تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها

د. شيرين البحيري*

ملخص الدراسة:

تهدف الدارسة الحالية للتعرف على حجم تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها. واعتمدت الدراسة على اختيار عينة من الاعلاميين المصريين بالمؤسسات الإعلامية بالطريقة العمدية وقد تكونت تلك العينة من (58) مفردة في تخصصات مختلفة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) بالمؤسسات الإعلامية (مؤسسة الاهرام وأخبار اليوم ، الجمهورية والإذاعة والتليفزيون).

كما قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان (Questionnaire) كأداة للدراسة لجمع البيانات وقد اشتملت على محورين أولهما يمثل مقياس تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية. بينما المحور الثاني يمثل مقياس اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة تقنية الميتافيرس (Metaverse)عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية. تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) لتحليل وتفسير نتائج الدراسة.

وقد توصلت نتائج الدراسة الى ان حجم تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية كبير وجاء بدرجة مرتفعة وقد بلغ الوزن المرجح لمقياس ليكرت الخماسي لهذا المحور (3.6435) كما بلغ الانحراف المعياري (1.12154) . كما أظهرت نتائج الدراسة ان اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية قوية وجاءت بدرجة مرتفعة حيث بلغ مقدر الوزن المرجح لها على مقياس ليكرت الخماسي (3.5120) و الانحراف المعياري (1.1294).

الكلمات المفتاحية: تقنية ميتافيرس ، المواقع الاعلامية، ،اتجاهات

---

* الاستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة المنوفية

Exposure of Egyptian media professionals to Metaverse technology through Arab and foreign media sites and their attitudes towards it

Abstract:

The current study aims to identify the exposure of Egyptian media professionals to Metaverse technology through Arab and foreign media sites and their attitudes towards it. The study relied on selecting a sample of Egyptian media professionals in media organizations in a deliberate manner, and that sample consisted of (58) individuals in different disciplines (press, radio and television) in media organizations (Al-Ahram Foundation, Akhbar Al-Youm, Al-Gomhoria, Radio and Television).The researcher also designed a questionnaire as a tool for the study to collect data. It included two axes, the first of which represents a measure of exposure of Egyptian media professionals to Metaverse technology through Arab and foreign media websites. While the second axis represents a measure of the attitudes of Egyptian media professionals towards following the Metaverse technology through Arab and foreign media websites. The statistical package for social studies (SPSS) program was used to analyze and interpret the results of the study.The results of the study concluded that the volume of exposure of Egyptian media professionals to the Metaverse technology through Arab and foreign media sites is large and came to a high degree. The results of the study also showed that the attitudes of Egyptian media professionals towards following the Metaverse technology through Arab and foreign media websites are strong and came in a high degree, as the estimated weight on the five-point Likert scale reached (3.5120) and the standard deviation (1.1294).

Key words:

Metaverse technology, media sites, trends

مقدمة:

شهدت الآونة الأخيرة عقب الثورة الصناعية الرابعة تطورات حديثة وتغيرات سريعة أدت الى ظهور تقنيات تكنولوجية جديدة في مجالات متعددة خاصة في مجال الاتصالات والمعلومات والتي اتجهت نحو التحولات التقنية الرقمية تلك التحولات التقنية التي أحدثت تأثيرات فريدة في الاعلام الرقمي نتج عنها حدوث طفرة قوية في مجال الصحافة والاعلام.

فضلا عن حدوث الاندماج بين التقنيات التكنولوجية الحديثة مع شبكة الانترنت وتطوراتها المتسارعة. وهذا الاندماج الذي نقل العنصر البشرى إلى العالم الافتراضي ذو الطبيعة الخيالية المنغمسة في العالم الواقعي فجعلت الانسان دائماً في طموح مستمر ومشروع ويسير في مسار بعيد يجمع بين الواقع والخيال لتحقيق رغباته والوصول الى مستوى متميز من الرفاهية وصارت تلك التقنيات تلعب دورًا محورياً في تغيير نمط وطبيعة الحياة المعاصرة.

ومن أمثلة التقنيات الحديثة التي اندمجت في مجالات الحياة المختلفة وأصبحت لها دور كبير وفعال ولا يمكن الاستغناء عنها تقنية (Artificial Intelligence) الذكاء الاصطناعي وأدواتها ،الروبوتات ، (Internet of Things)انترنت الأشياء ، (Augmented Reality) الوقع المعزز , (Virtual Reality) الواقع الافتراضي و مواقع التواصل الاجتماعي (J. Huggett ,2020)[1].

بيد أن ظهور مصطلح جديد يجمع العديد من تلك التقنيات الحديثة والذي يطلق عليه ميتافيرس (Metaverse) حينما أعلن عنه مارك زوكربرج مؤسس شركة (Facebook)في بداية النصف الثاني من عام 2021 معبرًا عن حد قوله تحويل شركة (Facebook) الى ميتافيرس (Metaverse) هذا الامر الذى دفع الشركات العملاقة في صناعة البرمجيات و الأجهزة الذكية مثل (Samsung ,Apple, Google, Microsoft etc. , Amazon) للتوجه نحو الميتافيرس (Metaverse) وتطبيقاتها التي باتت مصدر تسائل و حيرة كبير بين الخبراء و العلماء و المثقفين الى أين ستتجه التطبيقات الحديثة المرتبطة بالميتافيرس (Metaverse) . وكذلك أصبحت مصدر تخوف من التوجه بتطبيقاتها نحو الأغراض الغير لائقة والغير شريفة. كالتي بددت بوادرها تظهر في شكل الألعاب الإلكترونية التي باتت توفر بيئة الكترونية افتراضية عنيفة مليئة بالعصبية والنزاعات العدائية بين المستخدمين بعضهم البعض حيث لا مجال لها غير نشر العنف والتعصب والتحزب بل وتشتيت الانتباه (Bibri S. et al.)[2] .

و يعتمد الميتافيرس على جمع العديد من التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) ،الواقع المعزز (Augmented Reality) ،الواقع الافتراضي (Virtual Reality)، والحوسبة السحابية(Cloud Computing) ،البلوكتشين والعملات المُشفرة(Blockchain and cryptocurrency) ، البناء ثلاثي الأبعاد (3D Reconstruction) التي تسمح بالقيام بزيارات افتراضية للمواقع الحقيقة ومشاهدتها ، وإنترنت الأشياء (Internet of things- IoT) في حين تسعى المؤسسات الإعلامية الدولية الكبرى للاستفادة من هذا الأسلوب الجديد في تطوير الأداء وتحديث العمل

, الإنتاج في المجال الصحفي و الإعلامي مثل مؤسسة واشطن بوست (Washington Post) ،الجارديان (Guardian)،رويترز (Routers) ونيويورك تايمز (New York Times) وغيرها (Rosenberg, 2022)[3].

مشكلة الدراسة: -

ان الاعلام الرقمي بما يشتمل من أدوات ووسائل تقنية حديثة ومتطورة يشهد تغيرات وتحسينات جديدة وسريعة تمخضت عن تطورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي لازمت تحديثات الانترنت الهائلة تلك التي ساهمت في ميلاد الميتافيرس (Metaverse) هذا النمط الجديد والفريد من التقنيات الحديثة الذي سيكون له دور مؤثر وغير تقليدي في تغيير مظاهر الحياة المعاصرة بصفة عامة والاعلام الرقمي بصفة خاصة. لذ جاءت الدراسة الحالية لتعميق وتثبيت المفاهيم المرتبطة الميتافيرس (Metaverse) والتعرف على أهم التطبيقات المتعلقة بها. إضافة الى القيام برصد وتحليل دوافع وأراء الإعلاميين المصريين عن الميتافيرس (Metaverse) من خلال التصفح والتفاعل الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية التي تستعرض الميتافيرس (Metaverse) سواء في المقالات ، الأخبار ، تغطية المؤتمرات ... الخ. كما تسعى الدراسة الحالية لرصد وتحليل التأثيرات الفعالة للميتافيرس (Metaverse) على الإعلاميين المصريين وكذلك معرفة وإدراك اتجاهاتهم نحوها.

ويمكن صياغة مشكلة الدارسة في التساؤل الاتية: -

❖ **ما هو حجم تعرض الإعلاميين المصريين لإعلانات الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية؟ وما هى اتجاهاتهم نحوها؟**

أهميــة الدراسـة:

- تهتم الدراسة الحالية بالإعلاميين المصريين العاملين بالمؤسسات الاعلامية ومدى تصفحهم للمواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية والتي تعكس جانب من جوانب اهتماماتهم الحياتية المتعلقة بتعرضهم لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر تلك المواقع.
- تبرز الدراسة الحالية دوافع الإعلاميين المصريين العاملين بالمؤسسات الاعلامية نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) من خلال تصفحهم المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية.
- تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال تركيزها على تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية وتطبيقاتها المختلفة والمفاهيم المرتبطة بها حيث أنها تسهم في توفير الجهد والوقت والتكلفة وباتت عمادًا أصيلا لكثير من المؤسسات والهيئات والشركات المتقدمة.
- تكمن أهمية هذه الدراسة في تناولها موضوع جديد وهو تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية خاصة مع ندرة الدراسات والبحوث العربية المرتبطة بذات الموضوع وقلة الدراسات والبحوث الأجنبية التي تتعرض لهذا الموضوع بشيء من التفصيل.

أهـــداف الدراسة:

- تسعى الباحثة من خلال هذه الدراسة للتعرف على العلاقة بين الإعلاميين المصريين العاملين بالمؤسسات الاعلامية وتعرضهم لتقنية الميتافيرس (Metaverse) من خلال تصفحهم للمواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية.
- التعرف على اتجاهات الإعلاميين المصريين العاملين بالمؤسسات الاعلامية نحو تقنية الميتافيرس(Metaverse) من خلال تصفحهم للمواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية.
- التعرف على تأثير تقنية الميتافيرس (Metaverse) على أداء العمل الصحفي والإعلامي بالمؤسسات الصحفية والإعلامية إضافة الى رصد وتحليل الفوائد من تطبيق تقنية الميتافيرس (Metaverse) في الحياة العملية.
- تهدف الدراسة الحاليـــة للكشف عن طبيعة تقنية الميتافيرس (Metaverse). وأهم المفاهيم المرتبطة بها. كما تهدف الدراسة لمعرفة وإدراك أنواع التطبيقات الخاصة بتقنية الميتافيرس (Metaverse) في المجالات المختلفة.

الدراســـات السابقة:

1- **دراسة (Androw Lian،2022)**[4]

سعت هذه الدراسة للتعرف تأثير الميتافيرس (Metaverse) على المضامين والمحتويات الصحفية بالمؤسسات الصحفية والإعلامية الامريكية. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح التحليلي كما استخدم الباحث في الدراسة أداة اعتمدت على الملاحظة والمشاهدة. و قد توصلت نتائج الدراسة الى ان التقنيات التكنولوجية خاصة الميتافيرس (Metaverse) ، الوقع المعزز (Augmented Reality) , الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) و غيرها لن تحل أبداً محل العناصر البشرية . وأن العنصر البشرى سيظل هو المهمين والمتحكم في التقنيات التكنولوجية الحديثة بينما دور هذه التقنيات التكنولوجية هو المساهمة في تحسين وزيادة الدقة والكفاءة في الأداء والعمل المهني. كما أظهرت نتائج الدراسة الى أن هناك تحديات كبيرة تواجه تطبيق الميتافيرس (Metaverse) في العمل الصحفي والإعلامي بالمؤسسات الصحفية والإعلامية الامريكية وفي مقدمة هذه التحديات توفير رؤوس الأموال المطلوبة لتنفيذ وانشاء البينة التحية الملازمة لتطبيق الميتافيرس (Metaverse) بالمؤسسات الصحفية والإعلامية الامريكية.

2- **دراسة (.M U Ananya Babu et al, 2022)**[5]

رصدت هذه الدراسة اهتمام كثير من الجمهور بتقنية الميتافيرس Metaverse. وقدرة هذه التقنية على إحداث تحولات هائلة من خلال تطوير الأجهزة والبرامج التي تتيح زيادة انتشار التفاعلات الافتراضية في الفضاء الافتراضي مع نمو بتقنية الميتافيرس Metaverse حيث تمد الناس بالتواصل والتفاعل مع الآخرين ليس في الواقع فقط ولكن في البيئات الافتراضية (Virtual Environments)، وتعرضت الدراسة لتفكير الباحثين بجدية في

كيفية تأثير metaverse على حياة الناس اليومية. كما هدفت الدراسة إلى فحص تصورات الناس تجاه تقنية الميتافيرس metaverse واقتراحها كمفهوم للحياة اليومية بناءً على مراجعة الدراسات الببليومترية ذات الصلة الميتافيرس metaverse وذلك من خلال إجراء استطلاع عبر منصات التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة التي بلغت (220) مفردة من الجمهور ذوي الخبرة. وقدم المشاركون آرائهم حول الميتافيرس Metaverse كمفهوم للحياة اليومية من منظور الخبرة وكيفية الاستفادة منها على المستوى الفردي والاجتماعي. وقد خلصت الدراسة إلى أن metaverse هو عالم افتراضي مليء بالإمكانيات التي يمكن أن يوفر الكثير من التجارب التي تحاكى الواقع.

3- دراسة (Jie Huang et al.,2022)[6]

سعت الدراسة الحالية للتطلع معرفة مفهوم الميتافيرس (Metaverse) والتعرف على السمات الرئيسية لـ الميتافيرس (Metaverse). تحليل بناءها من جوانب مختلفة مثل الدعم الفني والتقدم التكنولوجي بالإضافة إلى التحديات والقيود المتعلقة بها. وقد عرفت الدراسة الـ الميتافيرس (Metaverse)هو عالم افتراضي يتضمن جميع جوانب التكنولوجيا الرقمية، بما في ذلك مؤتمرات الفيديو، والألعاب مثل Minecraft أو Roblox، والعملات المشفرة، والبريد الإلكتروني، والواقع الافتراضي، والوسائط الاجتماعية، والبث المباشر.

كما أكدت الدراسة على لـ الميتافيرس (Metaverse) يعد مكسب غير متوقع جديد للتطوير المستقبلي للإنترنت، ويجب تحقيق المزيد من التطوير لـ Metaverse من وجهات نظر متعددة، مثل الاستثمار الصناعي والتنظيم والتكامل الصناعي والاختراقات التكنولوجية.

4- دراسة (Simon Elias Bibri,2022)[7]

سعت هذه الدراسة للقيام بتحليل أداء الميتافيرس (Metaverse) كشكل من أشكال العلم والتكنولوجيا والنواحي الاجتماعية التي يتم تضمينها فيها وذلك من خلال التركيز على العوامل المتشابكة الكامنة وراء تجسيدها وتوسعها ونجاحها وتطورها، بالإضافة إلى إبراز الاختلافات الرئيسية والشكوك التي لها آثار مباشرة على تحقيقها وقبولها. وقد أظهرت نتائج الدراسة على أن الميتافيرس(Metaverse) لها أثار و مخاوف جدية بشأن الحتمية ، والاختزال ، والإقصاء الاجتماعي ، والتهميش ، وتآكل الخصوصية ، والمراقبة ، والسيطرة ، والارتداد الديمقراطي ، وعقلية الخلية ، كما خلصت الدراسة إلى أنه بسبب الطبيعة الإشكالية للميتافيرس(Metaverse) من حيث الآثار الأخلاقية والاجتماعية المتأصلة فيه ، كما أكدت النتائج على ضرورة الحاجة إلى مزيد من العمليات والممارسات الواضحة لتعزيز المشاركة العامة والسماح بدور عام أكثر فاعلية في تشكيلها والتحكم فيها ، لا سيما في وقت مبكر من عملية صنع القرار لتطويرها وتحسينها وذلك عندما تكون فرصة المدخلات الفعالة والخيارات المستنيرة الأكثر مرونة .

5- دراسة (Qian pon le،2022)[8]

هدفت هذه الدراسة لاستكشاف والتعرف على توظيف تقنية الميتافيرس (Metaverse) بالمؤسسات الصحفية والإعلامية الامريكية. وقد طبقت الدراسة على عينة من قيادات المؤسسات الصحفية والإعلامية الامريكية من خلال المقابلات المباشرة بهم. وقد بلغ عدد العينة (45) مفردة من مجتمع الصحفيين والاعلاميين الأمريكيين. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني. وقد توصلت الدراسة من خلال نتائجها الى ان الميتافيرس (Metaverse) لها تأثير قوى في تحسين أداء العمل المهني والصحفي بخلاف القدرة الفائقة لها في معالجة الكم الهائل من البيانات والمعلومات. كما أبرزت الدراسة الدور الكبير الذي تقوم به الميتافيرس (Metaverse) في الكشف عن الاخبار الزائفة والمضللة فضلاً عن توفير الوقت والجهد لدى العاملين في الحقل الصحفي.

6- دراسة (Rey.N،2022)[9]

سعت هذه الدراسة للتطلع لمعرفة اعتمادية الصحف المحلية أو القومية في دول اسبانيا والبرتغال وفرنسا على تطبيقات الميتافيرس (Metaverse) وشبكات الجيل الخامس. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة حيث تم اختيار عينة عمدية من مجتمع الصحفيين ببعض الصحف المحلية لدى اسبانيا والبرتغال وفرنسا وقد بلغت (120) مفردة من الصحفيين ومديري التحرير. وقد تم تصميم أداة الدراسة عبارة عن استمارة استقصاء اعتمدت على نظرية انتشار المستحدثات ونظرية شبكة القوى الفاعلة. وقد كشفت الدراسة من خلال نتائجها الى ان الجمهور له دور حيوي وفعال في صناعة وانتاج المحتويات الإلكترونية وهو ما يسمى (User generated Contents) وذلك من خلال التواصل الفعال بين الجمهور والمؤسسات الصحفية. كما أكدت الدراسة على ان التقنيات الحديثة في ذات المجال تساهم بشكل مباشر في هذا التواصل الفعال كما يساهم في سرعة انتشار الاخبار وتسهيل تغطيتها.

7- دراسة (Vicente. P،2022)[10]

هدفت هذه الدراسة لاستكشاف دور شبكات الجيل الخامس مع تقنية الميتافيرس (Metaverse) في العمل الصحفي والإعلامي بالمؤسسات الصحفية ووكالات الانباء وإعادة تشكيل وهيكلة تلك المؤسسات في ظل الاعتماد على الميتافيرس (Metaverse).

وقد طبقت الدراسة عينة عمدية من الصحف المشهورة ووكالات الانباء مثل BBC، LOS ANGELES TIMES. كما اعتمدت الدراسة على اجراء المقابلات المتعمقة مع مدراء التحرير لتلك المؤسسات .وقد كشفت الدراسة عن الاتجاه الجديد الاعلامية العالمية ووكالات الانباء ليس متوقف على الميتافيرس (Metaverse) فحسب بل يتم استخدام امكانيات التقنيات التكنولوجية الاخرى مثل انترنت الأشياء (Internet of Things) في العمل الصحفي مما جعلها تسهم في سرعة انجاز العمل الصحفي والإعلامي بأقل وقت ممكن وبكفاءة عالية مع توفر إمكانية تحليل الاخبار.

8- دراسة (Md Ariful et al.,2022)[11]

قصدت الدراسة الحالية للتعرف على تقنية الميتافيرس (Metaverse) والتعرف على الأدوات التكنولوجية المتصلة بـ(انترنت الأشياء) IoT وBlockchain والذكاء الاصطناعي وجميع الصناعات التقنية الأخرى بما في ذلك المجال الطبي. وقد أكدت الدراسة على أن بـ(انترنت الأشياء) IoT والميتافيرس (Metaverse)هما التوأم الرقمي، بينما يستخدم الميتافيرس (Metaverse)الحد الأقصى من أجهزة إنترنت الأشياء في محطات العمل الافتراضية الخاصة بهم. كما أكدت الدراسة على أن الميتافيرس (Metaverse) تحتوي على بيانات وعلامات تعريفية فريدة وتستخدم كبيانات قابلة للتتبع في Metaverse القائم على Blockchain وقد أصبحت هذه البيانات مورداً قيماً للذكاء الاصطناعي.

9- دراسة (Lano Hai,2022)[12]

قصدت هذه الدراسة التطلع لاستكشاف تأثير استخدام تطبيق الميتافيرس (Metaverse) على تحسين وتطوير أداء العمل الإعلامي بشكل عام والصحفي بشكل خاص بوكالتي رويترز الامريكية والانباء الفرنسية. وقد اعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح التحليلي والاعتماد على الملاحظة والمشاهدة وقد أظهرت النتائج ان الميتافيرس (Metaverse) تعمل على تطوير وتحسين عمليات التحرير والإنتاج والنشر الرقمي والإخراج وغيرها من العمليات الأساسية بالمؤسسات الصحفية والإعلامية. كما بينت الدراسة أن الميتافيرس (Metaverse) تفتح مجال لتنمية الموارد البشرية التي تعمل بالحقل الإعلامي والصحفي وأنها تفتح مجال لسوق العمل الإلكتروني المعتمد على التكنولوجيا الرقمية من خلال الاحتياج للمبرمجين ومهندسين التكنولوجية الرقمية الحديثة والإنتاج الآلي.

10- دراسة (أيمن محمد ابراهيم بريك ،2022)[13]

سعت هذه الدراسة للتطلع لرصد وتحليل أراء خبراء من الاعلاميين والأكاديميين عن مستقبل الصحافة الرقمية في ظل توظيف تقنية الميتافيرس (Metaverse) في الصحافة وذلك باستخدام أسلوب دلفاى والتحليل المورفولجى وقد استخدمت الدراسة أداة دراسة استبيان إضافة الى المقابلات المتعمقة مع خبراء من الاعلاميين والأكاديميين وقد بينت الدراسة وجود تحديات كبيرة تواجهها الصحافة الرقمية والصحافة المطبوعة خاصة في انتشار تقنية الميتافيرس (Metaverse) وقد توقعت الدراسة أن تقنية الميتافيرس (Metaverse) سيكون لها دور في تهديد مستقبل الصحفيين والإعلاميين ان لم يطورا أدائهم و أعمالهم بالتدريب ومتابعة متطلبات تقنية الميتافيرس (Metaverse) .كما توقعت الدراسة أن المؤسسات الصحفية لابد لها من الالتحاق بركب التطور التكنولوجي المتمثل في أدوات تقنية الميتافيرس (Metaverse) ولكن أبرز التحديات التي تواجهها في تنفيذ ذلك هي التحديات المادية .

11- دراسة (Wang L.,2022)[14]

سعت هذه الدراسة للتطلع لمعرفة مستقبل الصحافة التقليدية والرقمية بدولة اليابان في ظل انتشار شبكات الجيل الخامس وميلاد الميتافيرس (Metaverse) بالمؤسسات الصحفية اليابانية. وقد اعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح التحليلي واجراء المقابلات المتعمقة مع عدد من مديري التحرير الاعلامية في مدينة طوكيو. وقد اسفرت نتائج الدراسة عن أن المؤسسات الصحفية بمدينة طوكيو تعمل جميعها على السعي للاستفادة القصوى من تطوير وتحسين كل العمليات التي تتم بالمؤسسات الصحفية مثل التصميم والإخراج والتحرير والإنتاج. كما ان المؤسسات الصحفية تسعى للتوسع في الخدمات الصحفية بفضل التكنولوجيا الرقمية. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى ظهور نوع جديد من الصحافة يسمى الصحافة الافتراضية (Virtual Journalism) يعتمد على التكنولوجيا الرقمية و الميتافيرس (Metaverse) بالإضافة الى تقنية الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence)).

12- دراسة (Bernt Kim,2022)[15]

قصدت هذه الدراسة التطلع لمعرفة تطبيق تقنيات الميتافيرس (Metaverse) وروبوت (Repot)و نظارات XR في الصحافة بالمؤسسات الدولية (Daily Mail) البريطانية ،(Washington post)الامريكية ، (Morgen Set) الألمانية ،(Day Press) النمساوية .

وقد ركزت الدراسة على نقاط الاستفادة من تلك التقنيات التكنولوجية في المؤسسات الصحفية المذكورة سلفاً من حيث صياغة وتنسيق المحتويات والمضامين الإخبارية. أشارت نتائج الدراسة الى التعرض للتنافس بين التكنولوجية الحديثة وتقنياتها مع العناصر البشرية في الصحافة حيث أن يتنامى دور التقنيات التكنولوجية في المؤسسات الصحفية في تطوير وتحسين العمل الصحفي بينما يتراجع دور العناصر البشرية في العمل الصحفي. وقد أظهرت الدراسة التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات الميتافيرس (Metaverse) في الصحافة.

13- دراسة (S. M. Park, Y. G. Kim, 2022)[16]

قصدت هذه الدراسة الى معرفة وإدراك دور تقنية الميتافيرس Metaverse في تحقيق تكامل الأنشطة الاجتماعية وتأثيراتها الاجتماعية والقيود والتحديات التي تواجهها. مع معرفة أساليب وتكوين الشبكة العصبية المرتبطة بالميتافيرس Metaverse والتي تقوم تجمع في طياتها أكثر من تقنية مستحدثة متناسقة ومترابطة التي تدعم البيئة الافتراضية واتصالها بالبيئة الواقعية مع التطوير التكنولوجي الذي يقوم بتعزيز Metaverse بعدة عوامل. كما تعرضت الدراسة لأهم التطبيقات الترفيهية المرتبطة بتقنية الميتافيرس Metaverse مثل Gaming وRoblox إضافة الى التطبيقات المتعلقة بمجال الأفلام والفيديوهات.

14- دراسة (سحر عبد المنعم محمود الخولى،2022) [17]

عمدت هذه الدراسة لرصد وتحليل معالجة الصحف العربية والأجنبية لتقنية الميتافيرس (Metaverse) وشبكات الجيل الخامس، وقد استخدمت المنهج المسحي بأسلوب تحليل المضمون وقد اعتمدت على عينة من الصحف العربية والأجنبية وتشمل اليوم السابع المصرية ،صحيفة البيان الإماراتية، ، التايمز البريطانية وصحيفة الواشنطن بوست الأمريكية، ، وقد أكدت الدراسة من خلال النتائج على اسهام تقنية الميتافيرس(Metaverse) في تطوير الإعلام والتأثير على شكل ومضمون الرسائل الإعلامية إضافة الى أهمية تطبيق تقنية الميتافيرس (Metaverse)في عدة مجالات منها الإعلام ،التسويق و التعليم . كما أظهرت الدراسة دور تقنية الميتافيرس (Metaverse) في تطوير نظم التواصل بين الأفراد بسرعة وجودة فائقة، وتطوير الألعاب الإلكترونية إضافة الى أنها عرجت على بعض المساوئ المتوقعة من استخدام الميتافيرس (Metaverse) وكيفية مواجهاتها.

15- دراسة (اسراء صابر عبد الرحمن ،2022)[18]

سعت هذه الدراسة للتطلع لمعرفة اتجاهات الصحفيين العاملين بالصحف العربية نحو توظيف الميتافيرس (Metaverse) داخل الغرف الإلكترونية بالصحف العربية. وطبقت الدراسة على عينة من الصحفيين والقيادات التي بلغ قوامها (100) مفردة من العاملين الاعلامية الخاصة والقومية بالدول العربية. كما قامت الباحثة بإجراء المقابلات عبر الانترنت (on line) مع عدد (10) من الخبراء والأكاديميين. وقد اعدت الباحثة أداة أساسية للدراسة تتمثل في استبيانة. وقد توصلت نتائج الدراسة الى عدم توفر الإمكانيات والتجهيزات لتطبيق الميتافيرس (Metaverse) داخل الغرف الإلكترونية بالصحف العربية بالصورة المرجوة. وأظهرت النتائج ان تطبيق الميتافيرس (Metaverse) الاعلامية الخاصة والقومية بالدول العربية له نواحي ايجابية وسلبية ولكن النواحي إيجابية أكثر من النواحي السلبية. أشارت الدراسة الى وجود تحديات في تطبيق الميتافيرس (Metaverse) بالصحف الخاصة والقومية بالدول العربية.

16- دراسة (.Amos Taylor et al,2015)[19]

عمدت هذه الدراسة للتطلع لاستشراف مستقبل الصحافة والاعلام العالمي حتى عام 2030 والوقوف على أهم التطورات الخاصة بالصحافة الرقمية في ظل التقدم التكنولوجي والتقنيات الحديثة. وقد اعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح بالعينة. كما اعتمدت الدراسة على للدراسة عبارة عن استبيان والقيام بإجراء العديد من المقابلات المتعمقة مع عدد من الخبراء الإعلاميين والصحفيين وذوي الرؤى على مستوى العالم. وقد أكدت الدراسة على عن وسائل الاعلام ستمر بتطورات وتغيرات جذرية نحو التخصصية واثراء البيانات الفردية والمؤسسية الضخمة والعمل على انتاج محتويات غزيزة ذات التفاعلية المرنة مع الجمهور من خلال الانترنت. إضافة الى السعي الدؤوب للمؤسسات الصحفية والإعلامية نحو الائتمة والتوسع الغير مسبوق نحو الحصول على الخدمات الصحفية

والإعلامية الرقمية وذلك بفضل التطورات التكنولوجية الحديثة المذهلة والسريعة التي تمد المجتمعات بالمساهمة المباشرة في اختراع التقنيات التكنولوجية الجديدة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال ما تم استعراضه للدراسات السابقة والادبيات العربية والأجنبية التي تتعلق بالميتافيرس (Metaverse) يمكن تحديد العديد من النقاط ذات الأهمية والتي تمثل أوجه اتفاق أو اختلاف بين الدراســة الحالية والدراسات السابقة التي ساهمت في مساعدة الباحثة للتوصل الى بعض العناصر والأفكار الجيدة ومنها:

- جاءت الدراسة الحالية والدراسات السابقــة متفقة على أهمية استخدام تطبيق تقنية الميتافيرس (Metaverse) في تطوير الأداء وتحسين العمل المهني والإنتاج والإخراج والنشر الإلكتروني وغيرها من الأنشطة بالمؤسسات الصحفية والاعلامية.
- اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقــة على ضرورة ربط تقنية الميتافيرس (Metaverse) بتكنولوجيا الجيل الخامس للشبكات والتي تتوائم معها فنياً وتقنيًا وبالتالي تسهم في عمل طفرة غير مسبوقة في المجالات المتنوعة وذلك من المؤشرات والاستشراقات المستقبلية.
- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقــة من حيث استخدام المنهج الوصفي للدراسة والقيام باستخدام المسح بالعينة على عينة الدراسة. واستخدام أداة التحليل الإحصائي. وهي برنامج(SPSS) الذي تم استخدامه في تحليل البيانات التي تم جمعها من المبحوثين ومعالجتها للحصول الى نتائج الدراسة.
- بينما اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تحديد واختيار عينة الدراسة.
- اختلفت المتغيرات التي اعتمدت عليها الدراسة مع نظيراتها في الدراسات السابقة.
- تعد أداة الدراسة التي تمثل استبيانه تم تصميمها بواسطة الباحثة من مظاهر اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.
- تميزت الدراسات الأجنبية التي تعرضت لتقنية الميتافيرس (Metaverse)بالثراء والتنوع وان كانت قليلة الى حد ما ليس على المستوى النظري فقط بل على المستوى التطبيقي أيضاً. بينما كانت الدراسات العربية التي تعرضت لتقنية الميتافيرس (Metaverse) فقيرة ونادرة.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

1- الناحية النظرية

ان الدراسات والادبيات التي تم استعراضها سابقاً أفادت الباحثة في استكشاف وتحديد الأطر المعرفية للدراسة الحالية والتي ركزت على تقنية الميتافيرس (Metaverse) وكيفية الاستفادة منها وخاصة في المجال الإعلامي. إضافة الى التعرف على المفاهيم والأساسيات

المرتبطة بالميتافيرس (Metaverse) التي تعمل على ترسيخ وتأصيل المعرفة واتساع الأفق وبلورة التصور البحثي في هذا الاتجاه.

2- **الناحية المنهجية:**

أما من الناحية المنهجية فقد ساهمت الادبيات والدراسات التي تم استعراضها سابقاً في توجيه الباحثة نحو تحديد الإطار المنهجي والأكاديمي الملائم للدراسة الحالية وكذلك تحديد المنهج المناسب لها.

الإطار النظري للدراسة

نظرية انتشارالمستحدثات (Diffusion of Innovations theory)

إن هذه النظرية (**Diffusion of Innovations Theory**) تهتم بطريقة تكيُّف التكنولوجيا الحديثة وتطويعها بطريقة جيدة للقيام بنشر التكنولوجيا والأفكار المستحدثة بين أفراد المجتمع. وصاحب هذه النظرية هو (Everett Rogers) [20] الذي قام بتعريف نشر المستحدثات بأنها عملية يتم من خلالها انتشار فكرة أو مفهوم أو سلوك مستحدث بين أفراد نظام اجتماعي معين في فترة زمنية محددة ويكون معدل انتشار الأفكار أو المفاهيم المستحدثة متفاوت وذلك بناءاً على عوامل عدة تتمثل في النقاط الاتية:

1- درجة السهولة والتعقيد والتوافق (**Compatibility**)

2- المزايا النسبية للشيء المستحدث (**Advantage Relative**)

3- القدرة على الفهم (**Comprehensive**)

4- قابلية الملاحظة ووضوح النتائج (**Observability**)

5- قابلية التداول أو التجريب (**Trialability**)

يعتمد مدخل نظرية انتشارالمستحدثات على شقيين أساسين هما:

الشق الأول هو الانتشار (Diffusion) والذي يعنى بالعملية المختصة بنقل الشيء المستحدث خلال قنوات الاتصال وذلك في الوقت المحدد بين أعضاء النظام الاجتماعي حيث تبدأ عملية تبنى نقل الفكرة أو المستحدث.

الشق الثاني: هو المستحدث (Innovation) و الذى يعنى بالفكرة أو المستحدث الجديد الذى يسود انتشاره بين أعضاء النظام الاجتماعي .إضافة الى ذلك يوجد عدة محددات ذات تأثير في عملية انتشار ونقل المستحدثات مثل:

- طبيعة المجتمع الذي يتبنى نشر المستحدث فكلما زاد معدل تحضر المجتمعات سمح ذلك بتوفير بيئة خصبة لانتشار المستحدث بطريقة جيدة وسريعة.
- المستوى التعليمي والثقافي للمجتمع الذي يتبنى نشر فكرة المستحدث فكلما ارتفعت درجة التعليم لدى المجتمع وارتقى مستوى ثقافته كلما كان ذلك أدعى لانتشار المستحدث والعكس صحيح.

- العادات والتقاليد السائدة في المجتمع المنوط بنقل ونشر المستحدثات فكلما كان المجتمع أكثر انفتاحاً وتطلعاً للتعرف على المستحدثات والمستجدات كان أدعى وأكثر قبولاً واستقبالاً لنشر المستحدث.
- زيادة التكلفة المادية لنشر الشيء المستحدث فثم وجود علاقة عكسية بين انتشار المستحدث والتكلفة المادية المطلوبة لتحقيق ذلك فكلما زادت تكلفة المستحدث كلما قل معدل انتشاره والعكس صحيح.

مدى استفادة الدراسة الحالية من نظرية انتشارالمستحدثات (Diffusion of Innovations theory)

استفادت الدراسة الحالية من نظرية انتشارالمستحدثات (Diffusion of Innovations theory) في التعرف على المفاهيم المرتبطة بتقنية الميتافيرس (Metaverse) وعلاقتها بالإعلام الرقمي. فضلاً عن إدراك المعرفة بالمجالات التطبيقية لتقنية الميتافيرس (Metaverse) في الحياة العملية. حيث أنها تعد واحدة من المستحدثات الجديدة التي باتت تنشر في المجتمعات المدنية التي تسعى لتحقيق التقدم والرقى ومن ثم قدرة السعي نحو عمل نهضة وتنمية المستدامة.

تساؤلات الدراسة:

1- ما هي تقنية الميتافيرس (Metaverse) ؟ وما هو حجم تعرض الإعلاميين المصريين لها عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية؟

2- ما هي دوافع الإعلاميين المصريين من التعرض لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية؟

3- هل يوجد اختلاف بين استجابات مفردات عينة الدراسة الممثلة في الإعلاميين المصريين طبقاً لتقنية الميتافيرس (Metaverse) المتوفرة عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية يعزى للمتغير الوصفي (النوع).

4- ما هي اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية؟

فـــروض الدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية بين تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية وبين اتجاهات الإعلاميين المصريين نحوها.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائيـة بين استجابات مفردات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية تعزى للمتغير الوصفي (النوع) .

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات مفردات عينـة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية يعزى للمتغير الوصفي (المؤسسة الإعلامية).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات مفردات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوهـا تعزى للمتغير الوصفي (النوع).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات مفردات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوهـا تعزى للمتغير الوصفي (المؤسسة الإعلامية).

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة (Study Type):

تنتمي الدراسة الحالية الى الدراسات الاستكشافية (Discovery Studies) حيث أنها تتضمن تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية التي يتعرض لها الإعلاميين المصريين وتقوم بتوفير قدر كبير من المعرفة المرتبط بذات الموضوع. فضلاً عن أنها تنتمي للدارسات الوصفية (Descriptive Studies) وذلك نظراً لكونها تسعى للبحث والتنقيب عن العوامل الأساسية والمؤثرة المرتبطة بالموضوع واستخراج التصورات والآراء لعينة الدراسة من مجتمع الاعلاميين المصريين عن تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية العربية والأجنبية وكذلك التعرف على اتجاهاتهم نحوها.

منهج الدراسة (Study Syllabus)

ان هذه الدراسة تنتمي للدراسات الوصفية (Descriptive Studies) فقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي (Survey Syllabus) الذي يعتمد على المسح بالعينة (Sample Survey Methodology) حيث يتم وصف الظاهرة المرتبطة بموضوع الدراسة للإجابة عن التساؤلات المطروحة التي أثيرت في مشكلة الدراسة وذلك من خلال التعرف على استجابات المبحوثين من عينة الدراسة المتمثلة في الاعلاميين المصريين في تخصصات متنوعة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) والعاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية. وهذا المنهج يناسب موضوع الدراسة ويهدف للتعرف على اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية وكذلك مدى تعرضهم لإعلانات الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية.

مجتمع وعينـــة الدراسة(Study Community and Sample)

تم تطبيق أداة الدراسة وهي عبارة عن استمارة استبيان (Questionnaire) على عينة الدراسة التي تمثلت من مجتمع الاعلاميين المصريين في تخصصات متنوعة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) والعاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية. وقد بلغ قوام عينة الدراسة (58) مفردة من مجتمع الدراسة. وقد اختيرت عينة الدراسة بعناية بالطريقة العمدية من الإعلاميين المصريين العاملين بالمؤسسات الإعلامية (مؤسسة الاهرام وأخبار اليوم والإذاعة والتليفزيون).

أدوات الدراســة (Study Tools)

لقد اعتمدت الباحثة في دراستها الحالية على استمارة الاستبانة (Questionnaire) والتي تمثل أداة الدراسة. حيث تضمنت تلك استمارة الاستبانة (Questionnaire) محورين أساسين. المحور الأول الذي يمثل مقياس تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية بالمؤسسات الإعلامية المصرية والذي اشتمل على (14) فقرة. بينما تضمن المحور الثاني والذي يمثل مقياس اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية بالمؤسسات الإعلامية المصرية والذي تضمن (12) فقرة.

كما قامت الباحثة بتطبيق مقياس ليكرت الخماسي ومعامل الفا كرونبـاخ لقياس درجة ثبات وصدق فقرات المحاور من خلال استخدام برنامج الحزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) حيث تم عمل التحليل الوصفي للبيانات الاحصائية المجمعة باستمارة الاستبان التي تم ضبطها وتحكيمها من أساتذة وخبراء محكمين متخصصين. وبعد الانتهاء من جمع الاستمارات العائدة من المستجوبين (عينة الدراسة) تم استبعاد الاستمارات الغير مستوفاة. شرعت الباحثة بالقيام والتحليل الوصفي للبيانات الاحصائية التي تم جمعها في استمارة استبيانه باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS).

إعداد أدوات الدراسة واجراءات الصدق والثبات

في البداية تم سحب عينة استرشادية بالطريقة العمدية التي بلغ عددها (6) مفردة من الإعلاميين المصريين في تخصصات مختلفة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) بالمؤسسات الإعلامية (مؤسسة الاهرام وأخبار اليوم والإذاعة والتليفزيون). لاختبار أداة الدراســـة التي تمثلت في استمارة الاستبانة (Questionnaire) تم تصميمها من قبل الباحثة ثم بعد ذلك تم تنقيحها وضبطها وعرضها على عدد من المحكمين والخبراء المتخصصين. قبل تطبيقها على العينة الاسترشادية.

وبعد خمسة عشر يوم من التطبيـق الاول تم اعادة تطبيق الاستبانة (Questionnaire) مرة أخرى على عينة الدراسة الاساسية (58) مفردة من الإعلاميـــن المصريين من تخصصات مختلفـة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) بالمؤسسات الإعلاميـة (مؤسسة الاهرام وأخبار اليوم والإذاعـة والتليفزيون). وهذه العينة مختلفة تماماً عن العينة

الاسترشادية. وكانت النتائج متوافقة ومتسقة بين كلا التطبيقين (الاول والثاني) بنسبة (88%) وذلك يعنى القيام بتحقيق ثبات المقياس لأداة جمع البيانات والتأكد من صلاحية تطبيقها. فالمقصود بالاتساق والتوافق في أداء أفراد العينة من فقرة لأخرى داخل الاستبانة، وعندما تكون الأداة متجانسة فإن الفقرة تقيس نفس العوامل التي تقيسها الأداة (غادة عيد،2012)[21] .

في حين تم استبعاد (2) استمارة من المستجيبين الذين كانوا قد اشتركوا في التجربة الاسترشادية التي اشتملت على (6) مفردة مختلفة عن عينة الدراسة.

المعالجة الاحصائيـــة

تم تحليل البيانات والنتائج التي جمعت من استجابات عينة الدراسة باستخدام أداة التحليل وهي عبارة عن برنامج الحزم الاحصائية (SPSS). حيث تم تجميع استمارات الاستبيان من (62) مفردة من الإعلاميين المصريين بالتخصصات (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) بالمؤسســـات الإعلاميـة (مؤسسة الاهرام وأخبار اليوم والإذاعـــــة والتليفزيون). في حين بلغ عدد المستجيبين (58) مفردة فقط. الذين قاموا باستكمال استمارة الاستبيان بطريقة سليمة وقد تم استبعاد الاستمارات الغير مستوفاة التي بلغ عددهم (4) استمارات غير مكتملة. وتم استخدام جداول التكرارات والنسب ، إضافة الى ذلك تم تطبيق مقياس ليكرت الخماسي لبيان درجة (الموافقة والرفض) على كل فقرة من فقرات الاستبيان.

كما تم تطبيق معامل الفا كرونباخ الذي يقيس معامل الثبات لفقرات الاستبيان ومدى التقارب والتجانس بين بعضها البعض. وكانت قيمة معامل الفا كرونباخ (0.9231) لقياس درجة ثبات وصدق فقرات المحور الاول. في حين بلغت قيمة معامل الفا كرونباخ(0.9137)لقياس درجة ثبات وصدق فقرات المحور الثاني من الاستبيان. والقيم السابقة لمعامل الفا كرونباخ توضح التقارب والتجانس بين فقرات الاستبيان في حين بلغت قيمة معامل الفا كرونباخ (0.9184) لقياس درجة ثبات وصدق فقرات الاستبانة كوحدة واحدة وهذه القيمة تؤكد التجانس والتقارب بين فقرات الاستبيان.

متغيرات الدراسة

المتغير المستقل (Independent variable) : *هو المتغير الذي يؤثر في المتغيرات الأخرى و يمثل في الدراسة الحالية تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية .*

المتغير التابع (Dependent Variable): هو المتغير الـذي يتـأثر بالمتغيرات الأخـرى ولا يؤثر فيها ويمثل في الدراسة الحالية اتجاهات الاعلاميين المصريين.

محددات الدراسة:

أولاً: الحد الموضوعي للدراسة: اعتمدت الدراسة على محورين أساسين:

المحور الاول: مقياس تعرض الاعلاميين المصريين في تخصصات متنوعة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) والعاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية الى تقنية الميتافيرس

(Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية والذي اشتمل (14) فقرة.

المحور الثاني: مقياس اتجاهات الاعلاميين المصريين في تخصصات متنوعة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) والعاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية والذي اشتمل على (12) فقرة.

الحد البشرى: تمثلت عينة الدراسة من (58) مفردة من الإعلاميين المصريين المتخصصين في تخصصات مختلفة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) بالمؤسسات الإعلامية (مؤسسة الاهرام وأخبار اليوم والإذاعة والتليفزيون).

الحد المكاني: اقتصرت الدراسة على المؤسسات الإعلامية المصرية الممثلة في (مؤسسة أخبار اليوم والاهرام والإذاعة والتليفزيون).

الحد الزماني: تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عمدية من الإعلاميين المتخصصين في تخصصات مختلفة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) بالمؤسسات الإعلامية (مؤسسة أخبار اليوم والاهرام والإذاعة والتليفزيون). وذلك في الفترة الزمنية من بداية أغسطس2022 حتى نهاية نوفمبر 2022.

الإطار المعرفي للدراسة

لا شك أن تقنية الميتافيرس (Metaverse) منذ نشأتها استطاعت اقتحام مجالات كثيرة وأساسية في حياتنا اليومية حيث أنها تُحدث ثورةً غير مسبوقة في كل مجال تدخل فيه. بل ان استخدامات تقنية الميتافيرس (Metaverse) بالحياة العملية تتجلى في مجالات متعددة مثل الصحافة والاعلام، والتواصل الاجتماعي والتعليم، الصحة والمصانع والسفر ...الخ (Steve Benford,2022)[22].

ان تقنية الميتافيرس (Metaverse) تمثل الجيل المتطور للإنترنت الذي يحتوي على العديد من الميزات الجديدة التي شملت ليس إنشاء عوالم افتراضية (Virtual Worlds) جديدة فحسب بل إمكانية القيام بتعديلها حسب الاحتياج. كما أنها تعتبر مساحة جماعية افتراضية مفتوحة يتم تطويرها لحظياً من خلال دمج الواقع الرقمي المحسن بالواقع المادي مستنداً إلى تقنية البلوك تشين(Joo-Eon Jeon,2021)[23]

حيث تسعى المؤسسات و الهيئات المتقدمة إلى إيجاد نوع من البيئة الافتراضية شبيه بالواقع الحقيقي من خلال الميتافيرس (Metaverse)، فعلى سبيل المثال تسعى شركة مايكروسوفت إلى تصميم بيئات عمل عبر الميتافيرس (Metaverse)، حيث يشترك المستخدمون في غرفة افتراضية مع بعضهم البعض بأشكالهم الحقيقية أو الرمزية التي يطلق عليها (Avatar) وهى تعبر عن صورة مأخوذة من مجسم المستخدم حيث يكون له نفس الشكل و الطول و الحجم (George A.S et al.,2021)[24] .

حيث يتم التعامل معه بطريقة شبه واقعية فهو ينيب عن المستخدم في بعض الاعمال الثانوية مما يضفي على بيئة العمل قدر من المتعة، ويوفر الكثير من الوقت والجهد. هناك

العديد من تطبيقات الميتافيرس (Metaverse) التي لاحت بالأفق وتغلغلت في مجالات الحياة العملية المختلفة مما جعلها تنبئ مستقبلاً على أنها ستصبح واقعًا ملموساً يعترف به القاصي والداني ولا يمكن الانفصال عنه ويصبح جزء من الواقع (Dionisio et al.,2013)[25] . ان التوجهات و الاستشرافات المستقبلية تنم على ميلاد تطبيقات جديدة معتمدة على الميتافيرس (Metaverse) .

مصطلحات الدراسة:

تعريف الميتافيرس إصطلاحاً (Metaverse)

يعرف ***(Inenqite D. ,2022)***[26] الميتافيرس ***(Metaverse)***بأنها أصبحت واقع ثقافي وتكنولوجي يتسم بالتغير والنمو والتطوير طبقاً للإمكانيات التكنولوجية والخيالات العلمية كما يتميز بالإبداع في التفكير.

بينما يعرف ***(Hwang G, Chien S. ,2022)***[27] الميتافيرس ***(Metaverse)*** بأنها تمثل الجيل القادم من التواصل الاجتماعي والذى يخضع للقواعد و اللوائح التي تم اعتمادها من المنشئين له و يضم العالم الافتراضي ***(Virtual Reality)*** جنباً الى جنب العالم الواقعي ***(Augmented Reality)*** في ايطار تفاعلي مرن مثل التعاون في مشاريع ، المشاركة في انعقاد حلقة نقاشية ، القيام بتطبيق التعلم عن بعد وكذلك حل المشاكل المعقدة .

في حين كان تعريف (Balcioglu Y. et al. ,2022)[28] ***للميتافيرس (Metaverse):***

هي فضاء الكترونى واسع يعبر عن الجيل الخامس من شبكة الانترنت. حيث يستطيع المشاركين التعبير عن أنفسهم باستخدام الصور الرمزية المميزة لمحاكاة الواقع الحقيقي او المادي.

بينما كان تعريف (Rospigliosi P. ,2022)[29] ***للميتافيرس (Metaverse)***

هي عبارة بيئة تكنولوجية واسعة الانتشار تم انشاؤها بواسطة الحاسب الآلي.

تعريف الميتافيرس إجرائياً (Metaverse)

تعرف الباحثة الميتافيرس ***(Metaverse)*** بأنه فضاء رقمي متسع حيث يتم عمل المحاكاة وتمثيل الأشخاص ،الأماكن والأشياء رقمياً. فهو عالم رقمي واسع الانتشار فيه يتم تمثيل الأشياء والأشخاص الحقيقية بأشياء وأشخاص ذات تمثيل رقمى التي بدورها تتفاعل مع بعضها البعض فتنشئ ببيئة رقمية يمتزج فيها العالم الحقيقي بالعالم الافتراضي تحت مظلة الفضاء الرقمي. والتي تستخدم Blockchain and cryptocurrency كعملة تداول أساسية بين المستخدمين .

تعريف الاتجاهات إصطلاحاً (**Altitudes**): هى استجابة الفرد لحافز ما ، و فى الغالب تكون هذه الاستجابة غير ظاهرة " ، كما أنه يعبر عن نزعة الفرد أو استعداده المسبق إلى تقويم موضوع ما .

تعريف ALLPORT للاتجاهات (Altitudes):هى حالة استعداد العقلي ،و الذهنى و يتم تنظيمه عن طريق الخبرة، وتباشر تأثيراً موجهاً أو ديناميكياً في استجابات الفرد نحو جميع الموضوعات أو المواقف المرتبطة بها."

تعريف الاتجاهات اجرائياً : تعرف الباحثة الاتجاهات هى استعدادات الاعلاميين المصريين واستجاباتهم نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية لما تقوم به الميتافيرس (Metaverse) من تحفيز و تشويق .

سمات الميتافيرس (Metaverse): Characteristics of) (Lee L.H., 2021)[30]

1- التزامنية (Synchronization)

حيث يتمكن المستخدمون للميتافيرس (Metaverse) من المشاركة التي تسمح بتبادل الآراء و الأفكار والانطباعات و المشاعر و الانفعالات في التو و اللحظة بين البيئة الواقعية و البيئة الرقمية (الافتراضية) دون تأخير في الوقت .

2- التفاعلية (Interactivity)

القدرة على التفاعل بين المستخدمين بعضهم البعض من خلال المنصات الافتراضية المتوفرة هذا بخلاف التفاعل الجسدي الذي يضفي على التفاعل ديناميكية وحيوية. وهذه البيئة الافتراضية التي توفرها الميتافيرس (Metaverse) تقوم بحفظ البيانات والمحادثات والكائنات حتى بعد مغادرة الواقع الافتراضي.

3- وسيلة تعليمية (Educational Tool)

تعد الميتافيرس (Metaverse) وسيلة مبتكرة للتعليم والتعلم وتساعد المعلمين في تحفيز المتعلمين بل والمساهمة في زيادة الحماس والدافعية لديهم من خلال الأدوات المرتبطة بها. فضلاً عن توفير أساليب جديدة ذات طابع تشويقي تستهدف الفئات المتعلمة في التخصصات المختلفة.

4- التوسع والانتشار (Expansion)

أصبحت الميتافيرس (Metaverse) من التقنيات التي تتوسع بطريقة سريعة جداً لتجلب جمهوراً متنوع الجنسيات ، الشخصيات ،الثقافات المختلفة التي تنتشر في بيئات عديدة على كافة المستويات وتتوزع في أماكن جغرافية مختلفة لتشمل فئات عمرية متباينة ومستويات تعليمية متنوعة. كما تعد الميتافيرس (Metaverse) واحدة من أروع الوسائل التي تنتشر وتعمل دعاية ورواج للمنتجات والخدمات والعقارات والسلع والتي ينتج عنها مبيعات تصل بالمليارات الدولارات مما يدفع المستثمرين نحوها والسعي حثيثاً لتوظيفها والاستفادة القصوى من تلك تطبيقاتها.

5- قابلية التشغيل البيئى(Interoperability)

ان الميتافيرس (Metaverse) تعطى السماحية للمشاركين باستخدام العناصر والكائنات الافتراضية المتنوعة التي يتم تحديدها عبر تجارب (Metaverse) مثل

استخدام مركبات فضائية متنوعة ذات خصائص مبهرة في ألعاب المغامرات المتنوعة ، كما يمكن استخدام كائنات افتراضية تمثل تشكيلات من الملابس الشيقة المصممة بحرفية عالية جدًا لتشمل جميع الأذواق والألوان بخلاف الكائنات التي تعبر عن المكسب أو الخسارة مثل الأنواع المتعددة من الأسلحة المختلفة. (Electronic Gaming) Virtual Gaming من أمثلة تطبيقات الميتافيرس (Metaverse) والتي تستخدم الكائنات الافتراضية السالف ذكرها وكائنات افتراضية أخرى لعبة Minecraft و لعبة Roblox تلك Electronic Gaming التي تمكن المستخدمين من القيام بعمل التصميمات التي تحلو لهم و تنفيذ الخطط التي يشرعون في القيام بها وتبث الروع المنافسة بين المشاركين في تلك Virtual Gaming .

مخاطر الميتافيرس (Hazards of Metaverse) (Falchuk B. et al , 2021)[31]

- يعد التلاعب بالـ (Avatar) وتغيير الصور الرمزية لمستخدمي الميتافيرس (Metaverse) من قبل مجرمي الانترنت أو الهاكرز من أكثر المخاطر التي تؤدى الى تغيير الصور الرمزية للأشخاص الذين يتم التفاعل معهم.
- تسهم البيئة الافتراضية التي تستخدمها الميتافيرس (Metaverse) بطريقة مباشرة في زيادة معدلات التنمر الإلكتروني (Bullying) والتي تعنى القيام بعمل التهديدات، المضايقات والإزعاجات والابتزازات التي بدورها تؤدى الى إيقاع الضرر والإيذاء بالمستخدمين
- تسمح البيئة الافتراضية التي تستخدمها الميتافيرس (Metaverse) لمجرمي الانترنت بالقيام بعمل التشهير الإلكتروني (Defamation) و التي تعنى نشر بيانات كاذبة إضافة الى نشر معلومات حقيقية ذات خصوصية، عن أشخاص بهدف تحقيق أغراض نفعية متنوعة و تشويه سيرة الأشخاص المشهر بهم .
- المساهمة الحقيقة في القيام بعمل عزلة اجتماعية وأزمات نفسية وعصبية خاصة بين الشباب والمراهقين والأطفال الذين يقضون أوقات كثير لممارسة Virtual Gaming والتي تمثل أحد التطبيقات الحيوية للميتافيرس (Metaverse) حيث تنمو معدلات الاقبال عليها بطريقة متسارعة خاصة من قبل الفئات العمرية الصغيرة والتي يتراوح عمرها (من 10 سنوات الى 22سنة).
- تقوم البيئة الافتراضية التي تستخدمها الميتافيرس (Metaverse) بمحاكاة أمور واقعية وحقيقية قد تكون محاكاة لأغراض و أهداف حميدة و مفيدة التي تمثل الجانب الإيجابي الذى ينبغي التشبث و التعلق به عن استخدام تطبيقات الميتافيرس (Metaverse) . بينما هناك جانب آخر سيئ لتطبيقات الميتافيرس (Metaverse) والذي يتعلق بالمحاكاة التي تكون لأغراض غير حميدة التي تقدح في الاخلاق والسلوكيات السليمة مثل تلك التي تختص بالتقليد الاعمى والغير مستنير في الانصياع وراء سلوكيات خاطئة بعيدة عن الأطر الشرعية والتقاليد والعادات السليمة ويمثل انتشار هذه السلوكيات الغير قويمة في

المجمعات الشرقية أهم وأخطر تحدى وتخوف يمكن ان تواجه المجتمعات الشرقية المحافظة.

- التأثير السلبي على الجانب الصحي الذي قد يصيب المستخدمين من فرط استخدام تطبيقات الميتافيرس (Metaverse) لفترات زمنية طويلة وضياع أوقات كثيرة أمامها مما تؤدة الى الإصابة بالتشتت وعدم التركيز وعدم الاتزان ومرض الدوار هذا بخلاف التأثير على حاستي السمع والبصر وإصابة العين بالرمد .

بعض التطبيقات الحديثة للـميتافيرس (Metaverse)

تتسارع الشركات في اختراع العديد من التطبيقات المرتبطة بتقنية الـميتافيرس Metaverse من خلال أنظمة التشغيل (Operating System as Windows)المختلفة التي يتم تحميلها على أجهزة الحاسب الآلي (Personal Computers)، اللاب توب(Laptops) ، أجهزة الموبايل الذكية (Smart Mobile) إضافة الى تصدرها المشهد في تكوين (Smart Cities).

1- التسوق الافتراضي الرقمي (Digital Virtual Marketing Shopping) :

تنوعت المجالات والتطبيقات التي تدخلت فيها تقنية الميتافيرس (Metaverse) وباتت تأثيراتها واضحة عليها من حيث التغيرات والتحسينات مثل مجال العقارات والذي يعد من أهم المجالات التي تأثرت بالميتافيرس (Metaverse) حيث يتم الترويج والدعاية والتسويق للعقارات عبر الانترنت باستخدام الميتافيرس (Metaverse) فيتم عمل زيارة افتراضية للموقع والتعرف على العقارات المطلوب التعاقد عليها. حيث يعد مجال التسوق الرقمي بالميتافيرس (Metaverse) من أفضل التوجهات الجديدة المُستقبلية في عالم التسويق الرقمي. حيث يكون الهدف الأساسي للمستخدمين هو كيفية الحصول على الخدمات التي تقدمها تقنية الـميتافيرس Metaverse و تحقيق المساعدة عن طريق الجولات الافتراضية بمرافقة العميل الافتراضي الرقمي (Digital Virtual Guide) و الذي يقوم بمرافقة (Customers) في جولات تعريفية و توجيهية كما في مجال التسويق الافتراضي الرقمي (Digital Virtual Marketing Shopping) ، حيث يتم استعراض كل الخدمات أو السلع المتاحة بما تتضمنه من أنواع و موديلات التي يمكن أن تكون محل التفاوض أو التسوق أولاً ثم تحديد واختيار الشيء المطلوب منها و التي سيتم التعاقد عليه عبر الأسواق الافتراضية (Monti Megual ,2021) [32] .

2- التعليم باستخدام الـميتافيرس (Metaverse Learning)

ان تحقيق الأمل المنشود من التعليم يتطلب تحقيق الفهم والادراك والمعرفة الاساسيات والمفاهيم والنظريات العلمية وابتكار طرق ووسائل لتسهيل وتذليل كافة العقبات والصعوبات التي يمكن أن تواجه العملية التعليمية. فالسعي لتحقيق الاستفادة القصوى من تقنية الميتافيرس (Metaverse) أمر في غاية الأهمية حيث أنها تسمح للمعلمين بالقيام بابتكار أساليب فريدة من نوعها تكون أكثر تشويقًا متعة للتعلم من خلال الاستعانة بأدوات الميتافيرس (Metaverse) التي تشبه السبورة الالكترونية. تلك الأدوات التي تنمى المهارات البصرية

والسمعية والتي تزيد من القدرات الادراكية لدى المتعلمين وتقدم نموذجًا محسوساً يكون أفضل وأكثر واقعية وجاذبية بدلاً من البرامج التعليمة التقليدية. حيث أن المتعلمين في عالم الميتافيرس (Metaverse) يسمح لهم باستخدام النظارات الخاصة التي تمكنه من الولوج الى العالم الافتراضي (Virtual Reality) للقيام باستكشاف العديد من الأنشطة (Varity Activities) والمناطق المحيطة به والتي لا يمكن استكشافها في أنظمة التعليم التقليدية.

هذا بخلاف إمكانية مشاركة الطلاب من الجنسيات المختلفة في جميع أنحاء الكرة الأرضية من مختلف الدول في عقد النقاشات والحوارات وابداء الآراء وتبادل الأفكار من خلال البيئة الافتراضية التي توفرها تقنية الميتافيرس (Metaverse) التي تساهم في توسع اللامركزية في العملية التعليمية.

فمثلاً تقنية الميتافيرس (Metaverse) تمنح المعلم إمكانية استخدام النظارات الخاصة بها لينقل بها الفئة المتعلمة الى الصف الافتراضي ((Virtual Classللقيام برحلة أو زيارة جغرافية واسعة غير محدودة حول دول وقارات العالم ورؤيتها مشاهدة والتجول خلالها عوضاً عن الشرح من خلال خريطة العالم الورقية في الطريقة التقليدية للتعليم.

كذلك بإمكان معلم العلوم القيام بإجراء تجارب معملية من خلال تقنية الميتافيرس (Metaverse) خاصة تلك التجارب العلمية التي بها مخاوف علمية أو تفاعلات كيميائية التي بها خطورة فالعنصر الافتراضي من تقنية الميتافيرس (Metaverse) يقوم بعمل العنصر البشرى دون تعرض العنصر البشرى الى أدني خطورة وبالتالي أصبحت البيئة الافتراضية الملموسة والمتاحة بعالم الميتافيرس (Metaverse) قابلة للقيام بالمهام التي لم يستطع العنصر البشرى القيام بها.

وهذه البيئة الافتراضية للميتافيرس Metaverse تحمل في طياتها الكثير من التحديثات والمميزات الجديدة والفريدة. التي تتضمن رؤية الإشعارات والتنبيهات لحظة بلحظة حين دخولها حيز العالم الافتراضي (Hwang Y. ,2022) [33] .

3- تطبيقات الميتافيرس الطبية (Medical Metaverse Applications)

يعد المجال الطبي واحد من أكثر المجالات الذي أصبح يعتمد على الميتافيرس (Metaverse) فقد بات وسيلة جيدة تستخدم في التشخيص المبكر لبعض الامراض المنتشرة التي تحتاج الى العديد من الفحوصات والتحليلات مثل مرض التوحد. إضافة الى ان استخدام الميتافيرس (Metaverse) في اجراء الأنواع العديدة من الفحوصات حيث صارت مستخدمة بطريقة مستمرة غير أن الجراحة الطبية مثل (Robot Sergey) ،(Teeth Sergey), (Eyes Investigation) واحدة من أهم التطبيقات الطبية الحديثة التي وفرت الوقت والجهد في اجراء بعض العمليات الجراحية بطريقة دقيقة . هذا بخلاف استخدامه في العلاج النفسي والقيام بالتنويم المغناطيسي ,الاسترخاء وتهدية الاعصاب. فضلا عن استخدامها في الرعاية الصحية (Bosworth A. ,2021) [34] .

4- التطبيقات التدريبية للميتافيرس (Training Metaverse Applications)

لقد أصبح التدريب والتجريب من أهم المجالات التي استطاعت الميتافيرس (Metaverse) أن تنفذ اليها بعمق بل وتقوم بتطويرها من خلال توفير الأدوات والوسائل المتنوعة التي تساهم في إدراك التجريب والتدريب وإنشاء قاعات تدريب افتراضية (Virtual Hulls)، ذات المساحات ثلاثية الأبعاد (3D). فتجربة التدريب عن بعد تعد واحدة من أكثر الطرق شيوعاً وتطبيقاً للميتافيرس (Metaverse) في مجال التدريب. إضافة الى منظومة التدريب والتعلم الرقمي الشامل التي تتضمن مجموعة فريدة وهائلة من التطبيقات المعتمدة على الميتافيرس (Metaverse) والتي تشتمل في فحواها الإعداد والتدريب الجيد الذي يؤدى إلى تحسين مستويات أداء القيادات وتطوير هيئة وصورة قاعات التدريب وصالات الاجتماعات الافتراضية المتوفرة في البيئة الافتراضية للميتافيرس (Metaverse) بخلاف اجراء العديد من تجارب المحاكاة (Exercises Simulation) التي تضفي روح الترفيه والتشويق والمتعة أثناء انعقاد فترات (Norton Rose Fulbright,2021)[35].

القطاعات المستفيدة من تطبيقات الميتا فيرس (Metaverse) :

- المصانع الإنتاجية سواء (إنتاج تام ، تجميعي وأجزاء) والشركات الخدمية.
- وسائل وأدوات الصحافة والإعلام المتنوعة.
- الألعاب الالكترونية والترفيهية.
- التسويق الإلكتروني والمسارع والسينما ودور الفن لخدمة الفنانين والمصممين.
- الرعاية الصحية والقطاع الطبي والتمريض والمستشفيات.
- التجارة الالكترونية والمتاجر الإلكترونية للبيع بالجملة والتجزئة.
- الذكاء الاصطناعي وشركات تطوير البرمجيات والتكنولوجيا (Muhammet Damar,2021)[36].

نتائـــج الدراســـة

***السمات الديموغرافية لعينة الدراسة*: من** الإعلاميين المصريين المتخصصين في تخصصات مختلفة (الصحافة ،الإذاعة والتليفزيون) بالمؤسسات الإعلامية (مؤسسة الاهرام وأخبار اليوم والإذاعة والتليفزيون).

❖ ***تعرض الإعلاميين المصريين للميتافيرس (Metaverse) طبقاً لمتغير النوع***

جدول رقم (1): تعرض الإعلاميين المصريين للميتافيرس (Metaverse) طبقاً لمتغير النوع

النوع	ك	%	المتوسط	الانحراف المعيارى
أنثى	30	51.7	1.52	0.501
ذكر	28	48.3		

يتضح من الجدول السابق رقم (1) أن نسبة الاناث أعلى قليلاً من نسبة الذكور فقد بلغت نسبة الاناث 51.7 % بعدد (30) مفردة ، في حين بلغت نسبة الذكور 48.3 % بعـدد (28) مفردة من عينة الدارسة وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي(1.52)وقيمة الانحـراف المعياري(0.501)وهذه القيم تبين تمركز عينة الدراسة عند القيم المركزية كما أنها تبين تجانس وتقارب عينة الدراسة من الجنسين نحو التعرض لتقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية.

❖ ***تعرض الإعلاميين المصريين للميتافيرس (Metaverse) طبقاً لمتغير المؤسسة الإعلامية***

جدول رقم (2) : تعرض الإعلاميين المصريين للميتافيرس (Metaverse) طبقاً المؤسسة الإعلامية .

المؤسسة الإعلامية	ك	%
مؤسسة الاهرام	17	29.3
مؤسسة أخبار اليوم	17	29.3
الإذاعة والتليفزيون	24	41.4
الإجمالي	58	100

يتضح من الجدول رقم (2) أن نسبة عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين بالمؤسسة الإعلامية الإذاعة والتليفزيون تمثل أعلى نسبة من عينة الدراسة التي تتعرض لتقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية. فقد بلغت نسبتها (41.4%) بعدد (24) مفردة. بينما جاءت نسبة عينة الدراسة من مؤسستي الاهرام وأخبار اليوم متساوية وكل منهم بلغ عدد (17) مفردة بنسبة (29.3%).

❖ ***أنواع تطبيقات الميتافيرس (Metaverse) الأكثر تعرضاً من قبل عينة الدراسة.***

جدول رقم (3): أنواع تطبيقات الميتافيرس (Metaverse) الأكثر تعرضاً لها من قبل عينة الدراسة.

أنواع تطبيقات الميتافيرس Metaverse Application Types	ك	%	المتوسط	الانحراف المعياري
تطبيقات الميتافيرس الطبية (Medical Application of Metaverse)	9	15.52	3.15	1.685
تطبيقات الميتافيرس التعليمية (Educational Application of Metaverse)	11	18.97		
تطبيقات الميتافيرس التسويقية (Marketing Application of Metaverse)	15	25.86		
تطبيقات الميتافيرس الترفيهية (Entertaining Application of Metaverse)	23	39.65		
الإجمالي	58	100		

يوضح الجدول رقم (3) التنوع في تطبيقات الميتافيرس (Metaverse) الأكثر تعرضاً من قبل الإعلاميين المصريين. حيث يتبين أن الفئة الأكثر تعرضاً للميتافيرس (Metaverse) من عينة الدراسة هي تلك التي تتعرض لتطبيقات الميتافيرس الترفيهية) Entertaining Application of Metaverse) فهي تحقق رغبتها من حيث الترفيه

والتسلية. وقد بلغت نسبتها 39.65% بعدد (23) مفردة من الإعلاميين المصريين. بينما جاء في المرتبة الثانية الفئة التي تتعرض لتطبيقات الميتافيرس التسويقية(Marketing) Application of Metaverse حيث يتم استخدامها في الترويج والدعاية بطريقة جذابة وشيقة وقد بلغت نسبة هذه الفئة 25.86% بعدد (15) مفردة من الإعلاميين المصريين. في المرتبة الثالثة جاءت الفئة التي تتعرض لتطبيقات الميتافيرس التعليمية (Educational Application of Metaverse) التي بلغ عددها (11) مفردة من الإعلاميين المصريين بنسبة 18.97% من عينة الدراسة وذلك لما تقدمه أدواتها من تشويق واثارة واعتماد على توظيف التصورات السمعية والبصرية. أما الفئة الأخيرة من عينة الدراسة فهي التي تتعرض لتطبيقات الميتافيرس الطبية (Medical Application of Metaverse) حيث بلغ عددها (9) مفردات من الإعلاميين المصريين بنسبة 15.52% من عينة الدراسة. من خلال النسب السابقة نلاحظ التنوع والاختلاف ووجود (Variety) في تطبيقات الميتافيرس (Metaverse) التي تتعرض لها عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين وهذا يؤكد تعدد الاستفادة من تطبيقات المتنوعة للميتافيرس (Metaverse) .

جدول رقم (4): ميزان تقديرى وفقاً لمقياس ليكرت الخماسى

الاستجـابة	المتوسط المترجح بالأوزان	طول الفترة	المستوى
غير موافق مطلقاً	من 1 الى 1.79	0.79	منخفض
غير موافق	1.8 الى 2.59	0.79	
محايد	2.6 الى 3.39	0.79	متوسط
موافق	3.4 الى 4.19	0.79	مرتفع
موافق جداً	4.19 الى 5	0.80	

يوضح الجدول رقم (4) المتوسط المرجح لبيان نسبة الرفض والموافقة للأهمية طبقاً لمقياس ليكرت الخماسى الذي يشمل على خمس درجات مرتبة من أدنى الى أعلى (غير **موافق** مطلقاً، غير **موافق**،المحايدة ، **موافق، موافق** جداً) ونجد أن هذه الدرجات تنقسم الى ثلاث مستويات (منخفض ،متوسط، مرتفع).

المحور الاول: مقياس حجم تعرض الإعلاميين المصريين للميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية

جدول رقم (5): حجم تعرض الإعلاميين المصريين للميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية طبقاً لقياس ليكرت الخماسى.

م	الفقرة		موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض	أرفض بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	معدلات الزمنية التي يحدث فيها التعرض لتقنية الميتافيرس مناسبة جداً	ك	23	11	10	8	6	3.51	1.119	11
		%	39.66	18.97	17.24	13.79	10.34			
2	تبنى استراتيجيات تسويق الميتافيرس فتح آفاقاً من الفرص والقيم الواعدة في التسوق الإلكتروني	ك	18	24	8	5	3	3.70	1.095	4
		%	31.03	41.38	13.79	8.63	5.17			
3	الإمكانيات والعروض التي تقدمها تقنية الميتافيرس شيقة وجذابة جدًا	ك	20	20	14	3	1	3.63	1.103	6
		%	34.48	34.48	24.14	5.17	1.72			
4	القيام بإطلاق إعلانات رقمية فريدة من نوعها عبر منصات الميتافيرس	ك	18	19	10	7	4	3.60	1.109	8
		%	31.03	32.76	17.24	12.07	6.89			
5	تتميز تقنية الميتافيرس بوجود علامات التسويق التجارية للميتافيرس	ك	19	22	9	6	2	3.68	1.107	5
		%	32.76	37.93	15.52	10.34	3.45			
6	تصميم عوالم افتراضية معتمدة على تقنية التعاملات الرقمية (Blockchain)	ك	22	22	8	4	2	3.73	1.061	3
		%	37.93	37.93	13.79	6.89	3.45			
7	إمكانية قيام تقنية الميتافيرس بالمهام والوظائف التي لم يستطع العنصر البشرى القيام بها خاصة في تغطية الاحداث الجارية وسرعة نشرها	ك	22	23	7	4	2	3.78	1.034	2
		%	37.93	39.66	12.07	6.89	3.45			
8	تسهم الميتافيرس في تحقيق الفهم والادراك والمعرفة لدى كل من الطلاب والمعلمين	ك	16	16	12	10	4	3.41	1.126	12
		%	27.59	27.59	20.69	17.24	6.89			
9	الميتافيرس تقوم بالمساهمة في التشخيص المبكر لبعض الامراض واجراء العديد من الفحوصات والتحليلات	ك	11	10	22	9	6	3.27	1.139	14
		%	18.97	17.24	37.93	15.52	10.34			

10	الميتافيرس تسهم في عمل اجراء Simulationللعديد من التطبيقات المتنوعة في المجلات المختلفة بطريقة مميزة	ك	17	17	11	8	7	3.55	1.117	10
		%	29.31	29.31	18.97	13.79	12.07			
11	اتاحة امتلاك عناصر رقمية افتراضية فريدة مثل مقاطع الفيديو أو الصور أو غيرها	ك	21	19	8	6	4	3.61	1.105	7
		%	36.21	32.76	13.79	10.34	6.89			
12	تقوم أدوات الميتافيرس بتطوير العمل الصحفي والإعلامي وتنمية مهارات العناصر البشرية التي بالمؤسسات الصحفية والإعلامية	ك	22	23	9	3	1	3.95	0.967	1
		%	37.93	39.66	15.52	5.17	1.72			
13	مساهمة تقنية الميتافيرس في تذليل كثير من العقبات التي يمكن أن تواجه العملية التعليمية	ك	17	18	10	7	3	3.58	1.112	9
		%	29.31	31.03	17.24	12.07	5.17			
14	تقوم الميتافيرس بإجراء التجارب العلمية ذات التفاعلات الكيميائية التي بها درجات متفاوتة من الخطورة دون تدخل العنصر البشرى	ك	15	16	13	8	6	3.38	1.132	13
		%	25.86	27.59	22.41	13.79	10.34			
الوزن المرجح للمحور الاول									3.6435	
الانحراف المعياري للمحور الاول									1.12154	
معامل الفا كرونباخ									0.9231	

يوضح الجدول السابق رقم (5) مقياس ليكرت الخماسى لحجم تعرض الإعلاميين المصريين للميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية وقد بلغت قيمة معامل الفا كرونباخ (0.9231) لقياس درجة ثبات وصدق فقرات المحور الأول من الاستبيان والتي تقيس الاتساق الداخلي بين فقرات محور تعرض الإعلاميين المصريين للميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية وهذه القيمة تؤكد تجانس وترابط فقرات الاستبيان بعضها البعض نحو الهدف الذي من أجله تم تصميم الاستبيان.

وبالتحقق والنظر في الجدول السابق يتضح أن الفقرة التي جاءت في المرتبة الاولى هي " تقوم أدوات الميتافيرس بتطوير العمل الصحفي والإعلامي وتنمية مهارات العناصر البشرية التي بالمؤسسات الصحفية والإعلامية "من حيث الموافقة على الاهمية وذلك طبقاً لرؤية عينة الدراسة وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.95) بينما بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.967) حيث أن أعلى نسبة من عينة الدراسة كانت استجاباتها بالموافقة بنسبة (39.66 %) بعدد (23) مفردة بينما كانت نسبة الموافقة بشدة (37.93 %) بعدد (22) مفردة. وكانت نسبة المحايد من عينة الدراسة (15.52%) بعدد (9) مفردة ونسبة الذين أبدو عدم الموافقة (5.17%) بعدد (3) مفردة ونسبة الذين أبدو عدم الموافقة بشدة (1.72%)

بعدد (1) مفردة. وهذا يدل على أن أغلبية مجتمع الدراسة يؤكد أهمية أدوات الميتافيرس في تطوير العمل الصحفي والإعلامي وتنمية مهارات العناصر البشرية التي بالمؤسسات الصحفية والإعلامية.

وقد جاءت في المرتبة الثانية من حيث الاهمية فقرة " إمكانية قيام تقنية الميتافيرس بالمهام والوظائف التي لم يستطع العنصر البشرى القيام بها خاصة في تغطية الاحداث الجارية وسرعة نشرها " حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.8) و قيمة الانحراف المعيارى (1.034) وكانت نسبة الاكبر لصالح من أبدو الموافقة (39.66 %) بعدد (23) مفردة من عينة الدراسة وكانت نسبة الموافقة بشدة (37.93 %) بعدد (22) مفردة من عينة الدراسة بينما كانت نسبة المحايد من عينة الدراسة (12.07%) بعدد (7) مفردة و نسبة الذين أبدو عدم الموافقة (6.86%) بعدد (4) مفردة و نسبة الذين أبدو عدم الموافقة بشدة (3.45%) بعدد (2) مفردة .

في حين كانت الفقرة التي تبين دور الميتافيرس فى "تصميم عوالم افتراضية رقمية معتمدة على تقنية التعاملات الرقمية (Blockchain) " فى المرتبة الثالثة من حيث الاهمية فقد كانت نسبة الموافقة من عينة الدراسة متساوية مع نسبة الموافقة بشدة وكل منهما بلغ (37.93 %) بعدد (22) مفردة بينما كانت نسبة المحايد من عينة الدراسة (13.79%) بعدد (8) مفردة وكانت نسبة الذين أبدو عدم الموافقة (6.86%) بعدد (4) مفردة ونسبة عدم الموافقة بشدة (3.45%) بعدد (2) مفردة. في حين بلغت قيمة المتوسط لهذه المتغير (3.73) وبلغت قيمة الانحراف المعياري (1.061).

ثم جاء المتغير الذى يعبر عن "تبنى استراتيجيات تسويق الميتافيرس فتح آفاقاً من الفرص والقيم الواعدة في التسوق الإلكتروني "فى المرتبة الرابعة من حيث الاهمية فقد كانت نسبة الذين أبدو بالموافقة من عينة الدراسة (41.38 %) بعدد (23) مفردة وكانت نسبة الذين أبدو بالموافقة بشدة (31.03 %) بعدد (18) مفردة ، بينما كانت نسبة المحايد من عينة الدراسة (13.79%) بعدد (8) مفردة . ونسبة الذين أبدو عدم الموافقة (8.63%) بعدد (5) مفردة ، ونسبة الذين يرون عدم الموافقة بشدة (5.17%) بعدد (3) مفردة ، في حين بلغت قيمة المتوسط لهذه المتغير (3.70) و قيمة الانحراف المعيارى (1.095) .

ثم جاء المتغير الذى يعبر عن "تتميز تقنية الميتافيرس بوجود علامات التسويق التجارية للميتافيرس " فى المرتبة الخامسة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.68) و قيمة الانحراف المعياري (1.107) وكانت النسبة الاعلى لمن أبدو بالموافقة حيث بلغت (37.93 %) بعدد (22) مفردة من عينة الدراسة وكانت نسبة الموافقة بشدة (32.76%) من عينة الدراسة بعدد (19) مفردة ، وكانت نسبة المحايد من عينة الدراسة (15.52%) بعدد (9) مفردة بينما بلغت نسبة الذين أبدو عدم الموافقة (10.34%) بعدد (6) مفردة و نسبة الذين أبدو عدم الموافقة بشدة (3.45%) بعدد (2) مفردة.

بينما فى المرتبة قبل الاخيرة جاءت فقرة "تقوم الميتافيرس بإجراء التجارب العلمية ذات التفاعلات الكيميائية التي بها درجات متفاوتة من الخطورة دون تدخل العنصر البشرى " حيث بلغت نسبة الفئة التي أبدت الموافقة (27.59 %) بعدد (16) مفردة ، وكانت نسبة

الموافقة بشدة (25.86%) من عينة الدراسة بعدد (15) مفردة ، وكانت نسبة المحايد من عينة الدراسة (22.41%) بعدد (13) مفردة ، بينما بلغت نسبة الذين أبدو عدم الموافقة (13.79%) بعدد (8) مفردة ونسبة الذين أبدو عدم الموافقة بشدة (10.34%) بعدد (6) مفردة. وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.38) وقيمة الانحراف المعيارى قيمة (1.132).

وقد جاءت في المرتبة الاخيرة فقرة " الميتافيرس تقوم بالمساهمة في التشخيص المبكر لبعض الامراض واجراء العديد من الفحوصات والتحليلات" حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.27) و قيمة الانحراف المعيارى (1.153) وكانت النسبة الاعلى للفئة المحايدة التي بلغت (37.93 %) بعدد (22) مفردة من عينة الدراسة وكانت نسبة الموافقة بشدة (18.97%) من عينة الدراسة بعدد (11) مفردة ، وكانت نسبة الفئة الموافقة من عينة الدراسة قد بلغت (17.24%) بعدد (10) مفردة في حين بلغت نسبة الذين أبدو عدم الموافقة (15.52%) بعدد (9) مفردة و نسبة الذين أبدو عدم الموافقة بشدة (10.34%) بعدد (6) مفردة .

مما سبق يتبين أن مقياس ليكرت الخماسي لمحور حجم تعرض الإعلاميين المصريين للميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية يبرهن و يؤكد على أهمية تقنية للميتافيرس (Metaverse) لدى عينة الدراسة من الاعلاميين المصريين و زيادة دافعيتهم نحو الاقبال على عليها و من خلال النتائج يتضح أن قيمة الوزن المرجح بلغت (3.6435) وهذه القيمة تدل على أن درجة الموافقة على أهمية تقنية الميتافيرس (Metaverse) للاعلاميين المصريين جاءت مرتفعة كما جاء فى الميزان التقديرى وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي بالجدول رقم (5) وقيمة الانحراف المعياري (1.12154) .

المحور الثاني: مقياس اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية

جدول رقم (6): مقياس اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية طبقاً لمقياس ليكرت الخماسى.

م	الفقـــرة		موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض	أرفض بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	تمثل الميتافيرس اتجاه (New Trend) محل اهتمام ومتابعة	ك	20	20	12	4	2	3.65	1.094	3
		%	34.48	34.48	20.69	6.89	3.45			
2	ان تقنية الميتافيرس تجذب الانتباه نحوها خاصة أثناء البحث والاطلاع	ك	21	22	8	4	3	3.72	1.058	2
		%	36.21	37.93	13.79	6.89	5.17			
3	الميتافيرس تثير رغبتي نحو الاطلاع والبحث عن كل جديد	ك	18	20	11	5	4	3.61	1.103	4
		%	31.03	34.48	18.97	8.63	6.89			
4	ان تقنية الميتافيرس غالباً ما تكون هادفة وغير مضيعة للوقت	ك	17	18	12	7	4	3.41	1.125	8
		%	29.31	31.03	20.69	12.07	6.89			
5	الميتافيرس تسمح بإجراء مقابلات مع شخصيات افتراضية يمكن مشاهدتها	ك	14	14	12	11	7	3.27	1.143	12
		%	24.14	24.14	20.69	18.97	12.07			

6	الميتافيرس تثير اهتمامي نحوها دائماً حيث أنها تمدني بالاطلاع على معلومة جديدة	ك	22	22	9	3	2	3.91	0.987	1
		%	37.93	37.93	15.52	5.17	3.45			
7	نادرًا ما اتجاهل متابعة أخبار أو إعلانات الميتافيرس عبر المواقع الالكترونية	ك	18	19	13	5	3	3.53	1.112	6
		%	31.03	32.76	22.41	8.63	5.17			
8	الميتافيرس تقوم بتسهيل وتمكين التعليم والعمل عن بعد.	ك	14	15	12	10	7	3.31	1.137	11
		%	24.14	25.86	20.69	17.24	12.07			
9	الميتافيرس تسهم في اكتساب مهارات وخبرات جديدة في مجالات عديدة	ك	19	18	12	6	3	3.57	1.109	5
		%	32.76	31.03	20.69	10.34	5.17			
10	الميتافيرس تعمل على التحفيز نحو الحصول على خدمة أو شراء سلعة	ك	15	16	14	9	4	3.34	1.131	10
		%	25.86	27.59	24.14	15.52	6.89			

11	الميتافيرس تجذب الانتباه نحو التفاعلية مع التصميمات الافتراضية	ك	16	17	14	7	4	3.37	1.129	9
		%	27.59	29.31	24.14	12.07	6.89			
12	الميتافيرس توفر بيئة للتفاعل بين المستخدمين في عالم شبيه بالبيئة الواقعية	ك	18	18	13	5	4	3.48	1.118	7
		%	31.03	31.03	22.41	8.63	6.89			
الوزن المرجح للمحور الثاني										3.5120
الانحراف المعياري للمحور الثاني										1.1294
معامل الفا كرونباخ										0.9137

يبين الجدول رقم (6) مقياس اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة الميتافيرس (Metaverse)عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية طبقاً لمقياس ليكرت الخماسي قد بلغت قيمة معامل الفا كرونباخ (0.9137) لقياس درجة ثبات وصدق فقرات المحور الثاني من الاستبيان والتي تقيس الاتساق الداخلي بين الفقرات وبعضها البعض وهذه القيمة تؤكد تجانس وترابط فقرات المحور الثاني نحو الهدف الذي تم التصميم من أجله.

وبالنظر والتدقيق في الجدول السابق نجد أن فقرة "الميتافيرس تثير اهتمامي نحوها دائماً حيث أنها تمدني بالاطلاع على معلومة جديدة " جاءت في المرتبة الاولى من كما تراها عينة الدراسة وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.91) وقد بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.987) حيث أن نسبة الفئة الموافقة والموافقة بشدة من عينة الدراسة متساوية وقد بلغت (37.93 %) بعدد (22) مفردة بينما كانت نسبة الفئة المحايدة (15.52 %) بعدد (9) مفردة. وكانت نسبة الذين أبدو الرفض (5.17%) بعدد (3) مفردة ونسبة الذين أبدو الرفض بشدة (3.45%) بعدد (2) مفردة.

وقد جاءت في المرتبة الثانية فقرة "ان تقنية الميتافيرس تجذب الانتباه نحوها خاصة أثناء البحث والاطلاع"

حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.72) وقيمة الانحراف المعياري (1.058) وكانت نسبة الاكبر للفئة التي أفادت موافق بلغت (37.93 %) بعدد (22) مفردة من عينة الدراسة وكانت نسبة موافق بشدة (36.21%) من عينة الدراسة بعدد (21) مفردة ، وكانت نسبة

المحايد من عينة الدراسة (13.79%) بعدد (8) مفردة ونسبة الذين أبدو بالرفض (6.89%) بعدد (4) مفردة ونسبة الذين أبدو بالرفض بشدة (5.17%) بعدد (3) مفردة.

ثم جاءت فقرة "تمثل الميتافيرس اتجاه (New Trend) محل اهتمام ومتابعة " في المرتبة الثالثة فقد كانت نسبة الفئة الموافقة و الفئة الموافقة بشدة من عينة الدراسة متساوية وقد بلغت (34.48%) بعدد (20) مفردة بينما كانت نسبة الفئة المحايدة (18.79%) بعدد (11) مفردة وكانت نسبة الذين أبدو بالرفض (6.89%) بعدد (4) مفردة ونسبة بالرفض بشدة (3.45%) بعدد (2) مفردة في حين بلغت قيمة المتوسط لهذه المتغير (3.65) و قيمة الانحراف المعياري (1.094) .

ثم جاءت فقرة "الميتافيرس تثير رغبتي نحو الاطلاع والبحث عن كل جديد وفريد " في المرتبة الرابعة فقد بلغت نسبة موافق (34.48%) بعدد (20) مفردة وكانت نسبة موافق بشدة (31.03 %) بعدد (18) مفردة ، بينما كانت نسبة المحايد من عينة الدراسة (18.79%) بعدد (11) مفردة وكذا بلغت نسبة الرفض (8.63) بعدد (5) مفردة ، ونسبة الرفض بشدة (6.89%) بعدد (4) مفردة ، في حين بلغت قيمة المتوسط لهذا المتغير (3.61) وقيمة الانحراف المعياري (1.103).

وقد جاءت في المرتبة قبل الاخيرة فقرة " الميتافيرس تقوم بتسهيل وتمكين التعليم والعمل عن بعد " حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.31) و قيمة الانحراف المعياري (1.137) وكانت النسبة الاعلى للفئة الموافقة التي بلغت (25.86%) من عينة الدراسة بعدد (15) مفردة من عينة الدراسة وكانت نسبة الموافقة بشدة (24.14%) من عينة الدراسة بعدد (14) مفردة ، وكانت نسبة الفئة المحايدة من عينة الدراسة قد بلغت (20.69%) بعدد (12) مفردة في حين بلغت نسبة الذين أبدو عدم الموافقة بلغت (17.24%) بعدد (10) مفردة و نسبة الذين أبدو عدم الموافقة بشدة (17.07%) بعدد (7) مفردة .

بينما جاءت في المرتبة الاخيرة فقرة "الميتافيرس تسمح بإجراء مقابلات مع شخصيات افتراضية يمكن مشاهدتها" حيث بلغت نسبة الفئة التي أبدت الموافقة والفئة التي أبدت الموافقة بشدة من عينة الدراسة (24.14%) بعدد (14) مفردة ، وكانت نسبة الفئة المحايدة من عينة الدراسة بلغت (20.69%) بعدد (12) مفردة ، بينما بلغت نسبة الذين أبدو عدم الموافقة (18.79%) بعدد (11) مفردة ونسبة الذين أبدو عدم الموافقة بشدة (12.07%) بعدد (7) مفردة. وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.27) وقيمة الانحراف المعياري قيمة (1.143).

مما سبق يتبين أن مقياس ليكرت الخماسي لمحور مقياس اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية يثبت و يبرهن على ان اتجاهات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين تتجه نحو تقنية للميتافيرس (Metaverse) ويظهر ذلك من خلال النتائج حيث أن قيمة الوزن المرجح لهذا المحور بلغت (3.5120) وهذه القيمة تدل على أن درجة الموافقة على اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو الميتافيرس (Metaverse) جاءت مرتفعة كما وضح ذلك

الميزان التقديري وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي بالجدول رقم (6) وقيمة الانحراف المعياري (1.1294) .

اختبارات فروض الدراسة:

- توجد علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة معنوية عند مستوى ($\alpha = 0.05$) وبدرجة ثقة 95% بين تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية وبين اتجاهات الإعلاميين المصريين نحوها. وقد بلغت قيمة معامل الارتباط لهذه العلاقة (0.863).

- بالنسبة للفرض القائل " **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية**" يعزى للمتغير الوصفي (النوع). وبإجراء اختبار T لعينتين مستقلتين، تبين أن قيمة (t) المحسوبة أقل من القيمة (t) الجدولية عند درجات حرية (56) و هذا يؤكد صحة الفرض ***(توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات عينة الدراسة نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية)*** يعزى للمتغير الوصفي (النوع) وهذا يرجع الى اختلافات الاهتمامات و ترتيب الاولويات لدى الإعلاميين المصريين حيث أن اهتمامات الجنسين متغايرة ومتفاوتة .

- بالنسبة للفرض القائل "**توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات مفردات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو *تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية*** " يعزى للمتغير الوصفي (المؤسسة الإعلامية) تم اختبار" T " لعينتين مستقلتين " و تبين أن قيمة (t) المحسوبة أكبر من قيمة (t) الجدولية عند درجات حرية (56) وبالتالي.تكون النتيجة أنه " **لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات مفردات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) *نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية)*** يعزى للمتغير الوصفي (المؤسسة الإعلامية).

- بالنسبة للفرض القائل " ***لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات مفردات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها*** " تعزى للمتغير الوصفي (النوع). تم اختبار" T لعينتين مستقلتين " و تبين أن قيمة (t) المحسوبة أقل من قيمة (t) الجدولية عند درجات حرية (56) وبالتالي يتم قبول الفرض العدمي وهو أنه "***لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات مفردات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها*** " تعزى للمتغير الوصفي (النوع).

- بالنسبة للفرض القائل " ***لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات مفردات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها*** " تعزى للمتغير الوصفي (المؤسسة الإعلامية). تم اجراء اختبار" T لعينتين مستقلتين " و تبين أن قيمة (t) المحسوبة أقل من قيمة (t) الجدولية عند درجات حرية (56) وبالتالي يتم قبول الفرض العدمي وهو أنه "***لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات مفردات عينة الدراسة من الإعلاميين المصريين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها*** " تعزى للمتغير الوصفي (المؤسسة الإعلامية).

ويمكن تلخيص نتائج الدراسة في النقاط الأتية: -

- ❖ المساهمة الفعالة لتقنية الميتافيرس (Metaverse) في القيام بتطوير وتحسين عمليات الإنتاج والتحرير والنشر الرقمي والإخراج وغيرها من العمليات الأساسية بالمؤسسات الصحفية والإعلامية مع تطوير مهارات العناصر البشرية التي تعمل في الحقل الإعلامي إضافة الى زيادة معدلات السرعة في نشر الاخبار والتغطية الفائقة للأحداث الجارية. ويتفق ذلك مع دراسة كل من (Qian pon le،2022) , (Rey.N،2022) و دراسة (.Wang L,2022) .
- ❖ ان التسويق عبر تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية يمثل التوجه الجديد حيث أنه يفتح آفاق جديدة للتسويق الرقمي (New Trend Marketing) الذي يمثل انطلاقة فريدة في عالم الترويج والدعاية والذى بدأ يتبوأ مكانة كبيرة في مجال التسويقي الإلكتروني والاقتصادي و يتوافق هذا مع دراسة (Lano Hai,2022) .
- ❖ أظهرت نتائج الدراسة الى وجود تباين و تنوع في المشاركة الإيجابية ذات التفاعلية الفائقة من عينة الدراسة لتقنية الميتافيرس (Metaverse) في العديد من التطبيقات الحياتية المتنوعة بمختلف المجالات ذات الأهمية الكبيرة مثل التطبيقات الطبية والتعليمية والتسويقية والإعلامية وهذا يتفق مع دراسة كل من .Hwang G, Chien) S,2022) ، (Rey.N،2022) و(Rospigliosi .P, 2022) .
- ❖ برهنت الدراسة على أهمية تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية التي تؤكد اتجاه الإعلاميين المصريين نحوها وزيادة دافعيتهم نحو الاقبال عليها وأن درجة موافقة عينة الدراسة من مجتمع الإعلاميين المصريين لهذه الاهمية والاتجاه نحو هذه التقنية جاءت مرتفعة.
- ❖ توصلت الدراسة أن أكثر تطبيقات تقنية الميتافيرس (Metaverse) الرقمية التي يتم التعرض لها من قبل عينة الدراسة عبر المواقع الإلكترونية الاعلامية العربية والأجنبية هي التطبيقات ذات الاهداف الترفيهية حيث بلغت نسبتها (39.65 %) بينما جاء في المنزلة الثانية التطبيقات التسويقية للميتافيرس (Marketing Application of

Metaverse) حيث يزداد دورها رويداً رويداً في انتشار التسويق الرقمي فقد بلغت نسبتها (25.86%) ثم تبعتها التطبيقات التعليمية للميتافيرس (Educational Application of Metaverse) بنسبة (18.97%) ثم جاء في المرتبة الأخيرة التطبيقات الطبية للميتافيرس (Medical Application of Metaverse) بنسبة (15.52%) . وهذا يتفق مع دراسة (Simon Elias Bibri ,2022) ودراسة (Jie, Huang et al.2022).

- أكدت الدراسة أن العنصر البشرى الذي يعمل بالمؤسسات الإعلامية هو العنصر الأساسي في المنظومة الإعلامية الذى يتحمل مسؤولية الريادة والقيادة والتحكم و الهيمنة في العمل الإعلامي بينما تلعب التقنيات التكنولوجية الحديثة دور القيام بتطوير العمل و الأداء بالمؤسسات الإعلامية و يتفق هذا مع دراسة (Androw Lian ،2022) و دراسة (Qian pon le،2022)

التوصيـــات

- ضرورة وضـــع اســـتراتيجية مشتركة بين المؤسسات الإعلامية المتنوعة بتخصصاتها المختلفة للعمل على توظيف تقنية الميتافيرس (Metaverse) في مجال الاعلام الرقمي والتواصل الفعال مع المؤسسات الإعلامية الدولية للاطلاع ومعرفة تجاربهم في توظيف تقنية الميتافيرس (Metaverse) لديهم مثل الجارديان ، واشنطن بوست ، رويتر ومحالات محاكاة هذه التجارب الناجحة.
- القيام بتأهيل كوادر صحفية وإعلامية على التكنولوجيا الحديثة والتدريب على الأدوات الجديدة المتعلقة تقنية الميتافيرس (Metaverse) والتي تعمل على تطوير وتحسين الأداء المهني وتوفير بيئة رقمية ذات فاعلية قادرة على مواكبة التغيرات التكنولوجية السريعة
- توصى الباحثة بتعظيم الاستفادة القصوى من التطبيقات المتنوعة للميتافيرس (Metaverse) وتوسيع مدى انتشارها في مناحي الحياة المختلفة خاصة التطبيقات التعليمية ، التسويقية والتدريبية والطبية
- القيام بإنشاء مواقع الكترونية وصفحات على الانترنت بهدف توعية وتثقيف الجمهور والشباب نحو أهمية الميتافيرس (Metaverse) لعمل برامج وأنشطة وحملات توعية وتثقيفية لجميع المستخدمين تكون تحت سيطرة الجهات المختصة.
- تدعيم جميع المؤسسات والهيئات الحكومية إضافة الى القطاع الخاص للوقوف جنباً الى جنب نحو تطوير البنية التحتية لتتواكب مع التطويرات التكنولوجية الحديثة بما فيها تقنية الميتافيرس (Metaverse) لتعظيم الاستفادة منها على مستوى الأداء والإنتاج والخدمات وغيرها.

مراجع الدراسة:

1. J. Huggett, 2020, ‘‘Virtually real or really virtual: Towards a heritage metaverse,’’ Stud. Digit. Heritage, vol. (4), No. (1), PP. 1–15, Jun. 2020.
2. Bibri S. , Allam Z., Krogstie J. ,2022,”The Metaverse as a Virtual Form of Data-Driven Smart Urbanism: Platformization and its Underlying Processes” , Institutional Dimensions, and Disruptive Impacts. Comput. Urban Sci. No. (2), PP:2-7.
3. In "Regulation of the Metaverse: A Roadmap. "Rosenberg, L., 2022, Proceedings of the 6th International Conference on Virtual and Augmented ،Reality Simulations (ICVARS 2022), Brisbane, Australia, PP: 25–27, March 2022.
4. Androw Lian,(2022) " The impact of metaverse technology on news content" journalism practice, Vol. (14), Issue No. (8) , PP :1008 – 1017.
5. , Priyanka Mohan ,2022, ” Impact of the Metaverse on the M U Ananya Babu Digital Future: People’s Perspective“,IEEE, 2022 7th International Conference on Communication and Electronics Systems (ICCES) , Coimbatore, India.
6. Jie Huang, Pingjin Sun, Weijie Zhang ,2022, “Analysis of the Future Prospects for the Metaverse”, Advances in Economics, Business and Management Research, Vol. (48), Proceedings of the 2022 7th International Conference on Financial Innovation and Economic Development (ICFIED 2022) , PP: 1899-1903 .
7. Simon Elias Bibri , The Social Shaping of the Metaverse as an Alternative to the Imaginaries of Data-Driven Smart Cities: A Study in Science, Technology, and Society , Smart Cities, MPDI ,2022, PP:833-856.
8. Qian pon le, (2022), " Employing metaverse technology in the newspaper" journal of media business studies, Vol. (33), No. (8), Jan. ,2022, PP: 234-246.
9. Rey N., (2022), "Transformation of Local Journalism: Media Landscapes and Proximity to the Public in Spain, France and Portugal". Total Journalism, Studies in Big Data, Vol. (12), Issue No. (6), PP: 153-164.
10. Vicente P., (2022), " After the Hype: How Hi-Tech Is Reshaping Journalism" Total Journalism, Studies in Big Data 97, Vol.14, Issue No. (7), PP: 41-52.
11. Md Ariful ,Islam Mozumder, Muhammad Mohsan Sheeraz , Ali Athar, ,”Metaverse based on IoT, Blockchain, AI Technique, Satyabrata Aich, 2022 and Medical Domain Metaverse Activity”, 2022 24th International Conference on Advanced Communication Technology.

12. Lano Hai , (2022) , " the effect of Metaverse on Journalistic work", Digital Journalism, Vol.(6), issue No. (3) , PP: 548 – 554 .

13. أيمن محمد إبراهيم بريك، (2022) ,تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية دراسة استشرافية خلال العقدين القادمين 2022-2042، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ع (78) ، ص ص 45- 76.

14. Wang L. ,(2022) , " Communication: From the Internet to the Intelligent" , Journal of Intelligent Communication, Vol.(01) , Issue No. (01), PP: 1-2.

15. Application in the Robot, Metaverse, XR Techniques in "Bernt Kim, (2022) , the press", theses Ph.D. degree, school of media communication, Korea university.

16. S. M. Park, Y. G. Kim, 2022," Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges", IEEE ACCESS, VOL.(10) .

17. سحر عبدالمنعم محمود الخولى .،(2022)، معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس في مواقع الصحف العربية والأجنبية "دراسة تحليلية" , مجلة للبحوث الإعلامية ، كلية الإعلام جامعة الازهر، ع(62) ، ج(1) ، ص ص 127- 200 .

18. إسراء صابر عبد الرحمن، (2022) ، توظيف تقنية الميتافيرس داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية العربية (دراسة تطبيقية") بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول لكلية الإعلام والعلاقات العامة بجامعة النهضة ،بعنوان "الإعلام والمجتمع المدني والمسؤولية المجتمعية، 29-30 مارس ، 2022 .

19. Amos Taylor, Sirkka Heinonen, Juho Ruotsalaisen & Marjukka Parkkinen,2015,"Highlighting Media & Journalism Futures 2030: Survey on Weak Signals and Emerging Issues", Finland Futures Research Centre, 2015, PP:2.41.

20. E. M. Rogers (2004). A Prospective and Retrospective Look at the Diffusion Model, Journal of Health Communication, Vol. (9), No. (1), PP: 13-17.

21. غادة عيد. (2012), القياس والتقويم التربوي مع تطبيقات برنامج، SPSSالكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

22. Steve Benford ,2021, "Metaverse: five things to know and what it could mean for you", available Online: https://theconversation.com/metaverse-five-thingstoknow-and-what-it-could-mean-for-you-171061.

23. Joo-Eon Jeon , 2021, "The Effects of User Experience-Based Design Innovativeness on User-Metaverse Platform Channel Relationships in South Korea" Journal of Distribution Science, Vol. (19), No. (11) , PP:81-90 .

24. George A.S et al. (2021). Metaverse: The Next Stage of Human Culture and the Internet, International Journal of Advanced Research Trends in

Engineering and Technology (IJARTET) Vol. (8), Issue(12) , Dec.,2021, ISSN 2394-3777 .

.25 Dionisio, Burns, W.G., Gilbert R., 2013,"3D virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities". ACM Comput. Surv. , No.(45), PP: 1–28.

.26 A Creator's Perspective on Techno cultural Imagination "Inengite D. (2022). And The Metaverse Spacetime, Project: Meta design: The Implications of , Afrosynthesia. "Techno cultural imagination in the Metaverse Spacetime

.27 Hwang G, Chien S. (2022). Definition, roles, and potential research issues of the metaverse in education: An artificial intelligence perspective, Graduate Institute of Digital Learning and Education, National Taiwan University of Science and Technology, ELSEIVER, Vol.(43),No.(4), Taiwan.

.28 Balcioglu Y. et al. (2022). Prediction with Machine Learning and Comparison of Land Prices in The Metaverse Universe, Baskent International Conference on Multidisciplinary Studies in February 24-25, (2022), Ankara Turkey.

.29 Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and "Rospigliosi P.(2022). the turn to virtual reality for education, socialization and work, Interactive Learning Environments, Vol.(30), No.(1), PP:2–4 . https://doi.org/10.1080/10494820.2022.2022899

.30 Lee L.H., Braud T., Zhou P., Wang L., Lin Z., Kumar A., Bermejo C.; Hui, P. All one needs to know about metaverse: A complete survey on technological singularity, virtual ecosystem, and research agenda. arXiv 2021, arXiv:2110.05352.

.31 Falchuk B., Loeb, S., Neff, R. The social metaverse: Battle for privacy. IEEE Technol. Soc. Mag. 2018, Vol. (37), PP: 52–61.

.32 Mont Megiual, 2021, " Why the Metaverse is Marketing's Next Big thing?" international journal on computational science and applications, Vol.(5) , PP: 225 – 227.

.33 2022, "Technology-Enhanced Education through VR-Making and ،Hwang Y. Metaverse-Linking to Foster Teacher Readiness and Sustainable Learning. Sustainability, vol. (14) .No (8),PP: 47 - 86.

.34 " Building the Metaverse Responsibly. "Bosworth A., Clegg N.,2021, Available online: https://about.fb.com/news/2021/09/ building-the-metaverse-responsibly/ (accessed on 22 spet. 2022)

35. Norton Rose Fulbright ,(2021). "The Metaverse: The evolution of a universal digital platform. Avilable Online: https://www.nortonrosefulbright.com/en/knowledge/publications/5cd471a1/th emetaverse-the-evolution-of-a-universal-digital-platform.

36. Muhammet Damar , 2021, "Metaverse Shape of Your Life for Future: A bibliometric Snapshot", Journal of Metaverse, Vol. (1), No.(1),2021, PP:1:8.