

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

Dr. Zainab Salim<sup>1,\*</sup>,  
Mortada Abdel Zahra Al-Saadi<sup>2,\*</sup>,  
Jinan University - Faculty of Information

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

أ.م.د زينب حسن سليم / لبنان<sup>1,\*</sup> ، مرتضى عبد الزهرة<sup>2,\*</sup>  
جامعة الجنان - كلية الإعلام<sup>1,\*</sup> ،  
جامعة الجنان - كلية الإعلام<sup>2,\*</sup> ،

### 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 تردد 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 تتمثل 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	Accepted	Published online
استلام البحث	قبول النشر	النشر الإلكتروني
20/8/2023	2 /10/2023	15/6/2024

\*Corresponding Author Email : [Murtadahj@gmail.com](mailto:Murtadahj@gmail.com)



## مقدمة:

ادت التكنولوجيا الحديثة وتقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تحولات راديكالية في صناعة المحتوى الإعلامي عن طريق مختلف المنصات الرقمية فالتحول من مشاهدة الحدث إلى الاندماج داخلة إضافة إلى الإحساس بتفاصيله ومعايشته أصبحت من أهم التوجهات التي تشغّل صناعة المحتوى، خاصة في ظل تعاظم الفروقات المتّوّعة التي تقدّم الجمهور بعيداً عن الانجذاب نحو ما تقدّمه المؤسسات الإعلامية من مواد صحفية وإخبارية عبر التقارير المصوّرة وغيرها من أشكال تقديم المحتوى.

في عالم التكنولوجيا الجديد للمعلومات، بُرِزَ الواقع المُعزّز كمفهوم مهمٍ وحديثٍ. وتنمّي وظيفته الأساسية في دمج البيئة الفعلية مع العالم الافتراضي. وهي في الأساس إعداد يتم فيه منزح محیط الواقع الافتراضي مع المحیط 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 فعلياً.<sup>(1)</sup>

## المبحث الأول: منهجية الدراسة

### أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

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

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

ويتفرّع عن هذا السؤال الرئيسي 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 ببرامج التلفزيون 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 ببرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز؟
- 5) ما موضوعات ببرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز والتي تتبعها؟
- 6) ما أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء المحتوى ببرامج التلفزيون الاخبارية؟

### **ثانياً: أهداف الدراسة**

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:
- 1) معرفة حجم متابعة العينة ببرامج التلفزيون 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 ببرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز.
  - 5) التعرف إلى موضوعات ببرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز والتي تتبعها.
  - 6) تشخيص أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء المحتوى ببرامج 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 الاخبارية 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 متقدمة لهذه التقنيات.
- 3) الدور الذي تؤديه هذه التقنية في بناء مؤسسات إعلامية ذات قيمة إعلامية كبيرة في مجال الإعلام والاتصال.

#### رابعاً : منهج الدراسة

تنتهي 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 والإجراءات والأدوات التي تستخدم لدراسة الظاهرة أو الموضوع دراسة وصفية تكشف عما فيه من خصائص ومتغيرات وعلاقات من حيث الشدة والاتجاه"<sup>(1)</sup>، 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)، فان 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 الاستمار، وستتضمن الاستمار 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 استمار استبيان وانتهاءً بجمع البيانات والتي تمت في شباط/فبراير من العام 2023.

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 يتبعون البرامج الإخبارية التلفزيونية التي تستخدم تقنية الواقع المعزز، سواء على منصات التواصل الاجتماعي أو على الموقع الإلكترونية أو على قنوات التلفزة من الذين يسكنون الجمهورية العراقية، فإنه يتذر على الباحث اخضاع هذا المجتمع كله للدراسة بسبب كبر حجمه، وعليه لابد من اختيار عينة عشوائية مماثلة له تمثيلاً دقيقاً، وقد اختار الباحث عينة ملقة 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 حقيقة في بيئه افتراضية. <sup>(1)</sup>

ويعرف الباحث الواقع المعزز اجرائياً بأنه: هو عرض مركب للمتلقى يجمع بين المشهد الحقيقي الذي يراه المستخدم والواقع الافتراضي والصور الدقيقة والمدروسة 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 اثراء. اما عمليات الاتصال التي تستغرق وقتاً أطول لتوسيع الفهم والافكار تعتبر اقل اثراء.<sup>(1)</sup>

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 وتفقى النفقات.<sup>(2)</sup>

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.<sup>(3)</sup>

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 والأشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون السوري، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، 2005م، ص33.

خلال المكالمات الهاتفية أو المراسلات أو الحضور الفعلي. بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما تتركز هذه البرامج على إبداء الآراء.<sup>(1)</sup>

ويقصد بها إجرائياً: تلك البرامج المختلفة المرئية التي تهدف إلى إيصال الأخبار والأحداث في أوقات محددة على شكل تقارير مرئية و مقابلات فيديوية ونشرات مكتوبة، جميعها معدة للنشر. ويتم دمج هذه البرامج في الدورات البرمجية العادية، وكل 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 وتقدير الجمهور للمحتوى الإخباري في موقع 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 (التنكر - 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 لجري 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 ديالي، جامعة ديالي، 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 (2020) **Calvo, Rodriguez, Moncada, & Donnelle** 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 وتدعي إلى إضافة قيمة للمحتوى الإعلامي. اعتمدت الدراسة على أسلوب المقابلات المعمقة والمقننة مع عشرة من الخبراء المختصين لتحليل إمكانيات الواقع المعزز وتوظيفه في الصحفة.

-5 دراسة (2017) **Zangana** 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 كوردستان العراق وهم (KNN) و (GK)، وقد استخدم الباحث ثلاث طرق رئيسية في عملية جمع البيانات؛ وهي: المقابلة المعمقة، والملاحظة، والتوثيق، وتم اختيار العينة من القائمين بالاتصال في غرفة الأخبار لتلك القناتين.

## **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 للتبدل، بما في ذلك الواقع المعزز، والواقع الموسع والمزيد وغيرها من الواقع. وتشير هذه العبارات كلها إلى نفس المفهوم، لكن اختلافاتها تنشأ من الفروق الدقيقة في الترجمة.

وقد عرفه دونيليفي 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".<sup>(1)</sup>

### 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 التسعينيات وحتى أوائل القرن الحادي والعشرين، شهدت هذه التقنية تطويراً بالغاً. إذ بدأت الشركات والمخترعات البحثية في تطوير تطبيقاتها في مجالات متعددة 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 والطبع 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: <sup>(1)</sup>

**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 إخراجاً صوتياً 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 المستخدم في عالم حقيقي.

**6. العرض المرئي:** توفر هذه التقنية عرضاً مرئياً 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 تقنية الواقع المعزز والواقع الافتراضي على تكنولوجيا متقدمة لإنشاء تجارب جديدة وتحقيق مستوى تفاعل أكبر ، ومع ذلك، تتشابه وتخالف هاتان التقنيات في نقاطٍ عدة نوردها 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 (Virtual Reality) والواقع الافتراضي (Augmented Reality) هما تقنيتان مختلفتان، ولكن هناك بعض التشابهات بينهما، وهي<sup>(1)</sup>
- كلاهما يستخدم تكنولوجيا الحوسبة لتعزيز تجربة الواقع.
  - يستخدم كلاهما واجهات رقمية لإظهار المحتوى للمستخدم.
  - يهدف كلاهما إلى خلق تجربة غير واقعية أو محاكاة ل الواقع الطبيعي.
- ب. أوجه الاختلاف بين الواقعين:

تتمثل أوجه الاختلاف بين التقنيتان في جوانب عده، نورد أبرزها في الجدول التالي:

جدول (1) يظهر أوجه الاختلاف بين الواقع الافتراضي

والمعزز من حيث البيئة ودرجة التفاعل والاستخدامات ومستوى التقنيات والتكلفة

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

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

#### خامساً - استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز في وسائل الإعلام

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

ويتبّع 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<sup>(1)</sup>. 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، وضافة قوالب سردية جديدة، كما وتسهل أيضاً 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.<sup>(2)</sup> وبالرغم من أن هذه التقنية قد تبدو للوهلة الأولى بعيدة عن الاستخدامات الصحفية، إلا إن مؤسسات عديدة استطاعت استخدامها لتعزز من إمكانات إصداراتها الورقية التقليدية، وتقدم خبرات مختلفة لقارئها وكذلك المعلنين فيها، عن طريق تطبيق بسيط يمكن للمستخدم قراءة الصحفية 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 ومالزيا 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<sup>(1)</sup>. ذلك عملت فيسبوك وبالتعاون مع جامعة جوبنز هوبكنز وجامعة كاليفورنيا- على تنفيذ مشروع تحويل الأفكار الذهنية إلى نصوص واقع معزز، وهو نوع من الواجهات المترادفة بين الدماغ والآلات، تسمح للمستخدمين بالكتابة بالكتابية 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.<sup>(2)</sup>

## سادساً - دور الواقع المعزز في تعزيز المحتوى الإعلامي

ما لا شك فيه أن تقنية الواقع المعزز باتت تُشكّل نقلة نوعية في إنتاج محتوى إعلامي ذات قيمة مضافة وهي توفير تجارب تفاعلية جديدة للجمهور معه، فقد جعلت العملية الاتصالية تتصرف بال المزيد من التشويق والفرادة كما عزّزت من شكل ومضمون المحتوى الإعلامي ومن فهمه وأداركه. وفي هذا السياق، أدى التمازج ما بين خصائص الواقع المعزز وخصائص العمل الاتصالي الجماهيري، إلى ظهور خصائص جديدة للأخير، نوردها على الشكل التالي:<sup>(3)</sup>

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

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

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

#### **سابعاً - تجارب المؤسسات الإعلامية في استخدام تقنية الواقع المعزز**

تنوع تجارب استخدام وسائل الإعلام لتقنية الواقع المعزز، وعلى الرغم من أن هذه التجارب لا تزال في مراحلها الأولى، إلا أنها تستحق بالفعل الدراسة وتسلیط الضوء على أبرزها، فعلى سبيل المثال دشنت صحيفة "نيويورك تايمز" مشروعها الأول في توظيفها لتقنية اعلاه خلال الأولمبياد الشتوي الذي أقيم في كوريا الجنوبية عام 2018، حيث استفادت من تقنيات 3D التي توفرها أحدث النسخ من أجهزة آيفون، آيپاد، 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 الحقيقة، سواء كانت هذه العناصر بشرية أو جمادات.<sup>(1)</sup>

إلى 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 ثلاثة الأبعاد في التطبيق ومشاهدتها، وذلك رغبة منهم في الاقتراب أكثر من القصص الإخبارية.<sup>(2)</sup>

(1) حنان الربيعي، الواقع المعزز في الإعلام الجديد، العراق، كلية الإعلام - قسم الصحافة، 2020م، ص 133.

(2) 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>

كما استخدمت قنوات تلفزيونية أخرى فيديوهات الواقع المعزز مثل الفيديو الذي نشرته قناة "وذر" الأمريكية (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 بيئات 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 على 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)<sup>(1)</sup>.

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 "ملعب" الذي يعرض على مدى الأسبوع، إلى جانب إطلاق برامح أخرى

---

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

مصممة خصصت للمنصات الرقمية وموجهة للشباب.<sup>(1)</sup> كذلك كان لقناة العربية تجربة في تصميم استديو متظور 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 استديو افتراضي في معرض "NAB Show" الخاص برابطة هيئات البث والإذاعة في لاس فيجاس، متقدمة على قنوات أمريكية كبرى.

## **المبحث الثالث: أهمية تقنية الواقع المعزز في إثراء محتوى برامج التلفزيون الاعiliarية: 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 كأدلة لجمع هذه البيانات هي استماراة الاستبيان.

### **أولاً - ثبات وصدق الاستبيان**

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

### **ثانياً - تحليل النتائج**

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

### المحور الاول : المعلومات الشخصية لأفراد العينة

#### 1. الجنس

وترکز هذا المحور حول جنس الشخص المبحوث وكان نسبة الذكور المبحوثين 67.5% بعدد تكرارات 135 والإناث 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	النوع الاجتماعي	النوع الاجتماعي
الأولى	%67.5	ذكر	
الثانية	%32.5	أنثى	
	100.0	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 وبعد تكرارات 78 وبنسبة مئوية مقدارها 39% وهم ذات الاعمار من 18 لغاية 30 ويليه اعمار 31 لغاية 40 وبنسبة 24.5% وكما في الجدول التالي :

الجدول (3) توصيف متغير العمر

المرتبة	النسبة المئوية	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	النكرار	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 تتبع 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 يتبعون بشكل دائم هكذا برامج وبنسبة 48.5% وتليه بنسبة 34% من يتبعه احياناً مما يدل على الانبهار والتشويق الذي تتحققه هذه التقنية بطريق العرض وكما موضح في

الجدول التالي:

### الجدول (5) حجم متابعة العينة لبرامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	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 لايستعرضها في هذه الاستبيانة وهنا وجد الباحث ان المشاهدة عبر الهاتف المحمول اخذت الصدارة وبنسبة 46% باعتباره شاشة مرئية محمولة يمكن استعمالها في اي وقت ومكان ثم

تلية 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 وآخر جاء الحاسوب أو ما نسميه الكمبيوتر سواء كان ثابتاً أو متحركاً وبنسبة 16.5% وكم موضح في الجدول التالي:

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

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

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

تناول هذا الجزء من الاستبانة حول مدى تفاعل المتلقي لبرامج 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 تفتقر لمثل هكذا تقنيات ووجد الباحث ان 59% من الاشخاص التي تم توزيع الاستبانة عليهم يتبعون هكذا برامج وكما موضح سابقاً 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**

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	طبيعة تفاعل

الأولى	%59	118	متابع فقط
الثانية	%22.5	45	أبحث عنها وأعيد نشرها لتعيم الفائدة
الثالثة	%18.5	37	شارك في النقاشات التي تدور على مختلف المنصات الرقمية لتي تعيد نشر برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية 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 الحقيقة 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 ايصال المعلومة بطريقة مبتكرة قريبة من الواقع باستعمال تقنيات الكمبيوتر المتحركة والرسوم الثلاثية والثانية 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	النكرار	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 تتبعها؟

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

**الجدول (8) المواضيع التي تتبعها العينة في  
برامج التلفزيون الاخبارية التي تبث بتقنية الواقع المعزز**

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	المواضيع التي يتبعها 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 ببرامج التلفزيون الاخبارية

حدد الباحث في هذا المحور السبب الرئيسي الذي يراه المتلقى لمتابعة هكذا برامج ووجد الباحث ان هذه التقنية تساهم وبشكل فعال في ايصال المعلومات وبطريقة سلسة بعيدة عن الغموض وبنسبة 54.5% كانت النتيجة موافق وبنسبة 22.5% اوافق بشدة .اما من حيث التوعية الاخبارية التي يتلقاها المشاهد وجد الباحث ان 44.5% يوافق على هذا الرأي ويليه بنسبة 24.5% محايدين وبنسبة 19% يوافق بشدة عليه وذلك بسبب ما تضييفه هذه التقنية من معلومات توعوية قابلة للفهم وليس 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% محايدين وذلك لأن 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 وتسويق خالية من المعلومات السردية التي تغلب على البرامج الاخبارية . اما بخصوص فهم المشاهد نجد في الفقرة 5 وجد الباحث ان نسبة 54% موافق ونسبة 13.5% موافق بشدة ونسبة 28.5% ملنا 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 الاستوديو ليتحرك المقدم داخلها جاعلة الخيال واقع . ومن حيث تفاعلية المتلقي نجد ان 42% و 36% ومجموعهما 78% يوافقون ان هذه التقنية هي تفاعلية ونجدتها من خلال جعل المشاهد داخل الموضوع وداخل حركة الاستوديو وجعل الصورة واقعية من خلال الدخول للافتراضية الغير حقيقة وايهامه انه داخل الموضوع وهذا نجد تقنيات الاستوديو والكمبيوتر والابعاد الثلاثية التي تخلق الصورة كفيلة بهذا الموضوع . ومن خلال سؤال الباحث في النقطة رقم 7 و جدا 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 تركوا 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

النوع	لا أافق بشدة	أافق	محايد	لا أافق	أافق بشدة	النوع
الفقرات						

22.5%	54.5%	16.5%	5%	1.5%	تساهم تقنية الواقع المعزز في تعزيز دور برامج التلفزيون الاخبارية في ايصال 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 لمحظى 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 يتبعون 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:

بيّنت النتائج أن 22.5% من المشاهدين يقومون بإعادة نشر المحتوى عبر الهواتف النقالة لتعزيز الفائدة، بينما يشارك 18.5% في النقاشات حول هذه البرامج على المنصات الرقمية. وتعكس هذه النسبة أهمية التقنية في تعزيز مشاركة الجمهور وتفاعلهم مع المحتوى. إضافةً إلى أن إعادة نشر المحتوى عبر الهواتف النقالة يدل على أن المشاهدين يرون قيمة كبيرة في هذه البرامج، ويشعرُون 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%， وتبّرّز هذه النتائج أن هذه التقنية نفسها هي محور اهتمام كبير للمشاهدين، وربما تكون عاملًا جذابًا 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 أيضًا، حيث يمكن أن تزيد من اهتمام الجمهور بهذه المواضيع من خلال تقديمها بطريقة مبتكرة وجذابة.

## 4. تأثير التقنية على المشاهدة:

ووجدت الدراسة أن تقنية الواقع المعزز تساهم بشكل فعال في إيصال المعلومات بطريقة سلسة 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 يجعل 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 تضفي بعدهاً 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 مختلفة 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 الوسائل 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 وتقديره.

#### **• المراجع العربية:**

- 1) أمل وقشطة سليم اشتبيوي، 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 ديالي، جامعة ديالي، مجلة الباحث العلمي، 7(27) 62-91، (2015).
- 4) سعد مطشر عبد الصاحب، المضامين والأشكال 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): إطلاة 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 المُعزّز، 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 Saldívar. (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.