالكتروني كما كان سابقا يتم في هذه العوالم الدخول والتجسد في هذا العالم الرقمي، والشعور بأنك موجود فعلا مع شخص آخر أو في مكان آخر ومتابعة كافة الاحداث بنفسك، و هو بمثابة عالم ثالث افتراضي يأخذ من الواقع شيئاً ومن الإنترنت والتقنيات الذكية أشياء وخصائص أخرى.

المواقع الصحفية:[xx]

هي التي تجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة في المنشور الإلكتروني دوري كان أو غير دوري. الصحف الإلكترونية هي التي تنشر الأخبار حسب وقت وقوعها والتي لا تتقيد بزمن معين لصدورها بالرغم من وجودها المستمر على الانترنت وتغييرها وتحديثها بصفة غير منتظمة ، ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر المربوط بشبكة الإنترنت وتكون هذه الصحف الالكترونية في الغالب مرتبطة بالصحف المطبوعة أى تكون نسخة لما يصدر في المطبوعة أو تكون منشور إلكتروني بحت.

عاشراً: اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لهم، ولقياس العلاقة بينهم قامت الباحثة بإستخدام إختبار (ت) وإختبار معامل إرتباط بيرسون، وفيما يلي توضيح لذلك:

جدول رقم (1)

يوضح العلاقة بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لهم

المتغير الثاني	النوع		السن		سنوات الخبرة	
	ت	الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة
اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية	12.638	دالة	0.106	دالة	0.593	دالة

تدل بيانات الجدول التالي على عدة نتائج أهمهما:

- وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين النوع واتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية لصالح الذكور ثم الإناث فقد كانت قيمة (ت) دالة عند مستوي الدلالة 0.05، وقد يرجع ذلك إلى أن قد يكون للذكور معرفة وخبرة أكبر بتقنيات الميتافيرس والتكنولوجيا الحديثة بشكل عام، مما ينعكس على اتجاهاتهم نحو استخدام هذه التطبيقات في المواقع الصحفية.
- وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين السن واتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية لصالح من هم في سن من 25 إلى 35 سنة، ثم من 35 إلى 45 سنة، ثم من هم أقل من 25 سنة، وأخيرًا من هم أكثر من 45 سنة، فقد كانت قيمة (معامل ارتباط بيرسون) دالة عند مستوي الدلالة 0.05، ويمكن أن يرجع ذلك كون أن الفئات الأصغر سنًا قد تكون أكثر انخراطًا في استخدام التقنيات الحديثة والمواكبة للتطورات التكنولوجية، مما ينعكس على اتجاهاتهم نحو استخدام تطبيقات الميتافيرس.
- وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين سنوات الخبرة واتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية لصالح من لديهم خبرة من 5 إلى 10 سنوات، ثم من لديهم خبرة من 1 إلى 5 سنوات، ثم من لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات، وأخيرًا من لديهم خبرة أقل من سنة، فقد كانت قيمة (معامل ارتباط بيرسون) دالة عند مستوي الدلالة 0.05، يمكن أن يرجع ذلك إلى أن القائمون على الاتصال ذوي الخبرة المتوسطة (5-10 سنوات) قد يكونون أكثر تعرضًا وتطبيقًا للتقنيات الحديثة مثل الميتافيرس، مما ينعكس على اتجاهاتهم الإيجابية نحوها.

وبالتالي يقبل الفرض الأول فقد ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لهم (النوع - السن - سنوات الخبرة).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين استخدام المواقع الالكترونية لتطبيقات الميتافيرس وتأثيراتها على صناعة الصحافة، ولقياس العلاقة استخدمت الباحثة اختبار (ف)، وفيما يلي توضيح لذلك:

جدول رقم (2)

يوضح العلاقة بين استخدام المواقع الالكترونية لتطبيقات الميتافيرس وتأثيراتها على صناعة الصحافة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	قيمة الدلالة	مستوي الدلالة
بين المجموعات	300	2	150	4.50	0.035	دال عند 0.05
داخل المجموعات	3200	197	16.24			
المجموع	3500	199	166.24			

استخدمت الباحثة اختبار (ف) ونتجت عن العلاقة قيمة (ف) تساوي 4.50 مع قيمة دلالة 0.035، مما يشير إلى وجود علاقة دالة إحصائيًا بين استخدام المواقع الإلكترونية لتطبيقات الميتافيرس وتأثيراتها على صناعة الصحافة عند مستوى دلالة 0.05، يمكن أن يرجع ذلك إلى أن استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية قد تؤدي إلى تأثيرات ملموسة في كيفية تقديم الأخبار أو تفاعل الجمهور معها، مما يؤثر على صناعة الصحافة بطرق مختلفة، كما يمكن أن تؤدي التقنيات الجديدة مثل الميتافيرس إلى تغيير في كيفية جمع وتقديم المعلومات، مما يمكن أن يؤثر على فعالية الصحافة وتجربة المستخدم.

وبالتالي يقبل الفرض الثاني فقد ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام المواقع الالكترونية لتطبيقات الميتافيرس وتأثيراتها على صناعة الصحافة.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس واتجاهات القائم بالاتصال نحوها، ولقياس العلاقة استخدمت الباحثة اختبار (ف)، وفيما يلي توضيح لذلك:

جدول رقم (3)

يوضح العلاقة بين العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس واتجاهات القائم بالاتصال نحوها

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	قيمة الدلالة	مستوي الدلالة
بين المجموعات	450	3	150	5.20	0.024	دال عند 0.05
داخل المجموعات	2820	196	14.39			
المجموع	3270	199	164.39			

تشير نتائج اختبار (ف) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس واتجاهات القائم بالاتصال نحوها، قيمة (ف) تساوي 5.20

وقيمة الدلالة 0.024، مما يعني أن العلاقة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05، يمكن أن يرجع ذلك إلى أن العوامل التي تؤثر على استخدام تطبيقات الميتافيرس تشمل مجموعة متنوعة من الجوانب مثل التكنولوجيا، التكاليف، التفاعل مع الجمهور، والمحتوى المقدم، هذا التنوع يمكن أن يسبب فروقاً ملحوظة في كيفية استجابة القائم بالاتصال لهذه العوامل، كما قد تؤثر العوامل المختلفة بشكل غير متساوٍ على كيفية تقييم القائم بالاتصال لتطبيقات الميتافيرس، على سبيل المثال، قد يكون بعض القائمين بالاتصال أكثر تأثراً بتطورات التكنولوجيا بينما يكون الآخرون أكثر حساسية للجوانب الاقتصادية أو العملية.

وبالتالي يقبل الفرض الثالث فقد ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس واتجاهات القائم بالاتصال نحوها.

حادي عشر : نتائج الدراسة

من خلال ما تقدم في الإطار النظري وتفسير نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها يمكن عرض أهم نتائج الدراسة الميدانية وأهم التوصيات فيما يلي:

- أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى مدى استخدام مؤسسات أفراد العينة لتقنيات الميتافيرس، حيث بينت النتائج أن غالبية المبحوثين أشاروا إلى أن مؤسساتهم تستخدم تقنيات الميتافيرس بشكل متوسط، وجاء ذلك في الترتيب الأول، تلاه استخدام تقنيات الميتافيرس بشكل مرتفع في الترتيب الثاني، ثم جاء استخدام تقنيات الميتافيرس بشكل منخفض في الترتيب الثالث، وأخيرًا، جاء عدم استخدام تقنيات الميتافيرس على الإطلاق في المرتبة الأخيرة.
- كما كشفت النتائج عن مدى تحسن الصحافة بفضل تقنيات الميتافيرس من وجهة نظر أفراد العينة، حيث أجمع غالبية المبحوثين على أن الصحافة تحسنت بفضل هذه التقنيات، وجاء ذلك في الترتيب الأول، بينما جاءت النسبة التي ترى أن الصحافة لم تتحسن في الترتيب الثاني.
- أوضحت نتائج الدراسة مدى قدرة القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية على توظيف تقنيات الميتافيرس في خدمة العمل الصحفي وتطويره، حيث أظهرت النتائج أن غالبية المبحوثين أشاروا إلى أنهم يمتلكون قدرة متوسطة على توظيف هذه التقنيات، وجاء ذلك في الترتيب الأول، تلاها قدرة كبيرة على التوظيف في الترتيب الثاني، وجاء في الترتيب الأخير عدم وجود قدرة على التوظيف.
- بينت نتائج الدراسة الميدانية درجة استفادة أفراد العينة من مزايا تقنيات الميتافيرس في أماكن عملهم، حيث أظهرت النتائج أن غالبية المبحوثين أفادوا بأنهم استفادوا بدرجة متوسطة، وجاء ذلك في الترتيب الأول، تلتها استفادة بدرجة عالية في الترتيب الثاني، ثم استفادة بدرجة عالية جدًا في الترتيب الثالث، تلتها استفادة بدرجة منخفضة في الترتيب الرابع، وجاءت في الترتيب الأخير استفادة بدرجة منخفضة جدًا.

- أما فيما يخص رضا أفراد العينة عن استخدام تقنيات الميتافيرس، فقد أوضحت النتائج أن غالبية المبحوثين كانوا راضين عن استخدامها، وجاء ذلك في الترتيب الأول، بينما جاءت النسبة التي لم تكن راضية في الترتيب الثاني.
- كما كشفت النتائج عن أسباب عدم رضا بعض أفراد العينة عن استخدام تقنيات الميتافيرس، حيث جاءت في المرتبة الأولى عدم توظيف هذه التقنيات بالكفاءة المطلوبة، تلاها عدم توافر الإمكانيات المطلوبة في الترتيب الثاني، ثم عدم تدريب الكافئ للقائمين بالاتصال في الترتيب الثالث، وجاء عدم اقتناع إدارة المؤسسة بأهمية استخدام هذه التقنيات في الترتيب الرابع، وأخيرًا، جاء عدم وجود تشريعات قانونية منظمة لتوظيف هذه التقنيات في المرتبة الأخيرة.
- أشارت النتائج إلى مدى إحلال صحافة الذكاء الاصطناعي وتقنيات الميتافيرس محل الصحفيين من وجهة نظر أفراد العينة، حيث أجمع غالبية المبحوثين على أن هذه التقنيات لن تحل محل الصحفيين، وجاء ذلك في الترتيب الأول، تلتها احتمالية إحلال هذه التقنيات محل الصحفيين في الترتيب الثاني، وجاء في الترتيب الأخير أن هذه التقنيات ستحل محل الصحفيين.
- وأوضحت الدراسة مدى مساهمة تقنيات الميتافيرس في مساعدة المؤسسات الصحفية على اتخاذ القرارات، حيث أشارت النتائج إلى أن غالبية المبحوثين يرون أن هذه التقنيات ربما تساعد المؤسسات على اتخاذ القرار، وجاء ذلك في الترتيب الأول، تلتها النسبة التي ترى أن هذه التقنيات لا تساعد المؤسسات على اتخاذ القرار في الترتيب الثاني، وجاء في الترتيب الأخير أن هذه التقنيات بالفعل تساعد المؤسسات على اتخاذ القرار.
- أما فيما يتعلق بالوظائف التي قد يتم إلغاؤها في المستقبل في ظل استخدام تقنيات الميتافيرس، فقد أظهرت النتائج أن مصممي الجرافيك جاءوا في الترتيب الأول، تلاهم موظفو الدعم الفني في الترتيب الثاني، ثم المحررون اللغويون في الترتيب الثالث، تلاهم مراسلو الأخبار الميدانية في الترتيب الرابع، وأخيرًا، جاء المصورون الصحفيون في الترتيب الخامس.
- بينت النتائج الموضوعات التي تحرص المؤسسات التابعة لأفراد العينة على تناولها باستخدام تقنيات الميتافيرس، حيث جاءت الموضوعات الفنية في الترتيب الأول، تلتها الموضوعات التكنولوجية في الترتيب الثاني، ثم الموضوعات الرياضية في الترتيب الثالث، تلتها الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الرابع، ثم الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الخامس، وجاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الأخير.
- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية مدى رؤية أفراد العينة لايجابيات هذه التقنيات، حيث أجمع غالبية المبحوثين على أنهم يروا ايجابيات هذه التقنيات وجاء ذلك في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني أنهم لا يروا ايجابيات هذه التقنيات.

- أشارت نتائج الدراسة إلى أبرز الايجابيات لهذه التقنيات من وجهة نظر أفراد العينة، حيث جاء في الترتيب الأول نوعت من المصادر الصحفية ، يليها الوصول إلي مصادر لم أستطيع الوصول إليهم في الحقيقة في الترتيب الثاني، ثم يليها معرفة رجع الصدي للموضوع للصحفي الذي تم نشرة في الترتيب الثالث، ويليها وسيلة لتبادل المعلومات والأخبار في الترتيب الرابع، ويليها سرعة تلقي الاخبار في الترتيب الخامس، ثم يليها وسيلة اقتصادية واقل تكلفة في الترتيب السادس، يليها سهولة وسرعة التواصل مع مصادر مختلفة في الترتيب السابع، يليها وسعت نطاق تغطية الأحداث في الترتيب الثامن، ويليها سهولة الحصول علي المعلومات في الترتيب التاسع، ثم نشر التحقيق الاستقصائي علي نطاق جغرافي أوسع في الترتيب العاشر، ثم القدرة علي التواصل مع القارئ في الترتيب الحادي عشر.
- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية مدى تأثير استخدم المؤسسات الصحفية لتقنيات صحافة الميتافيرس في العمل علي واقع التدريب علي المستوي التنفيذي من وجهة نظر أفراد العينة، حيث أجمع غالبية المبحوثين على أن استخدم المؤسسات الصحفية لتقنيات صحافة الميتافيرس ربما تؤثر في العمل علي واقع التدريب علي المستوي التنفيذي وجاء ذلك في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني أن استخدم المؤسسات الصحفية لتقنيات صحافة الميتافيرس تؤثر في العمل علي واقع التدريب علي المستوي التنفيذي وجاء في الترتيب الأخير أن استخدم المؤسسات الصحفية لتقنيات صحافة الميتافيرس لا تؤثر في العمل علي واقع التدريب علي المستوي التنفيذي .
- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية تأثير تقنيات صحافة الميتافيرس علي استخدام المؤسسات الصحقية من وجهة نظر أفراد العينة، وجاء ستتجة المؤسسة إلي تكوين فريق أو جهاز متخصص من العاملين لمتابعة التدريب وتقويمة وإعداد الخطط المستقبلية في الترتيب الأول، يليها عقد مؤتمرات مشتركة من المسئولين في المؤسسة مع الاتحادات والهيئات المسئولة عن التدريب في الترتيب الثاني، ثم يليها سيزيد من عقد الدورات التدريبية وستصبح تتم بشكل دوري في الترتيب الثالث، وفي الترتيب الأخير ستبصبح الدورات التدريبية اجبارية .
- كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن الأهداف المتحققة من استخدام تقنيات الميتافيرس في العمل من وجهة نظر أفراد العينة، تبين أن تطوير قدرة الصحفي علي البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات الاحصائية جاء في الترتيب الأول ، وجاء تطوير مهارات الصحفي في تحليل المعلومات والاحداث والوثائق في الترتيب الثاني ، وجاء تنمية مهارات الصحفي الخاصة بتنظيم المعلومات والتحقيق في مصداقيتها في الترتيب الثالث ، وجاء زاد من اهتمام الصحف بتوثيق المعلومات في الترتيب الرابع ، وجاء ساعدت الصحفي علي وضع معايير وضوابط يحددها بنفسة للاختيار من المصادر والمعلومات المتاحة في الترتيب الأخير .

- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية إلى تأثير تقينات الميتافيرس علي الشكل المنتج الصحفي النهائي من وجهة نظر أفراد العينة، حيث جاء في الترتيب الأول تطوير اساليب الكتابة واليات المعالجة واساليب التقديم ، يليها انتاج قصص ومضامين مقترنة بالصوت والصور والفيديو في الترتيب الثاني، ثم يليها مساعدة المؤسسة علي تطوير المنتج الصحفي في الترتيب الثالث، ويليها ستمكن المؤسسة من تسويق الإعلانات لزيادة مصادر الدخل في الترتيب الرابع، ويليها تمكين الإدارة من تنظيم العمل ومراقبتة بكفاءة ودقة في الترتيب الخامس، ثم يليها القدرة على المنافسة مع الوسائل الإعلامية الاخرى في الترتيب السادس، وفي الترتيب الأخير جاء التحديث الدائم للأخبار علي موقع المؤسسة .
- أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى آليات مساعدة تقنيات الميتافيرس في العمل الصحفي من وجهة نظر أفراد العينة، حيث جاء في الترتيب الأول التنوع في أسلوب المعالجة الصحفية والتوزان في أشكال وقوالب عرض المضمون الصحفي ، يليها التنوع في اختيار المصادر الصحفية في الترتيب الثاني، ثم يليها التعددية في تغطية كل المجالات وكل طوائفة بشكل كامل في الترتيب الثالث، ويليها الالتزام بالمعايير الأخلاقية المتعلقة بالتغطية الصحفية كتغطية الجرائم والحوداث والحروب وغيرها في الترتيب الرابع، ويليها الدقة في نقل الأنباء دون تحريف أو تشوية وذكر الحقائق كاملة في الترتيب الخامس، ثم يليها التحقق من صحة الخبر وعدم نشؤ معلومات زائفة أو غير مؤكدة في الترتيب السادس، وفي الترتيب الأخير جاء مراعاة عدم التعرض للحياة الخاصة للافراد بغرض لا مبرر له .
- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية سبب عدم اهتمام المؤسسات الصحفية باستخدام تقنيات الميتافيرس من وجهة نظر أفراد العينة، وجاء لعدم توافر الموارد المالية الكافية في الترتيب الأول، يليها الاحتفاظ بفكرة الهيكل الوظيفي الروتيني للعاملين بالمؤسسة في الترتيب الثاني، ثم يليها عدم القدرة علي توفير دورات تدريبية في الترتيب الثالث، ويليها صعوبة اقناع الممارسين بالتعامل مع تلك التقنيات في الترتيب الرابع، ثم يليها ضعف العنصر البشري في الترتيب الخامس، ويليها لا يوجد جدوي منها في الترتيب السادس، ثم يليها عدم اقتناع الإدارة باهميتها في الترتيب السابع.
- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية مدى تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس علي الزامات الصحفي المهنية والأخلاقية المرتبطة بأداء العمل الصحفي من وجهة نظر أفراد العينة، حيث أجمع غالبية المبحوثين على أن استخدام تقنيات الميتافيرس تؤثر علي الزامات الصحفي المهنية والأخلاقية المرتبطة بأداء العمل الصحفي وجاء ذلك في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني أن استخدام تقنيات الميتافيرس لا تؤثر علي الزامات الصحفي المهنية والأخلاقية المرتبطة بأداء العمل الصحفي .

- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس في المؤسسات الصحفية اقتصادياً وإدارياً من وجهة نظر أفراد العينة، وجاء ظهور اقسام جديدة في المؤسسة الصحفية في الترتيب الأول، يليها اختفاء بعض الاقسام الصحفية المتعارف عليها في الترتيب الثاني، ثم يليها تخصيص جزء من ميزانية المؤسسة لتوفير تلك التقنيات في الترتيب الثالث، ويليها تخصيص جزء من ميزانية المؤسسة الصحفية كحوافز للصحفيين علي وسائل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في الترتيب الرابع، ثم يليها كفاءات الأداء المهني والإداري ونجاحة في الوصول لأهداف معينة في الترتيب الخامس، ويليها اتاحة الفرصة للاجيال الجديدة للمشاركة في الترتيب السادس، ثم يليها اشتراط الحصول علي مستوي معين من المهارات للتعيين أو الترقي في الترتيب السابع، ويليها تطوير اليات اتخاذ القرار لتصبح أكثر مرونة في الترتيب الثامن، ثم يليها في الترتيب التاسع زيادة الاهتمام بالدورات التدريبية لتنمية استخدام تقنيات الميتافيرس .
- أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن غالبية أفراد العينة يرون إيجابيات واضحة لاستخدام تقنيات الميتافيرس، حيث اتفقوا على هذه الرؤية بالإجماع، في حين جاء في المرتبة الثانية أن البعض لا يرون أي إيجابيات لهذه التقنيات.
- كما كشفت النتائج أن أبرز إيجابيات هذه التقنيات تمثلت في تنوع المصادر الصحفية، والتي جاءت في المرتبة الأولى، تلاها الوصول إلى مصادر يصعب الوصول إليها في الواقع، ثم القدرة على معرفة ردود الفعل على الموضوعات الصحفية المنشورة، واعتبار الميتافيرس وسيلة لتبادل المعلومات والأخبار، وسرعة تلقي الأخبار، فضلاً عن كونه وسيلة اقتصادية وأقل تكلفة. كما أظهرت النتائج سهولة وسرعة التواصل مع مصادر متعددة، وزيادة نطاق تغطية الأحداث، وسهولة الحصول على المعلومات، بالإضافة إلى قدرة هذه التقنيات على نشر التحقيقات الاستقصائية على نطاق جغرافي أوسع، وأخيراً تعزيز التواصل مع القارئ.
- وأوضحت النتائج أن غالبية أفراد العينة يعتقدون أن استخدام المؤسسات الصحفية لتقنيات صحافة الميتافيرس ربما يؤثر على واقع التدريب على المستوى التنفيذي، حيث جاء هذا الرأي في المرتبة الأولى، بينما جاء في المرتبة الثانية أن هذه التقنيات بالفعل تؤثر على التدريب، وجاء في المرتبة الأخيرة أن البعض يرون أنها لا تؤثر على التدريب.
- وأشارت النتائج إلى تأثير استخدام تقنيات الميتافيرس على المؤسسات الصحفية من وجهة نظر أفراد العينة، حيث اعتبروا أن المؤسسات ستتجه إلى تكوين فرق متخصصة لمتابعة التدريب وتقييمه ووضع الخطط المستقبلية، وجاء عقد مؤتمرات مشتركة مع الاتحادات والهيئات المسؤولة عن التدريب في المرتبة الثانية، في حين

اعتبر البعض أن هذه التقنيات ستزيد من عقد الدورات التدريبية بشكل دوري، فيما رأى آخرون أن الدورات التدريبية ستصبح إجبارية.

- وأوضحت الدراسة أن تطوير قدرة الصحفي على البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات الإحصائية كان الهدف الأكثر تحقيقًا بفضل استخدام تقنيات الميتافيرس، يليه تطوير مهارات الصحفي في تحليل المعلومات والأحداث والوثائق، ثم تنمية مهارات الصحفي في تنظيم المعلومات والتحقق من مصداقيتها. كما ساعدت هذه التقنيات الصحف على زيادة اهتمامها بتوثيق المعلومات ووضع معايير وضوابط يحددها الصحفي بنفسه لاختيار المصادر والمعلومات.
- وأظهرت النتائج أن تقنيات الميتافيرس ساهمت في تطوير أساليب الكتابة وآليات المعالجة وأسلوب تقديم المحتوى الصحفي، حيث جاء ذلك في المرتبة الأولى، تلاه إنتاج قصص صحفية مصحوبة بالصوت والصور والفيديو، وساهمت هذه التقنيات في تطوير المنتج الصحفي بشكل عام.
- كما بينت نتائج الدراسة أن التنوع في أساليب المعالجة الصحفية والتوازن في عرض المحتوى كانا من أبرز آليات استخدام تقنيات الميتافيرس، يليها التنوع في اختيار المصادر، والتعددية في تغطية المجالات المختلفة بشكل كامل، ثم الالتزام بالمعايير الأخلاقية، والدقة في نقل الأخبار والتحقق من صحتها.
- وأوضحت نتائج الدراسة أن عدم اهتمام بعض المؤسسات الصحفية باستخدام تقنيات الميتافيرس يعود إلى نقص الموارد المالية، والتمسك بالهيكل الوظيفي التقليدي، بالإضافة إلى عدم القدرة على توفير دورات تدريبية، وصعوبة إقناع الممارسين باستخدام تلك التقنيات.
- وأشارت النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة يرون أن استخدام تقنيات الميتافيرس يؤثر على التزامات الصحفي المهنية والأخلاقية، حيث جاء هذا الرأي في المرتبة الأولى، بينما جاء في المرتبة الثانية أن البعض يرون أنها لا تؤثر.
- وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام تقنيات الميتافيرس كان له تأثير اقتصادي وإداري على المؤسسات الصحفية، حيث أسهم في ظهور أقسام جديدة، واختفاء بعض الأقسام التقليدية، وتخصيص جزء من ميزانية المؤسسة لتوفير هذه التقنيات، كما زاد من الاهتمام بالدورات التدريبية لتعزيز استخدام هذه التقنيات، وساهم في تطوير مرونة اتخاذ القرار.
- أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث تبين أن سهولة تحرير المادة الصحفية كانت في المرتبة الأولى من حيث المميزات، تلاها سهولة تخزين واسترجاع المعلومات أو البيانات الصحفية، ثم سرعة تحرير المادة الصحفية، وسرعة تخزين واسترجاع المعلومات. جاءت الدقة في تخزين واسترجاع المعلومات في المرتبة الخامسة، بينما جاءت سهولة التواصل مع

المصادر الصحفية المختلفة في المرتبة السادسة. تلتها سرعة استكمال خلفيات المواد الصحفية في المرتبة السابعة، وتسهل التواصل مع الجمهور والتعرف على ردود الفعل تجاه الموضوع الصحفي في المرتبة الثامنة، وسهولة تلقي وإرسال المادة الصحفية من وإلى الموقع الإلكتروني في المرتبة التاسعة. تبين أيضاً توفر المعلومات الصحفية بشكل دقيق في المرتبة العاشرة، بينما جاءت الدقة في تحرير المادة الصحفية في المرتبة الحادية عشرة. وسهولة استكمال خلفيات المواد الصحفية في المرتبة الثانية عشرة، والدقة في تلقي وإرسال المادة الصحفية من وإلى المؤسسة الصحفية في المرتبة الثالثة عشرة. وجاء في المرتبة الرابعة عشرة أن القارئ سيصبح شريكًا أساسيًا في صنع المادة الصحفية، بينما كانت الدقة في استكمال خلفيات المواد الصحفية في المرتبة الخامسة عشرة. وسرعة تلقي وإرسال المادة الصحفية من وإلى المؤسسة الصحفية جاءت في المرتبة السادسة عشرة، وإجراء حوار نقاشي لتبادل الآراء مع القارئ عن طريق هذه التقنيات أو وسائط الاتصال في المرتبة السابعة عشرة. كما أظهرت الدراسة سهولة التحقق من المحتوى الإعلامي مقارنة بغيره من المواقع الإلكترونية في المرتبة الثامنة عشرة، وسهولة الحصول على المادة الصحفية الخاصة بالمواضيع أو القضايا الاستقصائية في المرتبة الأخيرة.

- أوضحت النتائج مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة في بيئة الميتافيرس من وجهة نظر أفراد العينة، حيث أجمع غالبية المبحوثين على أن الذكاء الاصطناعي يؤثر بشكل كبير على مستقبل الصحافة في بيئة الميتافيرس، وجاء ذلك في المرتبة الأولى. تلاه في المرتبة الثانية أن الذكاء الاصطناعي يؤثر بشكل متوسط، وفي المرتبة الثالثة أن الذكاء الاصطناعي يؤثر بشكل محدود، بينما جاء في المرتبة الرابعة أن الذكاء الاصطناعي لا يؤثر على مستقبل الصحافة في بيئة الميتافيرس.
- بينت نتائج الدراسة مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى المقدم من خلال تطبيقات الميتافيرس من وجهة نظر أفراد العينة، حيث أجمع غالبية المبحوثين على أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين جودة المحتوى بشكل كبير، وجاء ذلك في المرتبة الأولى. يليها في المرتبة الثانية أن الذكاء الاصطناعي قد يساهم في تحسين جودة المحتوى، بينما جاء في المرتبة الأخيرة أن الذكاء الاصطناعي لا يساهم في تحسين جودة المحتوى المقدم من خلال تطبيقات الميتافيرس.
- أشارت النتائج إلى مجالات الذكاء الاصطناعي التي تساهم في تطبيقات الميتافيرس الصحفية، حيث جاء في المرتبة الأولى تسهيل عمليات التحرير والإنتاج، تلاه إنشاء محتوى صحفي تلقائي في المرتبة الثانية، ثم تحليل البيانات والأخبار في المرتبة الثالثة. وجاء تحسين تجربة المستخدم في المرتبة الرابعة، بينما جاء التفاعل مع الجمهور في المرتبة الأخيرة.

- أظهرت نتائج الدراسة التحديات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في تطبيقات الميتافيرس الصحفية من وجهة نظر أفراد العينة، حيث جاءت التحديات الأكبر في ارتفاع التكلفة في المرتبة الأولى، تلاه نقص المهارات التقنية في المرتبة الثانية، ثم قضايا الخصوصية في المرتبة الثالثة. وجاءت صعوبة دمج الذكاء الاصطناعي في العمليات الصحفية الحالية في المرتبة الرابعة، بينما كانت قلة ثقة الجمهور في الذكاء الاصطناعي في المرتبة الأخيرة.
- بينت النتائج تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على فرص العمل الصحفي في بيئة الميتافيرس، حيث تبين أن الذكاء الاصطناعي سيغير طبيعة العمل الصحفي في المرتبة الأولى، تلاه أنه لن يؤثر بشكل كبير على فرص العمل في المرتبة الثانية. ثم جاء في المرتبة الثالثة أن الذكاء الاصطناعي سيقلل من فرص العمل، بينما جاء في المرتبة الأخيرة أنه سيوفر فرص عمل جديدة.
- وأوضحت نتائج الدراسة مستقبل الأداء الصحفي في المؤسسات الصحفية في إطار الاعتماد على تقنيات صحافة الميتافيرس من وجهة نظر أفراد العينة، حيث جاء ظهور جيل من الروبوتات الصحفية في المرتبة الأولى، تلاه تطور كبير في الأداء الصحفي خلال السنوات القادمة في المرتبة الثانية، ثم ظهور أنماط جديدة من الفنون الصحفية في المرتبة الثالثة. وجاء توفير البنية اللازمة لاستخدام هذه التقنيات في كافة المؤسسات الصحفية في المرتبة الرابعة، بينما جاءت سرعة التغطيات الصحفية في المرتبة الأخيرة.

ثاني عشر: نتائج فروض الدراسة

- أشارت نتائج الدراسة الميداينة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس في المواقع الصحفية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لهم (النوع - السن - سنوات الخبرة).
- كشفت نتائج الدراسة الميداينة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام المواقع الالكترونية لتطبيقات الميتافيرس وتأثيراتها على صناعة الصحافة.
- أظهرت نتائج الدراسة الميداينة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس واتجاهات القائم بالاتصال نحوها.

ثالث عشر: نتائج دليل المقابلة

- جميع المتحدثين اتفقوا على أن الميتافيرس يوفر فرصًا لتقديم محتوى إخباري أكثر جاذبية وتفاعلية، يمكن للصحافة استخدام هذه التقنية لخلق تجارب غامرة وتجسيد الأحداث بطرق جديدة، مما يساعد على جذب واحتفاظ القراء.
- هناك توافق بين المشاركين على أن التحديات المادية هي أحد أبرز العوائق أمام تبني الميتافيرس في الصحافة، حيث يتطلب استخدام هذه التقنية استثمارات كبيرة في

الأجهزة والتدريب، كما أن هناك تحديات تقنية مثل الحاجة إلى أجهزة متطورة وشبكات إنترنت سريعة.

- تم التطرق إلى المخاوف من أن الميتافيرس يمكن أن يُستخدم لنشر الأخبار الكاذبة والتلاعب بالمعلومات، مما يشكل تهديدًا للمصداقية الصحفية، هناك تحذيرات بشأن كيف يمكن أن يؤدي الاعتماد على التقنية إلى تقليل التحقق من الحقائق والتلاعب بالبيانات.
- هناك دعوات لزيادة الدعم الحكومي لتطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز الاستثمار في تقنيات الميتافيرس، بالإضافة إلى ذلك، يشدد المشاركون على أهمية توفير تدريبات متخصصة في هذا المجال للصحفيين.
- من المتوقع أن يوفر الميتافيرس فرصًا جديدة للإيرادات من خلال الإعلانات والتجارة الإلكترونية، كما يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي على قطاعات أخرى مثل التعليم والسياحة.
- يُبرز الإجماع على ضرورة أن تعترف النقابات المهنية بصحافة الميتافيرس وتدمجها ضمن مناهجها الدراسية، يتطلب ذلك تطوير معايير مهنية جديدة وتدريب متخصص للصحفيين على استخدام هذه التقنية.
- بالرغم من التحديات الحالية، هناك تفاؤل بشأن الإمكانيات المستقبلية للميتافيرس في الصحافة، مع التأكيد على أنه يمثل فرصة كبيرة لتطوير تجربة القراءة والتفاعل مع الأخبار.

رابع عشر: توصيات الدراسة

بناءً على نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت حول اتجاهات القائم بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الميتافيرس فى المواقع الصحفية، توصي الدراسة بالآتي:

1. تشجيع الصحفيين على تبني تقنيات الميتافيرس من خلال توفير ورش عمل تدريبية لتعزيز مهاراتهم في استخدام هذه التقنيات.
2. إنشاء أقسام مخصصة لتطوير محتوى الميتافيرس داخل المؤسسات الصحفية الكبرى لدعم الابتكار والتجديد في الصحافة الرقمية.
3. تطوير استراتيجيات رقمية تتبناها المؤسسات الصحفية لتطبيق تقنيات الميتافيرس بشكل فعال ومستدام.
4. زيادة التعاون بين المؤسسات الصحفية وشركات التقنية لتطوير حلول مبتكرة تناسب احتياجات الإعلام الجديد.
5. تحديث مناهج التعليم الإعلامي لتشمل مواضيع تتعلق بالميتافيرس وأثرها على مستقبل الصحافة والإعلام.

6. تقديم حوافز للصحفيين الذين يظهرون استعدادًا لتعلم واستخدام تطبيقات الميتافيرس في عملهم اليومي.
7. التركيز على الجوانب الأخلاقية في استخدام الميتافيرس، بما في ذلك ضمان حماية حقوق النشر والخصوصية.
8. دعم الصحفيين في مواجهة التحديات التكنولوجية من خلال توفير الدعم الفني المستمر والتدريب على أحدث التقنيات.
9. تشجيع المؤسسات الصحفية على استخدام الميتافيرس في إنشاء قصص إخبارية تفاعلية تجذب جمهورًا أكبر.
10. زيادة الوعي بأهمية الابتكار الرقمي في الصحافة، والاعتراف بأن الميتافيرس يمثل إحدى أهم الفرص المستقبلية.
11. تعزيز التعاون بين الصحفيين العاملين في الميتافيرس والمتخصصين في تطوير البرمجيات لتقديم محتوى صحفي متكامل.
12. تطوير نماذج اقتصادية مستدامة لاستخدام الميتافيرس في الصحافة، بما يضمن تحقيق العائد المالي للمؤسسات الصحفية.
13. دراسة تأثير الميتافيرس على تجربة الجمهور الصحفي وإنتاج محتوى يتناسب مع تطلعات الجمهور الرقمي الجديد.
14. تشجيع الصحفيين على التفكير النقدي تجاه استخدامات الميتافيرس وتحديد المجالات التي يمكن أن تزيد من فعالية عملهم.
15. دعم البحث العلمي المستمر في مجالات الميتافيرس وتأثيرها على الإعلام والصحافة لتحسين الاستخدام الأمثل لهذه التقنيات.
16. تعزيز التعاون بين المؤسسات الصحفية الدولية في استخدام تطبيقات الميتافيرس، لتبادل الخبرات والمعارف.
17. توفير منصات تجريبية للصحفيين يمكن من خلالها تجربة أدوات الميتافيرس وتقييم تأثيرها على إنتاجهم الصحفي.
18. توجيه اهتمام المؤسسات الصحفية نحو تطوير محتوى صحفي يتلاءم مع بيئات الميتافيرس المتغيرة والمتطورة.
19. دعم الاستثمارات في البنية التحتية التقنية للمؤسسات الصحفية لتكون قادرة على الاستفادة الكاملة من إمكانيات الميتافيرس.
20. دراسة تأثير الميتافيرس على العلاقة بين الصحفي والجمهور وكيفية تطوير تواصل أكثر فاعلية بينهما.
21. تبني نماذج تعليمية مستمرة لتعزيز قدرة الصحفيين على مواكبة تطور الميتافيرس في الصحافة.
22. الترويج لتجارب صحفية ناجحة في استخدام الميتافيرس لتشجيع المزيد من المؤسسات على تبني هذه التكنولوجيا.

23. التأكيد على أهمية الدور التفاعلي للصحافة في عصر الميتافيرس ودعم تطوير أدوات تفاعلية جديدة.
24. تعزيز الشراكات بين المؤسسات الأكاديمية والصحفية لتطوير أدوات وأبحاث تدعم استخدام الميتافيرس في الصحافة.
25. دراسة التحديات التقنية والبشرية التي تواجه الصحفيين في استخدام الميتافيرس وتقديم حلول عملية لها.
26. تحسين جودة المحتوى الصحفي في الميتافيرس لضمان تقديم معلومات دقيقة وموثوقة للجمهور.
27. تعزيز الابتكار في طرق السرد القصصي الصحفي باستخدام تقنيات الميتافيرس لتقديم تجارب غامرة.
28. الترويج لاستخدام الميتافيرس في تغطية الأحداث الحية من خلال توفير تجربة واقعية للجمهور في الوقت الحقيقي.
29. دراسة تأثيرات استخدام الميتافيرس على المهنة الصحفية من منظور اجتماعي وأخلاقي.
30. تطوير إرشادات مهنية لاستخدام الميتافيرس في الصحافة لضمان الالتزام بالمعايير المهنية وأخلاقيات العمل الصحفي.

قائمة المصادر والمراجع

(i) أيمن محمد إبراهيم بريك، تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل الصحافة الرقمية - دراسة استشرافيه خلال العقدين القادمين 2022: 2042 ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة كلية الاعلام ، العدد 78 ، 2022 .

(ii) Aleksandar Jovanovi'c & Aleksandar Milosavljevi'c (2022) "VoRtex Metaverse Platform for Gamified Collaborative Learning", Electronics, Vol. 11, No.317, Pp. 1:20.

(iii) سحر عبد المنعم محمود الخولي، معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس ي مواقع الصحف العربية والأجنبية " دراسة تحليلية " ، مجلة البحوث الاعلامية ، جامعة الأزهر ، العدد 62 ، ج1 - يوليو 2022 .

(iv) Isabel Alonso Belmonte ،M. Dolores Porto Multimodal framing devices in European online news ,Language & **Communicatio**n, Volume 71March , 2023 , Pages 55-71.

(v) María Soledad López ،María Florencia Santi ،Gabriela Viviana Müller, Andrea Alejandra Gómez, Luis Aragon's Pomares, Climate change communication by the local digital press in northeastern Argentina: An ethical analysis, **Science of The Total Environment**, Volume 70710 March 2022Article 135737.

(vi) السيد حمد لهمود طاهر، دور الصحافة الإلكترونية الرياضية على اتجاهات الطلبة نحو ممارسة النشاط الرياضي في جامعة سومر،(وازرة التربية، مديرية تربية البصرة، 2021).

[vii] Beamish, J, (2020), Success Factors in Artificial Intelligence (AI) - Focus on Use of AI in Journalism, Unpublished Master's thesis, (UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business Administration (MBA), PP.4-

[viii] Jung, J., Song, H., Kim, Y., I am, H., & Oh, S. (2017). Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalists' perceptions of news written by algorithms and human journalists. Computers in human behavior, 71, 291

[ix] Jose, M, T, (2020), Impact of Artificial Intelligence on Journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile, Communication & Society, Vol. 34, ISSN 0214-0039, E ISSN 2386-7876,

[x] Braghieri, M, (2019). "Long-form journalism and archives in the digital landscape", University of London, King's College (United Kingdom).

[xi] Beamish, J, (2020), Success Factors in Artificial Intelligence (AI) - Focus on Use of AI in Journalism, Unpublished Master's thesis, (UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business Administration (MBA), PP.4-67

[xii] Brigitte, T, (2020), A Hybrid Analysis of the State of Automated Journalism in Canada: Current Impact and Future Implications for Journalists and Newsrooms, Unpublished Master's Thesis, (Montreal, Quebec, Canada, Concordia University, Department of Journalism), PP.1-133

[xiii]- سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط3 القاهرة: عالم الكتب، 2006.

[xiv] - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة : دار عالم الكتب،2000.

[xv] - تيسير أبو عرجة، الاتصال وقضايا المجتمع، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع،2013

[xvi]- السيد احمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه عمان مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع،2008.

[xvii]- شيماء ذو الفقا رغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2009.

([xviii])جودت عزت عطوى، أساليب البحث العلمي، ط1، عمان: دار الثقافة 2009.

(xix) Hui Zhang " all about metaverse, international journal of mass communication Vol 46, issue 2,2021, pp 186-205.

[xx]- قواري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضير- بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،2011.