



وحدة النشر العلمي

# بحوث

مجلة علمية محكمة

العلوم الإنسانية والاجتماعية

المجلد 2 العدد الأول - يناير 2022

ISSN 2735-4822 (Online) \ ISSN 2735-4814 (print)

مجلة "بحوث" دورية علمية محكمة، تصدر عن كلية البنات للآداب والعلوم والتربية بجامعة عين شمس حيث تعنى بنشر الإنتاج العلمي المتميز للباحثين.

**مجالات النشر:** اللغات وآدابها (اللغة العربية - اللغة الإنجليزية - اللغة الفرنسية-اللغة الألمانية-اللغات الشرقية) العلوم الاجتماعية والإنسانية (علم الاجتماع - علم النفس - الفلسفة - التاريخ - الجغرافيا). العلوم التربوية (أصول التربية - المناهج وطرق التدريس-علم النفس التعليمي - تكنولوجيا التعليم -تربية الطفل)

التواصل عبر الإيميل الرسمي للمجلة:  
buhuth.journals@women.asu.edu.eg

يتم استقبال الأبحاث الجديدة عبر الموقع الإلكتروني للمجلة:

[/https://buhuth.journals.ekb.eg](https://buhuth.journals.ekb.eg)

❖ حصول المجلة على 7 درجات (أعلى درجة في تقييم المجلس الأعلى للجامعات قطاع الدراسات التربوية).

❖ حصول المجلة على 7 درجات (أعلى درجة في تقييم المجلس الأعلى للجامعات قطاع الدراسات الأدبية).

تم فهرسة المجلة وتصنيفها في:  
دار المنظومة- شمعة

#### رئيس التحرير

أ.د/ أميرة أحمد يوسف

أستاذ النحو والصرف-قسم اللغة العربية  
عميد كلية البنات للآداب والعلوم والتربية  
جامعة عين شمس

#### نائب رئيس التحرير

أ.د/ حنان مجد الشاعر

أستاذ تكنولوجيا التعليم-قسم تكنولوجيا التعليم  
والمعلومات  
وكيل كلية البنات للدراسات العليا والبحوث  
جامعة عين شمس

#### مدير التحرير

د. أسماء كمال عبدالوهاب عابدين

مدرس علم النفس  
كلية البنات جامعة عين شمس

#### مسئول الرفع الإلكتروني:

م.م/ نجوى عزام أحمد فهمي

مدرس مساعد تكنولوجيا التعليم

#### سكرتارية التحرير:

م.م/ علياء حجازي

مدرس مساعد علم الاجتماع

#### مسئول التنسيق:

م/ دعاء فرج غريب عبد الباقي

معيدة تكنولوجيا التعليم



## دور صحافة البيانات في دعم الصحافة الاستقصائية "دراسة تحليلية على موقع أريج"

راندا محمد مصطفى عبد الجليل

مدرس مساعد بقسم الاجتماع – شعبة (الإعلام)

باحث دكتوراه - قسم الاجتماع  
كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر

[randa.moustafa.abdelgalil@women.asu.edu.eg](mailto:randa.moustafa.abdelgalil@women.asu.edu.eg)

أ.د | وائل اسماعيل عبدالباري  
قسم الاجتماع، كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر  
[wailbarry@gmail.com](mailto:wailbarry@gmail.com)

أ.د/ محمود سليمان علم الدين  
قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر  
[msalamdeen@hotmail.com](mailto:msalamdeen@hotmail.com)

### المستخلص:

جاءت هذه الدراسة لرصد دور صحافة البيانات في دعم الصحافة الاستقصائية وخاصة في ظل التطور الكبير في تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وأطر معالجة الصحافة الاستقصائية لقضايا المجتمع على موقع أريج من خلال تحليل القوالب الصحفية الاستقصائية المنشورة على الموقع، بالإضافة للتعرف على أهم عناصر الإبراز والجدب، وأشكال التفاعل داخلها، وذلك من خلال الاعتماد على نظريتي ثراء وسائل الإعلام، وتحليل الأطر الإعلامية، وعلى المنهج الوصفي وصحيفة تحليل المضمون كأداة لتحليل القوالب الصحفية الاستقصائية المدفوعة بالبيانات على موقع أريج لمدة عام كامل في الفترة من 1 يناير 2020 إلى 30 ديسمبر 2020 بواقع (49) قالب صحفي استقصائي خلال العام، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: يوفر موقع أريج تدريب نوعي من أهم المدربين الدوليين والعرب، في الميدان وعبر العالم الرقمي لتقوية وتعزيز الصحفيين في عملهم ومنحهم طرقاً للتطور والاحتراف بمعايير عالمية، كما يقدم فرص تشبيك عبر مؤتمرات وندوات ومراكز بحث ومؤسسات أكاديمية ومنصات نشر عربية ودولية، جاءت مصر في المرتبة الأولى في عدد القوالب الاستقصائية التي تم نشرها على الموقع، تنوعت أشكال القوالب الاستقصائية على موقع أريج ما بين (تحقيقات، وملفات، قصص استقصائية، فيديو، بودكاست)، حيث تساوت كلاً من التحقيقات الاستقصائية والقصص الاستقصائية (الفينشر) على الموقع لكلاً منهما في المرتبة الأولى، كما تنوعت المضامين والقضايا المطروحة داخل القوالب الصحفية، حيث احتلت (المضامين الاجتماعية) المرتبة الأولى ما بين "قضايا المهمشين، قضايا العمل والبطالة، الأغذية الفاسدة، الإهمال، حوادث الطرق، زواج القاصرات، نقص المياه".

الكلمات الدالة: الصحافة الاستقصائية، صحافة البيانات، موقع أريج.

## مقدمة

إن الصحافة الحرة هي حجر الزاوية في بناء المجتمع الديمقراطي الذي يقوم على الشفافية، حيث يحقق مبدأ الرقابة والمساءلة والمحاسبة، كما تؤدي الصحافة دوراً هاماً في تزويد الشعب بالحقائق والمعلومات وتسلط الضوء على المؤسسات بهدف تبصير الرأي العام بممارسة تلك المؤسسات، وإعلام اليوم هو إعلام المعلومات وتطبيقاتها، وتبرز أهمية الصحافة الرقمية الجديدة في البحث والتحرر والاستقصاء وهي وظائف تنسب إلى الإعلام بشكل عام وتعد من المهام الأساسية للصحافة ومن هنا ظهرت الحاجة للصحافة الاستقصائية (Investigative Journalism) والتي تعنى تجاوز الخبر والمعلومة المجردة إلى بحث واستقصاء الأسباب والذوابع الكامنة وراء حدث أو مشكلة أو ظاهرة تترك الرأى العام وبناء سياق متكامل له استجابة لدور الصحافة فى التفسير، هذا التفسير الذى يتطلب العديد من المعلومات والبيانات فجاءت (صحافة البيانات Data Journalism) والحاجة إليها فى عصر التكنولوجيا الرقمية، فالمعلومات أصبحت مقدمة على الرأى الشخصى، كما أنها مهمة لتصفية تدفق البيانات، فعندما كانت المعلومات شحيحة كانت كل جهودنا مكرسة لصيد الخبر وجمعه، أما الآن فمع وفرة المعلومات أصبحت معالجة الخبر نفسه أكثر أهمية.

وتزداد قوة العلاقة بين صحافة البيانات والصحافة الاستقصائية فى جميع أنحاء العالم، ففي عصر البيانات المكثفة تكمن الأهمية المتزايدة لصحافة البيانات فى قدرة ممارستها على إيجاد المضمون ووضوح الرؤية، وربما يكون الأهم هو إيجاد الحقيقة من بين الكم الهائل للبيانات فى العالم، وهذا لا يعنى أن وسائل الإعلام ليس لها دور أساسى اليوم، بل بالعكس تماماً، ففي عصر المعلومات نحتاج للصحفيين الاستقصائيين أكثر من ذي قبل؛ للإشراف عليها والتحقق منها وتحليلها والجمع بينها، وفى هذا السياق نجد لصحافة البيانات أهمية قصوى فى المجتمع (Siricharoen,2013: 169-174).

كما ظهرت المواقع الإلكترونية المتخصصة لهذا الشكل الصحفى، حيث بدأت غرف الأخبار المتقدمة فى تقليص عدد المحررين الذين يتجهون إلى مجال العلاقات العامة، ويستبدلونهم بأخرين مهتمين بالاستقصاء وجمع وتحليل المعلومات، فصحافة البيانات ليست بديلاً للصحافة التقليدية، ولكنها إضافة إليها فى وقت تحولت فيه المصادر إلى مصادر رقمية أصبح يجب على الصحفيين أن يكونوا أقرب لتلك المصادر.

## أولاً: مشكلة الدراسة فى إطار التراث البحثي :

من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة المتاحة ذات الصلة بموضوع الدراسة التي يمكن من خلالها صياغة مشكلة الدراسة الحالية، حيث قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين:

### 1- دراسات حول الصحافة الاستقصائية:

اهتمت دراسة (سارة محمود مصطفى، 2016) بالتعرف على أساليب الصحافة الاستقصائية التليفزيونية ودورها فى معالجة القضايا والمشكلات المجتمعية التي تناولتها التحقيقات الاستقصائية عينة الدراسة، كما سعت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام هذا النمط الصحفى (المرئي والمكتوب) بمنهجيته وبالمسؤولية الاجتماعية فى معالجة القضايا، واستخدمت الدراسة أدوات تحليل المضمون، واستمارة الاستبيان، وتحليل الخطاب، كما توصلت الدراسة إلى:

- جاءت القضايا السياسية والصحية في المركز الأول بالنسبة لمجموع التحقيقات الاستقصائية عينة الدراسة .
- تعددت أهداف الصحافة الاستقصائية، وجاءت جميعها لصالح الفرد والمجتمع.
- كما جاء حجب الوثائق وغياب المعلومات وعدم تعاون المسؤولين وامتناع المصادر عن الحديث والتدخلات والضغط السياسية، وقلة الدعم المالي والقانوني لإنجاز التحقيق من أهم العقبات التي تواجه الصحفيين الاستقصائيين.

كما تبحث دراسة "لانسجا ومارتن" (Lanosga & Martin, 2018) في تقارير التحقيقات الأمريكية من عام 1976 حتى عام 2012 في عينة عشوائية (N = 757) من مواد دخول المسابقة التي أنشأها الصحفيون، حيث يسمح مصدر البيانات الجديد والمنهجية هذه بتحليل ديناميكيات العملية الصحفية بدلاً من الاعتماد على افتراضات مستقاة من محتوى الأخبار المنشورة، حيث تقدم النتائج شرحاً أكثر اكتمالاً وتعقيداً لكيفية ارتباط الصحافة الاستقصائية إلى الحكم الديمقراطي، بما في ذلك نظرة جديدة على العلاقات بين الصحفيين والمصدر، ومحفزات القصص، ونتائج السياسات، وعلاقات بناء الأجندة بين الصحفيين والمصادر ووصانعي السياسات، حيث يشير التحليل إلى دور رئيسي للمصادر في نشأة قصص إخبارية استقصائية، إلا أنه يكشف أيضاً عن مكان بارز للمشروعات الصحفية أكثر مما تم الاعتراف به من قبل، وتشير النتائج إلى درجة أكبر من الاعتماد المتبادل بين المرسلين الصحفيين وصناع القرار الذين يتصدون لمفاهيم الصحفيين كمتلقين سلبيين للمعلومات ولكنهم يكشفون أيضاً عن قيود قدرة المؤسسات الإخبارية على إحداث تغيير في السياسة بشكل مستقل.

وتهتم دراسة "رياز" (Riaz, 2021) بالصحافة الاستقصائية التي تعد جزءاً مهماً من ممارسات الصحافة لأنها تكشف عن الأمور التي يتم إخفاؤها عن عمد عن المجتمع، وتهدف هذه الدراسة إلى فحص كيفية إدراك الصحفيين للعوامل التي تؤثر على الصحافة الاستقصائية في باكستان، وبشكل أكثر تحديداً، كيف تؤثر العناصر الداخلية والإضافية وداخل وسائل الإعلام على محتوى وسائل الإعلام وقرارات التغطية من خلال طريقة أخذ العينات الهادفة وإجراء جمع البيانات، فقد تم استخدام أداة الاستبيان المنظمة، وأظهرت النتائج أن قوى معينة داخل وخارج المؤسسات الإعلامية تؤثر على المحتوى الإعلامي في باكستان، وتشمل هذه التأثيرات المصادر التنظيمية، ومجموعات الضغط، والتحيزات الشخصية، والتهديدات الوظيفية، والقيود الاقتصادية، وهكذا تقترح الدراسة أن الصحافة في باكستان لا يمكن أن تحقق أهدافها الحقيقية إلا من خلال التعامل أو على الأقل التقليل من العوامل التي تؤثر على الصحافة الاستقصائية في باكستان.

في حين اهتمت دراسة (فاطمة الأحمد، 2021) بمعالجة المواقع الاستقصائية للقضايا العربية سواء كانت قضايا سياسية، اقتصادية، اجتماعية وغيرها، ورصد وتفسير أهم الأطر التي اعتمدت عليها المواقع في معالجة هذه القضايا، وتحليل توجهات هذه المواقع بشأن مختلف الأحداث والقضايا التي تحدث في الدول العربية، وعلاقة هذه الأحداث ببعضها، ومدى اهتمام هذه المواقع بالقضايا العربية وكيفية معالجتها لهذه القضايا، ومدى الالتزام بالحيادية في معالجة هذه القضايا أم لا؟ والتعرف على مدى إستفادة هذه المواقع من التكنولوجيا الحديثة سواء في مجال الإخراج أو التحرير لمعالجة القضايا العربية، وتحديد المعوقات التي تواجه الصحفي الاستقصائي أثناء ممارسة هذه الموضوعات، وذلك من خلال رصد وتحليل الموضوعات الاستقصائية التي تنشرها المواقع عينة الدراسة التحليلية عن الدول العربية، خلال

فترة الدراسة التحليلية، والتعرف على وجهة نظر النخبة المصرية في هذه المعالجة، وأوجه القصور والضعف في هذه المعالجة من وجهة نظر النخبة المصرية ورصد التشابه والاختلاف في هذه المعالجة وفي طريقة تقديم هذه الموضوعات، والتعرف على أثر استخدام التكنولوجيا على عملية إخراج تحرير التحقيقات الاستقصائية المنشورة على المواقع الاستقصائية العربية والوسائل التكنولوجية الحديثة المستخدمة في ذلك.

ودراسة (أحمد إبراهيم حماد، غسان إبراهيم حرب، 2021) هدفت إلى التعرف على كيفية معالجة الصحافة الفلسطينية المطبوعة لقضايا الشباب، والكشف عن أهم القضايا الشبابية التي عالجتها، ودرجة اهتمامها بتلك القضايا، ورصد اتجاهاتها نحو هذه القضايا، والتعرف على أساليب طرحها ومصادرنا والأشكال الصحفية التي استخدمت في تقديمها، بالإضافة إلى رصد أوجه الشبه والاختلاف في معالجة قضايا الشباب في الصحف عينة الدراسة، وتدخل الدراسة في إطار البحوث الوصفية، حيث استخدم أسلوب تحليل المضمون لعينة من الصحف الفلسطينية وهي: (القدس، الحياة، الأيام) بلغت (30) عددًا لكل صحيفة من الصحف الثلاث.

كما هدفت دراسة "شيو ويانج" (Choi & Yang, 2021) إلى تطور نموذجًا للصحافة الاستقصائية والتقاط وسائل الإعلام في السوق للأخبار مع انخفاض قيمة الأخبار بمرور الوقت وفترة العرض الحصري المحدودة للأخبار الأصلية بسبب النسخ من قبل وسائل الإعلام الأخرى، وتميز الدراسة بين وسائل الإعلام التقليدية التي تشارك في الصحافة الاستقصائية والوسائط الرقمية الهامشية التي تنتج وتنشر الأخبار الأصلية التي تم إنشاؤها في مكان آخر، وتظهر الدراسة أن كمية وجودة الأخبار مع الصحافة الاستقصائية تقل وتزداد احتمالية التقاط الوسائط لأن التقنيات الرقمية تؤدي إلى انخفاض تكلفة الدخول الثابتة للشركات الهامشية وفترة توريد حصرية أقصر للأخبار، كما تفسر النتائج سبب قلة الأدلة على وجهة النظر التقليدية القائلة بأن المزيد من وسائل الإعلام تؤدي إلى أخبار عالية الجودة وتقليل الاستحواذ السياسي .

## 2- دراسات حول صحافة البيانات:

سعت دراسة ( أمل منير كامل، 2018) إلى تحليل استخدام الإنفوجراف في الصحف المصرية والأجنبية من حيث معالجته للقضايا المجتمعية المختلفة، وذلك لاعتباره نوع صحفى جديد يتواكب مع تطورات العصر الرقمي، واهتمت الدراسة برصد وتحليل وتفسير الخصائص المختلفة للإنفوجراف في الصحف عينة الدراسة، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية حيث اعتمدت على منهج المسح الشامل لمضمون وشكل الإنفوجراف المختلف وما يعبر عنه من قضايا مجتمعية، كما تم توظيف نظرية النوع الإعلامي، ونموذج إطار التصوير.

كما اهتمت دراسة ( دينا طارق محمود، 2018) بكيفية توظيف صحافة البيانات بالمواقع الإخبارية المصرية بالمقارنة بالمواقع العالمية والوقوف على الاختلافات في تقديم القصص الصحفية المدفوعة بالبيانات بمصر والعالم، سواء من خلال حجم البيانات المستخدمة أو من مصادرها أو طرق عرضها، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث تستهدف وصف وتحليل ظاهرة صحافة البيانات بالمواقع المصرية والعالمية، من خلال تطبيق استمارة تحليل المضمون، إلى جانب إجراء عدد من المقابلات، واستخدام نظرية ثراء وسائل الإعلام، ومدخل انتشار المستحدثات، وتوصلت الدراسة إلى:

- تفوق المحتوى الكمي لقصص صحافة البيانات بالمواقع العالمية والمتمثلة في موقعي الجارديان، ونيويورك تايمز على المواقع المصرية المتمثلة في موقعي الوطن، والمصري اليوم.
- كما تصدرت القضايا السياسية المضامين التي اهتمت بها المواقع الإخبارية عينة الدراسة.
- و دراسة "دي ليما سانتوس وميسكويت" (de-Lima-Santos & Mesquit , 2021) التي أكدت أن الابتكار في الصحافة عنصرًا مهمًا لتحديد الاتجاه الحالي والمستقبلي للمهنة من خلال التحولات التدريجية والتراكمية بمرور الوقت، وبسبب العديد من العقبات التي تواجه داخل غرف التحرير، عانت الصحافة من تغييرات جوهرية وكبيرة، بما في ذلك نشر صحافة البيانات، في أمريكا اللاتينية، كما شهدت هذه الممارسة توسعًا متزايدًا في السنوات الماضية، ومع ذلك فهناك فجوات تكنولوجية مهمة تحد من تطورها، تعتمد الدراسة الحالية على الأدبيات حول صحافة البيانات وإدارة وسائل الإعلام وعلم الاجتماع، بهدف المساهمة نظريًا في أبحاث صحافة البيانات، كما تظهر النتائج بخلاف النهج التكنولوجي يعتمد الممارسون على البيانات، والتعاون، والابتكار الذي يركز على الجمهور لإنتاج سرد البيانات في غرف الأخبار الخاصة، ونجد أن المتخصصين في أمريكا اللاتينية يناون بأنفسهم عن الحمية التكنولوجية لتبني ابتكار أكثر تركيزًا على الجمهور في غرف الأخبار، وأخيرًا ينص على أنه من المهم مراعاة هذه القيود، حيث إنها تشكل عقبات أمام المعرفة ببحوث صحافة البيانات.
- وأوضحت دراسة (راللا أحمد محمد عبد الوهاب، هبة محمد شفيق عبد الرازق، 2017) أن صحافة البيانات تعد انعكاسًا لاتساع استخدامات تطبيقات الحاسب الآلي في تطويع البيانات الرقمية وتوظيفها داخل الأشكال الصحفية المختلفة، وفي ظل ندرة الدراسات العربية التي اهتمت بصحافة البيانات فقد رأت الباحثة ضرورة دراسة مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين من 2017 وحتى 2037، كما اعتمدت الدراسة على مدخل استشراف المستقبل، كما اعتمدت الدراسة على الاستبيان للخبراء من الصحفيين والأكاديميين، بجانب المقابلات المتعمقة.
- لاحظت الباحثة من خلال مراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية ما يلي:**
1. تأكيد كلاً من الدراسات العربية والأجنبية بأهمية دور الصحافة الاستقصائية في مواجهة الفساد في المجتمع، والدور الذي تلعبه صحافة البيانات في دعم الصحافة الاستقصائية.
  2. ندرة الدراسات العربية التي تناولت دعم صحافة البيانات للصحافة الاستقصائية، مما يدل على أهمية البحث حول هذا المجال.
  3. تعددت المناهج البحثية في هذه الدراسات إلا أن المنهج الأكثر استخدامًا هو منهج المسح، كما تعددت أدوات جمع البيانات ما بين أدوات كمية كاستمارة الاستقصاء، وأدوات كيفية كدراسة الحالة والمقابلات، واستخدام تحليل المضمون الكمي والكيفي للمواقع الإخبارية.
- وبناء على ما سبق تتبلور المشكلة البحثية في:** رصد دور صحافة البيانات في دعم الصحافة الاستقصائية وخاصة في ظل التطور الكبير في تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وأطر معالجة الصحافة الاستقصائية لقضايا المجتمع على موقع أريج من خلال تحليل القوالب الصحفية الاستقصائية المنشورة على الموقع، بالإضافة للتعرف على أهم عناصر الإبراز وال جذب، وأشكال التفاعل داخلها.
- ثانيًا: أهداف الدراسة وتساؤلاتها:**

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في: رصد دور صحافة البيانات في دعم الصحافة الاستقصائية وخاصة في ظل التطور الكبير في تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وأطر معالجة الصحافة الاستقصائية لقضايا المجتمع على موقع أريج.

### الأهداف الفرعية:

1. رصد لأهم القضايا المجتمعية التي ركزت عليها قوالب الصحافة الاستقصائية على موقع أريج.
2. تحليل الأطر الإعلامية المتبعة في عرض قضايا المجتمع.
3. الكشف عن أهم اتجاهات الأطر والأطر المرجعية داخل القوالب الصحفية.
4. أهم التقنيات المستخدمة داخل القوالب الصحفية.
5. رصد أشكال الإنفوجراف المستخدمة داخل القصة الصحفية.
6. الكشف عن مدى استخدام القوالب الصحفية للوسائط المتعددة.
7. رصد أشكال التفاعل داخل القوالب الصحفية.

### تساؤلات الدراسة :

1. ما أهم القضايا التي تناولتها القوالب الصحفية الاستقصائية على موقع أريج؟
2. ما أهم الأطر التي عرضت في القصص الصحفية على موقع أريج؟
3. ما أهم البيانات التي تضمنتها القصص الصحفية؟
4. ما أهم أشكال الإنفوجراف التي تم عرضها داخل القصص الصحفية؟
5. ما أشكال التفاعل داخل القصة الصحفية؟

### ثالثاً: أهمية الدراسة:

1. الحاجة للتطرق لموضوع البحث حيث أن صحافة البيانات من الأنماط التحريرية المستحدثة في مجال العمل الصحفي في مصر.
2. رصد وتحليل للدور الفعال للصحافة الاستقصائية في تحرى وتقصي القضايا المختلفة في المجتمع المصري، فهي تعد جزءاً من العمل الرقابي داخل المجتمع.
3. أهمية الدور الذي تقدمه صحافة البيانات للصحافة الاستقصائية من خلال تبسيط المعلومات والأرقام الموجودة في التحقيقات الاستقصائية المدفوعة بالبيانات وتقديمها في أشكال بصرية تفاعلية تستطيع من خلالها جذب عدد كبير من القراء.
4. تبين من خلال مسح التراث العلمي ندرة الدراسات العربية التي تناولت صحافة البيانات وأشكالها ومتطلباتها في الصحافة الاستقصائية، وذلك رغم وجود العديد من الدراسات الأجنبية التي تناولت صحافة البيانات، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة في سد الفراغ البحثي في هذا المجال وتقليل الفجوة بين الدراسات العربية والأجنبية.

### رابعاً: المفاهيم النظرية والإجرائية للبحث:

#### 1. الصحافة الاستقصائية (Investigative Journalism):

هي أحد الفنون الصحفية، وتشمل الصحافة الاستقصائية كشف أمور خفية للجمهور، أمور إما أخفاها عمداً شخص ذو منصب في السلطة، أو اختفت صدفة خلف رُكام فوضوي من الحقائق والظروف التي



أصبح من الصعب فهمها، وتتطلب استخدام مصادر معلومات ووثائق سرية وعلنية (مارك هنتر، نلز هانسون، 2017:17).

**التعريف الإجرائي في البحث:** ( تتضمن القوالب الصحفية الاستقصائية وهي القوالب التي تهتم بالتحري والاستقصاء وجمع المعلومات التي تم نشرها على موقع أريج).

## 2. صحافة البيانات (Data Journalism):

هي عبارة عن تخصص في الصحافة يعكس الدور المتزايد لاستخدام البيانات الرقمية في إنتاج وتوزيع المعلومات في عصر الثورة الرقمية، وهي تعكس التفاعل المتزايد بين منتجي المحتويات (الصحفيون) والعديد من المجالات الأخرى المتنوعة مثل التصميم وعلوم الحاسوب والإحصاء (Bounegru , Chambers, and Gray, 2014).

**التعريف الإجرائي في البحث:** (هي التحقيقات الاستقصائية المدعومة بالبيانات التي تم نشرها على موقع أريج).

## خامساً: الإطار النظري للدراسة:

فقد استعانت الباحثة بكلاً من نظريتي (نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory نظرية تحليل الأطر Framing Analysis Theory)، وذلك من أجل الاعتماد على فروضها لترشدها في خطوات البحث المختلفة، حيث أنها تناسب الموضوعات الإعلامية الجديدة، وخاصة موضوع البحث الذي يهتم بالدور الذي تلعبه الأنماط الصحفية الجديدة كالصحافة الاستقصائية، وصحافة البيانات في ظل ثورة المعلومات، والثورة الهائلة في مجال الاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات أدت إلى تغير واضح في الثقافة الاتصالية والإعلامية في المجتمع، استوجب دراستها وفهم أبعادها وتأثيراتها المختلفة، وخلق مساحة كبيرة من الحرية والديموقراطية.

## • نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory:

تنص نظرية ثراء وسائل الإعلام على أن جميع قنوات الاتصال تملك خصائص معينة تجعلهم أقل أو أكثر ثراء، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هو تقليل غموض الرسالة، إذا كانت الرسالة غامضة، فإنها تكون غير واضحة، وبالتالي أكثر صعوبة على مستقبل الرسالة لفك شفرتها، فكلما كانت الرسالة غامضة، كلما زادت الحاجة إلى الإشارات والمعطيات اللازمة لفهمها، وتضع نظرية ثراء وسائل الإعلام وسائل الاتصال على مقياس متواصل يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على توصيل رسالة معقدة بكفاءة.

(Sheer, V.C., & Chen, L. 2004:76)

تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فاعلية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع الصدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، وقد تختلف وسائل الاتصال في ثراء معالجة المعلومات،

وهذا يعتمد على ردود الفعل، وقنوات الاتصال المستخدمة، وتنوع اللغة، والتركيز الشخصي، وكلما دمجت هذه الخصائص، كلما كان الوسيط أكثر ثراءً، فالإتصال الوجيه يعتبر أغنى وسائل الإتصال، لأنه يسمح بردود الفعل المتبادلة السريعة (مثل لغة الجسد وتعبيرات الوجه ونبرة الصوت) (Suh, 2019: 295). (K. S. 1999)

حيث قام كلاً من ريتشارد دافت (Richard L. Daft) وروبرت لينجل (Robert H. Lengel) بوضع النظرية في منتصف الثمانينات، ولاحقاً (Trevino) وأصبحت شائعة جداً إلى جانب انتشار وسائل الإتصال الإلكترونية، وتفتح النظرية الاستخدام الفعال لقناة الإتصال (الوسيط) من خلال مطابقة ثراء الوسيلة ومرادفة المهمة، حيث اهتم (Daft and Lengel) 1986 بأهمية تقليل عدم اليقين والمرادفة في معالجة المعلومات، وبشكل أكثر تحديداً، عدم اليقين هو نقص المعلومات، والذي يمكن أن يقلل من كمية المعلومات.

وتحدد النظرية على أساس توافر أربعة معايير رئيسية: ردود الفعل الفورية، إشارات متعددة، تنوع اللغة، والتركيز الشخصي، ويعرف Daft & Lengel نظرية ثراء وسائل الإعلام (بأن لها القدرة على تسهيل الفهم المشترك خلال فترة زمنية محددة، بمعنى أن وسائل الإتصال التي يمكنها التغلب على الأطر المرجعية المختلفة أو توضيح الأمور الغامضة لتغيير الفهم خلال فترة زمنية مناسبة تعتبر وسائل اتصال ثرية، بينما وسائل الإتصال التي تتطلب وقتاً طويلاً لتمكين أطراف العملية الاتصالية من الفهم، ولا تستطيع التغلب على وجهات النظر المختلفة تعتبر منخفضة الثراء، أو بعبارة أخرى ثراء الوسيلة يشير إلى قدرتها على تسهيل الفهم والمعاني المشتركة) (Ishii, K., Lyons, M. M., & Carr, S. A. ) 2019.

وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين، هما:

1. أن الوسائل الإعلامية التكنولوجية تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات والبيانات بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.
2. هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي، وهي سرعة رد الفعل، وقدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، استخدام اللغة الطبيعية (Mallory, R.2012).

### • نظرية تحليل الأطر Framing Analysis Theory:

نشأة النظرية وتطورها:

تعد نظرية تحليل الأطر واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الإتصال، لكونها تسمح للباحث بقياس المحتوى للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات، وتتميز نظرية "التأطير الإعلامي" بأنها نظرية ملائمة للتطبيق في بيئات إعلامية متنوعة، حيث تتناول دور القائم بالإتصال في صياغة الرسائل الإعلامية، كما تساعد على تقديم تحليل علمي لمعالجة رسائل المضمون، و تكتمل أركان النظرية بإمكانية دراسة تأثير المعالجة الإعلامية على معارف واتجاهات الجمهور، و لذلك

فإنه يتم التركيز في "تحليل الأطر" على العناصر الاتصالية الأربعة وهي: القائم بالاتصال، المحتوى، المتلقي، الثقافة (Scheufele, 1999:103-122)

وبسبب هذه التصورات الذهنية والغامضة عن مصطلح الأطر تم استخدامه بطريقة متكررة، لوصف عملية التأطير من حيث إبراز جوانب من الأحداث أو القضايا، دون غيرها، كما يتميز مفهوم الأطر عن غيره بأنها تحمل سمات التغطية الإعلامية، كما يعرف "انتمان Entman" مفهوم تحليل الأطر:

- (بأنها الطريقة التي من خلالها يتم إلقاء الضوء على الأطر الإعلامية، المؤثرة على الوعي البشري بما تحتويه من معلومات)

- (بأنه تحديد جوانب معينة من الواقع يتعلق بحدث ما أو قضية وجعلها أكثر بروزاً في المادة الإعلامية، فالأطر الإعلامية تساهم في بناء أطر الجمهور تجاه القضايا التي يتم إبرازها في المحتوى الإعلامي) (Robert M. Entman.2009:23)

### سادساً: الإطار المنهجي للدراسة:

#### 1. نوع الدراسة:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية وذلك من خلال محاولتها الخروج بمؤشرات أساسية حول واقع الممارسة المهنية للصحافة الاستقصائية ولصحافة البيانات على موقع أريج، حيث تستهدف الدراسة وصف وتحليل الصحافة الاستقصائية واستخدامها لتقنيات صحافة البيانات في القوالب الصحفية الاستقصائية على موقع أريج.

#### 2. المنهج المستخدم:

المنهج (هو عبارة عن جهد منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث) (محمد عبد الحميد، 2004:13)، وقد اعتمدت هذه الدراسة على:

1. منهج المسح الإعلامي بوصفه أحد المناهج الوصفية التي (تعتمد على وصف الظاهرة أو الموضوع من خلال جهد علمي منظم يتضمن جمع بيانات كافية عن الموضوع أو الظاهرة خلال فترة زمنية معينة وسياق مكاني معين (بركات عبد العزيز، 2012: 37)، وذلك من خلال (المسح بالمضمون) من خلال تحليل مضمون للتحقيقات الاستقصائية المدفوعة بالبيانات التي تم نشرها على موقع أريج.

#### 3. مجتمع وعينة الدراسة:

- مجتمع الدراسة: يتمثل في تحليل القوالب الصحفية الاستقصائية على موقع أريج لمدة عام كامل في الفترة من 1 يناير 2020 إلى 30 ديسمبر 2020.

#### - عينة الدراسة:

- تحليل مضمون لعددٍ من القوالب الصحفية الاستقصائية المدفوعة بالبيانات المنشورة على موقع أريج.

#### 4. أدوات جمع البيانات:

- تحليل المضمون:

قامت الباحثة باستخدام صحيفة تحليل المضمون وذلك لتحليل القوالب الصحفية الاستقصائية على موقع أريج وللإجابة على تساؤلات الدراسة، حيث تعتبر أسلوباً بحثياً يهدف إلى الوصف الموضوعي والكمي لمضمون وسائل الإعلام والتعرف على تأثير هذا المضمون (سامي طابع، 2001:231)، وقد تم عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين<sup>(1)</sup> المتخصصين، وقد تمت الاستفادة من ملاحظاتهم، بحذف أو إضافة بعض فئات التحليل.

#### - تحديد وحدات التحليل:

يقصد بها وحدة المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو تكرارها أو غيابها دلالات تفيد الباحثة في النتائج، حيث اعتمدت الباحثة على الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، وتتمثل في هذه الدراسة في:

- أ. الموقع كوحدة تحليل: تحليل المضمون العام للموقع من خلال شكل الموقع، أسلوب التصميم، استخدام الموقع، آليات التفاعل مع الموقع.
- ب. القوالب الصحفية كوحدة تحليل: حيث قامت الباحثة بتحليل القوالب الصحفية الاستقصائية على موقع أريج بواقع (56) قالب صحفي، خلال عام 2020.

#### تحديد فئات التحليل:

تنقسم فئات التحليل إلى:

- أ. فئات المضمون (ماذا قيل؟): كمضمون القالب الصحفي وطبيعة الفكرة، نوع الإطار الإعلامي واتجاهه، استراتيجيات الإقناع المستخدمة في القالب، البيانات المتضمنة بالقالب، تقنيات الحصول على المعلومات والبيانات.
- ب. فئات الشكل (كيف قيل؟): الفئات المعبرة عن تقنيات القالب، عناصر الإبراز، شكل القالب الصحفي، الوسائط المتعددة بالقالب، شكل التفاعل الموجود به.

#### سابعاً: نتائج الدراسة التحليلية:

#### أولاً: نتائج تحليل موقع أريج:

(<sup>1</sup>)المحكمين:

1. ا.د/ محرز غالى. أستاذ الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
2. ا.د/ محمد سعد إبراهيم. أستاذ الصحافة بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.
3. ا.د/ رضا عبد الواحد أمين. أستاذ الإعلام بكلية الإعلام - جامعة الأزهر.
4. ا.د/ محمد معوض. أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال- بمعهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
5. ا.د/ اعتماد خلف معبد. أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال- بمعهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
6. ا.د/ أسما حسين حافظ. أستاذ الصحافة بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة الزقازيق.
7. ا.م.د/ عالية عبد العال. أستاذ الإعلام- بكلية البنات-جامعة عين شمس.
8. د. ليديا صفوت إبراهيم. مدرس الإعلام - بكلية البنات- جامعة عين شمس.
9. د. إيمان صابر شاهين. مدرس الإعلام - بكلية البنات- جامعة عين شمس.

إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية (أريج) هي أول شبكة في العالم العربي رائدة في ترسيخ صحافة الاستقصاء عربياً؛ وفق منهجية حديثة ومهنية، تأسست شبكة أريج في عمان بالأردن عام 2005 للمساهمة في دعم صحافة استقصائية احترافية مستقلة ذات جودة عالية، من خلال تنظيم ورشات تدريب نوعية متقدمة وتوفير خبرات إشراف ومتابعة للصحفيين على يد إعلاميين محترفين، وتمويل إنتاج تحقيقات متنوعة والتشبيك مع منصات نشر عربية ودولية، تهدف أريج أن تساعد كل إعلامي/ة عربي/ة راغب في تعلم أساسيات أو التقدم في مجال الصحافة الاستقصائية .

مهمة أريج أن تكون رائدة في تعزيز مجال حيوي متصل ومتكامل يقوي الإعلاميين العرب من أجل صحافة الاستقصاء، بهدف رفع صحافة الاستقصاء، وهي عنصر أساسي في المجتمعات الحرة التي تركز إلى توثيق الحقائق، والتقصي في العمق بحثاً عن الوقائع من مصادر متعددة، وتوفر أيضاً مفتاحاً لضمان الشفافية، والمساءلة ومنصة لتنوع الآراء ووجهات النظر المتباينة .

### وذلك من خلال:

1. توفير تدريب نوعي من أهم المدربين الدوليين والعرب، في الميدان وعبر العالم الرقمي.
2. تقوية وتعزيز الصحفيين في عملهم ومنحهم طرقاتاً للتطور والاحتراف بمعايير عالمية .
3. تقديم وإدارة فرص تشبيك عبر مؤتمرات وندوات ومراكز بحث ومؤسسات أكاديمية ومنصات نشر عربية ودولية .

توفر أريج تدريبات متنوعة منها: مهارات السرد الإبداعي، تقنيات المقابلة الصحافية المبنية على مبدأ المساءلة، كيفية تقصي مجموعات سياسية مغلقة، عقود النفط والغاز، التلوث البيئي، حقوق الإنسان والمرأة خصوصاً، إلى جانب بناء نص تلفزيوني مشوق وتفسير البيانات، وتركز الشبكة خلال العام الجاري والسنوات المقبلة على توسيع تدريباتها النوعية على الأرض وفي العالم الرقمي، وأن تكون الرائدة في عالم متشابك ومتعاون لدعم الإعلاميين العرب في صحافة الاستقصاء، وتقوم الشبكة بذلك من خلال التدريب والإشراف والدعم اللوجستي والإنتاجي والبحثي والأكاديمي والتشبيكي مع منصات النشر ومراكز البحث والاستقصاء العالمية .

### مواصفات الموقع:

يتميز الموقع بأنه موقع ديناميكي، مختلط ، يتيح الدخول دون تسجيل مسبق عليه، يتميز بشعار أول أربعة حروف اختصاراً الـ (إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية) حروف (ARIJ) حرف (A) باللون الأحمر، وباقي الحروف باللون الأسود، يتضمن الموقع شريطاً في أول صفحة الموقع أسود يتضمن

التاريخ ( اليوم، الشهر، العام، التوقيت)، كما يتضمن على خمسة أيقونات ( عن أريج، اتصل بنا، English، فريق أريج، مجلس الإدارة) وثلاث من مواقع التواصل الاجتماعي ( Face book, Twitter, You Tube).

وشريط أسفله أبيض اللون يضم شعار الموقع ARIJ إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية، ويضم سته أيقونات ( الرئيسية، التحقيقات، الأخبار، ملتقى أريج منذ "عام 2015-2021"، الجائزة، مشاريعنا " شبكة مدققي المعلومات- أريج ألف- أكاديمية أريج- لن أبقى صامته- ابتكر للتحقيق- دبلوم صحافة البيانات- من المسؤول؟- 100 واط- عين أريج")، ومربع ابحث Search، كما نجد فى آخر الصفحة الرئيسية من صفحات للموقع على شبكات التواصل الاجتماعي Face book, Twitter, (You Tube, Instagram) والنشرة الإخبارية الشهرية عن طريق تسجيل البريد الإلكتروني والاشتراك في خدمة الأخبار.

ثانياً: نتائج التحليل للقوالب الصحفية الاستقصائية على موقع أريج:

### جدول رقم (1)

#### النطاق الجغرافي

النسبة المئوية (%)	التكرارات (ك)	البلد	النطاق الجغرافي
30,4%	17	مصر	محلي
16,1%	9	الأردن	إقليمي
9%	5	اليمن	
7,1%	4	فلسطين	
7,1%	4	لبنان	
5,4%	3	موريتانيا	
5,4%	3	سوريا	
3,5%	2	تونس	
1,8%	1	الكويت	
1,8%	1	البحرين	
1,8%	1	ليبيا	
1,8%	1	العراق	
1,8%	1	السودان	
1,8%	1	العالم العربي	

1,8%	1	فرنسا	دولي
1,8%	1	أوكرانيا	
1,8%	1	أمريكا	
100%	56		المجموع

توضح بيانات هذا الجدول أن مصر جاءت في المرتبة الأولى في عدد القوالب الاستقصائية التي تم نشرها على الموقع وذلك بعدد (17) قالب وبنسبة (30,4%) من إجمالي نسبة العينة، تليها من باقي الدول العربية الأردن بنسبة (16,1%)، واليمن بنسبة (9%)، وتساوت كلاً من فلسطين ولبنان في عدد القوالب الاستقصائية المنشورة بنسبة (7,1%)، تليهما موريتانيا وسوريا بنسبة (5,4%) ثم جاءت باقي الدول العربية كـ (تونس، البحرين، ليبيا، العراق، الكويت)، وجاءت بعض القوالب الاستقصائية التي تضمنت قضايا حول (أمريكا، فرنسا، أوكرانيا) بنسبة (1,8%) لكلاً منها، وقد ترجع الباحثة هذه النسبة إلى وجود عدد كبير من الصحفيين المصريين المشاركين بموقع أريج، إلى جانب تزايد انتشار الصحافة الاستقصائية داخل مصر والتي أصبحت محل اهتمام الكثير من الصحفيين المصريين الذين أصبحوا يتجهون إليها في كتاباتهم.

#### جدول رقم (2)

#### مضمون القالب الصحفي وطبيعة الفكرة

قوالب الصحافة الاستقصائية المستخدمة	ك	%
تحقيق استقصائي	15	37,5%
قصة استقصائية	15	37,5%
فيديو	6	15%
ملف*	3	7,5%
بودكاست	1	2,5%
المجموع	40	100%

يتضح من الجدول السابق تنوع أشكال القوالب الاستقصائية على موقع أريج ما بين (تحقيقات، وملفات، قصص استقصائية، فيديو، بودكاست)، حيث تساوت كلاً من التحقيقات الاستقصائية والقصص الاستقصائية (الفييتشر) في العدد المنشور على الموقع لكلاً منهما وذلك في المرتبة الأولى بنسبة (37,5%) من إجمالي القوالب الاستقصائية فالصحافة الاستقصائية في أساسها إما تحقيق استقصائي

\*الملف : هو أحد الأشكال الصحفية ويتضمن مجموعة من التحقيقات، وقد جاء أثناء الفترة الزمنية للتحليل على الموقع التي من (يناير 2020 إلى ديسمبر 2020) ثلاث ملفات :

1. ملف عن البدون تتضمن (2 تحقيق).
  2. ملف عن الكورونا تتضمن (12 تحقيق).
  3. ملف اقتصادي تتضمن (5 تحقيقات).
- وبذلك مجموع التحقيقات في الملفات الثلاث (19 تحقيق).

مدعم بالأدلة والمستندات أو قصصاً استقصائية تحكي جوانب إنسانية ومدعمة أيضاً بالمستندات التي تدعمها، تليهما الفيديوهات في المرتبة الثانية بنسبة (15%)، ثم الملفات في المرتبة الثالثة بنسبة (7,5%) حيث قام الموقع خلال هذه السنة بنشر ثلاث ملفات تنوعت موضوعاتها ما بين ( البدون "المهمشون في الكويت"، وملف آخر عن الكورونا في الدول العربية، وملف ثالث اقتصادي تتضمن عدداً من القضايا الاقتصادية من مختلف الدول ) حيث اشتملت هذه الملفات الثلاث علي (19 تحقيقاً استقصائياً)، كما جاء البودكاست في المرتبة الرابعة بنسبة (2,5%).

### جدول رقم (3)

#### طبيعة المضامين والقضايا المطروحة

طبيعة المضامين المطروحة	طبيعة القضايا والمشكلات	ك	%
قضايا اجتماعية	المهمشين	7	12,5%
	العمل والبطالة	3	5,4%
	الأغذية الفاسدة	2	3,6%
	الإهمال	1	1,8%
	نقص المياه	1	1,8%
	حوادث الطرق	1	1,8%
	زواج القاصرات	1	1,8%
صحية	قضايا كورونا	11	19,6%
	الإهمال الصحي	3	5,4%
	نقص المستشفيات	1	1,8%
اقتصادية	غسيل الأموال	5	9%
	فساد مالي	3	5,4%
	غش وتزوير	1	1,8%
	غسيل الأموال	1	1,8%
سياسية	فساد سياسي	3	5,4%
	هجرة غير شرعية	2	3,6%
	قمع الحريات	1	1,8%
قانونية	إجراءات قانونية	2	3,6%
	انتهاك القانون	1	1,8%
تعليمية	فساد تعليمي	2	3,6%
بيئية	التلوث البيئي	2	3,6%
أمنية	تجارة السلاح	1	1,8%



رياضية	مراكز الشباب	1	1,8%
المجموع		56	100%

يتضح من الجدول السابق تنوع المضامين والقضايا المطروحة داخل القوالب الصحفية، حيث احتلت (المضامين الاجتماعية) المرتبة الأولى بواقع (16) قالب صحفي تنوعت خلالها القضايا الاجتماعية ما بين "قضايا المهمشين" في المرتبة الأولى بنسبة (12,5%) تليها في المرتبة الثانية "قضايا العمل والبطالة" بنسبة (5,4%)، وفي المرتبة الثالثة قضايا "الأغذية الفاسدة" بنسبة (3,6%)، وتليها قضايا "الإهمال، حوادث الطرق، زواج القاصرات، نقص المياه"، حيث اختلفت بذلك مع دراسة (سارة محمود مصطفى، 2016) التي جاءت بها القضايا السياسية والصحية في المركز الأول بالنسبة لمجموع التحقيقات الاستقصائية عينة الدراسة ودراسة (دينا طارق محمود، 2018) التي تصدرت بها القضايا السياسية المضامين التي اهتمت بها المواقع الإخبارية عينة الدراسة، كما احتلت (المضامين الصحية) المرتبة الثانية بواقع (15) قالب صحفي، حيث احتلت "قضايا الكورونا" المرتبة الأولى بنسبة (19,6%)، تليها في المرتبة الثانية "قضايا الإهمال الصحي" بنسبة (5,4%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت "قضايا نقص المستشفيات" بنسبة (1,8%)، كما جاءت (المضامين الاقتصادية) في المرتبة الثالثة (10) قوالب صحفية تنوعت بينها القضايا المختلفة حيث احتلت "قضايا غسل الأموال" المرتبة الأولى بنسبة (9%)، وفي المرتبة الثانية "قضايا الفساد المالي" بنسبة (5,4%)، وتليها "قضايا تهريب الآثار، قضايا الغش والتزوير"، ثم جاءت (المضامين السياسية) في المرتبة الرابعة تنوعت ما بين قضايا "الفساد السياسي" في المرتبة الأولى بنسبة (5,4%)، وفي المرتبة الثانية "قضايا الهجرة غير الشرعية" بنسبة (3,6%)، كما جاءت (المضامين القانونية) في المرتبة الخامسة حيث جاءت "قضايا الإجراءات القانونية" في المرتبة الأولى بنسبة (3,6%)، تليها "قضايا الانتهاكات القانونية" بنسبة (1,8%)، كما جاءت مجموعة من (القضايا البيئية) كالتلوث البيئي، و(القضايا الأمنية) كتجارة السلاح، و(القضايا الرياضية) كمراكز الشباب.

#### جدول رقم (4)

#### يوضح نوع الاطار الاعلامي

نوع الاطار الاعلامي	ك	%
يتضمن أكثر من إطار	34	69,4%
الاهتمامات الانسانية	11	22,4%
النتائج الاقتصادية	3	6,1%
الصراع	1	2,1%
المجموع	*49	100%

من بيانات الجدول السابق يتضح أن تنوعت الأطارات داخل نفس القالب الاستقصائي الواحد حيث جاءت فئة (أكثر من إطار) في المرتبة الأولى بنسبة (69,4%) حيث وجدت الباحثة أن الموضوع الواحد

\*تمثلت العينة الفعلية للقوالب الاستقصائية في (49) قالب استقصائي ما بين تحقيقات، وقصص استقصائية حيث ركزت الباحثة على الأشكال المكتوبة لذلك تم حذف (7) قوالب ما بين (6) فيديو، (1) بودكاست.

تضمن على إطارات متنوعة ما بين ( الصراع، والمسؤولية، الأخلاق، الاهتمامات الإنسانية، النتائج الاقتصادية)، وقد جاءت الموضوعات التي احتوت على (أطر الاهتمامات الإنسانية) في المرتبة الثانية بنسبة (22,4%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت أطر (النتائج الاقتصادية) بنسبة (6,1%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت (أطر الصراع) بنسبة (2,1%).

#### جدول رقم (5) طبيعة الإطار الإعلامي

طبيعة الإطار	ك	%
إطار خاص أو محدد	23	46,9%
إطار مزدوج	22	44,9%
إطار عام أو مجرد	4	8,2%
المجموع	49	100%

يوضح الجدول السابق طبيعة الأطر الموجودة داخل القالب الصحفي، حيث تنوعت ما بين أطر خاصة، عامة، ومزدوجة، وجاءت (الأطر الخاصة أو المحددة) في المرتبة الأولى بنسبة (46,9%) حيث ركزت هذه القوالب على قضايا بعينها ومحددة، بينما في المرتبة الثانية جاءت (الأطر المزدوجة) التي جمعت بين أحداث محددة وأحداث عامة وذلك بنسبة (44,9%)، وجاءت (الأطر العامة أو المجردة) التي تقدم القضايا والأحداث في سياق عام في المرتبة الثالثة بنسبة (8,2%).

#### جدول رقم (6) اتجاه الإطار داخل القالب الصحفي

اتجاه الإطار	ك	%
سلبي	38	77,6%
محايد	8	16,3%
إيجابي	3	6,1%
المجموع	49	100%

يتبين من الجدول السابق تنوع اتجاه الأطر داخل القالب الصحفي ما بين أطر سلبية، إيجابية، محايدة، فجاءت (الأطر السلبية) في المرتبة الأولى بنسبة (77,6%) حيث ركزت أغلب القوالب الصحفية على أحداث سلبية، وجاءت (الأطر المحايدة) في المرتبة الثانية بنسبة (16,3%)، كما جاءت (الأطر الإيجابية) في المرتبة الثالثة بنسبة (6,1%)، حيث جاء اتجاه الإطار سلبي في المرتبة الأولى وهو ما يتضمن القضايا السلبية أو المشكلات وهو الدور الرئيسي الذي تقوم عليه الصحافة الاستقصائية في معالجة المشكلات وكشف الفساد.

#### جدول رقم (7) الأطر المرجعية داخل القالب الصحفي

الأطر المرجعية	ك	%
أكثر من إطار	31	63,3%

إنسانية	12	24,5%
قانونية	4	8,2%
تاريخية	1	2%
سياسية	1	2%
<b>المجموع</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>

يوضح الجدول السابق أشكال الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها القوالب الصحفية حيث جاءت فئة (أكثر من إطار) التي تضمنت مجموعة من الأطر داخل نفس القالب ما بين سياسية وقانونية، إنسانية، تاريخية، في المرتبة الأولى بنسبة (63,3%)، تليها (الأطر الإنسانية) في المرتبة الثانية بنسبة (24,5%)، كما جاءت (الأطر القانونية) في المرتبة الثالثة بنسبة (8,2%)، تليها (الأطر السياسية والتاريخية) بنسبة (2%) لكلاً منهما.

#### جدول رقم (8)

##### استراتيجيات الإقناع المستخدمة في المعالجة

استراتيجيات الإقناع المستخدمة	ك	%
أكثر من شكل	42	85,7%
الصور فقط	4	8,2%
الوثائق والمستندات فقط	2	4,1%
إنفوجراف فقط	1	2%
<b>المجموع</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>

يوضح الجدول السابق تنوع استراتيجيات الإقناع المستخدمة داخل القوالب الصحفية، فقد جاءت في المرتبة الأولى (أكثر من شكل) وهو تنوع استراتيجيات الإقناع داخل القالب الصحفي الواحد حيث تتنوع بداخله ما بين "صور ووثائق ومستندات، ومقاطع صوتية، مقاطع فيديو، إنفوجراف" وجاءت بنسبة (85,7%)، وجاءت (الصور فقط) في المرتبة الثانية بنسبة (8,2%)، تليها (الوثائق والمستندات) في المرتبة الثالثة بنسبة (4,1%)، وجاء (الإنفوجراف) في المرتبة الرابعة بنسبة (2%).

#### جدول رقم (9)

##### عدد الآراء داخل القالب

عدد الآراء	ك	%	
أكثر من رأي	متناقضين	30	61,2%
	متفقين	17	34,7%
رأي واحد	2	4,1%	
<b>المجموع</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>	

يتبين من الجدول السابق أن (أكثر من رأي) جاءت في المرتبة الأولى، سواء كانت الآراء متفقين أو متناقضين، وهذا يدل على كثرة الآراء داخل القالب الاستقصائي سواء أكانت متفقة أو متناقضة، فقد

جاءت (المتناقضين) في المرتبة الأولى بنسبة (61,2%) وهذا يدل على التنوع داخل القالب الاستقصائي، تليها (المتفقين) بنسبة (34,7%) في المرتبة الثانية، وقد جاء (الرأي الواحد) في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (4,1%).

#### جدول رقم (10)

##### اتجاه عرض الفكرة داخل القالب الصحفي

اتجاه عرض الفكرة	ك	%
محايد	35	71,4%
مؤيد	14	28,6%
المجموع	49	100%

يتضح من الجدول السابق أنه قد جاء اتجاه عرض الفكرة داخل القالب الصحفي بالمرتبة الأولى للاتجاه (المحايد) داخل القالب الصحفي وذلك بنسبة (71,4%)، كما جاء الاتجاه (المؤيد) في المرتبة الثانية بنسبة (28,6%)، ولم يحظى الاتجاه المعارض بأي نسبة.

#### جدول رقم (11)

##### البيانات المتضمنة في القالب الصحفي

نوع البيانات في القالب	ك	%	دعم البيانات
أكثر من بيان	18	34,7%	مدعم بالبيانات
بيانات قياسية	4	8,2%	
بيانات اجتماعية	4	8,2%	
بيانات مالية	3	6,1%	
بيانات جغرافية	2	4,1%	
بيانات شخصية	1	2%	
غير مدعم بالبيانات	17	34,7%	
المجموع	49	100%	

يوضح الجدول السابق أن أغلب القوالب دُعمت بالبيانات مع اختلاف البيانات ما بين "بيانات مالية، جغرافية، قياسية، شخصية، بيانات اجتماعية" حيث جاءت فئة (مدعم بالبيانات) في المرتبة الأولى بنسبة (65,3%)، حيث جاء تضمن القالب على (أكثر من بيان) بنسبة (36,7%)، تليها (البيانات القياسية، والاجتماعية) بنسبة (8,2%) لكلاً منهما، وجاءت (البيانات المالية) بنسبة (6,1%)، وتليها (البيانات الشخصية) بنسبة (2%)، كما جاءت (غير مدعم بالبيانات) في المرتبة الثانية بنسبة (34,7%).

#### جدول رقم (12)

##### تقنيات الحصول على المعلومات والبيانات

تقنيات الحصول على المعلومات	ك	%
العمل الميداني	22	44,9%

أكثر من تقنية	15	30,6%
البيانات مفتوحة المصدر على الإنترنت	5	10,2%
تسريب الملفات	4	8,2%
تجارب أجريت داخل القالب	3	6,1%
المجموع	49	100%

يتبين من الجدول السابق أن ( العمل الميداني) جاء في المرتبة الأولى من تقنيات الصحفي في الحصول على المعلومات والبيانات داخل القالب الصحفي، وذلك بنسبة (44,9%)، تليها في المرتبة الثانية (أكثر من تقنية) ما بين "استبيانات، تجارب، الكاميرا السرية، التتروإخفاء الهوية، التتبع السري للبيانات، غيرها بنسبة (30,6%)، وفي المرتبة الثالثة جاء استخدام (البيانات مفتوحة المصدر على الإنترنت) بنسبة (10,2%)، تليها في المرتبة الرابعة (تسريب الملفات) والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات داخل القوالب الصحفية، بنسبة (8,2%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت ( التجارب التي أجريت) وذلك بنسبة (6,1%).

#### جدول رقم (13)

##### تقنيات العمل داخل القالب

طبيعة العمل	ك	%
فردى	31	63,3%
ثنائي	10	20,4%
جماعى	8	16,3%
المجموع	49	100%

يتضح من الجدول السابق جاءت أغلب الأعمال الصحفية المنشورة على الموقع (أعمال فردية) قام بها صحفى واحد في المرتبة الأولى، على الرغم من وجود معاونين آخرين لبعض الصحفيين فى قوالبهم " كمصمى الإنفوجراف، مصورين" وجاءت بنسبة (63,3%)، تليها القوالب الصحفية (الثنائية) بنسبة (20,4%) في المرتبة الثانية، كما جاءت (الأعمال الجماعية) في المرتبة الثالثة بنسبة (16,3%).

#### جدول رقم (14)

##### طول القالب الصحفى

طول القالب	ك	%
طويل (أكثر من 100 سطر)	25	51%
متوسط (من 100-50)	23	47%
قصير (أقل من 50 سطر)	1	2%
المجموع	49	100%

يوضح الجدول السابق أن أغلب القوالب الصحفية على الموقع تميزت بالطول (طويل) "أكثر من 100 سطر" حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (51%)، تليها في المرتبة الثانية (متوسط) "من 50-

100" سطر) بنسبة (47%)، وجاءت (قصير "أقل من 50 سطر") بنسبة (2%)، حيث غالبًا ما تتميز القوالب الاستقصائية بالطول وذلك لكثرة التفاصيل والمستندات التي يتم ذكرها داخلها والاستناد لأدلة وبيانات مختلفة.

#### جدول رقم (15) عناصر الإبراز في القالب الصحفي

استخدام الألوان في العناوين	ك	%
لون واحد	40	81,6%
لونان	7	14,3%
أكثر من لونين	2	4,1%
المجموع	49	100%

تنوعت عناصر الإبراز داخل القالب الصحفي ما بين استخدام "الألوان، الصور، الفيديو، غيرها"، حيث تنوعت استخدام الألوان داخل القالب الصحفي سواء في العناوين، أو المتن، أو في خلفية القالب الصحفي، فجاء استخدام (لون واحد) في العناوين في المرتبة الأولى بنسبة (81,6%) وغالبًا ما جاء اللون الأبيض في أغلب العناوين، تليها في المرتبة الثانية استخدام (لونان) بنسبة (14,3%) جاء أغلبهم من اللونين الأبيض والأحمر، وجاءت (أكثر من لونين) في المرتبة الثالثة بنسبة (4,1%).

#### جدول رقم (16) استخدام الألوان في المتن

استخدام الألوان في المتن	ك	%
لون واحد	28	57,1%
لونان	21	42,9%
المجموع	49	100%

جاء استخدام لون واحد في المتن في المرتبة الأولى بنسبة (57,1%) ما بين اللونين الأسود والأبيض، حيث غلب اللون الأسود على أغلب القوالب في كتابة المتن، كما جاء استخدام (لونان) في المتن في المرتبة الثانية بنسبة (42,9%) كما جاء أغلبها مستخدمة اللونين الأحمر والأسود، حيث أشار الأسود للنص الثابت، والأحمر تتضمن النص الفائق وذلك لتميزه، حيث بالضغط عليه يفودنا لصفحات أخرى أو مستندات وبيانات ملحقه بالتحقيق.

#### جدول رقم (17) استخدام الألوان في خلفية القالب

استخدام الألوان في الخلفية	العدد	%
لون واحد	25	51%
لونان	15	30,7%
أكثر من لونين	9	18,4%
المجموع	49	100%

يتضح من الجدول السابق أن أغلب الخلفيات اعتمدت على (لون واحد) حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (51%) حيث اعتمدت أغلبها على اللون الأبيض للخلفية، تليها في المرتبة الثانية (لونان) بنسبة (30,7%) تنوعت ما بين أسود وأحمر، أو أبيض ورصاصي، أو الأبيض والأحمر، وجاءت (أكثر من لونين) في المرتبة الثالثة بنسبة (18,4%).

#### جدول رقم (18)

##### استخدام الصور كأحد عناصر الإبراز

الصور	ك	%	
يوجد	متوسطة (من 5-10)	24	49%
	قليلة (أقل من 5 صور)	12	24,5%
	كثيرة (أكثر من 10)	4	8,2%
لا يوجد صور	9	18,4%	
المجموع	49	100%	

يتبين من الجدول السابق اعتماد القوالب الصحفية على الموقع على استخدام الصور كأحد عناصر الإبراز بشكل كبير حيث جاء وجود الصور بنسبة (81,6%) تنوعت ما بين كثيرة، ومتوسطة، وقليلة، فقد جاءت الصور (المتوسطة "من 5-10") في المرتبة الأولى بنسبة (49%)، تليها في المرتبة الثانية (قليلة "أقل من 5 صور") بنسبة (24,5%)، وفي المرتبة الثالثة (كثيرة "أكثر من 10 صور") بنسبة (8,2%)، كما جاءت (لا يوجد صور) عدم وجود صور داخل القوالب الصحفية بنسبة (18,4%).

#### جدول رقم (19)

##### التعليق على الصور

التعليق على الصور	ك	%
لا يوجد تعليق	40	81,6%
وصفي	9	18,4%
المجموع	49	100%

يوضح الجدول السابق تضمن أغلب الصور داخل القوالب الصحفية على (لا يوجد تعليق) في المرتبة الأولى بنسبة (81,6%)، كما جاءت التعليقات (الوصفية) في المرتبة الثانية بنسبة (18,9%).

#### جدول رقم (20)

##### نوع الصور داخل القوالب الصحفية

نوع الصور	ك	%	
موضوعية فقط (خبرية)	وثائق	14	35%
	مكان الحدث	6	15%
	أضرار	5	12,5%
كلتاها معاً	13	32,5%	
شخصية فقط	1	2,5%	

2,5%	1	خبراء
100%	40	المجموع

يوضح الجدول السابق تنوع الصور داخل القوالب الصحفية ما بين شخصية وموضوعية وكتاهما، حيث جاءت (الصور الموضوعية) في المرتبة الأولى بنسبة (62,5%)، فجاءت "صور الوثائق" في المرتبة الأولى بنسبة (35%)، تليها صور (لأماكن الحدث) بنسبة (15%)، ثم صور (للأضرار الناجمة) بنسبة (12,5%)، وجاءت القوالب التي تضمنت الصور الشخصية والموضوعية (كتاهما معاً) في المرتبة الثانية بنسبة (32,5%)، كما جاءت (الصور الشخصية) في المرتبة الثالثة، حيث تساوى كلاً من صور (المسؤولون، والخبراء) بنسبة (2,5%) لكلاً منهما.

### جدول رقم (21)

#### طريقة عرض المحتوى داخل القالب الصحفي

شكل القالب	ك	%
نص + صورة + فيديو + تصميم	16	32,7%
نص + تصميم + صورة	8	16%
نص + صورة	5	10,2%
صورة + فيديو + نص + صوت	5	10,2%
نص + صورة + فيديو	3	6,1%
نص + صورة + فيديو + تصميم + صوت	3	6,1%
نص + تصميم	2	4,1%
نص + تصميم + فيديو	2	4,1%
نص + صوت + تصميم	1	2%
نص + صورة + صوت	1	2%
نص + تصميم + صورة + صوت	1	2%
نص + فيديو	1	2%
نص فقط	1	2%
المجموع	49	100%

ينتضح من الجدول السابق تنوع طرق عرض المحتوى داخل القوالب الصحفية على الموقع فقد جاء (نص + صورة + فيديو + تصميم) في المرتبة الأولى بنسبة (32,7%)، تليها (نص + تصميم + صورة) في المرتبة الثانية بنسبة (16%)، وتساوى في المرتبة الثالثة (نص + صورة) و (صورة + فيديو + نص + صوت) بنسبة (10,2%) لكلاً منهما، كما تساوى في المرتبة الرابعة كلاً من (نص + صورة + فيديو + تصميم + صوت) و (نص + صورة + فيديو) بنسبة (6,1%) لكلاً منهما، وفي المرتبة الخامسة تساوى كلاً من (نص + تصميم + فيديو) و (نص + تصميم) بنسبة (4,1%) لكلاً منهما.



جدول رقم (22)

نوع التفاعل داخل القالب الصحفي

نوع التفاعل المستخدم في القالب	ك	%
لا يوجد تفاعل	30	61,2%
القدرة على تغيير الحجم zoom in Zoom out	12	24,5%
التحكم في اظهار التفاصيل المراد عرضها	5	10,2%
كلتاها	2	4,1%
المجموع	49	100%

يوضح الجدول السابق تنوع التفاعل داخل القوالب الصحفية، حيث لم تتضمن أغلب القوالب الصحفية على الموقع على أشكالاً تفاعلية، فقد جاء (لا يوجد تفاعل) بالنسبة الأكبر بنسبة (61,2%)، بينما جاء (وجود التفاعل) داخل القوالب الصحفية بنسبة (38,8%) فقد جاءت (القدرة على تغيير الحجم zoom in- zoom out) في المرتبة الأولى من التفاعل بنسبة (24,5%) وذلك من خلال القدرة على التحكم في الصور، وفي القالب نفسه من خلال تكبير أو تصغير حجم الخط، كما تضمنت بعض القوالب في قدرتها على تحويلها بلغة الإشارة " كتحقيق التواصل مقطوع"، تليها (التحكم في إظهار التفاصيل المراد عرضها) بنسبة (10,2%) كما في " تحقيق الأرجوت إلى موائد المصريين، الحبس داخل كرسي، مراكز الشباب تسقط الإناث من حساباتها" حيث تضمنت جميعها عرض لأشكال إنفوجراف وخرائط، ورسوم بيانية تظهر معلومات عند الضغط عليها، كما جاءت القوالب التي تحتوي على (كلتاها) في المرتبة الثالثة بنسبة (4,1%) كما في "تحقيق مياه مصر نصف الكوب الفارغ، اختلاط مميت على الطريق الصحراوي".

جدول رقم (23)

الوسائط المتعددة في النص

الوسائط المتعددة في النص	ك	%
نص ثابت	32	65,3%
نص ثابت وفائق معاً	17	34,7%
المجموع	49	100%

تنوع شكل النص داخل القوالب الصحفية على الموقع ما بين (نص ثابت فقط) في أغلب القوالب الصحفية على الموقع بنسبة (65,3%)، وفي المرتبة الثانية (نص الثابت والفائق معاً) بنسبة (34,7%) حيث نجدها في "تحقيق إذن المخاصمة، معجمات قاتلة في الأسواق المصرية، شواطئ سود".

جدول رقم (24)

استخدام الوسائط المتعددة داخل القوالب الصحفية

الروابط الفائقة	ك	%
-----------------	---	---

الجدول تنوع	Hyper Link		يوضح السابق الروابط
	%	ك	
	40,8%	20	لا يوجد
	34,7%	17	روابط خارجية
	18,4%	9	كلتاها
	6,1%	3	روابط داخلية
	100%	49	المجموع

الموجودة داخل القوالب الصحفية على الموقع والتي تقود القارئ للمستندات والوثائق المختلفة سواء داخل القالب نفسه أو عن طريق روابط خارجية على صفحات أخرى، فقد جاءت وجود وثائق داخل التحقيق سواء من خلال روابط داخلية أو خارجية أو كلتاها معاً جاءت بنسبة (59,2%) فقد جاءت ( الروابط الخارجية) في المرتبة الأولى بنسبة (34,7%) كما في " تحقيق ذهب كالتوت، وتحقيق وثائق تشتبه بتمويل مصرف دوتشيه لداغش، معقات قاتلة في الأسواق المصرية، قابلة للاشتعال، جنازات وهمية"، تليها ( كلتاها داخلية وخارجية) في المرتبة الثانية بنسبة (18,4%) كما في تحقيق "حرب اليمن شراء الولاء بنجوم الرتب العسكرية، شواطئ سود، الأرجوت إلى موائد المصريين، وزارة الثقافة مولت مشاريع وهمية"، كما تأتي في المرتبة الثالثة ( الروابط الداخلية) بنسبة (6,1%) كما في تحقيق "جدار الموت بين إلب وتركيا، جباية غير قانونية من جيوب الفلسطينيين"، كما جاء عدم وجود وثائق ومستندات (لا يوجد روابط) بنسبة (40,8%) كتحقيق "محاجر الموت في اليمن فوضى وتلوث، كورونا تسهل القمع في العالم العربي، سجناء الإجراءات رهائن أديون، إختراق وبائي، كورونا قنبلة موقوته أخرى في الشمال السوري"

#### جدول رقم (25)

##### ملفات الصوت داخل القوالب الصحفية

ملفات الصوت	ك	%
لا يوجد	39	79,6%
يوجد	10	20,4%
المجموع	49	100%

يتبين من الجدول السابق أن أغلب القوالب الصحفية لم تتضمن على ملفات صوت لدعمها، حيث جاءت (لا يوجد) في المرتبة الأولى بنسبة (79,6%)، كما (يوجد ملفات صوت) بنسبة (20,4%) كما في تحقيق "لا مستشفيات للفقراء، اختراق وبائي بري تفاقم بؤر كوفيد19، حرب اليمن شراء الولاء بنجوم الرتب العسكرية، جنازات وهمية".

#### جدول رقم (26)

##### ملفات الفيديو داخل القوالب الصحفية

ملفات الفيديو	ك	%
يوجد	26	53,1%
لا يوجد	23	46,9%
المجموع	49	100%

6,1%	3	أكثر من مصدر
40,8%	20	لا يوجد
100%	49	المجموع

يوضح الجدول السابق وجود ملفات الفيديو داخل القوالب الصحفية فقد جاءت (وجود ملفات فيديو) في المرتبة الأولى بنسبة (59,2%) تنوعت ما بين (الفيديوهات التي سجلها الصحفي بنفسه) بنسبة (53,1%) كما جاءت في "محاجر الموت، جدار الموت بين إلب و تركيا، جباية غير قانونية من جيوب الفلسطينيين، خضار بالسموم في الأسواق الفلسطينية"، و(أكثر من مصدر) التي تنوعت بين " مقاطع من إنتاج برامج تليفزيونية، سجلها شهود عيان، من موقع اليوتيوب" حيث جاءت بنسبة (6,1%) حيث وجدت في "حرب اليمن- شراء الولاء بنجوم الرتب العسكرية، شواطئ سود، معجمات قاتلة في الأسواق المصرية" كما تميزت الفيديوهات بالتفاعلية حيث وفرت فرصة للمشاركة مع الغير عن طريق (Share)، كما جاءت بعض القوالب التي لم تتضمن مقاطع فيديو، وذلك بنسبة (40,8%) كما في " ما خلف القناع، بروتوكولات كورونا، جمهورية الخوف من بوست، اختلاط مميت على الطريق الصحراوي، مياه مصر نصف الكوب الفارغ".

#### جدول رقم (27)

#### أشكال الانفوجراف في القالب الصحفي

%	العدد	أشكال الانفوجراف في القالب
57,1%	28	أكثر من شكل
22,4%	11	لا يوجد
8,2%	4	أشكال
4,1%	2	خرائط
2,04%	1	مخططات مبعثرة أو فقاعية
2,04%	1	رسوم عمودية بيانية
2,04%	1	رسوم دائرية بيانية
2,04%	1	رموز
100%	49	المجموع

يتبين من الجدول السابق تنوع أشكال الانفوجراف المستخدمة في القوالب الصحفية المختلفة فوجدت داخل القوالب بنسبة (77,6%)، كما جاء (وجود أكثر من شكل) داخل القالب الصحفي في المرتبة الأولى بنسبة (57,1%) تنوعت ما بين "الرموز، الرسوم البيانية، العمودية، الخلية، الخرائط" كما في "جدار الموت، شركات تنتهك حقوق عمال النظافة، خضار بالسموم في الأسواق الفلسطينية، عدوان التقاعد القسري، ضرائب المحروقات ملايين مفقودة"، وجاءت (الأشكال) بنسبة (8,2%) كما في "جباية غير قانونية من جيوب الفلسطينيين، اختراق وبائي، ذهب كالتوتي"، تليها (الخرائط) بنسبة (4,1%) كما في "الأرجوت إلى موائد المصريين، هجوم باريس لعنة الاسم"، تليها (الرموز، الرسوم البيانية، الدائرية، المخططات

الفاعية) بنسبة (2,04%)، وقد جاءت (لا يوجد) بنسبة (22,4%) " ما خلف القناع، قيود أمنية عابرة للأجيال، سمسة جوية، الطريق إلى الصحراء الكبرى، سجناء الإجراءات رهائن أديون، محاجر الموت في اليمن).

### جدول رقم (28)

#### آليات التفاعل في التحقيق

المشاركة عبر مواقع التواصل	ك	%
يوجد	38	77,6%
لا يوجد	11	22,4%
المجموع	49	100%

يتضح من الجدول السابق تنوع المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة حيث جاءت ( يوجد مشاركة) بنسبة (77,6%) جاءت بمشاركة عبر (Face book, Twitter, google book mark, Linked in, G. Mail) بينما تتيح الفيديوهات المشاركة والتفاعل عن طريق إمكانية كتابة التعليقات حول رأى القارئ ومشاركتها عبر (Face book, Twitter).

#### ■ التعليق العام على نتائج تحليل المضمون:

1. جاءت مصر في المرتبة الأولى في عدد القوالب الاستقصائية التي تم نشرها على الموقع وذلك بعدد (17) قالب وبنسبة (30,4%) من إجمالي نسبة العينة، تليها مجموعة من باقي الدول العربية.
2. تنوعت أشكال القوالب الاستقصائية على موقع أريج ما بين (تحقيقات، وملفات، قصص استقصائية، فيديو، بودكاست)، حيث تساوت كلاً من التحقيقات الاستقصائية والقصص الاستقصائية (الفيشر) على الموقع لكلاً منهما في المرتبة الأولى.
3. تنوع المضامين والقضايا المطروحة داخل القوالب الصحفية، حيث احتلت (المضامين الاجتماعية) المرتبة الأولى ما بين "قضايا المهمشين، قضايا العمل والبطالة، الأغذية الفاسدة، الإهمال، حوادث الطرق، زواج القاصرات، نقص المياه"، كما احتلت (المضامين الصحية) المرتبة الثانية "كقضايا الكورونا، والإهمال الصحي، ونقص المستشفيات".
4. تنوعت الإطارات داخل نفس القالب الاستقصائي الواحد حيث جاءت فئة (أكثر من إطار) في المرتبة الأولى بنسبة (69,4%) ما بين (الصراع، والمسؤولية، الأخلاق، الاهتمامات الإنسانية، النتائج الاقتصادية)، وتنوعت ما بين أطر خاصة، عامة، ومزدوجة، وجاءت (الأطر الخاصة أو المحددة) في المرتبة الأولى بنسبة (46,9%) التي اعتمدت على قضايا بعينها ومحددة، بينما في المرتبة الثانية (الأطر المزدوجة) التي جمعت بين أحداث محددة وأحداث عامة.
5. تنوعت استراتيجيات الإقناع المستخدمة داخل القوالب الصحفية، فقد جاءت في المرتبة الأولى (أكثر من شكل) حيث تنوعت استراتيجيات الإقناع داخل القالب الصحفي الواحد ما بين "صور ووثائق ومستندات، ومقاطع صوتية، مقاطع فيديو، إنفوجراف" بنسبة (85,7%).

6. دُعمت أغلب القوالب الصحفية بالبيانات مع اختلاف البيانات ما بين " بيانات مالية، جغرافية، قياسية، شخصية، بيانات اجتماعية " حيث جاءت فئة ( مدعم بالبيانات) في المرتبة الأولى بنسبة (65,3%)، حيث تضمن قالب على (أكثر من بيان) بنسبة (36,7%)، تليها (البيانات القياسية، والاجتماعية) بنسبة (8,2%) لكلاً منهما.
7. جاء العمل الميداني في المرتبة الأولى من تقنيات الصحفي في الحصول على المعلومات والبيانات داخل القالب الصحفي، وذلك بنسبة (44,9%).
8. جاءت (الصور الموضوعية) في المرتبة الأولى بنسبة (62,5%)، كـ"صور الوثائق" في المرتبة الأولى بنسبة (35%)، تليها صور (لأماكن الحدث) بنسبة (15%)، ثم صور (للأضرار الناجمة) بنسبة (12,5%).
9. تنوعت أشكال الإنفوجراف المستخدمة في القوالب الصحفية المختلفة فوجدت داخل القوالب بنسبة (77,6%)، كما جاء (وجود أكثر من شكل) داخل القالب الصحفي في المرتبة الأولى بنسبة (57,1%) تنوعت ما بين " الرموز، الرسوم البيانية، العمودية، الخطية، الخرائط".

## المراجع:

1. أحمد إبراهيم حماد & غسان إبراهيم حرب. (2021). معالجة الصحافة الفلسطينية المطبوعة لقضايا الشباب دراسة تحليلية مقارنة. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية. مجلد 29. العدد 2.
2. أمل منير كامل (2018). معالجة الإنفوجراف للقضايا المجتمعية في الصحف المصرية والأجنبية- دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف المصرية والأمريكية والبريطانية. رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام - كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
3. بركات عبد العزيز (2012). مناهج البحث الإعلامي. القاهرة- دار الكتاب الحديث. ص 37.
4. دينا طارق محمود (2018). محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال. رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
5. رالا أحمد محمد عبد الوهاب & هبة محمد شفيق (2017). مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين القادمين 2017-2037. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال. العدد (19). ص 120-137.
6. سارة محمود مصطفى (2016). أساليب الصحافة الاستقصائية التلفزيونية ودورها في معالجة القضايا المجتمعية العربية. رسالة ماجستير. قسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
7. سامي طابع (2001). بحوث الإعلام. القاهرة- دار النهضة العربية. الطبعة الأولى. ص 231.
8. فاطمة الأحمدى (2021). اتجاهات النخبة المصرية نحو معالجة المواقع الاستقصائية للقضايا العربية دراسة تطبيقية. مجلة كلية الآداب (الزقازيق).
9. مارك هنتر & نلز هانسون (2017). على درب الحقيقة- دليل أريج للصحافة العربية الاستقصائية. أول دليل تدريبي للصحفي المتقصى في العالم العربي- يصدر عن شبكة إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية (أريج). ص 17.
10. محمد عبد الحميد (2007). الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت. القاهرة- عالم الكتب للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية. ص 192.
11. محمد عبد الحميد (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة- عالم الكتب. ص 13.

## References:

1. Choi, J. P., & Yang, S. (2021). Investigative journalism and media capture in the digital age. Information Economics and Policy, 57, 100942.
2. de-Lima-Santos, M. F., & Mesquita, L. (2021). Data Journalism Beyond Technological Determinism. Journalism Studies, 22(11), 1416-1435.
3. Dearing, J. W. (2009). Applying diffusion of innovation theory to intervention development. Research on social work practice, 19(5), 503-518.

4. Enfield, J., Myers, R. D., Lara, M., & Frick, T. W. (2012). Innovation diffusion: assessment of strategies within the diffusion simulation game. *Simulation & Gaming*, 43(2), 188-214.
5. Ishii, K., Lyons, M. M., & Carr, S. A. (2019). Revisiting media richness theory for today and future. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 1(2), 124-131.
6. Lanosga, G., & Martin, J. (2018). Journalists, sources, and policy outcomes: Insights from three-plus decades of investigative reporting contest entries. *Journalism*, 19(12), 1676-1693.
7. Mallory, R: 11 Amazing Augmented Reality Ads. *Business Insider*. (2012), Retrieved from: <http://www.businessinsider.com/11-amazing-augmentedrealityads->
8. Riaz, S. (2021). Factors Affecting Investigative Journalism in Pakistan: Exploring Journalists' Perceptions. *Journal of Media Studies*, 35(2).
9. Robertson, T. S. (1967). The process of innovation and the diffusion of innovation. *Journal of marketing*, 31(1), 14-19.
10. Robert M. Entman(2009): "Projections of power: Framing News, Public Opinion, and U.S Foreign Policy Studies in Communication", University of Chicago Press, P.23.
11. Sheer, V.C., & Chen, L. (2004). Improving Media Richness Theory: A Study of Interaction Goals, Message Valence, and Task Complexity in-Manager Subordinate Communication. *Management Communication Quarterly*, 18, P.76.
12. Siricharoen, W. V. (2013, May). Info graphics: the new communication tools in digital age. In *The international conference on e-technologies and business on the web (ebw2013)* (pp. 169-174).
13. Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of communication*, 49(1), 103-122.
14. Sun, J. (2016). Tool choice in innovation diffusion: A human activity readiness theory. *Computers in Human behavior*, 59, 283-294.
15. Suh, K. S. (1999). Impact of communication medium on task performance and satisfaction: an examination of media-richness theory. *Information & Management*, 35(5), 295-312.

## “The Role of Data Journalism in Supporting Investigative Journalism”

(An Analytical Study on ARIJ Website)

Randa Mohamed Mustafa Abdel Galil

(PHD) Degree –Department of Arts (Sociology)- Mass communication

Faculty of Women for Arts, Science & Edu-Ain Shams University - Egypt

[randa.moustafa.abdelgalil@women.asu.edu.eg](mailto:randa.moustafa.abdelgalil@women.asu.edu.eg)

Prof./ Mahmud Soliman Allam El-Din

Professor of Journalism

Faculty of Mass Communication

Cairo University-Egypt

[msalamdeen@hotmail.com](mailto:msalamdeen@hotmail.com)

Prof./ Wail Ismail Abdel Barry

Professor of Mass Communication

Education - Faculty of Women

Ain Shams University-Egypt

[wailbarry@gmail.com](mailto:wailbarry@gmail.com)

### Abstract

This study is conducted to monitor the role of data journalism in supporting the survey (investigative) journalism; particularly, in light of the great advancement in communication techniques, information technology, and the frameworks of investigative journalism to address community issues on ARIJ website by analyzing the investigative journalism templates published on the website. Added to that, the study attempts to identify the most important elements of visibility and attraction, and forms of interaction within it. This can be achieved by relying on the theories of media richness and media framework analysis. Both the descriptive method and the content analysis of newspapers are used as study tools for analyzing data-driven investigative journalistic templates on the ARIJ website for a full year, from January 1, 2020 to December 30, 2020; examining approximately (49) investigative journalist templates during the year. The study has come to a set of results, the most important of which are: ARIJ website provides qualitative training of the most important international and Arab trainers in the field and across the digital world in order to strengthen and enhance journalists in their work and give them ways to develop and professionalize according to international standards. The contents and issues raised within the press templates have also varied; as the (social content) comes in the first rank among "the issues of the marginalized categories, the issues of work and unemployment, spoiled food, neglect, road accidents, underage marriage, and water shortage".

**Keywords:** Investigative journalism - data journalism - ARIJ website.