

توظيف تقنية الواقع المعزز في السرد البصري للمحتوى الإخباري في القنوات الإخبارية العربية

دالين جهاد الابراهيم^١

١-مدرسة، قسم الإذاعة والتلفزيون، تخصص التقنيات التطبيقية في الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعة دمشق.

daleen1.alibrahim@damascusuniversity.edu.sy

الملخص:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على كيفية توظيف تقنية الواقع المعزز (AR) في السرد البصري للمحتوى الإخباري في القنوات الإخبارية العربية من خلال التعرف على نوع الواقع المعزز المستخدم، وأساليب تقديمه، والأهداف التي يحققها استخدامه في النشرات الإخبارية للقنوات العربية، بالإضافة إلى التعرف على مدى تفاعل مذيع النشرة مع تقنية الواقع المعزز أثناء عرض الأخبار. اعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج المقارن، وتم اختيار عينة عمدية مكونة من ٦٠ نشرة إخبارية من قناتين إخباريتين هما قناة العربية وسكاي نيوز عربية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها عدم وجود فروق بين قناتي سكاي نيوز والعربية من حيث نوع الواقع المعزز المستخدم، حيث كان النوع المتحرك هو الأكثر استخداماً، بينما النوع الغامر هو الأقل توظيفاً. كما كشفت نتائج الدراسة أن أكثر المواضيع التي عالجتها الأخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز هي المواضيع العسكرية ثم السياسية، بينما كانت الأخبار الاجتماعية بمرتبة متأخرة. كما أظهرت نتائج الدراسة أن الهدف من استخدام تقنية الواقع المعزز في أخبار قناتي العربية وسكاي نيوز عربية كان هدف (معلوماتي وجمالي معاً) بالدرجة الأولى، كما أن وظيفة التوسع في عرض المعلومات والبيانات وتوجيه الجمهور إلى المعلومات المهمة في الخبر كانت أبرز الوظائف لاستخدام تقنية الواقع المعزز في نشرات أخبار قناتي الدراسة.

تاريخ الإيداع: ٢٠٢٤/٠٣/١٤

تاريخ القبول: ٢٠٢٤/٠٥/٠٧



حقوق النشر: جامعة دمشق -
سورية، يحتفظ المؤلفون بحقوق
النشر بموجب الترخيص
CC BY-NC-SA 04

الكلمات المفتاحية: الواقع المعزز، السرد البصري، الأخبار التلفزيونية، القنوات الإخبارية.

Using Augmented Reality (AR) in the Visual Narrative of News Content in Arab News Channels

Daleen Jehad Alibrahim¹

1-Lecturer, Faculty of Media- Radio & TV dept, Specialized in Applied Technologies in Media & Communication, Damascus University.

daleen1.alibrahim@damascusuniversity.edu.sy

Abstract:

The current study aimed to identify how augmented reality technology (AR) is used in visual narrative of news content in Arab news channels by identifying the type of augmented reality used, the ways offered to deliver the content, the objectives of its use, and the broadcaster's interaction with augmented reality during the news presenting. The study relied on the descriptive and the comparative approach, and a purposive sample of 60 news bulletins was selected from two news channels: Al Arabiya and Sky News Arabia. The study found that there are no differences between Sky News and Al Arabiya channels in terms of the type of augmented reality used, the animated type was the most used, while the immersive type was the least used. The results also revealed that the most topics that using augmented reality were military and then political topics, while social topics was ranked last. The results also showed that the goal of using augmented reality in the news of Al Arabiya and Sky News Arabia was primarily (informational and aesthetic) in the first place, and the expansion in Information and directing the audience to important information in the news stories were the most prominent functions of using augmented reality in the news bulletins of the two channels.

Keywords: Augmented Reality, Visual Narrative, TV News, News Channels.

Received:14 /03/2024
Accepted:07/05 /2024



Copyright: Damascus University- Syria, The authors retain the copyright under a CC BY- NC-SA

المقدمة:

يشهد واقعنا اليوم تطوراً وتغيراً سريعاً في المجال التقني والتكنولوجي وظهوراً لتقنيات جديدة تمزج بين الواقع والخيال وتلغي الحدود الفاصلة بينهما، مما جعل وسائل الإعلام التقليدية بما فيها شبكات التلفزيون الإخبارية تسعى إلى استكشاف طرق جديدة لإنتاج وبث محتواها، وابتكار أساليب جديدة ومتنوعة تمكن من دمج أو إضافة معلومات رقمية إلى القصة الإخبارية، فكان أحد أهم هذه الخيارات الجديدة هو الواقع المعزز (AR)، والذي لا يسهل عرض الحقائق بطريقة أكثر وضوحاً فحسب، بل يعزز أيضاً العلاقة بين الوسيلة والجمهور.

والواقع المعزز هو عملية فنية إبداعية يتم فيها تعزيز الواقع أو القصة أو الصورة أو الحدث بمعلومات رقمية بغرض إيصال فكرة أو معلومة أو رسالة معينة إلى الجمهور المستهدف، فالواقع المعزز يجمع بين العناصر الحقيقية والعناصر الافتراضية، ويسمح بسرد أكثر اكتمالاً، حيث يمكن تقديم محتوى محدد بشكل أكثر وضوحاً ودقة.

ويهدف الواقع المعزز إلى تغيير مظهر البيئة الحقيقية من خلال دمج المحتويات الافتراضية مع كائنات العالم الحقيقي، ومن خلال ربط المحتوى الافتراضي ببيئة العالم الحقيقي يمكن للمذيعين من سرد قصة أكثر تفصيلاً وإقناعاً من خلال التفاعل مع النماذج الافتراضية ثلاثية الأبعاد بدلاً من الأوصاف اللفظية فقط، مما يجعل المشاهدين منخرطين في المشاهدة ومتفاعلين معها.

وعلى الرغم من أن الصحف كانت أول من بدأ باستخدام الواقع المعزز لتزويد قرائها بإمكانيات سردية جديدة، إلا أن استخدامها المكثف في القنوات التلفزيونية بما فيها الإخبارية جعل من معرفة كيفية توظيفها في هذه القنوات لسرد قصصها الإخبارية موضوعاً مثيراً للدراسة.

١ - الدراسات السابقة:

تكشف مراجعة الدراسات السابقة في موضوع توظيف الواقع المعزز في النشرات الإخبارية التلفزيونية إلى قلة الأبحاث العربية والأجنبية المتعلقة بهذا الموضوع - حسب ما توصلت له الباحثة بعد البحث المتعمق في قواعد البيانات العربية والعالمية - وهو ما ينم عن حداثة موضوع الدراسة بصفة عامة، وسوف تستعرض الباحثة لبعض الدراسات السابقة التي تناولت الواقع المعزز تحديداً، إذ هدفت دراسة محمد صلاح يوسف (٢٠٢٣) إلى التعرف على مدى حرص القنوات الإخبارية العربية على استخدام تقنيات الواقع المعزز في نشراتها الإخبارية، والتعرف على نوعية الأخبار التي وظفت فيها تقنيات الواقع المعزز في نشرات الأخبار العربية، أشارت الدراسة إلى أن أكثر أنواع الموضوعات المتضمنة في الأخبار المعروضة بتقنيات الواقع المعزز هي الأخبار التي تتناول الحروب ثم الأخبار التي تتناول الأزمات السياسية. وفي محاولة لفهم أهمية تكنولوجيا الواقع المعزز في التغطية الإخبارية التلفزيونية، وإجراء مقارنة بين الواقع المعزز والافتراضي، قامت نوال بومشطة (٢٠٢٢) بدراسة كيفية توظيف تقنية الواقع المعزز والافتراضي في إنتاج التقارير الإخبارية بقناة سكاى نيوز عربية، وتوصلت إلى نتائج هامة تتمثل بعدم وجود دمج بين الواقع المعزز والافتراضي في إنتاج التقارير الإخبارية، حيث كان الاعتماد الأساسي على الواقع المعزز.

وأهتم de la Fuente & Narros (٢٠٢٢) في التعرف على كيفية توظيف تقنية الواقع المعزز في رواية الأخبار التلفزيونية في قناة Antena 3 News الإخبارية، واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي والكيفي وأجرت مقابلات متعمقة مع مجموعة من الخبراء والمهنيين من مختلف أقسام قناة Antena 3 خلال فترة ٢٠١٨-٢٠٢٠، وتوصلت الدراسة إلى مدى هيمنة العناصر الساكنة على العناصر المتحركة أثناء عرض القصص الخبرية المتضمنة لتقنية الواقع المعزز، كما أظهرت النتائج أن الهدف الأساسي لتوظيف

تقنية الواقع المعزز في عرض الأخبار كان هدف جمالي ومعلوماتي في آن واحد. بينما ركزت دراسة Wang وآخرون (٢٠٢٣) على التعرف على السمات الرئيسية البارزة للواقع المعزز في مقاطع فيديو الأحداث الرياضية في القنوات الرياضية، بالإضافة إلى التعرف على مزايا وعيوب الواقع المعزز التي يراها المشاهدون عند مشاهدة فيديوهات الأحداث الرياضية، أجرت الدراسة مقابلات شبه منظمة مع ٣٠ مشاركاً تم اختيارهم بشكل متاح، وتمثلت أهم ثلاث مزايا رئيسية لتوظيف الواقع المعزز لجمهور الرياضيين في فهم اللعبة والاستمتاع بها والتواصل الاجتماعي مع المعجبين، أما العيوب فتمثلت، بالتشتت أثناء المشاهدة وعدم المصداقية، وعلى الرغم من تفضيل الباحثين لفيدوهات الواقع المعزز إلا أن تصميم مقاطع فيديو الأحداث الرياضية المعتمدة على الواقع المعزز لا تزال بحاجة إلى تطوير كبير لتحقيق تجربة مستخدم مثالية.

ورصدت دراسة عمرو محمد عبد الحميد (٢٠٢٣) رؤية وإدراك القائمين بالاتصال بالقنوات التلفزيونية العربية لفاعلية تقنية الواقع المعزز ودورها في تطوير المحتوى الإخباري، ومدى قبولها كنموذج تكنولوجي يعكس التطورات المستحدثة في مجال الأخبار التلفزيونية، وأوضح القائمون بالاتصال أن الاعتماد على الواقع المعزز كشكل من أشكال الإعلام الغامر أسهم في تطوير المحتوى التلفزيوني، وأضاف وظائف جديدة في فرق العمل التلفزيونية، كما أتاح استخدام الواقع المعزز تحقيق عناصر أساسية مثل التثراء المعلوماتي، التفاعلية، السرد البصري الجذاب، ومحاكاة العالم المادي بهدف تحسين تجربة المشاهدة التلفزيونية نحو تغطية الأحداث والموضوعات المهمة.

وفي إطار دراسة تجريبية حول توظيف الواقع المعزز في القنوات التلفزيونية ودوره في فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري، سعت دراسة سلوى عادل محمد زكي (٢٠٢١) إلى اختبار تأثير استخدام التصميمات الجرافيكية التفاعلية ثلاثية الأبعاد المستخدمة بتقنية الواقع المعزز في فهم وتذكر الجمهور للمعلومات المقدمة في التقارير الخيرية في القنوات العربية، وقياس تأثير طريقة عرض المعلومات المتضمنة في التقارير الخيرية على معدلات فهم وتذكر الباحثين للمعلومات المقدمة، وأوضحت النتائج وجود تأثير إيجابي لتقنية الواقع المعزز على اكتساب المعلومات المقدمة في التقارير الخيرية محل التجربة على مستوى الفهم والتذكر لدى الباحثين. وذهبت دراسة Saeghe وآخرون (٢٠١٩) إلى التعرف على تأثير توظيف تقنيات الواقع المعزز في البرامج التلفزيونية على تجربة المشاهد ومشاركته، ولقياس ذلك قام الباحث بإنشاء نموذج أولي افتراضي بمساعدة نظارات الواقع المعزز في استديوهات هيئة الإذاعة البريطانية، وتقييمه على عينة مكونة من ١٢ موظفًا في قسم البحث والتطوير في هيئة الإذاعة البريطانية (BBC). ووضحت النتائج أن إضافة الواقع المعزز إلى برنامج تلفزيوني يؤدي إلى خلق تجارب جذابة للمشاهد، إلا أن هناك حاجة إلى مزيد من البحث لفهم المخاطر والفرص المقدمة عند إضافة عناصر الواقع المعزز إلى برامج التلفزيون.

* التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

ناقشت العديد من الدراسات الاستخدامات المتنوعة لتقنية الواقع المعزز في البرامج التلفزيونية والإخبارية، ووجهة نظر القائمين بالاتصال في القنوات المختلفة بتجربة الواقع المعزز في السرد البصري لقصصهم، كما ناقشت دراسات أخرى دور الواقع المعزز في عمليات الفهم والتذكر للمحتوى الإخباري وتعزيز تجربة المشاهدة، وأوضحت الدراسات السابقة الدور الكبير لتقنية الواقع المعزز في تطوير شكل ومحتوى النشرات الإخبارية.

تنوعت المناهج التي استُخدمت لدراسة تقنية الواقع المعزز، فبعض الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي، والبعض اعتمد المنهج التجريبي، وبعض الدراسات اعتمدت المنهج الكمي والكيفي معاً، واستخدمت الدراسات السابقة مجموعة من الأدوات للحصول على البيانات المطلوبة كالاستبيان والمقابلات المعمقة والمقابلات شبه المنظمة.

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بدراستها لتقنية الواقع المعزز في النشرات الإخبارية العربية من خلال التطبيق على عينات مختلفة وأزمنة مختلفة والتركيز على دورها في السرد البصري للقصص الإخبارية، وتم الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية، وتحديد المدخل النظري للدراسة، وفي صياغة تساؤلات الدراسة، كما أفادت الدراسات السابقة في تصميم أسئلة استمارة تحليل المضمون، بالإضافة إلى مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات السابقة.

٢- مشكلة الدراسة:

تحاول وسائل الإعلام التقليدية في النظام الإعلامي المشروط بالتقنيات الجديدة التكيف بنجاح مع هذه التقنيات المتطورة باستمرار (شيخاني، ٢٠١٠، ٤٤٩)، حيث أصبحت المنافسة على جذب انتباه الجماهير الآن أكثر حدة من أي وقت مضى، وخاصة في مجال الأخبار، حيث تُجبر الوفرة المفرطة في القنوات التلفزيونية الإخبارية على تطبيق تغييرات في طريقة سرد القصص الإخبارية واستهلاكها بطريقة تكون أكثر كفاءة وجاذبية للمشاهد، ولتحقيق هذا الهدف، تعتمد القنوات التلفزيونية وخاصة القنوات الإخبارية على الموارد الرقمية التي تسمح بأشكال أكثر جاذبية وتفاعلية لسرد القصص والأحداث، ومن بينها نجد الواقع المعزز (AR)، الذي تجاوز كونه مجرد أداة للتعبير عن الخطاب المعلوماتي، وإنما فرصة جديدة لتطوير أسلوب مبتكر لسرد القصص الإخبارية.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على كيفية توظيف تقنية الواقع المعزز في السرد البصري للمحتوى الإخباري في القنوات الإخبارية العربية من خلال التعرف على نوع الواقع المعزز المستخدم، وأساليب تقديمه، والأهداف التي يحققها استخدامه في النشرات الإخبارية للقنوات العربية.

٣- أهمية الدراسة:

١. تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية التطرق إلى تقنية الواقع المعزز وآليات توظيفها في القنوات الإخبارية، كونها من التقنيات الحديثة التي يتزايد استخدامها، وتحتاج لمزيد من البحث والدراسة لتقييم جدوى استخدامها في السرد البصري للمحتوى الإخباري.

٢. تقدم هذه الدراسة رؤية واضحة عن تقنية الواقع المعزز وطرق توظيفها في السرد البصري للمحتوى الإخباري في القنوات العربية الإخبارية المتخصصة.

٣. تعتبر الدراسات المرتبطة بتقنية الواقع المعزز من الدراسات التي لم تأخذ حقها بعد في الدراسات العربية رغم وجود العديد من الدراسات الأجنبية التي تناولت هذه التقنية، ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة كإضافة للدراسات العربية، وكمحاولة لسد الفراغ البحثي في هذا المجال.

٤- أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الهدف الرئيسي المتمثل في التعرف على كيفية توظيف تقنية الواقع المعزز في السرد البصري للمحتوى الإخباري في القنوات الإخبارية العربية، ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

١. التعرف على المدة الزمنية التي يستغرقها استخدام الواقع المعزز في النشرات الإخبارية للقنوات العربية.

٢. التعرف على نوع الواقع المعزز الموظف وأساليب تقديمه في النشرات الإخبارية للقنوات العربية.

٣. التعرف على المواضيع التي تعالجها الأخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز في النشرات الإخبارية للقنوات العربية.
 ٤. التعرف على الهدف من توظيف تقنية الواقع المعزز في النشرات الإخبارية للقنوات العربية، والوظائف التي تؤديها.
 ٥. التعرف على مدى تفاعل مذيع النشرة مع تقنية الواقع المعزز أثناء عرض الأخبار.
- ٥- تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما المدة الزمنية التي استغرقها استخدام الواقع المعزز في النشرات الإخبارية للقنوات العربية؟
٢. ما ترتيب الخبر الذي يستخدم الواقع المعزز في النشرات الإخبارية للقنوات العربية؟
٣. ما نوع الواقع المعزز الموظف في النشرات الإخبارية للقنوات العربية؟
٤. ما المواضيع التي عالجتها الأخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز في النشرات الإخبارية للقنوات العربية؟
٥. ما أساليب تقديم الواقع المعزز في أخبار النشرات الإخبارية للقنوات العربية؟
٦. ما الهدف من توظيف تقنية الواقع المعزز في النشرات الإخبارية للقنوات العربية؟
٧. ما مدى تفاعل مذيع النشرة مع تقنية الواقع المعزز أثناء عرض الخبر؟
٨. ما الوظائف التي يؤديها استخدام الواقع المعزز في الخبر؟

٦- حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: تتمثل في الواقع المعزز وكيفية توظيفه في القنوات الإخبارية العربية لسرد المحتوى الإخباري.
 - الحدود الزمانية: تمتد خلال الفترة من ٢٠٢٤/١/١ وحتى ٢٠٢٤/١/٣١
 - الحدود المكانية: النشرات الإخبارية الرئيسية في قنواتي العربية وسكاي نيوز عربية.
- ٧- الإجراءات المنهجية للدراسة:

٧-١- نوع الدراسة ومنهجها: تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف ما هو كائن وتفسيره، وتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع. إذا تسعى هذه الدراسة إلى وصف ظاهرة توظيف الواقع المعزز في القنوات الإخبارية العربية. وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، حيث يعد أنسب المناهج الملائمة لمثل هذه الدراسات، لكونه منهجاً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والأوصاف عن الظاهرة المدروسة، ويهدف إلى تحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع ومصادر البيانات وطرق الحصول عليها (شفيق، ٢٠٠١، ١٠٩). كما اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن كون الدراسة لا تكتفي بمجرد الوصف فقط، ولكنها تسعى إلى المقارنة بين القنوات الإخبارية العربية فيما يتعلق بتوظيف تقنيات الواقع المعزز في نشراتها الإخبارية، حيث يعرف المنهج المقارن بأنه: الإجراءات التي يستعين بها الباحث للكشف عن أوجه الشبه والاختلاف بين الظواهر وفقاً لبعض المحكات التي تجعل هذه الظواهر قابلة للمقارنة، بهدف اكتشاف السببية الخاصة بظهورها وتطورها وصور الارتباط والتداخل بين كل منها (غيث، ٢٠٠٠، ٧٥-٧٦).

٧-٢- مجتمع الدراسة وعينتها: يتحدد مجتمع الدراسة بالقنوات العربية المتخصصة بتقديم الخدمة الإخبارية، واختارت الباحثة عينة عمدية مكونة من قنواتي سكاي نيوز عربية والعربية كونها من أكثر القنوات متابعة على المستوى العربي (كما تظهره نتائج أغلب الدراسات)، ونظراً لحرص هاتين القناتين على تبني أحدث التقنيات في المجال الإخباري بما فيها تقنيات الواقع المعزز.

واعتمدت الدراسة على تحليل مضمون (٦٠) نشرة إخبارية رئيسية في قناتي الدراسة، حيث تم اختيار نشرة الثامنة مساءً بتوقيت مكة في قناة العربية ونشرة العاشرة مساءً بتوقيت الإمارات في قناة سكاى نيوز عربية لمدة شهر كامل وذلك خلال شهر كانون ثاني (من ١-٢٠٢٤ - ولغاية ٣١-١-٢٠٢٤).

٧-٣- أداة الدراسة وأسلوب جمع البيانات: اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون لتحليل مضمون النشرات الإخبارية في قنوات عينة الدراسة بما يتفق مع الأهداف ويجب عن تساؤلات الدراسة.

٧-٤- فئات ووحدات التحليل: تمثلت وحدة التحليل الخاصة بالنشرات الإخبارية بالوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية وهي (الخبر)، وتم تحديد وحدة قياس الزمن (بالدقيقة) للتعرف على مدة استخدام تقنيات الواقع المعزز في الخبر، وتضمنت الاستمارة المحاور الرئيسية التالية للتحليل المتمثلة في المدة الزمنية التي تم فيها استخدام تقنية الواقع المعزز، ترتيب الخبر الذي يستخدمه الواقع المعزز ضمن النشرة، كيفية توظيف الواقع المعزز ضمن الخبر، المواضيع التي تعالجها الاخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز، أسلوب تقديم الخبر بتقنية الواقع المعزز، الهدف من الاستخدام، تفاعل المذيع مع الواقع المعزز، الوظائف التي يؤديها استخدام الواقع المعزز في الخبر.

٨- الإطار النظري للدراسة:

* **نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية Media richness theory**: اعتمدت الدراسة الحالية في بنائها النظري على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، قام بوضع النظرية كل من Richard L. Daft و Robert H. Lengel وتم استخدامها لتصنيف وتقييم وسائل اتصالية معينة، ويوصف ثراء الوسيلة بأنه قدرة المعلومات على تغيير الفهم في الوقت المحدد، حيث يعرف الثراء على أنه المعلومات المحتملة التي تحمل قدرة وسعة للبيانات، كما تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية لدرجة ثرائها المعلوماتي (أبوسنة، ٢٠٢١، ٨٧). وتعتبر هذه النظرية من المداخل النظرية التي قامت بتفسير أسباب اختيار الجمهور لوسيط اتصالي معين بناء على سمات ومميزات الوسيلة والهدف من استخدامها، والتي أصبحت أكثر استخداماً مع انتشار وسائل الاتصال الإلكترونية (الشريف، ٢٠٢١، ١٣).

وتذهب نظرية ثراء الوسيلة إلى أن وسائل الإعلام تختلف فيما بينها حسب أوجه الثراء التي تمتلكها، والتي تميزها عن بقية الوسائل الإعلامية، وأوجه الثراء هنا هي السمات التي تمتاز بها والتي تشكل عوامل لثراء الوسيلة الإعلامية (الحسيني، ٢٠٢١، ١٥٨١). وترتكز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبلي للرسالة، وتذهب نظرية ثراء وسائل الإعلام إلى أن اكتساب المعلومات يتأثر بالتوافق بين قدرات الوسيلة والمحتوى المقدم بها ووسائل الإعلام الأكثر ثراءً مثل تلك التي لديها القدرة على نقل الصوت والصورة والفيديو، أو القدرة على الاتصال ثنائي الاتجاه، تكون أفضل مقارنة بوسائل الإعلام الأقل ثراءً (أبوسنة، ٢٠٢١، ٨٧).

وتتقرب هذه النظرية فرضين أساسيين الفرض الأول: أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدرًا كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها، والفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي، وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية (أبوسنة، ٢٠٢١، ٨٧-٨٨).

وأضاف الباحثون متغيرات مستحدثة في إطار تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في مجالات متنوعة منها سهولة الوصول للوسيلة، سرعة الوصول للوسيلة، الثقة في الوسيلة، الخبرة السابقة، التكلفة المادية، قدرة الوسيلة على توفير رجع الصدى، استخدام الإشارات والرموز المتعددة، تقديم رسائل مفصلة للأفراد بشكل متخصص (النقبي، ٢٠٢٣، ١٢٨).

٩- الإطار المعرفي للدراسة:

١- الواقع المعزز: نشأته، تعريفه، وتوظيفه في المحتوى الإخباري:

تم ذكر مصطلح الواقع المعزز لأول مرة في منشور علمي عام ١٩٩٢ قدمه كوديل وميزيل (Mizell & Caudell, 1992)، وذكر كلاهما أنها تقنية تزيد مجال رؤية المستخدم، إلا أن أساسياته الاستراتيجية تم ذكرها في الدراسات التي أجراها هيليج (Heilig) في خمسينيات القرن الماضي، عندما اقترح فكرة مبتكرة مفادها أن السينما تحتاج إلى جذب المشاهدين إلى الأنشطة التي تظهر على الشاشة من خلال استيعاب جميع الحواس بشكل فعال (Herrero de la Fuente et al., 2022, 37). وبعد ذلك، اخترع إيفان ساذرلاند (Sutherland) العرض المثبت على الرأس في عام ١٩٦٦، حيث كان أول من أنشأ نظاماً واقعياً معززاً باستخدام شاشة العرض البصرية الرأسية المرئية. فيما بعد باحثون أمثال دراسيك وميلجرام (Drascic & Milgram, 1996)، أزوما (Azuma, 1997) هولرر وفينر (Höllerer & Feiner, 2004) توصلوا إلى تصور تكنولوجيا الواقع المعزز كمزيج من العالم الحقيقي والافتراضي من خلال مجموعة من العمليات القائمة على البرمجة المحوسبة وإمكانات تخزين وثنائى الوسائط المتعددة التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة (Valcarceet et al., 2017, 1671)، ويُعرف الواقع المعزز بأنه نوع من التكنولوجيا الرقمية التي تعتمد على إسقاط الأجسام الافتراضية وما يرتبط بها من معلومات في بيئة المستخدم الحقيقية لتوفر له معلومات إضافية وتحقق له انغماس كامل فيها (أبوسنة، ٢٠٢١، ٩٣-٩٤). كما يُعرف بأنه عبارة عن تقنية متطورة تعمل على تحسين تصورات المستخدم من خلال زيادة المحتوى الرقمي أو تركيبه على عرض مباشر للأشياء والبيئات المادية في الوقت الحقيقي (Wang et al., 2023, 4109). كما حددت شركة مايكروسوفت مفهوم الواقع المعزز بأنه نسخة تفاعلية للبيئة الواقعية يتم توفيرها عن طريق العناصر المرئية الرقمية والأصوات بمصاحبة مجموعة من المحفزات الحسية والبصرية، باستخدام تقنية التصوير المجسم (عبد الحميد، ٢٠٢٣، ١٩٤).

ويتمتع الواقع المعزز عادة بثلاثة خصائص: (١) يجمع بين الواقعي والافتراضي، (٢) تفاعلي في الوقت الفعلي، (٣) ثلاثي الأبعاد الحقيقية عن طريق كائنات افتراضية يتم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر.

من المنظور التكنولوجي البحث، هناك أربعة عناصر أساسية مطلوبة لتشكيل بيئة الواقع المعزز: أولها كاميرا تلتقط صورة الواقع الذي يراه المستخدمون، ومنصة مادية حيث يتم عرض مزيج من الصور الحقيقية والمركبة، وبنية تحتية للمعالجة تفسر معلومات العالم الحقيقي التي يتلقاها المستخدم ويولد المحتوى الافتراضي المقابل، ومشغلاً يؤدي إلى تشغيل الواقع المعزز (Valcarceet et al., 2017, 1671-1672).

والواقع المعزز هو تقنية تندرج تحت مظلة مجموعة من التقنيات التفاعلية التي يشار إليها غالباً بالتقنيات الغامرة، والتقنيات الغامرة هي تقنيات تتكون من عدة أدوات يمكن استخدامها للانغماس مثل الواقع الافتراضي (VR)، والواقع المعزز (AR)، والتكنولوجيا للمسية، والغمر عن بعد، لذلك غالباً ما يتم الخلط بين الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) مع بعضهما البعض، ومع

ذلك فإن التقنيتين هما وسيلتان مختلفتان للغاية، فالواقع الافتراضي هو تقنية تأخذ المستخدم وتضعه في بيئة افتراضية رقمية بالكامل ويتم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر، في حين أن الواقع المعزز يأخذ المحتوى والصور التي تم إنشاؤها رقمياً ويغطيها ببيئة العالم الحقيقي الفعلية التي يتم استخدامها فيها، بالإضافة إلى ذلك يستخدم الواقع الافتراضي شاشات العرض المثبتة على الرأس (HMD) التي يرتديها المستخدم فعلياً أثناء تفاعله مع البيئة الافتراضية التي يدخل إليها في حين يمكن تجربة الواقع المعزز من خلال مجموعة متنوعة من الوسائط بما في ذلك اللمس والصوت البصر (Goebert, 2021, 21-22).

٢- استخدام الواقع المعزز في السرد البصري للمحتوى الإخباري:

يمكننا الحديث عن ثلاث مراحل لاستخدام الواقع المعزز في السرد البصري للمحتوى الإخباري، في المرحلة الأولى، نجد مفتاح الكروما، الذي يعمل كخلفية لخلق الواقع المعزز، وفي المرحلة الثانية، يتم تركيب الصورة التي تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر على صورة من العالم الحقيقي، وبالتالي إضافة معلومات إضافية، ويُستخدم بشكل متكرر لتقديم الإحصائيات أو العلامات أو التصنيفات في الوقت الفعلي (الحقيقي)، وفي المرحلة الثالثة، نلجأ إلى الأجهزة الخارجية لتصوير الواقع المعزز، التي يمكنها تحويل طريقة مشاهدة التلفزيون إلى تجربة تفاعلية، إلا أننا في هذه المرحلة بحاجة إلى إضافة أجهزة إضافية، مثل الهواتف المحمولة أو الأجهزة اللوحية، والتي تتيح للمستخدم الوصول إلى المحتوى التكميلي بتنسيقات مختلفة (Herrero de la Fuente et al., 2022, 37).

يرشدنا استخدام هذه التقنية في البرامج الإخبارية نحو الصحافة الغامرة التي ذكرناها من قبل، والتي تُفهم على أنها كيفية خلق إحساس لدى المشاهدين بأنهم في مكان، حيث يتم تنفيذ أحداث مختلفة يرون أنها تحدث بالفعل، ولذلك فهي طريقة مختلفة للوصول إلى الأخبار، يشعر فيها المستخدم بالانتقال إلى المكان الذي جرت فيه الأحداث، مع إمكانية التفاعل معها (Goebert, 2021, 22) من خلال التقاء ثلاثة عناصر: الحضور في السيناريو السردية أو الإخباري، والمعقولة، وامتلاك جسد افتراضي، أي أفتار للوصول إلى الواقع المعروف (Wang et al., 2023, 4109). كما أن السرد الإخباري الغامر لا يعتمد فقط على الأدوات (النظارات، والقزازات، والخوذة)، لتضمن الانغماس، إذ أن القدرة على خلق التعاطف فيما يتعلق بمواقف محددة من خلال الواقع المعزز يشعر المستخدم بالانتقال إلى السياق الذي وقع فيه حدث معين، ونظراً إلى اللامبالاة التي يثيرها تشبع الأخبار في الآونة الأخيرة لدى المشاهدين، يمكن أن تصبح الصحافة الغامرة الأداة المثالية لاستعادة المشاركة العاطفية للجمهور (Herrero de la Fuente et al., 2022, 38). ولكن هذه المشاركة تجلب معها أيضاً مخاطر تتعلق بدقة وموضوعية المحتوى الإخباري، حيث يشير البعض إلى أن التلاعب بالبيئة الواقعية، وتكليف مصادر المعلومات، والكشف عن الصور الحساسة تشكل معضلات أخلاقية في استخدام الواقع المعزز في السرد الإخباري، فالتشويه الذي يتم إنشاؤه فعلياً للواقع، وتكليف المشاركين في خبر ما، والتأثير العاطفي التي يمكن أن يثيرها محتوى معين، هي جوانب حساسة للغاية يجب مراعاتها عند إنشاء قصة إخبارية غامرة (Herrero de la Fuente et al., 2022, 38).

١٠- نتائج الدراسة التحليلية:

١-توظيف قنوات الدراسة لتقنيات الواقع المعزز: تشير بيانات الجدول التالي إلى عدد الأخبار التي تم توظيف تقنيات الواقع المعزز لعرض محتواها في قناتي العربية وسكاي نيوز عربية.

الجدول رقم (١): عدد الاخبار التي استخدمت تقنية الواقع المعزز

القناة	عدد أخبار النشرة	عدد الاخبار التي استخدمت تقنية الواقع المعزز	النسبة المئوية %
العربية	٦١٢	132	%21.6
سكاي نيوز عربية	٦٦٠	181	%27.4

يتضح من الجدول رقم (١) أن قناة سكاي نيوز عربية حصلت على المرتبة الأولى من حيث مجموع تكرارات الأخبار التي استخدمت تقنية الواقع المعزز، حيث بلغ تكرارها (١٨١) خبراً، بنسبة (٢٧.٤٪) من إجمالي عدد الأخبار ب ٣٠ نشرة وبالباقي (٦٦٠) خبراً، تليها قناة العربية بتكرار (١٣٢) خبراً، وبنسبة (٢١.٦٪) من إجمالي عدد الأخبار ب ٣٠ نشرة وبالباقي (٦١٢) خبراً. ويتضح من النتائج السابقة التقارب في اعتماد كلتا القنوات على تقنية الواقع المعزز في عرض أخبارها، مما يدل على ازدياد الاهتمام بتوظيف هذه التقنية الجديدة في غرف الأخبار التلفزيونية العربية.

٢- المدة الزمنية لتوظيف تقنية الواقع المعزز: تشير بيانات الجدول التالي إلى المدة الزمنية لتوظيف تقنية الواقع المعزز في عرض الأخبار في نشرات قناتي العربية وسكاي نيوز عربية.

الجدول رقم (٢): المدة الزمنية لتوظيف الواقع المعزز في الخبر

القناة	أقل من دقيقتين		من ٢ إلى أقل من ٥		من ٥ فأكثر		قيمة كا ٢	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
العربية	83	٦٢.٩%	39	%29.5	10	%7.6	٣.٩٤٨	0.139
	95	%52.5	73	%40.3	13	%7.2		
	178	%56.9	112	%35.8	23	%7.3		
سكاي نيوز عربية	95	%52.5	73	%40.3	13	%7.2	٣.٩٤٨	0.139
	178	%56.9	112	%35.8	23	%7.3		
	178	%56.9	112	%35.8	23	%7.3		

يتضح من الجدول رقم (٢) أن المدة الزمنية لتوظيف تقنية الواقع المعزز في نشرات أخبار القنوات كانت أقل من دقيقتين في المرتبة الأولى، حيث بلغ تكرارها (١٧٨) بنسبة (٥٦.٩٪)، ومن ثم من دقيقتين إلى أقل من خمس دقائق بالمرتبة الثانية وبتكرار (١١٢) بنسبة (٣٥.٨٪)، ثم فئة أكثر من ٥ دقائق فأكثر بتكرار (٢٣) وبنسبة (٧.٣٪).

كما يتضح عدم وجود فروق بين قناتي سكاي نيوز عربية والعربية من حيث المدد الزمنية، إذا تبين النتائج وجود فروق غير دالة إحصائياً في جميع الفئات.

ويمكن تفسير تفوق المدة الزمنية القصيرة (أقل من دقيقتين) لتوظيف تقنية الواقع المعزز في أخبار القنوات لكون هذه التقنية تحتاج إلى فريق متخصص وكاميرات عالية الدقة والجودة ووقت وتكلفة عالية لإنتاج أخبار مدعومة بهذه التقنية، مما يجعل توظيفها في الوقت الراهن محدود النطاق، حتى في القنوات الإخبارية ذات التمويل الكبير.

٣- ترتيب الخبر المتضمن للواقع المعزز ضمن النشرة: تشير بيانات الجدول التالي إلى ترتيب الخبر المتضمن للواقع المعزز ضمن النشرة في نشرات قناتي العربية وسكاي نيوز عربية.

الجدول رقم (٣): ترتيب الخبر المتضمن للواقع المعزز ضمن النشرة

القناة	ترتيب الخبر		المقدمة		الوسط		الخاتمة		قيمة كا ٢	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
العربية	14	10.6%	88	66.7%	30	22.7%			0.602	0.740
	19	10.5%	114	63%	48	26.5%				
	33	10.5%	202	64.5%	78	25%				
المجموع										

يتضح من الجدول رقم (٣) أن ترتيب الخبر المتضمن لتقنية الواقع المعزز جاء في المرتبة الأولى بين الخبر الرابع إلى الخبر السابع بتكرار (٢٠٢) وبنسبة (٦٤.٥٪)، بينما جاء في المرتبة الثانية الأخبار الواقعة في آخر النشرة بتكرار (٧٨) وبنسبة (٢٥٪)، بينما المرتبة الثالثة كانت لأخبار النشرة الثلاث الأولى بتكرار (٣٣) وبنسبة (١٠.٥٪). وبالمقارنة بين قناتي الدراسة نجد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع الفئات، حيث بلغت قيمة كا ٢ (0.602).

ونلاحظ أن كلتا القناتين لم تهتم بإبراز أخبارها بتقنية الواقع المعزز في بداية نشراتها، رغم أهمية توظيفها كوسيلة لتقديم الأخبار، وخاصة أن أخبار مقدمة النشرة تعتبر من أهم وأبرز أخبار النشرة، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى رغبة القناتين في تنوع طرق العرض للأخبار، وخاصة أن الأخبار الثلاث الأولى كانت تتضمن طرق عرض وإبراز مختلفة كلقاءات عبر الأقمار الصناعية مع الخبراء والمختصين، وتوظيف الجرافيك، بينما تعتبر أخبار المنتصف وآخر النشرة أقل جذباً للمشاهد، مما دعا كلتا القناتين لتوظيف تقنية الواقع المعزز في هذه الأخبار كوسيلة لجذب المشاهدين وضمان استمرار متابعتهم لباقي أجزاء النشرة وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة محمد صلاح يوسف (٢٠٢٣) رغم تشابه عينة قنوات دراسته جزئياً مع عينة الدراسة الحالية مع اختلاف المدة الزمنية، حيث أظهرت نتائج الدراسة السابقة أن ترتيب الخبر المتضمن استخدام تقنية الواقع المعزز جاء في المرتبة الأولى للأخبار الثلاث الأولى، ثم أخبار آخر النشرة، فيما جاءت أخبار منتصف النشرة من الخبر الرابع إلى ما بعد السابع بمرتبة أخيرة.

٤- نوع الواقع المعزز المستخدم: تشير بيانات الجدول التالي إلى نوع الواقع المعزز المستخدم في نشرات قناتي العربية وسكاي نيوز عربية.

الجدول رقم (٤): نوع الواقع المعزز المستخدم في الخبر

القناة	النوع		ثابت		متحرك		غامر		قيمة كا ٢	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
العربية	٤٤	٣٣.٣%	٨١	61.4%	٧	٥.٣%			0.722	0.697
	٥٩	٣٢.٦%	١٠٨	٥٩.7%	١٤	٧.٧%				
	103	32.9%	189	60.4%	21	6.7%				
المجموع										

يتضح من الجدول رقم (٤) أن نوع الواقع المعزز الأكثر استخداماً كان النوع المتحرك حيث بلغ تكرارها (١٨٩) بنسبة (٦٠.٤٪)، ومن ثم النوع الثابت بالمرتبة الثانية ويتكرر (١٠٣) بنسبة (٣٢.٩٪)، ثم النوع الغامر بتكرار (٢١) وبنسبة (٦.٧٪). كما يتضح عدم وجود فروق بين قناتي سكاى نيوز والعربية من حيث نوع الواقع المعزز المستخدم، إذا تبين النتائج وجود فروق غير دالة إحصائياً في جميع الفئات، حيث بلغت قيمة كا (٠.٧٢٢).

تظهر النتائج مدى اهتمام قنوات الدراسة بتوظيف الواقع المعزز المتحرك، وهو ما يتفق مع طبيعة هذه التقنية التي تعطي للقناة إمكانيات كبيرة في جعل مناطق الحروب والصراعات تجري أمام المشاهد، كما أن النوع الثابت أتى في المرتبة الثانية نظراً للتوظيف الكثيف لتقنية الواقع المعزز في عرض الأرقام والإحصائيات والخرائط والأماكن الجغرافية التي تظهر إلى جانب المذيع وتدعم المعلومات التي يسردها في الخبر، أما النوع الغامر (أي غمر المذيع كلياً بالواقع المعزز، كأن يظهر في الفضاء أو يتجول في البيت الأبيض على سبيل المثال) فكان استخدامه ضعيفاً، وقد يعود ذلك إلى الإمكانيات الهائلة التكنولوجية والمادية الذي يتطلبها خلق بيئة غامرة كلياً للقصة الخيرية.

تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة de la Fuente & Narros (٢٠٢٢)، حيث أظهرت نتائج الدراسة السابقة أن نوع الواقع المعزز الأكثر استخداماً في أخبار قناة (أنتينا ٣) كان النوع الثابت، ومن ثم النوع الغامر بالمرتبة الثانية، بينما النوع المتحرك في المرتبة الأخيرة.

٥- المواضيع التي تعالجها الأخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز: تشير بيانات الجدول التالي إلى المواضيع التي تعالجها الاخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز في نشرات قناتي العربية وسكاى نيوز عربية.

الجدول رقم (٥): المواضيع التي تعالجها الأخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز

الدالة	قيمة كا	اجتماعي		علمي		طبي		اقتصادي		عسكري		سياسي		المواضيع القناة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.284	6.236	%1.5	2	%3.8	5	%3.1	4	%4.5	6	%63.6	84	%23.5	31	العربية
		%0.6	1	%1.6	3	%3.3	6	%1.1	2	%70.7	128	%22.7	41	سكاى نيوز عربية
		%0.9	3	%2.6	8	%3.2	10	%2.6	8	%67.7	212	%23	72	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٥) أن أكثر المواضيع التي عالجتها الأخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز هي المواضيع العسكرية، حيث بلغ تكرارها (٢١٢) بنسبة (٦٧.٧٪)، ثم الموضوعات السياسية بتكرار (٧٢) وبنسبة (٢٣٪)، ثم جاءت الموضوعات الطبية بالمرتبة الثالثة بتكرار (١٠) وبنسبة (٣.٢٪)، أما المرتبة الرابعة فكانت للموضوعات الاقتصادية والعلمية بتكرار (٨) مرات وبنسبة (٢.٦٪)، والمرتبة الأخيرة للموضوعات الاجتماعية بنسبة (٠.٩٪).

وتظهر النتائج مدى اهتمام القنوات عينة الدراسة بتوظيف تقنية الواقع المعزز في الأخبار العسكرية بالدرجة الأولى، كونها أكثر الموضوعات تناولاً في قناتي الدراسة، وكون الأخبار العسكرية تتيح إمكانيات عالية في توظيف هذه التقنية لتوضيح التفاصيل العسكرية من معارك وأماكن حدوث اشتباكات وخرائط ليسهل على المشاهد فهمها والانغماس فيها بشكل أكبر.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة محمد صلاح يوسف (٢٠٢٣)، حيث توصلت دراسته إلى أن أكثر الموضوعات المتناول فيها خبر متضمن استخدام تقنية الواقع المعزز هي الموضوعات العسكرية، ثم السياسية، فيما جاءت الموضوعات الإجتماعية في المرتبة الأخيرة.

بينما تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة de la Fuente & Narros (٢٠٢٢)، حيث أظهرت نتائج الدراسة السابقة أن أخبار المجتمع جاءت بالمرتبة الأولى في توظيف قناة (أنتينا ٣) لتقنية الواقع المعزز بنسبة (٥١%)، تليها أخبار السياسة (٢٣.٥%)، فيما جاءت الأخبار الثقافية بمرتبة أخيرة بنسبة (٣.٩%).

٦- أسلوب تقديم الواقع المعزز: تشير بيانات الجدول التالي إلى أسلوب تقديم الواقع المعزز في نشرات قناتي العربية وسكاي نيوز عربية.

الجدول رقم (٦): أسلوب تقديم الواقع المعزز في الخبر

الدلالة	قيمة كا	تمثيلي		درامي		قصصي		سردى		الأسلوب القناة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.614	1.803	١٠.٥%	٢	١١.٤%	١٥	٣٢.٦%	٤٣	٥٤.٥%	72	العربية
		٢.٢%	٤	١٠.٥%	١٩	٣٩.٢%	٧١	٤٨.١%	٨٧	سكاي نيوز عربية
		١.٩%	٦	١٠.٩%	٣٤	٣٦.٤%	١١٤	٥٠.٨%	١٥٩	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٦) أن الأسلوب الذي تم به تقديم الخبر المدعوم بتقنية الواقع المعزز كان الأسلوب السردى بالمرتبة الأولى بتكرار (١٥٩) وبنسبة (٥٠.٨%)، بينما جاء الأسلوب القصصي بالمرتبة الثانية بتكرار (١١٤) وبنسبة (٣٦.٤%)، بينما جاء الأسلوب الدرامي في المرتبة الثالثة بتكرار (٣٤) وبنسبة (١٠.٩%)، بينما جاء الأسلوب التمثيلي في المرتبة الأخيرة بنسبة (١.٩%). من النتائج السابقة نجد أن الأسلوب السردى هو الأكثر استخداماً، نظراً لطبيعية المعلومات والبيانات التي تتضمنها الأخبار العسكرية والسياسية، مما يستدعي توظيف هذا الأسلوب لعرض الأخبار للمتلقي، أما الأسلوب القصصي جاء ثانياً نظراً للإمكانية التي تمنحها تقنية الواقع المعزز في توظيف هذا الأسلوب لإنشاء قصة إخبارية مشوقة وجذابة للمشاهدين، أما الأسلوب الدرامي والتمثيلي جاءا بنسب قليلة، وهو ما يعتبر منطقياً كون طبيعة وخصوصية النشرات الإخبارية لا تستدعي استخدام هذه الأساليب في شرح الأخبار.

وتتفق هذه النتيجة مع النتائج التي توصلت لها دراسة نوال بومشطة (٢٠٢٢) حيث توصلت الباحثة إلى أن الأسلوب السردى هو أكثر الأساليب استخداماً في عرض التقارير الإخبارية بتوظيف تقنية الواقع المعزز في قناة سكاي نيوز عربية، بينما كان الأسلوب التمثيلي في المرتبة الأخيرة.

٧- الهدف من استخدام الواقع المعزز: تشير بيانات الجدول التالي إلى الهدف من استخدام الواقع المعزز في نشرات قناتي العربية وسكاي نيوز عربية.

الجدول (٧): الهدف من استخدام الواقع المعزز في الخبر

الدلالة	قيمة كا	معلوماتي وجمالي معاً		جمالي		معلوماتي		الهدف القناة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.006	10.206	٦١.٤%	٨١	٤.٥%	٦	٣٤.١%	٤٥	العربية
		٤٨.٦%	٨٨	١٤.٩%	٢٧	٣٦.٥%	٦٦	سكاي نيوز عربية
		٥.٤%	١٦٩	١٠.٥%	٣٣	٣٥.٥%	١١١	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٧) أن الهدف من استخدام الواقع المعزز في الخبر هو هدف معلوماتي وجمالي معاً بالمرتبة الأولى وبتكرار بلغ (١٦٩) وبنسبة (٥٤٪)، وجاء الهدف المعلوماتي بالمرتبة الثانية بتكرار (١١١) وبنسبة (٣٥.٥٪)، بينما جاء الهدف الجمالي فقط بالمرتبة الأخيرة بتكرار (٣٣) وبنسبة (١٠.٥٪).

وتظهر النتائج أن الهدف الأساسي من استخدام الواقع المعزز في الخبر هو لتقديم المعلومات للمتلقى بطريقة بسيطة يسهل فهمها، واستخدامها كوسيلة لجذب ولفت المتلقي إلى المعلومات المهمة في الخبر، بالإضافة إلى استخدامها في تقديم القصة الإخبارية بطرق أكثر جاذبية.

كما يتضح وجود فروق بين قناتي سكاى نيوز والعربية من حيث الهدف من استخدام الواقع المعزز، إذا تبين النتائج وجود فروق دالة إحصائية، حيث بلغت قيمة كا (١٠٠.٢٠٦) ودلالة (٠.٠٠٦)، حيث تظهر النتائج تركيز قناة سكاى نيوز على توظيف الواقع المعزز كهدف جمالي بدرجة أكبر من قناة العربية، حيث بلغت نسبتها في قناة سكاى نيوز عربية (١٤.٩٪) بينما بلغت نسبتها في قناة العربية (٤.٥٪)، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى أن قناة سكاى نيوز عربية تعتمد إلى جعل أخبارها أكثر جذباً، ورواية قصة إخبارية أكثر إبهاراً بصرياً لمشاهديها.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة de la Fuente & Narros (٢٠٢٢)، حيث أظهرت نتائج الدراسة السابقة، أن الهدف من استخدام الواقع المعزز في أخبار قناة (أنيتينا ٣) كان هدف معلوماتي وجمالي معاً بالمرتبة الأولى، بينما جاء الهدف الجمالي بالمرتبة الثانية على عكس نتائج الدراسة الحالية.

وتتفق هذه النتيجة مع النتائج التي توصلت لها دراسة نوال بومشطة (٢٠٢٢) حيث توصلت الباحثة إلى أن الهدف الأول في عرض التقارير الإخبارية بتوظيف تقنية الواقع المعزز في قناة سكاى نيوز عربية كان للإعلام والإخبار، بينما كان هدف الترفيه (الجمالي) بالمرتبة الأخيرة.

٨- تفاعل المذيع مع الواقع المعزز أثناء الخبر: تشير بيانات الجدول التالي إلى مدى تفاعل المذيع مع الواقع المعزز في نشرات قناتي العربية وسكاى نيوز عربية.

الجدول (٨): تفاعل المذيع مع الواقع المعزز أثناء الخبر

الدلالة	قيمة كا	دون تفاعل		محدود		مرتفع		التفاعل القناة
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.519	1.311	٣٦.٤	٤٨	٥٣	٧٠	١٠.٦	١٤	العربية
		٣٥.٩	٦٥	٤٩.٢	٨٩	١٤.٩	٢٧	سكاى نيوز عربية
		٣٦.١	١١٣	٥٠.٨	١٥٩	١٣.١	٤١	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٨) أن تفاعل المذيع مع تقنية الواقع المعزز كان محدوداً بالمرتبة الأولى وبتكرار بلغ (١٥٩) وبنسبة (٥٠.٨٪)، بينما جاء بدون تفاعل أبداً مع الواقع المعزز بالمرتبة الثانية بتكرار (١١٣) وبنسبة (٣٦.١٪)، بينما جاء التفاعل المرتفع بالمرتبة الأخيرة بتكرار (٤١) وبنسبة (١٣.١٪).

تظهر النتائج السابقة المتعلقة بمدى تفاعل المذيع مع الواقع المعزز أثناء تقديمه للخبر أن هذا التفاعل كان محدوداً في كلتا القناتين، حيث أكتفى المذيع في هذه الحالة إلى الإشارة فقط إلى الواقع المعزز أو التحرك حول عنصر الواقع المعزز، والتوقف عند

أحد جوانبه، وقد يعود ذلك إلى غلبة الأخبار ذات الطابع المعلوماتي التي وظف فيها الواقع المعزز، وقلة الأخبار التي اعتمدت الواقع المعزز الغامر، والذي يحتاج فيها المذيع إلى الانتقال كلياً إلى مسرح افتراضي والتفاعل معه بشكل كامل. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة de la Fuente & Narros (٢٠٢٢)، حيث أظهرت نتائج الدراسة السابقة أن تفاعل المذيع مع تقنية الواقع المعزز كان محدوداً جداً أو بدون تفاعل في قناة (أنتينا ٣)، بينما كان التفاعل العالي بنسبة قليلة جداً. ٩- الوظائف التي يؤديها استخدام الواقع المعزز في الخبر: تشير بيانات الجدول التالي إلى الوظائف التي يؤديها استخدام الواقع المعزز في نشرات قناتي العربية وسكاي نيوز عربية.

الجدول رقم (٩): الوظائف التي يؤديها استخدام الواقع المعزز في الخبر

الوظائف	التوسع في عرض المعلومات		توجيه الجمهور إلى المعلومات المهمة		الانتقال بين القصص الإخبارية		تبسيط الأحداث المتضمنة في الخبر		إضفاء شيء من الواقعية للأحداث	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
العربية	٨٥	%٤٠.١	٥١	%٢٤.١	١٢	%٥.٦	٣٢	%١٥.١	٣٢	%١٥.١
سكاي نيوز عربية	١٠٦	%٣٦.٧	٥٨	%٢٠.١	٢٩	%١٠	٥٤	%١٨.٧	٤٢	%١٤.٥
المجموع	١٩١	%٣٨.١	١٠٩	%٢١.٧	٤١	%٨.٢	٨٦	%١٧.٢	٧٤	%١٤.٨

يتضح من الجدول رقم (٩) الوظائف من استخدام الواقع المعزز في الخبر، حيث تظهر النتائج أن وظيفة التوسع في عرض المعلومات والبيانات جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار بلغ (١٩١) وبنسبة (٣٨.١%)، بينما جاءت وظيفة توجيه الجمهور إلى المعلومات المهمة في الخبر بالمرتبة الثانية بتكرار (١٠٩) وبنسبة (٢١.٧%)، فيما جاءت وظيفة تبسيط الأحداث المتضمنة في الخبر بالمرتبة الثالثة بتكرار (٨٦) وبنسبة (١٧.٢%)، وجاءت وظيفة إضفاء شيء من الواقعية للأحداث في المرتبة الرابعة بتكرار بلغ (٧٤) وبنسبة (١٤.٨%)، وجاء بالمرتبة الأخيرة وظيفة الانتقال بين القصص الإخبارية بتكرار (٤١) وبنسبة (٨.٢%). تظهر النتائج السابقة المتعلقة بالوظائف التي يؤديها استخدام الواقع المعزز في نشرات الأخبار أن قناتي الدراسة اعتمدتا بشكل كبير على تقنية الواقع المعزز للتوسع في عرض المعلومات المذكورة في الخبر ولقت انتباه الجمهور إلى المعلومات المهمة المذكورة، حيث ترافق توظيف هذه التقنية مع الأخبار العسكرية والسياسية لتوضيح المعلومات بشكل يسهل على المقدم التوسع في تقديم المعلومة بطريقة أكثر انغماسية بالنسبة للمتلقي، كما وظفت القناتين تقنية الواقع المعزز بشكل متقارب لإضفاء شيء من الواقعية للأحداث وخاصة الأخبار العسكرية التي تظهر فيها المجسمات الافتراضية تدخل وتخرج من الاستديو، أما وظيفة الانتقال بين القصص الإخبارية فكان استخدامها بأقل نسبة في كلتا القناتين ويمكن تفسير ذلك إلى أن استخدام الواقع المعزز يؤدي وظائف أهم من مجرد رابط بين فقرات الخبر ذاته.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة محمد صلاح يوسف (٢٠٢٣) التي أظهرت أن تقنية الواقع المعزز منحت قيمة مضافة للمحتوى الإخباري المقدم في القنوات الإخبارية العربية.

١١- أهم نتائج الدراسة:

- ١- كشفت نتائج الدراسة تقارب في المدة الزمنية لتوظيف تقنية الواقع المعزز في نشرات أخبار القنوات، حيث كانت أقل من دقيقتين في المرتبة الأولى بنسبة (٥٦.٩٪)، ومن ثم من دقيقتين إلى أقل من خمس دقائق بالمرتبة الثانية بنسبة (٣٥.٨٪)، ثم فئة أكثر من ٥ دقائق فأكثر بنسبة (٧.٣٪).
- ٢- بينت نتائج الدراسة أن ترتيب الخبر المتضمن لتقنية الواقع المعزز في كلتا القنوات جاء في المرتبة الأولى بين الخبر الرابع إلى الخبر السابع بتكرار (بنسبة ٦٤.٥٪)، بينما جاء في المرتبة الثانية الأخبار الواقعة في آخر النشرة بتكرار بنسبة (٢٥٪)، بينما المرتبة الثالثة كانت لأخبار النشرة الثلاث الأولى بنسبة (١٠.٥٪).
- ٣- أظهرت نتائج الدراسة أن نوع الواقع المعزز الأكثر استخداماً في قناتي الدراسة كان النوع المتحرك بنسبة (٦٠.٤٪)، ومن ثم النوع الثابت بنسبة (٣٢.٩٪)، ثم النوع الغامر بنسبة (٦.٧٪)، كما اتضح عدم وجود فروق بين قناتي سكاى نيوز والعربية من حيث نوع الواقع المعزز المستخدم.
- ٤- كشفت نتائج الدراسة أن أكثر المواضيع التي عالجتها الأخبار باستخدام تقنية الواقع المعزز هي المواضيع العسكرية، حيث بلغت نسبتها (٦٧.٧٪)، ثم الموضوعات السياسية بنسبة (٢٣٪)، ثم جاءت الموضوعات الطبية بالمرتبة الثالثة، أما المرتبة الرابعة فكانت للموضوعات الاقتصادية والعلمية، والمرتبة الأخيرة للموضوعات الاجتماعية بنسبة (٠.٩٪).
- ٥- بينت نتائج الدراسة أن الأسلوب الذي تم به تقديم الخبر المدعوم بتقنية الواقع المعزز في كلتا القنوات كان الأسلوب السرد بنسبة (٥٠.٨٪)، بينما جاء الأسلوب القصصي بالمرتبة الثانية بنسبة (٣٦.٤٪)، بينما جاء الأسلوب الدرامي في المرتبة الثالثة، وجاء الأسلوب التمثيلي في المرتبة الأخيرة بنسبة (١.٩٪).
- ٦- أظهرت نتائج الدراسة أن الهدف من استخدام تقنية الواقع المعزز في أخبار قناتي العربية وسكاى نيوز عربية كان هدف (معلوماتي وجمالي معاً) بالدرجة الأولى بنسبة (٥٤٪)، وجاء الهدف المعلوماتي بالمرتبة الثانية بنسبة (٣٥.٥٪)، بينما جاء الهدف الجمالي فقط بالمرتبة الأخيرة بنسبة (١٠.٥٪).
- ٧- كشفت نتائج الدراسة أن تفاعل المذيع مع تقنية الواقع المعزز في كلتا القنوات كان محدوداً بنسبة (٥٠.٨٪)، بينما جاء بدون تفاعل أبداً مع الواقع المعزز بالمرتبة الثانية بنسبة (٣٦.١٪)، بينما جاء التفاعل المرتفع بالمرتبة الأخيرة بنسبة (١٣.١٪).
- ٨- بينت نتائج الدراسة أن وظيفة التوسع في عرض المعلومات والبيانات جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (٣٨.١٪) كأبرز الوظائف لاستخدام تقنية الواقع المعزز في نشرات أخبار قناتي العربية وسكاى نيوز عربية، بينما جاءت وظيفة توجيه الجمهور إلى المعلومات المهمة في الخبر بالمرتبة الثانية بنسبة (٢١.٧٪)، فيما جاءت وظيفة تبسيط الأحداث المتضمنة في الخبر بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٧.٢٪)، وجاءت وظيفة إضفاء شيء من الواقعية للأحداث في المرتبة الرابعة، وجاء بالمرتبة الأخيرة وظيفة الانتقال بين القصص الإخبارية بتكرار بنسبة (٨.٢٪).

١٢- توصيات الدراسة:

١. ضرورة الاهتمام بتوظيف تقنية الواقع المعزز كوسيلة مهمة للسرد البصري للأخبار التلفزيونية في الفضائيات الإخبارية العربية لما لها من دور كبير في تعزيز تجربة المشاهد.

٢. ضرورة تخصيص المؤسسات الإعلامية لميزانية خاصة لتوفير التقنيات التكنولوجية الحديثة في استديوهاتنا، وزيادة تفعيل هذه التقنيات في الإنتاج الإعلامي، خاصة في مجال السرد البصري للمحتوى الإخباري.
٣. ضرورة الاهتمام بالدراسات والبحوث في مجال تقنية الواقع المعزز لفهما بشكل أكبر وأعمق، ومتابعة تطورها المستقبلي في السنوات القادمة.

التمويل:

هذا البحث ممول من جامعة دمشق وفق رقم التمويل (٥٠١١٠٠٠٢٠٥٩٥).

المراجع:**أولاً: المراجع العربية:**

١. أبوسنة، نوره حمدي محمد. (٢٠٢١). اتجاهات النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية نحو توظيف الإعلام الجديد للواقع (المعزز والافتراضي والهجين)، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ٧، ٧١-١٥٤.
٢. بومشظة، نوال. (٢٠٢٢). توظيف تكنولوجيا الواقع المعزز في إنتاج التقارير الإخبارية عبر القنوات الفضائية العربية: قناة سكاى نيوز عربية نموذجاً، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، ٩ (٣)، ٧١٨-٧٣٥.
٣. الحسيني، هالة أحمد. (٢٠٢١). شكل المحتوى الإعلامي للتطبيقات الإخبارية المصرية والأجنبية عبر الهواتف الذكية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٧٧ (الجزء الثالث- المجلد الثالث)، ١٥٧١-١٥٩٩.
٤. زكي، سلوى عادل محمد. (٢٠٢١). توظيف الواقع المعزز في القنوات التلفزيونية ودوره في فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، ١١ (١١)، ٦٣-٨٧.
٥. الشريف، سلوى. (٢٠٢١). استخدام تقنية ٣٦٠° بالمواقع الإخبارية العالمية كقيمة مضافة لتحقيق الانغماس في القصص الإخبارية وعلاقتها بتوجهات الخبراء والقائم بالاتصال نحوها، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ٢٢ (١)، ٩٢-١٠١.
٦. شفيق، محمد. (٢٠٠١). البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية. ط: ٢، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
٧. شيخاني، سميرة. (٢٠١٠). الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، ٢٦ (٢+١)، ٤٣٥-٤٨٠.
٨. عبد الحميد، عمرو محمد. (٢٠٢٣). العوامل المؤثرة في تقبل القائمين بالاتصال بالقنوات الفضائية العربية لتوظيف تقنية الواقع المعزز في إنتاج المحتوى الإخباري، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ١٠ (٢)، ١٧٥-٢٣٩.
٩. عبد المعطى، هند يحيى عبد المهدى. (٢٠٢٠). استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز AR والواقع المختلط MR بالصحافة الالكترونية عبر المستحدثات التقنية "دراسة استشرافية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ١٩ (٢)، ٣٥-١٠٩.
١٠. غيث، محمد عاطف. (٢٠٠٠). قاموس علم الاجتماع. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
١١. النقيب، نوال عسكر. (٢٠٢٣). مساهمة الواقع المعزز والافتراضي في تطوير شكل المحتوى التلفزيوني للقنوات الفضائية: دراسة حالة على القنوات الإماراتية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ٣٥، ١١٥-١٥٤.
١٢. يوسف، محمد صلاح. (٢٠٢٣). معالجة القنوات الإخبارية العربية للقصص الخيرية باستخدام تقنيات الواقع المعزز - دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، ٦٦ (٣)، ١٥٠٨-١٥٤٦.

ثانياً: باللغة الأجنبية:

1. Goebert, C. (2021). Augmented Reality in Sport Broadcasting. (Doctoral dissertation, Virginia Commonwealth University, Virginia).
2. Herrero de la Fuente, M. and Jiménez Narros, C. (2022). Augmented reality in Spanish television: the case of Antena 3 News. *Doxa Comunicación*, 34, 33-53.
3. Saeghe, P., Clinch, S., Weir, B., Glancy, M., Vinayagamoorthy, V., Pattinson, O., ... & Stevens, R. (2019, June, 5-7). Augmenting television with augmented reality. In *Proceedings of the 2019 ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video*, New York, 255-261.

4. Valcarce, D. P., Bolós, C. E., & Recio, J. C. M. (2017). Analysis of the application of augmented reality technologies in Spanish mass media productive processes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1670 -1688.
5. Wang, T., Du, Z., Wang, F., & Wang, S. (2023, January 3-6). Augmented Reality in Sports Event Videos: A Qualitative Study on Viewer Experience. *The 56th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, 4109-4118.