

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد
في ضوء النموذج الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا: دراسة ميدانية

وليد كمال مصطفى عبداللطيف*

وردة عبدالستار أحمد علي^٥

ملخص البحث

هدفت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد في ضوء النموذج الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا، وقد جاءت الدراسة وصفية مستندة إلى منهج المسح بشقه الميداني لمسح عينة من الشباب الجامعي قوامها (٩٠) مفردة، كما تم الاستناد إلى أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها فيما يخص القبول المبدئي لتوظيف تكنولوجيا الواقع الممتد بالنشرات الإخبارية، وجود مستوى مرتفع من القبول لدى الشباب الجامعي تجاه إدماج هذه التقنيات في المحتوى الإخباري، وقد جاءت العبارة لدي فضول لمعرفة كيف يمكن للتقنيات الحديثة أن تغير شكل النشرات التقليدية والعبارة أعتقد أن التقنيات الحديثة ستجعل متابعة الأخبار أكثر تفاعلية ووضوحاً في المرتبة الأولى، تليها العبارة أشعر أن هذه التقنيات قد تكون وسيلة فعالة لجذب الشباب لمتابعة النشرات الإخبارية، ثم باقي العبارات في مراتب متأخرة، وتشير هذه النتائج إلى وجود استعداد نفسي وذهني لدى الشباب الجامعي لتقبل توظيف الواقع الممتد في النشرات الإخبارية، مدفوعاً بالفضول، والرغبة في التجديد، وتوقعات بتحسين التفاعل والفهم.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات الشباب - قبول التكنولوجيا - الواقع الممتد (XR) - نشرات الأخبار.

(*) وليد كمال مصطفى .. مدرس مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة قنا

(^٥) وردة عبد الستار أحمد .. مدرس مساعد بقسم الصحافة - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة قنا

**University Students' Attitudes Toward Following News Bulletins
Enhanced with Extended Reality (XR) Technologies in Light of
the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology
(UTAUT): A Field Study**

Abstract

The study aimed to explore university students' attitudes toward following news bulletins enhanced with Extended Reality (XR) technologies, in light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). The research adopted a descriptive design based on the survey method in its field dimension, applied to a sample of 90 university students. A structured questionnaire was employed as the primary tool for data collection. The findings revealed several key insights, most notably regarding the initial acceptance of XR technologies in news bulletins. Results indicated a high level of acceptance among university students toward integrating such technologies into news content. The statements "I am curious to see how modern technologies can reshape traditional news bulletins" and "I believe modern technologies will make following the news more interactive and clearer" ranked highest, followed by "I feel that these technologies could be an effective means of attracting youth to watch news bulletins", while other statements came in lower ranks. These findings highlight a psychological and cognitive readiness among university students to embrace XR technologies in news bulletins, driven by curiosity, a desire for innovation, and expectations of improved interactivity and comprehension.

Keywords: Youth attitudes – Technology acceptance – Extended Reality (XR) – News bulletins

مقدمة

يعتبر استغلال المستحدثات التكنولوجية المتقدمة في إنتاج الصور الثابتة والمتحركة داخل الاستوديوهات الافتراضية الرقمية مستقبلاً واعدًا لإنتاج الصور وصناعة المحتوى والبرث التلفزيوني، كونه من المجالات الآخذة في النمو بشكل متسارع، فقد أسهمت تكنولوجيا الإنتاج في تقديم خدمات وحلول مبتكرة لمنتجي المحتوى، سواء الفوتوغرافي أو السينمائي أو التلفزيوني، إضافة إلى شركات الفعاليات والألعاب والمذيعين والمعلنين، بما يساعد على تلبية احتياجات سوق العمل لمختلف مشروعات الإنتاج، ويظهر ذلك في قدرتها على تقليل التكلفة الإنتاجية، وتعزيز المرونة، وتسريع الإنجاز، وتخفيف الجهد المبذول، فضلاً عن إسهامها في دعم الاستدامة البيئية من خلال الحد من الاعتماد على الموارد التقليدية في بيئات التصوير^١.

وقد شهدت السنوات الأخيرة ظهور تقنية الواقع الممتد (Extended Reality – XR) كأحد المستحدثات التكنولوجية، والتي تمثل نقلة نوعية في تصميم وبرث المحتوى الإعلامي، متجاوزة حدود تقنيات الشاشة الخضراء التقليدية، إذ تتيح هذه التقنية دمج الرسومات الرقمية في الوقت الفعلي باستخدام شاشات (LED) ومحركات الرسومات، مما يحول الاستوديوهات الإخبارية والتلفزيونية إلى بيئات افتراضية غامرة تمكن الجمهور من خوض تجربة تفاعلية أكثر واقعية، ويُنظر إلى الواقع الممتد باعتباره أداة قوية للإعلام والتثقيف، حيث يسمح للصحفيين بمرافقة المشاهد داخل القصة الإخبارية وجذب انتباهه من خلال تجارب بصرية تفاعلية، مثل متابعة تغطيات الحروب أو الظواهر المناخية في بيئة محاكاة أقرب ما تكون إلى الواقع^٢.

كما أصبحت النشرات الإخبارية، سواء التلفزيونية أو الرقمية، ميداناً خصباً لتطبيق تقنيات الواقع الممتد، حيث أسهمت هذه الوسائط في إعادة صياغة أسلوب عرض الأخبار وإثراء التجربة البصرية والسمعية للمشاهد، فمن خلال إدماج عناصر ثلاثية الأبعاد، والخرائط التفاعلية، والنماذج الافتراضية للأحداث والمواقع، وبات بإمكان النشرات الإخبارية تقديم المحتوى بوضوح ودقة أكبر، مع تعزيز قدرة الجمهور على فهم القضايا المعقدة عبر محاكاة بيئات الحدث وتمثيل المعلومات بصرياً^٣.

ويشكل الشباب الجامعي إحدى الفئات الأكثر انفتاحاً على التقنيات الإعلامية الحديثة، مدفوعين بخبراتهم المسبقة في التعامل مع البيئات الرقمية والأدوات التفاعلية، ووفقاً لنموذج قبول التكنولوجيا "Technology Acceptance Model (TAM)"، فإن إدراك الفائدة المتحققة من التقنية (Perceived Usefulness) وسهولة استخدامها (Perceived Ease of Use) يعدان من أبرز العوامل المؤثرة في نوايا استخدامها^٤، وقد أظهرت الدراسات الميدانية أن الشباب الجامعي يبدون

مستويات مرتفعة من القبول لاستخدام تقنيات الواقع المعزز فيما يخص سهولة الاستخدام والفائدة المتوقعة^٧.

أولاً: مشكلة الدراسة

شهدت السنوات الأخيرة تطوراً متسارعاً في تقنيات الواقع الممتد (Extended Reality)، التي تشمل الواقع الافتراضي (VR)، والواقع المعزز (AR)، والواقع المختلط (MR)، ما أتاح لوسائل الإعلام فرصاً جديدة لإنتاج نشرات إخبارية تفاعلية أكثر جذباً وتأثيراً، تمكن الجمهور من التفاعل مع المحتوى بصرياً وحسباً على نحو غير مسبوق، وفي ظل هذا التحول، بدأت المؤسسات الإعلامية في توظيف هذه التقنيات لتقديم تجارب إخبارية معززة، تسعى إلى تحسين إدراك الجمهور للمحتوى، وزيادة دافعية المتابعة، وتعزيز الثقة في الوسيط الإعلامي، غير أن استجابة الجمهور، وخاصة فئة الشباب الجامعي، لهذه النشرات الإخبارية المعززة ما زالت غير واضحة؛ إذ تتباين اتجاهاتهم نحو استخدامها تبعاً لعوامل الإدراك، الثقة، السهولة، المنفعة المتصورة، والتأثير الاجتماعي، وهي العوامل التي يفسرها النموذج الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT).

ومن ثم، تتمثل مشكلة الدراسة في تحليل اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد، وتفسيرها في ضوء العوامل المفسرة للسلوك التكنولوجي وفق نموذج UTAUT، للكشف عن المحددات الرئيسة التي تعيق أو تدعم تبني هذا الشكل الإعلامي الحديث، وعليه يمكن بلورة مشكلة الدراسة في تساؤل مفاده: ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد في ضوء النموذج الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا؟

ثانياً: الدراسات السابقة

فيما يخص الدراسات التي تناولت الواقع الممتد وتوظيفه في إنتاج المحتوى الإعلامي فقد هدفت دراسة (عبدالنعم وآخرون ٢٠٢٥) إلى قياس أثر توظيف تقنية الواقع المعزز في النشرات الإخبارية على مستوى تذكر الطلاب الجامعيين للتفاصيل المختلفة مقارنة بالعروض التقليدية، وقد جاءت الدراسة شبه تجريبية، معتمدة على التصميم التجريبي (مجموعة تجريبية وضابطة)، وطُبقت على عينة من طلاب الجامعات بلغ عددهم نحو (١٢٠) طالباً من كليات الإعلام في جامعات حكومية وخاصة، واستخدمت الدراسة اختباراً لقياس التذكر والاسترجاع، إلى جانب استبيان لقياس ثقة المشاركين في المحتوى الإخباري، واستندت جزئياً إلى النموذج الموحد لقبول التكنولوجيا (UTAUT) وبعض نظريات الإدراك الإعلامي، وقد توصلت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح المجموعة التي شاهدت المحتوى عبر الواقع المعزز في تذكر تفاصيل الأماكن

والأشخاص والتسلسل الزمني، كما عززت التقنية ثقة الطلاب في المحتوى مقارنة بالعروض التقليدية، مما يؤكد فاعلية الواقع المعزز في تحسين استيعاب الأخبار وتذكرها لدى الشباب الجامعي^{vi}.

وسعت دراسة (عويس وآخرون، ٢٠٢٤) إلى استكشاف إمكانات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع الممتد (XR) في تطوير تقنيات الإنتاج الافتراضي، مع تحليل التحديات الفنية والأخلاقية والقانونية المصاحبة لها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال رصد الأدبيات والتطبيقات النظرية والتقنية ذات الصلة، دون الاعتماد على عينة ميدانية، كما استخدمت التحليل المفاهيمي لتوضيح آليات التوظيف والتحديات المستقبلية، وقد خلصت النتائج إلى أن الدمج بين الذكاء الاصطناعي وXR يساهم في تعزيز الإبداع وتقديم تجارب إعلامية أكثر واقعية وتفاعلية، لكنه يثير في الوقت نفسه إشكاليات تتعلق بجودة المحاكاة والخصوصية والملكية الفكرية، وهو ما يستدعي وضع أطر تنظيمية وتدريب الكوادر المؤهلة للاستفادة من هذه التقنيات بصورة مستدامة ومسؤولة^{vii}.

واهتمت دراسة (الابراهيم، ٢٠٢٤) بالتحرف على كيفية توظيف تقنية الواقع المعزز (AR) في السرد البصري للمحتوى الإخباري في القنوات الإخبارية العربية، وقد جاءت الدراسة وصفية، مستندة إلى منهجي المسح والمقارن، كما اعتمدت على أداة تحليل المضمون؛ لتحليل مضمون عدد (٦٠) نشرة إخبارية من قناتي العربية وسكاي نيوز عربية، وقد كشفت الدراسة عن تقارب في المدة الزمنية لتوظيف الواقع المعزز في نشرات أخبار القناتين، كما أظهرت النتائج أن نوع الواقع المعزز الأكثر استخداماً في قناتي الدراسة كان النوع المتحرك بنسبة (٦٠,٤%)، ثم النوع الثابت ويليه ما يُسمى بالغامر^{viii}.

بينما جاءت دراسة (نونو، ٢٠٢٤) بهدف الكشف عن دور تقنية الواقع المعزز في زيادة فاعلية النشرات الإخبارية متمثلة في نشرات الأخبار بقناتي العربية والقاهرة الإخبارية، وأجريت الدراسة في الفترة الزمنية من ١ إبريل ٢٠٢٣ وحتى ٣٠ سبتمبر ٢٠٢٣، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية الاستكشافية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، واعتمدت على أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وخلصت أبرز نتائجها إلى: أن المضمون السياسي والعسكري جاء في مقدمة نوعية المضمون الإخباري الذي يستخدم تقنية الواقع المعزز في نشرات العربية بنسب متساوية بلغت ٤٥,٥٩%، بينما جاء المضمون العسكري في المرتبة الأولى في نشرات القاهرة الإخبارية بنسبة ٤٦,٠٣%، كما أكدت على أن النصوص احتلت المرتبة الأولى في نشرات العربية بنسبة ٥٢,٩٤% كأحد أشكال الخدمة الإخبارية المقدمة بواسطة الواقع المعزز، في حين جاءت المؤثرات البصرية في المرتبة الأولى في نشرات القاهرة الإخبارية بنسبة ٥٩,٥٢%^{ix}.

ووسط الغموض حول تأثير الواقع المعزز (AR) على قيم المتعة أو النفعية، جاءت دراسة (Kumar & Et. Al, 2023) بهدف فهم سمات الواقع المعزز التي تخلق قيماً ممتعة ونفعية وكيف

يحدد تفاعلهم النية السلوكية للمستهلكين، وذلك من خلال إجراء تحليل بعدي لمجموعة من الدراسات شبه التجريبية التي تناولت التسويق الواقع المعزز، باستخدام مقياس حجم التأثير، وخلصت الدراسة إلى أن التفاعل والتعزيز من السمات البارزة للواقع المعزز التي تقدم للمستخدمين قيمًا ممتعة وفعالية. فهي مفيدة في تعزيز نية المستخدمين السلوكية. ومع ذلك ، ليس للتفاعل أي تأثير مباشر على النوايا السلوكية^x.

سعت دراسة (Hui & Et. Al, 2023) إلى تحديد ما إذا كان دمج الواقع الافتراضي والمعزز (أي الصحافة الغامرة) والتخطيطات البيئية القائمة على الميتافيرس (metaverse) قد تساهم في تثقيف السياح ويؤدي إلى نية السياحة المتجددة أم لا، وقد تم إجراء الدراسة باستخدام المسح بالعينة عبر الإنترنت، وجمع البيانات من عينة قوامها ٧٧٦ من مستخدمي الوسائط الرقمية بدولة باكستان الذين يخططون لزيارة وجهة سياحية أو فعلوا ذلك سابقًا. وقد خلصت الدراسة إلى أن المحتوى الإعلامي المبتكر القائم على التكنولوجيا يمكن أن يزيد الوعي بأنشطة السياحة المتجددة ويغير نية المسافرين لاعتماد ممارسات تجديدية أثناء زيارات الوجهة، وتقترح الدراسة مبادئ توجيهية استراتيجية للمنظمات والحكومات لتنفيذ أدوات عملية ومبتكرة وتواصلية تدعم تبني الممارسات التجديدية بين المسافرين المحتملين^{xi}.

وهدف دراسة (عبد العزيز وآخرون، ٢٠٢٣) إلى التعرف على استخدام الواقع المختلط في تغطية قضايا تغير المناخ، من خلال إجراء دراسة حالة على قناة الطقس، وقد جاءت الدراسة نوعية، مستندة إلى منهج التحليل الكيفي؛ لتحليل عينة من محتويات قناة الطقس (The Weather Channel) على منصة يوتيوب، خلال الفترة من ٢٠٢٨ إلى ٢٠٢٢، وقد استندت الدراسة إلى نظرية ثراء الوسيلة كإطار نظري، وقد خلصت الدراسة إلى أن الواقع المختلط قد استخدم لإنشاء محاكاة لتأثيرات تغير المناخ، وتقديم معلومات مبسطة بصريًا باستخدام الرسوم البيانية، حيث استخدم لإنشاء محاكاة للكوارث البيئية الطبيعية الناجمة عن تغير المناخ في الغابات^{xii}.

أما دراسة (Hassan& Saleh, 2022) فقد بحثت في كيفية استخدام التكنولوجيا الحديثة لإنشاء نشرات الأخبار، وأنظمة الذكاء الاصطناعي والتأثيرات المرئية في التقارير الإخبارية. من خلال التعرف على أحدث التقنيات المستخدمة في إنشاء الأخبار في غرف الأخبار الذكية، وقد جاءت الدراسة وصفية، معتمدة على نظرية الحتمية التكنولوجية كمرجع نظري، ومنهج المسح، وأداة تحليل المضمون لتحليل عينة من المحتويات بقناة الجزيرة والعربية الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى وجود مجموعة متنوعة من تقنيات العرض الحديثة التي تم تحسينها بواسطة تقنية الرسوم والواقع الافتراضي في عرض الأخبار، أصبح توظيف هذه الجوانب في الأخبار الأمنية والسياسية والاجتماعية أكثر تنوعًا، كما لفتت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قناتي الجزيرة والعربية لكل من الواقع

الافتراضي والهولوجرام في الأخبار السياسية ، حيث كانت قيمة Z المحسوبة لكل منهما أكبر من الجدولية^{xiii}.

وجاءت دراسة (الهويريني، ٢٠٢٢) بهدف استكشاف خصائص وسمات تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز المستخدمة في نشرات الأخبار العربية في ضوء آخر التطورات والمستحدثات التكنولوجية للمزج بين الواقع والخيال أو لاستحضار الخيال إلى الواقع أو الانتقال بينهما، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المحتوى (استمارة التحليل)، وطبقت الدراسة على نشرات الأخبار الرئيسية في ٣ قنوات وهي: (الغد، العربية، سكاي، نيوز). وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: أن تقنية الواقع المعزز أكثر تقنيات الواقع الافتراضي استخداماً في عرض المحتوى الإخباري العربي بنسبة ٩٧،٢%، وجاء الانغماس الكلي للمذيع في البيئة الافتراضية بنسبة ٤٤،٤%، بينما جاء الانغماس الجزئي بنسبة ٥٥،٦%، كما جاءت المدة الزمنية التي استغرقها عرض المحتوى الإخباري بين (١-٤) دقائق بنسبة ٦٦،٧% من مجمل وقت عرض المحتوى الإخباري، ومن النتائج الملفتة أنه لم تظهر أجهزة مساعدة نهائياً للدخول إلى هذه التقنيات في القنوات عينة الدراسة^{xiv}.

أما دراسة (Tejedor, Et. Al, 2020) فقد استهدفت دراسة حالة ١٠ تجارب ناجحة لاستخدام الواقع المعزز في التلفزيون، الصحافة والوسائط الرقمية، وقد جاءت الدراسة استكشافية، وصفية، نوعية وتم سحب العينة بطريقة عمدية من القنوات التلفزيونية، والصحف، والمنصات الرقمية على الإنترنت التي تستخدم تقنيات الواقع المعزز. وقد خلصت الدراسة إلى أن استخدام الواقع المعزز دون غرض إعلامي يمكن أن يضر بوسائل الإعلام، كما أنه على الرغم من التكاليف المرتفعة الفعلية لإنشاء تجارب في الواقع المعزز، لا يرى الخبراء في هذا المجال أن هذه العقبة كبيرة لتطوير هذا النوع من المحتوى. وأثبتت الدراسة أنه لا يوجد طريقة واحدة لتوظيف الموقع المعزز في الإعلام، حيث تظهر العينة تنوع من الفيديو والتصوير إلى الأشكال ثنائية الأبعاد وثلاثية الأبعاد، وإن كان أغلبها يميل إلى توظيف الأشكال ثلاثية الأبعاد^{xv}.

أما الدراسات التي تناولت اتجاهات الشباب نحو النشرات الإخبارية فقد جاءت دراسة (Husnain & Et. Al, 2025) التي أجريت في باكستان بهدف تحليل مستوى ثقة الشباب الجامعي في الأخبار التلفزيونية، ومدى تأثير تلك الأخبار على تصوراتهم وصحتهم النفسية، مع مقارنة الثقة بينها وبين الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي باستخدام أداة الاستبيان؛ لجمع البيانات من عينة قصدية قوامها (١١٦) طالباً من جامعتين خاصتين في مدينة سيالكوت، كما استندت الدراسة إلى نظرية ترتيب الأولويات كإطار نظري مفسر، وقد خلصت الدراسة إلى وجود ثقة متوسطة لدى الشباب في الأخبار التلفزيونية، لكنها مشوبة بالشك نتيجة التحيز

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

السياسي والتهويل الإعلامي، كما أظهرت النتائج أن أكثر من نصف العينة ما زالوا يفضلون التلفزيون كمصدر إخباري على وسائل التواصل الاجتماعي، وأكدت الدراسة أن بناء الثقة يتطلب تحسين التغطية المحايدة والمعتمدة على الحقائق^{xvi}.

وسعت دراسة (Damstra & Et. Al, 2023) إلى استكشاف العلاقة بين تجنب الأخبار وتحقيق المعرفة السياسية، مع التمييز بين المعرفة المتعلقة بالقضايا غير المتنازع عليها والمعرفة المتعلقة بالقضايا التي كانت موضع جدل عام (تغير المناخ، والتلقيح، والكائنات المعدلة وراثياً، والجريمة، والهجرة). بالاعتماد على دراسة استقصائية واسعة النطاق بين المواطنين السويديين أجريت في عام ٢٠٢٠، على عينة قوامها ٢١٦٠ مفردة. خلصت الدراسة إلى أن العلاقة مع أنماط استخدام الأخبار تختلف اختلافاً كبيراً عبر هذه الأنواع من المعتقدات، وأن المعرفة بمجالات القضايا غير المتنازع عليها مرتبطة بشكل إيجابي باستخدام الأخبار، لكن المعرفة بمجالات القضايا المتنازع عليها ليست كذلك. كما خلصت إلى أن تجنب الأخبار المتعمد مرتبط بشكل سلبي فقط بمعرفة القضايا المتنازع عليها^{xvii}.

كما جاءت دراسة (Bernhardt & Et. Al, 2023) بغرض الكشف عن اتجاهات النشرات الإخبارية بالشبكات الأربعة الكبرى في الولايات المتحدة، ABC News، و CBS News، و FOX News و NBC News في التغطية الإخبارية السياسية، وكيفية تغيير مواقفهم عندما تولى الرئيس باراك أوباما المنصب من جورج دبليو بوش، من خلال تحليل تجريبي قائم على نغمة تغطيتهم السياسية باستخدام أكثر من ٨١٥,٠٠٠ عنصر إخباري عن الديمقراطيين والجمهوريين من عام ٢٠٠١م حتى عام ٢٠١٢م. وباستخدام مؤشر التغطية السياسية (PCI)، وقد خلصت الدراسة إلى وجود أدلة على التغطية الإخبارية الحزبية والمتحيزة عبر جميع نشرات الأخبار، حيث جاء اتجاه كل من ABC News و CBS News و NBC News أكثر انتقاداً للجمهوريين، أما شبكة FOX News فكانت أكثر انتقاداً للديمقراطيين، علاوة على ذلك، والأكثر إثارة للاهتمام، أن نشرتي الأخبار - سي بي إس نيوز وإن بي سي نيوز - غيرتا تغطيتهما السياسية بحيث أصبحت أكثر تحفظاً عندما أصبح الديمقراطي باراك أوباما رئيساً، يصبح هذا التأثير أكثر وضوحاً عندما يتم إسقاط الملاحظات من فترات الحملة الانتخابية، وهو ما يتم تفسيره كدليل على تحيز مناهض للحكومة يشبه هيئة الرقابة من جانب نشرات الأخبار المرصودة، في المقابل، استمرت FOX News في انتقاد الديمقراطيين بشكل مستقل عن من هو في المنصب ويمكن اعتبارها حزبية من هذا المنظور^{xviii}.

وجاءت دراسة (هاشم، ٢٠٢٣) بهدف التعرف على كثافة تعرض الشباب الجامعي اليمني للفضائيات الإخبارية العربية، ومعرفة الصورة الذهنية لأطراف الصراع لدى الشباب الجامعي اليمني، ومعرفة مستوى إدراك الشباب الجامعي اليمني لإبعاد واقعية المضمون الذي تعرضه الفضائيات

الإخبارية العربية حول الأحداث في اليمن، وقد استخدمت الدراسة نظرية الغرس الثقافي، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث ممن تتراوح أعمارهم ما بين (١٨ - ٣٥) عاماً، من طلبة الجامعات اليمنية، من المشاهدين للمواد الإخبارية التي تعرض في القنوات الفضائية العربية، منها قناة العربية وقناة سكاي نيوز وقناة الميادين، وقد خلصت الدراسة إلى تصدر "النشرات الإخبارية في العربية" بالمرتبة الأولى، يليها بالمرتبة الثانية "النشرات الإخبارية في سكاي نيوز عربية"، وأخيراً في المرتبة الثالثة "النشرات الإخبارية في الميادين"، وفيما يخص مستوى إدراك المبحوثين لأبعاد واقعية المضمون الذي تعرضه الفضائيات الإخبارية العربية حول الأحداث في اليمن بشكل عام، فقد جاء بعد المنفعة بمتوسط حسابي (٢,١٩) في المرتبة الأولى، تليها في المرتبة الثانية بعد التوحد بمتوسط حسابي (١,٩٦)، ثم بعد النافذة السحرية بمتوسط حسابي (١,٩٢) في المرتبة الثالثة الأخيرة^{xix}.

دراسة (عبدالحليم، ٢٠١٧)^{xx} بهدف التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية، وقد جاءت الدراسة وصفية، مستندة إلى منهج المسح بشقه الميداني، لمسح عينة قوامها (٦٠٠) مفردة، بتطبيق أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد انطلقت الدراسة من فرضيات نظرية إدارة المزاج العام، وتوصلت إلى تفوق القنوات الفضائية الإخبارية على مواقع الصحف الإلكترونية في درجة متابعة الشباب الجامعي -عينة الدراسة- لها بشكل كثيف في تناولها للمشروعات القومية، وكشفت عن ارتفاع معدلات الرضا العام وانخفاض معدلات القلق المستقبلي لدى الشباب الجامعي حيث توقعوا بأن (ستصبح أحوال مصر خلال الخمس سنوات القادمة أفضل مما عليه الآن بكثير) وذلك من خلال متابعتهم للمشروعات القومية بمواقع الصحف الإلكترونية والقنوات الفضائية.

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

- تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تركيزها على تقنيات الواقع الممتد (AR/MR/VR) بوصفها أحد المسارات الحديثة في تطوير المحتوى الإعلامي، سواء على مستوى الشكل أو التأثير على الجمهور، فقد تناولت دراسات مثل (عبدالنعيم، ٢٠٢٥؛ الإبراهيم، ٢٠٢٤؛ نونو، ٢٠٢٤؛ الهويريني، ٢٠٢٢) توظيف هذه التقنيات داخل القنوات الإخبارية والنشرات التلفزيونية، بينما اهتمت أخرى بمدى تقبل الشباب الجامعي لها مثل دراسة (Husnain, 2025)؛ ودراسة (هاشم، ٢٠٢٣) كما يظهر تقاطع بين الدراسة الحالية وعدد من البحوث التي استعانت بأطر نظرية مشابهة مثل النموذج الموحد لقبول التكنولوجيا (UTAUT) ونظرية ثراء الوسيلة (عبدالعزیز، ٢٠٢٣)، وهي أطر تعزز من التفسير العلمي لاستقبال الجمهور لمثل هذه الوسائط.

- تختلف الدراسة الحالية عن سابقتها في عدة نقاط جوهرية؛ فهي تسعى إلى الربط بين استخدام تقنيات الواقع الممتد وبين اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية، في حين أن أغلب الدراسات السابقة ركزت إما على الجانب التقني فقط (عويس، ٢٠٢٤) ودراسة (Tejedor, 2020)، أو على اتجاهات الشباب نحو الأخبار بمعزل عن تقنيات العرض الحديثة مثل دراسة (Husnain, 2025)، ودراسة (هاشم، ٢٠٢٣).
- يتضح من مراجعة الأدبيات أن هناك أوجه قصور يمكن تجاوزها في الدراسة الحالية؛ إذ اتسمت غالبية الدراسات السابقة بتركيز بعضها على أبعاد تقنية بحتة دون الالتفات إلى الجوانب الإدراكية والنفسية للجمهور، كما يُلاحظ غياب الدمج الواضح بين دراسة تقنيات الواقع الممتد واتجاهات الشباب نحو النشرات الإخبارية، وهو ما يمثل الفجوة البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى سدها.
- أسهم الاطلاع على الدراسات السابقة في إثراء الدراسة الحالية على عدة مستويات، فمن الناحية المنهجية، وفرت الدراسات السابقة نماذج يمكن الاسترشاد بها في تصميم أدوات القياس، مثل الاستبيانات والاختبارات، وتحديد المنهج المناسب، أما على المستوى المعرفي، فقد قدمت هذه الدراسات نتائج مهمة حول قدرة تقنيات الواقع الممتد على تعزيز التفاعل والثقة والإقناع، وهو ما يمنح الدراسة الحالية أساساً معرفياً متيناً لتفسير النتائج، وعلى الصعيد النظري، فقد أظهرت الأدبيات أهمية الأطر مثل النموذج الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) الذي يمكن توظيفه في الدراسة الحالية لفهم اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بالواقع الممتد.

رابعاً: الإطار النظري للدراسة

١. النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology "UTAUT"

تقوم هذه النظرية بالأساس على نموذج قبول التكنولوجيا "Technology Acceptance Model" (TAM) الذي يُعد نموذجاً سلوكياً طوره دافيس Davis عام ١٩٨٩م، وهو نموذج مستمد من مجموعة من النظريات السلوكية في مقدمتها نظرية التصرفات المسببة (TRA) "Theory of Reasoned Action"، ونظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior" (TPB)، وقد تم تطوير هذا النموذج لاختبار سلوك المستخدم في تنبيهه لنظم المعلومات^{xxi}.

فقد وضع كل من مارتن فشبائين وآيسك آجيزن Ajzen & Fishbein نظرية التصرفات المسببة (TRA) والتي تعرف أيضاً بنظرية "الفعل العقلاني المسبب" عام ١٩٦٧م، لتكون إطاراً تفسيرياً لفهم العلاقة بين نوايا الأفراد وسلوكهم الفعلي، وتهدف هذه النظرية إلى التنبؤ بالسلوك

الإنساني من خلال تحليل المعتقدات والاتجاهات والدوافع المؤثرة عليه، وتتطلب النظرية من فرضية أن الفرد يتصرف بناءً على تفكير منطقي سابق، أي أن نية الفرد تجاه سلوك معين تعد المحدد الرئيس لذلك السلوك، وكلما كانت هذه النية أقوى، زادت احتمالية حدوث السلوك الفعلي^{xxii}.

والنية السلوكية هي نتاج توقع الفرد لنتائج سلوكه وموقفه منها، فضلاً عن مدى استعداد له بذل الجهد لتنفيذه، ويؤكد فشبائين وأجيزن أن مقصد السلوك يتحدد عبر عاملين أساسيين: أولهما الاتجاه نحو السلوك، والذي يعكس المشاعر الإيجابية أو السلبية تجاه الفعل أو الموضوع محل السلوك، وثانيهما المعايير الذاتية، التي تمثل إدراك الفرد للضغوط الاجتماعية أو توقعات الآخرين حيال تبني هذا السلوك، بما يعكس درجة انساق نواياه مع السياق الاجتماعي المحيط به^{xxiii}.

ثم جاءت نظرية السلوك المخطط **"Theory of Planned Behavior" (TPB)** التي تعد امتداداً مباشراً وتطويراً لنظرية الفعل العقلاني، وقد قام آيسك وأجيزن بتقديمها عام ١٩٨٥م لتجاوز بعض أوجه القصور في النموذج الأصلي، حيث لاحظ أجيزن أن نية الفرد وحدها قد لا تكفي للتنبؤ بالسلوك الفعلي، وذلك نظراً لاحتمالية تدخل القيود الشخصية أو العقبات البيئية التي قد تمنع الفرد من تنفيذ سلوك ينوي القيام به، مهما بلغت قوة تلك النية^{xxiv}.

وبناءً عليه، أضافت نظرية السلوك المخطط بُعداً جديداً يتمثل في السيطرة السلوكية المدركة **"(PBC) Perceived Behavioral Control"** التي تشير إلى مدى إدراك الفرد لقدرته على أداء السلوك في ظل المعطيات والموارد المتاحة، وتؤكد النظرية أن نية السلوك تتحدد من خلال ثلاثة محددات رئيسية^{xxv}:

- الاتجاه نحو السلوك **(Attitude toward Behavior)**: أي تقييم الفرد الشخصي الإيجابي أو السلبي للسلوك المعني.
 - المعيار الذاتي **(Subjective Norm)**: إدراك الفرد للضغوط الاجتماعية ومدى رضا المحيطين عنه إذا قام بالسلوك.
 - السيطرة السلوكية المدركة **(PBC)**: قناعة الفرد بقدرته على التحكم في تنفيذ السلوك.
- وتشير النظرية إلى أن كلما كانت هذه العوامل الثلاثة إيجابية ومتوافقة، زادت قوة النية السلوكية، وبالتالي ارتفعت احتمالية حدوث السلوك فعلياً. لذا، يُعد TPB من النماذج الأكثر شمولاً في تفسير السلوك الإنساني، خاصة في المجالات المرتبطة بالقرار الفردي والسلوك الطوعي.
- وقد مثلت الإسهامات النظرية لكل من "نظرية الفعل العقلاني المسبب" (TRA) و"نظرية السلوك المخطط" (TPB) الأساس النظري الذي انبثق عنه "نموذج قبول التكنولوجيا" (TAM)، إذ اعتمد هذا النموذج على المفهوم الجوهرى المشترك في النظريتين السابقتين، وهو أن "نية السلوك" تمثل المحدد الأهم لاعتماد أو رفض التكنولوجيا، وقد قام فريد ديفيس بتطوير نموذج (TAM) بهدف

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

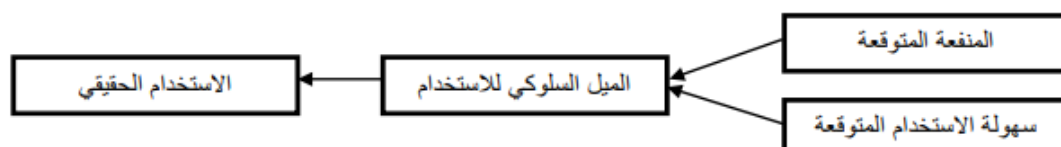
تفسير سلوك الأفراد في تبني واستخدام تقنيات المعلومات من خلال متغيرات مركزية مثل "المنفعة المتصورة" و"سهولة الاستخدام المتصورة"، مستنداً في ذلك إلى الفرضيات السلوكية التي صاغها آيسك وأجيزن في إطار نظرية (TRA)، ونظرية (TPB)^{xxvi}.

ويُعد نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) من أبرز الأطر النظرية التي تم تطويرها لتفسير وتوقع سلوك الأفراد تجاه تبني واستخدام نظم المعلومات، وقد تم تطبيقه بشكل موسع في العديد من البحوث التي تضمنت عينات متنوعة من حيث الحجم والخصائص، بهدف فهم دوافع المستخدمين نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وقد طور فريد ديفيس هذا النموذج في عام ١٩٨٩م، حيث افترض أن تقبل الأفراد للتكنولوجيا يتأثر بمتغيرين رئيسيين هما: المنفعة المدركة (Perceived Usefulness)، والتي تُشير إلى درجة اعتقاد الفرد بأن استخدام تقنية ما سيُحسن من أدائه الوظيفي، وسهولة الاستخدام المدركة (Perceived Ease of Use)، والتي تُعبر عن درجة شعور المستخدم بأن التعامل مع التقنية لا يتطلب جهداً كبيراً^{xxvii}.

وقد أشار ديفيس في تطويره اللاحق للنموذج إلى أن المنفعة المدركة تعد عاملاً مؤثراً مباشراً في الاستخدام الفعلي للنظام، كما افترض وجود تأثير مباشر لخصائص التقنية على مواقف المستخدمين، حتى دون تجربة فعلية لاستخدامها، ومن ثم، أعيد صياغة النموذج ليتضمن النية السلوكية للاستخدام، بوصفها متغيراً وسيطاً بين إدراك المنفعة والموقف من الاستخدام، وبين الاستخدام الفعلي للنظام^{xxviii}.

ويشير نموذج قبول التكنولوجيا أيضاً إلى أن اعتقاد المستخدم نحو سهولة الاستخدام يكون له تأثيره في المنافع المتوقعة لأنه كلما كانت التكنولوجيا سهلة الاستخدام كلما كانت المنافع المتوقعة أكثر^{xxix}، ويوضح الشكل التالي فكرة نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) بشكل مبسط:

شكل (١) يوضح نموذج قبول التكنولوجيا TAM^{xxx}

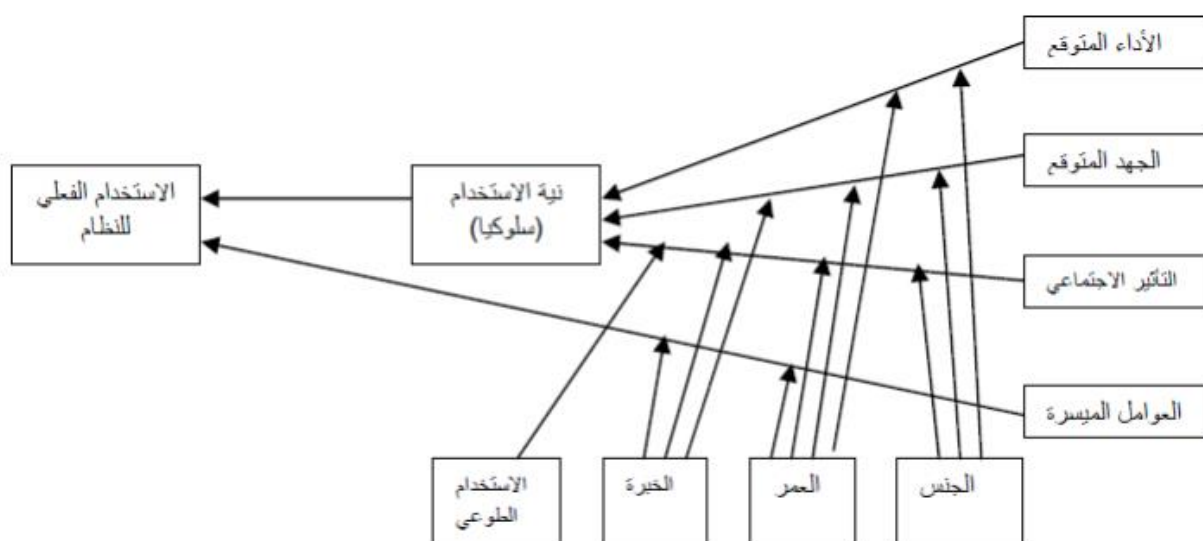


وقد أسهم نموذج قبول التكنولوجيا TAM بقوة في فهم العوامل المؤثرة على تبني التكنولوجيا في النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT، إذ يعد متغير الأداء المتوقع من النظرية الموحدة UTAUT هو نفسه متغير الفائدة المدركة في نموذج TAM، والجهد المتوقع بالنظرية الموحدة UTAUT هو عبارة عن سهولة الاستخدام في نموذج TAM، كما يرى موريس وآخرون Morris & Others بأن أهمية استخدام

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

التكنولوجيا بالنسبة للآخرين في المجتمع كالرؤساء والزملاء والجمهور من أهم العوامل المؤثرة على تبني هذه التكنولوجيا، كذلك فإن عوامل أخرى مثل البنية التحتية والتقنية من حواسيب وشبكات وأجهزة هواتف وانترنت تعد أيضاً من العوامل المؤثرة على تبني التكنولوجيا، كما أن تأثير هذه العوامل أيضاً على نية القائم بالاتصال استخدام التكنولوجيا يختلف باختلاف عوامل أخرى مثل النوع، السن، مستوى الخبرة، الاستخدام الطوعي^{xxxi}، ويوضح الشكل التالي فكرة النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا:

شكل (٢) النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT^{xxxiii}



توظيف النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا في الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على النموذج الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) بوصفه الإطار النظري الرئيس لفهم اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد. ويساعد هذا النموذج على تفسير السلوك التكنولوجي للجمهور من خلال أربعة محددات أساسية: (توقع الأداء، توقع الجهد، التأثير الاجتماعي، والظروف الميسرة لاستهلاك التكنولوجيا).

ومن خلال تطبيق هذه الأبعاد على العينة الميدانية من الشباب الجامعي، يمكن للدراسة أن تفسر ليس فقط درجة قبول تقنيات الواقع الممتد في مجال الأخبار، وإنما أيضاً العوامل المؤثرة في تبنيها أو الإحجام عنها، بما يساهم في بناء تصور علمي متكامل يساعد المؤسسات الإعلامية على تطوير استراتيجياتها في إنتاج النشرات الإخبارية التفاعلية.

خامساً: أهمية الدراسة

تستقي الدراسة أهميتها من عدة زوايا: أهميتها بالنسبة للبحث العلمي وهو ما يمثل الأهمية النظرية، وأهميتها بالنسبة لسوق العمل وهو ما يمثل الأهمية التطبيقية، وأهميتها بالنسبة للمجتمع، وهو ما يمثل الأهمية المجتمعية:

١. الأهمية العلمية:

- تستقي الدراسة أهميتها من أهمية المحاور التي تركز عليها، منها التقنيات الحديثة المستخدمة في نشرات الأخبار المتمثلة في تقنيات الواقع الممتد باعتبارها وسائل حديثة تركز على جذب المزيد من المشاهدين وإضافة بُعد تفاعلي يسمح بتجسيد وتوضيح المحتوى، واتجاهات الشباب نحو محتوى النشرات الإخبارية في ظل البيئة الإعلامية المتسجدة.
- تضيف بعداً معرفياً جديداً من خلال توظيف النموذج الموحد لقبول التكنولوجيا (UTAUT) لفهم آليات تبني الجمهور الجامعي للتقنيات الإعلامية المستحدثة.

٢. الأهمية التطبيقية:

- يمكن أن تساعد الدراسة الحالية المؤسسات الإعلامية على فهم اتجاهات الشباب الجامعي، بوصفهم شريحة رئيسية من الجمهور الرقمي، تجاه النشرات الإخبارية المدعمة بالواقع الممتد.
- تقدم الدراسة مؤشرات عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير أساليب الإخراج والإنتاج الإخباري بما يتماشى مع تفضيلات الجيل الجديد.
- تعزز قدرة صناع القرار والإعلاميين على توظيف تقنيات الواقع الممتد بصورة أكثر فعالية لزيادة نسب المتابعة والتفاعل والثقة بالمحتوى الإخباري.

٣. الأهمية المجتمعية:

- تسهم الدراسة في تنمية وعي الشباب الجامعي بطرق جديدة لاستهلاك الأخبار من خلال بيئة إعلامية تفاعلية.
- تدعم توجهات التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية المصرية والعربية بما يعزز مكانتها في المشهد الإعلامي العالمي.

سادساً: أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة الحالية في التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المدعومة بتقنيات الواقع الممتد، ودرجة قبولهم لهذه التقنيات، ويتفرع منه مجموعة من الأهداف:

١. التعرف على درجة متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية المعززة.
٢. تحديد الوسائل الإعلامية التي يفضل الشباب الجامعي متابعة النشرات الإخبارية المعززة من خلالها.
٣. الوقوف على نوعية النشرات الإخبارية المعززة التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها.
٤. تحديد المدة الزمنية التي يخصصها الشباب الجامعي لمتابعة النشرات الإخبارية المعززة.
٥. تحديد درجة ثقة الشباب الجامعي في المعلومات التي تقدمها النشرات الإخبارية المعززة.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

٦. التعرف على التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية المعززة.
٧. تحديد درجة قبول الشباب الجامعي لتوظيف تكنولوجيا الواقع الممتد بالنشرات لإخبارية.
٨. التعرف على الأسباب المتوقعة لعزوف الشباب عن متابعة النشرات الإخبارية.
٩. اقتراح أساليب لتطوير النشرات الإخبارية بما يزيد من فاعليتها.

سابعاً: تساؤلات الدراسة

يتمثل التساؤل الرئيس للدراسة الحالية في: ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المدعومة بتقنيات الواقع الممتد، وما درجة قبولهم لهذه التقنيات، ويتفرع منه مجموعة من التساؤلات:

١. ما درجة متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية المعززة؟
٢. عبر أي وسيلة إعلامية يفضل الشباب الجامعي متابعة النشرات الإخبارية المعززة؟
٣. ما نوعية النشرات الإخبارية المعززة التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها؟
٤. كم الوقت الذي يخصصه الشباب الجامعي ي متابعة النشرات الإخبارية المعززة؟
٥. ما درجة ثقة الشباب الجامعي في المعلومات التي تقدمها النشرات الإخبارية المعززة؟
٦. كيف تؤثر متابعة النشرات الإخبارية المعززة على الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى الشباب الجامعي.
٧. ما درجة القبول المبدئي لتوظيف تكنولوجيا الواقع الممتد بالنشرات الإخبارية لدى الشباب الجامعي؟
٨. لماذا يعزف الشباب الجامعي عن متابعة النشرات الإخبارية من وجهة نظرهم؟
٩. كيف يمكن تطوير النشرات الإخبارية بما يزيد من فاعليتها؟

تاسعاً: منهجية الدراسة

١. نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى رصد وتحليل اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد، ولتحقيق ذلك، اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقه الميداني، حيث يُعد هذا المنهج الأنسب للكشف عن أنماط المتابعة وقياس درجة القبول والتوجهات المختلفة لدى الشباب الجامعي تجاه هذه النشرات، من خلال جمع بيانات كمية مباشرة من أفراد العينة المدروسة باستخدام أداة الاستبيان.

٢. مجتمع وعينة الدراسة

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي من طلاب الجامعات المصرية، باعتبارهم من أكثر الفئات العمرية تفاعلاً مع التقنيات الإعلامية الحديثة، وأكثرها تعرضاً للنشرات الإخبارية الرقمية. وقد تكونت عينة الدراسة من (90 = n) طالباً/طالبة من منتسبي الجامعات المصرية، وتم اختيارهم ليشكلوا عينة قصدية موجهة تمثل فئة الشباب الجامعي باعتبارها فئة الدراسة الرئيسة، ود تم اختيار العينة وفق آلية طبقية-قصديّة بحيث تراعي التمثيل النسبي لعناصر مهمة في ظاهرة البحث، ومنها: الجنس (ذكور/إناث)، والفرقة، بما يضمن تمثيل المجتمع الأصلي.

مبررات اختيار العينة

- يتوافق حجم العينة مع القواعد الإرشادية المتبعة في البحوث الكمية الميدانية ذات الطابع الاستكشافي والتحليلي؛ فهو يكبر عن الحد الأدنى الذي توصي به قاعدة قاعدة تاباشنك وفيدل (Tabachnick & Fidell's rule)، للانحدار المتعدد ($N \geq 50 + 8m$)، حيث يمثل (N) حجم العينة و (M) عدد المتغيرات المستقلة في نموذج الانحدار، ما يجعل العينة كافية لتحليل العلاقات المترابطة أو لاختبارات انحدار بسيطة عند وجود عدد محدود من المتغيرات التفسيرية.
- نظراً لأن الدراسة تعتمد نموذجاً تفسيرياً (UTAUT) يتطلب فحص أثر عدد محدود من العوامل (مثل: المنفعة المتوقعة، سهولة الاستخدام المتصورة، التأثير الاجتماعي، والظروف الميسرة)، فإن حجم العينة يكفي لاختبارات الارتباط والانحدار البسيطة لاختبار الفروض المبدئية أو دراسة النمط العام لاتجاهات القبول.
- تناسب هذه العينة الدراسة الميدانية كدراسة استكشافية/تطبيقية تهدف إلى تقييم الاتجاهات الأولية لدى الشباب الجامعي، وقد تُستخدم نتائجها لاحقاً لحساب حجم عينات أكبر لدراسات متابعة أو مسوح تمثيلية أوسع.

ويوضح الجدول الآتي التوزيع الديموغرافي للعينة حسب الجنس والعمر:

جدول رقم (١) يوضح توزيع العينة الكلية للدراسة وفق متغير الجنس والفئة العمرية

العمر/الجنس		ذكور	إناث	الإجمالي	
ك	%			ك	%
أقل من ٢٠ عام		٢٠	١٩	٣٩	٤٣,٣%
من ٢٠ – ٢٢ عام		١٥	١٧	٣٢	٣٥,٦%
من ٢٣-٢٥ عام		١٠	٩	١٩	٢١,١%
الإجمالي	ك	٤٥	٤٥	٩٠	١٠٠%
	%	٥٠%	٥٠%		

يوضح الجدول السابق التوزيع العمري والنوعي لعينة الدراسة البالغ قوامها (٩٠) مبحوثاً، وقد تم ضبط هذا التوزيع بما يضمن التمثيل المتوازن بين أفراد العينة، حيث تساوت نسبة الذكور والإناث بواقع (٤٥) لكل منهما، وهو ما يتسق مع توصيات الدراسات المنهجية التي تؤكد أهمية التوازن بين الجنسين لضمان حيادية النتائج وتقليل احتمالية تحيزها^{xxxiii}، أما من حيث الفئات العمرية، فقد جاءت الفئة العمرية (أقل من ٢٠ عاماً)، في المرتبة الأولى بنسبة (٤٣,٣%) بواقع (٣٩) مبحوثاً من إجمالي العينة، تلتها الفئة العمرية من (٢٠ إلى ٢٢ عاماً) بعدد (٢٧) مبحوثاً بنسبة (٣٥,٦%)، في حين جاءت الفئة العمرية من (٢٣ إلى ٢٥ عاماً) الأقل تمثيلاً بعدد (١٩) مبحوثاً بنسبة (٢١,١%)، وهي الفئة التي تعكس المرحلة المتقدمة دراسياً، أي طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة، الذين يتوقع ارتفاع متوسط أعمارهم مقارنة بزملائهم في السنوات الأولى، وقد حرص الباحث على أن يتسم التوزيع النوعي داخل كل فئة عمرية بدرجة عالية من التوازن، حيث بلغت نسبة الذكور في الفئة العمرية (الأقل من ٢٠ عاماً) بنسبة (٥١,٣%) مقابل نسبة (٤٨,٧%) للإناث، أما الفئة العمرية (٢٠-٢٢ عاماً) فقد مالت قليلاً لصالح الإناث بلغت نسبة الإناث (٥٣,١%) مقابل (٤٦,٩%) للذكور، بالنسبة للفئة العمرية (٢٣-٢٥ عاماً) فقد بلغت نسبة الذكور (٥٢,٦%) مقابل (٤٧,٤%) للإناث، ويتفق هذا النمط مع ما أشار إليه **كريس ويل Creswell** حول أهمية ضمان توازن المتغيرات الديمغرافية الأساسية داخل العينة لزيادة موثوقية النتائج وإمكانية تعميمها^{xxxiv}.

٣. أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان باعتبارها الأداة الأنسب لقياس اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد في ضوء النموذج الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) وقد تضمن الاستبيان (٥) محاور تغطي أبعاد النموذج، تناول المحور الأول متابعة نشرات الأخبار المعززة وفيه (٥) عبارات، وتناول المحور الثاني التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية المعززة وشمل (١٥) عبارة، وتناول المحور الثالث قبول توظيف تكنولوجيا الواقع الممتد في نشرات الأخبار وشمل (٨) عبارات، وتناول المحور الرابع الأسباب المتوقعة لعزوف الشباب عن متابعة النشرات الإخبارية وفيه (٨) عبارات، بينما تناول المحور الخامس العوامل التي يمكن أن تزيد فاعلية النشرات الإخبارية وفيه (٨) عبارات، وقد جاءت أسئلة الاستبيان مغلقة وفق مقياس "ليكرت الخماسي".

٤. الصدق والثبات

يقصد بقياس صدق الأداة: التأكد من أن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه، وبالتالي ارتفاع مستوي الثقة بالنتائج وإمكانية تعميمها^{xxxv}، وقد تم التأكد من صدق الاستمارة من خلال عرضها

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

على مجموعة من المحكمين*، وذلك للتحقق من ملائمته لأغراض الدراسة، ومدى مناسبة المفردات للعينه، وقد طُلب من المحكمين إبداء آرائهم حول وضوح الصياغة ودقتها وسلامتها اللغوية، ومدى ملائمتها لأهداف الدراسة والمتغيرات المراد قياسها، وشموليتها للأبعاد المناسبة وارتباطها بموضوع البحث، وقد تم التعديل على الاستمارة بالحذف والإضافة والتعديل بناء على ملاحظات المحكمين.

كما تم التحقق من ثبات الاستمارة باستخدام نوعين من طرق الثبات: الطريقة الأولى بالحصول على قيمة معامل ألفا كرون باخ (Alpha Cronbach) الذي يقيس درجة الاتساق الداخلي لل فقرات وترابطا مع بعضها البعض، وتتراوح قيمة المعامل بين (٠-١) فإذا اقتربت القيمة من الواحد كلما زاد الاتساق الداخلي ومن ثم ثبات الأداة ويتم قبول الثبات إذا تجاوزت (٨٠%) أي (٠,٨)، أما الطريقة الثانية فقد تم التأكد من ثبات الاستمارة عن طريق التجزئة النصفية (Split-half Method)، وقد قام الباحث وفق هذه الطريقة بتقسيم الاستمارة إلى قسمين، تكون القسم الأول من المفردات الفردية (١,٣,٥، إلخ)، والقسم الثاني من المفردات الزوجية (٢,٤,٦، ... إلخ)، ثم تم حساب معامل الارتباط على نصفي الاختبار (معامل التجزئة النصفية)، باستخدام معادلات تصحيح الطول على أثر التجزئة النصفية، ومعادلة سبيرمان- براون، ومعادلة جوتمان، ويوضح الجدول التالي، قيمة الثبات:

جدول رقم (٢) يوضح معاملات ثبات الاستمارة القبليّة

البعد	عدد المفردات	Cronbach Alpha	Pearson Split-Half	Spearman-Brown	Guttman Split-Half
متابعة النشرات الإخبارية	٥	٠,٨٢	٠,٧٦	٠,٨٦	٠,٨٥
التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية	١٥	٠,٨٨	٠,٨١	٠,٩٠	٠,٨٩
القبول المبدئي للتكنولوجيا	٨	٠,٩١	٠,٨٤	٠,٩٢	٠,٩١
أسباب العزوف	٨	٠,٨٧	٠,٧٩	٠,٨٨	٠,٨٧
المقترحات لزيادة الفاعلية	٨	٠,٨٩	٠,٨٠	٠,٨٩	٠,٨٨
الاستبانة ككل	٤٤	٠,٩٣	٠,٨٥	٠,٩٣	٠,٩٢

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن جميع أبعاد الاستمارة القبليّة بمفرداتها الـ (٤٤) حققت قيمًا مرتفعة لمعامل ألفا كرونباخ تجاوزت (٨٠%)، مما يدل على وجود اتساق داخلي مرتفع لل فقرات، كما أظهرت طريقة التجزئة النصفية وجود توافق قوي بين نصفي المقياس، حيث تراوحت معاملات بيرسون بين (٠,٧٦-٠,٨٥)، وارتفعت القيم المصححة باستخدام معادلة سبيرمان- براون لتتراوح بين (٠,٨٦-٠,٩٣)، وتراوحت قيمة معامل ثبات التجزئة النصفية بطريقة جوتمان بين (٠,٨٥ - ٠,٩١) وهو ما يؤكد ثبات الاستبانة واستقرار قياسها.

عاشراً: المفاهيم الإجرائية للدراسة

الواقع الممتد (XR) هو تقنية مبتكرة ومتقدمة توفر للمستخدمين تجربة غامرة وجذابة، وتحيطهم بعالم واقعي، ويعد مصطلح الواقع الممتد مصطلح واسع يشمل العديد من التقنيات المتطورة التي تمزج بين الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR)، والواقع المختلط^{xxxvi}، ويعرف إجرائيًا بأنه: مجموعة التقنيات الرقمية التفاعلية التي تشمل الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) والواقع المختلط ((MR)، والتي يتم توظيفها داخل النشرات الإخبارية لعرض المحتوى بطرق بصرية غامرة وتفاعلية،

النشرات الإخبارية: هي شكل من أشكال تقديم المواد الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون خلال زمن محدد، والتي تتضمن القصص الإخبارية وتقارير المراسلين وبعض الأخبار القصيرة والتي تهدف إلى تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المستمع والمشاهد وربطه بكل ما يدور^{xxxvii}، وتعرف النشرات الإخبارية إجرائيًا بأنها: البرامج الإخبارية التلفزيونية أو الرقمية التي تعرض في قالب زمني محدد، وتقدم محتوى خبري يتضمن أحداث وتقارير ومعلومات آنية، يتم إنتاجها خصيصًا باستخدام تقنيات الواقع الممتد لزيادة التفاعل البصري والإدراكي لدى المتلقي.

حادي عشر: نتائج الدراسة

نتائج المحور الأول: متابعة النشرات الإخبارية

١. درجة متابعة الأفراد عينة الدراسة للنشرات الإخبارية المعززة بالواقع الممتد

جدول رقم (٣) يوضح متابعة الأفراد عينة الدراسة للنشرات الإخبارية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الإجمالي		المتابعة
		%	ك	
٠,٦٨	٢,٩٣	٢٢,٢%	٢٠	اتابعها دائماً
		٥٣,٣%	٤٨	اتابعها أحياناً
		٢٠%	١٨	اتابعها نادراً
		٤,٤%	٤	لا أتابعها على الإطلاق
		١٠٠%	٩٠	الإجمالي

تشير النتائج إلى أن أغلب المشاركين أشاروا إلى أنهم يتابعون النشرات الإخبارية المعززة "أحياناً" بنسبة (٥٣,٣%)، تلتها فئة "دائماً" بنسبة (٢٢,٢%)، ثم "نادراً" بنسبة (٢٠%)، في حين لم تتجاوز نسبة من لا يتابعونها على الإطلاق (٤,٤%) من إجمالي العينة، وقد بلغ المتوسط الحسابي

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

العام للاستجابات (٢,٩٣) بانحراف معياري (٠,٦٨)، بما يعكس ميل العينة نحو المستوى المتوسط في المتابعة، وتشير هذه النتائج إلى وجود نمط من المتابعة المتقطعة أو الظرفية للنشرات الإخبارية بين أفراد العينة، حيث إن النسبة الأكبر من المبحوثين لا يبدون ارتباطاً دائماً أو منتظماً بهذه النشرات، وهو ما يشير إلى وجود تحولات في سلوك الجمهور نحو استهلاك الأخبار من مصادر متنوعة وأكثر تفاعلية مثل وسائل التواصل الاجتماعي.

ويستنتج الباحث أنه على الرغم من التراجع النسبي في المتابعة الدائمة، فإن انخفاض نسبة الممتنعين تماماً عن المتابعة (٤,٤%) تشير إلى استمرار وجود حد أدنى من العلاقة بين الشباب الجامعي والنشرات الإخبارية، ما قد يفتح المجال أمام تجديد أساليب تقديم المحتوى، مثل توظيف تقنيات الواقع المعزز والمختلط، لتحفيز معدلات المتابعة وتعزيز فاعلية التلقي، وتتفق نتائج الجدول مع نتائج دراسة (Husnain & Et al, 2025) التي توصلت إلى أن نحو (٥٠,٩%) من الشباب عينة الدراسة يفضلون الأخبار التلفزيونية على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى وجود أساس لإعادة بناء الثقة من خلال تقديم الأخبار بشكل أفضل^{xxxviii}، كما تتفق مع نتائج دراسة (طاهات وآخرون، ٢٠٢١) التي خلصت إلى أن جميع أفراد العينة يتابعون النشرات الإخبارية في قناة رؤيا وبنسبة (١٠٠%)، لكن بدرجات متفاوتة، حيث تبين أن نسبة (٢٢%) يتابعون النشرات الإخبارية دائماً، وأن (٢٦%) يتابعونها غالباً، و(٥٢%) يتابعونها أحياناً^{xxxix}.

٢. الوسيلة التي يفضل الأفراد عينة الدراسة متابعة النشرات الإخبارية المعززة من خلالها.

جدول رقم (٤) يوضح الوسيلة التي يفضل الأفراد عينة الدراسة متابعة النشرات الإخبارية المعززة من خلالها

الوسيلة		الإجمالي
	ك	%
القنوات التلفزيونية	٢٣	٢٥,٥%
الصحف الإلكترونية	١٨	٢٠%
منصات التواصل الاجتماعي	٤٦	٥١,١%
أخرى	٣	٣,٣%
الإجمالي	٩٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يفضلون متابعة النشرات الإخبارية من خلال منصات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبتهم (٥١,١%)، تلتها فئة من يفضلون متابعة

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

الأخبار عبر التلفزيون بنسبة (٢٥,٥%)، ثم من يفضلون الصحف الإلكترونية بنسبة (٢٠%)، في حين لم تتجاوز نسبة من يعتمدون على وسائل أخرى (٣,٣%) من إجمالي أفراد العينة، وتدلل هذه النتائج على وجود تحول واضح في أنماط استهلاك الأخبار نحو الوسائط الرقمية التفاعلية، إذ أن أكثر من نصف العينة يميلون إلى المنصات الاجتماعية بوصفها مصدرهم الأول للمحتوى الإخباري، بما يشير إلى تراجع النماذج التقليدية في التلقي، مثل التلفزيون والصحف الإلكترونية، لا سيما لدى الجيل الشاب.

وينسجم هذا التوجه مع ما أشار إليه ماكويل McQuail، بأن المتلقي أصبح أكثر انتقائية، يتوجه للمحتوى الإعلامي بحسب الحاجة والإشباع المرجو منه، لا كعادة مستمرة، حيث يرى أن التحولات في أنماط استخدام الجمهور لوسائل الإعلام تعكس الانتقال من الاستخدام الطقوسي (Ritualized Use)، القائم على العادة والارتباط القوي بالوسيلة، إلى الاستخدام الآلي أو الهادف (Instrumental Use)، الذي يتسم بالانتقائية والقصدية في التعرض للمحتوى الإعلامي، وبذلك، لم يعد المتلقي يستهلك الوسائط الإعلامية بوصفها عادة يومية مستمرة، بل بات توجهه مرهون بما يتوقعه من إشباعات وفقاً لحاجاته المعرفية أو الترفيهية أو الاجتماعية، وهو ما يعبر عن الفاعلية في اختيار الوسيلة والمضمون الإعلامي المناسب^{xi}.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Anderson, 2024) حيث تبين أن (٥٦%) من المشاركين يفضلون متابعة الأخبار عبر مصادر الأخبار الإلكترونية (بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي والفيديوهات والبودكاست)، وأن نسبة (٢٥%) يفضلون التلفزيون، ونسبة (١٦%) يفضلون الراديو، ونسبة (٢%) يفضلون الصحف، و(١%) يفضلون متابعة الأخبار من مصادر أخرى^{xii}، كما تتفق مع ما توصل إليه تقرير الأخبار الرقمية لعام ٢٠٢٥ (Digital News Report 2025) الصادر عن (Reuters Institute) بالتعاون مع جامعة كانبيرا، حيث تبين أن الحصول على الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب (١٨-٢٤ سنة)، أصبح أكثر شيوعاً مقارنة بالتلفزيون والويب لأول مرة في أستراليا، حيث تبين تفوق منصة (Instagram و TikTok) كمصادر للأخبار بنسبة (٣٧%) و(٣٤%) على التوالي، رغم أن التلفزيون بقي المصدر الفردي الأكثر استخداماً بنسبة (٣٧%)^{xiii}، كما أظهر التقرير أن نسبة (٥٤%) من الأمريكيين الذين تقل

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

أعمارهم عن (٣٥ عاماً) يعتمدون على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، متجاوزين التلفزيون (٥٠%) ومواقع الأخبار (٤٨%) للمرة الأولى^{xliii}.

ويستنتج الباحث من هذه النتائج وجود أولوية للتفاعل والسهولة في الوصول إلى الأخبار بين أفراد العينة، وهو ما ينسجم مع التحولات العالمية في سلوك الجمهور، ويعزز من أهمية إعادة صياغة محتوى النشرات الإخبارية بما يتناسب مع الوسائط الرقمية الجديدة، كما أن تراجع الاعتماد على التلفزيون لا يعني انقطاع العلاقة معه، بل يشير إلى بقاء حد أدنى من الثقة به كمصدر إخباري، يمكن البناء عليه من خلال تطوير أساليب التقديم باستخدام تقنيات الواقع المعزز (AR) والواقع المختلط (MR).

٣. نوع النشرات الإخبارية المعززة التي يفضل الأفراد عينة الدراسة متابعتها

جدول رقم (٥) يوضح نوع النشرات الإخبارية المعززة التي يفضل الأفراد عينة الدراسة متابعتها

نوع النشرة	الإجمالي	
	ك	%
محلية	٢٢	٢٤,٤%
دولية	١٩	٢١,١%
اقتصادية	٧	٧,٨%
منوعة	٤٢	٤٦,٧%
الإجمالي	٩٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يفضلون متابعة النشرات الإخبارية المنوعة، حيث بلغت نسبتهم (٤٦,٧%) من إجمالي العينة، وجاءت في المرتبة الثانية النشرات المحلية بنسبة (٢٤,٤%)، تليها النشرات الدولية بنسبة (٢١,١%)، بينما سجلت النشرات الاقتصادية النسبة الأدنى من التفضيل، إذ لم تتجاوز (٧,٨%) من إجمالي العينة، وتدلل هذه النتائج على ميل أفراد العينة نحو متابعة المحتوى الإخباري الذي يتسم بالتنوع والتسلية والارتباط بالحياة اليومية، حيث أصبح الجمهور - خصوصاً فئة الشباب - يفضل متابعة النشرات الخفيفة والتفاعلية مقارنة بالنشرات ذات الطابع الجاد أو المتخصص مثل النشرات الاقتصادية.

ويؤكد على ذلك ما توصلت إليه دراسة (Armstrong & Et al, 2025) حيث تبين أن الشباب - بغض النظر عن تخصصهم الجامعي - يفضلون متابعة الأخبار حول المواضيع المتنوعة،

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

وأن أخبار الاقتصاد/المال فقط هي التي انقسمت بالتساوي بين من يستمتعون بهذا المحتوى ومن يتجنبونه (٤٠% لكل فئة)^{xlii}، إلا إن ذلك يختلف عما توصلت إليه دراسة (Gambaro, 2022) حيث تبين أن الأخبار الجادة تمثل حوالي (٣٥ - ٣٧%) من إجمالي الأخبار التي تم مشاهدتها، وتمثل الأخبار التخفيفية نحو (٢٥%)^{xlii}.

ويفسر الباحث هذا الميل نحو "النشرات المتنوعة" في ضوء ما تقدمه هذه النشرات من محتوى أكثر قرباً وارتباطاً باهتمامات الجمهور المعاصر، سواء في الشأن المحلي أو الثقافي أو الترفيهي، ما يجعلها أكثر جاذبية في ظل وجود بيئة إعلامية تنافسية، كما قد يرتبط ضعف التفضيل للنشرات الاقتصادية بضعف الوعي الاقتصادي أو قلة الاهتمام بالشأن المالي لدى شريحة من الشباب الجامعي.

٤. الوقت الذي يخصصه الافراد عينة الدراسة لمتابعة الأخبار يومياً.

جدول رقم (٦) يوضح الوقت الذي يخصصه الافراد عينة الدراسة لمتابعة الأخبار يومياً

الوقت المخصص		الإجمالي
ك	%	
أقل من ١٥ دقيقة	٢٢	٢٤,٤%
من ١٥ - ٣٠ دقيقة	٢٩	٣٢,٢%
من ٣٠ - ٦٠ دقيقة	٢٥	٢٧,٨%
أكثر من ساعة	١٤	١٥,٦%
الإجمالي	٩٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول إلى أن النسبة الأكبر من الأفراد عينة الدراسة يخصصون وقتاً يتراوح بين (١٥ إلى ٣٠ دقيقة يومياً) لمتابعة الأخبار، حيث بلغت نسبتهم (٣٢,٢%)، تلتها فئة من يخصصون وقتاً يتراوح بين (٣٠ إلى ٦٠ دقيقة) بنسبة (٢٧,٨%)، ثم فئة من يخصصون (أقل من ١٥ دقيقة) بنسبة (٢٤,٤%)، في حين جاءت فئة من يخصصون أكثر من ساعة في المرتبة الأخيرة بنسبة (١٥,٦%)، وتشير هذه النتائج إلى أن الأفراد عينة الدراسة يميلون نحو المتابعة المحدودة زمنياً للأخبار اليومية، وهو ما يدل على وجود نمط استهلاكي سريع وانتقائي للأخبار، حيث يحرص معظم الأفراد على الاطلاع دون تخصيص وقت طويل، ما قد يعكس تراجع تقاليد المتابعة المنتظمة أو المتعمقة للنشرات الإخبارية، خاصة في ظل تعدد المصادر وسهولة الوصول للمعلومة.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصل إليه تقرير (Ofcom, 2024) حيث تبين أن الأفراد من جيل Z يشاهدوا الأخبار عبر التلفزيون لمدة (٣٣ دقيقة يومياً)، بانخفاض ١٦% عن العام السابق، ومع

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

ذلك، فقد شاهدوا منصات مشاركة الفيديو مثل يوتيوب وتيك توك لمدة أطول بثلاث مرات من التلفزيون التقليدي^{xlvi}، كما تتفق هذه النتائج جزئياً مع النتائج التي توصل إليها تقرير (Pew Research, 2012) حيث تبين أن مشاهدو أخبار التلفزيون أمضوا (٥٢ دقيقة) في متابعة الأخبار، بينما شاهد نصفهم (٥١%) الأخبار التلفزيونية لمدة ساعة أو أكثر، وأمضى مستهلكو الأخبار عبر الإنترنت والهواتف المحمولة (٤٠ دقيقة) في المتوسط في متابعة الأخبار عبر الإنترنت، بينما أمضى (٣٠%) فقط ساعة أو أكثر، وأمضى حوالي النصف (٤٩%) من الذين تابعوا أخبار الإنترنت أو الهواتف المحمولة أمس أقل من (٣٠ دقيقة) في متابعة الأخبار من تلك المصادر^{xlvii}، مع الوضع في الاعتبار أن هذه المسح أجري عام ٢٠١٢م.

٥. درجة ثقة الأفراد عينة الدراسة في المعلومات التي تقدمها النشرات الإخبارية المعززة

جدول رقم (٧) يوضح متابعة الأفراد عينة الدراسة للنشرات الإخبارية المعززة.

الوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الثقة
	%	ك	
٣,٤٧	٢١,١%	١٩	مرتفعة جداً
	٢٧,٨%	٢٥	مرتفعة
	٣٢,٢%	٢٩	متوسطة
	١٤,٤%	١٣	منخفضة
	٤,٤%	٤	لا أثق بها
	١٠٠%	٩٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى أن غالبية الأفراد عينة الدراسة لديهم درجة ثقة متوسطة تميل إلى مرتفعة تجاه المعلومات التي تقدمها النشرات الإخبارية، حيث جاء الوسط الحسابي لاستجابات الأفراد عينة الدراسة بقيمة (٣,٤٧)، فقد جاءت فئة الثقة المتوسطة في المرتبة الأولى بنسبة (٣٢,٢%)، تليها فئة الثقة المرتفعة بنسبة (٢٧,٨%)، ثم فئة الثقة المرتفعة جداً بنسبة (٢١,١%)، بينما بلغت نسبة من لديهم ثقة منخفضة (١٤,٤%)، في حين جاءت فئة "لا أثق بها" في المرتبة الأخيرة بنسبة (٤,٤%)، وتدلل هذه النتائج على أن الشباب عينة الدراسة يميلون - بشكل عام - إلى التعامل الإيجابي مع المحتوى الإخباري، مع وجود نزعة حذر لدى شريحة تفضل التحفظ في منح الثقة الكاملة للمصادر

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

الإخبارية، وهو ما يرجع إلى تنوع المنصات الإخبارية وتباين مصداقية الجهات الناشرة، الأمر الذي يجعل الجمهور أكثر وعيًا وانتقائية في الحكم على مصداقية المعلومات المقدمة.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (Husnain & Et al, 2025) التي أظهرت أن ثقة الشباب في القنوات الإخبارية التلفزيونية جاءت متوسطة، حيث تبين أن نحو (٤٠,٥%) من أفراد العينة يتقنون في القنوات الإخبارية الباكستانية أكثر من نظيراتها الدولية، في حين ظل نسبة (٢٤,١%) على الحياد، ما يعكس توافر حد أدنى من الثقة لدى الجمهور الشاب، وإن كانت مشوبة بشيء من التحفظ، وترتبط هذه الثقة بدرجة ملحوظة بعوامل مثل الانطباع عن الحياد، ودقة المحتوى، ومستوى الإثارة في التغطية الإخبارية، كما أثبتت أن نسبة (٤٧,٤%) من المشاركين يعتقدون أن تعزيز الثقة يمكن أن يتحقق من خلال التغطية المحايدة والمعتمدة على الحقائق، ما يدل على الإدراك المرتفع لدى الشباب لأهمية المعايير المهنية في تحسين مصداقية الأخبار^{xlviii}.

وتتفق هذه النتائج أيضًا مع ما توصل إليه تقرير (Pew Research Center, 2025) الصادر في مايو ٢٠٢٥، والذي أوضح وجود تحسن في مستويات الثقة بالمصادر الإخبارية بين الجمهور، وخاصة بين الجمهوريين في الولايات المتحدة، فقد أشار التقرير إلى ارتفاع نسبة الجمهوريين الذين يتقنون في الأخبار الواردة من وسائل الإعلام التقليدية من (٤٩%) في عام ٢٠٢٤ إلى (٥٦%) في عام ٢٠٢٥، بزيادة قدرها ٧ نقاط مئوية، كما ارتفعت نسبة من يتقنون بالمحتوى الإخباري المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي من (٢٥%) إلى (٣٣%) خلال نفس الفترة، وأبرز التقرير أن المستخدمين أصبحوا أكثر ميلًا للحصول على المعلومات من مصادر مباشرة، مثل النشرات الإخبارية التي تصدرها مؤسسات إعلامية موثوقة^{xlix}.

بينما تتعارض النتائج مع ما توصل إليه (Newman & Et al, 2019) حيث تبين انخفاض متوسط مستوى الثقة في الأخبار في جميع الدول بشكل عام بنقطتين مئويتين ليصل إلى (٤٢%)، ويوافق أقل من النصف (٤٩%) على ثقتهم بوسائل الإعلام التي يستخدمونها، انخفضت مستويات الثقة في فرنسا إلى (٢٤%) فقط (-١١%) في العام الماضي، حيث تعرضت وسائل الإعلام للهجوم بسبب تغطيتها لحركة السترات الصفراء، أما الثقة في الأخبار، التي تم العثور عليها عبر البحث (٣٣%) ووسائل التواصل الاجتماعي، فلا تزال مستقرة، ولكنها منخفضة للغاية (٢٣%)^١.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

ويُفسر الباحث هذا المستوى المتوسط من الثقة في ضوء تنامي وعي الشباب بدور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام، إلى جانب إدراكهم لاحتمالات التحيز أو الانتقائية في تغطية بعض الأحداث، وهو ما يدفعهم إلى الاحتفاظ بمسافة نقدية بدلاً من منح ثقة مطلقة.

نتائج المحور الثاني: التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن متابعة الشباب

الجامعي للنشرات الإخبارية

١. التأثيرات المعرفية الناتجة عن متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية المعززة

جدول رقم (٨) يوضح استجابات المبحوثين على العبارات التي تقيس التأثيرات المعرفية الناتجة عن متابعة النشرات الإخبارية.

م	العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	تزيد متابعة النشرات المعززة من معرفتي بالأحداث الجارية.	٤	٤,٤	١٢	١٣,٣	٣٠	٣٣,٣	٢٨	٣١,١	١٦	١٧,٨	٣,٥٢	١,٠١	٧٠,٤ %
٢	تساعدني متابعة النشرات المعززة على تكوين آراء حول القضايا العامة.	٦	٦,٧	١٣	١٤,٤	٣٢	٣٥,٦	٢٥	٢٧,٨	١٤	١٥,٦	٣,٤٢	١,٠٥	٦٨,٤
٣	تؤثر الأخبار التي أشاهدها تؤثر في فهمي للواقع الاجتماعي والسياسي.	٥	٥,٦	١٥	١٦,٧	٢٨	٣١,١	٢٧	٣٠	١٥	١٦,٧	٣,٤٥	١,٠٧	٦٩
٤	أعتبر النشرات الإخبارية المعززة مصدرًا موثوقًا للمعلومات.	٩	١٠	١٤	١٥,٦	٣٠	٣٣,٣	٢٥	٢٧,٨	١٢	١٣,٣	٣,٢٤	١,١٢	٦٤,٨
٥	أشعر أحيانًا أن متابعة الأخبار التقليدية روتينية ولا تضيف لي جديد.	١١	١٢,٢	٢٥	٢٧,٨	٢٨	٣١,١	١٨	٢٠	٨	٨,٩	٢,٩٥	١,٠٦	٥٩
	الإجمالي											٣,٣٢	١,٠٦	٦٦,٤

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لقياس التأثيرات المعرفية الناتجة عن متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية، حيث تبين أن المتوسط

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

الحسابي الكلي بلغ (٣,٣٢) بانحراف معياري (١,٠٦) ووزن نسبي (٦٦,٤%)، ما يشير إلى أن متوسط استجابات أفراد العينة على عبارات المحور جاءت ضمن فئة "أوافق"، مع ميل عام نحو الاعتراف بدور النشرات في تشكيل المعرفة والوعي العام.

وقد جاءت العبارة تزيد متابعة النشرات المعززة من معرفتي بالأحداث الجارية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,٥٢) ووزن نسبي (٧٠,٤%)، تلتها عبارة تؤثر الأخبار التي أشاهدها في فهمي للواقع الاجتماعي والسياسي بمتوسط (٣,٤٥) ووزن نسبي (٦٩%)، ثم عبارة تساعدني متابعة النشرات المعززة على تكوين آراء حول القضايا العامة بمتوسط (٣,٤٢) ووزن نسبي (٦٨,٤%). أما عبارة أعتبر النشرات الإخبارية المعززة مصدراً موثقاً للمعلومات فقد جاءت في مرتبة متأخرة نسبياً بمتوسط (٣,٢٤) ووزن نسبي (٦٤,٨%)، فيما سجلت العبارة أشعر أحياناً أن متابعة الأخبار التقليدية روتينية ولا تضيف لي جديد أدنى استجابة بمتوسط (٢,٩٥) ووزن نسبي (٥٩%)، ويمكن تفسير هذه النتائج، من وجهة نظر الباحث، في ضوء أن فئة الشباب الجامعي لا تزال ترى في النشرات الإخبارية مصدراً فاعلاً في دعم المعرفة العامة وتكوين الوعي بالقضايا الاجتماعية والسياسية، إلا أن حضور عنصر "الملل" أو "الروتين" في بعض الإجابات يعكس حاجة هذه النشرات إلى التطوير في الشكل والمضمون.

٢. التأثيرات الوجدانية الناتجة عن متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية

جدول رقم (٩) يوضح استجابات المبحوثين على العبارات التي تقيس التأثيرات الوجدانية الناتجة عن متابعة النشرات الإخبارية.

م	العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	أشعر بالقلق والتوتر أحياناً بعد متابعة الأخبار	٩	١٠%	١٢	١٣,٣%	٢٦	٢٨,٩%	٢٨	٣١,١%	١٥	١٦,٧%	٣,٣١	١,١٥	٦٦,٢%
٢	تؤثر الأخبار الإنسانية والاجتماعية في مشاعري وعواطف	٦	٦,٧%	١٠	١١,١%	٢٠	٢٢,٢%	٣٢	٣٥,٦%	٢٢	٢٤,٤%	٣,٥٩	١,١٤	٧١,٨%
٣	أتحمس عند متابعة الأخبار الإيجابية أو الإنجازات	٤	٤,٤%	٨	٨,٩%	١٨	٢٠%	٣٣	٣٦,٧%	٢٧	٣٠%	٣,٧٩	١,٠٨	٧٥,٨%
٤	بعث بعض الأخبار الشعور بالإحباط أو الحزن	٧	٧,٨%	١٣	١٤,٤%	٣٠	٣٣,٣%	٢٦	٢٨,٩%	١٤	١٥,٦%	٣,٣٠	١,١٠	٦٦%

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

														في داخلي
٥	متابعة النشرات تجعلني أكثر وعيًا بمشاعر ومعاناة الآخرين	٥	%٥,٥	١١	%١٢,٢	٢٤	%٢٦,٧	٣٠	%٣٣,٣	٢٠	%٢٢,٢	٣,٥٤	١,٠٩	%٧٠,٨
	الإجمالي											٣,٥١	١,١١	%٧٠,٢

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس التأثيرات الوجدانية الناتجة عن متابعة النشرات الإخبارية، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (٣,٥١) بانحراف معياري (١,١١) ووزن نسبي (٧٠,٢%)، وهو ما يشير إلى أن متوسط استجابات أفراد العينة جاء ضمن فئة "أوافق"، ما يعكس وجود تأثيرات وجدانية ملحوظة تخلفها متابعة النشرات لدى الشباب الجامعي، وقد جاءت العبارة "أتحمس عند متابعة الأخبار الإيجابية أو الإنجازات" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,٧٩) ووزن نسبي (٧٥,٨%)، تليها عبارة "تؤثر الأخبار الإنسانية والاجتماعية في مشاعري وعواطف" بمتوسط (٣,٥٩) ووزن نسبي (٧١,٨%)، ثم عبارة "متابعة النشرات تجعلني أكثر وعيًا بمشاعر ومعاناة الآخرين" بمتوسط (٣,٥٤) ووزن نسبي (٧٠,٨%)، في المقابل، جاءت عبارة "أشعر بالقلق والتوتر أحياناً بعد متابعة الأخبار" بمتوسط (٣,٣١) ووزن نسبي (٦٦,٢%)، تليها عبارة "بعض الأخبار تبعث الشعور بالإحباط أو الحزن" بمتوسط (٣,٣٠) ووزن نسبي (٦٦%).

وتدلل هذه النتائج - من وجهة نظر الباحث - على أن التأثير الوجداني للنشرات الإخبارية ليس أحادي الاتجاه، بل يتراوح بين الاستثارة الإيجابية والتحفيز عند عرض الأخبار المفرحة أو الإنسانية، وبين الضغط العاطفي الناتج عن مشاهد الأخبار المأسوية أو الأزمات، كما يفسر الباحث هذه النتائج في ضوء أن فئة الشباب تميل إلى الانخراط العاطفي مع القضايا المجتمعية، إذ تتجاوز متابعتهم الإخبارية حدود "الاطلاع" إلى مستويات أعمق من التفاعل الوجداني، وهو ما يعكس اتساع التأثير الإعلامي على بنية الوعي والمزاج الجمعي لدى المتلقين من هذه الفئة.

ويؤكد هذا التباين ما أشار إليه تقرير (Newman & et al, 2019) الصادر عن معهد رويترز لدراسات الصحافة، حيث أظهرت النتائج النوعية من المقابلات والملاحظة الميدانية أن الشباب يتفاعلون مع الأخبار بطرق عاطفية متعددة، تتأثر بوقت وطريقة استهلاكهم لها، وخاصة تلك المرتبطة بالقضايا الإنسانية أو قصص النجاح، ما يزيد من تعاطفهم واهتمامهم، لكنه قد يسبب أيضاً حالات من القلق أو الإحباط إذا غلب على النشرات الطابع السلبي أو الكارثي، كما عبر العديد من الشباب عن استيائهم من نبذة السلبية و"الدرامية" التي تميز أجندة الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية،

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

خاصة فيما يتعلق بالقضايا الكبرى كالتغير المناخي وحقوق الأقليات، حيث يشعرون أن اهتمامات جيلهم ليست ممثلة بالشكل الكافي في وسائل الإعلام^{١١}.

٣. التأثيرات السلوكية الناتجة عن متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية

جدول رقم (١٠) يوضح استجابات المبحوثين على العبارات التي تقيس التأثيرات السلوكية الناتجة عن متابعة النشرات الإخبارية.

م	العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	تدفعني متابعة النشرات إلى مناقشة القضايا مع الآخرين.	٧	٧,٨%	١٠	١١,١%	٢٨	٣١,١%	٢٩	٣٢,٢%	١٦	١٧,٨%	٣,٤١	١,٠٩	٦٨,٢%
٢	تحفزني بعض الأخبار على المشاركة في أنشطة اجتماعية وتطوعية.	٩	١٠%	١٢	١٣,١%	٢٧	٣٠%	٢٥	٢٧,٨%	١٧	١٨,٩%	٣,٣٢	١,١٥	٦٦,٤%
٣	أثرت متابعة نشرات الأخبار في سلوكياتي اليومية وقراراتي الشخصية.	١١	١٢,٢%	١٣	١٤,٤%	٢٤	٢٦,٧%	٢٥	٢٧,٨%	١٧	١٨,٩%	٣,٢٧	١,٢٠	٦٥,٤%
٤	الأخبار التي أتابعها تغير أحياناً سلوكي تجاه قضايا معينة.	٦	٦,٧%	١٠	١١,١%	٢٨	٣١,١%	٢٧	٣٠%	١٩	٢١,١%	٣,٤٨	١,١٠	٦٩,٦%
٥	أتابع النشرات لأكون مستعداً للتفاعل مع المستجدات في المجتمع.	٥	٥,٦%	١١	١٢,٢%	٢٣	٢٥,٦%	٣٠	٣٣,٣%	٢١	٢٣,٣%	٣,٥٧	١,٠٩	٧١,٤%
	الإجمالي											٣,٤١	١,١٢	٦٨,٢%

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد العينة حول التأثيرات السلوكية الناتجة عن متابعة النشرات الإخبارية، حيث بلغ

المتوسط الحسابي الكلي (٣,٤١) بانحراف معياري (١,١٢) ووزن نسبي (٦٨,٢%)، وهو ما يشير إلى أن متوسط الإجابات جاء ضمن فئة "أوافق"، مما يدل على وجود مستوى متوسط إلى مرتفع من التأثير السلوكي الذي تحدثه النشرات الإخبارية على سلوك الشباب الجامعي، وقد جاءت العبارة أتابع النشرات لأكون مستعدًا للتفاعل مع المستجدات في المجتمع في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,٥٧) ووزن نسبي (٧١,٤%)، تليها عبارة الأخبار التي أتابعها تغير أحيانًا سلوكي تجاه قضايا معينة بمتوسط (٣,٤٨) ووزن نسبي (٦٩,٦%)، ثم عبارة تدفعني متابعة النشرات إلى مناقشة القضايا مع الآخرين بمتوسط (٣,٤١) ووزن نسبي (٦٨,٢%)، ويتفق ذلك نسبيًا مع النتائج التي توصل إليها (Klopfenstein Frei & et al, 2024) حيث تبين أن الدافع الرئيس لاستهلاك الأفراد للأخبار عبر البث التلفزيوني والإذاعي هو التحدث مع أولياء الأمور وزملاء المدرسة حول محتوى الأخبارⁱⁱⁱ.

في حين جاءت عبارة أثرت متابعة نشرات الأخبار في سلوكياتي اليومية وقراراتي الشخصية في المرتبة الأخيرة بمتوسط (٣,٢٧) ووزن نسبي (٦٥,٤%)، وتدلل هذه النتائج على أن متابعة النشرات الإخبارية لا تقتصر على التأثير المعرفي أو الوجداني فحسب، بل تمتد لتحدث تغييرات فعلية في سلوك الأفراد واتجاهاتهم نحو التفاعل مع القضايا العامة، ويتجلى ذلك في استعدادهم للمشاركة في النقاش، والانخراط في أنشطة اجتماعية، وتعديل بعض القرارات والسلوكيات اليومية.

وعليه تشير نتائج الدراسة إلى أن متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية له تأثير على المستويات الثلاثة (معرفية، وجدانية، وسلوكية) بنسب متفاوتة، فقد جاء المتوسط الحسابي الأعلى في بُعد التأثيرات الوجدانية بمتوسط (٣,٥١) ووزن نسبي (٧٠,٢%)، ثم البُعد السلوكي بمتوسط (٣,٤١) ووزن نسبي (٦٨,٢%)، يليه البُعد المعرفي بمتوسط (٣,٣٢) ووزن نسبي (٦٦,٤%)، ويرى الباحث أن تقدم التأثير الوجداني على باقي التأثيرات يدل على أن النشرات الإخبارية لم تعد مجرد مصدر لنقل المعلومات، بل أصبحت تثير مشاعر وانفعالات الشباب، تتراوح بين الحماس والتعاطف من جهة، والقلق والإحباط من جهة أخرى، لا سيما عند عرض الأخبار الإنسانية أو الإيجابية أو الأزمات الاجتماعية.

في حين ظهر التأثير السلوكي بشكل معتدل، وتجسد في مناقشة القضايا مع الآخرين، والاستعداد للتفاعل مع الأحداث المجتمعية، بل والميل في بعض الحالات إلى تعديل سلوكيات وقرارات شخصية بناءً على ما يتلقونه من محتوى إخباري، وهذا يشير إلى أن الاستجابات السلوكية ليست لحظية أو عاطفية فقط، بل تتبع من قناعة معرفية ووجدانية سابقة، أما التأثير المعرفي، فقد تبين أنه يتمثل في تعزيز الوعي العام وفهم الواقع الاجتماعي والسياسي، وتكوين آراء تجاه القضايا العامة، ما

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

يدل على أن النشرات لا تزال تؤدي دوراً مهماً في بناء المخزون المعرفي لدى الجمهور الجامعي، رغم تراجع درجات الثقة الكاملة بها مقارنة بالمنصات البديلة.

وتتوافق هذه النتائج مع ما جاء في تقرير (Newman & et al, 2019)، والذي أكد أن فئة الشباب تتفاعل مع الأخبار على مستويات متعددة، وأن التأثير لا يكون معرفياً فقط، بل يمتد إلى المشاعر والسلوكيات، خاصة في ظل السياقات الاجتماعية والسياسية المتغيرة، وتنوع منصات العرض الإخباريⁱⁱⁱⁱ، وبناءً على ذلك، يمكن القول إن النشرات ما زالت تحافظ على فاعليتها لدى فئة الشباب الجامعي، شريطة أن يتم تقديمها بأسلوب يتسم بالتجديد والمصداقية مع مراعاة طبيعة التلقي التفاعلي والسريع لدى هذه الفئة.

نتائج المحور الثالث: القبول المبدئي لتوظيف تكنولوجيا الواقع الممتد بالنشرات الإخبارية.

جدول رقم (١١) استجابات الباحثين على العبارات التي تقيس القبول المبدئي لتوظيف تكنولوجيا الواقع الممتد بالنشرات الإخبارية.

م	العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	أرغب في تجربة طرق جديدة وتفاعلية لمتابعة الأخبار.	٥	٥,٦%	٦	٦,٧%	٢٠	٢٢,٢%	٣٢	٣٥,٦%	٢٧	٣٠%	٣,٧٧	١,٠٨	٧٥,٤%
٢	أعتقد أن التقنيات الحديثة يمكن أن تجعل النشرات أكثر وضوحاً وتشويقاً.	٤	٤,٤%	٧	٧,٨%	١٩	٢١,١%	٣٣	٣٦,٧%	٢٧	٣٠%	٣,٧٩	١,٠٥	٧٥,٨%
٣	أتوقع أن الواقع الممتد قد يساعدني على فهم الأخبار بشكل أعمق.	٥	٥,٦%	٨	٨,٩%	٢١	٢٣,٣%	٣١	٣٤,٤%	٢٤	٢٦,٧%	٣,٦٧	١,١١	٧٣,٤%
٤	أظن أن النشرات الإخبارية التفاعلية ستكون أكثر تأثيراً في المتابعين.	٦	٦,٧%	٧	٧,٨%	٢٢	٢٤,٤%	٢٨	٣١,١%	٢٧	٣٠%	٣,٧٠	١,١٤	٧٤%
٥	لدي فضول لمعرفة كيف يمكن للتقنيات الحديثة أن تغير شكل	٤	٤,٤%	٦	٦,٧%	٢٠	٢٢,٢%	٣١	٣٤,٤%	٢٩	٣٢,٢%	٣,٨٣	١,٠٦	٧٦,٦%

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

													النشرات التقليدية.	
٦	أعتقد أن التقنيات الحديثة ستجعل متابعة الأخبار أكثر تفاعلية ووضوحًا.	٣	٣,٣%	٥	٥,٦%	٢٣	٢٥,٦%	٣٢	٣٥,٦%	٢٧	٣٠%	٣,٨٣	١,٠١	٧٦,٦%
٧	أرى أن استخدام الواقع المعزز والمختلط قد يساعد في تبسيط الأخبار المعقدة.	٥	٥,٦%	٨	٨,٩%	٢١	٢٣,٣%	٣٠	٣٣,٣%	٢٦	٢٨,٩%	٣,٧١	١,١٢	٧٤,٢%
٨	أشعر أن هذه التقنيات قد تكون وسيلة فعالة لجذب الشباب لمتابعة النشرات الإخبارية.	٤	٤,٤%	٧	٧,٨%	١٨	٢٠%	٣٤	٣٧,٨%	٢٧	٣٠%	٣,٨١	١,٠٤	٧٦,٢%
	الإجمالي											٣,٧٦	١,٠٧	٧٥,٢%

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس القبول المبدئي لتوظيف تكنولوجيا الواقع المعزز والمختلط في النشرات الإخبارية، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (٣,٧٦) بانحراف معياري (١,٠٧) ووزن نسبي (٧٥,٢%)، مما يدل على أن استجابات العينة جاءت ضمن فئة "أوافق"، أي أن هناك مستوى مرتفع من القبول المبدئي لدى الشباب الجامعي تجاه إدماج هذه التقنيات في المحتوى الإخباري، وقد جاءت العبارة لدي فضول لمعرفة كيف يمكن للتقنيات الحديثة أن تغير شكل النشرات التقليدية والعبارة أعتقد أن التقنيات الحديثة ستجعل متابعة الأخبار أكثر تفاعلية ووضوحًا في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,٨٣) ووزن نسبي (٧٦,٦%) لكل منهما، تليها العبارة أشعر أن هذه التقنيات قد تكون وسيلة فعالة لجذب الشباب لمتابعة النشرات الإخبارية بمتوسط (٣,٨١) ووزن نسبي (٧٦,٢%)، وهو ما يدل على وجود فضول إيجابي لدى الأفراد عينة الدراسة تجاه التجديد البصري والتفاعلي في شكل تقديم الأخبار.

بينما جاءت عبارة "أتوقع أن الواقع الممتد قد يساعدني على فهم الأخبار بشكل أعمق" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قيمته (٣,٦٧) ووزن نسبي (٧٣,٤%)، وهو ما يظل ضمن فئة التقدير

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

المرتفع، وإن أشار إلى أن بعض أفراد العينة قد يتطلبون تجربة فعلية لتكوين تصور واقعي عن قدرة هذه التقنيات على دعم الفهم المعرفي العميق، بينما جاءت باق العبارات في مراتب متأخرة.

وتشير هذه النتائج إلى وجود استعداد نفسي وذهني لدى الشباب الجامعي لتقبل توظيف الواقع المعزز/المختلط في النشرات الإخبارية، مدفوعاً بالفضول، والرغبة في التجديد، وتوقعات بتحسين التفاعل والفهم، ويتفق ذلك مع ما أوصت به دراسة (الإبراهيم، ٢٠٢٤) من ضرورة الاهتمام بتوظيف تقنية الواقع المعزز كوسيلة مهمة للسرد البصري للأخبار التلفزيونية في الفضائيات الأخبارية لما لها من دور كبير في تعزيز تجربة المستخدم^{iv}.

ويُفسر الباحث هذا القبول المبدئي لتكنولوجيا الواقع المختلط/ المعزز في ضوء التوجهات العامة للجمهور الرقمي، الذي يميل إلى المنصات التفاعلية والوسائط المتقدمة، ويرغب في التحرر من القوالب الإخبارية التقليدية الجامدة، مما يفرض على المؤسسات الإعلامية التفكير الجاد في تبني هذه التقنيات بوصفها أدوات جذب وتجديد، وليست مجرد إضافات جمالية.

نتائج المحور الرابع: الأسباب المتوقعة لعزوف الشباب عن متابعة النشرات الإخبارية

جدول رقم (١٢) يوضح استجابات الباحثين على العبارات التي تقيس الأسباب المتوقعة لعزوف الشباب عن متابعة النشرات الإخبارية.

م	العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	النشرات الإخبارية مملة ولا تقدم محتوى جذاب.	٦	٦,٧%	١٠	١١,١%	٢٤	٢٦,٧%	٢٨	٣١,١%	٢٢	٢٤,٤%	٣,٥٦	١,١٧	٧١,٢%
٢	أغلب النشرات الإخبارية تقليدية ولا تستخدم أساليب عرض حديثة.	٥	٥,٦%	٨	٨,٩%	٢٥	٢٧,٨%	٢٩	٣٢,٢%	٢٣	٢٥,٦%	٣,٦٣	١,٠٩	٧٢,٦%
٣	النشرات الإخبارية تبالغ في التركيز على الأخبار السلبية والصراعات.	٨	٨,٩%	١١	١٢,٢%	٢٧	٣٠%	٢٤	٢٦,٧%	٢٠	٢٢,٢%	٣,٤١	١,١٨	٦٨,٢%
٤	يمكنني الحصول على الأخبار بسهولة عبر وسائل التواصل	٤	٤,٤%	٦	٦,٧%	٢٠	٢٢,٢%	٣٣	٣٦,٧%	٢٧	٣٠%	٣,٨٠	١,٠٥	٧٦%

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

	الاجتماعي بدلاً من النشرات.													
٥	توقيت بث النشرات الإخبارية غير مناسب لفئة الشباب.	٧	%٧,٨	١٠	%١١,١	٢٨	%٣١,١	٢٥	%٢٧,٨	٢٠	%٢٢,٢	٣,٤٥	١,١٥	%٦٩
٦	لغة تقديم الأخبار الرسمية تجعلها أقل قربًا من الشباب.	٥	%٥,٦	٧	%٧,٨	٢٦	%٢٨,٩	٣٠	%٣٣,٣	٢٢	%٢٤,٤	٣,٦٣	١,٠٨	%٧٢,٦
٧	طول مدة النشرات يجعلها غير مناسبة لسرعة نمط الحياة الحالي.	٦	%٦,٧	٩	%١٠	٢٥	%٢٧,٨	٢٩	%٣٢,٢	٢١	%٢٣,٣	٣,٥٦	١,١٢	%٧١,٢
٨	النشرات الإخبارية لا تراعي اهتمامات الشباب وتركز على قضايا لا تهمهم.	٧	%٧,٨	٨	%٨,٩	٢٤	%٢٦,٧	٢٨	%٣١,١	٢٣	%٢٥,٦	٣,٥٨	١,١٥	%٧١,٦
	الإجمالي											٣,٥٨	١,١٢	%٧١,٦

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس الأسباب المحتملة لعزوف الشباب عن متابعة النشرات الإخبارية، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (٣,٥٨) بانحراف معياري (١,١٢) ووزن نسبي (٧١,٦%)، ما يشير إلى أن استجابات أفراد العينة تميل إلى الاتفاق مع هذه الأسباب بدرجة مرتفعة نسبياً، ويدل ذلك على وجود فجوة فعلية بين النشرات الإخبارية التقليدية واحتياجات الجيل الشاب، وقد جاءت العبارة "يمكنني الحصول على الأخبار بسهولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدلاً من النشرات" في المرتبة الأولى بمتوسط (٣,٨٠) ووزن نسبي (٧٦%)، مما يدل على اعتماد الشباب على المنصات الرقمية البديلة كمصدر رئيسي للأخبار، وهو ما يظهر تراجع مكانة النشرات الإخبارية التقليدية كمصدر أساسي للمعلومات.

كما جاءت عبارة "أغلب النشرات الإخبارية تقليدية ولا تستخدم أساليب عرض حديثة" ولغة تقديم الأخبار الرسمية تجعلها أقل قرباً من الشباب" في المرتبة الثانية بوزن نسبي (٧٢,٦%) لكل

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

منهما، تليهما عبارات مثل "النشرات الإخبارية مملة"، و"طول مدتها لا يناسب نمط الحياة السريع"، و"لا تراعي اهتمامات الشباب" بوزن نسبي يتراوح بين (٧١,٢%-٧١,٦%)، أما عبارة "النشرات تبالغ في التركيز على الأخبار السلبية والصراعات" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط (٣,٤١) ووزن نسبي (٦٨,٢%)، إلا أنها لا تزال ضمن فئة الموافقة، مما يشير إلى شعور شريحة من الشباب بالإرهاق النفسي الناتج عن الجرعة المرتفعة من الأخبار السلبية في المحتوى الإخباري.

ويستنتج الباحث من هذه النتائج أن أسباب العزوف عن متابعة النشرات الإخبارية لا تتعلق فقط بالمحتوى نفسه، بل تمتد إلى آليات التقديم، توقيت البث، مدى التخصيص، والتفاعل، وهي كلها عناصر تؤثر على تجربة التلقي لدى الجمهور الشاب، المتعود على بيانات رقمية سريعة، تفاعلية، ومصممة وفق الاهتمامات الفردية.

نتائج المحور الخامس: العوامل التي يمكن أن تزيد من فاعلية النشرات الإخبارية

جدول رقم (١٣) يوضح استجابات المبحوثين على العبارات التي تقيس العوامل التي يمكن أن تزيد من فاعلية النشرات الإخبارية.

م	العبارات	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	استخدام الرسوم البيانية والوسائط التفاعلية يجعل النشرات أكثر وضوحاً وفهماً.	١	١,١%	٢	٢,٢%	١٥	١٦,٧%	٣٤	٣٧,٨%	٣٨	٤٢,٢%	٤,١٨	٠,٨٩	٨٣,٦%
٢	تبسيط لغة الأخبار يجعلها أقرب لفهم الشباب.	٢	٢,٢%	٣	٣,٣%	١٤	١٥,٦%	٣٥	٣٨,٩%	٣٦	٤٠%	٤,١١	٠,٩٥	٨٢,٢%
٣	تخصيص نشرات قصيرة وسريعة قد يزيد من متابعة الشباب لها.	٣	٣,٣%	٤	٤,٤%	١٨	٢٠%	٣٣	٣٦,٧%	٣٢	٣٥,٦%	٣,٩٧	١,٠٣	٧٩,٤%
٤	تقديم الأخبار بأسلوب قصصي وسردي يجعلها أكثر جذباً.	٢	٢,٢%	٥	٥,٦%	١٧	١٨,٩%	٣٤	٣٧,٨%	٣٢	٣٥,٦%	٣,٩٩	٠,٩٩	٧٩,٨%

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

٥	تضمنين آراء وتحليلات متنوعة يعزز مصداقية النشرة.	١	١,١%	٣	٣,٣%	٢٠	٢٢,٢%	٣٦	٤٠%	٣٠	٣٣,٣%	٤,٠١	٠,٩١	٨٠,٢%
٦	استخدام تقنيات الواقع المعزز والواقع المختلط يجعل التجربة أكثر تفاعلية.	٢	٢,٢%	٣	٣,٣%	١٩	٢١,١%	٣١	٣٤,٤%	٣٥	٣٨,٩%	٤,٠٤	١,٠١	٨٠,٨%
٧	التركيز على موضوعات وقضايا قريبة من اهتمامات الشباب يزيد من متابعتهم.	١	١,١%	٣	٣,٣%	١٤	١٥,٦%	٣٣	٣٦,٧%	٣٩	٤٣,٣%	٤,١٨	٠,٩٢	٨٣,٦%
٨	تحسين توقيت بث النشرات بما يتناسب مع أوقات فراغ الشباب قد يرفع نسبة متابعتها.	٣	٣,٣%	٤	٤,٤%	٢٢	٢٤,٤%	٣٢	٣٥,٦%	٢٩	٣٢,٢%	٣,٨٩	١,٠٤	٧٧,٨%
	الإجمالي											٤,٠٥	٠,٩٧	٨١%

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس العوامل التي قد تسهم في رفع فاعلية النشرات الإخبارية، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (٤,٠٥) بانحراف معياري (٠,٩٧) ووزن نسبي (٨١%)، مما يشير إلى أن متوسط استجابات المبحوثين على هذا البعد جاءت بين "موافق" و"موافق بشدة" وهو ما يدل على أهمية هذه العوامل في تعزيز جاذبية النشرات الإخبارية وكفاءتها في إيصال المعلومة، وقد جاءت عبارتنا "استخدام الرسوم البيانية والوسائط التفاعلية يجعل النشرات أكثر وضوحاً وفهمًا" و "التركيز على موضوعات وقضايا قريبة من اهتمامات الشباب" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,١٨) ووزن نسبي (٨٣,٦%) لكل منهما، وهو ما يدل على وجود إدراك مرتفع لدى المبحوثين لأهمية العرض البصري والمحتوى الموجه كعاملين رئيسيين لجذب الجمهور الشاب. كما برزت عبارة "تبسيط لغة الأخبار" بوزن نسبي (٨٢,٢%)، و "استخدام تقنيات الواقع المعزز والمختلط" بنسبة (٨٠,٨%)، إضافة إلى "تضمنين آراء وتحليلات متنوعة" بنسبة (٨٠,٢%)،

وهي مؤشرات تؤكد أن الشباب يفضلون التقديم المبسط، التفاعلي، والتعدد في الطرح، وهو ما ينسجم مع طبيعة الجيل الرقمي وسرعة استجابته للمحتوى المرئي والتقني، أما أدنى العبارات في الوزن النسبي فكانت "تحسين توقيت بث النشرات" بنسبة (٧٧,٨%)، وهي نسبة لا تزال ضمن مستوى الموافقة المرتفعة، لكنها تعكس أن مسألة التوقيت، رغم أهميتها، ليست بنفس أولوية الشكل والمحتوى والأسلوب في نظر أفراد العينة.

ويستنتج الباحث من هذه النتائج أن الشباب الجامعي يضع معايير عالية ومتعددة لقياس فاعلية النشرة الإخبارية، تتجاوز مجرد إيصال المعلومة لتشمل الشكل الفني، طبيعة اللغة، القرب من الاهتمامات، والقدرة على التفاعل والمشاركة، وهو ما يؤكد ضرورة تحول النشرة من قالب تقرير جامد إلى تجربة بصرية ديناميكية، توظف التكنولوجيا الحديثة وتراعي التحولات الثقافية في أنماط الاستهلاك الإعلامي، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (أبو مشطة، ٢٠٢٢) والتي خلصت إلى أن الإنتاج الإخباري التلفزيوني أصبح يساير التقنيات الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة، من أجل ترقية المحتوى الذي تقدمه للمشاهد، وإيجاد أنماط جديدة للتقارير الإخبارية بالاعتماد على تقنية الواقع المعزز التي أصبحت أداة لصناعة الإعلام^{١٧}.

ثاني عشر: النتائج العامة للدراسة والتوصيات

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة كالتالي:

١. بالنسبة لمتابعة الأفراد عينة الدراسة للنشرات الإخبارية فقد تبين أن أغلب المشاركين أشاروا إلى أنهم يتابعون النشرات الإخبارية "أحياناً، تلتها فئة دائماً"، ثم "نادراً"، وتشير هذه النتائج إلى وجود نمط من المتابعة المتقطعة للنشرات الإخبارية بين أفراد العينة، حيث إن النسبة الأكبر من المبحوثين لا يتابعون النشرات الإخبارية بشكل دائم أو منتظم، وهو ما يشير إلى وجود تحولات في سلوك الجمهور نحو استهلاك الأخبار من مصادر متنوعة وأكثر تفاعلية مثل وسائل التواصل الاجتماعي.
٢. فيما يخص الوسيلة التي يفضل الأفراد عينة الدراسة متابعة النشرات الإخبارية من خلالها، فقد تبين أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يفضلون متابعة النشرات الإخبارية من خلال منصات التواصل الاجتماعي، ثم عبر التلفزيون، ثم الصحف والمواقع الإخبارية، وتدلل هذه النتائج على وجود تحول واضح في أنماط استهلاك الأخبار نحو الوسائط الرقمية التفاعلية، إذ أن أكثر من نصف العينة يميلون إلى المنصات الاجتماعية بوصفها مصدرهم الأول للمحتوى الإخباري، بما

يشير إلى تراجع النماذج التقليدية في التلقي، مثل التلفزيون والصحف الإلكترونية، لا سيما لدى الجيل الشاب.

٣. بالنسبة لنوع النشرات الإخبارية التي يفضل الأفراد عينة الدراسة متابعتها، فقد جاءت النشرات الإخبارية المتنوعة في المرتبة الأولى، تلاها النشرات المحلية، ثم النشرات الدولية، بينما جاءت النشرات الاقتصادية في المرتبة الأخيرة، وتدلل هذه النتائج على ميل أفراد العينة نحو متابعة المحتوى الإخباري الذي يتسم بالتنوع والتسلية والارتباط بالحياة اليومية، حيث أصبح الجمهور - خصوصاً فئة الشباب - يفضل متابعة النشرات الخفيفة والتفاعلية مقارنة بالنشرات ذات الطابع الجاد أو المتخصص مثل النشرات الاقتصادية.

٤. تبين أن أغلب الأفراد عينة الدراسة يخصصون وقتاً يتراوح بين (١٥ إلى ٣٠ دقيقة يومياً) لمتابعة الأخبار، تلتها فئة من يخصصون وقتاً يتراوح بين (٣٠ إلى ٦٠ دقيقة)، ثم فئة من يخصصون (أقل من ١٥ دقيقة)، في حين جاءت فئة من يخصصون أكثر من ساعة في المرتبة الأخيرة.

٥. أثبتت الدراسة أن غالبية الأفراد عينة الدراسة لديهم درجة ثقة متوسطة تميل إلى مرتفعة تجاه المعلومات التي تقدمها النشرات الإخبارية، حيث جاءت فئة الثقة المتوسطة في المرتبة الأولى، تليها فئة الثقة المرتفعة، ثم فئة الثقة المرتفعة جداً، ثم فئة من لديهم ثقة منخفضة، في حين جاءت فئة "لا أثق بها" في المرتبة الأخيرة، وتدلل هذه النتائج على أن الشباب عينة الدراسة يميلون - بشكل عام - إلى التعامل الإيجابي مع المحتوى الإخباري، مع وجود نزعة حذر لدى شريحة تفضل التحفظ في منح الثقة الكاملة للمصادر الإخبارية، وهو ما يرجع إلى تنوع المنصات الإخبارية وتباين مصداقية الجهات الناشرة، الأمر الذي يجعل الجمهور أكثر وعياً وانتقائية في الحكم على مصداقية المعلومات المقدمة.

٦. تبين أن متوسط استجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس التأثيرات المعرفية الناتجة عن متابعة النشرات الإخبارية جاءت "موافق" وجاءت عبارة "تزيد متابعة النشرات من معرفتي بالأحداث الجارية" في مقدمة هذه التأثيرات، تلاها "تؤثر الأخبار التي أشاهدها في فهمي للواقع الاجتماعي والسياسي"، ثم عبارة "تساعدني متابعة النشرات على تكوين آراء حول القضايا العامة"، وفيما يخص التأثيرات الوجدانية، فقد تبين أن متوسط استجابات أفراد العينة على العبارات جاءت "موافق" وجاءت عبارة "أتحمس عند متابعة الأخبار الإيجابية أو الإنجازات" في مقدمة التأثيرات الوجدانية، تلاها عبارة "تؤثر الأخبار الإنسانية والاجتماعية في مشاعري وعواطفِي"، ثم عبارة "متابعة النشرات تجعلني أكثر وعياً بمشاعر ومعاناة الآخرين"، وفيما يخص التأثيرات السلوكية الناتجة عن متابعة النشرات الإخبارية، فقد تبين أن متوسط استجابات أفراد العينة على العبارات جاءت "موافق" أيضاً، وجاءت عبارة "أتابع النشرات لأكون مستعداً للتفاعل مع"

المستجدات في المجتمع في المقدمة، تلاها عبارة " الأخبار التي أتابعها تغير أحياناً سلوكي تجاه قضايا معينة "، ثم عبارة " تدفعني متابعة النشرات إلى مناقشة القضايا مع الآخرين "، وتشير هذه النتائج إلى أن متابعة الشباب الجامعي للنشرات الإخبارية له تأثير على المستويات الثلاثة (معرفية، وجدانية، وسلوكية) بنسب متفاوتة.

٧. فيما يخص القبول المبدئي لتوظيف تكنولوجيا الواقع الممتد بالنشرات الإخبارية، فقد تبين وجود مستوى مرتفع من القبول لدى الشباب الجامعي تجاه إدماج هذه التقنيات في المحتوى الإخباري، وقد جاءت العبارة التي فضول لمعرفة كيف يمكن للتقنيات الحديثة أن تغير شكل النشرات التقليدية والعبارة أعتقد أن التقنيات الحديثة ستجعل متابعة الأخبار أكثر تفاعلية ووضوحاً في المرتبة الأولى، تليها العبارة أشعر أن هذه التقنيات قد تكون وسيلة فعالة لجذب الشباب لمتابعة النشرات الإخبارية، ثم باقي العبارات في مراتب متأخرة، وتشير هذه النتائج إلى وجود استعداد نفسي وذهني لدى الشباب الجامعي لتقبل توظيف الواقع الممتد في النشرات الإخبارية، مدفوعاً بالفضول، والرغبة في التجديد، وتوقعات بتحسين التفاعل والفهم،

٨. فيما يخص الأسباب المتوقعة لعزوف الشباب عن متابعة النشرات الإخبارية، فقد جاء يمكنني الحصول على الأخبار بسهولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدلاً من النشرات في مقدمة هذه الأسباب، تلاها أن أغلب النشرات الإخبارية تقليدية ولا تستخدم أساليب عرض حديثة واللغة تقديم الأخبار الرسمية تجعلها أقل قرباً من الشباب في المرتبة الثانية، ثم جاءت عبارات مثل النشرات الإخبارية مملة، و طول مدتها لا يناسب نمط الحياة السريع، و لا تراعي اهتمامات الشباب، بينما جاء أن النشرات تنالغ في التركيز على الأخبار السلبية والصراعات في المرتبة الأخيرة، وتشير هذه النتائج أن أسباب العزوف عن متابعة النشرات الإخبارية لا تتعلق فقط بالمحتوى نفسه، بل تمتد إلى آليات التقديم، توقيت البث، مدى التخصيص، والتفاعل، وهي كلها عناصر تؤثر على تجربة التلقي لدى الجمهور الشاب.

٩. بالنسبة للعوامل التي يمكن أن تزيد من فاعلية النشرات الإخبارية، فقد جاء استخدام الرسوم البيانية والوسائط التفاعلية يجعل النشرات أكثر وضوحاً وفهماً و التركيز على موضوعات وقضايا قريبة من اهتمامات الشباب، في مقدمة هذه العوامل، تلاها تبسيط لغة الأخبار، ثم استخدام تقنيات الواقع المعزز والمختلط، ثم باقي المقترحات، وتدلل هذه النتيجة على أن الشباب الجامعي يضع معايير عالية ومتعددة لقياس فاعلية النشرة الإخبارية، تتجاوز مجرد إيصال المعلومة لتشمل الشكل الفني، طبيعة اللغة، القرب من الاهتمامات، والقدرة على التفاعل والمشاركة. وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة توصي بالتالي:

اتجاهات الشباب الجامعي نحو متابعة النشرات الإخبارية المعززة بتقنيات الواقع الممتد

- على القنوات الإخبارية إيلاء المزيد من الاهتمام لتوظيف الواقع الممتد في النشرات الإخبارية بصورة منهجية ومنتظمة، وذلك من خلال إنشاء وحدات إنتاج متخصصة داخل القنوات الإخبارية تكون مسؤولة عن تصميم وإخراج المحتوى باستخدام تقنيات (AR/VR/MR)، مع تدريب الكوادر الصحفية على استخدام برمجيات الواقع الممتد.
- إعداد برامج تدريبية للإعلاميين حول دمج التكنولوجيا الحديثة بالمحتوى الإخباري من خلال تنظيم ورش عمل ودورات بالتعاون مع الجامعات وكليات الإعلام لتعريف الصحفيين والمنتجين بآليات توظيف تقنيات الواقع الممتد، وربطها باحتياجات الجمهور الشاب.
- تعزيز المصداقية والشفافية في النشرات المعززة بالواقع الممتد من خلال وضع سياسات تحريرية واضحة تلزم القنوات باستخدام الواقع الممتد لشرح الحقائق وتبسيطها، مع تجنب المبالغة أو الإيحاءات غير الدقيقة التي قد تضعف ثقة الشباب بالمحتوى.
- إشراك الشباب الجامعي في تقييم وتطوير النشرات الإخبارية المعززة بالتقنيات الحديثة من خلال إجراء استطلاعات دورية أو مجموعات نقاش مع طلاب الجامعات لقياس انطباعاتهم عن هذه النشرات، والاستفادة من ملاحظاتهم في تطوير الشكل والمضمون.
- إتاحة الوصول السهل للنشرات الإخبارية عبر المنصات الرقمية من خلال تطوير تطبيقات للهواتف الذكية ومواقع إلكترونية تدمج تقنيات الواقع الممتد في النشرات، بما يتيح للطلاب والشباب متابعة المحتوى من أي مكان وفي أي وقت.
- إدماج تقنيات الواقع الممتد في المناهج الدراسية للإعلام من خلال إضافة مساقات أكاديمية في كليات الإعلام تتناول إنتاج وإخراج المحتوى باستخدام تقنيات XR، بما يسهم في إعداد جيل جديد من الإعلاميين قادر على مواكبة التحولات التكنولوجية.
- عقد شراكات استراتيجية مع شركات البرمجيات والتكنولوجيا لتوفير الحلول التقنية والبنية التحتية اللازمة، مع تبادل الخبرات في مجال تطوير تجارب إعلامية تفاعلية.

قائمة المراجع

- ⁱ محمد، سماح جمال؛ وحلمي، زهرة جلال. (٢٠٢٤). المستحدثات التكنولوجية المتقدمة في إنتاج الصور الفوتوغرافية والتحركة داخل الاستديوهات الافتراضية الرقمية، المجلة العربية الدولية للفن والتصميم الرقمي، مج ٣، ع ٣، ص: ١١٥
- ⁱⁱ راغب، حمدي؛ الريفى، جيهان؛ وأردش، محمد سعد. (٢٠٢٤). الدور الجمالي في توظيف تقنية الواقع الممتد لتصميم البث الإخباري التلفزيوني. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، عدد أغسطس ٢٠٢٤، [10.21608/MJAF.2024.303988.3447](https://doi.org/10.21608/MJAF.2024.303988.3447)
- ⁱⁱⁱ يوسف، محمد صلاح. (٢٠٢٤). معالجة القنوات الإخبارية للقصص الخبرية باستخدام تقنيات الواقع المعزز: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ص: ١٥٠٩.
- ^{iv} Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), p 319
- ^v Kamarolzaman, N. F., Razali, N., Jalil, M. Z. A., Ismail, M. E., Hashim, S., & Rahman, K. A. A. (2023). Students' Acceptance Level of Augmented Reality Technology Applied to Teaching Tools Chiller Simulation System. *Online Journal for TVET Practitioners*, 8(3), 74-82.
- ^{vi} عبد النعيم، رضا سيد؛ حسام الدين، نسرين؛ فايز، فاطمة. (٢٠٢٥). تأثير تطبيقات الواقع المعزز على تذكر المحتوى الإخباري لدى الشباب الجامعي: دراسة شبه تجريبية، المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع، مج ٢، ع ٣، ص: ٣٤٥ - ٤٠٨.
- ^{vii} عويس، خالد؛ عبدالفتاح، آمنة؛ وكامل، مصطفى. (٢٠٢٤). دور الذكاء الاصطناعي والواقع الممتد في تطوير الإنتاج الافتراضي وتحدياته المستقبلية، مجلة المصمم الدولية، مج ١٤، ع ٦، ص: ١٤٧-١٥٧.
- ^{viii} الابراهيم، دالين جهاد. (٢٠٢٤). توظيف تقنية الواقع المعزز في السرد البصري للمحتوى الإخباري في القنوات الإخبارية العربية، مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، ٤٠، مج، ع (٣).
- ^{ix} نونو، فاطمة محمد عبدالفتاح. (٢٠٢٤). دور تقنية الواقع المعزز في زيادة فاعلية النشرات الإخبارية: دراسة تحليلية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بني سويف، كلية الإعلام، مج ٧، ع ١، ٣٥١ - ٤٢٠.
- ^x Kumar, H., Gupta, P., & Chauhan, S. (2023). Meta-analysis of augmented reality marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 41(1), 110-123.
- ^{xi} Hui, X., Raza, S. H., Khan, S. W., Zaman, U., & Ogadimma, E. C. (2023). Exploring Regenerative Tourism Using Media Richness Theory: Emerging Role of Immersive Journalism, Metaverse-Based Promotion, Eco-Literacy, and Pro-Environmental Behavior. *Sustainability*, 15 (6), 5046.

- ^{xii} Abdel Aziz, F. Wadie, S. Ali, A. Elsayed, M. & Khairy, D. (2023). The Usage of Mixed Reality in Climate Change Communication: A Case Study on the Weather Channel. *الجلة المصرية لبحوث الإعلام*, 85, 1-18.
- ^{xiii} Saleh, K. S., & Hassan, H. D. (2022). TV News Production In Smart Newsrooms Using Modern Technologies. *Journal of Positive School Psychology*, 6(5), 4150-4166.
- ^{xiv} الهويريني، سعود بن عبدالله. (٢٠٢٢). استخدام تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز في نشرات الأخبار العربية: دراسة تحليلية على قنوات الغد، العربية، سكاى نيوز، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ٣٢ ع، ٦٥ - ١٠٨.
- ^{xv} Tejedor, S., Cardona, N., & Cervi, L. (2020). Augmented Reality and Journalism: 10 use-case analysis from television, printing and web media platforms. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (17). 437-455.
- ^{xvi} Husnain, M., Saad, F., & Amjad, F. (2025). The Influence of TV News on Youth: Trust, Perception and Mental Health Impact. *Social Science Review Archives*, 3(1), 1207-1227.
- ^{xvii} Damstra, A., Vliegthart, R., Boomgaarden, H., Glüer, K., Lindgren, E., Strömbäck, J., & Tsfati, Y. (2023). Knowledge and the news: An investigation of the relation between news use, news avoidance, and the presence of (mis) beliefs. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 29-48.
- ^{xviii} Bernhardt, L., Dewenter, R., & Thomas, T. (2023). Measuring partisan media bias in US newscasts from 2001 to 2012. *European Journal of Political Economy*, 102360. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2023.102360>
- ^{xix} هاشم، رشا أحمد محمد. (٢٠٢٣). العلاقة بين التعرض للنشرات الإخبارية في الفضائيات العربية وصورة أطراف الصراع اليمني لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية، ع ١٠، ٣٣٦-٣٠٧.
- ^{xx} عبدالحليم، محمود محمد. (٢٠١٧). اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ١٦، ع ٤، ص ص: ٤٢٩-٤٩٦.
- ^{xxi} Morris, V., & Others. (2003). "User Acceptance of Information Technology: Toward A unified View", *Mis Quarterly*, 1 27, p 427.
- ^{xxii} Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological bulletin*, 84 (5), 888.
- ^{xxiii} *Op. cit*, 888

^{xxiv} Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), p 182.

^{xxv} عبدالرحيم، شيماء محسن محمد مبارك. (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص: ٤٠.

^{xxvi} Davis, F. D. (1989). *Ibid*, p 319

^{xxvii} عبدالرحيم، شيماء محسن محمد مبارك. (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص: ٤٢.

^{xxviii} Davis, F. D. (1989). *Ibid*, 319-340.

^{xxix} Ma, Q., & Liu, L. (2004). "The Technology Acceptance Model: A Meta-Analysis of Empirical Findings", *Journal of Organizational and End User Computing*, 16(1).

^{xxx} Chuttur, M. (2009). "Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions, Sprouts: Working Papers on Information Systems, 9(37), 1-27.

^{xxxi} Morris, V., & Others, (2003). *Ibid.*, P 434.

^{xxxii} Op. Cit., P 434

^{xxxiii} عبدالحميد، محمد. (٢٠٠٠). *مناهج البحث في الدراسات الإعلامية*، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ص: ١٣٥.

^{xxxiv} Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

(xxxv) العبد، عاطف؛ وعزمي، زكي. (٢٠٠٤). *الأسلوب الإحصائي واستخدامه في بحوث الرأي العام*، ط١، القاهرة، السحاب للنشر والتوزيع، ص ٨٦.
* قائمة السادة المحكمين

١. أ.د/ محمد غريب أستاذ الإذاعة بقسم الإعلام ووكيل كلية الآداب جامعة الزقازيق.

٢. أ.د. محمد عمارة أستاذ الإذاعة ورئيس قسم الإعلام ووكيل معهد الدراسات الأفروآسيوية جامعة قناة السويس.

٣. أ.م.د. محمد عبداللطيف أستاذ الإذاعة المساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الزقازيق

٤. أ.م.د. عبده قناوي أحمد أستاذ الإعلام الإلكتروني المساعد ورئيس قسم الإعلام الإلكتروني كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي بقنا.

٥. د. هناء محمد عربي، مدرس الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي بقنا.

^{xxxvi} حماد، ياسمين حماد محمد. (٢٠٢٤). *مستقبل توظيف تطبيقات الواقع الممتد في إنتاج الأنشطة التسويقية الرقمية للمنظمات الخدمية*، المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، مج ١، ع ٢، ص: ٦٠٧.

^{xxxvii} القديمي، حمود ردمان حمود. (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص: ٥.

^{xxxviii} Husnain, M., Saad, F., & Amjad, F. (2025). *Ibid*, p; 1207.

xxxix طاهات، زهير ياسين عايد، طاهات، خالد، وهيلات، خالد محمود عبد المجيد. (٢٠٢١). استخدام أشخاص ذوي الإعاقة لنشرات الأخبار بقناة رؤيا التلفزيونية والاشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع ٧٥، ص: ٢٧٧.

xl McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*, (6th ed.). Sage Publications, p; 345- 346.

xli Anderson, K. J. (2024). What is news? Exploring differences in how younger and older cohorts use news in today's media environment. *Communication Research and Practice*, 11(1), p; 9-10,
<https://doi.org/10.1080/22041451.2024.2344997>

xlii **The Guardian**. (June 2025). *More Australians get their news via social media than traditional sources for first time*, **The Guardian Website**, retrieved; July 31, 2025, From; <https://www.theguardian.com/media/2025/jun/17/more-australians-get-their-news-via-social-media-than-traditional-sources-for-first-time-report-finds>

xliii **Reuters**. (June 2025). *US news consumers are turning to podcaster Joe Rogan and away from traditional sources*, report shows, **Reuters Website**, retrieved; July 31, 2025, From; <https://www.reuters.com/world/us/us-news-consumers-are-turning-podcaster-joe-rogan-away-traditional-sources-2025-06-16/>

xliv Armstrong, C. L., McAdams, M. J., & Cain, J. (2015). Hazy habits: What kinds of news do young people want?. *Southwestern Mass Communication Journal*, 31(1), P;20

xlvi Gambaro, M., Larcinese, V., Puglisi, R., & Snyder, J. M. (2022). The revealed demand for hard vs. soft news: Evidence from Italian TV viewership, *CESifo Working Paper*, No 10326, p; 16.

xlvi Mersinoglu, Y. (Jul 2024). Younger UK viewers turn away from traditional TV channels; Less than half of 16- to 24-year-olds are tuning in every week, Ofcom finds, *Financial times Website*, retrieved; August 2, 2025, From; https://www.ft.com/content/bffd62d2-5e5f-4df3-bd8a-ef4596eabbe4?utm_source=chatgpt.com

xlvi Pew Research center.(September, 2012). Section 1: Watching, Reading and Listening to the News, *Pew Research center website*, retrieved; August 2, 2025, From; https://www.pewresearch.org/politics/2012/09/27/section-1-watching-reading-and-listening-to-the-news-3/?utm_source=chatgpt.com

xlvi Husnain, M., Saad, F., & Amjad, F. (2025). *Ibid*, p; 1224- 1225.

xlvi Pew Research center.(May, 2025). Republicans have become more likely since 2024 to trust information from news outlets, social media, *Pew Research center website*, retrieved; August 4, 2025, From; <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/05/08/republicans-have-become->

[more-likely-since-2024-to-trust-information-from-news-outlets-social-media/?utm_source=chatgpt.com](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf)

ⁱ Newman, N. Fletcher, R. Kalogeropoulos, A & Nielsen, R, K. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019, Reuters Institute for the Study of Journalism, p; 10, from, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf

^{li} Newman et al. (2019). *Ibid*, p; 57.

^{lii} Klopfenstein Frei, N., Wyss, V., Gnach, A., & Weber, W. (2024). “It’s a matter of age”: Four dimensions of youths’ news consumption. *Journalism*, 25(1), p; 113.

^{liii} Newman et al. (2019). *Ibid*, p; 52,56,58.

^{liv} الأبراهيم، دالين جهاد. (٢٠٢٤). مرجع سابق، ص: ١٦.

^{Iv} أبو مشطة، نوال. (٢٠٢٢). توظيف تكنولوجيا الواقع المعزز في إنتاج التقارير الإخبارية عبر القنوات الفضائية: العربية قناة سكاي نيوز عربية نموذجاً، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، مج ٩، ع ٣، ص: ٧٣٢.