

استخدام تقنية الواقع الافتراضي في تحقيق الوظيفة الترفيهية لدى مشاهدي الأفلام السينمائية-دراسة ميدانية

د. اباة أحمد التجاني عمر عوض¹

Ibaa2011@hotmail.com

المستخلص

ركز هذا البحث على معرفة ما إذا كانت مشاهدة الأفلام عبر الواقع الافتراضي تحقق وظيفة الترفيه لدى أفراد عينة البحث بالمملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، ممثلة لدول الخليج، وهو بحث كمي وكيفي ومنهجه الوصفي بتوزيع الاستبانة الالكترونية على العينة المتاحة، من مشاهدي الأفلام عبر نظارات الواقع الافتراضي، وعددهم 207 فرداً، في سبتمبر 2023م من أهم نتائج إن أكثر من نصف أفراد العينة يوافقون إلى حد ما على أنهم يستمتعون بالانغماس في الواقع الافتراضي وأكثر من نصفهم لا يوافقون على أن الخوف يتنبأهم عند استخدام نظارة الواقع الافتراضي لأول وهلة وغالبيتهم يعتقدون أن وظيفة المتعة والترفيه تتحقق لديهم عبر هذه التقنية بدرجة كبيرة، من إيجابيات مشاهدة هذا النوع من الأفلام، تحقيق المتعة لديهم وأبرز سلبياتها، أن نظارات الواقع الافتراضي باهظة الثمن، لا يوجد علاقة ارتباط بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي ودخل الأسرة. وهذا يبين أن دخل الأسرة لا يؤثر على مشاهدة أفلام الواقع الافتراضي وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي والعمر. وهذا يشير إلى، كلما زاد العمر ازدادت مشاهدة الأفلام باستخدام هذه التقنية من توصيات البحث مراعاة شركات انتاج نظارات الواقع الافتراضي سعرها للذين يرغبون في استخدامها.

الكلمات المفتاحية: الميتافيرس - العالم الافتراضي - الواقع الافتراضي - الترفيه - الأفلام

1. المقدمة

لم يعد الواقع الافتراضي مجرد حلم، بل أصبح حقيقة ماثلة، خاصة في الألفية الثالثة، رغم أن ظهور هذه التقنية كان في وقت سابق. ويمكن القول إن العالم الحقيقي قد ولج مجال العالم الافتراضي عبر بوابة السينما، باعتبارها واحدة من وسائل الاعلام جالبة الدهشة والمتعة والاثارة محققة الوظيفة الترفيهية، وجاء ذلك عبر الميتافيرس، يعد الواقع الافتراضي تطبيق من تطبيقاتها. (زين والسويدي 2022, 216) ولم يتفق الباحثون على وضع ترجمة جامعة للميتافيرس. عرف باسم (العالم ما وراء التقليدي).

وتشكل تقنية الواقع الافتراضي باستخدام النظارات المخصصة نقطة تحول من شكل من أشكال المتعة إلى آخر عبر الانغماس والوصول إلى تخيل الجمهور وكأنه مشارك في مجريات الفيلم التي هي في الأصل مشاهد مصورة حيث جرت الأحداث في أزمان وأماكن ليست هي واقعية، بل مسجلة، رغم أن أسعار نظارات الواقع الافتراضي قد تفوق القدرة الشرائية للكثير من المشاهدين نسبة لغلاء أسعارها.

¹ باحثة: قسم الإنتاج المرئي والمسومع - كلية الاتصال والاعلام - جامعة الملك عبد العزيز - جدة - المملكة العربية السعودية

وفرت دور العروض السينمائية نظارات الواقع الافتراضي والدخول إلى عالم الخيال، منها العرض التفاعلي بمتحف الأخبار بواشنطن عاصمة الولايات المتحدة، ولكن التوقعات تشير إلى أن الواقع الافتراضي يلغي الذهاب لمشاهدة الأفلام بتلك الدور، لكن يرى البعض إن في الذهاب لتلك الدور مع الرفقاء يحقق المتعة.

سعى هذا البحث إلى التعرف على ما إذا كان الدخول إلى الواقع الافتراضي عبر مشاهدة الأفلام، يحقق والترفيه لدى أفراد عينة البحث، وامتاعهم والتعرف على إيجابيات وسلبيات التعرض لأفلام الواقع الافتراضي بتوزيع الاستبانة الالكترونية على العينة المتاحة من الذين يشاهدون الأفلام الواقع الافتراضي.

2. المبحث الأول منهجية البحث

1.2 مشكلة البحث وأسئلته وفروضه:

يتأثر مشاهدو الأفلام عبر الواقع الافتراضي. كما تأثر مشاهدو الأفلام التقليدية، وذلك حسب الهدف الذي من أجله قد تعرضوا لتلك الأفلام، وتنوع المحتوى، بما في ذلك المحتوى الترفيهي، لذا من الضروري دراسة الواقع الافتراضي الذي يعد واحد من تطبيقات الميتافيرس وكيفية تحقيق المتعة والترفيه للمشاهدين أثناء مشاهدتهم للأفلام الترفيهية عبر النظارات التي تنقلهم إلى الخيال عند الانغماس في تفاصيل الأفلام، وعليه، يمكن تحديد المشكلة البحثية في عدم الإلمام بما تحدثه نظارات الواقع الافتراضي لمشاهدي الأفلام الترفيهية ورأي أفراد عينة البحث، فيما إذا كانت مشاهدتهم للأفلام الافتراضية تحقق لهم الترفيه أم لا؟ وكذلك ارتيادهم إلى دور عرض الأفلام قد يجلب لهم الامتاع أم لا ومن خلال إجراء هذه الدراسة تتم الإجابة عن الأسئلة البحثية التي تستجلي الغموض وتصل إلى نتائج يمكن الاستفادة منها وجعلها نواة إلى أبحاث أخرى في ذات المجال، جاءت الأسئلة والفروض البحثية، وهي كالآتي:

1- هل تحقق مشاهدة الأفلام عبر الواقع الافتراضي المتعة والترفيه لدى مشاهدي هذه الشكل من الأفلام؟

2- ما مصدر تعرف أفراد عينة البحث على تقنية الواقع الافتراضي؟

3- أين يفضل أفراد العينة مشاهدة الأفلام السينمائية بارتداء نظارة الواقع الافتراضي؟

4- مع من يفضل أفراد عينة البحث مشاهدة الأفلام عبر الواقع الافتراضي؟

5- هل إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي أكثر من سلبياتها؟

6- ما إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي؟

7- ما سلبيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي؟

أما الفروض البحثية، جاءت كما يلي:

1- هناك علاقة دالة بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي ودخل الأسرة.

2- هناك علاقة بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي والعمر.

3- هناك علاقة ذات دلالة بين مكان المشاهدة والنوع

2.2 أهمية البحث

أصبحت تقنية الميتافيرس وتطبيقاتها منها الواقع الافتراضي واقعاً معيشياً، ولكن ما تزال بعض الجوانب يلفها الغموض، رغم تراجع استخدامه في مجال الاعلام، كما أن طريقة استخدام هذه التقنيات التي أيضاً لم تكن معلومة لدى الكثير من الناس، وأهميتها لهم في تيسير جوانب حياتهم بما في ذلك الجانب الترفيهي الذي لا يقل أهمية عن الجوانب النفسية الأخرى.

تأتي أهمية البحث من ضرورة مواكبة التطور في المجال الإعلامي الذي يسهل الممارسة الإعلامية وتقديم منتج يلبي احتياجات الجمهور، بجانب التعرف على استخدام الواقع الافتراضي في مجال الاعلام بما في ذلك طريقة مشاهدة الأفلام التي تحقق الامتاع الذي يأتي حتى من استقبال المعلومات الجادة أو الجوانب الفكاهية، كما يسعى البحث إلى التعرف على التحديات التي تواجه المشاهدين عند مشاهدتهم الأفلام الافتراضية عبر النظارات والانغماس في أحداث الفيلم وإيجابياتها للمشاهدين الذين يمثلون عينة البحث.

3.2 أهداف البحث

1- التعرف على رأي عينة الدراسة حول أهمية استخدام الواقع الافتراضي لدى مشاهدتهم الأفلام الترفيهية
2- الإلمام برأي العينة عن مدى تحقيق المتعة والترفيه لديهم عند مشاهدة الأفلام الترفيهية عبر تقنيه الواقع الافتراضي سواء في المنزل أو أيه مكان آخر.
3- معرفة ما إذا كانت مشاهدة الأفلام الترفيهية يحقق الترفيه والامتاع بصورة جماعية مع الأقران أو الأسرة.

4- الإلمام بإيجابيات وسلبيات مشاهدة الأفلام الترفيهية عبر تقنية الواقع الافتراضي لدى عينة للبحث.
5- التعرف على مستوى دخل أسر أفراد العينة، لأن أسعار نظارات الواقع الافتراضي باهظة السعر.

4.2 النظرية المفسرة للدراسة

نظرية الاستخدامات والشبكات التفاعلية

طور الباحثان لبروس وسكاهاام ووسندار (2013) وماريان مراد (2014)، هذه النظرية من نظرية الاستخدامات والشبكات المطبقة في وسائل الاعلام التقليدية، وتفترض النظرية إن وسائل الاعلام الرقمية، تبتكر حاجات للجمهور لم يكن يدركها، مما يقود إلى تشكيل احتياجات دائمة للجمهور، عكس ما كان يحدث عند تعرضه للإعلام التقليدي. حيث كان للمتلقي احتياجات يشبعها حال تعرضه للوسائل التقليدية.

ويمكن الوصول إلى الشبكات التفاعلية عبر الاعلام الالكترونية بأشكال شتى منها إجراء التعديلات على الوسيلة والتفاعلية لتحقيقها لدى الجمهور، إذ لم يعد الجمهور متلق، بل مشارك ومتفاعل ونشط ومتجاوب، والمستقبل والمتحكم في المحتوى من حيث التعرض والزمان والمكان وطريقة تلقيه. (البديوي, 2019, 94).

ويهيئ الميتافيرس عبر الواقع الافتراضي درجة من الإشباع بمشاهدة الأفلام الترفيهية عبر نظارات وأجهزة الواقع الافتراضي، محل البحث الحالي الذي يسعى إلى نتائج تزيل الغموض، رغم إن الواقع الافتراضي في هذا المجال يستند على التفاعلية والانغماس في الأحداث. (Davis & Wen, 1988, 261)

5.2 حدود للبحث:

أ- الحدود المكانية والزمانية: هو مكان إجراء البحث، المملكة العربية السعودية باعتبارها دولة عربية اقتصادية كبيرة، وعدد سكان يتوافق مع مساحتها، وتوزيع السكان والإمارات العربية المتحدة والتي شارك عدد من سكانها في الاستبانة رغم قلتهم. أما الفترة الزمنية لإجراء البحث سبتمبر من العام 2023م.

ب- الحدود الإنسانية: وزعت استبانة الالكترونية على أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة، وهي تمثل الأشخاص الذين يستخدمون نظارات الواقع الافتراضي في مشاهدة الأفلام السينمائية.

ج- الحدود المعرفية: هي تدعم معارف الجمهور في كل المجالات والاعلام، حيث تمثل السينما واحدة من الوسائل القوية التأثير، باستخدام حاستي السمع والبصر، والحركة والتلوين، يشكلا الابهار البصري.

6.2 نوع البحث ومنهجه:

يصنف هذا البحث بأنه من البحوث الكمية، باتباع المنهج الوصفي، والذي يصف ظاهرة ما، ويعد المنهج أسلوب ينتهجه الباحث لجمع البيانات والمعلومات البحثية للدراسة المزمع إجراؤها. وتصف درجة المتعة التي يحققها أفراد العينة من مشاهدتهم للأفلام عبر الواقع الافتراضي وللوصول الى الترفيه عبر تلك المتعة. والمنهج الوصفي هو استقصاء ينصب على ظاهرة كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو مع ظواهر أخرى، (مطاوع والخليفة، 2005، 53)، وهو يحلل ويفسر ويقارن ويقوم للوصول إلى تقييمات ذات معنى بقصد التبصر بتلك الظاهرة. ويعرف المنهج الوصفي بأنه "مجموعه الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج".

7.2 عينة البحث ومبررات اختيارها

من الصعب تمثيل كل مفردات مجتمع البحث وخاصة عند كبير عدد أفراد المجتمع، لذا اختيرت عينة من مشاهدي الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي، لمعرفة مدى تحقيق المتعة عند مشاهدتهم الأفلام عبر هذه التقنية، وعددهم 207 مشاركاً ووزعت استبانة الالكترونية، عليهم، (الحيزان، 2010، 90)، وشملت العينة الفئات العمرية من السعوديين والإماراتيين، وتصنف عينة البحث على أنها عينة المتاحة التي استلمها أفراد العينة، دون اختيار الباحثة المسبق للمفردات وتصنف تحت العينة غير العشوائية.

8.2 أدوات جمع البيانات:

أ- المصادر والمراجع، حيث يعد المصدر عام ويشمل مجالات عديدة لجمع المعلومات والمرجع خاص ينسب لشخص أو عدد من الأشخاص، وعليه، فإن المصدر أكثر شمولاً.

ب- الاستبانة الالكترونية وتتكون الاستبانة من الأسئلة والمحاوّر تستند على الأسئلة البحثية والفرضيات، توزع يدوياً أو آلياً بعد تحكيمها. لكن الاستبانة الالكترونية، سهلت الوصول للعينة المستهدفة في كل مكان

وزمان، إلا مستوى الاستجابة للاستبانة الالكترونية ضعيف ويحتاج إلى متابعة الباحث، وإحاحه العينة بمليء الاستبانة. (العزاوي, 2008)

9.2 الدراسات السابقة

تحصلت الباحثة على عدد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بهذا البحث، وكانت كالآتي:

أ- هدفت الدراسة التي أجراها تيوماس كيري ومهمت كوسا (2023)، إلى شرح العوامل الدافعة لاستخدام وقبول ألعاب الواقع الافتراضي. قام الباحثان بتوسيع نموذج قبول نظام تحفيز المتعة مع عوامل نفعية ومزعة لالتقاط الميزات ذات الصلة لأنظمة الواقع الافتراضي بشكل أكثر شمولية، حيث اقترحا نموذجًا نظريًا وعند تحليله من خلال نمذجة المعادلة الهيكلية القائمة على التباين المشترك باختيار عينة مسح بتوزيع استبانة الالكترونية على 473 لاعبًا في الواقع الافتراضي. تساعد نتائج الدراسة في شرح دور المعلومات المسبقة المختلفة وراء قبول ألعاب الواقع الافتراضي وإثبات أن هذه الألعاب ذات دوافع المتعة أكثر من الجوانب الصحية لألعاب الواقع الافتراضي، والاستمتاع هو المحرك الأقوى وراء نية ألعاب الواقع الافتراضي والانغماس، وأشارت النتائج إلى أن نيات الاستخدام ومستويات الانغماس لا تتضاءل كثيرًا بسبب الانزعاج النفسي والأمراض التي يتسبب فيها الواقع الافتراضي ويمكن أن تمتد إلى تطبيقات الواقع الافتراضي الأخرى، تشكل النتائج مؤشرات مهمة لمزودي ألعاب الواقع الافتراضي، وهي إضافة في مجال البحث العلمي.

(Acceptance and use of virtual reality games: an extension of HMSAM | SpringerLink, 2023)

ب- توصل الباحث محمد فرجان ونورضوا أحمد في دراسة أجريها عام (2021) التي كان الغرض منها هو تحديد المشكلات والدوافع وتحديد مستقبل استخدام الواقع الافتراضي. ويدرس هذا البحث تأثير عجلة مستقبل هذه التقنية، بالأسلوبين النوعي والكمي. وبلغ معدل الرد على الاستبانة 15.63% أي 60 من أصل 384 استبانة الالكترونية. تتمثل الدوافع الرئيسية لاستخدام التكنولوجيا المؤثرة في ازدياد مستخدمي الواقع الافتراضي وزيادة التعرف على العلامة التجارية وتحقيق قيمة عاطفية. ويمكن التنبؤ لمستقبل باستخدام تحليل عجلة المستقبل لتحديد الآثار المستقبلية للواقع الافتراضي كأداة إعلانية. كان العاملان الرئيسيان في تحليل التأثير وعدم اليقين هما لإعلان في الواقع الافتراضي سيزيد من التعرف على العلامة التجارية بسبب الإعلان الإبداعي والواقع الافتراضي يمكن المستخدمين من استكشاف الأماكن والمحتويات دون الحاجة إلى الحضور الفعلي استنادا إلى الدافعين الرئيسيين، كانت الافتراضات التي تم تحليلها باستخدام العجلات المستقبلية من رواد السوق في مجال الإعلان، وزيادة التعرف على العلامة التجارية، وتعزيز الابتكار وزيادة الانغماس. أعطت هذه الافتراضات اتجاهات إيجابية نحو التكنولوجيا في المستقبل. ومن توصيات الدراسة زيادة مدة جمع البيانات، ويتيح استجابة أكثر دقة للمستهلكين. يوفر الواقع الافتراضي تأثيرًا واعدًا تجاه الإعلان بالمستقبل من شأنه تحسين الإعلان الحالي.

((PDF) The Foresight Study of Virtual Reality as An Advertising Tool
(researchgate.net), 2021)

ج- في بحث حول تأثير تقنية الواقع الافتراضي على المجال الإخباري، أجراه هواي واو وآخرون في عام (2021) صمم منتجًا إخباريًا غامرًا للواقع الافتراضي لتمييز الاختلافات في تجربة المستخدم وتأثيرات الوسائط بين أخبار الفيديو التقليدية وأخبار الواقع الافتراضي بدون تفاعل وأخبار الواقع الافتراضي مع التفاعل. وأظهرت النتائج أن أخبار الفيديو التقليدية تفوقت من حيث التعاطف، في حين تفوقت أخبار الواقع الافتراضي في التفاعل والانغماس، والاهتمام، والدقة، والمصداقية. حققت أخبار الواقع الافتراضي دون تفاعل أفقر أفراد العينة في جميع الفئات العمرية. استنادًا إلى سلوكيات المستخدم الملاحظة أثناء التجربة.

(2021، International Journal of Human-Computer Studies 147(4):102576)

د- في دراسة أجراها الباحث شوا يان وآخرون في عام (2020)، أظهرت أهمية التجربة الاجتماعية في مشاهدة الجمهور لأفلام، الواقع الافتراضي الجمهور من خلال الانغماس والسرور التفاعلي، رغم إن سماعات الرأس تقيد الجمهور بتجربة فردية، مما يعطل إمكانات الحقائق الاجتماعية المشتركة. وتوصي الدراسة، بتصميم تجربة اجتماعية غير متزامنة تسمح للمشارك بتلقي التعليقات الصوتية للجمهور الآخر (مثل آرائهم أو انطباعاتهم أو ردود أفعالهم العاطفية) في أفلام الواقع الافتراضي. حيث قيست ملاحظات المشاركين حول مستويات مشاركتهم وقدراتهم على التذكر وحضورهم الاجتماعي. أظهرت النتائج تحليل فيلم (Voice Comment (VR-VC، محل التحليل، إنه يمكن أن تؤثر التعليقات الصوتية للجمهور على تفاعل المشاركين واسترجاع المعلومات لدى المشاهد الآخرين. وحقق المشاركون الوعي الاجتماعي والمتعة في ذات الوقت. كان عدد قليل منهم فقط قلقًا بسبب الفوضى السمعية المحتملة الناتجة عن التعليقات الصوتية غير المتوقعة. وطرحت الدراسة أيضًا الآثار المترتبة على التصميم واتجاهات البحث في المستقبل، مع ملاحظة الاتجاه إيجابي في مشاهدة أفلام VR-VC، والتي يمكن تكييفها لتجربة أفلام VR المستقبلية.

(- An Exploratory Study for Designing Social Experience of Watching VR

Movies Based on Audience's Voice Comments | IEEE Conference Publication |

IEEE Xplore, 2020)

هـ- علاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية

الدراسة الأولى، هي تجريبية حول دوافع أفراد العينة لاستخدام وقبول ألعاب الواقع الافتراضي عبر الاستبانة الموزعة. توصل الباحثان إلى نتائج في شرح دور المعلومات المسبقة وراء قبول هذه الألعاب وإثبات أن هذه الألعاب ذات دوافع المتعة أكثر من الجوانب الصحية.

الدراسة الثانية تبحث تأثير مستقبل هذه التقنية، بالأسلوبين النوعي والكمي، بتوزيع الاستبانة على المحوئين، وجاءت النتائج في أعلى الدوافع الرئيسية للتكنولوجيا في ازدياد مستخدمي الواقع الافتراضي وزيادة التعرف على العلامة التجارية وتحقيق قيمة عاطفية للإعلان.

الدراسة الثالثة حول تأثير الواقع الافتراضي بالمجال الإخباري، صمم منتجًا إخباريًا غامرًا للواقع الافتراضي لتمييز الاختلافات في تجربة المستخدم وتأثيرات الوسائط للأخبار التقليدية وأخبار الواقع الافتراضي بدون تفاعل وأخبار الواقع الافتراضي مع التفاعل. وأظهرت النتائج تفوق الأخبار التقليدية من حيث التعاطف، لكن تفوقت أخبار الواقع الافتراضي في التفاعل والانغماس، والاهتمام، والدقة، والمصداقية. الدراسة الرابعة أظهرت أهمية التجربة الاجتماعية في مشاهدة أفلام الواقع الافتراضي عبر الانغماس والسرور التفاعلي والآثار المترتبة على التصميم واتجاهات البحث في المستقبل، مع وجود اتجاه إيجابي نحو مشاهدة أفلام الواقع الافتراضي، وتكييفها لتجربة أفلام في المستقبل. ويلاحظ أن هذه الدراسات في مجال البحث الحالي باستخدام الاستبانة للحصول لمستخدمي الواقع الافتراضي منها الأفلام وممارسة ألعاب الترفيهية.

10.2 تعريف مصطلحات البحث

1- المصطلحات

- الميتافيرس

أ- (إن التقنية الكامنة وراء الميتافيرس، هي مزيج من النمذجة ثلاثية الأبعاد المتطورة والرسوم المتحركة والمحاكاة الفيزيائية. يتيح ذلك للمطورين إنشاء عالم مفصل للغاية وواقعي وسريع الاستجابة على منصات الأحداث الافتراضية التي لا يمكن تمييزها عن الواقع.....)

(What is Metaverse? Technology, Uses, Benefits and Event Ideas - (dreamcast.ae)، بلا تاريخ)

ب- في الخيال العلمي، الميتافيرس هو تكرار افتراضي للإنترنت مثل العالم افتراضي الواحد والكوني والذي يوفر انغماس المستخدم في الأحداث الجارية ويتم الدخول فيه من خلال استخدام سماعات الرأس.....)¹

ج- هو مصطلح يشير إلى مجموعة من المساحات الافتراضية حيث يمكنك إنشاء واستكشاف مع أشخاص آخرين ليسوا في نفس المساحة المادية مثلك. إنها مساحة مشتركة افتراضية جماعية، تم إنشاؤها من خلال تقارب الواقع المادي والرقمي المعزز فعليًا. إنه التكرار التالي للإنترنت.....).

(O'Brian, Matt; Chan, Kelvin "EXPLAINER: What is the metaverse and how will it work?". ABC News. Associated Press. Archived from the original on December 4, 2021. Retrieved , 2021)

- العالم الافتراضي

أ- ويسمى أيضاً (الفضاء الافتراضي)، هو بيئة محاكاة بالحاسوب والتي يمكن أن يشغلها العديد من المستخدمين الذين يمكنهم إنشاء صورة شخصية، واستكشاف العالم الافتراضي بشكل متزامن ومستقل والمشاركة في أنشطته والتواصل مع الآخرين. يمكن أن تكون هذه الصور الرمزية نصية، تمثيلات رسومية، أو صور فيديو حية ذات أحاسيس سمعية ولمسية.....).

(Bartle, Richard Designing Virtual Worlds. New Riders,, 2003)

ب- (عبارة عن بيئة مجتمعية عبر الإنترنت قائمة على الحاسوب صممها وشارك فيها الأفراد من أجل التفاعل في عالم مصمم خصيصاً ومحاكاة. يتفاعل المستخدمون مع بعضهم البعض في هذا العالم المحاكي باستخدام نماذج رسومية نصية أو ثنائية الأبعاد أو ثلاثية الأبعاد تسمى الصور الرمزية. يتم عرض الصور الرمزية بيانياً باستخدام تصوير رسومات الحاسوب.....).

(What is a Virtual World? - Definition from Techopedia, 2010)

ج-هو بيئة محاكاة بالحاسوب. وهي ليست مساحة في العالم الحقيقي، بل تتخذ شكلاً ماديًا. بدلاً من ذلك، توجد بالكامل داخل جهاز الحاسوب. سواء كان البرنامج جزءًا من برنامج أو كونه كاملاً عبر الإنترنت، فإن العالم الافتراضي يعني ذلك: إنه ليس حقيقيًا. إنها بيئة محاكاة.¹

(What Are Virtual Worlds? | FLOLiO، بلا تاريخ)

-الواقع الافتراضي

أ-هو تجربة محاكاة تستخدم تتبع الوضع وشاشات ثلاثية الأبعاد قريبة من العين لمنح المستخدم إحساساً غامراً بالعالم الافتراضي. تشمل تطبيقات الواقع الافتراضي الترفيه (خاصة ألعاب الفيديو) والتعليم (مثل التدريب الطبي أو العسكري) والأعمال (مثل الاجتماعات الافتراضية). تشمل الأنواع الأخرى المتميزة لتقنية نمط الواقع الافتراضي الواقع المعزز والواقع المختلط، والذي يشار إليه أحياناً بالواقع الممتد.

ب-بيئة محاكاة ثلاثية الأبعاد تمكن المستخدمين من استكشاف المحيط الافتراضي والتفاعل معه بطريقة تقترب من الواقع، كما يُدرك من خلال حواس المستخدمين. يتم إنشاء البيئة باستخدام أجهزة وبرامج الحاسوب، الرغم من أن المستخدمين قد يحتاجون إلى ارتداء أجهزة مثل الخوذات أو النظارات الواقية للتفاعل مع البيئة. كلما زاد عمق المستخدمين في الانغماس في بيئة الواقع الافتراضي.

(- (What is virtual reality? (techtarget.com)، بلا تاريخ)

ج - موجودة بأجهزة الحاسوب الشخصية. من هذا التعريف البسيط، لا تبدو الفكرة جديدة بشكل خاص. عند النظر إلى لوحة كاناليتو مذهلة، يمكن اختبار مواقع وأصوات إيطاليا كما كانت منذ حوالي 250 عامًا، وهذا نوع من الواقع الافتراضي. وكذلك وعند الاستماع إلى الموسيقى الحديثة أو الموسيقى الكلاسيكية والشخص مغمض العينين، يحلم بأشياء، أليس هذا مثلاً على الواقع الافتراضي..).

(What is virtual reality? (techtarget.com)، بلا تاريخ)

- نظارة الواقع الافتراضي

أ- (هي جهاز عرض وتمكن من يرتديها من عرض الصور التي أنشأها الحاسوب والتفاعل معها، حيث تأخذ شكل شاشة أو شاشتي عرض ترتدى أمام الوجه وتعرض صوراً رسومية وغالباً يصحبها الصوت والفيديو يرى المشاهد صورتين منفصلتين لتشكلا صورة ثلاثية الأبعاد)

(What is virtual reality? (techtarget.com)، بلا تاريخ)

ب- هي جهاز يساعد على الدخول للواقع الافتراضي، وهي تتيح لمستخدميها إمكانية التفاعل مع العالم الافتراضي والتعامل معه، ويتم إنشاء الواقع الافتراضي بواسطة أجهزة الحاسوب، ومن الأمثلة الأخرى على أجهزة الإدخال الخاصة بالعالم الافتراضي هي سماعات الرأس أو بعض أنواع القفازات.¹

(- نظارات الواقع الافتراضي: ما هي؟ (arageek.com)، بلا تاريخ)

ج - هي نظارة تسمح للمستخدم بالاندماج في بيئة افتراضية تمامًا، حيث يمكنه التفاعل مع العالم الافتراضي بطريقة طبيعية.....).

(أهم نظارات الواقع الافتراضي لعام 2019 | البوابة العربية للأخبار التقنية (aitnews.com)، بلا تاريخ)

2- التعريفات الإجرائية

أ- الميتافيرس:

تقنية ثلاثية الأبعاد، تسمح للمصممين بإنشاء واقع متخيل يعيشه مشاهدو الأفلام السينمائية عبر تقنية الواقع الافتراضي.

ب- العالم الافتراضي:

هو واقع ليس مائل أمام المشاهدين، يصمم بالحاسوب لجعل البيئة مهيبة لمشاركة مشاهدي الأفلام السينمائية وكأنهم ضمن الممثلين داخل هذه البيئة المتخيلة.

ج- الواقع الافتراضي:

هو واقع يسمح بعرض الأفلام على شاشات ثلاثية الأبعاد قريبة من عين المشاهد وتجعله ينغمس في هذا الواقع المتخيل المصمم بالحاسوب، باستخدام برامج تسهل عملية التصميم.

د- أدوات الواقع الافتراضي:

هي نظارات وسماعات وقفازات صممت لمساعدة مشاهدي الأفلام في الانغماس في بيئة غير موجودة في الواقع، ينتقل باستخدامها إلى عالم الخيال.

3. المبحث الثاني الجانب النظري

1.3- العالم الافتراضي والواقع الافتراضي

للعالم الافتراضي الخصائص منها، إنه يعمل باستخدام مجموعة قواعد آلية أساسية وفيزياء؛ يمثل كل مشارك في "العالم الافتراضي" شخصية ذلك اللاعب؛ يحدث التفاعل مع العالم في الوقت الفعلي، إذا أجرى الفرد اتصلاً، فسيحدث الكثير من الأنشطة الاتصالية مع الآخرين داخل هذا العالم المشترك بين الفرد وغيره من المشاركين، ويمكن للآخرين المشاركة في ذات العالم في ذات الوقت الذي يشارك فيه أي فرد من المشاركين؛ فالعالم يكون موجوداً عندما لا يكون الآخرون كذلك، فهو عالم غير محسوس بذاته بل بوجود الآخرين، هذا ما قاله ريتشارد بارتل. (2014)

في العالم الافتراضي، يصل المستخدم إلى عالم محاكى بالحاسوب يقدم الحاسوب محفزات إدراكية لذلك المستخدم والذي بدوره يمكنه التلاعب بعناصر العالم النموذجي، وبالتالي خوض تجربة درجة من التعايش. قد تستمد هذه العوالم النموذجية وقواعدها من عوالم الواقع أو الخيال، منها الجاذبية، وتخيل التضاريس، والتنقل، والتواصل في الوقت الفعلي، يمكن أن يحدث الاتصال بين المستخدمين بأشكال منها نصوص وأيقونات رسومية وإيماءات بصرية وصوت، يكون نادراً باستخدام حاسة اللمس الصوت وحواس التوازن. ويمكن إنشاء الألعاب متعددة اللاعبين عبر الإنترنت موجودة في العوالم المتخيلة التي تبدو حقيقية، وهي مستندة إلى العالم الحقيقي والخيال العلمي والأبطال الخارقين في مجالات منها الرياضة والرعب والأوساط التاريخية. تحتوي معظم تلك ألعاب على خطوات وتواصل في الوقت الفعلي، حيث يقوم اللاعبون بإنشاء شخصية تنتقل بين المباني والبلدات والعوالم لتنفيذ الأنشطة التجارية أو الترفيهية. عادة ما يكون الاتصال نصياً، كما يمكن إجراء الاتصال الصوتي في الوقت الفعلي أيضاً. يمكن أن يؤثر شكل الاتصال المستخدم بشكل كبير على تجربة اللاعبين في المعينة. استخدم أساتذ الدراسات الإعلامية إدوارد كاسترونوفا مصطلح "العوالم الاصطناعية، لعرض وفهم العوالم الافتراضية الفردية، ولكن هذا المصطلح لم يتم اعتماده على نطاق واسع. أتحدث عمومًا عن العوالم الافتراضية، استخدم كاسترونوفا هذا مصطلح، الذي يعرف العوالم التركيبية بأنها بيئات شاسعة، تشبه العالم، مجموعة كبيرة صنعها البشر، للبشر، والتي يقدمها الحاسوب".¹

(Synthetic worlds: the business and culture of online games, 2005)

ولا تقتصر العوالم الافتراضية على الألعاب، ولكن اعتماداً على درجة السرعة المقدمة، يمكن أن تشمل المؤتمرات التي تعقد عبر الحاسوب وغرف الدردشة النصية، التي تستضيف المشاركين.

¹ Synthetic worlds: the business and culture of online games,

أما عن الواقع الافتراضي كان تطور المنظور في الفن الأوروبي في عصر النهضة والصورة المجسمة التي اخترعها السير تشارلز ويتستون مقدمة للواقع الافتراضي. (Bartle, 2003) جاءت الإشارات الأولى إلى المفهوم الأكثر حداثة للواقع الافتراضي من الخيال العلمي.

كتب مورتون هيليج في خمسينيات القرن العشرين عن خبرته في مجال العالم الافتراضي وتشمل الحواس بطريقة فعالة، وبالتالي جذب المشاهد إلى النشاط الذي يظهر على الشاشة. أنشأ هيليج نموذج أولي لرؤيته أطلق عليه اسم سينسراما في عام 1962 وخمسة أفلام قصيرة ليتم عرضها فيه أثناء تفاعله مع حواس متعددة (البصر والصوت والرائحة واللمس). كان جهاز سينسراما، الذي سبق الحوسبة الرقمية، جهازاً ميكانيكياً. كما طور هيليج ما أشار إليه باسم "قناع تيلسفير"، الذي نال براءة اختراع في عام 1960. وصف طلب براءة اختراع الجهاز بأنه جهاز تليفزيوني تلسكوبي للاستخدام الفردي ويُعطى المشاهد إحساساً كاملاً بالواقع، بتحريك صور ثلاثية الأبعاد ملونة، مع رؤية محيطية بنسبة 100٪، وسماع الصوت، وتنسم الهواء العليل والمحيط الذي تجري فيه الأحداث. واستمر في إنتاج الأجهزة التي تجعل الواقع الافتراضي حقيقةً. وفي ثمانينيات القرن العشرين، نشر جارون لانير مصطلح الواقع الافتراضي، (Aichner, 2015) ويعد لانير أحد الرواد المعاصرين بهذا المجال. وصنعت الشركة العديد من أجهزة الواقع الافتراضي. كما أسست شركة أتاري مختبراً لأبحاث الواقع الافتراضي في عام 1982، ولكن أغلق بسبب تحطم لعبة فيديو عام 1983. (Bloomfield, 2007) إلا إن باحثيها، بينهم لانير، استمروا بأبحاثهم بالواقع الافتراضي.

شهدت تسعينيات القرن العشرين إصدارات تجارية كثيرة لساعات الرأس. أما العقد الأول من الألفية الثالثة، فشهد عصر اللامبالاة النسبية والاستثمارية لتقنيات الواقع الافتراضي المتاحة تجارياً. ثم انطلقت الشركات الواقع الافتراضي لإنتاج هذه الأجهزة وأصبحت التنافس في الجودة ورخص الأسعار حاضراً.

2.3 استخدامات الواقع الافتراضي

يستخدم الواقع الافتراضي في جميع مجالات الحياة منها الاعلام المقروء والمسموع والمرئي المسموع مثل الاستفادة منه في كتابة وصياغة النصوص والاستديوهات التلفزيونية وغرف الأخبار والدراما وإجراء الحوارات. من أهم ميزات الواقع الافتراضي، إنه يمكن دمج العالم الرقمي مع العالم الحقيقي في تقنية مستقبل الإنترنت. إذ يمكن رؤية أو إجراء تجارب لا يمكن رؤيتها أو تجربتها في الواقع أو معاشتها، حيث يمكن مشاركتها بارتداء نظارات الواقع الافتراضي، والتي تهيئ بيئة ثلاثية الأبعاد وكأن الشخص يلمس شيء حقيقي أمامه، كما تعمل على تتبع حركة رأس المستخدم أثناء المشاهدة.

3.3 إيجابيات الواقع الافتراضي

يستند الواقع الافتراضي على فكرة الانغماس في الواقع بشكل مخلق، لكنه أصبح حقيقة واقعة، وله إيجابيات كما له سلبيات مثل أنه تجربة إنسانية والتي لا ترتقي إلى الكمال، وهي كالاتي:

أ- وينتج الواقع الافتراضي، تصورات عالية الجودة تمنح المستخدم إحساساً بأنه في عالم مختلف أثناء ممارسة الألعاب أو مشاهدة فيلم، حيث إن ممارسة الألعاب عبر الواقع الافتراضي تمنح الإحساس بالوجود المعيش للعبة، كما لو كانت حقيقية مع المؤثرات المرئية والصوتية مع أحاسيس أخرى لا حصر لها.

- ب- استخدام الواقع الافتراضي لأغراض التدريب والممارسة. حيث يمكن محاكاة العمليات التي يحتمل أن تكون خطيرة في العالم الحقيقي مثل الجراحة والقتال والطيران. ويمكن تعلم إجراء تلك العمليات بسهولة.
- ج- يصبح الواقع الافتراضي مفيداً للأنشطة اليومية مثل التسوق. يمكن معالجة الالتباس الذي يحدث بسهولة باستخدام الواقع الافتراضي لتجميع التصميمات والداخلية للمنزل لاتخاذ قرارات المناسبة.
- د- باستخدام الواقع الافتراضي، يمكن للأطباء فهم الصفات الجديدة للأدوية و تحديد آثاره الجانبية.
- هـ- الاستفادة من الواقع الافتراضي في كتابة المحتوى وتحريره وتسهيل اكتشاف الأخطاء وتصحيحها.
- و- يمنح الواقع الافتراضي فرصاً للتواصل مع أشخاص ليس بينهم سابق عهد في الحياة الحقيقية. كما يساعد في تكوين علاقات جديدة بطريقة أكثر كفاءة مقارنة بالحياة الحقيقية.
- ز- يعد التواصل الفعال من مزايا الواقع الافتراضي، إذ يمكن للمستخدمين التواصل مع بعضهم الاستمتاع بالمحادثة بينهم، يعطي تجربة جديدة للتواصل مع الناس.

4.3 سلبيات الواقع الافتراضي

- أ- يخلو الواقع الافتراضي من المرونة لإجراء تغييرات على تسلسل البرنامج المحدد مسبقاً. لنفترض أن شخصاً بالفصل الدراسي ويريد طرح بعض الأسئلة، في العالم الواقعي له الحرية في فعل ذلك.
- ب- يمكن لأي شخص أن يصبح مهووساً بأي شيء إذا تورط فيه لفترة أطول، في شيء مدهل مثل الواقع الافتراضي. يميل الكثيرون إلى الإعجاب بالألعاب التي تسمح بالعنف والأنشطة غير القانونية الأخرى، ولكن إذا تحول ذلك إلى إدمان، فمن الممكن ارتكاب الجريمة في العالم الحقيقي
- ج- بغض النظر عن المتعة والتجربة المذهلة التي توفرها تقنية الواقع الافتراضي، فليس كل شخص قادراً على توفير نفس التقنية لأنها ليست رخيصة. بصرف النظر عن الانخفاض في سعره على مر السنين، فإن الواقع الافتراضي لم يكن رخيصاً بما يكفي ليكون في متناول معظم السكان.
- د- بعد قضاء وقت طويل في الواقع الافتراضي، يصبح الأفراد مدمنين عليه ويميلون إلى الاستمتاع به أكثر من العالم الحقيقي. وبالتالي، فإنهم يقضون وقتاً أطول مع أصدقائهم في الواقع الافتراضي، تمامًا كما هو الحال في الألعاب. يؤدي هذا في النهاية إلى عزلهم عن العالم الحقيقي.
- هـ- يمكن للمرء دائماً أن يتدرب على فعل أنشطة لا يمكن فعلها في الواقع، باستخدام الواقع الافتراضي إلى حد ما. لكن التدريب في العالم الافتراضي والعالم الحقيقي أمران مختلفان تمامًا. قد لا يتمكنون من تقديم أفضل ما لديهم عند تعرضهم للعالم الحقيقي لأن أي إجراء يتخذه سيكون له عواقب حقيقية.
- ز- يشعر مستخدمو الواقع الافتراضي في كثير من الأحيان بعدم القيمة، إنهم يشعرون أنهم يهربون من العالم الحقيقي، وفي بعض الأحيان يكون هذا الشعور خطيراً للغاية بالنسبة لهم.

(https://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_reality)

5.3 الواقع الافتراضي والترفيه

والترفيه واحد من وظائف الاعلام، حيث إن من حق الجمهور أن يستقبل المواد الترفيهية مثلما يستقبل المواد الأخرى، ولا تقل وظيفة الترفيه أهمية عن غيرها، خاصة في ظل الحياة التي تزداد تعقيداً يوماً بعد

يوم وتخصص وسائل الاعلام مساحة زمانية ومكانية للترفيه والتسلية عبر المسرحيات والمسلسلات والأفلام والبرامج الفكاهية والمسابقات والرياضة والموسيقى، يمكن استخدام هذا الواقع في التواصل والترفيه واللعب.

ويمكن عبر الواقع الافتراضي التعايش مع مناظر طبيعية وليس بالإمكان لمشاهدتها في الواقع أو يمكن أيضا مشاهدة الأفلام الافتراضية كأن الفرد هو واحد من المشاركين في انتاجها عن طريق الانغماس. ولعل أشهر استخدامات الواقع الافتراضي صناعة الألعاب. كما انشئت أجهزة وألعاب مخصصة لهذه التقنية، حصلت على رواج كبير، في العقدين الثاني والثالث من الألفية الثالثة، لما تحمل هذه التقنيات من متعة. ويعد الواقع الافتراضي من تطبيقات الميتافيرس وشبكة اجتماعية كبيرة تضم مزيجاً من الواقع الافتراضي، والواقع المعزز والواقع المختلط، والتي يكمن تطبيقها في مجال الترفيه والأفلام التي قد تحتوي على مضمون جاد، ولكن يقود إلى المتعة. كما يمكن الذهاب الى متاجر والمحلات التجارية الكبرى ودور سينما مع الاصدقاء بالعالم الافتراضي، (جمال، 2021) ومشاهدة المباريات الرياضية، وانشاء الشركات والمشروعات.

لا أن الترفيه يقود إلى نتائج عكسية، وفقد القدرة على التوجيه، والسطحية والابتذال، وعدم وضوح التوجيه في التسلية يصبح الأمر عبئاً يرفضه الجمهور، والإسفاف ويصبح المحتوى نغمة لا نعمة على الجمهور، (البر، 2008) ويمكن تفاديه بدراسة التربية الإعلامية لتحسين للجمهور الذي يصبح أكثر وعياً وإدراكاً. ويعد الترفيه من وظائف الاعلام، لا يقل أهمية، ينقل المشاهد من ضغوط العمل إلى بيئة توفر الراحة والهدوء بعد يوم عملي أو دراسي شاق، يسهل العالم الافتراضي بيئة متخيلة تنقل المشاهد إلى ذلك العالم الجميل الذي ينسبهم مشقة الواقع، وهنا يمكن الربط بين الترفيه والخيال الذي يتسم به العالم الافتراضي، لذا ربط هذا البحث بين الترفيه والعالم الافتراضي بمشاهدة الأفلام السينمائية، حيث تكون البيئة مفعمة بالحماس والدهشة والاثارة تهدئة المشاهدين وتناسي الواقع. وهنا يمكن تحقيق الترفيه باعتباره وظيفة مهمة لا تقل أهمية عن الوظائف الأخرى.

4.المبحث الثالث الإجراءات المنهجية للبحث

1.4 المقدمة

تناولت الباحثة منهجية البحث وإجراءاته التي اعتمدت عليها لتحقيق أهداف البحث، وتتضمن الإجراءات، المنهج المستخدم، مجتمع وعينة البحث، ونوعها، وخصائصها، وأداة البحث التي استخدمت لجمع البيانات الأولية من حيث اختبار صدقها وثباتها، وتحديد الأساليب الإحصائية التحليل نتائج البحث.

2.4 منهج وعينة البحث

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والكمية. وهو المنهج الأكثر استخداماً، حيث يشمل البحوث التي تركز على ما يحدث في حياة الإنسان والمجتمع (خاصة في العلوم الإنسانية). يشمل مجتمع البحث جميع أفراد المجتمع ويختار منه عدد من الأفراد يمثلون العينة.

3.4 أداة البحث:

استخدمت الاستبانة، لجمع البيانات المطلوبة، ويعتبر الاستبانة من أهم أدوات جمع البيانات التي أخذت في الانتشار في مجال البحوث ولا تزال تمثل موقعاً بارزاً في الوقت الحالي بين وسائل جمع البيانات. احتوت أداة البحث على الخصائص الديموغرافية لعينة البحث حيث تضمنت الجنس، العمر، المؤهل التعليمي، وبلد الإقامة، والمكان الذي تشاهد فيه الأفلام السينمائية. بالإضافة إلى الأسئلة الخاصة بموضوع البحث.

4.4 إجراءات الصدق للاستبانة

صدق الاتساق الداخلي: تم التحقق من صدق أداة البحث بتطبيقها على عينة استطلاعية بلغ حجمها (30)، وذلك من خلال قياس درجة ارتباط كل عبارة مع الدرجة الكلية للاستبانة، بالجدول أدناه:

جدول رقم (1) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة مع الدرجة الكلية الاستبانة

معامل الارتباط	رقم	معامل الارتباط	رقم
0.551**	5	0.503**	1
0.628**	6	0.506**	2
0.781**	7	0.728**	3
0.602**	8	0.729**	4

** تعني أن معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.01)

يتضح من النتائج بالجدول رقم (1) أن جميع عبارات الاستبانة ترتبط مع الدرجة الكلية لها على نحو دال إحصائي عند مستوى الدلالة (0.01)، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط من (0.503-0.781) ويستنتج من ذلك أن عبارات أداة البحث تتمتع بدرجة مرتفعة من الصدق، مما يعني أنها تحقق أهداف القياس المرجوة. ثبات أداة البحث

ثبات أداة البحث (الاستبانة) باستخدام معامل ألفا كرونباخ: تم حساب ثبات أداة البحث عن طريق استخدام معامل ألفا كرونباخ، وجاءت النتائج كما هو مبين بالجدول رقم (2) أدناه:

جدول رقم (2) معاملات ألفا كرونباخ للثبات الكلي للاستبانة

معاملات الارتباط	عدد البنود	الثبات الكلي للاستبانة
0.776	8	

ويتضح من النتائج بالجدول رقم (2) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للثبات الكلي للاستبانة بلغت (0.776) وهذا يبين أن أداة الاستبانة قد حققت درجة عالية من الثبات، مما يطمئن الباحثة إلى سلامة إجراءات بناء الاستبانة.

المعالجات الإحصائية المستخدمة

لتحليل بيانات البحث إحصائياً علمياً يحقق أهدافه، ويجب عن الأسئلة البحثية ويختبر فرضياته، استخدمت أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي، شملت هذه الأساليب، التكرارات والنسب المئوية، لتوصيف العينة بحسب الخصائص الديمغرافية والأسئلة المتعلقة بالبحث. واستخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لقياس درجة استجابة أفراد العينة عن فقرات الاستبانة، بجانب معامل الارتباط بيرسون للتحقق من صدق أداة البحث. واستخدم معامل كرونباخ للتحقق من ثبات أداة البحث. واختبار فرضيات البحث تم استخدام معامل ارتباط سبيرمان- براون ومعامل اختبار مربع كاي.

5. نتائج البحث

لتحليل بيانات البحث وتفسير نتائجها استخدم برنامج التحليل الإحصائي بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار 24، لإدخال بيانات الدراسة، بعد ترميزها وتوصيفها. كما استخدمت الأساليب الإحصائية المناسبة لاستخراج الجداول الإحصائية والعمل على تحليل وتفسير نتائجها. وبالتالي فإن خطوات تحليل وتفسير نتائج الدراسة ستركز في إجابة عن الأسئلة البحثية واختبار فرضيات البحث.

1.5: تحليل الخصائص الديموغرافية لعينة البحث

جدول رقم (3) توصيف عينة البحث حسب النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	82	39.6
أنثى	125	60.4
الجملة	207	100

بدراسة الجدول أعلاه الذي يصف نوع أفراد عينة البحث، حسب الخصائص الديموغرافية لأفرادها. أظهرت نتائج توصيف العينة وفق النوع إن الإناث يشكلن الغالبية بنسبة 60.4%، ونسبة الذكور 39.6%. مما يشير إلى أن نسبة الإناث اللاتي استجبن لهذا البحث أعلى.

جدول رقم (4) توصيف عينة البحث حسب العمر

النسبة المئوية	العدد	العمر
70,5	146	18-لأقل من 25
15.9	33	25-لأقل من 35
4.3	9	35-لأقل من 45
5.8	12	45-لأقل من 55
3.4	7	55 سنة فأكثر
100	207	الجملة

بدراسة الجدول أعلاه الذي يصف نوع أفراد عينة البحث، حسب الخصائص الديموغرافية لأفرادها، أن الغالبية وبنسبة 70.5% تقع أعمارهم في الفئة العمرية الأولى (18-لأقل من 25) سنة، بينما 15.9% تراوحت أعمارهم ما بين (25-لأقل من 35) سنة. وتقل نسب حجم العينة في الأعمار الأعلى من 35 سنة. ويستنتج من ذلك أن غالبية أفراد العينة من الفئات الشبابية.

جدول رقم (5) توصيف عينة البحث حسب المؤهل التعليمي

المؤهل التعليمي	العدد	النسبة المئوية
الثانوية	26	12.6
بكالوريوس	154	74.4
دراسات عليا	27	13.0
الجملة	207	100

بدراسة الجدول أعلاه الذي يصف نوع أفراد عينة البحث، حسب الخصائص الديموغرافية لأفرادها، كشفت نتائج توصيف العينة وفق المؤهل التعليمي، إن 74.4% من المشاركين في هذا البحث مؤهلهم التعليمي بكالوريوس، بينما 13% يحملون درجة الدراسات العليا، بينما 12.6% مؤهلهم التعليمي الثانوية.

جدول رقم (6) توصيف عينة البحث حسب البلد الذي يعيشه به أفراد عينة البحث

البلد	العدد	النسبة %
السعودية	190	91.8
الإمارات	17	8.2
الجملة	207	100

بدراسة الجدول أعلاه الذي يصف نوع أفراد عينة البحث، حسب الخصائص الديموغرافية لأفرادها، كشفت نتائج توصيف عينة البحث تبعاً للبلد الذي تعيش فيه أفراد العينة، فقد تبين أن الغالبية وبنسبة 68.6%، بينما 91.8% يعيشون في السعودية، في حين أن 8.2% يعيشون في دولة الإمارات.

2.5: الأسئلة الخاصة بموضوع البحث

وجهت الباحثة أربعة أسئلة خاصة بموضوع البحث، وفيما وجاءت نتائج تحليل الأسئلة في الجداول التالية:

جدول رقم (7) استجابات عينة البحث حول مدى الاستمتاع بالانغماس في الواقع الافتراضي

بيان الاستجابة	العدد	النسبة %
نعم	45	26.1
إلى حد ما	108	52.2
لا	45	21.7

أظهرت النتائج بالجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة هذا البحث وبنسبة 52.2% يوافقون إلى حد ما أنهم يستمتعون بالانغماس في الواقع الافتراضي، بينما 26.1% يوافقون أنهم يستمتعون بذلك، في حين أن 21.4% يرون أنهم لا يستمتعون بالواقع الافتراضي.

جدول رقم (8) استجابات العينة حول شعورهم بالخوف عند استخدام نظارة الواقع الافتراضي لأول وهلة

بيان الاستجابة	العدد	النسبة %
موافق بشدة	0	0
موافق	0	0
محايد	70	33.8
لا أوافق	115	55.6
لا أوافق بشدة	22	10.6
الجملة	207	100

بينت النتائج بالجدول أعلاه إن غالبية أفراد العينة وبنسبة 55.6% لا يوافقون على أن انتياب الخوف لهم عند استخدام نظارة الواقع الافتراضي من أول وهلة، و33.8% محايدون، و10.6% لا يوافقون إطلاقاً على ذلك. وعليه يتضح أن حوالي ثلثي العينة ينفون شعورهم بالخوف عند استخدامهم لها أول الأمر.

جدول رقم (9) استجابات عينة البحث حول المفضل من الأفلام باستخدام نظارة الواقع الافتراضي

النسبة%	العدد	أنواع الأفلام
2.4	5	الفكاهية
3.9	8	الخيال العلمي
15.9	33	الأفلام الوثائقية
41.1	85	الكوميديية
36.7	76	الروائية
100	207	الجملة

يتضح من النتائج بالجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة وبنسبة 41.1% يفضلون مشاهدة الأفلام الكوميديية، بينما 36.7% منهم يفضلون مشاهدة الأفلام الروائية، في حين أن 15.9% يفضلون مشاهدة الأفلام الوثائقية، بينما 3.9% منهم يفضلون مشاهدة أفلام الخيال العلمي، وأن 2.4% فقط يفضلون الأفلام الفكاهية. ويتبين مما سبق أن غالبية جمهور الواقع الافتراضي يفضلون إما مشاهدة الأفلام الكوميديية أو الأفلام الروائية. وذلك بنسبة 77.8%.

جدول رقم (10) استجابات العينة حول تحقيق الواقع الافتراضي للوظيفة الترفيهية لديهم

النسبة%	العدد	بيان الاستجابة
28.5	59	موافق بشدة
37.2	77	موافق
28.5	59	محايد
3.9	8	لا أوافق
1.9	4	لا أوافق بشدة
100	207	الجملة

بينت النتائج بالجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة البحث وبنسبة 37.2% يوافقون على أن الواقع الافتراضي يحقق وظيفة الترفيه لديهم عند مشاهدة الأفلام السينمائية، بينما 28.5% يوافقون بشدة على ذلك، بينما أن 28.5% محايدون. كما أشارت النتائج إلى أن 3.9% لا يوافقون، بينما 1.9% لا يوافقون بشدة.

3.5: نتائج الإجابة عن الأسئلة البحثية

نتيجة الإجابة عن السؤال الأول: الذي ينص على: "هل يحقق مشاهدة الأفلام عبر الواقع الافتراضي المتعة والترفيه لدى مشاهد الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي؟ للإجابة عن هذا السؤال تم عرض النتائج كما هو بالجدول رقم (11).

الجدول رقم (11) مدى تحقق المتعة والترفيه لدى مشاهدي الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	العدد	خيارات الاستجابة
0.94	3.86	28.5	59	أوافق بشدة
		37.2	77	أوافق
		28.5	59	محايد
		3.9	8	لا أوافق
		1.9	4	لا أوافق بشدة
		100	207	الجملة

أظهرت النتائج بالجدول السابق أن أفراد العينة بنسبة 28.5% يوافقون بشدة أن وظيفة المتعة والترفيه تتحقق لدى مشاهدي الأفلام السينمائية عند مشاهدة هذه الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي، بينما 37.2% يوافقون، بينما بلغت نسبة المحايد 28.5%. كما بينت النتائج أن 3.9% لا يوافقون، وأن 1.9% لا يوافقون بشدة على ذلك. ويستنتج مما سبق أن غالبية أفراد العينة يعتقدون أن وظيفة المتعة والترفيه تتحقق لمشاهدي الأفلام السينمائية عبر تقنية الواقع الافتراضي بدرجة كبيرة، حيث بلغت نسبة التوافق الفعلية بين أفراد العينة 65.7% ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت 3.86 وانحراف معياري 0.94.

نتيجة الإجابة عن السؤال الثاني: الذي ينص على: "ما مصدر تعرف أفراد العينة على الواقع الافتراضي؟"

جدول رقم (12) استجابات عينة البحث حول مصدر المعرفة بالواقع الافتراضي

النسبة المئوية	التكرار	المصدر
39.1	81	الأسرة
38.4	72	الأصدقاء
24.2	50	الأقارب
1.9	4	الزملاء
100	207	الجملة

أظهرت النتائج بالجدول أعلاه أن المصدر الأول لأفراد العينة للتعرف عن الواقع الافتراضي هو الأسرة وذلك بنسبة 39.1%، بينما 34.8% كان مصدرهم للواقع الافتراضي هم الأصدقاء، في حين أن 24.2% الأصدقاء هو المصدر الذي يجدون عنده المعلومات، بينما هناك 1.9% كان مصدرهم الزملاء. وعليه يستنتج مما سبق أن أهم المصادر لغالبية أفراد العينة لمعرفة تقنية الواقع الافتراضي تتمثل في الأسرة والأصدقاء حيث يشكل هذان المصدران نسبة 73.9%.

نتيجة الإجابة عن السؤال الثالث: الذي ينص على: أين يفضل أفراد العينة مشاهدة الأفلام السينمائية بارتداء نظارة الواقع الافتراضي؟

جدول رقم (13) استجابات العينة مكان مشاهدة الأفلام السينمائية بارتداء نظارة الواقع الافتراضي

مكان المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	200	96.6
السينما	4	1.9
نادي مشاهدة	2	1
مقهى	1	.5
الجملة	207	100

يتضح من النتائج بالجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة المشاركين في هذا البحث يفضلون مشاهدة الأفلام السينمائية بارتداء نظارة الواقع الافتراضي في المنزل وبنسبة 96.6%، بينما من يرتادون دور السينما يشكلون نسبة 1.9%، و1% يشاهدون تلك الأفلام في نادي مشاهدة وأن 0.5% أي شخص واحد يشاهدها في المقهى. وبالتالي يستنتج مما سبق أن غالبية رواد الأفلام السينمائية اليوم يفضلون مشاهدة الأفلام السينمائية في المنزل، وربما يعزى ذلك لعدة أسباب اجتماعية وأسرية وأسباب ذات خصوصية.

نتيجة الإجابة عن السؤال الرابع: ينص على مع من يفضل أفراد العينة مشاهدة الأفلام عبر الواقع الافتراضي؟

جدول رقم (14) استجابات عينة البحث حول مع من يشاهدون الأفلام السينمائية

استجابة العينة حول مع من يشاهدون الأفلام	التكرار	النسبة المئوية
الأسرة	11	53.6
الأصدقاء	91	44.0
الأقارب	3	1.4
الزملاء	2	1.0
الجملة	207	100

أظهرت النتائج بالجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة المشاركين في هذا البحث يفضلون مشاهدة الأفلام السينمائية مع الأسرة وذلك بنسبة 53.6%، بينما 44% يفضلون الذهاب مع الأصدقاء لمشاهدة الأفلام السينمائية، في حين أن 1.4% مع الأقارب، بينما 1% فقط مع الزملاء. وعليه فإن غالبية مشاهدي الأفلام السينمائية يفضلون مشاهدة الأفلام السينمائية مع الأسرة ومع الأصدقاء ونسبتهم معا 97.6% من العينة.

نتيجة الإجابة عن السؤال الخامس: الذي ينص على هل إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي أكثر من سلبياتها؟

جدول رقم (15) إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي أكثر من سلبياتها

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة	العدد	خيارات الاستجابة
1.05	3.38	16.9	35	أوافق بشدة
		24.6	51	أوافق
		44.0	91	محايد
		8.7	18	لا أوافق
		5.8	12	لا أوافق بشدة
		100	207	الجملة

بينت النتائج بالجدول أعلاه أن العينة بنسبة 44% يعتقدون أن إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر تقنية الواقع الافتراضي أكبر من سلبياتها بدرجة متوسطة، بينما 24.6% يوافقون، بينما أن 16.9% يوافقون بشدة أن إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية أكبر من سلبياتها. كما بينت النتائج أن 3.9% لا يوافقون، وأن 1.9% لا يوافقون بشدة على ذلك. ويستنتج أن غالبية العينة يعتقدون أن إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي أكبر من سلبياتها بدرجة متوسطة، حيث بلغت نسبة من يدعمون ذلك 44%.

نتيجة الإجابة عن السؤال السادس: ينص على ما إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي؟

للتعرف على إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي، عرضت نتائج استجابات العينة كما موضح بالجدول التالي

جدول رقم (16) إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي

النسبة المئوية	العدد	الإيجابيات
75.4	156	تحقيق المتعة
28.5	59	زيادة الذخيرة المعلوماتية
51.2	106	التركيز عند المشاهدة
66.7	138	الإحساس بالمشاركة في أحداث الفيلم
53.6	111	إضفاء الواقعية على أحداث الفيلم
48.3	100	تحقيق عنصر التشويق
25.6	53	التعرف على حقائق لا يمكن الحصول عليها بصورة ذاتية
31.9	66	تعديل الحالة المزاجية للمشاهد
38.2	79	رسوخ أحداث الفيلم في الذاكرة

بينت النتائج بالجدول أعلاه أبرز إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي من وجهة نظر أفراد العينة، حيث بينت أن من أهم تلك الإيجابيات تمثلت في تحقيق المتعة حيث أشار إليها 75.4% من أفراد العينة، ويليهما في المرتبة الثانية الإحساس بالمشاركة في أحداث الفيلم بنسبة 66.7%، بينما حازت على المرتبة الثالثة إضفاء الواقعية على أحداث الفيلم بنسبة 53.6%. كما حاز التركيز عند المشاهدة على المرتبة الرابعة بنسبة 51.2%، وفي المرتبة الخامسة جاءت تحقيق عنصر التشويق بنسبة 48.3%

نتيجة الإجابة عن السؤال السابع: الذي ينص على ما سلبيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي؟

جدول رقم (17) سلبيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي

النسبة المئوية	العدد	السلبيات
23.7	49	صعوبة الاستفادة منه لعدم الكفاءة في استخدامه
58.0	120	التكلفة العالية لنظارات الواقع الافتراضي
45.4	94	يتسبب في انطوائية الأفراد
41.1	85	يتسبب في أضرار صحية
19.3	40	يتعرض المستخدم لمحتوى غير مباح
25.6	53	إهدار الوقت
43.5	90	يقود المستخدم للإدمان الإلكتروني
36.2	75	الرغبة من الانغماس في الواقع الافتراضي

بينت النتائج بالجدول أعلاه سلبية مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي، حيث أظهرت النتائج أن من أبرز تلك السلبيات تمثلت في التكلفة العالية لنظارات الواقع الافتراضي، حيث أشار إلى ذلك 58% من أفراد العينة، ويليهما في المرتبة الثانية يتسبب في انطوائية الأفراد، حيث ذكر ذلك 45.4%، يلي ذلك في المرتبة الثالثة يفقد المستخدم للإدمان الإلكتروني وذلك بنسبة 43.3%. بينما في المرتبة الرابعة جاءت يتسبب في أضرار صحية وذلك بنسبة 41.1%.

4.5 نتائج اختبار فرضيات البحث

تسعى الباحثة في هذا الجزء إلى اختبار فرضيات البحث التالية:

1- هناك علاقة دالة بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي ودخل الأسرة.

2- هناك علاقة بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي والعمر.

3- هناك علاقة ذات دلالة بين مكان المشاهدة والنوع

نتيجة اختبار الفرضية الأولى، هي "هناك علاقة دالة بين مشاهدة الأفلام عبر الواقع الافتراضي ودخل الأسرة".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط سبيرمان- براون وجاءت النتائج كما هو بالجدول التالي

جدول رقم (18) علاقة الارتباط بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي ودخل الأسرة

مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي		متغيرات الدراسة
الدلالة الإحصائية	معامل الارتباط	
0.14	0.103	دخول الأسرة

النتائج بالجدول أعلاه بينت أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين مشاهدة الأفلام عبر الواقع الافتراضي (متغير تابع) ودخل الأسرة (متغير مستقل) قد بلغت (0.103) عند مستوى دلالة (0.14) أكبر من مستوى المعنوية (0.05). ويستنتج من ذلك أنه ليست هناك علاقة ارتباط بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي ودخل الأسرة. وهذا يبين أن دخل الأسرة لا يؤثر على مشاهدة أفلام الواقع الافتراضي.

نتيجة اختبار الفرضية الثانية: "هناك علاقة بين مشاهدة الأفلام عبر الواقع الافتراضي والعمر".

جدول رقم (19) علاقة الارتباط بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي والعمر

مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي		متغيرات الدراسة
الدلالة الإحصائية	معامل الارتباط (سبيرمان-جراون)	
0.04	0.141*	متغير العمر

*تشير إلى أن معامل الارتباط دال عند مستوى الدلالة (0.05).

يتضح من النتائج بالجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي (متغير تابع) والعمر (متغير مستقل) قد بلغت (0.141) عند مستوى دلالة (0.04) أقل من مستوى المعنوية (0.05). ويستنتج من ذلك وجود علاقة ارتباط طردي ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الأفلام عبر الواقع الافتراضي والعمر. وهذا يشير إلى أنه كلما زاد العمر أدى ذلك لزيادة مشاهدة تلك أفلام الواقع الافتراضي.

نتيجة اختبار الفرضية الثالثة: وتنص على "هناك علاقة ذات دلالة بين مكان المشاهدة والنوع"

جدول رقم (20) علاقة الارتباط بين مكان المشاهدة والنوع

النوع		متغيرات الدراسة
الدلالة الإحصائية	قيمة اختبار كاي تربيع	
0.61	1.826	مكان المشاهدة

*تشير إلى أن معامل الارتباط دال عند مستوى الدلالة (0.05).

أظهرت النتائج بالجدول أعلاه أن قيمة معامل اختبار مربع كاي بين المتغيرين مكان مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي (متغير تابع) والنوع (متغير مستقل) قد بلغت (1.826) عند مستوى دلالة (0.61) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05). ويستنتج أنه ليست هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مكان مشاهدة أفلام الواقع الافتراضي والنوع، يتضح عدم وجود أثر للنوع على مكان المشاهدة.

5.5 الاستنتاجات:

في ضوء تحليل نتائج البحث، فقد خلصت إلى العديد منها أهمها:

- بينت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة المشاركون في الدراسة الحالية يوافقون إلى حد ما أنهم يستمتعون بالانغماس في الواقع الافتراضي، كما كشفت النتائج أن أكثر من نصف أفراد العينة لا يوافقون على أن انتياب الخوف لهم عند استخدام نظارة الواقع الافتراضي من أول وهلة.
- كشفت نتائج البحث أن غالبية رواد الواقع الافتراضي يفضلون إما مشاهدة الأفلام الكوميدية أو الأفلام الروائية. وذلك بنسبة 77.8%.
- أظهرت نتائج البحث أن غالبية أفراد العينة يعتقدون أن وظيفة المتعة والترفيه تحقق لمشاهدي الأفلام السينمائية عبر تقنية الواقع الافتراضي بدرجة كبيرة، وبلغت نسبة التوافق الفعلية بين أفراد العينة 65.7%.
- بين البحث أن أهم المصادر لغالبية أفراد العينة للتعرف على تقنية الواقع الافتراضي تتمثل في الأسرة والأصدقاء ويشكل هذان المصدران نسبة 73.9%. كما كشفت النتائج أن غالبية مشاهدي الأفلام السينمائية يفضلون مشاهدتها في المنزل، وربما يعزى ذلك لأسباب اجتماعية وأسرية وأسباب ذات خصوصية.
- أظهرت نتائج البحث أن غالبية رواد مشاهدة الأفلام السينمائية يفضلون مشاهدة الأفلام السينمائية مع الأسرة ومع الأصدقاء حيث بلغت نسبتهم معاً 97.6% من إجمالي العينة.

- كشفت نتائج البحث أن من أهم إيجابيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي هي، تحقيق المتعة، والإحساس بالمشاركة في أحداث الفيلم، وإضفاء الواقعية على أحداث الفيلم.
- أظهرت نتائج البحث أن من أبرز سلبيات مشاهدة الأفلام السينمائية عبر الواقع الافتراضي، هي التكلفة العالية لنظارات الواقع الافتراضي بنسبة 58%، في المرتبة الثانية يتسبب في انطوائية الأفراد، بنسبة 45.4%، في المرتبة الثالثة يقود المستخدم للإدمان الإلكتروني وذلك بنسبة 43.3%. والمرتبة الرابعة جاءت يتسبب في أضرار صحية وذلك بنسبة 41.1%.
- بينت نتائج البحث أنه ليست هناك علاقة ارتباط بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي ودخل الأسرة. وهذا يبين أن دخل الأسرة لا يؤثر على مشاهدة أفلام الواقع الافتراضي، أظهرت النتائج أنه ليست هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مكان مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي والنوع. وهذا يبين عدم وجود أثر للنوع على مكان مشاهدة الأفلام.
- أثبت البحث وجود علاقة ارتباط طردي ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الأفلام عبر تقنية الواقع الافتراضي والعمر. وهذا يشير إلى أنه كلما زاد العمر أدى ذلك لزيادة مشاهدة الأفلام عبر تلك التقنية.

6. التوصيات

- 1- مراعاة الشركات المنتجة لنظارات الواقع الافتراضي أسعار هذه النظارات لتكون في متناول العديد من الجمهور والذين يسعون إلى الحصول عليها.
 - 2- إجراء المزيد من الدراسات في مجال الواقع الافتراضي وعلاقته بالإعلام ووسائله التقليدية وعبر الانترنت
- وحسب علم الباحثة، لم تجر دراسات مستفيضة باللغة العربية في مجال الواقع الافتراضي، ويحتاج المجال إلى دراسات عميقة على عينات المجتمعات بالوطن العربي، يصعب تطبيق نتائج دراسات أجريت في مجتمعات مختلفة عن المجتمع العربي.

7. المصادر والمراجع:

المراجع العربية

1. البدوي، ثريا أحمد، (2019)، " نظريات الاعلام والاتصال في العصر الحديث"، ط1 مكتبة الرشد، الرياض.
2. البر، محمد موسى محمد أحمد، (2008)، " نظام الإعلام الإسلامي، دراسة تأصيلية 128، ط2، شركة مطابع السودان، الخرطوم.
3. الحيزان، محمد عبد العزيز، (2010)، "البحوث الإعلامية أسسها- أساليبها - مجالاتها"، ط3، الرياض.

4. العزءوء، رءءم ءونس ءرو، (2008)، "مءءمة فء منهء الءءء العلمء"، سلسلة المنهل فء العلوم الءربوءة، ط1، ءار ءءلة للنشر والءوزءع، عمان، الأءرءن.
5. زءن، أشرف مءمء، والسوءءء، سءف، (2022)، "العالم ما وراء الءقلءءء"، ط1، إسطنبول
6. مطءوع، ضءاء الءءن مءمء، والءلفة، ءسن ءعفر، (2014) "مبءءء الءءء ومهاراته فء العلوم الءربوءة والنفسءة والءءءماعءة"، مءءبة المءءبء، الرءاء.

المراءع الأءنبءة

- 1- Bloomfield, Robert J., (2007) "Worlds for Study: Invitation - Virtual Worlds for Studying Real-World Business (and Law, and Politics, and Sociology)"
- 2- Bartle, Richard, (2023), "Designing Virtual Worlds" New Riders.
- 3- Davis, Richard, and Wen, Diana, (1998)" New Media and American Politics", Oxford University press, New York
- 4- Eichner, T, Jacob, F., (2015), "Measuring the Degree of Corporate Social Media Use". International Journal of Market Research.
- 5- Synthetic worlds, (2005), " the business and culture of online games", University of Chicago Press, Chicago.
- 6- O'Brian, Kelvin, Matt Chan, (2021),"EXPLAINER: What is the metaverse and how will it work?". ABC News. Associated Press, Archived from the original on December 4, 2021. Retrieved December 4, 2021

مءاءع الاءءرنء

1. Acceptance and use of virtual reality games: an extension of HMSAM | SpringerLink
2. (PDF) The Foresight Study of Virtual Reality as An Advertising Tool (researchgate.net)
3. International Journal of Human-Computer Studies 147(4):102576
4. An Exploratory Study for Designing Social Experience of Watching Movies Based on Audience's Voice Comments | IEEE Conference Publication | IEEE Xplore
5. What is Metaverse? Technology, Uses, Benefits and Eventides(dreamcast.ae)
6. What Does Metaverse Mean and How Does This Virtual World Work?
Jean Folger- updated2022
- 7- Margaret Rouse updated 2011

8. What is a Virtual World? - Definition from Techopedia
What Are Virtual Worlds? | Folio
9. What is virtual reality? (techtargget.com) Robert Sheldon
10. Chris Woodford. Last updated: August 29, 2021.
11. What is virtual reality? - A simple introduction (explainthatstuff.com)
- ما هي؟ نظارات الواقع الافتراضي (arageek.com)
12. أهم نظارات الواقع الافتراضي لعام 2019 | البوابة العربية للأخبار التقنية (aitnews.com)
13. "Richard Bartle: we invented multiplayer games as a political gesture". Guardian. November 2014.
14. Bartle, Richard Designing Virtual Worlds. *New Riders.*, 2003
15. Chen, Brian X. (2022-01-18). "What's All the Hype About the Metaverse?". The New York Times. ISSN 0362-4331. Archived *from the original on 2022-01-18*. Retrieved 2022-01-31.
16. "Virtual Reality Society". Virtual Reality Society. 2 January 2020. Retrieved 19 January 2023.
17. http://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_reality

Exploiting Virtual Reality in Realizing the Entertainment Function for Film Viewers

¹Ibaa Ahmed Omar Awad
Ibaa2011@hotmail.com

Abstract:

This study aims to identify whether watching movies provides pleasure and entertainment for the sample in the study in the Kingdom of Saudi Arabia and the United Arab Emirates, representing the Gulf countries. The sample of the study was 207 individuals taken from the available sample, and the most important findings were that more than half of the study sample agreed to some extent that they enjoy immersion in virtual reality, and more than half of the respondents did not agree that they experienced fear when using virtual reality glasses from the first moment. Most of them believe that the function of entertainment is achieved for movie viewers through virtual reality to a large extent, and one of the most important advantages of watching movies through virtual reality technology is the achievement of pleasure for them. The important disadvantages of watching movies through virtual reality technology are the high cost of virtual reality glasses. There is a correlation between watching movies via virtual reality and household income. This shows that family income does not affect watching virtual reality movies, and there is a statistically significant direct correlation between watching movies via virtual reality technology and age. This indicates that the higher the age, the greater the viewing of movies through this technology. The most important recommendation of this study is that companies producing virtual reality glasses consider the prices of these glasses to be accessible to many audiences who seek to obtain them.

Keywords: Metaverse, Virtual world, Virtual reality, Entertainment, Films.

¹ Researcher: Faculty of Audio and Visual production Dept. Communication and Media College King Abdulaziz University - Jeddah - Kingdom of Saudi Arabia