

The importance of augmented reality technology in enriching the content of television news programs: a field study

أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء محتوى برامج التلفزيون الإخبارية: دراسة ميدانية

Dr. Zainab Salim,¹,
Mortada Abdel Zahra Al-Saadi,²,
Jinan University - Faculty of Information

أ.م.د. زينب حسن سليم / لبنان ¹، مرتضى عبد الزهرة ²،
جامعة الجنان - كلية الإعلام ¹،
جامعة الجنان - كلية الإعلام ²،

ABSTRACT

The research addressed the importance of augmented reality technology in enriching the media content in television news programs from the perspective of viewers, with a focus on identifying the limits of the audience's exposure to these programs and identifying the differences between augmented reality technology and virtual reality technology, as well as knowing the topics that the audience prefers in these programs. The research relied on a field survey approach, using a questionnaire as a tool to collect data from a sample of viewers amounting to (200) respondents, to measure their interaction with news programs that use augmented reality technology and find out their favorite topics and the extent of the technology's impact on their viewing experience.

The research reached results that confirmed that augmented reality technology contributes significantly to increasing viewers' interaction with news programs..

الخلاصة

تناول البحث أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء المحتوى الإعلامي في البرامج التلفزيونية الإخبارية من وجهة نظر المشاهدين، مع التركيز على التعرف على حدود تعرض الجمهور لهذه البرامج وتحديد الفروقات بين تقنية الواقع المعزز وتقنية الواقع الافتراضي، وكذلك معرفة المواضيع التي يفضلها الجمهور في هذه البرامج. اعتمد البحث على المنهج المسحي الميداني، مستخدماً الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة من المشاهدين تبلغ (200) مبحوثاً، لقياس تفاعلهم مع البرامج الإخبارية التي تستخدم تقنية الواقع المعزز ومعرفة المواضيع المفضلة لديهم ومدى تأثير التقنية على تجربتهم في المشاهدة، وقد توصل البحث إلى نتائج تمثلت بالتأكيد على أن تقنية الواقع المعزز تساهم بشكل كبير في زيادة تفاعل المشاهدين مع البرامج الإخبارية، وأن (59%) من المستطلعين يتابعون البرامج التي تستخدم هذه التقنية، وأن الاهتمام الرئيسي للمشاهدين ليس بنوع البرنامج، بل بنوعية التقنية المستخدمة، كما تقنية الواقع المعزز تعزز وضوح المعلومات وسهولة إيصالها، مما يزيد من نسبة المشاهدة والتفاعل.

الكلمات المفتاحية:

الواقع المعزز - الإثراء في الإعلام - المحتوى الإعلامي - برامج التلفزيون الإخبارية.

Keywords:

augmented reality - media enrichment - media content - television news programs.

Received

استلام البحث

20/8/2023

Accepted

قبول النشر

2 /10/2023

Published online

النشر الإلكتروني

15/6/2024

مقدمة:

أدت التكنولوجيا الحديثة وتقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تحولات راديكالية في صناعة المحتوى الإعلامي عن طريق مختلف المنصات الرقمية فالتحول من مشاهدة الحدث إلى الاندماج داخله إضافة إلى الإحساس بتفاصيله ومعايشته أصبحت من أهم التوجهات التي تشغل صناعة المحتوى، خاصة في ظل تعاظم الفروقات المتنوعة التي تقود الجمهور بعيدا عن الانجذاب نحو ما تقدمه المؤسسات الإعلامية من مواد صحفية وإخبارية عبر التقارير المصورة وغيرها من أشكال تقديم المحتوى.

في عالم التكنولوجيا الجديد للمعلومات، برز الواقع المعزز كمفهوم مهم وحديث. وتتمثل وظيفته الأساسية في دمج البيئة الفعلية مع العالم الافتراضي. وهي في الأساس إعداد يتم فيه مزج محيط الواقع الافتراضي مع المحيط الفعلي عبر أدوات ومنهجيات استثنائية. وعلى سبيل المثال، يمكن للإضاءة الخاصة توجيه هبوط الطائرة على مدارج المطار، أو عندما يرى الجراحون معلومات افتراضية توضح له المناطق التي يجب معالجتها أثناء إجراء الجراحة فعليا⁽¹⁾.

المبحث الأول: منهجية الدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

تتمحور إشكالية الدراسة حول دور تقنية الواقع المعزز في إثراء المحتوى الإعلامي للبرامج الإخبارية التلفزيونية من وجهة نظر المشاهدين، وبالتالي فإن الإشكالية تقع في السؤال الرئيسي الآتي:

ما أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء المحتوى الإعلامي للبرامج الإخبارية التلفزيونية من وجهة نظر المشاهدين؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

(1) - Catenazz, N.& Sommaruga, L. (2013).social media: challenges and opportunities for education in modern society,mobile learning and augmented realit, P30.

- (1) ما حجم متابعة العينة برامج للتلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز؟
- (2) ما وسيلة متابعة العينة لبرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز؟
- (3) ما طبيعة تفاعل المشاهدين مع برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز؟
- (4) ما أسباب متابعة المشاهدين برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز؟
- (5) ما موضوعات برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز والتي تتابعها؟
- (6) ما أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء المحتوى برامج التلفزيون الاخبارية؟

ثانياً: أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- (1) معرفة حجم متابعة العينة برامج للتلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز.
- (2) التعرف إلى وسيلة متابعة العينة لبرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز.
- (3) تحديد طبيعة تفاعل المشاهدين مع برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز.
- (4) معرفة أسباب متابعة المشاهدين برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز.
- (5) التعرف إلى موضوعات برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز والتي تتابعها.
- (6) تشخيص أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء المحتوى برامج التلفزيون الاخبارية.

ثالثاً: أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذا البحث في تناوله لعناصر الإنتاج التلفزيوني، والدور الرئيسي الذي تؤديه التقنية في عملية الإنتاج بشكل عام، واستخدامه في البرامج والنشرات الإخبارية بشكل خاص.

- 1) اكتشاف العلاقة بين تقنيات الاتصال الحديثة والمؤسسات الإعلامية ودورها في الميدان الإعلامي.
- 2) تمكين القنوات الفضائية من مواكبة التطور من خلال استخدام أدوات متطورة لهذه التقنيات.
- 3) الدور الذي تؤديه هذه التقنية في بناء مؤسسات إعلامية ذات قيمة إعلامية كبيرة في مجال الإعلام والاتصال.

رابعاً: منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية المسحية التي تدرس تقنية الواقع المعزز في إثراء المحتوى الإعلامي للبرامج الإخبارية التلفزيونية من وجهة نظر المشاهدين، وهي الأنسب للتعرف على طبيعة هذا الدور والآثار المتحققة من خلاله، ذلك أن المنهج الوصفي "يهتم بالطرق والجراءات والأدوات التي تستخدم لدراسة الظاهرة أو الموضوع دراسة وصفية تكشف عما فيه من خصائص ومتغيرات وعلاقات من حيث الشدة والاتجاه"⁽¹⁾، أي أن الوصف يتضمن تحليل بنية الموضوع وتوضيح العلاقة بين مكوناته ووصف أبعاده كما هي في الواقع.

وسيستخدم الباحث المنهج المسحي الذي يعتبر من فروع المنهج الوصفي الذي يعتمد على الدراسة الميدانية من خلال أداة الاستبيان لمعرفة آراء المبحوثين وتحليلها لإيجاد إجابات تخدم تساؤلات الدراسة.

خامساً - أدوات الدراسة

من أهم الأدوات التي يستخدمها الباحثون في الحصول على المعلومات وجمع البيانات خلال عملية البحث في المجال الإعلامي تتمثل في (الاستبيان والمقابلة والملاحظة والاختبارات)، فإن الباحث سيستعين من بين هذه الأدوات باستمارة الاستبيان والتي سيعتمد في إعدادها على ما تم عرضه في الإطار النظري والمنهجي، فضلاً عن الاستعانة بأساتذة محكمين لهذه الاستمارة، وستتضمن الاستمارة مجموعة من الأسئلة بخيارات متعددة تغطي محاور موضوع الدراسة.

(1) عبدالله الهاشمي، مناهج البحث في العلوم التربوية والاجتماعية، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2017م)، ص 41.

سادساً - حدود الدراسة

وتتمثل هذه الحدود بما يأتي:

1. **الحدود المكانية:** مكان توزيع الاستبانة في جمهورية العراق.
 2. **الحدود الزمنية:** ويتمثل بالمدة التي تستغرقها الدراسة الميدانية بدءاً من توزيع استمارة استبيان وانتهاءً بجمع البيانات والتي تمت في شباط/فبراير من العام 2023م.
 3. **الحدود البشرية:** يتمثل بعينة عشوائية من الجمهور الذين يتعرضون للبرامج الإخبارية التلفزيونية التي تستخدم تقنية الواقع المعزز.
- سابعاً - مجتمع الدراسة وعينتها**

4. بما أن مجتمع الدراسة يتمثل بجميع الذين يتابعون البرامج الإخبارية التلفزيونية التي تستخدم تقنية الواقع المعزز، سواء على منصات التواصل الاجتماعي أو على المواقع الإلكترونية أو على قنوات التلفزة من الذين يسكنون الجمهورية العراقية، فإنه يتعذر على الباحث إخضاع هذا المجتمع كله للدراسة بسبب كبر حجمه، وعليه لابد من اختيار عينة عشوائية ممثلة له تمثيلاً دقيقاً، وقد اختار الباحث عينة مؤلفة من (200) مبحوث لإجراء هذه الدراسة عليها.

ثامناً - مصطلحات الدراسة:

1. الواقع المعزز (Augmented reality)

وهو عرض الأشياء والمعلومات الافتراضية في البيئة الحقيقية للمستخدم، ويعمل الواقع المعزز كدليل أو يوفر معلومات إضافية للمستخدم. على عكس الواقع الافتراضي، الذي يعرض كائنات حقيقية في بيئة افتراضية. (1)

ويعرف الباحث الواقع المعزز اجرائياً بأنه: هو عرض مركب للمتلقي يجمع بين المشهد الحقيقي الذي يراه المستخدم والواقع الافتراضي والصور الدقيقة والمدرسة التي تم إنشاؤها بواسطة أجهزة الكمبيوتر.

(1) - James, O. (2021). Electronic Literature as Digital Humanitie. Augmented Reality, P123.

2- الاثراء في الإعلام (Enriching in the Media)

أن عمليات التواصل القادرة على التغلب على مجموعة من المفاهيم والنماذج المختلفة وتوضيح القضايا الغامضة في الوقت المناسب لتعزيز التفاهم تعتبر أكثر اثراءً. اما عمليات الاتصال التي تستغرق وقتاً أطول لتوصيل الفهم والافكار تعتبر اقل اثراءً.⁽¹⁾

واجرائياً يمكن ان يعرفه الباحث: بأنه سلسلة من المسؤوليات التي تعزز الوظيفة وتزودها بقوة جديدة وتزيد من قيمتها وتحسن فعاليتها من خلال الإجراءات المخططة والمنظمة.

3- المحتوى الإعلامي (Media content)

هو المنتج الرئيس للصناعة الإعلامية، وهو الأداة المنوط بها في تحقيق الغاية من إنشاء المؤسسة الإعلامية وأهدافها الاستراتيجية تجاه الجمهور المستقبل، وهو الأمر الذي من أجله وعليه توضع الموازنات المالية وتنفق النفقات.⁽²⁾

ويعرف الباحث المحتوى الإعلامي اجرائياً: بأنه القوة الناعمة المميزة التي تُعرف اليوم كواحدة من أهم القوى والآليات التي تشكل الصور الذهنية في أذهان الجمهور وتقديم المعلومات والحقائق.

4- برامج التلفزيون الاخبارية (Televisions news programs)

وهو المنهاج الذي يضم النشرات الاخبارية عامة الاقتصادية والرياضية والثقافية وغير ذلك والتقارير الاخبارية المصورة والتحليلات الاخبارية.⁽³⁾

تعد هذه البرامج التي تقدمها القنوات التلفزيونية المختلفة بمثابة منصة للقضايا المجتمعية وعرض معلومات حول مجموعة من الأحداث التي تخص الواقع. تظهر العناصر التشاركية أحياناً، سواء من

(1) - Daft, R. L. & Lengyel, R. H. (2006). Regulatory information requirements, media richness, and structural design – Management Science. 32(5), 554-571, P11.

(2) مبارك زودة ، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2012م، ص130.

(3) سعد مطشر عبد الصاحب، المضامين والاشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون السوري، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، 2005م، ص33.

خلال المكالمات الهاتفية أو المراسلات أو الحضور الفعلي. بالإضافة إلى ذلك، غالبًا ما تركز هذه البرامج على إبداء الآراء.⁽¹⁾

ويقصد بها إجرائيًا: تلك البرامج المتلفة المرئية التي تهدف إلى إيصال الأخبار والأحداث في أوقات محددة على شكل تقارير مرئية ومقابلات فيديو ونشرات مكتوبة، جميعها معدة للنشر. ويتم دمج هذه البرامج في الدورات البرمجية العادية، ولكل مؤسسة إعلامية مرتبطة بالأخبار طاقم إخباري مخصص لها.

تاسعاً - الدراسات السابقة

1- دراسة عطية (2022) بعنوان: توظيف تطبيقات وتقنيات فيديو الواقع المعزز في السرد البصري وأثره في إدراك وتقييم الجمهور للمحتوى الإخباري في مواقع القنوات التلفزيونية.
سعت الدراسة الحالية لرصد تأثير السرد البصري باستخدام فيديو الواقع المعزز في تقديم المحتوى الإخباري على ادراك الجمهور وذلك من خلال مقياس يتضمن أبعاد الادراك الثلاث وهي (التذكر - الفهم - التحليل) بالإضافة إلى رصد تقييم تجربة الجمهور لاستخدام هذه التقنية وما يرتبط بها متغيرات وسيطة ذات تأثير في تقييم التجربة .

2- دراسة أحمد (2019) بعنوان: التقنية الرقمية وانعكاساتها على إنتاج البرامج الحوارية.

هدف هذا البحث إلى معرفة مدى توظيف الابتكارات التقنية الحديثة في قناة BBC في إنتاج البرامج الحوارية، ومدى فاعلية نجاح برنامج نقطة حوار في توظيف التقنية الرقمية. استخدمت الباحث المنهج الوصفي المسحي، والمنهج التاريخي لتجري دارستها التطبيقية على مجتمع البحث. 3- دراسة وسام (2018) بعنوان: اتجاهات القائم بالاتصال والجمهور نحو التطبيقات الصحفية للواقع المعزز.

(1) دحام العبيدي، دور البرامج التلفزيونية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة ديالى، جامعة ديالى، مجلة الباحث العلمي، 7(27) 62-91، (2015)، ص 69.

قامت الدراسة من منطلق استخدام صحيفة أخبار اليوم للواقع المعزز على مدار ما يقرب من خمسة أعوام، واعتماداً على ما أشارت إليه الدراسات السابقة من تحول الأساليب التقليدية لرواية القصص الصحفية إلى نماذج حديثة مؤثرة باستخدام تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي.

4- دراسة Calvo. Rodriguez, Moncada, & Donnelle (2020) بعنوان:
(التقنيات الناشئة والتي تستند إلى تقنيات الواقع المعزز في مجال الإعلام).

• **Emerging technologies that are based on augmented reality technologies in media field.**

تهدف الدراسة لتسليط الضوء على التقنيات الناشئة والتي تستند إلى تقنيات الواقع المعزز وأدت إلى خلق ما يعرف بالواقع الممتد وتؤدي إلى إضافة قيمة للمحتوى الإعلامي. اعتمدت الدراسة على أسلوب المقابلات المعمقة والمقننة مع عشرة من الخبراء المختصين لتحليل إمكانيات الواقع المعزز وتوظيفه في الصحافة.

5- دراسة Zangana(2017) بعنوان: (تأثير التكنولوجيا الجديدة على إنتاج الأخبار).

• **The impact of new technology on the news production.**

استهدفت هذه الدراسة التعرف على كيفية تعامل العاملين في غرفة الأخبار مع التكنولوجيا الجديدة في ممارسة عملهم، ومعرفة مدى تأثير الرقمنة على غرفة الأخبار، وعقد مقارنات بين كل من عملية إنتاج الأخبار في شبكتين إخباريتين في كردستان العراق وهم (KNN) و (GK)، وقد استخدم الباحث ثلاث طرق رئيسية في عملية جمع البيانات؛ وهي: المقابلة المتعمقة، والملاحظة، والتوثيق، وتم اختيار العينة من القائمين بالاتصال في غرفة الأخبار لتلك القنوات.

المبحث الثاني: تقنية الواقع المعزز وعلاقتها بوسائل الإعلام المرئية

أولاً - تقنية الواقع المعزز

إن وفرة المصطلحات المتعلقة بالواقع المعزز هي نتيجة لطبيعته الرائدة. وعند دراسة الأدبيات حول هذا الموضوع، يمكننا ملاحظة العديد من المصطلحات القابلة للتبديل، بما في ذلك الواقع المعزز، والواقع الموسع والمزید وغيرها من الواقع. وتشير هذه العبارات كلها إلى نفس المفهوم، لكن اختلافاتها تنشأ من الفروق الدقيقة في الترجمة.

وقد عرفه دونيلفي وديدي على النحو التالي: "مصطلح يصف التكنولوجيا التي تسهل دمج المحتوى الرقمي من برامج الكمبيوتر والأشياء مع العالم الحقيقي من خلال تنفيذ تكتيكات وأساليب معينة.⁽¹⁾

ثانياً - تطور تقنية الواقع المعزز

ظهر مصطلح تقنية الواقع المعزز في أواخر القرن الماضي. وكانت الأنظمة والتطبيقات في تلك الفترة بدائية ومحدودة بسبب التقنيات القليلة المتاحة. ومنذ أواخر التسعينات وحتى أوائل القرن الحادي والعشرين، شهدت هذه التقنية تطوراً بالغاً. اذ بدأت الشركات والمختبرات البحثية في تطوير تطبيقاتها في مجالات متنوعة مثل التعليم والتدريب والترفيه والصناعة.

شهدت التقنية نمواً متسارعاً في العقد الأخير فزادت إمكانيات التفاعل والدمج بين العالم الحقيقي والعناصر الرقمية، وتم تطوير أجهزة خاصة بها مثل النظارات الذكية وأصبحت متاحة في مجموعة متنوعة من التطبيقات اليومية، بدءاً من الألعاب الإلكترونية وحتى التدريب والطب والتصميم والإعلانات. وأيضاً في مجالات تطبيقية متقدمة أخرى مثل الجراحة المساعدة بالروبوت، والتطبيقات التعليمية التفاعلية.

ثالثاً - خصائص تقنية الواقع المعزز

(1) – Dunleavy, M., & Dede, C. (2006). Augmented Reality Teaching and Learning. Augmented reality, USA: Harvard Education press, P7.

تمتلك هذه التقنية عدد من الخصائص والمميزات التي تسهم في تحسين تلك التجربة ومن ابرز تلك الخصائص ما أوضحه أزوما وكما يلي: ⁽¹⁾

1. التعرف على الوجوه: هذه تقنية تمكن من التعرف على الوجوه البشرية، مما يسهل عملية التواصل والتفاعل مع الآخرين في العالم الواقعي.

2. التتبع الحركي: يمكن لها تتبع حركة المستخدم وتفاعلاته، مما يعطي تجربة تفاعلية وشخصية أكثر.

3. الإخراج الصوتي: تقدم تقنية الواقع المعزز إخراجًا صوتيًا ثلاثي الأبعاد، مما يزيد من واقعية التجربة والتفاعل.

4. الاستشعار: تعتمد هذه التقنية على الاستشعار لرصد البيئة والأجسام المحيطة، مما يسمح باكتشاف أجسام افتراضية وتفاعل معها.

5. التحكم بالحركة: يمكن استخدامها للتحكم بالحركة في عالم افتراضي، عن طريق الحركة الطبيعية للمستخدم في عالم حقيقي.

6. العرض المرئي: توفر هذه التقنية عرضًا مرئيًا على شاشة الهاتف أو النظارة الذكية، حيث يتم العالم الحقيقي بالافتراضي.

هذه هي بعض المميزات الأساسية التي تتواجد في تقنية الواقع المعزز والتي تحسن من تجربة المستخدم.

رابعاً - الفرق بين الواقع المعزز والواقع الافتراضي

تعتمد كل من تنقية الواقع المعزز والواقع الافتراضي على تكنولوجيا متقدمة لإنشاء تجارب جديدة وتحقيق مستوى تفاعل أكبر، ومع ذلك، تتشابه وتختلف هاتان التقنيتان في نقاط عدة نوردتها على الشكل التالي:

(1) - Azuma, R. (2007). A Survey of Augmented Reality. Presence: Teleoperators and Virtual, Environments, Vol. 1, No. 6, P.45/

أ. أوجه الشبه بين الواقعين:

- الواقع المعزز (Augmented Reality) والواقع الافتراضي (Virtual Reality) هما تقنيتان مختلفتان، ولكن هناك بعض التشابهات بينهما، وهي⁽¹⁾
- كلاهما يستخدم تكنولوجيا الحوسبة لتعزيز تجربة الواقع.
 - يستخدم كلاهما واجهات رقمية لإظهار المحتوى للمستخدم.
 - يهدف كلاهما إلى خلق تجربة غير واقعية أو محاكاة للواقع الطبيعي.

ب. أوجه الاختلاف بين الواقعين:

تتمظهر أوجه الاختلاف بين التقنيتين في جوانب عدة، نورد أبرزها في الجدول التالي:

جدول (1) يظهر أوجه الاختلاف بين الواقع الافتراضي

والمعزز من حيث البيئة ودرجة التفاعل والاستخدامات ومستوى التقنيات والتكلفة

أوجه الاختلاف	الواقع الافتراضي	الواقع المعزز
من حيث البيئة	ينشئ بيئة افتراضية تمامًا تحيط المستخدم بالكامل، حيث يتم تغيير	يحافظ على الواقع الحقيقي لكن تُضاف إليه عناصر افتراضية.

(1) Grier, R., Thiruvengada, H., Ellis, S., Havig, P., Hale, K., & Hollands, J. (2012). Augmented Reality – Implications toward Virtual Reality, Human Perception and Performance, P261.

	الواقع الحقيقي وتحل محله بيئة افتراضية.	
من حيث درجة التفاعل	يتفاعل المستخدم بشكل كامل مع العالم الافتراضي المنشأ. يمكن التحرك في البيئة الافتراضية والتفاعل مع العناصر الموجودة فيها.	يتفاعل المستخدم بشكل أساسي مع العالم الحقيقي، ولكن يمكنه التفاعل مع العناصر الافتراضية المضافة عن طريق لمس الشاشة أو استخدام واجهة تحكم خاصة.
من حيث الاستخدامات	يستخدم عادة في المجالات الترفيهية مثل الألعاب، ولكنه يُستخدم أيضاً في التدريب والتعليم والطب والهندسة وغيرها.	يعمل في مجموعة واسعة من التطبيقات، بما في ذلك الألعاب، والتجارة الإلكترونية، والإعلام والتعليم... وغيرها.
من حيث مستوى التقنية	يحتاج إلى تقنية متقدمة لإضفاء شعور يشبه الحياة الواقعية في العالم الافتراضي.	يحتاج إلى تقنية أقل تقدماً، لأنه يستخدم مكونات تكميلية ويمزجها بالعالم الحقيقي.
من حيث التكلفة	تكلفة تنفيذه مرتفعة لأن المعدات والبرامج المخصصة لذلك عادةً ما تكون عالية التكلفة.	تكلفة تنفيذه أقل من تكلفة تنفيذ الواقع الافتراضي، فعلى سبيل المثال حتى الهاتف المحمول لديه الموارد اللازمة لتنفيذه.

خامساً - استخدام تقنية الواقع المعزز في وسائل الإعلام

يتم تصنيف تقنية الواقع المعزز (AR) كجزء من الوسائط الإعلامية الغامرة "Immersive Media"، والتي يُعتقد أنها المفتاح لإشباع رغبة المستهلكين في أن يكون المحتوى الإخباري أقرب إلى القصة.

ويتسبب استخدام هذه التقنية في حدوث تغييرات جذرية، شبيهة بتلك التي حدثت في عالم الواجهات، عندما كان هناك انتقال من الشاشات العادية إلى الشاشات التي تعمل بنظام اللمس. بالإضافة إلى أن التجربة ثلاثية الأبعاد ستكون متاحة للجميع، وسيتمكن المستخدمون من التحرك والتفاعل معها⁽¹⁾. ومن الممكن لهذه التقنية أن تكون مفيدة للصحفيين والإعلاميين في الميدان، حيث يمكن لأجهزة التصوير المستخدمة في التغطيات الإخبارية أن تكون مثبتة في نظارات الواقع المعزز outward facing cameras، مما يسهل عملية تسجيل المقابلات، وإضافة قوالب سردية جديدة، كما و تسهل أيضا فكرة إبقاء المراسل على اطلاع على آخر المستجدات خلال المؤتمرات الصحفية. أما في مجال الرياضة، يمكن استخدام الواقع المعزز مع المباريات الرياضية الحية، بواسطة عرض المعلومات والإحصائيات عن المباريات واللاعبين، بطريقة أكثر تفاعلية وأسهل للتحليل والتذكر.⁽²⁾ وبالرغم من أن هذه التقنية قد تبدو للوهلة الأولى بعيدة عن الاستخدامات الصحفية، إلا أن مؤسسات عديدة استطاعت استخدامها لتعزز من إمكانات إصداراتها الورقية التقليدية، وتقدم خبرات مختلفة لقرائها وكذلك المعلنين فيها، عن طريق تطبيق بسيط يمكن للمستخدم قراءة الصحيفة عبر كاميرا هاتفه الذكي والأجهزة اللوحية، بحيث يرى الصفحات المطبوعة التي يمكنه استخدامها ليشاهد أو يقرأ أو يستمع لمزيد من المحتوى عبر الدمج بين الوسيطين الورقي والرقمي وهي التقنية التي شهدت بلداناً مختلفة لاستخدامها ومنها استراليا وماليزيا واليابان والولايات المتحدة وكندا والهند.

(1) – Peter Ward (2017 Four Ways Augmented Reality Could Save Journalism AR presents significant opportunities to publishers and journalists, but can they take advantage). Co-Founder of The Omnivore, P142

(2) –Tanja Aitamurto, Laura Aymerich-Franch, Jorge Saldivar (2020), Examining augmented reality in journalism: Presence, knowledge gain, and perceived visual authenticity, University of Illinois at Chicago, University Pompeu Fabra, P15.

كما اجتاحت هذه التقنية "الواقع المعزز Augmented reality" بقوة ساحة وسائل الإعلام الحديثة، حيث منحت هذه التقنية قيمة مضافة للمحتوى والخدمات والمنتجات التي يتفاعل معها المهتمون⁽¹⁾. كذلك عملت فيسبوك وبالتعاون مع جامعة جوبنز هوبكنز وجامعة كاليفورنيا- على تنفيذ مشروع تحويل الأفكار الذهنية إلى نصوص واقع معزز، وهو نوع من الواجهات المتخاطبة بين الدماغ والآلات، تسمح للمستخدمين بالكتابة من خلال أدمغتهم وتحويل الأفكار الصامتة إلى مواد نصية بسرعة تبلغ 100 كلمة في الدقيقة، حيث يعتمد المشروع على التقاط واستشعار الإشارات العصبية الصادرة من القشرة المخية باستخدام أشعة الليزر أو المصابيح الثنائية LED. وبالتالي، يمكن لهذه التقنية إتاحة الفرصة للتواصل مع الآخرين عن طريق إرسال الأفكار بدلاً من كتابتها.⁽²⁾

سادساً - دور الواقع المعزز في تعزيز المحتوى الإعلامي

مما لا شك فيه أن تقنية الواقع المعزز باتت تُشكل نقلة نوعية في إنتاج محتوى إعلامي ذات قيمة مضافة وفي توفير تجارب تفاعلية جديدة للجمهور معه، فقد جعلت العملية الاتصالية تتصف بالمزيد من التشويق والفراة كما عززت من شكل ومضمون المحتوى الإعلامي ومن فهمه وأدراكه. وفي هذا السياق، أدى التمازج ما بين خصائص الواقع المعزز وخصائص العمل الاتصالي الجماهيري، إلى ظهور خصائص جديدة للأخير، نردها على الشكل التالي:⁽³⁾

- مزج الحقيقية والافتراضية في إطار واحد، مما يعزز من تجربة الجمهور.

(1) -Tiago Tejedor-Calvo; Luis M. Romero-Rodríguez; Mariana Alencar-Dornelles (2020)، Effects of Virtual Reality, Augmented Reality, and Mixed Reality as. Training. P29.

(2) -Bullok. L, Forbes (2018): AR And Social Media: Is Augmented Reality The Future Of Social Media, P1 61.

(3) أمل وقشظة سليم اشتيوي، مذكرة ماجستير في المناهج وطرق التدريس، (غزة: الجامعة الإسلامية، 2018م)، ص21.

- تزويد الفرد بمعلومات واضحة موجزة وتجارب تفاعلية وتعليمية بأبعاد ثلاثية المتحركة.
- التفاعلية في الوقت الحقيقي عند الاستخدام أي التفاعلية الفورية.
- تزايد فرص وأشكال واساليب التفاعل مع الجمهور بطرق مبتكرة.
- تزايد فرص جذب الجمهور والاحتفاظ بانتباهه، نظراً للتجارب الفريدة والمبتكرة التي تقدمها تلك التقنية.

سابعاً - تجارب المؤسسات الإعلامية في استخدام تقنية الواقع المعزز

تتنوع تجارب استخدام وسائل الإعلام لتقنية الواقع المعزز، وعلى الرغم من أن هذه التجارب لا تزال في مراحلها الأولى، إلا أنها تستحق بالفعل الدراسة وتبسيط الضوء على أبرزها، فعلى سبيل المثال دشنت صحيفة "نيويورك تايمز" مشروعها الأول في توظيفها للتقنية اعلاه خلال الأولمبياد الشتوي الذي أقيم في كوريا الجنوبية عام 2018، حيث استفادت من تقنيات 3D التي توفرها أحدث النسخ من أجهزة آيفون، آيباد، وسامسونج. وقد اعتبرت الصحيفة أن توظيف الهواتف الذكية كنافذة يطلع من خلالها الجمهور على الحدث، بمثابة نقل للقصة الصحفية إلى عالم أبعد من ضيق ومحدودية الشاشات، عبر إضافة عناصر رقمية إلى نطاق الجمهور، بأبعادها الحقيقية، سواء كانت هذه العناصر بشرية أو جمادات.⁽¹⁾

والى جانب الصحيفة، كان تطبيق كوارتز Quartz من المبادرين لتبني التقنية في الإنتاج الإخباري، حيث حصل التطبيق على 10 آلاف تحميل جديد، في خلال أسبوع من تبنيه هذه التقنية وقام عدد من المستخدمين الذين تدعم أجهزتهم تقنية الواقع المعزز بالضغط على المواد ثلاثية الأبعاد في التطبيق ومشاهدتها، وذلك رغبة منهم في الاقتراب أكثر من القصص الإخبارية.⁽²⁾

(1) حنان الربيعي، الواقع المعزز في الإعلام الجديد، العراق، كلية الإعلام - قسم الصحافة، 2020م، ص133.

(2) موقع البيان الإلكتروني (2018): تلفزيون دبي يروج أعماله بتقنية الواقع المعزز، تم الوصول اليه بتاريخ:

<https://2u.pw/9MEVnJLo>، على الرابط التالي: 2023/6/20

كما استخدمت قنوات تلفزيونية أخرى فيديوهات الواقع المعزز مثل الفيديو الذي نشرته قناة "وذر" الأميركية (Weather Channel) المتخصصة، والذي يوضح خطورة إعصار فلورنسا الذي ضرب سواحل كارولينا الشمالية. واستخدم الفيديو تقنية الواقع المختلط حيث تم دمج البيئة الواقعية (الاستوديو والمذيعين) مع بيئة وأجسام افتراضية (بيئة الإعصار وجسم السيارة)، فبينما كان المذيع يقدم معلومات عن الإعصار كانت المياه ترتفع لتصل فوق رأسه وتظهر في الخلفية سيارة مغمورة بالمياه. في الواقع لقد حولت هذه التقنية نشرة الطقس التي ينظر إليها كثيرون على أنها مملة إلى فيلم سينمائي بشكل أكثر جاذبية وتفاعلية.

أما على مستوى المؤسسات الإعلامية العربية، تبنت قناة سكاي نيوز العربية خلال السنوات الأخيرة، تقديم محتوى إعلامي مبتكر يستند لأحدث التقنيات الرقمية والبث التلفزيوني، فاعتمدت علي أساليب مبتكرة للتغطيات الإخبارية، كما أنشأت غرفة أخبار حديثة تتضمن تقنيات البث المرئي مع استوديوهات إخبارية تعتمد على تقنيات الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR).⁽¹⁾

كما حرصت مؤسسة دبي للإعلام على اعتماد هذه التقنية للترويج للمحتوى التلفزيوني الخاص بها من خلال تحميل تطبيق تلفزيون دبي وقناة سما دبي على متجر "آبل ستور" وغوغل بلاي"، ومن ثم البحث عن خاصية (AR)، والتفاعل مباشرة مع مجموعة الإعلانات الورقية، وإعلانات الطرق، والإعلانات التي قامت مؤسسة دبي للإعلام باعتمادها في المراكز التجارية، كما أن القناة تبث أيضاً بعض البرامج التي تعتمد على هذه التقنية في بعض فقراتها، بما في ذلك البرنامج الرياضي "ملاعب" الذي يعرض على مدى الأسبوع، إلى جانب إطلاق برامج أخرى

(1) موقع ارشيفي الالكتروني (2019): إطلالة رقمية بتقنيات الواقع الافتراضي والمعزز عبر سكاي نيوز عربية، تم الوصول إليه بتاريخ: 2023/6/18، على الرابط التالي: <https://2u.pw/TfnwgXU3>

مصممة خصصت للمنصات الرقمية وموجهة للشباب.⁽¹⁾ كذلك كان لقناة العربية تجربة في تصميم استديو متطور يمزج ما بين الواقع المعزز والواقع الافتراضي عملت فيه على تغطيتها للانتخابات الأمريكية 2016، اذ ابدعت هذه القناة في تقديم الحدث للمشاهد بشكل وطريقة يشعر بها وكأنه يعيش الحدث من ارض الواقع، وحصلت به على أفضل استوديو افتراضي في معرض NAB "Show الخاص برابطة هيئات البث والإذاعة في لاس فيجاس، متفوقة على قنوات أمريكية كبرى.

المبحث الثالث: أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء محتوى برامج التلفزيون الاخبارية: دراسة ميدانية

اهتمت هذه الدراسة بالجانب العملي، وذلك من خلال تجميع البيانات المتعلقة بموضوع البحث من العينة المختارة من مجتمع البحث. والوسيلة التي استخدمها الباحث كأداة لجمع هذه البيانات هي استمارة الاستبيان.

أولاً - ثبات وصدق الاستبيان

تم تنفيذ اختبار الصدق الظاهري عن طريق عرض النسخة الأولى من الاستمارة على مجموعة من المختصين في علوم الإعلام والاتصال وقد تم التصحيح وفقاً لملاحظاتهم. أما بالنسبة لاختبار الثبات فقد تم استخدام معامل إلغا كرونباخ، وهذا المعامل هو من أكثر الاختبارات استخداماً في تقييم الثبات للبحوث المعتمدة على الاستبانة كأداة في جمع البيانات، ويقيس هذا الاختبار درجة اتساق النتائج عند استخدام أدوات القياس المتعددة الفقرات، وقد تم حساب هذا المعامل لكل محاور الاستبيان فتبين أنها 0.8 تقريباً، وهذا يدل أن الاستبيان حقق درجة ثبات مقبولة إحصائياً.

ثانياً - تحليل النتائج

بدأت عملية تبويب البيانات المتحصل عليها من الاستمارات الصالحة للتحليل عن طريق تحويل البيانات الوصفية إلى بيانات كمية وذلك من خلال ترميز الاجابات وتفرغها يدويا في جداول اعدت لذلك ومن ثم ادخالها في الحاسوب على برنامج الرزمة الاحصائية للعلوم الانسانية (spss).

المحور الاول : المعلومات الشخصية لأفراد العينة

1. الجنس

وتركز هذا المحور حول جنس الشخص المبحوث وكان نسبة الذكور المبحوثين 67.5% بعدد تكرارات 135 والاناث 32.5% بعدد تكرارات 65 وهذا مما يدل على ان نسبة الذكور هم الغالبية في هذه الدراسة وكما مبين في الجدول التالي:

الجدول (2) توصيف متغير النوع الاجتماعي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
الأولى	67.5%	135	ذكر
الثانية	32.5%	65	أنثى
	100.0	200	المجموع

2. متغير العمر

وفي هذا الجزء من المعلومات الشخصية تناول الباحث مرحلة العمر لما لها من اهمية واضحة حول طريقة فهم المتلقي للأحداث ومدى متابعته للبرامج المرئية وتبين ان الغالبية هم فئة الشباب وبعدد تكرارات 78 وبنسبة مئوية مقدارها 39% وهم ذات الاعمار من 18 لغاية 30 ويليها اعمار 31 لغاية 40 وبنسبة 24.5% وكما في الجدول التالي:

الجدول (3) توصيف متغير العمر

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	العمر
---------	----------------	---------	-------

الأولى	39%	78	من 18 إلى 30
الثانية	24.5%	49	من 31 إلى 40
الثالثة	18.5%	37	من 41 إلى 50
الرابعة	18%	36	أكبر من 50
	100.0	200	المجموع

3. المستوى التعليمي

يظهر في هذا الجدول المستوى التعليمي للمبحوثين وتبين من خلاله ان الغالبية هم من الاشخاص المتعلمين ليكون في المركز الاول خريجي الدراسة الثانوية وبنسبة 28.5% ويليه بنسبة طفيفة الدراسة المتوسطة وبنسبة 27% ثم البكالوريوس وبنسبة 21% وهذا اهم جزء اذ دل على ان الاشخاص المبحوثين هم فئة متعلمة واعية وكما مبين في الجدول التالي:

الجدول (4) توصيف متغير المستوى التعليمي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
الأولى	13.5%	27	دون المتوسط
الثانية	27%	54	متوسط
الثالثة	28.5%	57	ثانوي
الرابعة	21%	42	بكالوريوس
الخامسة	10%	20	دراسات عليا
	100.0	200	المجموع

المحور الثاني: أنماط ووسائل برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز

1. كيف تتابع برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز؟

ركز الباحث في هذا الجزء حول مدى الوقت الذي يقضيه المبحوث في متابعة البرامج الاخبارية بصورة عامة والتي تبث فقرات برامجها بطريقة تقنية الواقع المعزز بصورة خاصة واستحصل الباحث ان الغالبية منهم يتابعون بشكل دائم مثل هكذا برامج وبنسبة 48.5% وتليه بنسبة 34% من يتابعه احيانا مما يدل على الانبهار والتشويق الذي تحققه هذه التقنية بطريق العرض وكما موضح في الجدول التالي:

الجدول (5) حجم متابعة العينة برامج للتلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	حجم المتابع
الأولى	48.5%	97	بشكل دائم
الثانية	34%	68	أحياناً
الثالثة	17.5%	35	ثانوي
	100.0	200	المجموع

2. الوسيلة التي تستخدمها في متابعتك لبرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز؟

بسبب التطور التكنولوجي اختلفت الوسائل المرئية للمشاهدة و اعتمد الباحث على اهم الوسائل المرئية للمشاهدة ليستعرضها في هذه الاستبانة وهنا وجد الباحث ان المشاهدة عبر الهاتف المحمول اخذت الصدارة وبنسبة 46% باعتباره شاشة مرئية محمولة يمكن استعمالها في اي وقت ومكان ثم

تليه شاشة التلفاز وبنسبة 37% وما لها من خصائص لا زالت محافظة عليه من حجم الشاشة ونقاوة الصورة وما تحمله من خصائص مجتمعية في مكان عام أو خاص واخيرا جاء الحاسوب أو ما نسميه الكمبيوتر سواء كان ثابتا أو متحركا وبنسبة 16.5% وكم موضح في الجدول التالي:

الجدول (6) وسيلة متابعة العينة لبرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز

وسيلة المتابعة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
عبر التلفاز	75	37.5%	الأولى
عبر الهاتف المحمول	92	46%	الثانية
عبر الحاسوب	33	16.5%	الثالثة
المجموع	200	100.0	

3. ما طبيعة تفاعلك مع برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز؟

تناول هذا الجزء من الاستبانة حول مدى تفاعل المتلقي للبرامج الاخبارية التي تبث بهذه التقنية ومن خلالها نجد مدى اهتمام المتلقي لهذه البرامج وما لها من اهمية في المشاهدة والمتابعة بغض النظر عن بقية البرامج التي تفنقر لمثل هكذا تقنيات ووجد الباحث ان 59% من الاشخاص التي تم توزيع الاستبانة عليهم يتابعون هكذا برامج وكما موضح سابقا هم من يشاهدوها من خلال الجهاز المحمول والتلفاز وان نسبة 22.5% منهم من يعيد نشرها من خلال الهاتف النقال ليستفيد غيره من المعلومات المعروضة فيها من خلال هذه التقنية وكما موضح في الجدول التالي:

الجدول (6) طبيعة تفاعل العينة مع برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز

طبيعة تفاعل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
-------------	---------	----------------	---------

الأولى	59%	118	متابع فقط
الثانية	22.5%	45	أبحث عنها وأعيد نشرها لتعميم الفائدة
الثالثة	18.5%	37	أشارك في النقاشات التي تدور على مختلف المنصات الرقمية التي تعيد نشر برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنيه الواقع المعزز
	100.0	200	المجموع

المحور الثالث: الأهداف والموضوعات

1. ما أسباب متابعتك برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز؟

تركز هذا الجزء من هذا المحور حول الاسباب الحقيقية التي يراها المتلقي من خلال متابعته للبرامج التي توظف هذه التقنية في برامجها ووجدت الدراسة ان الغالبية العظمى من المبحوثين وبنسبة 49% يجدون هذه التقنية هي الانسب في البرامج الاخبارية لفهم الموضوعات المعقدة الغنية بالمعلومات لما لها من امكانية اصال المعلومة بطريقة مبتكرة قريبة من الواقع باستعمال تقنيات الكمبيوتر المتحركة والرسوم الثلاثية والثنائية وغيرها من التقنيات التي توظف في هذه التقنية وكما موضح في الجدول التالي:

الجدول (7) أسباب متابعة العينة لبرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أسباب متابعة
الأولى	49%	98	فهم المعلومات المعقدة
الثانية	27%	54	التفاعل مع الأخبار والموضوعات التي تطرح عبر هذه التقنية
الثالثة	24%	48	لتعرف على آخر الأخبار والمستجدات بطريقة ممتعة
	100.0	200	المجموع

2. ما موضوعات برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز والتي تتابعها؟

اظهرت نتائج تحليل البيانات في هذا الجزء بأن الاهتمام الاول للمتلقي هو وجود هذه التقنية من خلال نسبة 31.5% ويليه الاهتمام بالبرامج السياسية وهو ما يتعلق بالمجتمع العراقي المتابع مثل هكذا برامج بسبب الازعاج السياسية التي تلحق بالبلد وبنسبة 13% ويليه بقية الاهتمامات بنسب متفاوتة ومن هنا نجد ان الاهتمام الاول ليس بنوع البرنامج وانما بالتغير نوعية التقنية المعروضة في البرنامج من حيث نوع الصورة المصاحبة لحركة الكاميرا و تغيير احجام اللقطات والاضافات التي تملئها هذه التقنية باستعراض المادة الفيلمية فيها وهذا موضح في الجدول التالي:

الجدول (8) المواضيع التي تتابعها العينة في

برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المواضيع التي يتابعها المشاهدين
الأولى	31.5%	63	ما من موضوع محدد
الثانية	13%	26	السياسية
الثالثة	10%	20	الاقتصادية
الرابعة	11.5%	23	الأمنية
الخامسة	8%	16	الاجتماعية
السادسة	11.5%	23	العلمية
السابعة	5%	10	الثقافية
الثامنة	9.5%	19	البيئية
	100.0	200	المجموع

المحور الرابع: أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء المحتوى برامج التلفزيون الاخبارية

حدد الباحث في هذا المحور السبب الرئيسي الذي يراه المتلقي لمتابعة هكذا برامج ووجد الباحث ان هذه التقنية تساهم وبشكل فعال في اوصول المعلومات وبطريقة سلسلة بعيدة عن الغموض ونسبة 54.5% كانت النتيجة موافق ونسبة 22.5% اوافق بشدة .اما من حيث التوعية الاخبارية التي يتلقاها المشاهد وجد الباحث ان 44.5% يوافق على هذا الرأي ويليها بنسبة 24.5% محايد ونسبة 19% يوافق بشدة عليه وذلك بسبب ما تضيفه هذه التقنية من معلومات توعوية قابلة للفهم وليست بطريقة سردية وجعل الخيال المصاحب للصورة الذهنية واضحة المعالم لدى المشاهد. وبخصوص وظيفة التثقيف لهذه التقنية وجد الباحث ان 39.5% يوافق على هذا الرأي وان 39% محايد وذلك لان الوظيفة الحقيقية لها وظيفة صورية قادرة على تحويل الخيال إلى واقع مرئي بهدف تفاعل المشاهد مع المعلومات وايصال فكرة الموضوع سواء كان ثقافي أو غير ذلك . وبخصوص ابعاد الملل في الفقرة 4 من الجدول نجد ان 38.5% موافق و32.5% موافق بشدة وهذا يدل على ان التغيير في طريقة العرض للمحتوى الإعلامي الخبري وبهذه الطريقة مبتعدا عن الطرق الكلاسيكية القديمة من شأنه زيادة عدد المشاهدين وابعاد الملل عنهم باعتباره طريقة جذب وتشويق خالية من المعلومات السردية التي تغلب على البرامج الاخبارية . اما بخصوص فهم المشاهد نجده في الفقرة رقم 5 وجد الباحث ان نسبة 54% موافق و13.5% موافق بشدة ونسبة 28.5% معلنا بذلك ان واحدة من اهم وظائف هذه التقنية هو تبسيط المعلومات للمشاهد وايصالها بطريقة مرئية واضحة بعيدة عن

التكلف والتعقيد بطريقة اضافة معلومات افتراضية خيالية بداخل الاستيديو ليتحرك المقدم داخلها جاعلة الخيال واقع . ومن حيث تفاعلية المتلقي نجد ان 42% و 36% ومجموعهما 78% يوافقون ان هذه التقنية هي تفاعلية ونجدها من خلال جعل المشاهد داخل الموضوع وداخل حركة الاستيديو وجعل الصورة واقعية من خلال الدخول للافتراضية الغير حقيقية وايهامه انه داخل الموضوع وهنا نجد تقنيات الاستيديو والكمبيوتر والابعاد الثلاثية التي تخلق الصورة كفيلة بهذا الموضوع . ومن خلال سؤال الباحث في النقطة رقم 7 وجدا ان نسبة 43% يؤمنون بإمكانية هذه التقنية اذا وظفت بالطريقة الصحيحة والوقت الصحيح ان تقوم بوظيفة زيادة المشاهدين للبرامج الاخبارية وباستطاعتها استرجاع ما يمكن استرجاعه من المشاهدين الذين تركو مشاهدة البرامج الاخبارية وذلك بوجود عناصر الاثارة والتجديد باخل تلك التقنية .وبخصوص الشعور بالحماس لدى المشاهد وجد الباحث ان نسبة 46% يجدون انفسهم متحمسين لمشاهدة هذه التقنية بسبب تبنيها الغرابة والتشويق واستخدام اشكال وكائنات افتراضية والجدية في موضوعاتها.

الجدول (9) أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء

المحتوى برامج التلفزيون الاخبارية من وجهة نظر عينة الدراسة

الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
---------	---------------	----------	-------	-------	------------

22.5%	54.5%	16.5%	5%	1.5%	تساهم تقنية الواقع المعزز في تعزيز دور برامج التلفزيون الاخبارية في اصال المعلومات.
19%	44.5%	24.5%	7%	5%	تساهم تقنية الواقع المعزز في تعزيز دور برامج التلفزيون الاخبارية في التوعية.
11%	39.5%	39%	6%	4.5%	تساهم تقنية الواقع المعزز في تعزيز دور برامج التلفزيون الاخبارية في التثقيف.
32.5%	38.5%	22%	6.5%	0.5%	تساهم تقنية الواقع المعزز في ابعاد الملل عند مشاهدة برامج التلفزيون الاخبارية.
13.5%	54%	28.5%	4%	0%	تساهم تقنية الواقع المعزز في تعزيز فهم المشاهد لمحتوى برامج التلفزيون الاخبارية.
36.5%	42%	11.5%	6%	4%	تساهم تقنية الواقع المعزز في تعزيز تفاعل المشاهد مع محتوى برامج التلفزيون الاخبارية.
21.5%	43%	27.5%	5.5%	2.5%	تساهم تقنية الواقع المعزز في استرجاع برامج التلفزيون الاخبارية لحيز أهميتها الذي بدأ يتراجع أمام الإعلام الجديد.
16.5%	46%	25%	9%	3.5%	أشعر بالحماس عندما أشاهد برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز.

❖ نتائج البحث وتحليلها

1. مستوى المتابعة:

أظهرت الدراسة أن 59% من المشاهدين يتابعون البرامج الإخبارية التي تستخدم تقنية الواقع المعزز، مما يشير إلى اهتمام كبير بهذه التقنية التي أصبحت وسيلة فعالة لجذب المشاهدين للبرامج الإخبارية. كما أن ارتفاع نسبة المتابعة يدل على أن المشاهدين يجدون في هذه التقنية قيمة مضافة للمحتوى

الإعلامي، حيث توفر لهم تجربة مشاهدة أكثر تفاعلية وثراءً. من الممكن أن يكون هذا الاهتمام نابعاً من الطريقة المبتكرة التي تُعرض بها الأخبار، مما يجعل المعلومات أكثر وضوحاً وجاذبية.

2. التفاعل والنشر:

بينت النتائج أن 22.5% من المشاهدين يقومون بإعادة نشر المحتوى عبر الهواتف النقالة لتعميم الفائدة، بينما يشارك 18.5% في النقاشات حول هذه البرامج على المنصات الرقمية. وتعكس هذه النسب أهمية التقنية في تعزيز مشاركة الجمهور وتفاعله مع المحتوى. إضافةً إلى أن إعادة نشر المحتوى عبر الهواتف النقالة يدل على أن المشاهدين يرون قيمة كبيرة في هذه البرامج، ويشعرون بالحاجة إلى مشاركتها مع الآخرين. كما أن نسبة المشاركة في النقاشات تشير إلى أن تقنية الواقع المعزز تثير الفضول والتفاعل، مما يعزز الحوار العام حول القضايا المطروحة في البرامج الإخبارية.

3. نوعية المواضيع:

أظهرت النتائج أن الاهتمام الرئيسي للمشاهدين هو التقنية المستخدمة في البرامج بنسبة 31.5%، تليها البرامج السياسية بنسبة 13%، والبرامج الاقتصادية بنسبة 10%، و تبرز هذه النتائج أن هذه التقنية نفسها هي محور اهتمام كبير للمشاهدين، وربما تكون عاملاً جذاباً أكبر من محتوى البرنامج ذاته. هذا يشير إلى أن الابتكار في العرض يمكن أن يكون له تأثير كبير على جذب المشاهدين. من ناحية أخرى، يظهر تفضيل المواضيع السياسية والاقتصادية أن هناك حاجة لتطبيق هذه التقنية في مجالات أخرى أيضاً، حيث يمكن أن تزيد من اهتمام الجمهور بهذه المواضيع من خلال تقديمها بطريقة مبتكرة وجذابة.

4. تأثير التقنية على المشاهدة:

وجدت الدراسة أن تقنية الواقع المعزز تساهم بشكل فعال في إيصال المعلومات بطريقة سلسلة وواضحة، مما يزيد من التفاعل مع المحتوى بنسبة 54%، ويشير هذا إلى أن هذه التقنية لا تزيد فقط من جاذبية البرامج الإخبارية، بل تسهم أيضاً في تحسين طريقة تقديم المعلومات. كما أن الوضوح وسهولة الفهم التي توفرها هذه التقنية يمكن أن تجعل الأخبار أكثر وصولاً وإدراكاً للمشاهدين، مما يزيد من تفاعلهم معها. وأيضاً يمكن أن تكون هذه التقنية أداة تعليمية فعالة، تساعد في تبسيط المفاهيم المعقدة وجعلها أكثر فهماً.

5. زيادة الحماس والمشاهدين:

أشارت النتائج إلى أن 46% من المشاهدين يشعرون بالحماس لمتابعة البرامج الإخبارية باستخدام تقنية الواقع المعزز بسبب عوامل التشويق والجدية في المواضيع المطروحة. وهذا ما يعكس دور هذه التقنية في تحسين تجربة المشاهدة من خلال إضافة عناصر التشويق والإثارة. كما أنها تضيف بعداً جديداً على البرامج الإخبارية، مما يجذب انتباه المشاهدين ويحافظ على اهتمامهم. وهذا يمكن أن يكون دافعاً قوياً للمحطات التلفزيونية للاستثمار في تقنيات جديدة لزيادة قاعدة مشاهديها وتحقيق المزيد من الانتشار.

❖ التوصيات:

1. زيادة اعتماد تقنية الواقع المعزز في البرامج الإخبارية لتعزيز تفاعل المشاهدين وزيادة نسبة المتابعة، من خلال تطوير محتوى مبتكر وجذاب.
2. توفير برامج تدريبية شاملة للعاملين في المجال الإعلامي لتحسين مهاراتهم في استخدام تقنية الواقع المعزز بفعالية واحترافية.
3. توسيع نطاق المواضيع التي يتم تناولها باستخدام تقنية الواقع المعزز لتشمل مجالات متعددة مثل التعليم والثقافة والصحة، لتلبية اهتمامات متنوعة لدى المشاهدين.

4. إجراء تقييم دوري لفعالية استخدام تقنية الواقع المعزز في البرامج الإخبارية، واستطلاع آراء المشاهدين بشكل مستمر لتحسين الأداء وتلبية توقعاتهم.

5. تعزيز التكامل بين البرامج الإخبارية وتقنية الواقع المعزز مع منصات الوسائط الاجتماعية لزيادة التفاعل والنقاشات حول المحتوى، والاستفادة من ردود فعل المشاهدين في الوقت الفعلي.

6. إجراء أبحاث علمية حول استخدام تقنية الواقع المعزز، سواء من خلال استخدام أدوات علمية جيدة أو اختيار عينات أخرى، من أجل تقييم هذا الاستخدام وتقويمه.

❖ المراجع العربية:

(1) أمل وقشظة سليم اشتيوي، مذكرة ماجستير في المناهج وطرق التدريس، (غزة: الجامعة الإسلامية، 2018م).

(2) حنان الربيعي، الواقع المعزز في الإعلام الجديد، العراق، كلية الإعلام - قسم الصحافة، 2020م.

(3) دحام العبيدي، دور البرامج التلفزيونية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة ديالى، جامعة ديالى، مجلة الباحث العلمي، 7(27) 62-91، (2015).

(4) سعد مطشر عبد الصاحب، المضامين والاشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون السوري، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، 2005م.

(5) عبدالله الهاشمي، مناهج البحث في العلوم التربوية والاجتماعية، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2017م).

(6) مبارك زودة ، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2012م.

(7) موقع ارشيفي الالكتروني (2019): إطلالة رقمية بتقنيات الواقع الافتراضي والمعزز عبر سكاي نيوز عربية، تم الوصول اليه بتاريخ: 2023/6/18، على الرابط التالي:

<https://2u.pw/TfnwgXU3>

(8) موقع البيان الإلكتروني (2018): تلفزيون دبي يروج أعماله بتقنية الواقع المعزز، تم الوصول اليه بتاريخ: 2023/6/20، على الرابط التالي: <https://2u.pw/9MEVnJLo>

❖ المراجع الأجنبية:

1) Azuma, R. (2007). A Survey of Augmented Reality. Presence: Teleoperators and Virtual Environments, 1(6),.

2) Bullok, L. (2018). AR And Social Media: Is Augmented Reality The Future Of Social Media. Forbes, 1.

3) Dunleavy, M., & Dede, C. (2006). Augmented Reality Teaching and Learning. Augmented reality. USA: Harvard Education Press.

4) Grier, R., Thiruvengada, H., Ellis, S., Havig, P., Hale, K., & Hollands, J. (2012). Augmented Reality – Implications toward Virtual Reality. Human Perception and Performance.

5) Tanja Aitamurto, Laura Aymerich-Franch, Jorge Saldivar. (2020). Examining augmented reality in journalism: Presence, knowledge gain, and perceived visual authenticity. University of Illinois at Chicago, University Pompeu Fabra.

6) Tiago Tejedor-Calvo, Luis M. Romero-Rodríguez, Mariana Alencar-Dornelles. (2020). Effects of Virtual Reality, Augmented Reality, and Mixed Reality as Training.

7) Ward, P. (2017). Four Ways Augmented Reality Could Save Journalism: AR presents significant opportunities to publishers and journalists, but can they take advantage. Co-Founder of The Omnivore.