

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



■ رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

■ رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواحد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

■ نائب رئيس التحرير: أ.م.د / سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

■ مساعدو رئيس التحرير:

● أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

● أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

● أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

● أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

■ مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية. ■ سكرتير التحرير:

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية. ■ التدقيق اللغوي:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد الرابع والسبعون - الجزء الثاني - شوال ١٤٤٦ هـ - أبريل ٢٠٢٥ م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي عبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة
المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم،
الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات
ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات
وفقاً للقواعد الآتية:

○ يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين
المتخصصين في تحديد صلاحية المادة
للنشر.

○ ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة
علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.

○ لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا
يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة
الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.

○ يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي
والفرعي) عن ٢٠ كلمة.

○ يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية
وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠
كلمة.

○ يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث
مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD،
على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه
على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع
والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في
نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.

○ لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها
وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم
الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر
مادة نشرت فيها.

○ تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.

○ ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

محتويات العدد

- ٦٨٥ ■ تأثير المعايير الأخلاقية لاستطلاعات الرأي العام على ممارسة الوظيفة البحثية للعلاقات العامة - دراسة وصفية في إطار ميثاق الرابطة العالمية لبحوث الرأي العام (WAPOR) والأخلاقيات والممارسات المهنية
أ.م.د / عبد الراضي حمدي البلبوشي
- ٧٤٣ ■ العوامل المؤثرة في فاعلية الاتجاهات الرائجة «الترند» عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مصر: دراسة ميدانية
أ.م.د / شيماء عز الدين زكي جمعة
- ٨٤٥ ■ فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة الحياة الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي «دراسة شبه تجريبية»
أ.م.د / ممدوح السيد عبد الهادي شتلة
د / سالي بكر أحمد علي الشلقاني
- ٩٤٧ ■ توظيف صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية العربية والعالمية ودورها في تطوير المحتوى الصحفي (دراسة للوسيلة والقائم بالاتصال)
أ.م.د / وفاء جمال درويش عبد الغفار
- ١٠٦٥ ■ أطر معالجة الصحف الإلكترونية المصرية للجرائم السيبرانية ضد الأطفال - دراسة تحليلية
د / صفاء عادل السيد عبد الجواد
- ١١١٩ ■ أثر التسويق الأخضر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على نية المستهلك المصري لشراء المنتجات الخضراء
د / فتحية صبري

- فاعلية التشريعات القومية والمحلية في تنظيم إعلانات الطرق بالمدن
المصرية «دراسة حالة شارع الجيش بمدينة طنطا»
١١٨٣ د / عطية محمد عطية مرق
-
- تصور مقترح لدور طلاب الإعلام التربوي في تعزيز مفهوم الجامعة
الخضراء من وجهة نظر النخبة الأكاديمية (دراسة ميدانية)
١٢٥٧ د / أسماء بكر الصديق توفيق الولي
-
- اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية المجتمعية المقدمة في البرامج
الحوارية والنشرات الإخبارية (دراسة ميدانية) سماء محمد علي
١٣١٥
-
- أطر تغطية الصحف الإلكترونية للمبادرات الصحية الرئاسية وعلاقتها
بالوعي الصحي لدى الشباب المصري رانيا أيمن محمد محمود
١٣٥٥
-

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجته
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالقشوق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

توظيف صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية العربية والعالمية
ودورها في تطوير المحتوى الصحفي (دراسة للوسيلة والقائم بالاتصال)

- The Employment of Mobile Journalism in the Arab and International Digital Investigative Websites and Their Role in the Development of Journalistic Content (a Study of the Means and the Contact Person)

أ.م.د. / وفاء جمال درويش عبد الغفار
استاذ مساعد بقسم العلوم الاجتماعية والإعلام بكلية التربية النوعية
جامعة الزقازيق

Email: Wafaadarwesh23@gmail.com

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة بحث كيفية توظيف الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية بالمواقع العربية والعالمية، إضافة إلى التعرف على دورها في تطوير المحتوى الصحفي، كذلك اهتمت الدراسة بتقييم تجربة المواقع العربية والعالمية (عينة الدراسة) في بث المحتوى الرقمي عبر الهاتف المحمول، سواء عبر تطبيقات الهواتف أو مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والمقارن، وأداة الاستبانة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها:

نجح موقعا (أريج وسراج) في توصيل محتواهما الصحفي عبر الوسائط الرقمية، وحقق كل منهما أرقاماً قياسية في عدد المتابعين والمشاهدات، من خلال منصات التواصل الاجتماعي المصممة خصيصاً للهواتف، كما عبّر معظم الصحفيين عن أن الهاتف المحمول هو الجهاز الذي يعتمدون عليه بصورة أكبر في متابعة وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، ويعتمد الصحفيون الاستقصائيون عينة الدراسة على الساعة الذكية في متابعة وسائل الإعلام، لما توفره من إشعارات بالأخبار العاجلة، إضافة إلى أن استخدام صحافة الهاتف المحمول في العمل الصحفي الاستقصائي أصبح ضرورة، ويوجد اتجاه لتبني هذه التكنولوجيا الجديدة من جانب الصحفيين.

وأوصت الدراسة ب: إطلاق تطبيقات صُنعت للهاتف خاصة، بحيث تُقدم المحتوى بطريقة تتناسب مع حجم الشاشة وعادات الاستخدام واهتمامات الجمهور، وتفعيل صحافة الخدمات من خلال تطبيقات التراسل، إذ يمكن أن تكون صحافة الهاتف المحمول وسيلة مهمة لإبقاء الصحف الرقمية على اتصال مع الجمهور. الكلمات المفتاحية: توظيف، صحافة الهاتف المحمول، المواقع الاستقصائية، نظرية التحول الرقمي.

Abstract

The study also focused on evaluating the experience of Arab and international sites (study sample) in broadcasting digital content via mobile phone, whether through phone applications or social networking sites, and the study relied on the survey and comparative method, and the questionnaire tool to collect information, and the study reached a number of results, the most important of which are:: Arij and Siraj websites succeeded in communicating their journalistic content via digital media, and each achieved record numbers in the number of followers and views, through social media platforms designed specifically for phones, most journalists expressed that the mobile phone is the device they rely on most to follow the media and social media networks, and the Investigative Journalists of the study sample rely on the smart watch to follow the media, because it provides notifications of breaking news, the use of mobile phone journalism in investigative journalism has become a necessity, and there is a trend for the adoption of this new technology by journalists.

The study recommends that:

launch applications made for the phone mainly: so that the content is presented in a way commensurate with the screen size, usage habits and audience interests, activating journalism services through messaging applications: mobile phone journalism can be an important way to keep digital newspapers in touch with the public.

Keywords: Employment, mobile phone journalism, Survey sites, the theory of digital transformation.

تُعد صحافة الهاتف المحمول من أهم الأدوات الحديثة للصحافة الرقمية، التي تحرص مختلف المواقع على دعمها وتوفير الإمكانيات اللازمة لتطويرها، إذ يتفرد الهاتف المحمول بصفة عامة كوسيلة اتصال، فلم يحدث أن انتشر في العالم جهاز/ اختراع تكنولوجي بسرعة انتشاره، كما لم يحدث أن كان هناك اختراع (بصفة عامة) ووسيلة إعلامية (بصفة خاصة) باقياً في قرب شديد مع المستخدم مثل المحمول، ويستهدف صنّاع هذه الأجهزة وضع واحد منها على الأقل بين يدي كل شخص في كل مكان بالعالم، حتى الأماكن الفقيرة والنائية التي لم تصل إليها خدمات البنى التحتية بكفاءة⁽¹⁾.

ويتحقق في الاتصال من خلال الهاتف المحمول وتطبيقاته كل أنواع الاتصال تقريباً؛ الاتصال الذاتي من خلال تدوين المستخدم لخوابره ويوميّاته بهدف تأريخ الذكرى أو توثيق الفكرة، وكذلك الاتصال الشخصي بين شخص وآخر، والاتصال الجمعي داخل المجموعات المتجانسة، سواء كانت مجموعات اجتماعية أو مهنية أو فكرية... إلخ، فضلاً عن الاتصال الجماهيري، حيث يحل الفرد مكان المؤسسة الإعلامية، ويحل الهاتف محل الوسيلة الإعلامية الجماهيرية، ويتواصل الفرد وقتها جماهيرياً بأداة شخصية (الهاتف)⁽²⁾.

ويندرج الهاتف المحمول تحت فئة الوسائط المحمولة أو المتنقلة، وهي الوسائط محل الدراسة، التي تضم كلاً من التليفونات المحمولة، والأجهزة اللوحية أو الدفترية، التي زادت معدلات انتشارها مؤخراً في المجتمع المصري، ويقف النشاط الاقتصادي وراء ماكينة التطور المتلاحق في الهاتف المحمول، وترتبط سرعة التطور في تقنيات برامج الهاتف الجوال بتحديات البنية التحتية الرقمية وأرباح النموذج التجاري⁽³⁾.

كما ظهرت أجهزة أخرى متصلة بالإنترنت، ويمكن تصفح التحقيقات من خلالها مثل الساعات الذكية، ومكبرات الصوت الذكية، ومن المتوقع أن يحدث نمو كبير لإنترنت الأشياء، وذلك بفضل التوسع والتطور الهائل في أجهزة الاتصالات والتطبيقات.

وكانت أحد أهم التطبيقات لتوظيف الهاتف المحمول والاستفادة من إمكاناته تحوله في اتجاه استخدامه كمركز إعلامي شخصي في مهنة الصحافة الاستقصائية، فطبيعة انتشار الهواتف النقالة في العالم قد أثرت على المشاركة في عملية جمع التحقيقات الاستقصائية، ولا سيما تغطية التحقيقات الصحفية أو الأحداث العاجلة⁽⁴⁾، فالصحفيون الاستقصائيون المحترفون غائبون أو لم يصلوا إليها بعد⁽⁵⁾.

كما يوظف الصحفيون الاستقصائيون الهاتف المحمول في إنتاج العمل الصحفي المتكامل، وبهذا أصبح المحمول ووسائطه وسيلة لإنتاج الإعلام المهني وغير المهني، والإسهام في صناعة ظواهر اجتماعية وإعلامية، كما أصبح المحمول وسيلة دخل مهمة للإعلام بصفة عامة، ويستفيد الصحفيون الاستقصائيون من المتابعة الآنية للتحقيقات وتفاعل الجمهور عبر الشبكات الاجتماعية والمعالجة الجماعية للتحقيقات في صياغة قصصهم الصحفية. ويتصفح معظم مستخدمي الشبكات الاجتماعية حساباتهم بشكل متكرر يوميا من خلال الهاتف المحمول، وأصبحت لدى كثير من المواقع تطبيقات عبر المحمول، ودخلت الهواتف المحمولة ميدان العمل الإعلامي تدريجيا بدءاً من خدمات الرسائل العاجلة، قبل عدة سنوات، وأخذت بالتطور، حتى أصبح الهاتف المحمول مؤسسة كاملة لصناعة جميع فنون التحرير الصحفي⁽⁶⁾.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الهواتف المحمولة وتطبيقها بالدول المختلفة:
اهتمت دراسات هذا المحور بتناول الهواتف المحمولة ومراحلها المختلفة وكيفية تطبيقها في عدد من دول العالم، فنجد دراسة (2024 Ahmed Deen)⁽⁷⁾، التي اهتمت بالبحث في كيفية تطوير صحافة المحمول في المملكة المتحدة من خلال المقابلات مع عدد من الصحفيين التي ساعدت في رصد التحديات والعقبات التي يواجهها هذا المجال، أما دراسة (Nikolas Vryzas وآخرون 2024)⁽⁸⁾ فركزت على وضع تصنيف للأنواع المختلفة لمشروعات صحافة المحمول التي تقدمها الصحف العالمية، سواء من حيث طبيعة

المعلومات المستخدمة أو طرق عرضها أو طريقة تناول القضية موضوع النقاش، وذلك من خلال تحليل موضوعات صحافة المحمول المنشورة في صحيفة الجارديان خلال الفترة من مارس حتى أكتوبر 2020، ويساعد هذا التصنيف للقصص المختلفة لصحافة المحمول في المستقبل أي صحفي على اختيار النوع الأمثل للمشروع الذي يعمل عليه، وتوصلت الدراسات إلى أهمية المعرفة في عدد من الموضوعات العامة، إذ يحتاج الصحفي الذي يعمل في هذا المجال إلى فهم طريقة عمل المؤسسات في بلاده، إضافة إلى بناء العلاقات مع كافة المصادر والحفاظ عليها.

وناقشت دراسة (Kartika Ngesti وآخرون 2024)⁽⁹⁾ الأبعاد الأخلاقية لصحافة المحمول والمعايير التي يجب الالتزام بها قبل نشر أي أخبار يحصل عليها الصحفي، ويأتي في مقدمة هذه المعايير ضرورة التحقق من المعلومات واحترام حرية الحياة الخاصة، والابتعاد عن نشر المعلومات التي تعرض حياة الأشخاص للخطر، بينما اهتمت دراسة (Adriana Denisa 2024)⁽¹⁰⁾ برصد أهم السمات والفروق بين التقارير الصحفية الخاصة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2012 التي يكتبها صحفيون تقليديون وصحفيو الهاتف المحمول، وكذلك تقديم مقترحات لتعزيز دور صحافة المحمول في غرف الأخبار العالمية، بصفتها نمطاً مهماً من الصحافة، قـادراً على تقديم تقارير أكثر دقة وجاذبية، وركزت دراسة (Stefan Vladutescu 2024)⁽¹¹⁾ على رصد الاهتمام بصحافة المحمول في وسائل الإعلام الكندية خلال الفترة من 2011 إلى 2013، إضافة إلى التعرف على أهم مصادر وأنواع المعلومات التي يعتمد عليها، وأهم المهارات التي يجب أن تتوفر بصحفي الهاتف المحمول، وخلصت الدراسات إلى الحاجة إلى مناهج تعاونية متعددة التخصصات لدراسة صحافة المحمول، إضافة إلى مزيد من الدراسة عن الآثار المترتبة على استخدام أدوات مثل خرائط Google على الممارسة الصحفية.

واهتمت دراسة (Sergio Splendore وآخرون 2023)⁽¹²⁾ بالتعرف على طرق تدريس صحافة المحمول في عدد من دول أوروبا، هي (ألمانيا، وسويسرا، وهولندا، وإيطاليا، وبولندا، والمملكة المتحدة)، سواء في الجامعات أو من خلال المؤتمرات وورش العمل

والدورات الإلكترونية التي تقدمها المنظمات غير الحكومية والجمعيات والمنظمات الأخرى، وركزت دراسة (2023 Ying Roselyn Du & Fan Yang)⁽¹³⁾ على استكشاف اتجاهات طلاب الصحافة والإعلام بهونج كونج ومستوى إدراكهم لصحافة المحمول، وأثبتت أن الطلاب لديهم الشغف لدراسة صحافة المحمول، لكنهم لا يملكون المعرفة الشاملة بجمع المعلومات وتحليلها، وهدفت دراسة (Eun-Ju Lee وآخرون 2023)⁽¹⁴⁾ إلى التعرف على تأثير استخدام الإنفوجراف في القصص الصحفية المقدمة للقارئ، ومدى إلمامه بالحدث وفهم المعلومات التي يتضمنها الموضوع، واهتمت دراسة (2023 Megan Knight)⁽¹⁵⁾ برصد وتحليل الأشكال المختلفة لصحافة المحمول في الصحف البريطانية وكيفية توظيف رسوم الإنفوجراف بها، وهناك دراسة (2023 Margaret Ng)⁽¹⁶⁾ التي اهتمت برصد الاختلافات في توظيف صحيفة نيويورك تايمز لرسوم الإنفوجراف في الأخبار العاجلة والأخبار الخفيفة الترفيهية، والإجابة عن التساؤلات عن تأثير عامل الوقت على الأخبار وما يفرضه ذلك، بأن تقدم الأخبار من خلال صحافة المحمول دون أي رسوم التي تحتاج إلى بعض الوقت لتصميمها، وتوصلت النتائج إلى أن أهم المعايير التي يجب الالتزام بها قبل نشر أي بيانات يحصل عليها الصحفي: ضرورة التحقق من المعلومات، واحترام حرية الحياة الخاصة، والابتعاد عن نشر المعلومات التي تُعرض حياة الأشخاص للخطر.

وهدفت دراسة (رباب هاشم، 2023)⁽¹⁷⁾ إلى استكشاف مستوى استعانة القنوات التلفزيونية المصرية بصحافة الموبايل في إنتاج المحتوى وعرضه سواء على شاشاتها أو على مواقعها، وأوضحت نتائج الدراسة أن غالبية القيادات والممارسين بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة يرون أن تبس القنوات المصرية لصحافة الهاتف ضعيف مقارنة بالقنوات التلفزيونية في الدول الأخرى.

اما دراسة (2023 Waralakv. Sirichareon)⁽¹⁸⁾ فقد سعت لرصد كيفية تقييم رسوم الإنفوجراف في صحافة المحمول وفقاً لعدد من المعايير، ومنها القارئية والدقة وجودة التصميم والبساطة، وركزت دراسة (2023 Murray Dick)⁽¹⁹⁾

على رصد المعايير والمبادئ التي تعتمد عليها المواقع الإخبارية البريطانية في تقديم المواد المصحوبة برسوم الإنفوجراف في صحافة المحمول، والتعرف على تأثير القواعد التي تتبعها المؤسسة الصحفية على تصميم هذه الرسوم وتوقيت ومكان عرضها، وقد اهتمت دراسة (Ricardo Cunha Lima وآخرون 2022)⁽²⁰⁾ بالمقارنة بين رسوم الإنفوجراف في صحافة المحمول المنشورة بأحد الصحف البرازيلية بنسختها المطبوعة والإلكترونية، وذلك للوقوف على الفروق في شكل التصميم والأدوات المستخدمة ومدى سهولة فهم وإدراك القارئ لهذه الرسوم باختلاف طبيعتها في المطبوع عن الإلكتروني، أما دراسة (Banu Inanc Uyan Dur 2022)⁽²¹⁾ فأوضحت أشكال رسوم الإنفوجراف المختلفة الثابتة والمتحركة، وذلك من خلال عرض التطورات التي حدثت لهذه الرسوم؛ نتيجة لظهور الإنترنت وتطورات التكنولوجيا الحديثة، بينما سعت دراسة (Weber وآخرون 2022)⁽²²⁾ للتعرف على استخدامات وطرق تصميم الإنفوجراف في صحافة المحمول في قارة آسيا، ورصد مستوى الاهتمام بهذه الرسوم في الصحف الإلكترونية الآسيوية مقارنة بالدول الغربية، وأظهرت النتائج غلبة الرسوم الثابتة على موضوعات صحافة المحمول في مواقع الدراسة، وأن معظم الموضوعات التي تنشرها مواقع الصحف كانت تعتمد على المؤسسات الرسمية مصدراً للمعلومات، مما يزيد من درجة الثقة والمصداقية تجاه هذه المواقع.

وهناك دراسة (Geidner وآخرون 2022)⁽²³⁾ التي تُعدُّ خطوة أولى في فهم دور الرسومات التفاعلية في صحافة المحمول لتصحيح المفاهيم السياسية الخاطئة، وذلك من خلال اختبار فعالية الرسوم التفاعلية مقابل الرسوم البيانية الثابتة في نقل المعلومات للقراء، بينما هدفت دراسة (Waralak V. Siricharoen 2022)⁽²⁴⁾ إلى التعرف على تاريخ ظهور رسوم الإنفوجراف وفوائدها وأهم مميزاتا لصحافة المحمول، إضافة إلى رصد الأدوات والبرامج والمواقع الإلكترونية التي تساعد في تقديم إنفوجراف جيد، أما دراسة (De Maeyer, Juliette 2022)⁽²⁵⁾ فسعت إلى الإجابة عن تساؤل رئيسي، هو: هل يمتلك الصحفي البلجيكي

مهارات العمل في صحافة المحمول؟ وما تأثير التعليم والتدريب الذي يحصل عليه الصحفي قبل وأثناء عمله على اكتساب مهارات صحافة المحمول بوصفها اتجاهاً مألوفاً في نقل الأخبار الحديثة، وهناك دراسة (2021 Marco Giardina) (26) التي رصدت دور رسوم الإنفوجراف التفاعلية في الصحافة الحديثة من خلال دراسة تطورها بصحيفة نيويورك تايمز، والتعرف على التحديات التي تواجه الصحفيين وكيفية سير العمل داخل غرف الأخبار، إضافة إلى توضيح المهارات التي يحتاج إليها الصحفي، وركّزت دراسة (Gerard Smit وآخرون 2021) (27) على رصد التحديات والعقبات التي تواجه المؤسسات الصحفية في إنتاجها لرسوم الإنفوجراف في صحافة المحمول، أما دراسة (Meckel وآخرون 2021) (28) فاستهدفت اكتشاف دور الصحفيين في ظل عصر المعلومات ووسائل الإعلام الجديدة، وانعكاسات ذلك على الممارسات الصحفية من حيث القدرة على التعامل مع بيانات المعلومات المختلفة، إضافة إلى رصد المهارات التي يحتاجون إليها للمساعدة في التعامل مع الكميات الضخمة من المعلومات، وأظهرت نتائج الدراسات أن هناك نمواً في إنتاج صحافة المحمول خلال هذه الفترة، ولكن هذا الإنتاج بشكل عام قليل العمق ولا يؤدي إلى تعلم الصحفيين مهارات جديدة، إضافة إلى تقديم برامج تدريس صحافة المحمول من قبل المؤسسات الأكاديمية والمهنية والمدنية ومراكز التدريب المهني.

بينما هدفت دراسة (وسام كمال، 2021) (29) إلى التعرف على علاقة استخدام الوسائط المحمولة باستخدامات ووسائل الإعلام الأخرى، وتوصلت إلى أهمية دور الوسائط المحمولة في المتابعات الإعلامية، ومع ذلك ذلك يعد التلفزيون هو الأكثر مصداقية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الصحافة الاستقصائية الرقمية:

سعت دراسة كل من (2024 Andreas Nilsson, et al) (30)، (2024 Andrew Ross) (31) للتعرف على كيفية توظيف عناصر الوسائط المتعددة (الصورة - الفيديو - الصوت - والرسوم الثابتة والمتحركة) في تصميم موقع أريج، ومعرفة كيفية توظيف القائم بالاتصال لهذه العناصر، وأهم الاتجاهات الخاصة بالسرد القصصي الرقمي داخل المنصات، وتوصلت الدراسات إلى حرص المواقع والقائم بالاتصال على التوظيف الأمثل

للسائط المتعددة، إلا أنه لم يوظف مطلقاً طوال فترة الدراسة الرسوم المتحركة بوصفة وسيطاً من الوسائط المتعددة، كما استهدفت دراسة (Alan 2024 Jackson)⁽³²⁾ التعرف على عناصر الجودة المقدمة بصحافة الفيديو في التحقيقات الاستقصائية وعلاقتها باتجاهات النخبة الإعلامية نحوها، وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تفاعل النخبة مع محتوى الفيديو في التحقيقات الاستقصائية واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة، فضلاً عن عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغيري (حجم التعرض والثقة بمحتوى الفيديو) واتجاهات النخبة نحو عناصر الجودة.

كما أظهرت دراسة (2024 H. Gray Funkhouser)⁽³³⁾، ضمن سعيها للكشف عن مستوى اهتمام المواقع الإخبارية بتوظيف أدوات التحرير الإلكتروني وأساليبه المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة في محتوى وشكل التحقيقات الاستقصائية المنشورة على صفحاتها، أن جميع مواقع الدراسة اتفقت في تقديم المحتوى الاستقصائي مدعوماً بثلاثة عناصر مندمجة الوسائط المتعددة هي: (النص والصورة والرسوم)، كما أكدت النتائج أن جميع مواقع الدراسة لم توظف مطلقاً عنصر الصوت الذي يأتي مندمجاً مع جميع عناصر الوسائط المتعددة، وسعت دراسة (2023 Karlsen, et al)⁽³⁴⁾ لرصد استخدام المواقع الإلكترونية لعنصر الفيديو والصوت، إضافة لعنصر الإنفوجرافيك والصور في الصحافة الاستقصائية، وأوضحت الدراسة فيما يتعلق بتوافر الفيديو في التحقيقات الاستقصائية بمواقع الدراسة أنهم لم يوفرُوا لجمهورهم من المستخدمين فيديوهات خلال فترة الدراسة.

بينما بحثت دراسة (2023 Katherine Fink)⁽³⁵⁾ في تحقيق تكاملية الوسائل من خلال توظيف المواقع للمنصات المتعددة في نشر محتواها الاستقصائي، في إطار سعيها لتحقيق أهدافها، وخلصت الدراسة إلى أن تكاملية الوسائل الاتصالية قد عبرت بشكل عام عن التقارب والتشابه بين قنوات الإعلام والاتصال المختلفة التقليدية والإلكترونية، في حين أن دراسة (2023 Mariko Kishi)⁽³⁶⁾ اهتمت بدراسة مستوى إدراك المحررين الاستقصائيين داخل غرف التحقيقات كدراسة حالة لمفهوم الوسائط المتعددة

وواقع الاهتمام بها، كما استهدفت التعرف على مستوى إدراك المحررين الاستقصائيين بالمواقع لمفهوم صحافة المحمول واستخدام الوسائط المتعددة في عرضها، وتوصلت الدراسة إلى الاهتمام بمسيرة الاتجاهات الحديثة في تقديم المحتوى الاستقصائي من خلال عرض المحتوى الذي ينتجه المحررون بغرف التحقيقات باستخدام أحدث التقنيات والأساليب منها "الوسائط المتعددة"، بوصفها جزءاً من تطوير المهنة وتطوير طرق وأساليب تقديم المحتوى الاستقصائي.

في حين كان هناك دراسات أخرى استهدفت دراسة التحقيقات الاستقصائية والعوامل المؤثرة فيها، إضافة إلى دراسة الأساليب المتبعة في إعداد وكتابة التحقيقات الاستقصائية وأساليب تحريرها وتقديمها، ومن هذه الدراسات: دراسة (2023 Ana Lucia, et al)⁽³⁷⁾، ودراسة (2023 Andrew Heinzman)⁽³⁸⁾، التي استهدفت التعرف على دور التقنيات الحديثة في تطوير الصحافة الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية، وتوصلت إلى أن: التحقيقات الاستقصائية الأمريكية غلب عليها العمل الجماعي بدرجة كبيرة، وأن المواقع الإلكترونية اهتمت بإضافة روابط موضوعية داخلية وخارجية للتحقيقات الاستقصائية بهدف إثراء العرض للموضوعات والقضايا الاستقصائية، كما رصدت دراسة (2023 Mark Coddington)⁽³⁹⁾، ودراسة (2023 Anja)⁽⁴⁰⁾، ودراسة (Kroll)⁽⁴⁰⁾، ودراسة (2022 Turo Uskall & Heikki Kuutti)⁽⁴¹⁾، ودراسة (2022 Omotayo Banjo, et al)⁽⁴²⁾ الأساليب المتبعة في إعداد وكتابة التحقيقات الاستقصائية وأساليب تحريرها وتقديمها، إضافة إلى الخصائص والمحددات لبنية السرد للتحقيقات الاستقصائية الأمريكية، والعوامل المؤثرة في تحرير التحقيقات الاستقصائية ومعرفة آلياتها، كما رصدت المتغيرات التي أثرت عليها في تحرير مضمونها، وتقسيم مصداقية التغطية الاستقصائية، وتوصلت الدراسات إلى أن 48,6% من التحقيقات عينة الدراسة حققت استفادة كبرى من الوسائط المتعددة، كما أكدت السمات العامة لمحددات بنية السرد للتحقيقات الاستقصائية الأمريكية من خلال دراسة ثلاثة محاور، هي: محددات بنية التغطية الصحفية داخل التحقيقات الاستقصائية وتحريرها، الأدوات والتقنيات التي تستخدم في الصحافة الاستقصائية الأمريكية لجمع الأدلة والبيانات، وتحليل نوعية المعلومات التي يكشفها التحقيق الاستقصائي.

كما هدفت بعض الدراسات إلى التعرف على مستوى الاهتمام بالتحقيقات الاستقصائية وأهم التحديات التي تواجه الصحافة الاستقصائية، ومن هذه الدراسات دراسة (2022 Oscar Westlund)⁽⁴³⁾، التي استهدفت تحليل الواقع بهدف الكشف عن التحديات التي تواجه الصحافة الاستقصائية، وكشف تصورات الخبراء للسيناريوهات المستقبلية، ووضع استراتيجية تساعد على نمو وازدهار الصحافة الاستقصائية، وكشفت نتائج الدراسة أن هناك وحدات للصحافة الاستقصائية في المواقع، كما توصلت أيضاً إلى وجود صحفيين مدربين على ممارسة الصحافة الاستقصائية، ووجود جهات داعمة لهذا النوع من الصحافة متمثلة في مؤسسة أريج للصحافة الاستقصائية، كما أكدت أيضاً وجود اهتمام دولي بهذا النوع من الصحافة الاستقصائية، ودراسة (2022 Wibke, et al)⁽⁴⁴⁾، التي استهدفت التعرف على مستوى اهتمام المواقع الإلكترونية بالتحقيقات الاستقصائية، والتعرف على المصادر الأولية والإعلامية والمنشأ الجغرافي للتحقيقات الاستقصائية في المواقع، إضافة إلى التعرف على أهداف التحقيقات الاستقصائية، وتوصلت الدراسة إلى أن التهديدات الصحفية جاءت في مقدمة القضايا التي تناولتها التحقيقات الاستقصائية في المواقع الإلكترونية، وفيما يتعلق بمصادر الحصول على المعلومات، جاءت فئة الخبراء والمسؤولون في المقام الأول، كما هدفت دراسة (2022 Safaa Hussein & Wesam Khedr)⁽⁴⁵⁾ إلى رصد واقع ممارسة الصحافة الاستقصائية في الصحافة العالمية، والإشكاليات التي تواجه المحررين الاستقصائيين ببعض الصحف في عملهم الاستقصائي، فضلاً عن محاولة استشراف مستقبل هذا النمط من التحرير الصحفي من منظور النخب المهنية، متمثلة في القيادات الصحفية ورؤساء أقسام التحقيقات في الصحف، والنخب الأكاديمية متمثلة في أساتذة الصحافة والإعلام في الجامعات، وتوصلت الدراسة إلى إجماع الصحفيين الاستقصائيين نحو التأثيرات السلبية للقوانين المنظمة للعمل الصحفي، كما أثبتت نتائج الدراسة أيضاً أنه يتوفر قدر مناسب من الدعم المادي والمعنوي للمحررين من جانب قيادات التحرير في الصحف التي تأسست بها وحدات متخصصة في الصحافة الاستقصائية، كما سعت

دراسة (2021 Samuel Ihediwa)⁽⁴⁶⁾ للتعرف على مستوى التغطية الاستقصائية في صحيفتين صادرتين باللغة الإنجليزية في ماليزيا، من خلال رصد حجم اهتمام الصحيفتين بالتحقيق الاستقصائي ونوعية القصص الاستقصائية والتقنيات التي استخدمتها في جمع وكتابة تلك القصص، وأكدت نتائج الدراسة أن صحيفة New Strait Times أكثر اهتماماً من صحيفة Star في نشر التحقيقات الاستقصائية، كما أكد الصحفيون الماليزيون صعوبة الصحافة الاستقصائية نظراً لصعوبة إجرائها كنتيجة مباشرة لتقييد حرية الصحافة في البلاد، كما سعت دراسة (2021 Ongowo, O)⁽⁴⁷⁾ لمعرفة ما إذا كانت الصحف في كينيا تتجاوز حدود أخلاقيات الصحافة من خلال توظيف بعض التكتيكات المشكوك فيها في التغطيات الاستقصائية وهذا يتطلب المراقبة السرية من قبل الصحفيين من خلال إخفاء هوياتهم، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحفيين الاستقصائيين العاملين في صحف الإثارة والجودة في هذه الدراسة تجاوزوا أخلاقيات معينة للصحافة الاستقصائية في بعض الحالات مثل غزو خصوصيات الأفراد.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- لاحظت الباحثة الغياب التام للدراسات العربية التي تتناول صحافة الهاتف المحمول، كأحد الأشكال الحديثة في الصحافة الاستقصائية، التي تساعد على تقديم التحقيق الاستقصائي المعقد الذي يحتوى على كم ضخم من المعلومات، وهذا يعني أنه ما زالت هناك فجوة بين الدراسات العربية والأجنبية في هذا المجال، وهنا يأتي دور هذه الدراسة لتسد فجوة مهمة في الدراسات الصحفية الحديثة.

- اتفقت نتائج الدراسات فيما يتعلق باستخدام المواقع الرقمية لصحافة الهاتف المحمول التي تعتمد على (الفيديو، والرسوم المتحركة، والملفات الصوتية، والتصميم الجرافيكي التفاعلي) على التأثير الكبير لها على جذب انتباه القارئ وتكامل المعلومة في ذهنه.

- اتفقت نتائج الدراسات الأجنبية التي تناولت صحافة الهاتف المحمول أنه يعد الوسيلة التي تعتمد عليها المواقع في تقديم المعلومات كبيرة الحجم في مساحة محدودة وبشكل

فني جذاب للقارئ، إذ تساعد على استمرار قراءة الموضوع واستيعاب المعلومات كاملة دون الشعور بالملل الذي قد يصاب به القارئ من النص العادي.

- وقد أفادت الدراسات السابقة الباحثة في الإقتراب من موضوع الدراسة وصياغة المشكلة البحثية بدقة، إضافة إلى بلورة تساؤلات الدراسة التحليلية والميدانية، وكذلك تحديد الجوانب التي تحتاج إلى مزيد من البحث لضمان عدم تكرار ما سبق تقديمه في هذا المجال وتحقيقاً للتراكم المعرفي.

الدراسة الاستطلاعية:

في محاولة للإقتراب من المجتمع البحثي ومشكلة الدراسة أجرت الباحثة دراسة استطلاعية للتعرف على حجم الاهتمام بصحافة الهاتف المحمول داخل غرف التحقيقات الاستقصائية بالمواقع العربية والعالمية، وذلك لدراسة القائم بالاتصال في مجال صحافة الهاتف المحمول.

هدفت الدراسة الاستطلاعية إلى التعرف على:

➤ أكثر المواقع الرقمية اهتماماً بصحافة الهاتف المحمول في التغطيات الاستقصائية، وتمثلت في مواقع (سراج، وأريج، وانكفاضة، USA today، New OCCRP, yorker).

➤ المميزات التي يتيحها استخدام الهاتف المحمول بالتحقيقات الصحفية الاستقصائية.

➤ المهارات التي يحتاج إليها الصحفي الذي يعمل بمجال صحافة الهاتف المحمول في التغطيات الاستقصائية.

أشارت الدراسة الاستطلاعية التي أجريت على ستة من الصحفيين العاملين بمجال صحافة الهاتف المحمول بمواقع (سراج، وأريج، وانكفاضة، USA today، New OCCRP, yorker) إلى أن أهم الأسباب التي تدفعها لاستخدام الهاتف المحمول في التحقيقات الاستقصائية تتمثل في:

- تسهيل نقل المعلومة للقارئ، وعرض كم معلومات كبير في مساحة قليلة، وخاصة عند عرض تسلسل زمني أو مقارنات.

- السرعة في إنتاج التحقيق.
- السرعة في النشر والتسويق.
- إنتاج التحقيقات بأقل التكاليف.
- اختزال الكوادر الإعلامية.
- اختزال معدات التصوير والمونتاج.
- توفير وقت وجهد القارئ في قراءة التحقيقات التي تحتوي على تفاصيل كثيرة.
- أغلب المواقع التي يتم فيها التصوير لا تحتاج إلى الأذونات والتراخيص التي تحتاج إليها الكاميرات الكبيرة.
- تلجأ المواقع الرقمية في التغطيات الاستقصائية إلى استخدام الهاتف المحمول في محاولة لجذب القارئ لتحقيقاتها الصحفية، وخاصة في التغطيات الصحفية لقضايا الفساد.
- العمل بصحافة الهاتف المحمول في التغطيات الاستقصائية يحتاج إلى توفير فرص للتدريب على:
- ✓ استخدام كاميرا الهاتف المحمول وتسجيل الصوت وبرامج المونتاج بأفضل طريقة.
- ✓ التصور البصري لأي تحقيق وتحديد التصميم المناسب مع المعلومات.
- ✓ التعامل مع التكنولوجيا الحديثة وتوظيف مزايا الهاتف المحمول بشكل جيد.
- ✓ التحرير الإلكتروني.
- ✓ تصوير ومونتاج وبث فيلم وثائقي صغير بالهاتف المحمول.

مشكلة الدراسة:

يعد التطور المتسارع في مجال الإعلام على الصعيد العالمي والإقليمي والمحلي؛ وزيادة الاعتماد على الخدمات الإعلامية عبر الهواتف المحمولة في المجتمع المصري، ومحاولة رصد سمات التحولات في صناعة الإعلام بفضل الهواتف المحمولة، نجد زيادة في استخدامات الصحفيين الاستقصائيين للهواتف المحمولة في العمل الصحفي الاستقصائي، وعلاقة الاستخدام بمتابعة الوسائل الإعلامية الأخرى، إضافة إلى تقييم

توظيف المواقع العربية والعالمية (عينة الدراسة) للأدوات الرقمية في الوصول للمتابعين عبر الهواتف المحمولة.

وعلى الرغم من ظهور الهاتف المحمول وتطبيقاته على الساحة الإعلامية منذ سنوات، والانتشار المضطرد لاستخداماته في المواقع الرقمية المختلفة، فإن الأبحاث التي تناولت الهاتف المحمول لم تحظ بالاهتمام اللائق.

ونظراً لقلّة الأبحاث التي تناولت صحافة الهاتف المحمول، على الرغم من أهميته ووجوده على الخريطة الإعلامية منذ سنوات، ودوره في تطوير المحتوى الصحفي الاستقصائي، فإن ذلك يثير إشكالية تود الباحثة طرحها وإلقاء الضوء عليها، خاصة لدى توافر إمكانيات الإنتاج لذلك النوع المستحدث على إعلامنا، وميتوى الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في آليات إنتاج الهواتف المحمولة.

لذا يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:

كيف يوظف الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية العربية والعالمية، وما دوره في تطوير المحتوى الصحفي؟

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

• تكتسب الدراسة جوهر أهميتها بكونها دراسة علمية حديثة لظاهرة اتصالية جديدة باتت تتشكل في أمريكا والدول الأوروبية، ظهرت بواورها في مجتمعنا المصري والعربي في النمو، خاصة مع التطور المتسارع للتقنية الرقمية.

• وللبحث أهمية نظرية أخرى، إذ تفتقر المكتبة البحثية العربية للأبحاث في هذا المجال، فلم يتناول الباحثون العرب صحافة الهاتف المحمول بالمواقع الاستقصائية بالشكل المطلوب حتى الآن، وذلك رغم وجود عديد من الدراسات الأجنبية التي تناولت صحافة الهاتف المحمول.

• الاستفادة من إحدى النظريات الحديثة، وهي نظرية التحول الرقمي.

الأهمية التطبيقية:

• الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في التغلب على المعوقات التي تواجه صحافة الهاتف المحمول.

- اقتراح بعض الحلول التي من شأنها أن تسهم في تطوير عملية إنتاج صحافة الهاتف المحمول، لرفع كفاءتها بما يتلاءم مع الخدمات التي تقدمها التكنولوجيا.
- قلّة الدراسات التي تهتم بتطبيقات صحافة الهاتف المحمول في مصر والوطن العربي، وذلك نتيجة لحدثة هذا النوع من البحوث وقلّة المراجع.
- تستقي الدراسة أهميتها أيضاً من مستوى استفادة الواقع المهني للقائمين بالاتصال في صحافة الهاتف المحمول، والدور الكبير الذي يشكّله تقييم وتطوير أداء القائم بالاتصال في النهوض بذلك النوع الإعلامي الحديث.
- التوصل لمؤشرات علمية مفيدة وهادفة عن تلك الظاهرة، ومن ثم وضع الخطط والاستراتيجيات للتعامل مع هذا النوع من التطور.

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي، يتمثل في رسم الملامح العامة لتطبيقات الهاتف المحمول بالمواقع الرقمية، ودورها في تطوير المحتوى الصحفي، وينقسم هذا الهدف إلى مجموعة من الأهداف الفرعية، تتمثل في:
- 1- رصد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفيون الاستقصائيون في عملهم الصحفي.
 - 2- تقييم تجربة المواقع العربية والعالمية (عينة الدراسة) في نشر المحتوى الاستقصائي الرقمي عبر تطبيقات الهواتف المحمولة.
 - 3- تحليل استخدام المواقع العربية والعالمية (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي الاستقصائي.
 - 4- التعرف على مفهوم صحافة الهاتف المحمول من وجهة نظر العاملين داخل غرف التحقيقات الاستقصائية بالمواقع الرقمية.
 - 5- الكشف عن توظيف الهواتف المحمولة (كوسيلة) في العمل الصحفي الاستقصائي بالمواقع الرقمية.
 - 6- تفسير العلاقة بين استخدام الهواتف المحمولة واستخدامات وسائل الإعلام الأخرى.

7- إلقاء الضوء على توظيف الصحفيين الاستقصائيين للهواتف المحمولة في عملهم الصحفي.

8- رصد التحديات التي يواجهها صحفيو الهاتف المحمول في إنتاج وتقديم المحتوى الاستقصائي بالمواقع الرقمية.

9- الوصول إلى الاتجاهات المستقبلية في الصحافة الاستقصائية انطلاقاً من انتشار الهواتف المحمولة.

تساؤلات الدراسة:

تطرح الدراسة عدداً من التساؤلات عن توظيف صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، ومن أبرز تلك التساؤلات:

1- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفيون الاستقصائيون في عملهم الصحفي؟

2- كيف تُقيم تجربة المواقع العربية والعالمية (عينة الدراسة) في نشر المحتوى الرقمي عبر تطبيقات الهواتف المحمولة؟

3- كيف يُقيم استخدام المواقع العربية والعالمية (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي الاستقصائي؟

4- ما مفهوم صحافة الهاتف المحمول في التغطيات الاستقصائية الرقمية؟

5- ما إمكانات توظيف الهواتف المحمولة (كوسيلة) في العمل الصحفي الاستقصائي؟

6- ما علاقة استخدام الهواتف المحمولة باستخدامات وسائل الإعلام الأخرى؟

7- كيف تُوظف صحافة الهاتف المحمول في التغطيات الاستقصائية الرقمية؟

8- ما التحديات التي تواجه صحفيي الهاتف المحمول في إنتاج وتقديم المحتوى الاستقصائي؟

9- كيف يرى الصحفيين الاستقصائيين بالمواقع الرقمية مستقبل صحافة الهاتف المحمول؟

10- ما المقومات اللازمة لتطوير استخدام صحافة الهاتف المحمول بالمواقع الاستقصائية الرقمية؟

فروض الدراسة:

سعت الدراسة لاختبار صحة الفروض الآتية:

- 1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أساليب توظيف الهاتف المحمول وتنوع الموضوعات التي تغطيها الصحافة الاستقصائية الرقمية.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المضمون الصحفي الاستقصائي المنشور في المواقع العربية والعالمية من حيث استخدام الهاتف المحمول في تصميم المحتوى وإنتاجه.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع التي تعتمد على الهاتف المحمول بشكل رئيسي والمواقع التقليدية من حيث مستوى الإبداع في تقديم المضمون الصحفي الاستقصائي.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية بين القائمين بالاتصال وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والفئة العمرية، والمؤهل التعليمي، وسنوات الخبرة).
- 5- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الهاتف المحمول وكفاءة المحتوى الصحفي بسنوات الخبرة المهنية للقائم بالاتصال.

الإطار النظري للدراسة:**نظرية التحول الرقمي:**

تعتمد الباحثة في دراستها الحالية على "التحول الرقمي"؛ بوصفها إطاراً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها، نظراً لطبيعة الاتصال كنظام معقد ومتداخل يقوم على الاندماج والتناسق والتناغم.

وتشير عديد من الدراسات في مجال الاتصال والإعلام إلى أنه بالرغم من مرور عديد من السنوات على ظهور الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيرية، فإن الباحثين وبدلاً من تطوير نظريات اتصالية خاصة بهذه الوسيلة المهمة، اتجهوا إلى تطبيق النظريات الإعلامية القائمة على الوسيلة من جانب؛ أو التركيز على دراسة إحدى خصائصها المتميزة مثل التفاعلية والنصية الفائقة والوسائط المتعددة؛ وتأثيرها واستخدامها، من جانب آخر في المقابل؛ تُعد نظرية التحول الرقمي النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون في

الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الإلكتروني، التي تشرح العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة⁽⁴⁸⁾.

هذه النظرية طورها روجر فيدلر في كتابه Media morphosis: Understanding the New Media⁽⁴⁹⁾. ويطلق عليها (مدخل فيدلر لفهم الإعلام الجديد)، ويبيّن فيدلر مدخله النظري لفهم الإعلام الجديد ومستويات تبنيه باستقراء الأنموذج الكلاسيكي لتبني المستحدثات لايفرت روجرز، ورؤى بول سافو التي تقول إن الأفكار الجديدة تأخذ حوالي ثلاثة عقود كاملة حتى تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد؛ ويقول "فيدلر" إن عملية تغيير جذري تتم للوسائل القائمة يطلق عليها تعبير Mediamorphosis هو مصطلح نحتّه فيدلر بنفسه في بداية التسعينيات للدلالة على التحول الكامل الذي يُجرى لوسائل الاتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية والضغط السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية. ويقول فيدلر إن كل أشكال الاتصال مرتبطة بإحكام في نسيج نظام الاتصال الإنساني، ولا يمكن أن توجد بشكلٍ مستقلٍ عن بعضها، وعلى هذا، فإن وسائل الإعلام الجديدة لم تنشأ فجأة، ولم تنشأ مستقلة عن وسائل الإعلام الأخرى، وإنما نشأت وتطورت بشكلٍ متدرجٍ، معتمدة على تراث الوسائل السابقة عليها من جانب ومؤثرة في هذه الوسائل من جانب آخر⁽⁵⁰⁾.

وترى النظرية أن التقارب أو الاندماج بين وسائل الإعلام هو تزاوج ينتج من تحول كل وسيلة على حدة، فضلاً عن إنشاء وسائل جديدة، ووفقاً لهذه الرؤية، جاءت حالة الاندماج التي سعت إليها الصحف مع الوسائل الإلكترونية المختلفة بعدم الاكتفاء بنسختها الورقية، وإنما ظهرت في هذا الإطار الصحف الإلكترونية، والمواقع الإلكترونية، وأخيراً حاولت أن تتكامل كل هذه الوسائل مع المنصات المتعددة ليظهر لنا شكل جديد من الصحافة يطلق عليها البعض (صحافة المنصات المتعددة) أو (الصحافة التكاملية)؛ وهذا ما أكدّه فيدلر بقوله: "عندما تتعرض وسائل الإعلام لضغوط خارجية وتظهر ابتكارات جديدة، تتجه كل وسيلة وبطريقة عفوية إلى إعادة تنظيم نفسها لتكون مواكبة لهذه المبتكرات، ومثلما تتطور الأنواع من أجل البقاء في بيئة متغيرة، كذلك تفعل وسائل الاتصال والإعلام القائمة. وأن وسائل الإعلام مثل الأنظمة الأخرى تستجيب للضغوط

الخارجية عن طريق إعادة تنظيم نفسها، ومثل الكائنات الحية فإنها تتطور لكي تزيد من فرص بقائها على قيد الحياة، وتواكب التغيرات في بيئة متغيرة⁽⁵¹⁾. وقد ارتبطت تلك التحولات بمفهوم الاندماج الإعلامي الذي يعبر عن ذوبان الحدود الفاصلة بين الوسائل بما يتضمنه ذلك من أبعاد تكنولوجية واقتصادية وثقافية، الأمر الذي أثر في الممارسات والمحتوى الصحفي، وانعكس في ظهور مصطلحات جديدة؛ مثل الإنتاج الإعلامي العابر للوسائل cross-media production، والتكامل integration، والإدارة الاندماجية Converged Management. وبشكل عام، فقد عبر الاندماج عن التشابك بين قنوات الإعلام المختلفة وما اصطحبه من تطورات تكنولوجية ومهنية ومؤسسية، الأمر الذي دفع الباحثين لمناقشة أنماط تحققه في المؤسسات الإعلامية التي أحدثها هذا الاتجاه الاندماجي الذي سهلت تطورات التكنولوجيا حدوثه⁽⁵²⁾.

ويستمد فيدلر مبدأ التحول العضوي لوسائل الإعلام من ثلاثة مفاهيم، هي: التطور المشترك، والتقارب، والتعقيد⁽⁵³⁾، وهذه العملية هي جوهر التشكل الطبيعي لوسائل الإعلام كما يقول فيدلر. ويحدد فيدلر أيضاً ستة مبادئ أساسية لعملية التغيير الجذري هذه، هي⁽⁵⁴⁾:

- 1- التطور المشترك والتعايش: وتعني تعايش وتطور مشترك للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.
- 2- التحول التدريجي: وهو عبارة عن تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.
- 3- الانتشار: ويقصد به انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها.
- 4- البقاء: وتعني بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة، فوسائل الإعلام القديمة تستمر في التكيف والتطور لظروف الزمن المتغيرة، وتتطور من حيث الهيكله والإنتاجية لكي تضمن البقاء.

5- **الفرصة والحاجة:** ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة، لأن وسائل الإعلام الرقمية لا يمكن أن تتجح دون فرص التسويق والتحفيز الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.

6- **التبني:** وتعني حالة التأخر في تبني المفهوم، ثم التبني الواسع لأجهزة الإعلام الجديدة.

ذهب فيدلر أيضاً إلى أن أهم ثلاث أدوات تغيير جذري في مستحدثات الإعلام الجديد في مراحل تطور الاتصال الإنساني هي: اللغة المنطوقة، واللغة المكتوبة، واللغة الرقمية؛ فاللغة المنطوقة أدت إلى تكوين المجموعات البشرية، وتطور المهارات والقدرات التي تحل المشكلات المعقدة، وتطوير الأشكال "المذاعة"، مثل رواية القصص وأداء الطقوس الصوتية، التي قسّمت المجتمع إلى مؤدين وحراس بوابات ومستمعين؛ ثم كانت اللغة المكتوبة فاتحة لتطور الوثائق المنقولة، والطباعة الآلية، والإعلام الجماهيري؛ أما اللغة الرقمية-على خلاف المنطوق والمكتوب- فقد مكّنت من عملية الاتصال بين الآلة والإنسان⁽⁵⁵⁾.

وتفترض هذه النظرية التي يطلق عليها البعض نظرية "التحول الرقمي" أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، إذ تعمل كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة إلى نظام حيوي، ويرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها⁽⁵⁶⁾.

والواقع؛ إن ما ذكره فيدلر عن التشكل العضوي لوسائل الإعلام يدعمه التطور الكبير الذي حدث في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة؛ إذ تقاربت وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل أكبر وتحولت هذه الوسائل إلى منصات للنشر بشكل أساسي، وأصبحت كل وسيلة تستخدم إمكانات الوسيلة الأخرى على نطاق واسع، فالصحف الورقية أصبح لها مواقع تفاعلية متعددة الوسائط على الويب، وحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستجرام وغيرها، وتطبيقات على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية تمكنها من استغلال كل الإمكانيات التي أتاحتها وسائل الإعلام الجديدة والإفادة منها⁽⁵⁷⁾. وبذلك يمكن النظر إلى التقارب والاندماج

القسري الحاصل بين وسائل الاتصال والإعلام على اختلاف أشكالها واستخداماتها؛ على اعتبار أن هذا الاندماج هو عملية تقوم من خلالها وسيلة باستعارة الجديد من الوسيلة الأخرى وتطويره واستخدامه، وهو ما يؤكد صحة النظرية التي طرحها فيدلر، ويدلل على أهمية تكاملية الوسائل بين النسخ الورقية والمنصات الرقمية المختلفة للصحف لتقديم خدمة أفضل للجمهور، وتحقيقاً لأهدافها الاقتصادية والمهنية التي تسعى إليها.

وتستفيد الباحثة من استخدام هذه النظرية في توظيف واقتناء التقنيات التكنولوجية الرقمية التي تطرأ على مجال العمل الصحفي الاستقصائي بصفة مستمرة، وتأثيرها على مهام الصحفي الاستقصائي وأهم تأثيراتها الإيجابية والسلبية من وجهة نظر القائم بالاتصال، ومستوى توظيف الهواتف المحمولة (بصفتها إحدى التقنيات الرقمية المهمة في مجال العمل الصحفي الاستقصائي) في المواقع العربية والعالمية عينة الدراسة.

الإطار المعرفي للدراسة:

ماهية صحافة الهاتف المحمول:

يشير مصطلح صحافة الهاتف المحمول إلى عملية جمع الأخبار ونشرها وإنتاجها باستخدام الهاتف الذكي، وهي اتجاه جديد في تغطية الأخبار ونشرها وبثها⁽⁵⁸⁾، كما تعرف أيضاً بأنها استخدام الهاتف المحمول لإنشاء محتوى إخباري، وتحريره ونشره، وأيضاً تبادله بجودة عالية⁽⁵⁹⁾.

كما يرى "Mulcahy" رئيس الابتكارات في شبكة RTE بأيرلندا أن النظرة التقليدية لصحافة الهاتف المحمول هي عملية تصوير القصص الخبرية وتحريرها وكتابتها ونشرها، كما أنها تدور حول تمكين راوي القصص الخبرية من استخدام كل تقنيات الهاتف المتاحة لتقديم أفضل قصة مرئية ممكنة⁽⁶⁰⁾.

ووفقاً لهذه التعريفات، فإن صحافة الهاتف المحمول تتضمن شقين أساسيين، الأول: إنشاء المحتوى وإنتاجه بجميع مراحل وتقنياته، والآخر: هو نشره وبثه للجمهور الذي بدوره يستقبل هذا المحتوى ويتفاعل معه ويتأثر به.

ووفقاً لذلك، فقد دخلت الهواتف المحمولة العمل الإعلامي مستغلة في ذلك إمكانياتها الهائلة وتقنياتها المتنوعة، ويشير (Scolari) إلى أن صحافة الهاتف المحمول قد

أصبحت وسيلة الإعلام الخامسة بعد الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، والإنترنت⁽⁶¹⁾، وتُعد أهمهم في وقتنا الحالي بعد أن أصبحت أداة إعلامية متكاملة، مما أسهم في نجاحها بشكل كبير وواسع النطاق.

بدايات صحافة الهاتف المحمول:

كانت بداية استخدام الهاتف في جمع الأخبار في 17 فبراير 2004، حين نشرت صحيفة نيويورك تايمز لأول مرة على صفحتها الأولى صورة تم التقاطها بالهاتف، وبعد خمس سنوات ونصف تقريباً، قدم المراسل التلفزيوني جيرمي جوجولا Jeremy Jojola من KOB-TV في نيومكسيك تقريراً مباشراً باستخدام الهاتف فقط وبرنامج Qik للبث التلفزيوني المباشر على الإنترنت⁽⁶²⁾.

كما استخدم عدد من الصحفيين الهاتف، ومن أشهرهم الصحفي الكيني "إيفانز وافولا"، الذي أنتج تقريراً تلفزيونياً عام 2007 باستخدام جهاز Nokia N73، حيث كان وافولا جزءاً من "مشروع أصوات إفريقيا"، والذي أطلق صحافة الهاتف في جنوب إفريقيا وموزمبيق وغانا وكينيا عام 2007. أما على مستوى وكالات الأنباء، فتعد رويترز أول وكالة أنباء تتعامل مع الهاتف⁽⁶³⁾، فقد جهزت صحفييها بأدوات صحافة الهاتف منذ عام 2007، باعتبار أن الهاتف أداة محمولة ومرنة تساعد على تغطية الأخبار⁽⁶⁴⁾، وتُعد مؤسسة Shoulderpod الإسبانية أن إطلاق iphone في عام 2007 ثورة في تاريخ صحافة الهاتف⁽⁶⁵⁾.

أنواع صحافة الهاتف المحمول:

هناك عدة تصنيفات لأنواع صحافة المحمول وفقاً لمعايير مختلفة، منها:

1- تصنيف صحافة المحمول من حيث الاستخدام⁽⁶⁶⁾:

- أ- وسيلة متابعة: عندما تُستخدم من جانب الجمهور لمتابعة المواد الإعلامية والإخبارية.
- ب- وسيلة مشاركة: عندما تُستخدم من جانب الجمهور كوسيلة للمشاركة في صنع الأخبار وتبادلها عبر التطبيقات المختلفة.
- ج- وسيلة جمع البيانات وتحريرها: عندما تُستخدم من جانب الصحفيين كأداة سريعة لجمع المحتوى الإعلامي وتحريره وإنتاجه ونشره عبر الوسائل الإعلامية التقليدية والجديدة.

2- تصنيف أنواع صحافة الهاتف المحمول كمصدر إخباري كما يلي⁽⁶⁷⁾:

- أ- خدمة الرسائل القصيرة والرسائل المصورة: باستخدام النصوص والصور، وهذه الخدمة تحتاج فقط أن يكون الهاتف متصلاً بالإنترنت.
- ب- تطبيقات الهاتف المحمول: وتتمثل في تطبيقات وبرامج مصممة للهاتف الذكي يتم تثبيتها على جهاز الهاتف المحمول، ويمكن حصرها فيما يلي:
 - التطبيقات الإخبارية: وهي التابعة للمؤسسات الصحفية أو الإعلامية توفر للمستخدمين الأخبار.
 - تطبيقات التواصل الاجتماعي: وهي تطبيقات تتيح التفاعل مع المحتوى، وتسمح بنقل الأخبار وتبادلها لجمهور المستخدمين.
 - التطبيقات البريدية: وهي تطبيقات يمكن من خلالها تلقي الرسائل الإلكترونية بين المؤسسات الإعلامية والجمهور.
 - تطبيقات تحرير المحتوى: وهي تطبيقات لإنتاج المحتوى الإعلامي ومعالجته، سواء فيديو، أو صوت، أو صورة، أو نص.
 - متصفحات الهواتف المحمولة: وهي متصفحات ويب مصممة خصيصاً للأجهزة المحمولة لعرض محتوى الويب.

صحافة الهاتف المحمول مصدراً للمعلومات:

في ظل الدور الكبير لصحافة الهاتف المحمول في مجال الإعلام، سواء كونها وسيطاً إعلامياً مؤثراً لكثير من المستخدمين، أو لإسهامها في مجال إنتاج المحتوى الإعلامي بكل سهولة ويسر وسرعة، فإنه ليس هناك شك أنها أصبحت وسيلة جديدة لمنافسة الإعلام المرئي؛ فالجمهور الجديد لا يجلس أمام شاشات التلفزيون، ولا يشتري نسخة ورقية من صحيفة؛ بل يقضي معظم وقته على الشبكات الاجتماعية والإنترنت، إذ يتفاعل مباشرة مع صانعي الأخبار، ويتأثر بها ويؤثر بدرجة كبيرة في الطريقة التي تقدم بها الأخبار في المؤسسات والشركات الإعلامية⁽⁶⁸⁾.

وقد كانت البدايات في استخدام صحافة الهاتف المحمول مصدراً للأخبار مع الغزو العراقي في عام 2003، حيث استخدم الهاتف المحمول لتسجيل بعض اللقطات المصورة،

وأيضاً في 17 فبراير 2004 نشرت صحيفة "نيويورك تايمز" الأمريكية لأول مرة على صفحاتها صوراً تم التقاطها بهاتف محمول، وكانت ذروة استخدام هذا النوع من المحتوى الإعلامي خلال تفجير لندن عام 2005، الذي حدث تحت الأرض مما أدى إلى صعوبة وصول أطقم التلفزيون إليه⁽⁶⁹⁾.

ومع التطور الكبير في إصدارات الهاتف المحمول، تطورت في المقابل الاستخدامات الإخبارية له، حيث أتاحت هذه الإمكانيات الجديدة عدداً من المزايا الإعلامية للهاتف المحمول، منها:

- يمكن نشر القصص بشكل أسرع ومباشرة من موقع الحدث⁽⁷⁰⁾.
- يسمح بالتصوير في الأماكن التي لا تسمح بطاقم كاميرا أكبر⁽⁷¹⁾.
- التحرير على الهاتف المحمول يضيف للقصة الصحفية عناصر سرد مما يجعلها ذات أهمية، إضافة إلى بناء هيكل القصة وجودة الفيديو والمعدات المستخدمة⁽⁷²⁾.
- يمكن استخدام الهاتف المحمول كوسيط إعلامي من خلال إرسال الرسائل ذات الطابع الإعلاني من قبل المؤسسات الإعلامية والتجارية⁽⁷³⁾.
- يمكن للمواطنين الاستخدام بالطريقة نفسها كالمهنيين، وبهذه الطريقة تقوم صحافة المحمول بسد الفجوة بين الصحفيين المحترفين والمواطنين، مما يشجع على محو الأمية الإعلامية⁽⁷⁴⁾.
- يمكن من خلال الهاتف المحمول إنتاج مقاطع فيديو تشبه البرامج التلفزيونية التقليدية والتغطيات المصورة، إضافة إلى الأشكال التقليدية للصحافة والتقارير الإخبارية⁽⁷⁵⁾.
- يعد الهاتف المحمول وسيلة تجميعية لما تنشره وسائل الإعلام، حيث يتطوع بعض المستخدمين بنقل المعلومات والأخبار وتداولها كاملة، أو من خلال رابط الوسيلة الإعلامية؛ مما يوفر الوقت والجهد في البحث⁽⁷⁶⁾.
- وعلى الرغم من الإمكانيات والمزايا السالف ذكرها؛ فإن هناك بعض المشكلات التي قد تواجه صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات، منها⁽⁷⁷⁾:

- قد يكون هناك مفاضلة بين مرونة المحتوى وجودته؛ إذ يمكن أن تتأثر جودة المحتوى الذي يُنشأ من خلال الهاتف بسبب الأجهزة ذات الدقة المنخفضة، ونقص التدريب.
- يمكن للنشر السريع من قبل المستخدمين أن يزيد من مخاطر مشاركة الأخبار دون التحقق من صحة الحقائق الواردة، وبذلك يضل الجمهور.
- وبشكل عام، فإن صحافة الهاتف المحمول قد أعطت مجالاً جديداً متنوعاً للصحافة المرئية في مواجهة وسائل الإعلام الأخرى، وأسهمت بدرجة كبيرة في سرعة وسهولة تداول الأخبار بأشكالها وقوالبها كافة؛ مما يمثل طفرة إعلامية جديدة بكل المقاييس.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، إذ تستهدف وصف وتحليل ظاهرة صحافة الهاتف المحمول في التغطيات الاستقصائية بالمواقع العربية والعالمية، وتركز هذه الدراسات على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف جماعة أو فرد معين، وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة، ولا يقتصر البحث الوصفي على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها، ولكن إضافة إلى ذلك يهتم بتحليلها التحليل الكافي، ويتضمن أيضاً قدراً من التفسير لهذه النتائج، لذلك كثيراً ما يقترن الوصف بالمقارنة.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة الراهنة على كلٍ من:

(أ) المنهج المسحي:

تعتمد الدراسة على المنهج المسحي، لأنها من البحوث الوصفية التي يعد المنهج المسحي من أنسب المناهج لها، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك بهدف مسح الموضوعات المقدمة في صحافة الهاتف المحمول وتحليلها، وتسمح هذه الدراسات أيضاً للباحثة بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد من خلال مسح عينة من القائمين بالاتصال للتعرف على: السمات العامة الاجتماعية، وأنماط السلوك الاتصالي، وتستهدف بعض الدراسات المسحية وصف خصائص القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية.

(ب) أسلوب المقارنة المنهجية:

تعتمد الدراسة على أسلوب المقارنة المنهجية في مقارنة نتائج الدراسة التحليلية لكل موقع من مواقع الدراسة التحليلية للوقوف على أوجه الشبه والاختلاف بين هذه المواقع في سمات صحافة الهاتف المحمول، كذلك مقارنة بين صحفيي صحافة الهاتف المحمول من حيث تأثير خصائصهم الديموجرافية، ومستوى إلمامهم بالتقنيات الاتصالية، ومدى تلقيهم دورات تدريبية.

مجتمع الدراسة:

- تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في: جميع المواقع الاستقصائية الرقمية العربية والعالمية التي توظف صحافة الهاتف المحمول عبر صفحاتها.

- تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في: جميع صحفيي الصحافة الاستقصائية في المواقع العربية والعالمية.

عينة الدراسة:

عينة الدراسة التحليلية:

اخترت الباحثة المواقع الآتية (سراج، وأريج، وانكفاضة، New yorker، USA today، OCCRP)، للتعرف على توظيفها للمحتوى الاستقصائي الرقمي باستخدام الهاتف المحمول.

ورصدت الدراسة مدى كفاءة المواقع عينة الدراسة في توظيفها للمحتوى الرقمي الاستقصائي باستخدام الهاتف المحمول، وذلك من خلال رصد وجود المواقع (عينة الدراسة) على تطبيقات مواقع التواصل التي تُستخدم عبر الهاتف المحمول (سواء كانت تلك المنصات تُستخدم بالأساس عبر المنصات المحمولة، أو عبر كل الأجهزة المكتبية والمحمولة)، وتقييم تطبيقات الهواتف للمواقع عينة الدراسة (إن وجدت).

عينة الدراسة الميدانية:

اعتمدت الباحثة في دراستها الميدانية على العينة المتاحة في إطار العينات غير الاحتمالية، وطُبِّقت الاستمارة على القائمين بالاتصال الذين يستخدمون صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية (سراج، وأريج، وانكفاضة، New yorker، USA today، OCCRP)، وذلك بهدف رصد توظيفهم للهواتف المحمولة في الصحافة الاستقصائية

الرقمية، سواء من حيث المتابعة الإخبارية أو التواصل مع زملائهم في العمل والمصادر الصحفية، أو نشر وإنتاج المحتوى الاستقصائي. وبلغت العينة 12 صحفياً استقصائياً في كل موقع من مواقع عينة الدراسة، واختلفت الاستجابات من موقع لآخر نظراً لتوزيع الاستبانة إلكترونياً.

أسباب اختيار العينة:

تُعد هذه المواقع الأكثر ذيوياً وانتشاراً بين المواقع الرقمية توظيفاً لصحافة الهاتف المحمول، وبخاصة في التحقيقات الاستقصائية، بناءً على الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة، إضافة إلى أن هذه المواقع تتمتع برصيد كبير من الوجود الصحفي، علاوة على إمكاناتها المالية والتقنية المتميزة، كما تتفرد هذه المواقع بوجود قسم خاص بإنتاج القصص الصحفية بالهاتف المحمول، حيث نجد موقعي سراج وأريج يخصصان قسماً لصحافة الهاتف المحمول، أما موقع USA today فيضم قسماً يحمل اسم "صحافة الهاتف المحمول"، ومن خلاله تُعرض جميع التحقيقات التي توجد بالموقع وتم نشرها، أما موقع New yorker فلا يخصص قسم لصحافة الهاتف المحمول ولكن تنشر مع تحقيقات الموقع.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أداتين في جمع البيانات للخروج بمؤشرات علمية لتوظيف الهواتف المحمولة في الصحافة الاستقصائية الرقمية، هما:

أولاً: استثمار الوسيلة:

صممت استثمار الوسيلة لتقييم توظيف المواقع العربية والعالمية عينة الدراسة للمنصات الرقمية والوصول إلى المستخدمين عبر الهواتف المحمولة، وتضمنت الاستثمار محوريين رئيسيين:

- رصد وجود المواقع عينة الدراسة على تطبيقات مواقع التواصل التي تُستخدم عبر الهاتف المحمول.
- تقييم تطبيقات الهواتف للمواقع عينة الدراسة (إن وجدت).

ورُصدت صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للمواقع العربية والعالمية عينة الدراسة خلال أسبوع من 24-31 أغسطس 2024م، وقيمت الباحثة تطبيقات الهواتف للمواقع عينة الدراسة خلال تلك الفترة.

ثانياً: استمارة الاستبانة:

صممت الباحثة الاستبانة، وراعت في التصميم أن تشتمل على عدة أسئلة في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، بحيث تغطي عدة محاور، وذلك للتعرف على آراء الصحفيين العاملين داخل غرف التحقيقات الاستقصائية بالمواقع الرقمية عن كيفية توظيف صحافة الهاتف المحمول بهذه المواقع.

وعُرضت الاستبانة على لجنة من المُحكِّمين^(*)، وأُجريت إلكترونياً خلال شهر أغسطس 2024، وأُجريت الاستبانة على الإنترنت عبر موقع "زوهو" www.zoho.com، الذي يوفر إمكانيات جيدة للباحثين حول العالم، ويدعم 30 لغة، كما يعرض نتائج البيانات بطريقة سلسلة ورسوم توضيحية، ويلتزم كل أحجام الأجهزة والوسائط.

اختبار صدق وثبات أدوات الدراسة:

أ- الصدق Validity:

بعد الإنتهاء من إعداد الاستبانة اختبرت الباحثة صدق الاستمارة بعرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين والخبراء (المحكِّمين)^(*) في الإعلام وذلك لمراجعتها منهجياً وعلمياً، والوقوف على كفاءة الأسئلة في تحقيق أهداف الدراسة، ثم إجراء التعديلات اللازمة التي رأى المتخصصون ضرورتها، وتحديد النسبة العامة للاتفاق بينهم التي تشير إلى مدى توافر الصدق في الاستمارة.

ب- الثبات Reliability:

يشير الثبات إلى قياس مستوى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها، فبعد الإنتهاء من التحليل، يوصى بإعادة تحليل عينة فرعية من عينة الدراسة نسبتهما ما بين (10%) و (25%) عن طريق باحث آخر^(**) وحساب معامل الثبات من خلال مقارنة مستوى تطابق التحليل الأول مع التحليل الثاني.

أُجري اختبار الثبات لاستمارة الاستبانة عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Re-test عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة تمثل 10% من عينة الدراسة، وذلك بعد

مرور خمسة عشر يوماً من تطبيق الاختبار القبلي للاستمارة، وتم حساب نسبة الاتفاق بين إجابات الباحثين في التطبيقين الأول والثاني، وكانت قيمة معامل الثبات 0,833، وهو يشير إلى عدم وجود اختلاف كبير في إجابات الباحثين على الاستبانة، مما يدل على صلاحية الاستبانة للتطبيق.

أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS"، مستخدماً المعاملات الإحصائية الآتية (الجدول التكرارية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الارتباط البسيط "بيرسون"، ومعامل مربع كاي (كا²)، تحليل التباين أحادي الاتجاه، وحساب قيمة "ت" للمقارنة بين مجموعتين مستقلتين، أقل فرق معنوي (LSD)).

المفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة:

المصطلح	مفاهيم الدراسة	التعريفات الإجرائية للدراسة
توظيف	هو استخدام الوسائل المتاحة والطاقت والخبرات تحت تصرف الفرد أو المؤسسة التي يمكن الاستفادة منها في تطوير تحسين الأداء ⁽⁷⁸⁾ .	هو مستوى ممارسة واستخدام الهاتف المحمول في عملية إنتاج التحقيقات الاستقصائية بالمواقع العربية والعالمية.
صحافة الهاتف المحمول	توصيل الأخبار وإنتاجها باستخدام الأجهزة المحمولة (محمول عادي، وأجهزة هواتف ذكية، وحواسيب لوحية) سواء عبر شبكات الاتصالات من رسائل نصية أو مصورة عبر الشريحة أو بواسطة شبكات الإنترنت من متصفحات المحمول أو عبر التطبيقات المحمولة (إخبارية، وتواصل اجتماعي، ويريدي، وصورة وصوت وفيديو) ⁽⁷⁹⁾ .	هي شكل من أشكال الإعلام الجديد الناشئة الخاصة بسرد القصص، حيث يستخدم الصحفيون الاستقصائيون الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب اللوحي من أجل جمع التحقيقات وتحريرها وتوزيعها. هي صحافة مهنية يستخدم فيها الهاتف لإنتاج المحتوى ونشره، بدءاً من جمع المعلومات، والاتصال بالمصادر، وإجراء المقابلات، والتصوير، وكتابة النصوص والمونتاج، وأخيراً نشر المحتوى وتقديمه على المواقع الرقمية.

نتائج الدراسة:

أولاً: دراسة الوسيلة

توظيف الصحافة الاستقصائية الرقمية للمنصات المحمولة

تسعى المواقع الصحفية العربية والعالمية إلى مواكبة التطور التكنولوجي، والوصول إلى المستخدمين بأدوات عصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف المحمولة.

ويركز هذا الجزء على دراسة (الوسيلة) من خلال رصد توظيف المواقع العربية والعالمية عينة الدراسة (سراج، وأريج، وانكفاضة، OCCRP, New yorker, USA today)، لكل الوسائل الرقمية للوصول إلى المستخدمين عبر الهواتف المحمولة، وذلك من خلال المحاور الآتية:

أولاً: نظرة عامة على وجود المواقع عينة الدراسة على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم عبر الهاتف المحمول:

أجرت الباحثة مسحاً لصفحات المواقع عينة الدراسة على منصات التواصل الاجتماعي خلال أسبوع من 24-31 أغسطس 2024، وتنقسم هذه المنصات من حيث الاستخدام عبر الهواتف المحمولة إلى ما يلي:

1- مواقع تواصل مصممة للهاتف المحمول بشكل أساسي (إنستغرام، واتس آب، تليجرام).

2- مواقع تواصل مصممة للهاتف المحمول وكذلك الهواتف الذكية (فيس بوك، تويتر، يوتيوب).

ورصدت الدراسة التباين الكبير في الاستراتيجية الرقمية لكل موقع، من حيث النشر وطريقة عرض المحتوى الاستقصائي، وبذلك تختلف أعداد المتابعين للمواقع من موقع لآخر، وتجدر الإشارة إلى أن العلامة (k) إلى جوار عدد المتابعين تعني "ألف" أما العلامة (m) فتعني "مليون".

ثانياً: رصد تطبيقات الهواتف المحمولة للمواقع عينة الدراسة من خلال استمارة تقييم عامة:

لاحظت الباحثة أن عدداً من المواقع الصحفية تحمست للهواتف المحمولة بإطلاق التطبيقات الإلكترونية على متجرى جوجل وآبل، ولكن مع الوقت قلَّ الاهتمام

بالتطبيقات، خاصة مع تركيز المستخدمين على استهلاك المحتوى الاستقصائي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال، موقع أريج كان قد أعلن عام 2012 عن تطبيقه على متجر آبل، ولكنه غير متوفر حالياً إلا على متجر جوجل فقط. لذلك، رصدت الدراسة الوضع الراهن، وتقييم تطبيقات المواقع على الهواتف المحمولة على متجر جوجل وآبل لأنهما الأكثر استخداماً وشيوعاً، وذلك من خلال استمارة تقييم عامة، طُبِّقت في الأسبوع من 24-31 أغسطس 2024. أولاً: نظرة عامة على وجود المواقع الاستقصائية عينة الدراسة على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (1)

ملاح وجود المواقع الاستقصائية عينة الدراسة على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي

المواقع الاستقصائية عينة الدراسة تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP
(1) مواقع التواصل المصممة للهاتف المحمول بشكل أساسي						
إنستجرام	286k	8,588	384k	169k	1,4M	9,4M
تليجرام	لا توجد	يوجد	يوجد قناة غير نشطة 968 مشترك	لا يوجد	توجد قناة نشطة يتابعها 2,312 متابع	توجد قناة نشطة يتابعها 2,756 متابع
واتس آب	غير مفعلة	يوجد	غير مفعلة	لا يوجد	خدمة للمواطن والصحفي ولكنها لم تعد سارية وخدمة إرسال النسخة الإلكترونية	خدمة التواصل مع الجمهور ومجموعة غير نشطة للمعلومات العاجلة
(2) مواقع التواصل المصممة للاستخدام عبر كل الهواتف المحمولة والذكية						
فيس بوك	3,245,959	18,299,978	631,206	4,603,098	11,499,101	18,038,376
تويتر	168,2K	166,2K	135,2K	247,8K	4,1M	9,5M
يوتيوب	57 مليون مشاهدة	149K	7 ملايين مشاهدة	294 مليون مشاهدة	533 مليون مشاهدة	3,4M تجاوزت مليار مشاهدة 1,458,069,101

موقع سراج:

ينطلق موقع سراج من الاهتمام بمنصات التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً (فيس بوك وتويتر ويوتيوب)، التي تستخدم عبر الأجهزة المحمولة، وتصدرت صفحة فيس بوك القائمة، إذ يعبر أكثر من مليون مُستخدم عن إعجابهم بالصفحة، بينما يشترك أكثر من نصف مليون مُستخدم في قناته على يوتيوب، وحصدت أكثر من ربع مليار مشاهدة، أما عن تويتر فيتابع حساب الموقع أكثر من 166 ألف مغرد.

ومن جهة أخرى، لا تحظى المنصات المصممة للهاتف المحمول بالقدر نفسه من الاهتمام لدى القائمين على النشر الرقمي في الموقع، فعدد متابعي صفحتها على إنستجرام أقل من خمسة آلاف مُستخدم، ولا توجد قناة على تليجرام، ولا خدمة إخبارية أو تواصلية عبر واتس آب.

موقع أريج:

يعد الموقع الأبرز من وجهة نظر الباحثة، إذ تفوق موقع أريج سياسته الرقمية على كل المواقع عينة الدراسة في الوصول إلى مستخدمين الصحافة الاستقصائية عبر المنصات المختلفة، وتحقيق أعلى إحصاءات متابعة ومشاهدة.

ففي منصات التواصل الاجتماعي المصممة للاستخدام عبر الهواتف المحمولة بشكل أساسي، يتابع موقع أريج على إنستجرام أكثر من 8 ملايين متابع، كما دشّن الموقع قناته على تليجرام، ويتابعها أكثر من مليون مُستخدم.

أما عن خدماته الصحفية عبر واتس آب، فقد أطلق مبكراً في صدارة المواقع خدمة التواصل مع القراء من خلال واتس آب، واستقبل مشاركات وصوراً وفيديوهات القراء عبر الرقم، كما أطلق مبادرة خدمية لنشر شكاوى القراء وتوصيلها للمسؤولين والمتابعة معهم حتى حلها.

وأطلق موقع أريج خدمة أخرى للتحقيقات الاستقصائية عبر واتس آب، وهي مجموعة إعلامية، ويتمكن القراء من دخولها حالياً لأن المجموعة الواحدة على واتس آب تستوعب أكثر من 1000 عضو.

أما عن مواقع التواصل الشهيرة التي تستخدم عبر الأجهزة المحمولة كافة، فحقق موقع أريج انتشاراً كبيراً، وحصد على فيس بوك على إعجاب أكثر من 18 مليون مُستخدم،

ويتابعه على تويتر أكثر من تسعة ملايين مغرد، وحقق مشاهدات قياسية على يوتيوب، وقد بلغ عدد المشتركين بقناته ما يقرب من ثلاثة ملايين ونصف مشترك، وحصدت ما يقرب من مليار ونصف مشاهدة.

موقع انكفاضة:

عبر أكثر من 600 ألف مُستخدم عن إعجابهم بموقع انكفاضة على فيس بوك، بينما يقل عدد متابعي الموقع على المنصة ذاتها عن 30 ألف مُستخدم.

وتنقسم الآراء في مجال الإعلام الرقمي عن "انشطار"، وتعدد المنصات الرقمية للوسيلة نفسها، بما يمثل أحياناً ارتباكاً لدى المستخدم بشأن الهوية الرقمية للمؤسسات والعلامات التجارية، ويرى البعض أن ذلك يسهم في مزيد من الوصول للمستخدمين، بينما يرى آخرون أن ذلك يأخذ من مصداقية الوسيلة ويشطر متابعيها إلى جزر منعزلة على صفحاتها المتعددة بالمنصة نفسها.

ويتابع انكفاضة على تويتر أكثر من 135 ألف مغرد، ويشارك في قناتها على يوتيوب أكثر من 25 ألف مشترك، وحصدت القناة أكثر من 7 ملايين مشاهدة.

أما بالنسبة للتطبيقات التي صممت بالأساس للهواتف المحمولة، فتوجد قناة انكفاضة على قناة غير نشطة على تليجرام، نشطت في 2018، ولكنها غير مفعلة بشكل كافٍ الآن، وتوضع منشورات متباعدة على القناة.

وأطلق انكفاضة خدمة واتس آب لتلقي تفاعل المستخدمين، ولكنها خدمة غير مفعلة حالياً، ويشكو بعض القراء على منصات التواصل الاجتماعي من عدم التجاوب من قبل القائمين على الخدمة مع ما يرسله المستخدمون.

ويركز انكفاضة على الوصول إلى المستخدمين عبر التطبيقات المخصصة للهواتف المحمولة من خلال صفحته على إنستجرام التي يتابعها أكثر من 371 ألف مُستخدم.

موقع USA today:

يكرس موقع USA today جهوده الرقمية للوصول إلى المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية والمستخدم عبر كافة الوسائط، إذ يبدي أكثر من أربعة ملايين ونصف مُستخدم إعجابهم بصفحة موقع USA today على فيس بوك.

ويتابع موقع USA today على تويتر أكثر من ربع مليون مغرد، ويشارك في قنواته على يوتيوب أكثر من 600 ألف مشترك، وحصدت ما يقرب من 300 مليون مشاهدة منذ تأسيسها على يوتيوب.

وينحصر اهتمام الموقع بالمنصات المصممة للهواتف المحمولة بشكل حصري على الاهتمام بحساب إنستجرام، الذي يتابعه أكثر من 180 ألف مستخدم، ولكن لا يوفر الموقع خدمات إخبارية أو تفاعلية على منصتي واتس آب أو تليجرام.

موقع New yorker:

لا يولي موقع New yorker اهتماماً كبيراً بمنصات التواصل الاجتماعي التي صممت خصيصاً للهواتف المحمولة، فيما عدا إنستجرام، فإن لديه ما يقرب من ربع مليون متابع على المنصة.

ولا توجد خدمة إخبارية لموقع New yorker على تليجرام، وقد كانت هناك قناة تحمل اسم الموقع، وربما تم الاحتيال وأخذ اسم الموقع من قبل مستخدم زائف، ولكنها أغلقت في 2017.

وأطلق الموقع خدمة تلقى مشاركات المستخدمين على واتس آب؛ ولكنها لم تعد مفعلة- وقت تطبيق الدراسة-وفقاً لتصفح موقع New yorker ومتابعة خدماته وآخر الأخبار عن تلك الخدمة، إذ تعود كل الأخبار عنها إلى عام 2015.

أما عن مواقع التواصل التي تستخدم عبر كل الأجهزة المحمولة، فيبدو جلياً الاهتمام الكبير لموقع New yorker بصفحته على فيس بوك، التي عبر أكثر من ثلاثة ملايين شخص عن إعجابهم بالصفحة، يليها صفحة تويتر التي يتابعها أكثر من 168,2 ألف متابع، وأخيراً يشترك في قناة New yorker على يوتيوب ما يقرب من 150 ألف مشترك، وحصدت أكثر من 57 مليون مشاهدة.

موقع OCCRP:

انتهج موقع OCCRP في سياسته الرقمية الوصول لمستخدمي الصحافة الاستقصائية بشتى الطرق، وبصنع محتوى مناسب لكل وسيلة، لذلك نجد أنه استطاع أن يصل للمستخدمين عبر مواقع التواصل التي صممت للهواتف المحمول بشكل أساسي.

يتابع أكثر من مليون ونصف مُستخدم حساب الموقع على إنستجرام، ويوجد له قناة نشطة على تليجرام تُحدث بصورة يومية، ويتابعها أكثر من ألفي مشترك. أما عن استخدامه لتطبيق واتس آب، فقد سلك أكثر من مسلك، بداية أطلق رقمًا خاصًا لخدمة التواصل مع القراء عبر واتس آب، وفتح بابًا للمواطن الصحفي كي يشارك في تغطية التحقيقات الصحفية، وذلك من خلال إرسال الصور والفيديوهات التي يلتقطها، والمشكلات اليومية التي يصادفها، وذلك عبر أكثر من وسيلة، على رأسها رقم واتس آب خاص بالموقع، أو تسجيل حساب في نافذة "شارك" على الموقع، أو عبر البريد الإلكتروني، أو تطبيق OCCRP على الهواتف المحمولة، كما فتح الموقع خطأً ساخنًا خاصًا بخدمة القراء.

ومنصة "شارك" هي خدمة أطلقها موقع OCCRP في شهر نوفمبر 2014، وعرفها الموقع بأنها صحافة استقصائية من وإلى المواطن، وبأنها "دعوة للمواطنين الصحفيين والقراء إلى المشاركة بالكتابة، ورفع صور وفيديوهات عن موضوع ما يشغل بال المجتمع، أو مثيرًا للجدل" فيه، ووفقًا لمنصة شارك، وهناك شروط لتسجيل الحساب والنشر عبر الخدمة، أهمها "ألا تتطوي المشاركة على تشوية للسمعة، أو تخالف أيًا من القوانين"، ولكن آخر تحديث لهذه الخدمة كان عام 2018.

كما تميز الموقع في توجهه الرقمي على مواقع التواصل التي صممت للاستخدام عبر كل الأجهزة المحمولة، وبلغ عدد المستخدمين الذين سجلوا إعجابهم بصفحته على فيس بوك ما يقرب من 18 مليون مُستخدم، وتجاوز عدد متابعيه على تويتر 9 ملايين مغرد، وحقت قناته على يوتيوب انتشاراً واسعاً، فقد بلغ عدد مشتركها أكثر من مليون مشترك، وحصدت أكثر من مليار مشاهدة.

ثانيا: رصد تطبيقات الهواتف المحمولة للمواقع الاستقصائية عينة الدراسة من خلال (استمارة تقييم) عامة:

جدول (2)

وجود المواقع الاستقصائية عينة الدراسة على متجر جوجل وأبل

المواقع الاستقصائية عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP
متجر جوجل وأبل						
هل يمتلك الموقع الاستقصائي تطبيقات للهواتف؟						
تطبيق على متجر جوجل	متوفر	متوفر	متوفر	متوفر	متوفر	متوفر
عدد مرات التحميل	500 ألف	3 مليون	100 ألف	مليون	100 ألف	10 آلاف
تطبيق على متجر أبل	متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	متوفر	غير متوفر
سهولة البحث	سهل	سهل	سهل	سهل	سهل	سهل
تطبيق مجاني أم مدفوع	مجاني	مجاني	مجاني	مجاني	غير مجاني	مجاني
تقييم طريقة عرض المحتوى الصحفي						
تحديث التحقيقات	يومي	يومي	يومي	يومي	يومي	يومي
تكثيف النص	مختصر التحقيقات	كتابة غير مكثفة	كتابة مكثفة	كتابة غير مكثفة	كتابة غير مكثفة	كتابة غير مكثفة
وجود تبويب	نعم ولكن عشوائي	نعم	نعم	لا	يوجد + خاصية البحث	نعم
تخصيص المحتوى	لا	لا	نعم	لا	لا	لا
الوسائط المتعددة	لا	نعم	نعم	نعم	نعم + خدمة شارك	نعم
تقييم التصميم						
بساطة التصميم	كثير من الأخطاء الفنية	مكتظ	بسيط مناسب للهواتف	بسيط	بسيط	مكتظ
انسجام الهوية البصرية مع الموقع	إلى حد ما	نعم	نعم	إلى حد ما	نعم	نعم
وضوح خطوط العناوين	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم
سرعة تمرير الصفحات	نعم	نعم	نعم	بطئ	بطئ	نعم
خدمة الإشعارات	لا توجد	نعم	لا	لا توجد	نعم	نعم

موقع سراج:

يتصدر تطبيق موقع سراج القائمة، ويقدر تقييمه بـ (4,7)، ويبلغ حجمه 11 ميغا بايت، والموقع رغم بساطته، فإنه قد صُمم بطريقة تناسب الهواتف المحمولة، فالتحقيقات عبارة عن عنوان مع صورة على الصفحة الرئيسية للتطبيق، ويوجد تصنيفات للمحتوى (الأقسام، والكتاب)، حيث تُعد التحقيقات المصورة من أهم ما يميز الموقع. يتوفر تطبيق سراج مجاناً على متجر جوجل، ويسهل البحث عنه، ويمكن العثور عليه في متجر آبل، وقام بتنزيله 500 ألف مُستخدم.

أما عن تحديث التحقيقات فهو يومي، ولكن ليس بشكل آني يتواكب مع تحديث الموقع الرقمي، ويستخدم التطبيق محتوى الموقع الرقمي نفسه، سواء من حيث النصوص أو الفيديوهات المتضمنة، ولكن يكثف الكتابة بإختصار خصيصاً للتطبيق.

وتوجد أقسام واضحة في التطبيق، ويمكن للمستخدم تخصيص المحتوى وانتقاء الأقسام التي يريد متابعتها، وفي الوقت ذاته لا توجد خدمة تفعيل الإشعارات.

وينسجم تصميم التطبيق مع تصميم الموقع وهويته البصرية إلى حد ما، ويمكن قراءة النصوص بسلسلة بسبب حجم الخط المناسب للتصفح من الهواتف، كما تسهل عملية الانتقال من صفحة لصفحة، وفتح الموضوعات بسرعة وسلسلة.

موقع أريج:

أول شبكة في المنطقة مكرسة لترسيخ صحافة الاستقصاء لدى وسائط الإعلام، وفق منهجية متطورة حديثة العهد على غرف الأخبار.

تأسس عام 2005 للإسهام في دعم صحافة استقصائية احترافية مستقلة ذات جودة عالية، من خلال تمويل مشاريع تقصي في العمق، تنظيم ورش تدريب نوعية متقدمة وتوفير خبرات إشراف على يد إعلاميين محترفين. وتساعد أريج الإعلاميين في الدول العربية العاملين في الصحف، مواقع الإنترنت، الإذاعات ومحطات التلفزيون.

وأطلق موقع أريج تطبيقين على متجر جوجل وآبل: الأول هو التطبيق العام المجاني، يحمل اسم الموقع، أما الثاني فمدفوع ويحمل اسم الموقع PDF.

يبلغ حجم التطبيق المدفوع 69,4 ميغا بايت على متجر آبل، وتقييمه (4,7)؛ بينما يبلغ حجمه على متجر جوجل 21,76 ميغا، ويقدر تقييمه بـ (4,1).

وبالنسبة للتطبيق المجاني للموقع، فيبلغ حجمه على متجر آبل 5,1 ميغا بايت، ويبلغ تقييمه (4,6)، أما على متجر جوجل، فيبلغ حجمه 1,8 ميغا، ويبلغ تقييمه (3,8)، وستختار الدراسة تطبيق الموقع المجاني لأنه الأسهل وصولاً للمستخدم العادي.

يسهل البحث عن التطبيق على متجر جوجل، وتبلغ عدد عمليات تحميل التطبيق 3 مليون مرة، ويُعبر كثير من مستخدمي التطبيق في تقييمهم عن شكواهم من بطء التحميل، وبخاصة على نسخة التطبيق لأجهزة أندرويد.

ويحدث التطبيق بصورة آنية متزامنة مع تحديث الموقع، كما يوجد تبويب واضح للمستخدمين، ولا توجد إمكانية لتخصيص المحتوى بحسب احتياجات المستخدمين. تتشابه كتابة النصوص على تطبيق أريج مع الكتابه على الموقع، ولم تكتب النصوص بطريقة مكثفة لتناسب التطبيق، ولكنها تبدو بصورة واضحة تناسب حجم الهاتف. تتوفر إمكانات الوسائط المتعددة على التطبيق مثل الفيديو، كما تتوفر إمكانيه للبحث على التطبيق، ويسهل المشاركة في خدمة المواطن الصحفي عبر خدمة (شارك) على التطبيق، وتحميل الصور والفيديوهات مع بيانات المُستخدم. ولكن تكمن المشكلة الأساسية في بطء الانتقال من صفحة لصفحة على التطبيق، إذ يستغرق الأمر عدة ثوان، ولا توجد انسيابية في التنقل. ينسجم تصميم التطبيق مع الهوية البصرية للموقع، ويمكن للمستخدم تفعيل خدمة الإشعارات.

موقع انكفاضة:

يسهل البحث عن تطبيق موقع انكفاضة على متجر جوجل، وحجمه 20 ميغا بايت، وقد قام بتحميله 100 ألف مُستخدم، ويقدر تقييمه بـ (4,6)، ولا يتوفر تطبيق للموقع على متجر آبل.

تطبيق الموقع غير محترف، بل هو أقرب إلى (النماذج)، وتوجد بعض الأقسام الفارغة مثل الفيديو، والصوت، كما أن واجهة التطبيق بدائية، ولا تعبر عن الموقع بأي صورة. ويعتمد التطبيق بصورة أساسية على وضع ملخصات للتحقيقات مع إحالة للموقع، ولذلك لا تتوفر فيه إمكانيات الوسائط المتعددة إلا بصورة نادرة، لأن التطبيق يعتمد على الموقع بصورة أساسية، ولا توجد خدمة تفعيل الإشعارات. يُحدث التطبيق بصورة يومية، ولكن بشكل آني متزامن مع الموقع، إذ يتأخر نشر التحقيقات قليلاً عن الموقع.

توجد كثير من الأخطاء الفنية في تصميم التطبيق، وينسجم إلى حد ما مع الهوية البصرية للموقع، وتبدو النصوص في صورة واضحة للقراء من الهواتف المحمولة، ويسهل

التنقل أحياناً من صفحة لصفحة، ولكن يصبح التنقل بطيئاً أحياناً، ولا يتناسب تقييم المستخدمين (4,6) مع جودته كتطبيق.

موقع USA today:

يسهل البحث عن التطبيق في متجرى جوجل وآبل، ويتم تحديثه يومياً، ولكن ليس بصورة آنية مثل الموقع، كما أن تحديث التطبيق على أجهزة أندرويد أسرع منه على الأجهزة التي تعمل بنظام iOS.

يُقدر تقييم التطبيق على متجرى جوجل بـ (4,5)، وحجمه 9,7 ميغا بايت، وتم تنزيله مليون مرة، أما عن تقييم التطبيق على متجر آبل، فيقدر بـ (4,0)، وحجمه 61,2 ميغا بايت.

ينسجم التصميم تماماً مع الموقع الإلكتروني، بل هو مرادف له ولكن بحجم وإعدادات الهاتف المحمول.

تفتقد واجهة التطبيق للبساطة، وتفتقر نصوص وعناوين الموضوعات الصحفية إلى التكثيف والإيجاز، ولكن يتمتع التطبيق بالسلاسة في التنقل من صفحة لأخرى ويسر الاستخدام.

يوجد تبويب واضح بالتطبيق، كما تخصص أيقونة لمشاركة التحقيقات من التطبيق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتصنيف آخر للميديا، وأهم التحقيقات، والتحقيقات المفضلة (التي يختارها المستخدم).

تأخذ الإعلانات قسماً كبيراً من مساحة واجهة التطبيق، مما قد يقلل من حافزية القارئ على أخذ جولة في موضوعات التطبيق.

موقع New yorker:

يتوفر تطبيق New yorker على متجرى جوجل وآبل بتكلفة مادية، وقام بتنزيله 100 ألف مستخدم، ويتم تحديث التطبيق بصورة آنية وبشكل يومي، فينضم إليه عشرات من المراسلين المحترفين مع الصحفيين في جميع أنحاء العالم للإبلاغ عن الفساد بجميع أشكاله.

يهدف الموقع الذي يرأسه مراسلون مخضرمون إلى رفع مستوى الصحافة الاستقصائية التي يقودها الصحفيون وتعزيز تأثيرها ووضوحها، كوسيلة لدعم الشفافية.

يتعاون الموقع مع غرف الأخبار لدعم التحقيقات المتعمقة حول القضايا العالمية لتثقيف المستخدم وتشجيع الحلول وتحسين الحياة، ومنذ تأسيس الموقع في عام 2006 فازت تحقيقاته بجوائز جورج بولك، وجوائز المجلة الوطنية، وجوائز نادي الصحافة، وجوائز بوليتزر، وهي جوائز عالمية تقدم للأعمال الأكثر تفضيلاً بالنسبة للقراء والمساهدين. ويعمل الموقع في رابطة الصحافة والتكنولوجيا، وبناء الخبرات ومهارات سرد القصص للصحفيين في جميع أنحاء العالم.

موقع OCCRP:

يعد موقع OCCRP بين أكبر منتجي المحتوى الاستقصائي في العالم، في عام 2017م وصلت إلى 200 مليون من القراء والمساهدين من خلال وسائل الإعلام التقليدية التي نشرت وعلقت وكتبت عن عملهم.

أنتجت OCCRP أكثر من 150 تحقيقاً عابراً للحدود، وزار الموقع عبر شبكة الإنترنت أكثر من 6 ملايين من القراء والمساهدين في عام 2018، يعمل بالموقع عشرات من الصحفيين وعديد من المنظمات الإخبارية الإقليمية الرئيسية في جميع أنحاء أوروبا وإفريقيا وآسيا والشرق الأوسط وأمريكا اللاتينية.

تغطي تحقيقاتها الفساد، وتهدف إلى بناء قدر أكبر من المساءلة من خلال الكشف عن إساءة استخدام السلطة، من خلال عملهم بالموقع يعزز الصحفيون تغطيتهم الإخبارية ويتواصلون بعمق أكبر مع جماهيرهم.

خلاصة التحليل في ضوء توظيف المواقع الاستقصائية الرقمية (عينة الدراسة) لصحافة الهاتف المحمول لإنتاج المحتوى ونشره:

توصلت الباحثة إلى أن المواقع الاستقصائية الرقمية (عينة الدراسة) لديها شبكة واسعة من المراسلين والمحررين الاستقصائيين الذين يجيدون مهارات التصوير لرصد الأحداث فور وقوعها لحظة بلحظة، وتهتم المواقع بالتفاعل مع جمهورها، وإشراكهم في إنتاج المحتوى من خلال إتاحة الفرصة لهم بنشر فيديوهاتهم والتعليق على المحتوى المقدم، ووصل عدد المشتركين بالمواقع عينة الدراسة على اليوتيوب أكثر من مليون مشترك.

ويعدُّ موقع أريج أول موقع فيديو في الشرق الأوسط، يهتم بتقديم مقاطع الفيديو الحصرية، ويقدم الموقع متابعات سريعة للأحداث إلى جانب التقارير المطولة في جميع المجالات.

وتوظّف المواقع (عينة الدراسة) بتوظيف صحافة الهاتف المحمول على مستوى المحتوى الإخباري والبت المباشر، في إطار تبني المواقع العربية والعالمية مبكراً لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، باستبدال كل الكاميرات بهواتف ذكية ذات جودة عالية، وتسليم كل محرر موبايل لاستخدامه في تغطية المحتوى الإخباري والبت المباشر للأحداث، إلى جانب غرفة الأخبار المدمجة التي تنتج المحتوى الصحفي الاستقصائي بأشكال مختلفة يصب في منصات متعددة، بما فيها منصات ومواقع التواصل الاجتماعي؛ ليناسب استخدام الجمهور للهاتف المحمول في استهلاك المحتوى.

وتُقدم بعض المواقع الرقمية إنتاج صحافة الهاتف المحمول نقلاً عن موقع (أريج)، لقدرة الهاتف المحمول على نقل الأحداث بسرعة، خاصة العاجلة منها، وتسعى المواقع عينة الدراسة لتطبيق فكرة استوديو متكامل لصحافة الهاتف المحمول.

ويُعرض المحتوى على جميع المنصات الرقمية، مما يؤدي إلى تغيير مفهوم صحافة الهاتف المحمول من مجرد التغطية الميدانية والتقارير إلى صناعة محتوى استقصائي متكامل، إلا أن هذه التجربة واجهت عديداً من التحديات في البداية، منها ترسيخ مفهوم إنتاج المحتوى الاستقصائي بالهاتف المحمول لدى الجمهور والعاملين بالإعلام، وتغيير النظرة السائدة الخاصة بعدم الإقتناع بالمحتوى الذي يتم إنتاجه بالهاتف المحمول، والتشكيك في قدرته على منافسة المحتوى الذي ينتج بالأدوات التقليدية.

ثانياً: دراسة القائم بالاتصال

طبقت الباحثة استبانة إلكترونية على عدد من الصحفيين الاستقصائيين في المواقع العربية والعالمية الآتية: (سراج، وأريج، وانكفاضة، USA today، New yorker، OCCRP).

استهدفت الباحثة تطبيق الاستبانة على 12 صحفياً في كل موقع، واختلفت الاستجابات من موقع لآخر، كما يلي:

البيانات الأولية للعينة قيد الدراسة:

جدول (3) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية

المتغيرات الديموجرافية		العدد	%
النوع	ذكر	55	73.3
	أنثى	20	26.7
الإجمالي		75	100
السن	أقل من 25 سنة	5	6.7
	من 25 إلى أقل من 35 سنة	18	24
	من 35 إلى أقل من 45 سنة	37	49.3
	من 45 إلى أقل من 55 سنة	15	20
الإجمالي		75	100
المؤهل التعليمي	أقل من بكالوريوس	5	6.6
	بكالوريوس	47	62.7
	دراسات عليا	23	30.7
الإجمالي		75	100
سنوات الخبرة	أقل من سنة	8	10.7
	سنة - أقل من 5 سنوات	10	13.3
	5 - أقل من 10 سنوات	35	46.7
	10 سنوات فأكثر	22	29.3
الإجمالي		75	100
التخصص	الديسك	12	16
	قسم التحقيقات	13	17.3
	الإخراج	10	13.3
	التحقيقات الخارجية	17	22.7
	الموقع الإلكتروني	12	16
	التصوير	11	14.7
الإجمالي		75	100

المتغيرات الديموجرافية			العدد	%
الحصول على دورات تدريبية في مجال صحافة الهاتف المحمول	نعم	44	58.7	
	لا	31	41.3	
الإجمالي			75	100
سنوات الخبرة في توظيف الهاتف المحمول في الصحافة الاستقصائية الرقمية	أقل من سنة	15	20	
	سنة - أقل من 3 سنوات	38	50.7	
	3 - أقل من 5 سنوات	20	26.7	
	5 سنوات فأكثر	2	2.6	
الإجمالي			75	100
المواقع عينة الدراسة	سراج	12	16	
	أريج	15	20	
	انكفاضة	12	16	
	USA today	12	16	
	New yorker	12	16	
	OCCRP	12	16	
الإجمالي			75	100

يتضح من الجدول السابق توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، وبالنسبة لمتغير النوع، تدل النسب السابقة على تفوق عدد الذكور على الإناث في العدد الكلي للصحفيين الاستقصائيين المعتمدين على الهواتف المحمولة في المواقع عينة الدراسة. وفي ضوء نتائج الجدول، فهناك اعتماد بنسبة كبيرة على الصحفيين الاستقصائيين من فئات الشباب داخل المواقع عينة الدراسة.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة كـ... (80) من (Nikolas Vryzas وآخرون 2024)، (Kartika Ngesti وآخرون 2024)، (Adriana Denisa)، التي اقترحت ضرورة الاهتمام بتعيين الشباب في المناصب القيادية بالمؤسسات الصحفية ممن يمتلكون المؤهلات والرؤية المستقبلية لتطوير العمل الصحفي الاستقصائي، ويدركون أهمية صحافة الهاتف المحمول وكيفية تطبيقها، لأن المؤسسة الصحفية التي لم تهتم اليوم بالتطوير والتحديث باختيارها سوف تلجأ إلى ذلك مضطرة بعد أن ينصرف عنها القراء، فالبقاء في العمل الصحفي الاستقصائي فقط لمن

يتكيف مع متغيرات العصر، ويدرك أن المحتوى الذي كانت تضمه النسخ الورقية لا يتماشى مع قواعد النشر الإلكتروني الآن.

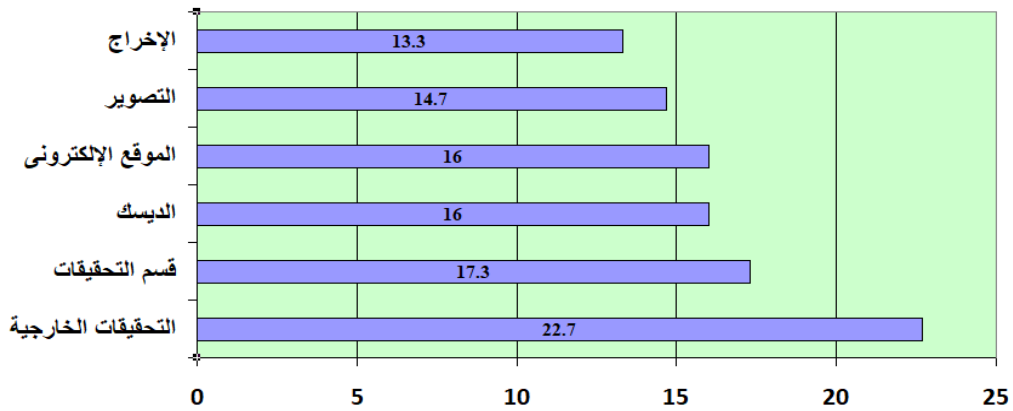
كما يتضح مما سبق أن هناك اعتماداً بنسبة كبيرة داخل المواقع عينة الدراسة على الصحفيين ذوي الخبرات السابقة في العمل الصحفي الاستقصائي، كما ترحب أيضاً بالخريجين من الشباب.

ويتبين من نتائج الجدول السابق أن هناك اعتماداً بنسبة كبيرة داخل المواقع عينة الدراسة على الصحفيين ذوي المؤهل العالي.

كما تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى حرص أكثر من نصف الصحفيين الاستقصائيين في المواقع عينة الدراسة على التدريب وتنمية مهاراتهم ومعارفهم في مجال صحافة الهاتف المحمول، إذ تصل نسبتهم إلى 58.7٪، وهي نسبة كبيرة تدل على حرص القائم بالاتصال على تطوير مهاراتهم في مجال عملهم بالمواقع الاستقصائية.

ويتضح مما سبق أيضاً حرص أغلب الصحفيين الاستقصائيين في المواقع عينة الدراسة على تطوير مهاراتهم بما يتناسب مع التغيرات المتعاقبة التي تشهدها ساحة الإعلام. كما تدل النسب السابقة على تفوق عدد الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة بموقع أريج.

ويتضح أن العينة متنوعة من حيث التخصص الصحفي الاستقصائي، إذ يعمل الصحفيون في التحقيقات الخارجية بنسبة 22.7٪، يليها قسم التحقيقات بنسبة 17.3٪، وجاء في المرتبة الثالثة كل من الديسك، والموقع الإلكتروني بنسبة 16٪، ثم التصوير بنسبة 14.7٪، وأخيراً الإخراج بنسبة 13.3٪، كما في الشكل البياني الآتي:



شكل (1) التخصصات الصحفية التي يعمل فيها الصحفيون الاستقصائيون عينة الدراسة

من واقع البيانات السابقة يمكن استنتاج ما يلي:

- أن عامل المؤهل الدراسي وما يسبقه من سنوات الدراسة النظرية والتكوين الأكاديمي يحظى بالأهمية الكافية للإلتحاق بالعمل لدى المواقع عينة الدراسة.
- وتعكس النتائج السابقة - من وجهة نظر الباحثة - أن غالبية القيادات والممارسين بالمواقع عينة الدراسة يرون أن تبني المواقع صحافة الهاتف المحمول في إنتاج وتقديم المحتوى متميز إلى حد ما مقارنة بالمواقع الرقمية الأخرى، وأن المواقع عينة الدراسة تستخدم صحافة الهاتف المحمول بشكل كلي، حتى ترقى إلى استخدامها في إنتاج المحتوى بشكل كامل، واختلفت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (رباب هاشم، 2023)⁽⁸¹⁾، التي توصلت إلى أن صحافة الهاتف المحمول ارتبط استخدامها بدرجة كبيرة بتغطية الأحداث الطارئة والمفاجئة، إضافة إلى أن القنوات لا تنتج محتوى خاصاً للهاتف، كما تنتظر للهاتف على أنه وسيط فقط، وليس نمطاً إنتاجياً له متطلبات مختلفة في المحتوى، فالقنوات تنتج محتوى بالأدوات التقليدية ثم تسوقه على مواقعها الإلكترونية.

المحور الأول: مفهوم صحافة الهاتف المحمول (mogo) وتوظيفها بالمواقع الاستقصائية الرقمية عينة الدراسة:

جدول (4)

توزيع عينة الدراسة حول مفهوم صحافة الهاتف المحمول
من وجهة نظر العاملين بالتحقيقات الاستقصائية الرقمية

م	مفهوم صحافة الهاتف المحمول من وجهة نظر العاملين بالتحقيقات الاستقصائية الرقمية	أوافق جداً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق	إجمالي النقاط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا 2
1	وسيلة جمع الأخبار والبيانات والمعلومات من خلال الأدوات التي أتاحتها الهاتف.	19	10	17	11	18	226	3.013	1.511	204.898
2	شكل من رواية الوسائط المتعددة، التي تجمع الـ صحافة، والتـ صوير الفوتوغرافي، والتـ صوير بالفيديو، وكتابة الذـ صوص، والمونتاج، والنشر باستخدام الهاتف.	19	6	21	11	18	222	2.960	1.493	
3	طريقة عمل لسرد ورواية القصص وإنشائها وتحريرها باستخدام الهاتف.	18	6	16	12	23	209	2.787	1.553	
4	شكل من أشكال صحافة الفيديو، يتم من خلالها الاعتماد على الهاتف، ليس فقط في إنتاج المحتوى ونشره، ولكن أيضاً استهلاك الجمهور لهذا المحتوى من خلال الهاتف.	19	6	21	6	23	217	2.893	1.556	

م	مفهوم صحافة الهاتف المحمول من وجهة نظر العاملين بالتحقيقات الاستقصائية الرقمية	أوافق جداً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق	إجمالي النقاط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا2
5	الصحافة المهنية التي تشمل جميع الممارسات الإعلامية التي يستخدم فيها الهاتف، وتلتزم الحياد والأمانة، وفصل الخبر عن الرأي، وتدعيم الأحداث بخلفياتها وسياقها.	19	13	14	15	14	233	3.107	1.467	
6	وسيط لنقل الأخبار والمعلومات وليس أداة لإنتاج المحتوى، فهي تُعنى تطبيقات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الإخبارية، والتطبيقات الصوتية والمرئية، ومحتوى صفحات الهاتف.	13	11	16	11	24	203	2.707	1.487	
7	إنتاج تقارير وقصص ومقاطع فيديو بالكامل باستخدام الهاتف، وإرسالها للمؤسسة الإعلامية أو نشرها على المواقع الإلكترونية.	20	18	8	15	14	240	3.200	1.498	

م	مفهوم صحافة الهاتف المحمول من وجهة نظر العاملين بالتحقيقات الاستقصائية الرقمية	أوافق جدا	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق	إجمالي النقاط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا 2
8	الصحافة التي يستخدم فيها الهاتف لإنتاج المحتوى ونشره، بدءاً من جمع المعلومات، والاتصال بالمصادر، وإجراء المقابلات، والتصوير، وكتابة النصوص والمونتاج، وأخيراً نشر المحتوى وتقديمه.	12	11	17	11	24	201	2.680	1.463	
9	شكل مبتكر من أشكال إنتاج وسرد القصص الرقمية، بحيث يكون الهاتف هو الوسيلة أو الجهاز الأساسي لإنتاج وتصوير الصور أو الصوت أو الفيديو.	40	15	7	5	8	299	3.987	1.370	
10	عملية جمع التحقيقات ونشرها باستخدام الهاتف، أو جهاز لوحي، وهو اتجاه جديد في تغطية الأحداث وبثها، أصبح سائداً ومعتمداً لدى كثير من المؤسسات الإعلامية.	30	20	10	7	8	282	3.760	1.354	

م	مفهوم صحافة الهاتف المحمول من وجهة نظر العاملين بالتحقيقات الاستقصائية الرقمية	أوافق جداً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق	إجمالي النقاط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا2
11	استخدام الصحفيين للأجهزة المتنقلة (الهاتف الذكي/ الكمبيوتر الشخصي) في جمع التحقيقات وتوزيعها وتحريرها وتوزيعها للمسؤولين، لذلك فهي أصبحت طريقة راسخة لبحث التحقيقات الاستقصائية.	25	20	7	10	13	259	3.453	1.500	
12	استخدام الأجهزة المحمولة لاستهلاك الأخبار والمعلومات، ومراعاة اختلاف الجمهور الأكثر وعياً، مما يسمح بإنشاء تحقيقات أكثر تشويقاً ومناسبة للوسيلة الحديثة والجمهور المتفاعل النشط.	13	15	12	11	24	207	2.760	1.514	

في ضوء نتائج الجدول، يتضح اتفاق هذه النتائج مع دراسة كل من⁽⁸²⁾ (رباب هاشم، 2023)، (López-García, X. et al، 2019)، (Karhunen)، التي أكدت أن الهاتف المحمول أصبح أداة متكاملة لإعداد وإنتاج المواد الإعلامية، وذلك بعد التطور الكبير في إمكانيات وتقنيات الهاتف المحمول، مما حوله من مجرد أداة اتصالية بين شخصين إلى أداة إعلامية.

وتطورت الوظيفة الإعلامية للهاتف المحمول من استخدامه كأداة لبث الرسائل الإخبارية القصيرة من قبل المؤسسات الإعلامية، وتصفح الجمهور للمواقع المختلفة وتحميل

التطبيقات الإخبارية، حتى أصبح الهاتف استوديو إعلامياً متنقلاً، يمكن من خلاله جمع المعلومات والتحقق منها، والاتصال بالمصادر، وإجراء المقابلات، والتصوير، وكتابة النصوص، والمونتاج، والنشر، وهو ما يطلق عليه صحافة الهاتف المحمول أو MOJO، وهذا ما أكدته دراسة كل من⁽⁸³⁾ (رباب هاشم، 2023)، (Salzman 2020)، (Deen 2019).

وتوجد مقولة شهيرة ومعروفة بين الصحفيين الاستقصائيين والمصورين، هي "أفضل كاميرا هي الموجودة معك في أي وقت وفي كل مكان"، وهذا ما توفره كاميرا الهاتف المحمول لمن يعمل في المجال الصحفي الاستقصائي، وأيضاً للمواطنين العاديين الذين يستخدمون الهاتف لتوثيق وتسجيل الأحداث، ومشاركتها على صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فيما يسمى "بصحافة المواطن".

كما أكدت دراسة (Salih 2017)⁽⁸⁴⁾ أن السنوات الماضية شهدت تغيراً في استهلاك التحقيقات من قبل الجمهور، واعتبار المواقع الإلكترونية خاصة مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً رئيسياً لهذه المعلومات، مما شكل ضغطاً على وسائل الإعلام لإعادة التفكير في نموذج عملها وأدوات إنتاج المحتوى الإعلامي، ليتصدر الهاتف المحمول كأداة مثالية يمكن من خلالها إنتاج المحتوى ونشره، ومشاهدته، أيضاً عبر الهاتف.

جدول (5)

توزيع عينة الدراسة حول أهمية توظيف صحافة الهاتف المحمول
داخل غرف التحقيقات الاستقصائية

م	أهمية توظيف صحافة الهاتف المحمول	العدد	%	كا2	درجة حرية	مستوى الدلالة
1	أحدثت التطورات التقنية في الهواتف المحمولة، وتطور التطبيقات على هذه الهواتف طفرة كبيرة في صحافة الهاتف، حيث أمكن التصوير وإجراء عمليات المونتاج على المحتوى بجودة وكفاءة عالية.	5	6.7	10.213	10	غير دالة
2	تقدم صحافة الهاتف مستويات مختلفة للاستخدام داخل غرف التحقيقات، المستوى الأول mobile Gathering، ويتمثل المستوى الثاني في Uniplat form production، أما المستوى الثالث No Gate keeper journalism	3	4			
3	يتم التصوير باستخدام الهاتف بجودة وكفاءة عالية تساوي جودة وكفاءة الكاميرات الاحترافية، إضافة إلى جودة الصوت.	5	6.7			
4	الهاتف أداة مثالية في تغطية التحقيقات العاجلة والمؤتمرات الصحفية، لأنه يوفر توثيق الحدث لحظة وقوعه، مع إمكانية البث المباشر بجودة عالية على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فيسبوك لايف وإنستجرام لايف.	11	14.7			
5	التصوير بالهاتف يجعل الأفراد أقل تخوفاً، وأكثر صدقاً وانفتاحاً من التصوير بالكاميرا عند إجراء مقابلات معهم.	10	13.3			
6	تطور مجالات استخدام الهاتف وإمكانياته الكبيرة في إنتاج المحتوى الاستقصائي من خلال جهاز واحد.	3	4			
7	يمكن من خلال الهاتف تغطية الأحداث التي يصعب تغطيتها بالوسائل التقليدية، وتقليل التكلفة.	9	12			
8	الأكثر أماناً وسلامة للصحفيين الاستقصائيين، لأنه يسمح بالعمل دون جذب الانتباه.	8	10.7			
9	ساعد الهاتف على إتاحة الفرصة للمجتمعات النائية والمهمشة للتعبير عن نفسها، مما أسهم في تغيير محتوى وممارسات الوسائل الإعلامية وعلاقتها بجمهورها.	7	9.3			
10	تحقيق كثافة وتنوع في المحتوى الاستقصائي الذي ينتج، إضافة إلى تحقيق مرونة في استخدام القواعد الجامدة في التصوير.	6	8			
11	يعمل الهاتف على تقليل أفراد العمل تحقيقاً لفكرة one man crew، الانفرادات والحصریات.	4	5.3			
12	أبرز ملامح التطوير التي يضيفها استخدام صحافة الهاتف بالتحقيقات الاستقصائية هي سهولة الحركة، وسرعة إرسال المحتوى، وسهولة البث المباشر، وخفض تكلفة الإنتاج.	4	5.3			
	الإجمالي	75	100			

يتضح مما سبق اتفاق هذه النتائج مع دراسة كل من⁽⁸⁵⁾
(2017 Guribye, et al)، (2020 Maksimainen)، (2021 Blankenship,)،

Justin C) التي أكدت أهمية توظيف صحافة الهاتف المحمول داخل المؤسسات الإعلامية، نظراً لما يوفره من إمكانيات في إنتاج وصناعة المحتوى الإعلامي، فقد اتجهت عديد من المواقع في مختلف دول العالم لاستخدام الهاتف المحمول بديلاً لأدوات الإنتاج التقليدية، واستبدال الفريق الإعلامي المتكامل بصحفي متنقل مجهز بهاتف محمول وحامل ثلاثي وميكروفون، يمكنه إنتاج محتوى إعلامي عالي الجودة في أي مكان وأي وقت.

وتقدم صحافة الهاتف مستويات مختلفة للاستخدام: المستوى الأول mobile Gathering، يتمثل في استخدام الهاتف أداة لجمع المواد السمعية والبصرية، ثم إجراء المونتاج في غرفة الأخبار باستخدام أجهزة احترافية، ويتمثل المستوى الثاني Uniplatform production في التصوير والمونتاج من خلال الهاتف، إذ يمكن التصوير من خلال التطبيقات الخاصة بذلك على الهاتف، مثل تطبيق Filimic Pro، ثم إجراء المونتاج على المحتوى باستخدام تطبيقات المونتاج على الهاتف، مثل Luma Fusion أو iMovie (خاصة بأجهزة ios) و Kinemaster (أجهزة ios) وأندرويد⁽⁸⁶⁾، أما المستوى الثالث No Gatekeeper journalism فيعني بإنتاج وبث المحتوى في ظروف استثنائية (حروب- مظاهرات - إلخ) دون الالتزام الكامل بمعايير الجودة في المحتوى⁽⁸⁷⁾.

واتفقت هذه النتائج مع دراسة كـلـل من⁽⁸⁸⁾ (أمانى شنينو، 2018)، (2020 Corona Virus)، (2017 Westlund)، التي أكدت ما يتعلق بجودة التصوير باستخدام الهاتف، فقد تقلص الفرق بدرجة كبيرة بين كاميرا الهاتف والكاميرات الاحترافية، لدرجة أن المشاهد لا يستطيع في كثير من الأحيان التفرقة بين ما إذا كان التصوير تم بكاميرا الهاتف أم بكاميرا احترافية، وفيما يتعلق بجودة الصوت، يصبح الميكروفون ضرورياً للحصول على صوت نقي وواضح، خاصة حينما يكون الضيوف بعيدين عن ميكروفون الهاتف.

لذلك يحتاج الإنتاج الصحفي باستخدام الهاتف إلى وجود بعض الأدوات المهمة التي تضمن جودة الإنتاج، مثل الحامل الثلاثي لحل مشكلة الاهتزاز أثناء التصوير، والمايك،

إلى جانب توفير بعض المعدات الإضافية المساعدة، مثل العدسات الخاصة بالهاتف، وإضاءة خارجية، وبطارية، وذاكرة إضافية.

جدول (6)

توزيع عينة الدراسة حول مميزات صحافة الهاتف المحمول عن أشكال الصحافة الأخرى

م	مميزات صحافة الهاتف المحمول عن أشكال الصحافة الأخرى	أوافق جداً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق	إجمالي النقاط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا2
1	عملية التحرير والتصوير والمونتاج تتم بواسطة تطبيقات الهاتف، مما يجعل الصحفي لا يحتاج إلى صالات التحرير وغرف تجميع الفيديوهات، ولا يحتاج إلى مصورين محترفين.	31	20	10	8	6	287	3.827	1.298	**306.013
2	يقوم الصحفي بعملية التوزيع من خلال نشر ما تم إنجازه من عمل على المواقع الرقمية، أو عبر البريد الإلكتروني، أو من خلال منصات مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يجعلها الأسرع والأسهل.	27	21	13	8	6	280	3.733	1.277	
3	قلة تكلفة الإنتاج، وسهولة الحمل والاستخدام والتصفح.	17	11	27	10	10	240	3.200	1.305	
4	يعد الهاتف استوديو متنقلاً، إذ يؤدي عددًا من الوظائف التي تنفذها أدوات الإنتاج التقليدية.	27	24	10	8	6	283	3.773	1.269	
5	يمكن من خلال الهاتف بمفرده إنتاج المحتوى بالكامل بسرعة كبيرة بدءًا من البحث عن المعلومات، والاتصال بالمصادر، والتصوير بجودة عالية، وكتابة النصوص، والمونتاج إلى جانب سعة التخزين الكبيرة التي تتوافر به.	24	22	13	10	6	273	3.640	1.280	

م	مميزات الصحافة الهاتف المحمول عن أشكال الصحافة الأخرى	أوافق جدا	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق	إجمالي النقاط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كأ
6	الهاتف بديل جيد وآمن في تغطية الأحداث الخطرة (أعمال الشغب والعنف، حروب، ... إلخ)، لأنه لا يلفت الانتباه كما في المعدات الضخمة.	24	18	17	10	6	269	3.587	1.285	
7	يوفر اعتماد المؤسسات الإعلامية على الهاتف كثيرا من التكاليف، ليس فقط في شراء المعدات والأجهزة، ولكن في صيانتها أيضا، وكذلك في تدريب الأفراد على استخدامها.	26	19	16	8	6	276	3.680	1.275	
8	عدم احتياج صحافة الهاتف إلى فريق كامل.	21	12	22	10	10	249	3.320	1.367	
9	سهولة وسرعة نقل الأحداث، وتغطية الأحداث الطارئة، وإثراء المنصات الرقمية المختلفة.	21	14	24	10	6	259	3.453	1.255	
10	تقريب الأحداث من جميع أنحاء العالم، وجعلها متاحة للمتلقي.	20	12	23	10	10	247	3.293	1.353	
11	عدم الحاجة إلى التراخيص المطلوبة في حالة استخدام أدوات والمعدات الإنتاج التقليدية.	21	14	24	6	10	255	3.400	1.336	
12	مراعاة عادات المتلقين وسرعة إيقاع العصر بإنتاج محتوى سريع بالموبايل وللموبايل.	17	15	23	10	10	244	3.253	1.316	

في ضوء نتائج الجدول، تتميز صحافة الهاتف المحمول عن أنماط الصحافة التقليدية باعتمادها على الهاتف المحمول، إذ تتم عملية التحرير والتصوير والمونتاج بواسطة تطبيقات الهاتف، مما يجعل الصحفي لا يحتاج إلى صالات التحرير وغرف تجميع الفيديوهات، ولا يحتاج إلى مصورين محترفين.

واتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة كل من⁽⁸⁹⁾ (2019 Ahmad)، (2019 Sidiropoulos)، (2019 Westlund)، التي أكدت أن الإحصائيات الخاصة باستهلاك الجمهور للفيديو تعزز من أهمية صحافة الهاتف، فمستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي يتذكرون 95% من الرسالة حال مشاهدتها من خلال فيديو، كما أن استهلاك الفيديو من خلال الهاتف يرتفع 100% كل عام، إضافة إلى ارتفاع شعبية استخدام الهاتف في استهلاك القصص الإخبارية، وخاصة بين الشباب والمتعلمين الذين لديهم وظيفة.

كما اتفقت مع نتائج دراسة كل من⁽⁹⁰⁾ (2019 Papper)، (2019 Martyn)، اللتين أكدتا أنه على مدى السنوات الماضية، اعتمدت المؤسسات الإعلامية في دول كثيرة على صحافة الهاتف، واعتمدتها في غرف الأخبار، ووظفت صحفيين وسائط متعددة أو تدريب ما لديها من عناصر، ففي الولايات المتحدة الأمريكية اعتمدت المؤسسات الإعلامية على صحفيي الوسائط المتعددة بشكل متزايد خلال السنوات السابقة، في محاولة لتوفير الأجور من خلال الاستغناء عن الأطقم متعددة الأشخاص واستبدالهم بصحفيين متنقلين، كما أن الانخفاض المستمر في أعداد جمهور القراء والمشاهدين في الولايات المتحدة، أدى إلى تبني عديد من مديري الوسائل الإعلامية للصحفيين المتنقلين القادرين على التحرك بسرعة، وبتكلفة أقل من فرق العمل التقليدية.

واتفقت أيضاً مع نتائج دراسة (2018 Carolus)⁽⁹¹⁾، التي أشارت إلى أن التطورات التقنية أحدثت في الهواتف المحمولة، وتطور التطبيقات على هذه الهواتف طفرة كبيرة في صحافة الهاتف، إذ أمكن التصوير وإجراء عمليات المونتاج على المحتوى بجودة وكفاءة عالية، إضافة إلى زيادة سرعات الإنترنت، مما شجع عديداً من المؤسسات الإعلامية في دول عديدة للاعتماد على صحافة الهاتف المحمول في الأخبار.

جدول (7)

توزيع عينة الدراسة حول عيوب صحافة الهاتف المحمول بالمواقع الاستقصائية الرقمية

م	عيوب صحافة الهاتف المحمول بالمواقع الاستقصائية الرقمية	العدد	%	كا	درجة حرية	مستوى الدلالة
1	الصحفيين يعتمدون على الهاتف بشكل حصري للحديث إلى أشخاص لم يسبق لهم مقابلتهم وجها لوجه	15	20	17.427*	3	0.01
2	سهولة التضليل عبر الهاتف، والتعرض للخداع ونشر قصص غير دقيقة.	18	24			
3	عدم وجود خصوصية أو سرية في التعامل مع المصادر.	12	16			
4	فقدان الطبيعة العفوية للعمل الصحفي الاستقصائي والمناقشات الحية.	20	26.7			
5	المصدر عبر الهاتف لديه ميزة التفكير المسبق في الإجابة، مما يجعلها تفقد قيمتها.	10	13.3			
	الإجمالي	75	100			

إضافة إلى نتائج الجدول السابق، هناك عدد من المشكلات التي تعاني منها صحافة الهاتف المحمول من وجهة نظر عينة الدراسة:

- الكم الكبير من المعلومات التي تتلقاها عبر الهاتف.
- عدم توافر شبكات الإنترنت في كل الأماكن.
- كثرة الأخبار مجهولة المصدر.
- استخدامها وسيلة لترويج الشائعات.
- قلة الثقة فيما يُقدم من معلومات.
- عدم الموضوعية في معالجة الأحداث.
- الإخفاق الأمني.
- قلة الخبرة للاستخدام الأمثل لهذا النوع الجديد من الصحافة.

وفي ضوء ما سبق، اتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسات سابقة من (92) Seth, et al (2019)، (Zeng, Xin et al (2019)، التي أكدت أن سهولة التضليل عبر الهاتف، والتعرض للخداع من أهم عيوب صحافة الهاتف المحمول. واختلفت مع نتائج دراسة (Blankenship & Riffe (2021) (93)، التي أوضحت أن أهم السلبيات التي واجهت عينة الدراسة هي كثرة الشائعات والأخبار الكاذبة، كما اختلفت عن نتائج دراسة (Granger (2020) (94)، التي أوضحت أن أهم المشكلات

التي تعاني منها صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار هي كثرة الأخبار مجهولة المصدر.

جدول (8)

نسبة اعتماد الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة على تطبيقات الهواتف في العمل الصحفي

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	فيس بوك	1	2	6	2	7	2	20	26.7
2	تويتر	-	1	-	-	-	1	2	2.7
3	إنستجرام	1	1	1	1	1	1	6	8
4	واتس آب	7	8	1	2	1	6	25	33.3
5	يوتيوب	2	2	1	1	1	-	7	9.3
6	سناپ شات	1	1	1	2	1	-	6	8
7	تليجرام	-	-	1	2	-	1	4	5.3
8	تيك توك	-	-	1	2	1	1	5	6.7
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

في ضوء نتائج الجدول اتفقت هذه النتائج مع دراسة كل من⁽⁹⁵⁾ Meckel وآخرون (2021)، (2024 Andrew Ross)، (2023 Karlsen, et al)، التي أكدت تصدر تطبيق فيس بوك قائمة التطبيقات التي تفيد الصحفيين الاستقصائيين في العمل الصحفي، ثم واتس آب، يليها بنسب محدودة متقاربة بقية التطبيقات. وتشير نتائج الاستبانة إلى تدني نسبة اعتماد الصحفيين الاستقصائيين على تويتر في عملهم الصحفي، كما يستفيد صحفيو انكفاضة، وNew yorker من تطبيق فيس بوك في عملهم الصحفي الاستقصائي أكثر من أي تطبيق آخر، بينما يستفيد صحفيو سراج وأريج وOCCRP أكثر من تطبيق واتس آب.

جدول (9)

درجة اعتماد الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة على الهواتف المحمولة في التصوير الصحفي

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	دائما	7	9	6	7	7	2	38	50.7
2	أحيانا	4	4	4	3	3	4	22	29.3
3	نادرا	1	2	2	1	2	5	13	17.3
4	لا أستعين به	-	-	-	1	-	1	2	2.7
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

أكد ما يقرب من 90% من الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة الاستعانة بهواتفهم في التصوير لخدمة عملهم الصحفي، ويعد صحفيو أريج الأكثر اعتماداً على هواتفهم

المحمولة، كما أن صحفيي OCCRP الأقل استعانة بهواتفهم المحمولة في التصوير لخدمة أعمالهم الصحفية.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (2021 Samuel Ihediwa)⁽⁹⁶⁾، التي أوضحت أهمية الهاتف المحمول في العمل الصحفي وأهمية الاستعانة به. بينما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (2019 Fidler, R.)⁽⁹⁷⁾، التي أظهرت نتائجها عدم حاجة الصحفيين إلى الاستعانة بهواتفهم المحمولة في العمل الصحفي.

جدول (10)

استخدامات الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة للهواتف المحمولة في العمل الصحفي

م	المواقع عينة الدراسة الاستخدامات	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	متابعة التحقيقات	5	4	5	4	4	3	25	33.3
2	التواصل مع المصادر	1	1	1	2	1	1	7	9.3
3	التواصل مع زملاء العمل	2	2	1	2	1	1	9	12
4	إرسال المحتوى الصحفي للعمل	1	1	-	1	2	-	5	6.7
5	استخدام البريد الإلكتروني	-	1	2	1	1	-	5	6.7
6	تسجيل الحوارات الصحفية	-	-	2	1	1	1	5	6.7
7	متابعة آراء الجمهور	1	1	-	-	-	4	6	8
8	التقاط الصور والفيديوهات	1	1	1	1	2	-	6	8
9	استخدام تطبيقات التسجيل	1	1	-	-	-	-	2	2.7
10	المونتاج عبر تطبيقات الفيديو	-	1	-	-	-	-	1	1.2
11	تعديل الصور بتطبيقات تعديل الصور	-	1	-	-	-	1	2	2.7
12	البث المباشر من خلال الهاتف	-	1	-	-	-	1	2	2.7
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

يتبين من نتائج الجدول السابق أن هناك عدداً من الاستخدامات اختارها الصحفيون الاستقصائيون لهواتفهم المحمولة في العمل الصحفي، في سؤال يسمح بالاختيارات المتعددة، وكانت أكثر استخداماتهم: متابعة التحقيقات، والتواصل مع زملاء العمل، والتواصل مع المصادر، والتقاط الصور والفيديوهات، وإرسال المحتوى الصحفي للعمل، واستخدام البريد الإلكتروني، وتسجيل الحوارات الصحفية، ومتابعة آراء الجمهور،

والتسجيل باستخدام تطبيقات التسجيل، والبث المباشر عبر الهاتف، وتعديل الصور بتطبيقات تعديل الصور، والمونتاج عبر تطبيقات الفيديو. كما تصدر استخدام "متابعة التحقيقات" إجابات الصحفيين الاستقصائيين بكل موقع على حدة، وتساوت نسبة متابعة التحقيقات في التواصل مع زملاء العمل بموقع أريج. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (2022 Randa Saleh Zaki)⁽⁹⁸⁾، التي أكدت تصدر استخدام المتابعات العامة للصحفيين في تعاملهم مع الهاتف المحمول في أداء عملهم.

جدول (11)

احتياجات الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة للدورات التدريبية بناء على تقديرهم الشخصي

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	التحرير الصحفي	4	5	4	4	4	2	23	30.7
2	التصوير الاحترافي عبر	3	2	2	2	2	1	12	16
3	التصوير الاحترافي عبر	-	1	1	1	1	1	5	6.7
4	مونتاج الفيديو عبر الهاتف	2	2	1	1	1	2	9	12
5	مونتاج الفيديو عبر برامج	-	1	1	1	1	1	5	6.7
6	فوتوشوب	1	1	1	1	1	1	6	8
7	إنتاج الفيديو	1	1	1	1	1	2	7	9.2
8	إدارة مواقع التواصل	1	2	1	1	1	2	8	10.7
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

يتضح مما سبق أن الصحفيين الاستقصائيين اقترحوا عدداً من الدورات التدريبية التي يريدون الحصول عليها، تصدرتها الدورات التدريبية في التحرير الصحفي، يليها التصوير الاحترافي عبر الهاتف المحمول، ومونتاج الفيديو عبر الهاتف، وإدارة مواقع التواصل الاجتماعي، وإنتاج الفيديو، وفوتوشوب، ومونتاج الفيديو عبر برامج الكمبيوتر، وبالنسبة ذاتها التصوير الاحترافي عبر الكاميرات الرقمية.

وافقت هذه النتيجة مع دراسة (وسام كمال)⁽⁹⁹⁾، التي أوضحت أهمية الدورات التدريبية للصحفيين، وتضمنت الدورات الأداء الصوتي، وتعلم الإنجليزية، وتحسين محركات البحث، وقواعد اللغة العربية.

واتفق الصحفيون الاستقصائيون في كل المواقع عينة الدراسة على حاجتهم أولاً للدورات الخاصة بالتحرير الصحفي، ما عدا صحفيي سراج الذين تخيروا الدورات التقنية أولاً، وعلى رأسها مونتاج الفيديو عبر الهاتف المحمول، ثم التصوير الاحترافي عبر الهاتف المحمول.

جدول (12)

استخدامات الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة لوسائل الإعلام المختلفة في متابعة التحقيقات والشأن الجاري

م	المواقع الاستقصائية عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	الهاتف المحمول	7	9	5	7	7	4	39	52
2	الكمبيوتر لتصفح المواقع الإلكترونية	3	3	1	3	3	4	17	22.7
3	التلفزيون	1	2	3	2	1	2	11	14.7
4	الصحف والمجلات الورقية	1	1	3	-	1	2	8	10.6
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

ذكر الصحفيون الاستقصائيون أن أكثر وسيلة يستخدمونها في متابعة التحقيقات والشأن الجاري هي الهاتف المحمول، ثم الكمبيوتر والمواقع الإلكترونية، والتلفزيون، وأخيراً الصحف والمجلات الورقية.

ويُعدّ صحفيو أريج الأكثر اعتماداً على الهاتف المحمول في استقاء المعلومات ومتابعة الشأن الجاري، يليهم صحفيو سراج، USA today، New yorker، انكفاضة، وأخيراً OCCRP.

والمصدر الثاني هو تصفح التحقيقات في المواقع الإلكترونية عبر الكمبيوتر، ويمثل صحفيو OCCRP الأكثر تصفحاً للشأن الجاري عبر الكمبيوتر، يليهم صحفيو USA today، سراج، أريج، New yorker، وأخيراً انكفاضة.

جدول (13)

تأثير استخدام الهاتف المحمول على متابعات الصحفيين الاستقصائيين لوسائل الإعلام

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	إلى حد كبير	7	9	6	6	5	2	35	46.7
2	إلى حد ما	4	5	4	5	4	3	25	33.3
3	لا لم يؤثر	1	1	2	1	3	7	15	20
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

وידعم هذا التفسير إجابة الصحفيين الاستقصائيين على السؤال: هل أدى استخدامك للهاتف المحمول إلى تقليل متابعة وسائل الإعلام الأخرى؟ الإجابة بتأكيد تأثير المحمول في متابعة الوسائل الإعلامية الأخرى، فقد ذكر 46.7% من الصحفيين أنهم تأثروا باستخدام الهاتف المحمول إلى حد كبير، وأشار 33.3%، منهم إلى أنهم تأثروا إلى حد ما، بينما أشارت فئة قليلة إلى عدم تأثر متابعتها الإخبارية لوسائل الإعلام باستخدام الهاتف المحمول بنسبة تصل إلى 20%، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (2016 Blankenship, Justin C.⁽¹⁰⁰⁾، التي أكدت تأثير استخدام المحمول في متابعات الصحفيين بقية وسائل الإعلام.

وكان صحفيو أريج أكثر من عبروا عن تأثير استخدامهم للهاتف المحمول في متابعتهم لبقية وسائل الإعلام، أما صحفيو OCCRP فكانوا أقل الصحفيين عينة الدراسة تأثراً باستخدام المحمول، وذكر عدد كبير منهم أن متابعتهم لوسائل الإعلام لم تتأثر باستخدام الهاتف المحمول.

في ضوء نتائج الجدول، اتفقت هذه النتائج مع دراسة كل من⁽¹⁰¹⁾: (2023 Anja Kroll)، (2023 Andrew Heinzman)، (2021 Youngwon)، (Lee and April P. Baer)، التي أكدت أن معظم الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء مشاهدة المتابعات الإخبارية للأحداث والفعاليات على التلفزيون، فذكر نصف عدد الصحفيين في العينة أنهم يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، وأكد 26.7%، منهم أنهم يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي

دائماً، وذكر عدد قليل أنهم لا يتابعون مواقع التواصل أثناء مشاهدة التلفزيون، و أكد 14.7٪، أنهم نادراً ما يفعلون ذلك.

وكان صحيفيو USA today وسراج أكثر من يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء مشاهدة المتابعات الإخبارية على التلفزيون، أما صحيفيو أريج وانكفاضة فكانوا الأقل تعوداً على هذه المتابعة المزدوجة.

جدول (14)

وسائل متابعة الصحفيين الاستقصائيين للتحقيقات عبر الهاتف المحمول

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	المواقع الإلكترونية	5	6	6	5	4	3	29	38.7
2	التطبيقات الإخبارية	3	4	2	3	5	4	21	28
3	مواقع التواصل	4	5	4	4	3	5	25	33.3
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى أن الصحفيين الاستقصائيين يتابعون التحقيقات عبر هواتفهم من خلال عدة وسائل، وذكر أكثر من ثلث العينة أنهم يتابعون التحقيقات عبر الهاتف من خلال تصفح المواقع الإلكترونية، وقال ثلث آخر إنهم يتابعون التحقيقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أما البقية فذكروا أنهم يتابعون التحقيقات عبر التطبيقات الإخبارية.

وكان صحيفيو سراج وأريج وانكفاضة و USA today أكثر من يتابعون التحقيقات عبر الهاتف المحمول من خلال تصفح المواقع الإلكترونية، أما صحيفيو OCCRP فكانوا الأكثر متابعة للتحقيقات عبر الهاتف من خلال متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، ويعد صحيفيو New yorker الأكثر متابعة للتحقيقات عبر الهاتف من خلال الاشتراك في التطبيقات الإخبارية.

المحور الثاني: ممارسة القائم بالاتصال لصحافة الهاتف المحمول بالمواقع الاستقصائية عينة الدراسة:

جدول (15)

عدد الهواتف المحمولة التي يمتلكها الصحفيون الاستقصائيون عينة الدراسة

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	هاتف واحد	5	4	4	9	8	7	37	49.3
2	اثنان	4	4	3	2	3	4	20	26.7
3	ثلاثة	2	4	4	1	1	1	13	17.3
4	أكثر من ثلاثة	1	3	1	-	-	-	5	6.7
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

يتضح مما سبق امتلاك العدد الأكبر من الصحفيين الاستقصائيين هاتفًا واحدًا، كما يمتلك ما يقرب من ثلث العينة هاتفين، ويمتلك عدد قليل من الصحفيين ثلاثة هواتف لكل منهم، ويمتلك خمسة صحفيين أكثر من ثلاثة هواتف. وتوضح الاستبانة أن صحفيي USA today و New yorker هم أكثر استخدامًا لجهاز واحد، وأن صحفيي سراج و OCCRP الأكثر امتلاكًا لجهازين، و صحفيي أريج وانكفاضة الأكثر استخدامًا لثلاثة أجهزة.

جدول (16)

أنظمة تشغيل الهواتف المحمولة التي يمتلكها الصحفيون الاستقصائيون عينة الدراسة

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	أندرويد	6	12	9	6	10	9	52	69.4
2	آبل iOS	3	2	2	3	1	2	13	17.3
3	مايكروسوفت	3	1	1	3	1	1	10	13.3
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

يتبين من نتائج الجدول السابق استخدام معظم الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة الهواتف التي تعمل بنظام أندرويد، ثم آبل Ios، ويستخدم عدد قليل من الصحفيين الاستقصائيين هواتف تعمل بنظام مايكروسوفت، ولم يذكر أحد من الصحفيين عن عدم معرفتهم نوع نظام تشغيل الهواتف التي يستخدمونها. ويمثل نظام تشغيل أندرويد أكثر الأنظمة المشغلة للهواتف لدى الصحفيين الاستقصائيين في كل المواقع عينة الدراسة، أما عن بقية الأنظمة؛ فيعدّ صحفيو أريج أكثر الصحفيين

الاستقصائيين عينة الدراسة الذين يمتلكون هواتف تعمل بنظام أندرويد، أما صحفيو سراج وUSA today فهم أكثر الصحفيين في عينة الدراسة امتلاكاً لأجهزة تعمل بنظام آبل Ios ومايكروسوفت.

جدول (17)

اعتماد الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة على الأجهزة المحمولة في متابعة الإعلامية

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	الهاتف المحمول	12	15	6	7	6	3	49	65.4
2	تابلت	-	-	4	3	2	4	13	17.3
3	أي باد	-	-	1	2	2	2	7	9.3
4	ساعة ذكية	-	-	1	-	2	3	6	8
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

تدل النسب السابقة على اختلاف درجة الاعتماد من موقع لآخر، إذ يعتمد صحفيو موقعي سراج وأريج على الهاتف المحمول بصورة كلية، بينما يعتمد صحفيو جميع المواقع على كلاً من الهاتف، والتابلت، والآي باد، والساعات الذكية.

لذا، أكد معظم الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة أن هواتفهم المحمولة هي الجهاز الأساسي الذي يعتمدون عليه في متابعة وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، ثم التابلت والآي باد، وأخيراً استخدام الساعات الذكية.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة كل من⁽¹⁰²⁾ (2023 Waralakv. Sirichareon)، (2023 Murray, D.)، (Ricardo Cunha Lima وآخرون 2022)، التي توصلت إلى استخدام الصحفيين للهواتف المحمولة في العمل الصحفي بنسبة كبيرة تصل إلى (75%).

جدول (18)

استخدام الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة للهواتف في التواصل مع مديريهم

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	وسيلة التواصل								
1	الاتصال التليفوني	8	10	2	3	2	4	29	38.7
2	الرسائل النصية	2	1	1	1	2	3	10	13.3
3	تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي	2	3	8	8	7	4	32	42.7
4	البريد الإلكتروني	-	1	1	-	1	1	4	5.3
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

ويمكن تفسير ذلك بأنه عند تواصل الصحفيين الاستقصائيين مع مديريهم، فقد تقاربت النسبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال الهاتفي، يليها كل من الرسائل النصية، ثم البريد الإلكتروني.

وكان صحفيو سراج وأريج الأكثر استخداماً للاتصال الهاتفي في التواصل مع مديريهم المباشرين، بينما يستخدم صحفيو انكفاضة، USA today، وNew yorker تطبيقات التواصل الاجتماعي بصورة أكبر، وتساوت نسب استخدام الاتصال الهاتفي وتطبيقات مواقع التواصل لدى صحفيي OCCRP عينة الدراسة.

جدول (19)

استخدام الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة للهواتف في التواصل مع زملاء العمل

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	وسيلة التواصل								
1	الاتصال التليفوني	3	3	7	3	3	2	21	28
2	الرسائل النصية	1	2	2	1	2	3	11	14.7
3	تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي	7	9	2	7	6	5	36	48
4	البريد الإلكتروني	1	1	1	1	1	2	7	9.3
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

يتضح مما سبق اعتماد ما يقرب من نصف الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بصورة أساسية في التواصل مع زملائهم في العمل. ويعتمد الصحفيون الاستقصائيون في جميع المواقع عينة الدراسة بالأساس على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع زملاء العمل، باستثناء صحفيي موقع انكفاضة الذين يعتمدون بالدرجة الأولى على الاتصال الهاتفي.

جدول (20)

استخدام الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة للهواتف في التواصل مع المصادر الصحفية

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	وسيلة التواصل	7	10	7	3	6	5	38	50.7
2	الاتصال التليفوني	2	1	2	1	1	2	9	12
3	الرسائل النصية	3	3	2	7	4	3	22	29.3
4	تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي	-	1	1	1	1	2	6	8
	البريد الإلكتروني	12	15	12	12	12	12	75	100
	الإجمالي								

ويختلف الأمر في التواصل مع المصادر الصحفية، إذ يعتمد الصحفيون بالأساس على الاتصال التليفوني، ثم تطبيقات التواصل الاجتماعي، فالرسائل النصية، وأخيراً البريد الإلكتروني.

ويجمع الصحفيون الاستقصائيون في المواقع عينة الدراسة على استخدام الهاتف التليفوني وسيلة رئيسية للتواصل مع المصادر، باستثناء صحفيي USA today الذين يعتمدون على تطبيقات التواصل الاجتماعي بصورة أكبر في التواصل مع المصادر. واتفقت هذه النتائج مع دراسة (وسام كمال)⁽¹⁰³⁾، التي أكدت أن جميع الصحفيين يعتمدون على الاتصال التليفوني في المركز الأول للتعامل مع المصادر الصحفية، يليه تطبيقات التواصل الاجتماعي.

جدول (21)

استخدامات الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة
لتطبيقات التواصل الاجتماعي في التواصل بين زملائهم

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	التطبيقات	2	3	2	3	7	1	18	24
2	فيس بوك	1	1	1	1	1	1	6	8
3	تويتر	1	2	1	2	1	2	9	12
4	إنستجرام	7	9	6	6	2	7	37	49.3
5	واتس آب	1	-	2	-	1	1	5	6.7
	تليجرام	12	15	12	12	12	12	75	100
	الإجمالي								

كشفت نتائج الدراسة أن تطبيق واتس آب هو الأكثر استخداماً في التواصل بين الزملاء داخل القسم نفسه بالمواقع، يليه فيس بوك، ثم كل من إنستجرام وتويتر.

ويعتمد الصحفيون الاستقصائيون في المواقع عينة الدراسة على تطبيق واتس آب بصورة أساسية في التواصل مع زملائهم في العمل، وهم بالترتيب: أريج، سراج، OCCRP، USA today، انكفاضة، وذلك باستثناء صحفيي New yorker، الذين يعتمدون على التواصل مع زملائهم عبر تطبيق فيس بوك بصورة أساسية.

ويشارك غالبية الصحفيين الاستقصائيين مع زملائهم في العمل بمجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي، و ذكر عدد محدود منهم أنهم لم ينضموا إلى زملائهم في مجموعات على شبكات التواصل.

ويجمع صحفيو سراج وأريج على اعتمادهم على مجموعات عمل بإحدى الشبكات الاجتماعية، ويشارك معظم صحفيي بقية المواقع عينة الدراسة في مجموعات أخرى بنسب أقل.

جدول (22)

استخدامات الصحفيين الاستقصائيين لمجموعات العمل على الشبكات الاجتماعية في إدارة العمل الصحفي

م	المواقع عينة الدراسة	سراج	أريج	انكفاضة	USA today	New yorker	OCCRP	الإجمالي	%
1	اقتراح أفكار جديدة	3	3	2	3	3	2	16	21.3
2	تنظيم العمل	4	6	4	5	5	5	29	38.7
3	تصحيح الأخطاء في الموضوعات المنشورة	1	1	1	1	1	1	6	8
4	نشر ردود الأفعال بشأن الموضوعات المنشورة	1	-	1	1	-	1	4	5.3
5	تبادل روابط الأخبار والمنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي	1	2	2	1	1	1	8	10.7
6	التذكير بموعد الاجتماعات	2	2	2	1	1	1	9	12
7	نشر الفعاليات	-	1	-	-	1	1	3	4
	الإجمالي	12	15	12	12	12	12	75	100

في ضوء نتائج الجدول السابق يتضح اتفاق هذه النتائج مع دراسة كل من⁽¹⁰⁴⁾ (2024 Stefan Vladutescu)، (2023 Ying)، (Roselyn Du & Fan Yang)، (2023 Megan Knight)، التي أكدت أن الصحفيين حددوا أوجه الاستفادة بمجموعات العمل على مواقع التواصل الاجتماعي في اختيارات متعددة من: تنظيم العمل، واقتراح أفكار جديدة، ثم التذكير بمواعيد الاجتماعات، وتبادل روابط الأخبار والمنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي،

وتصحيح الأخطاء في الموضوعات المنشورة، ونشر ردود الفعل بشأن الموضوعات المنشورة، ونشر الفعاليات.

جدول (23)

م	تحديات استخدام صحافة الهاتف المحمول في إنتاج وتقديم المحتوى بالمواقع الاستقصائية الرقمية
1	التغلب على إجراءات العمل المؤسسية الراسخة.
2	تغيير الأدوار المهنية المحددة داخل المواقع الاستقصائية.
3	عدم اقتناع بعض القيادات في المؤسسات الإعلامية ومديري غرف التحقيقات بجدوى ومهنية وجودة المحتوى الذي ينتج من خلال الهاتف.
4	عدم توفير فرص تدريب للصحفيين على استخدام الهاتف في صناعة المحتوى.
5	ظهور تطبيقات جديدة، وتحديثات مستمرة للتطبيقات المستخدمة في صحافة الهاتف.
6	التغيرات المستمرة في احتياجات الجمهور.

واتفقت هذه التحديات مع نتائج دراسة كل من⁽¹⁰⁷⁾ (2020 Cervi, Laura et al)، (2019 Ayish, & Dahdal)، (رباب هاشم، 2023)، التي أكدت ضرورة إيمان الإدارة العليا بالمؤسسات الصحفية بأهمية هذا النوع من العمل الصحفي، إضافة إلى توفير الدعم المادي للتوظيف الأمثل لهذه المعالجة الصحفية.

جدول (24)

توزيع عينة الدراسة حول آليات تطوير استخدام صحافة الهاتف المحمول في إنتاج وتقديم المحتوى بالمواقع الاستقصائية الرقمية

م	آليات تطوير استخدام صحافة الهاتف المحمول في إنتاج وتقديم المحتوى بالمواقع الاستقصائية الرقمية
1	تكييف البنية التحتية لجمع وتحرير ونشر محتوى صحافة الهاتف بكفاءة عالية.
2	عمل تغييرات في الوظائف الإعلامية للتكيف مع بيئة العمل الجديدة.
3	إضافة فريق وسائط رقمية للإنتاج وإدارة المحتوى الرقمي.

اتفقت هذه الآليات الخاصة بتطوير استخدام صحافة الهاتف المحمول مع نتائج دراسة كل من⁽¹⁰⁸⁾ (زكريا بن صغير، 2020)، (2014 Wenger)، بتأكيد وجود اتجاه بالمؤسسات الإعلامية لاستخدام صحافة الهاتف المحمول، والدليل على ذلك أن عدد القصص الإخبارية التي تعتمد على الهاتف في ازدياد، نظراً لتطور مجالات استخدامه وإمكانياته الكبيرة في إنتاج المحتوى من خلال جهاز واحد، وقلة تكلفة الإنتاج، وتحسن جودة كاميرا الموبايل والتطبيقات المستخدمة، إضافة إلى أن الجيل التالي من شبكات الإنترنت 5G network سيتمكن من البث المباشر فائق السرعة بدقة 4k.

واختلفت هذه النتائج مع نتائج دراسة كل من⁽¹⁰⁹⁾ (2019 Umair)، (2020 Lydersen)، (2019 Hany)، التي أكدت أن الاتجاه السائد في المؤسسات الإعلامية يشير إلى أن صحافة الهاتف لن تقضي على الإنتاج التقليدي، ولكنها ستعمل على ترقيته، بما يمكن أن نطلق عليه "الصحافة المتقدمة" لاستخدامها تكنولوجيا الاتصال، وبذلك لا يمكن اعتبار صحافة الهاتف شكلاً جديداً من أشكال الصحافة المسموعة والمرئية، وإنما هي تقنيات وأدوات جديدة لإنتاج المحتوى ورواية القصص،

ووسيلة مساعدة لوسائل الإعلام التقليدية لإنتاج محتواها بشكل أكثر كفاءة وسرعة وتوفيراً للنفقات.

جدول (25)

توزيع عينة الدراسة حول مستقبل صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية

م	مستقبل صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية	العدد	%	كا2	درجة حرية	مستوى الدلالة
1	صحافة الهاتف ستفرض نفسها بقوة خلال السنوات القليلة القادمة، وربما تؤثر على استخدام أدوات الإنتاج التقليدية، خاصة مع تطور إمكانيات الهاتف باستمرار.	15	20	67.000**	9	0.01
2	تطور تطبيقات التصوير والمونتاج، لأن المستقبل لصحافة الهاتف بشرط توافر الإرادة، ووصول جودة كاميرا الهاتف إلى جودة مماثلة للكاميرا التقليدية.	12	16			
3	صحافة الهاتف هي الأقرب والأكثر ملاءمة لجمهور الإنترنت.	4	5.3			
4	صحافة الهاتف ستفرض نفسها، ولكن في المستقبل البعيد، بسبب عدم تقبل القيادات بالمؤسسات الصحفية لفكرة أن صحافة الهاتف مكون أساسي من مكونات العمل الصحفي.	3	4			
5	عدم اعتماد المؤسسات الصحفية على صحافة الهاتف بشكل كبير في المستقبل، لعدم الاهتمام في صحافة الهاتف بالصورة الجيدة، والصوت الجيد، والمونتاج الاحترافي، بسبب الاعتماد على فرد واحد وليس فريق كامل، والسرعة في إنتاج المحتوى.	2	2.7			
6	المستقبل سيكون لصحافة الهاتف، خاصة مع تزايد متابعة واعتماد الجمهور على المواقع الرقمية، وستؤثر حتما على أدوات الإنتاج التقليدية.	10	13.3			
7	صحافة الهاتف هي المستقبل، وستحدث نقلة نوعية في العمل الصحفي الاستقصائي، ولكنها في حاجة إلى كوادر شابة لديها الحماسة والكفاءة، وقيادات أكثر تفهما لهذه الأداة الجديدة.	9	12			
8	صحافة الموبايل ستطرح طرقاً وأنماطاً أفضل في الإنتاج الصحفي الاستقصائي من حيث التكلفة، والإيقاع، والسرعة، والجذب، وشكل الرسالة المقدمة، وهذا هو الأكثر ملاءمة لجمهور الإنترنت.	8	10.7			
9	سيظل العمل الاستقصائي بأدواته التقليدية رغم كل ما يطرأ من تطور.	1	1.3			
10	المستقبل يحمل انتشاراً واعتماداً أكبر على صحافة الهاتف المحمول على حساب أدوات الإنتاج التقليدية، خاصة مع الاهتمام بالتدريب والتأهيل للصحفيين على صحافة الهاتف مهنياً وأخلاقياً وتكنولوجياً.	6	8			
11	التطور المستمر للهواتف الذكية خاصة على مستوى جودة الصورة سيحمل انتشاراً لصحافة الهاتف المحمول.	5	6.7			
	الإجمالي	75	100			

في ضوء نتائج الجدول السابق أكد معظم الصحفيين الاستقصائيين بالمواقع الرقمية أن صحافة الهاتف ستفرض نفسها بقوة، وربما تؤثر في استخدام أدوات الإنتاج التقليدية، خاصة مع تطور إمكانيات الهاتف باستمرار، وكذلك تطور تطبيقات التصوير والمونتاج، واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (2018 Kumar & Haneef)⁽¹¹⁰⁾، التي توضح أن جميع الصحفيين والممارسين عينة الدراسة أكدوا أن المستقبل لصحافة الهاتف بشرط توافر الإرادة، ووصول جودة كاميرا الهاتف إلى جودة مماثلة للكاميرا التقليدية.

إضافة إلى أن الآراء انقسمت ما بين رأي الأغلبية المتمثل في أن صحافة الهاتف ستفرض نفسها خلال السنوات القليلة القادمة، لضرورة وحتمية مواكبة المواقع للتطور التكنولوجي، وضرورة الرضوخ لاحتياجات الجمهور الذي يستخدم الهاتف، الذي يجب أن يُنتج له المحتوى أيضاً بأدوات الهاتف، وهذا هو الخلل الموجود حالياً، المتمثل في أن بعض المواقع استخدمت أدوات تقليدية في مخاطبة جمهور الهاتف، لذلك، فصحافة الهاتف هي الأقرب والأكثر ملاءمة لجمهور الإنترنت. ورأي آخر يرى أن صحافة الهاتف ستفرض نفسها على المواقع الرقمية، ولكن في المستقبل البعيد، بسبب عدم تقبل القيادات لفكرة أن صحافة الهاتف مكون أساسي من مكونات العمل الإعلامي، ورأي ثالث لا يتوقع اعتماد المواقع الرقمية على صحافة الهاتف بشكل كبير في المستقبل؛ لعدم الاهتمام في صحافة الهاتف بالصورة الجيدة والصوت الجيد والمونتاج الاحترافي؛ بسبب الاعتماد على فرد واحد وليس فريق كامل، والسرعة في إنتاج المحتوى.

وأكد معظم الصحفيين بالمواقع أيضاً على أن صحافة الهاتف ستفرض نفسها، وسيكون المستقبل لهذه التكنولوجيا، خاصة مع تزايد متابعة واعتماد الجمهور على المواقع الرقمية، وستؤثر حتماً على أدوات الإنتاج التقليدية، فعلى مستوى القيادات بالمواقع العالمية، اتفقت جميعها على أن صحافة الهاتف هي المستقبل، وستحدث نقلة نوعية في الأداء الصحفي، لكنها في حاجة إلى كوادرات شابة لديها الحماسة والكفاءة، وقيادات أكثر تفهماً لهذه الأداة الجديدة، وهي ذات الرؤية التي طرحها الممارسون في ذات المواقع.

أما على مستوى القيادات بالمواقع العربية، فكان هناك اتجاهان؛ اتجاه يرى أن المستقبل يحمل انتشاراً واعتماداً أكبر على صحافة الهاتف على حساب أدوات الإنتاج التقليدية،

خاصة مع الاهتمام بالتدريب والتأهيل للصحفيين على صحافة الهاتف مهنيًا وأخلاقيًا وتكنولوجياً، والتطور المستمر للهواتف الذكية خاصة على مستوى جودة الصورة. واتجاه آخر يرى أن صحافة الهاتف ستطرح طرقًا وأنماطًا أفضل في الإنتاج الصحفي من حيث التكلفة، والإيقاع، والسرعة، والجذب، وشكل الرسالة المقدمة، وهذا هو الأكثر ملاءمة لجمهور الإنترنت، ولكن سيظل الإنتاج الصحفي بأدواته التقليدية رغم كل ما يطرأ من تطور، وبذلك سيصبح هناك نموذجان أو مساران، هما: السريع الخفيف المتنقل، والآخر التقليدي الرصين الذي يقدم الإحتياجات الأساسية للجمهور، وهذا ما أكدته نتائج دراسة كل من⁽¹¹¹⁾ (2017 Alvarez)، (2021 Quinn)، (2017 Luft)، (2021 Quinn).

جدول (26)

توزيع عينة الدراسة حول مقترحاتهم لتفعيل استخدام صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية

م	مقترحات لتفعيل استخدام صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية	العدد	%	كا2	درجة حرية	مستوى الدلالة
1	ضرورة استخدام الصحفيين الاستقصائيين بشكل مختلف عن طواقم الأخبار الكبيرة، لأنهم مدركين تمامًا بأن صحافة الهاتف ستكون جزءًا من مستقبل التحقيقات الاستقصائية.	38	20.4	**42.871	4	0.01
2	الاتجاه المتزايد للأخبار الزائفة يسلط الضوء على الحاجة إلى تدريب الصحفيين المتنقلين على كيفية التحقق من المعلومات لضمان جودة الصحافة.	31	16.7			
3	ضرورة تطوير قدرات الصحفيين من خلال تدريبهم على صحافة الهاتف، وكيفية إنتاج تحقيقات ومقاطع فيديو باستخدام الهاتف لمشاهدتها من خلال الهواتف أيضًا.	24	12.9			
4	ضرورة تطوير قدرات الصحفيين من خلال الدورات التدريبية على توظيف الهاتف في إنتاج المحتوى الاستقصائي، والاستفادة من مزاياه، ومدهم بهواتف ذكية متطورة مدعومة بخدمة الإنترنت.	44	23.7			
5	ضرورة وضع نظام أخلاقي للحد من ظاهرة التضليل الإعلامي.	29	15.6			
6	ضرورة توخي الصحفيين المتنقلين لمبادئ المسؤولية الاجتماعية والتحقق من الأخبار والمعلومات.	20	10.7			
	الإجمالي	186	100			

إضافة إلى نتائج الجدول السابق، هناك عدد من المقترحات لتفعيل استخدام صحافة الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، فقد بحثت دراسة (2021

Blankenship & Riffe⁽¹¹²⁾ نظرة 222 من المراسلين و159 من مديري التحرير بالمواقع لصحافة الهاتف المحمول، الذين أوضحوا ضرورة استخدام الصحفيين المنفردين بشكل مختلف عن طواقم الأخبار، كما أنهم مدركين تماماً لأن صحافة الهاتف ستكون جزءاً لا يتجزأ من مستقبل الصحافة.

وكشفت دراسة (Jamil and Appiah-Adjei 2019)⁽¹¹³⁾ أن الاتجاه المتزايد للأخبار الكاذبة يسلط الضوء على الحاجة إلى تدريب الصحفيين المتقنين على كيفية التحقق من الأخبار لضمان جودة الصحافة. وفي السياق ذاته، أوضحت دراسة (Kumar & Haneef 2018)⁽¹¹⁴⁾، من خلال بحث كيفية دمج صحيفة هندوستان تايمز في الهند لصحافة الهاتف في ممارستها الصحفية، أنه من الضروري تطوير قدرات الصحفيين وتدريبهم على صحافة الهاتف، وكيفية إنتاج تقارير ومقاطع فيديو باستخدام الهاتف لمشاهدتها من خلال الهواتف أيضاً.

وأكدت دراسة (سناء يوسف، 2018)⁽¹¹⁵⁾، من خلال مجموعة من المقابلات مع خبراء وصحفيين مهتمين بمجال صحافة الهاتف، ضرورة تطوير قدرات الصحفيين من خلال الدورات التدريبية على توظيف الهاتف في إنتاج المحتوى، والاستفادة من مزاياه، ومدهم بهواتف ذكية متطورة مزودة بخدمة الإنترنت، مع ضرورة وضع نظام أخلاقي للحد من ظاهرة التضليل الإعلامي.

نتائج اختبار صحة فروض الدراسة:

اختبار صحة الفرض الأول: الذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أساليب توظيف الهاتف المحمول وتنوع الموضوعات التي تغطيها الصحافة الاستقصائية الرقمية"، ويوضح جدول (27) نتائج هذا الفرض:

جدول (27)

حساب معامل الارتباط بين أساليب توظيف الهاتف المحمول وتنوع الموضوعات التي تغطيها الصحافة الاستقصائية الرقمية

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الموضوعات التي تغطيها الصحافة الاستقصائية الرقمية		أساليب توظيف الهاتف المحمول	
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
0.01	0.825**	0.777	2.267	2.131	3.747

يتضح من جدول (27) أنه توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين أساليب توظيف الوسائط المحمولة وتنوع الموضوعات التي تغطيها الصحافة الاستقصائية الرقمية.

وهو ما يحقق صحة فرض الأول لهذه الدراسة، الذي ينص على أنه (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أساليب توظيف الهاتف المحمول وتنوع الموضوعات التي تغطيها الصحافة الاستقصائية الرقمية).

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (2024 Andrew Ross)⁽¹¹⁶⁾ التي أكدت أهمية توظيف الهاتف المحمول بالمواقع الإلكترونية، إضافة إلى أن التصميم الجيد هو الذي يساعد على توصيل المعلومة للقراء الذين يختلفون في مستوياتهم التعليمية والثقافية بشكل واضح وفعال، ويجعل المعلومات المعقدة تبدو أكثر سهولة وقابلية للاستخدام، ويشترط فية ألا يعتمد على ألوان كثيرة تسبب إزعاجاً للقارئ، وأن تتناسب الألوان المستخدمة مع طبيعة الموضوع نفسه، كذلك لا بد أن يتميز التصميم بسرعة تحميله حتى يُقرأ بسهولة على الهاتف المحمول أو الحاسب الشخصي.

اختبار صحة الفرض الثاني: الذي ينص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المضمون الصحفي الاستقصائي المنشور في المواقع العربية والعالمية من حيث استخدام الهاتف المحمول في تصميم المحتوى وإنتاجه".

جدول (28)

حساب دلالة الفروق بين المضمون الصحفي الاستقصائي المنشور في المواقع العربية والعالمية من حيث استخدام الهاتف المحمول في تصميم المحتوى وإنتاجه

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	المضمون المنشور في المواقع العربية والعالمية من حيث استخدام الهاتف المحمول في إنتاج المحتوى		المضمون المنشور في المواقع العربية والعالمية من حيث استخدام الهاتف المحمول في تصميم المحتوى	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
0.01	24.927**	5.480	1.528	12.133	1.735

يتضح من جدول (28) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين المضمون الصحفي الاستقصائي المنشور في المواقع العربية والعالمية من حيث استخدام الهاتف المحمول في تصميم المحتوى وإنتاجه، وذلك لصالح المضمون المنشور في المواقع العربية والعالمية من حيث استخدام الوسائط المحمولة في تصميم المحتوى.

وهو ما يحقق صحة الفرض الثاني لهذه الدراسة، الذي ينص على أنه (توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المضمون الصحفي الاستقصائي المنشور في المواقع العربية والعالمية من حيث استخدام الهاتف المحمول في تصميم المحتوى وإنتاجه).

اختبار صحة الفرض الثالث: الذي ينص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع التي تعتمد على الهاتف المحمول بشكل رئيسي والمواقع التقليدية من حيث مستوى الإبداع في تقديم المضمون الصحفي الاستقصائي".

جدول (29)

حساب دلالة الفروق بين المواقع التي تعتمد على الهاتف المحمول بشكل رئيسي والمواقع التقليدية من حيث مستوى الإبداع في تقديم المضمون الصحفي الاستقصائي

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	المواقع التقليدية		المواقع التي تعتمد على الهاتف المحمول		المتغير
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
0.01	30.206**	4.307	1.423	12.133	1.735	مستوى الإبداع في تقديم المضمون الصحفي الاستقصائي

يتضح من جدول (29) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين المواقع التي تعتمد على الوسائط المحمولة بشكل رئيسي والمواقع التقليدية

من حيث مستوى الإبداع في تقديم المضمون الصحفي الاستقصائي، وذلك لصالح المواقع التي تعتمد على الهاتف المحمول بشكل رئيسي.

وهو ما يحقق صحة الفرض الثالث لهذه الدراسة، الذي ينص على أنه (توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع التي تعتمد على الهاتف المحمول بشكل رئيسي والمواقع التقليدية من حيث مستوى الإبداع في تقديم المضمون الصحفي الاستقصائي). اختبار صحة الفرض الرابع: الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية بين القائمين بالاتصال وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والفئة العمرية، والمؤهل التعليمي، وسنوات الخبرة).

جدول (30)

حساب دلالة الفروق بين القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير (النوع)

المتغير	ذكور ن=55		إناث ن=20		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول	5.900	2.963	2.800	1.747	5.596**	0.01

يتضح من جدول (30) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير النوع، وذلك لصالح الصحفيين الذكور.

جدول (31)

حساب دلالة الفروق بين القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير (الفئة العمرية)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
الفئة العمرية	بين المجموعات	252.596	4	63.149	20.375**	0.01
	داخل المجموعات	216.951	70	3.099		
	الإجمالي	469.547	74	-		

يتضح من جدول (31) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير (الفئة العمرية)، ونظراً لوجود فروق جوهرية

قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، كما يتضح في جدول (32).

جدول (32)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقا لمتغير (الفئة العمرية)

الفئة العمرية	المتوسطات	العدد	أقل من 25 سنة	من 25 إلى أقل من 35 سنة	من 35 إلى أقل من 45 سنة	من 45 إلى أقل من 55 سنة	من 55 سنة فأكثر
أقل من 25 سنة	2.000	5					
من 25 إلى أقل من 35 سنة	2.111	18	0.111				
من 35 إلى أقل من 45 سنة	5.520	25	*3.520	*3.409			
من 45 إلى أقل من 55 سنة	4.933	15	*2.933	*2.822	0.587		
من 55 سنة فأكثر	1.000	12	1.000	1.111	*4.520	*3.933	

يتضح من جدول (32) ما يلي:

1- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات آراء الصحفيين الاستقصائيين ذوي الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) وكل من المبحوثين ذوي الفئتين العمريتين (من 35 إلى أقل من 45 سنة)، و(من 45 إلى أقل من 55 سنة) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي الفئتين العمريتين (من 35 إلى أقل من 45 سنة)، (من 45 إلى أقل من 55 سنة).

-لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات آراء الصحفيين ذوي الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) والصحفيين ذوي الفئتين العمريتين (من 25 إلى أقل من 35 سنة)، (من 55 سنة فأكثر) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية.

2- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات آراء الصحفيين ذوي الفئة العمرية (من 25 إلى أقل من 35 سنة) وكل من المبحوثين ذوي الفئتين العمريتين (من 35 إلى أقل من 45 سنة)، (من 45 إلى أقل من 55 سنة).

55 سنة) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي الفئتين العمريتين (من 35 إلى أقل من 45 سنة)، (من 45 إلى أقل من 55 سنة).

-لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات آراء الصحفيين ذوي الفئة العمرية (من 25 إلى أقل من 35 سنة) والصحفيين ذوي المرحلة العمرية (من 55 سنة فأكثر) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية.

3- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطي درجات آراء الصحفيين ذوي الفئة العمرية (من 35 إلى أقل من 45 سنة) والمبحوثين ذوي الفئة العمرية (من 55 سنة فأكثر) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي الفئة العمرية (من 35 إلى أقل من 45 سنة).

-لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات آراء الصحفيين ذوي الفئة العمرية (من 35 إلى أقل من 45 سنة) والصحفيين ذوي الفئة العمرية (من 45 إلى أقل من 55 سنة) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية.

4- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطي درجات آراء الصحفيين ذوي الفئة العمرية (من 45 إلى أقل من 55 سنة) والمبحوثين ذوي الفئة العمرية (من 55 سنة فأكثر) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي الفئة العمرية (من 45 إلى أقل من 55 سنة).

جدول (33)

حساب دلالة الفروق بين القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول
في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير (المؤهل التعليمي)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
المؤهل التعليمي	بين المجموعات	256.840	2	128.420	**43.469	0.01
	داخل المجموعات	212.707	72	2.954		
	الإجمالي	469.547	74	-		

يتضح من جدول (33) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير (المؤهل التعليمي)، ونظراً لوجود فروق جوهرية قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، كما يتضح في جدول (34).

جدول (34)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين القائمين بالاتصال في استخدام
الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير (المؤهل التعليمي)

المؤهل التعليمي	المتوسطات	العدد	أقل من بكالوريوس	بكالوريوس	دراسات عليا
أقل من بكالوريوس	1.000	5			
بكالوريوس	2.575	47	1,574		
دراسات عليا	6.348	23	*5.348	*3.773	

يتضح من جدول (34) ما يلي:

1- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطي درجات آراء الصحفيين الحاصلين على مؤهل تعليمي (أقل من بكالوريوس) والمبحوثيين الحاصلين على مؤهل تعليمي (دراسات عليا) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، وذلك لصالح المبحوثين الحاصلين على مؤهل تعليمي (دراسات عليا).

- لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات آراء الصحفيين الحاصلين على مؤهل تعليمي (أقل من بكالوريوس) والمبحوثين الحاصلين على مؤهل تعليمي (بكالوريوس) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية.

2- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطي درجات آراء الصحفيين الحاصلين على مؤهل تعليمي (بكالوريوس) والمبحوثين الحاصلين على مؤهل تعليمي (دراسات عليا) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، وذلك لصالح المبحوثين الحاصلين على مؤهل تعليمي (دراسات عليا).

جدول (35)

حساب دلالة الفروق بين القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير (سنوات الخبرة)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
سنوات الخبرة	بين المجموعات	318.972	3	106.324	**50.134	0.01
	داخل المجموعات	150.575	71	2.121		
	الإجمالي	469.547	74	-		

يتضح من جدول (35) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير (سنوات الخبرة)، ونظراً لوجود فروق جوهرية قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، كما يتضح في جدول (36).

جدول (36)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين القائمين بالاتصال في استخدام
الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية وفقاً لمتغير (سنوات الخبرة)

سنوات الخبرة	المتوسطات	العدد	أقل من سنة	سنة - أقل من 5 سنوات	5 - أقل من 10 سنوات	10 سنوات فأكثر
أقل من سنة	1.875	8				
سنة - أقل من 5 سنوات	6.700	10	*4.825			
5 - أقل من 10 سنوات	4.800	35	*2.925	1.900		
10 سنوات فأكثر	1.000	22	0.875	*5.700	*3.800	

يتضح من جدول (36) ما يلي:

1- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات آراء الصحفيين ذوي عدد سنوات الخبرة (أقل من سنة) وكل من الباحثين ذوي عدد سنوات الخبرة (سنة - أقل من 5 سنوات)، (5 - أقل من 10 سنوات) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، وذلك لصالح الباحثين ذوي عدد سنوات الخبرة (سنة - أقل من 5 سنوات)، (5 - أقل من 10 سنوات).

- لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات آراء الصحفيين ذوي عدد سنوات الخبرة (أقل من سنة) والصحفيين ذوي عدد سنوات الخبرة (10 سنوات فأكثر) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية.

2- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطي درجات آراء الصحفيين ذوي عدد سنوات الخبرة (سنة - أقل من 5 سنوات) والمبشرين ذوي عدد سنوات الخبرة (10 سنوات فأكثر) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، وذلك لصالح الباحثين ذوي المرحلة العمرية (سنة - أقل من 5 سنوات).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات آراء الصحفيين ذوي عدد سنوات الخبرة (سنة - أقل من 5 سنوات) والمبشرين ذوي عدد سنوات الخبرة (5 - أقل من 10 سنوات) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية.

3- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطي درجات آراء الصحفيين ذوي عدد سنوات الخبرة (5 - أقل من 10 سنوات) والمبحوثين ذوي عدد سنوات الخبرة (10 سنوات فأكثر) فيما يتعلق باستخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي المرحلة العمرية (5 - أقل من 10 سنوات).

كما سبق، وفي ضوء نتائج الجداول (30-36) تتحقق صحة الفرض الرابع لهذه الدراسة، الذي ينص على أنه: (توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية بين القائمين بالاتصال وفقاً للمتغيرات الديموغرافية "النوع، والفئة العمرية، والمؤهل التعليمي، وسنوات الخبرة").

اختبار صحة الفرض الخامس: الذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الهاتف المحمول وكفاءة المحتوى الصحفي بسنوات الخبرة المهنية للقائمين بالاتصال".

جدول (37)

حساب معامل انحدار سنوات الخبرة المهنية للقائمين بالاتصال على استخدام الهاتف المحمول وكفاءة المحتوى الصحفي

المتغير المستقل	معامل الانحدار (ب)	الخطأ المعياري	معامل الانحدار المعياري (بيتا)	قيمة (ت) ودلالاتها	قيمة (ر)	تباين الانحدار (2ر)	قيمة (ف) ودلالاتها
ثابت الانحدار	66.317	18.299	-	*3.624	0.749	0.561	*5.426
سنوات الخبرة المهنية	0.551	0.236	0.229	*2.329			

$$Y = 66.317 + 0.551 (x1).$$

يتضح من جدول (37) ما يلي:

1- أن قيمة "ف" قد بلغت (5.426) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05)، مما يدل على أن المتغير المستقل، الذي يتمثل في (سنوات الخبرة المهنية) له تأثير معنوي على التنبؤ بالقدرة على استخدام الهاتف المحمول وكفاءة المحتوى الصحفي لدى الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة.

- أن قيمة (2) للمتغير المستقل تبلغ (0.561)، بمعنى أن المتغير المستقل يسهم في التنبؤ بالقدرة على استخدام الهاتف المحمول وكفاءة المحتوى الصحفي لدى الصحفيين عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ (56%) تقريباً، وأن النسبة المتبقية التي تبلغ (44%) ترجع لعوامل أخرى عشوائية.

- بلغت قيمة معامل الانحدار (0.551)، وكانت قيمة "ت" (2.329)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، بمعنى أن التغير في درجة (سنوات الخبرة) بالزيادة درجة واحدة يؤدي إلى زيادة درجة القدرة على استخدام الهاتف المحمول وكفاءة المحتوى الصحفي بمقدار (0.55) درجة تقريباً.

وبلغ ثابت الانحدار (66.317)، وبلغت قيمة "ت" (3.624)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، وبذلك يمكن صياغة معادلة الانحدار على النحو الآتي:

القدرة على استخدام الهاتف المحمول = $0.551 + 66.317$ (سنوات الخبرة المهنية).
مما يدل على وجود تأثير دال إحصائياً لسنوات الخبرة على زيادة القدرة على استخدام الهاتف المحمول وكفاءة المحتوى الصحفي لدى الصحفيين عينة الدراسة.

وهو ما يحقق صحة الفرض الخامس لهذه الدراسة، الذي ينص على أنه (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الهاتف المحمول وكفاءة المحتوى الصحفي بسنوات الخبرة المهنية للقائم بالاتصال).

واتفقت هذه النتائج مع دراسات سابقة كـ _____ من⁽¹¹⁷⁾ (2024 H. Gray Funkhouser)، (2023 Katherine Fink)، التي توصلت إلى حدوث تداخل غير مسبوق بين الإعلام والترفيه في إعلام المحمول، ولم يعد بإمكان القائمين بالاتصال في المحتوى الرقمي التمييز بين الخدمات الإخبارية والإعلامية عن الخدمات الأخرى الموجهة لمستخدمي الهاتف المحمول، لأن الطبيعة الطقوسية لاستخدام هذه الوسائط تدمج بين كل أهداف الإعلام في وقت واحد.

النتائج العامة للدراسة:

- طبقت دراسة الوسيلة على المواقع الاستقصائية عينة الدراسة (سراج، وأريج، وانكفاضة، USA today، New yorker، OCCRP)، ورصدت تواجد تلك المواقع على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي التي تُستخدم عبر الهاتف المحمول،

سواء مواقع تواصل مصممة للهاتف بشكل أساسي (إنستجرام، واتس آب، تليجرام)، أو تلك التي صممت لكل الأجهزة الإلكترونية مكتبية كانت أو محمولة (فيس بوك، تويتر، يوتيوب)، كما وضعت معياراً لتقييم تطبيقات المواقع عينة الدراسة على متجى جوجل وآبل (إن وجدت)، وقارنت فيما بينها من خلال استمارة عامة تجمع بين سمات تصميم التطبيق وطريقة عرض المحتوى.

نجد موقعا (أريج وسراج) في توصيل محتواهما الصحفي عبر الوسائط الرقمية، وحقق كل منهما أرقاماً قياسية في عدد المتابعين والمشاهدات، من خلال منصات التواصل الاجتماعي المصممة خصيصاً للهواتف، أو تلك المصممة للاستهلاك الرقمي عبر كل الأجهزة المحمولة.

فعلى سبيل المثال، حصدت قناة (أريج) على يوتيوب أكثر من 10 ملايين مشاهدة، ويبدى أكثر من 8 ملايين مُستخدم إعجابهم بصفحة الموقع على فيس بوك، ويتابعه على تويتر أكثر من 5 ملايين فرد.

وفى الوقت ذاته حرص الموقع على انتهاج سياسة رقمية تواكب كثافة استهلاك المحتوى الرقمي عبر الهواتف المحمولة، وذلك عبر منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدم عبر الهواتف بالأساس مثل إنستجرام (أكثر من 3 ملايين متابع)، كما أن لديه قناة نشطة على تطبيق تليجرام، وتستفيد من إنتاج المواطنين الصحفيين وتتواصل مع الجمهور عبر خدمة الموقع على واتس آب، وأطلقت تطبيقاً موازياً على متجى جوجل وآبل لمستهلكي المحتوى الصحفي عبر الهواتف المحمولة.

ويحذو موقع (USA today) النهج نفسه في سياسته الرقمية، إذ حقق على قنواته على يوتيوب نصف مليون مشاهدة، ويبدى أكثر من 9 ملايين مُستخدم إعجابهم بصفحة الموقع على فيس بوك، فيما يتابعه على تويتر ما يزيد على 4 ملايين فرد، أما عن المنصات التي تستخدم عبر الهواتف بالأساس، فيتابعها أكثر من مليون ونصف متابع على إنستجرام، ولديه قناة نشطة على منصة تليجرام لنشر محتواه الصحفي، وأطلق خدمة المواطن الصحفي عبر أكثر من وسيلة ولكنها لم تعد فعالة منذ عام 2019، كما يستفيد

من منشورات المواطنين الصحفيين على الموقع، وأطلق تطبيقين للهواتف المحمولة على متجر جوجل وآبل، أحدهما مدفوع الأجر والآخر مجاني.

وتباينت كفاءة بقية المواقع عينة الدراسة (انكفاضة، New yorker، OCCRP) في صياغة محتواها الصحفي الاستقصائي تحريرياً وتقنياً بما يتلاءم واحتياجات الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي.

ورصدت الدراسة أن تطبيقات المواقع (عينة الدراسة) مجرد نسخ من الموقع Web Apps، ولم تجد الدراسة أي تطبيقات أصلية مصممة بشكل أساسي للهواتف المحمولة، أو هجين يجمع بين المحتوى الرقمي الأصلي ومحتوى الموقع.

ورغم ذلك، فإن بعض تطبيقات المواقع عينة الدراسة كانت بتصميم وحجم يناسب الهواتف المحمولة، وأطلقت جميع المواقع (عينة الدراسة) تطبيقاتها على متجر جوجل لأنه الأكثر شعبية واستخداماً، واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (2021 Youngwon L. & April P.)⁽¹¹⁸⁾، التي أكدت أهمية وجود تطبيقات للمواقع الإلكترونية على متجر جوجل وآبل.

وتعترى بعض التطبيقات مشكلات فنية، وبخاصة تطبيق (انكفاضة)، الذي يحتاج إلى إعادة نظر من القائمين على المحتوى الرقمي في الموقع، كما ينبغي على المؤسسات الصحفية أن تطالب بتعطيل وحذف التطبيقات التي لا تمثلها، أو التطبيقات القديمة التي لا تعمل.

وتميل المواقع عينة الدراسة إلى إطلاق تطبيقات مجانية ما عدا (New yorker) الذي أطلق تطبيقين أحدهما مجاني، وهو الموازي للموقع، والآخر مدفوع للنسخ PDF من الموقع، حيث تندر ثقافة التطبيقات الصحفية المدفوعة، وهذا ما أكدته نتائج دراسة (وسام كمال)⁽¹¹⁹⁾، بأن الصحف الأجنبية استطاعت أن تبيع خدماتها مقابل اشتراك شهري أو سنوي، ولم تعتمد على الإعلانات فقط مصدراً للأرباح.

وتلاحق المواقع الاستقصائية (عينة الدراسة) مستخدميها عبر المنصات الرقمية، إلا أن المواقع تركز بالأساس على منصات التواصل الاجتماعي لتوزيع محتواها الصحفي الاستقصائي، وبخاصة فيس بوك وتويتر، مع قلة الاهتمام بتطبيقات الهواتف المحمولة

ومنصات التواصل الاجتماعي التي تستخدم بالأساس على الهواتف، مثل تطبيق إنستجرام الصاعد في السنوات الأخيرة.

ونجح موقع (سراج) في استثمار تواصله مع المستخدمين عبر واتس آب في إحياء "صحافة الخدمات" ورفع كفاءة "صحافة المواطن"، بما ينعكس على اهتمام المستخدمين بمتابعة الموقع على كل مواقع التواصل الاجتماعي بأرقام تعكس اهتمامها بالتوجه الرقمي في نشر المحتوى الصحفي الاستقصائي التفاعلي، وكانت مواقع كثيرة قد حذت حذوه، وأطلقت خدمات تفاعلية لتلقي مشاركات المستخدمين، ولكنها لم تعد فعالة مع الوقت، واستنفدت بعض المواقع جهودها الرقمية في ملاحقة المستخدمين على منصة فيس بوك، التي تستخدم خوارزميات غامضة لإجبار الناشرين على الدفع مقابل الوصول للمستخدمين.

- استهدفت الدراسة التعرف على واقع صحافة الهاتف المحمول، من حيث توظيف هذه التكنولوجيا في إنتاج وتقديم المحتوى على مواقعها الرقمية، وكذلك استشراف مستقبل صحافة الهاتف بهذه المواقع، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها 75 مفردة من الصحفيين الاستقصائيين.

يملك أكثر من ثلث الصحفيين هاتفين أو أكثر، ويستخدم معظم الصحفيين الاستقصائيين عينة الدراسة الهواتف التي تعمل بنظام أندرويد. يستخدم أقل من نصف الصحفيين الاستقصائيين وسائط محمولة أخرى بخلاف الهاتف، تصدرها التابلت ثم لأي باد ثم الساعات الذكية.

وعبر معظم الصحفيين عن أن الهاتف المحمول هو الجهاز الذي يعتمدون عليه بصورة أكبر في متابعة وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، ويعتمد الصحفيون الاستقصائيون عينة الدراسة على الساعة الذكية في متابعة وسائل الإعلام، لما توفره من إشعارات بالأخبار العاجلة.

ويعتمد الصحفيون الاستقصائيون على وسيلتين أساسيتين في التواصل، وهما مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال الهاتفي، إذ يتواصل العدد الأكبر منهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع زملائهم في العمل، ولكنهم يفضلون الاتصال الهاتفي مع المصادر

ثم مواقع التواصل، ويجمعون بين الوسيلتين (أكثرهما مواقع التواصل الاجتماعي) مع مديريهم.

ويشارك غالبية الصحفيين مع زملائهم في العمل بمجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي، وكانت الشبكات الأكثر استخداماً في مجموعات العمل هي: واتس آب، ثم فيس بوك.

وتفيدهم مجموعات التواصل في تنظيم العمل، اقتراح أفكار جديدة، ثم التذكير بمواعيد الاجتماعات، وتبادل التحقيقات والمنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي، وتصحيح الأخطاء في الموضوعات المنشورة، ونشر ردود الأفعال بشأن الموضوعات المنشورة، ونشر الفعاليات.

ولكن من ناحية العمل الصحفي، ينعكس ترتيب التطبيقات الأكثر أهمية للصحفيين، تصدر تطبيق فيس بوك قائمة التطبيقات التي تقيد الصحفيين في العمل الصحفي الاستقصائي، ثم واتس آب، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (هشام زقوت، 2021)⁽¹²⁰⁾، التي كشفت نتائجها اعتماد الصحفيين على عدد من تطبيقات التواصل الاجتماعي في أوقات الأحداث والأزمات، ويُعد تطبيق فيس بوك الأكثر شيوعاً، يليه تطبيق واتس آب، وتشير نتائج الاستبانة إلى تدني اعتماد الصحفيين الاستقصائيين على تويتر في عملهم الصحفي.

ويستعين العدد الأكبر من الصحفيين الاستقصائيين بهواتفهم في التصوير لخدمة عملهم الصحفي، وهذا ما اتفق عليه دراسة كل من⁽¹²¹⁾: (سناء شاهين، 2019)، (Ana Lucia, et al، 2023)، (Andrew Heinzman، 2023)، التي أكدت أن لصحافة المحمول دوراً إيجابياً في تطوير أداء الصحفيين مهامهم العملية.

وذكر الصحفيون أن أبرز استخدامات الهواتف المحمولة في العمل الصحفي الاستقصائي هي: متابعة التحقيقات، والتواصل مع زملاء العمل، والتواصل مع المصادر، والتقاط الصور والفيديوهات، وإرسال المحتوى الصحفي للعمل، واستخدام البريد الإلكتروني، وتسجيل الحوارات الصحفية، ومتابعة آراء الجمهور.

ويلاحظ كثرة الاستخدامات التكنولوجية للهواتف في إعداد المحتوى، وعلى الرغم من ذلك، فإن الدورات الخاصة بالتحليل الصحفي جاءت في مقدمة الرغبات التدريبية لدى الصحفيين عينة الدراسة، يليها مهارات استخدام الهاتف في التصوير والمونتاج، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة المركز الدولي للصحفيين⁽¹²²⁾، بأن الصحفيين يواكبون الثورة التكنولوجية الرقمية.

والهاتف هو الوسيلة الأكثر استخداماً لمتابعة التحقيقات والشأن الجارى، ولكن لاحظنا في استبانة الصحفيين أن المحتوى الرقمي عبر الهاتف الأكثر اعتماداً مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية ومنها التلفزيون والصحف والمجلات، وهو ما أشارت إليه دراسة⁽¹²³⁾ (2022 Wibke, et al)، (2022 Safaa Hussein & Wesam Khedr)، التي طبقت على الإعلاميين وتأثير استخدامهم للخدمة الإخبارية عبر الهاتف المحمول على متابعتهم للوسائل الإعلامية الأخرى، واتفقت أيضاً هذه النتيجة مع دراسة كل من⁽¹²⁴⁾ (2021 Ongowo, O)، (2019 Fidler, R.)، (Samuel Ihediwa)، (2021)، بقلة اعتماد الصحفيين على وسائل الإعلام التقليدية بشكل كبير.

كما أكد السواد الأعظم من الصحفيين الاستقصائيين أنهم يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء مشاهدة التلفزيون.

ويختلف صحفيو المواقع (عينة الدراسة) عن بقية الصحفيين في طريقة تصفحهم للتحقيقات عبر الهواتف المحمولة، إذ يعتمد الصحفيون (عينة الدراسة) على متابعة التحقيقات من خلال تصفح المواقع الإلكترونية ثم مواقع التواصل الاجتماعي، بينما يعتمد بقية الصحفيين على معرفتهم للتحقيقات من خلال متابعتهم أولاً لمواقع التواصل الاجتماعي، بما يشير إلى التعرض الانتقائي العمدي للصحفيين للتحقيقات من منصتها الأساسية، ومتابعتهم للأحداث دائماً.

ربما يكون السبب في أن متابعة التحقيقات الاستقصائية قد تصدرت استخدامات الهواتف في العمل الصحفي بنسبة كبيرة، ثم التواصل مع زملاء العمل، خاصة أن هذا التواصل يساعد في تحسين جودة العمل واختيار أفكار جديدة، ومتابعة ردود الفعل بعد النشر، والآراء حول القضايا الجدلية، وتصحيح الأخطاء، ومتابعة آراء المستخدمين.

- وخلصت دراسة **القائم بالاتصال** إلى اتفاق غالبية الصحفيين الاستقصائيين على قوة تبني المواقع الرقمية الاستقصائية لصحافة الهاتف المحمول في إنتاج وتقديم المحتوى، حيث تستخدم صحافة الهاتف بشكل كلي في إنتاج المحتوى، حتى ترقى إلى استخدامها بشكل كامل، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (رباب هاشم)⁽¹²⁵⁾، إضافة إلى أن المواقع تنتج محتوى خاصاً لمواقعها، كما أنها لا تنتظر للهاتف على أنه وسيط فقط، ولكن نمط إنتاجي مختلف له متطلبات مختلفة في المحتوى، مما يلفت الانتباه إلى حرص وزيادة تبني صحافة الهاتف وتوظيفها في إنتاج المحتوى وتقديمه بالمواقع، حتى تستطيع هذه المواقع مسايرة التوظيف الكبير لهذه التكنولوجيا، وذلك في ظل ما انتهت إليه دراسة (Salzman وآخرون 2020)⁽¹²⁶⁾، من أن صحافة الموبايل تُوظف بدرجة كبيرة في المواقع العالمية.

وانتقد الصحفيون أيضاً على وجود فروق بين المواقع العربية والعالمية في توظيف صحافة الهاتف في إنتاج المحتوى وتقديمه، وكان التفسير المشترك بينهم لذلك هو أن موقع أريج وسراج وUSA today أكثر توظيفاً للتكنولوجيا عن بقية المواقع؛ نظراً لتحررها من بعض القيود التنظيمية والروتين والبيروقراطية، كما أنها أقل تحفظاً. وأكدت نتائج الدراسة اتفاق الصحفيين بالمواقع (عينة الدراسة) على أن مستوى إجادتهم لمهارات صحافة الهاتف فهي متوفرة بدرجة كبيرة، كما يرتبط استخدام صحافة الهاتف بشكل أكبر بشباب الصحفيين.

وفيما يتعلق بتشجيع الصحفيين على استخدام صحافة الهاتف في إنتاج المحتوى وتقديمه، فيتم توفير التكنولوجيا والأدوات اللازمة لصحافة الهاتف، وكذلك الدورات التدريبية، وأن صحافة الهاتف ليست فقط اجتهاداً شخصياً من الصحفيين الذين يعتمدون على أجهزتهم الشخصية في الممارسة العملية، ولكن أيضاً بتوجيه من المؤسسات الصحفية. وجاءت نتائج دراسة (Wenger وآخرون 2014)⁽¹²⁷⁾ متفقة مع هذه النتيجة، إذ أشارت إلى حرص المؤسسات الأمريكية على توظيف مراسلين لديهم مهارات صحافة الهاتف، رغم وجود فارق زمني بين دراسة Wenger وهذه الدراسة، مما يلفت

الانتباه إلى حرص المواقع في توظيف صحافة الهاتف، وتبني أدواتها، وتدريب الصحفيين على كيفية استخدامها في إنتاج المحتوى وعرضه.

كما أوضح معظم الصحفيين أنهم لديهم المعلومات الكافية عن أوجه التطوير التي يحققها استخدام صحافة الهاتف في إنتاج المحتوى وتقديمه، كما اتفقوا على أن سهولة وسرعة نقل الأحداث وتغطيتها، والربط المباشر لها خاصة الطارئة منها، وتمكين الصحفي من أداء عمل طقم كامل تحقيقاً لفكرة one man crew هي أبرز ملامح التطوير التي يضيفها استخدام صحافة الهاتف. وأكدت هذه النتيجة عديد من الدراسات، منها دراسة (2021 Canavilhas)⁽¹²⁸⁾، ودراسة (2020 Maksimainen)⁽¹²⁹⁾، ودراسة (2019 Jamil & Adjei)⁽¹³⁰⁾، ودراسة (2017 Karhunen)⁽¹³¹⁾، التي أوضحت جميعها أن أهم مزايا توظيف صحافة الهاتف يتمثل في نقل الأحداث مباشرة وقت حدوثها، وتغطية الأحداث التي يصعب تغطيتها بالأدوات التقليدية، وتقليل تكلفة الإنتاج، وسهولة التنقل، وتوفير مستوى أعلى من السلامة، وتحقيق فكرة one man crew.

وأوضحت نتائج الدراسة وجود اتفاق تام بين الصحفيين، على أن عدم تفهم بعض المؤسسات لأهمية صحافة الهاتف لاعتبارات تتعلق بجودة المحتوى الذي يتم إنتاجه عبر الهاتف هو أبرز تحديات استخدامها في إنتاج وتقديم المحتوى، وما يرتبط بذلك من عدم توفير الدورات التأهيلية، والتكنولوجيا والأدوات اللازمة لاستخدام صحافة الهاتف من هواتف ذكية متقدمة، وشراء تطبيقات التصوير والمونتاج الخاصة بالهاتف، وتوفير سرعات عالية للإنترنت وغيرها. وأكد جميع الصحفيين أن آليات تطوير استخدام صحافة الهاتف في إنتاج وتقديم المحتوى يستلزم التغلب على هذه التحديات، إلى جانب الإنفتاح على التجارب الناجحة في صحافة الهاتف بالدول الأخرى. وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (2019 Jamil & Adjei)⁽¹³²⁾، التي توصلت إلى وجود حاجة شديدة إلى تدريب الصحفيين المتقاعدين على كيفية التحقق من الأخبار لضمان جودة المحتوى، وكذلك دراسة (2018 Kumar & Haneef)⁽¹³³⁾، التي أكدت ضرورة تطوير قدرات الصحفيين وتدريبهم على صحافة الهاتف،

ودراسة (سناي يوسف، 2018)⁽¹³⁴⁾، التي انتهت أيضاً إلى ضرورة تطوير قدرات الصحفيين من خلال الدورات التدريبية، ومدّهم بهواتف ذكية متطورة مزودة بخدمة الإنترنت.

واتفق معظم الصحفيين بالمواقع الرقمية على أن صحافة الهاتف ستفرض نفسها بقوة في المستقبل، وربما تؤثر في استخدام أدوات الإنتاج التقليدية في ظل التطور المستمر لتكنولوجيا الهاتف. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (Blankenship & Riffe 2021)⁽¹³⁵⁾، التي أكدت أن صحافة الهاتف ستكون جزءاً لا يتجزأ من مستقبل الأخبار وفقاً لرؤية المراسلين ومديري الأخبار في عدد من المحطات التلفزيونية المحلية بالولايات المتحدة الأمريكية.

وقد ثبتت صحة الفرض الأول القائل بأنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أساليب توظيف الهاتف المحمول وتنوع الموضوعات التي تغطيها الصحافة الاستقصائية الرقمية".

ثبتت صحة الفرض الثاني القائل بأنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المضمون الصحفي الاستقصائي المنشور في المواقع العربية والعالمية من حيث استخدام الهاتف المحمول في تصميم المحتوى وإنتاجه".

ثبتت صحة الفرض الثالث القائل بأنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع التي تعتمد على الهاتف المحمول بشكل رئيسي والمواقع التقليدية من حيث مستوى الإبداع في تقديم المضمون الصحفي الاستقصائي".

ثبتت صحة الفرض الرابع القائل بأنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الهاتف المحمول في المواقع الاستقصائية الرقمية بين القائمين بالاتصال وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والفئة العمرية، والمؤهل التعليمي، وسنوات الخبرة)".

ثبتت صحة الفرض الخامس القائل بأنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الهاتف المحمول وكفاءة المحتوى الصحفي بسنوات الخبرة المهنية للقائم بالاتصال".

خلاصة أهم النتائج:

- يوجد مفهوم مختلف لصحافة الهاتف في الدراسات العربية عن الدراسات الأجنبية، فالدراسات العربية تقدم صحافة الهاتف على أنها تعني تطبيقات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الإخبارية، والتطبيقات الصوتية والمرئية، ومتصفحات الهاتف، أي إن الدراسات العربية تنظر لصحافة الهاتف باعتبار أن الهاتف وسيط لنقل الأخبار والمعلومات وليس أداة لإنتاج المحتوى، أما على مستوى الدراسات الأجنبية، فهناك وعي كامل لمفهوم صحافة الهاتف، يتمثل في إنتاج تقارير وقصص ومقاطع فيديو بالكامل باستخدام الهاتف، وإرسالها للمؤسسة الإعلامية أو نشرها على المواقع الإلكترونية.

- استخدام صحافة الهاتف في العمل الصحفي الاستقصائي أصبح ضرورة، ويوجد اتجاه لبنى هذه التكنولوجيا الجديدة من جانب الصحفيين.

- تتعدد مزايا استخدام الهاتف في العمل الصحفي الاستقصائي، ومن أبرزها استقلالية الصحفيين، وإمكانية نقل الأحداث مباشرة فور وقوعها بأبسط الإمكانيات، كما أن الهاتف أكثر تشجيعاً للضيوف على التحدث من الكاميرات الكبيرة، وهو أكثر أماناً وسلامة للصحفيين، ويوفر سهولة التنقل وتقليل تكلفة الإنتاج، مع إمكانية إنتاج المحتوى بالكامل ونشره من خلال جهاز واحد، وعدم الإحتياج لتدريب مطول لاستخدامه في إنتاج المحتوى.

- تتمثل أبرز مقترحات تفعيل استخدام الهاتف في المؤسسات الصحفية في ضرورة استخدام الصحفيين المنفردين بشكل مختلف عن الطواقم الكبيرة، والحاجة إلى تدريب الصحفيين وتطوير قدراتهم في مجال توظيف الهاتف لإنتاج المحتوى، ومدهم بهواتف ذكية متطورة مدعومة بخدمة الإنترنت، وضرورة توخي الصحفيين المتنقلين لمبادئ المسؤولية الاجتماعية والتحقق من الأخبار والمعلومات.

خاتمة الدراسة:

أظهرت الدراسة أهمية استحداث تقنيات حديثة في الصحافة الاستقصائية الرقمية، ومن أهمها صحافة الهاتف المحمول، ومن ثم سعت الدراسة لرصد وتحليل تجربة المواقع العربية والعالمية في نشر المحتوى الاستقصائي الرقمي عبر تطبيقات الهواتف المحمولة من خلال رسم الملامح العامة لتطبيقات الهاتف المحمول بالمواقع الرقمية، ودورها في

تطوير المحتوى الصحفي، واعتمدت الدراسة الحالية على نظرية التحول الرقمي محدداً منهجياً، وتم التحقق من صحة فروضها من خلال نتائج الدراسة حيث: أوضحت الدراسة أن آليات تطوير استخدام صحافة الهاتف المحمول في إنتاج وتقديم المحتوى مرتبطة بالتغلب على التحديات التي تواجه استخدام هذه التكنولوجيا، واتفق الصحفيون بالمواقع العربية والعالمية على أن الإيمان بأهمية صحافة الهاتف المحمول ومزاياها في إنتاج وتقديم المحتوى، وتوفير التكنولوجيا والأدوات الخاصة بصحافة الهاتف المحمول، إلى جانب توفير فرص للتدريب آليات هامة لتطوير استخدام صحافة الهاتف المحمول. وأشار الصحفيون إلى أن إيمان الإدارة العليا بهذه المواقع هي أولى خطوات التطوير، إلى جانب توفير هواتف ذكية حديثة ذات كاميرات بإمكانيات كبيرة، وتحميل وشراء تطبيقات احترافية للتصوير والمونتاج، وتوفير فرص للتدريب على صحافة الهاتف المحمول، واتفقت النتائج مع النظرية، حيث كانت أبرز آليات التطوير هي ضرورة وجود دعم من القيادات بهذه المواقع، ومعاملة صانعي صحافة الهاتف المحمول مثل صانع الصحافة التليفزيونية، والانفتاح على التجارب الناجحة في صحافة الهاتف المحمول بالدول الأخرى، وزيادة مساحة الحرية الممنوحة لإنتاج محتوى صحافة الهاتف المحمول ونشره، إلى جانب ضرورة إنشاء وحدات مركزية بالمواقع لصحافة الهاتف المحمول مجهزة بالأدوات والإمكانات اللازمة لضخ إنتاجها للمواقع الرقمية، وتكثيف الدورات التدريبية للمراسلين، وتطوير المواقع ومنصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمواقع، وإنتاج محتوى عبر الهاتف المحمول خاص بهذه المواقع والمنصات وجمهورها، مما أكدته فروض نظرية التحول الرقمي.

توصيات الدراسة:

أولاً: على المستوى الصحفي المهني:

- 1- إطلاق تطبيقات صنعت للهاتف بالأساس: بحيث تُقدم المحتوى بطريقة تتناسب مع حجم الشاشة وعادات الاستخدام واهتمامات الجمهور.
- 2- تفعيل صحافة الخدمات من خلال تطبيقات التراسل: يمكن أن تكون صحافة الهاتف وسيلة مهمة لإبقاء الصحف الرقمية على اتصال مع الجمهور، وتستقطب الجمهور

لمتابعتها والتفاعل معها دورياً، وذلك من خلال تفعيل خدمة تلقي رسائل الجمهور وشكاواه عبر واتس آب أو تليجرام يومياً، وتخصيص باب لصحافة الخدمات.

3- **الاستفادة من صحافة المواطن:** تعرض المواقع موضوعات وتقارير صحفية عن آخر الاتجاهات على منصات التواصل الاجتماعي، وأهم مشاركات صحافة المواطن، ولكن هذا في اتجاه واحد، أما الاتجاه الآخر فهو دعوة المواطنين الصحفيين للمشاركة والكتابة واكتشاف مواهبهم، وتلقي نقدهم وتصحيحاتهم لمحتوى الموقع، واعتبارهم فاعلين بارزين وليسوا مجرد متلقين.

ويمكن تلقي مشاركات الجمهور إما من خلال تطبيقات التراسل أو البريد الإلكتروني، أو استحداث أيقونة على التطبيق أو الموقع لإرسال المحتوى من قبل المستخدمين.

4- **الاهتمام بالمحتوى المسموع:** قد يكون المحتوى السمعي والبودكاست وسيلة القراء للاستماع إلى أخبار ومقالات وتقارير وتحقيقات الصحف أثناء قيادة السيارات أو ركوب المواصلات أو في أوقات الفراغ، وتمتاز المواد الصوتية بأنها أقل استهلاكاً لباقات الإنترنت من المحتوى المرئي، وهناك اتجاه رقمي متزايد بالطلب على المحتوى السمعي، لذلك ينبغي على الصحف الرقمية أن تنشئ بودكاست في تطبيقاتها المحمولة لمستهلكي المواد الصوتية ومفضلي الصحافة المسموعة.

5- **الاهتمام بجودة المحتوى وعدم الإنسياق وراء سباق "الترند" وإحصاءات القراءة والمشاهدة:** تطارد الصحافة الرقمية "سباق الأرقام"، وتقع حالياً بين مطرقة عدد المتابعين وإحصاءات القراءة والمشاهدة، ونظراً لتركيز الصحف الرقمية على تسويق المحتوى الصحفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فتحظى القصص الأكثر تعليقاً بالاهتمام والقراءة نظراً لأنه يتم مشاركتها أو التعليق عليها بكثافة، وبذلك يطفو على السطح من جديد الاهتمام بالإثارة الصحفية لحصد المشاهدات أو القراءات، كما كانت الصحافة المطبوعة من قبل تنصدها عناوين مثيرة بهدف زيادة التوزيع.

ولا يزال المحتوى هو الملك، وينبغي على الصحفيين الاهتمام بجودة المحتوى إلى جانب تطوير تقنيات السرد الرقمي، وهنا، تقع المسؤولية المهنية على القائمين بالاتصال في الإعلام الرقمي للاهتمام بجودة القصة وجاذبيتها في آن واحد؛ خاصة أن تقويم وتجويد

الإعلام المحمول لا يرتقى فقط بالصحافة والإعلام، ولكن ينهض بثقافة الشباب والمراهقين، ويسهم في تشكيل السلوك الاجتماعي لأنهم تحولوا إلى "مستهلكين رقميين"، كما أن الإعلام الاجتماعي أصبح المصدر الرئيسي للتفيس وملء أوقات الفراغ.

6- التدريب الإعلامي على تقنيات التصوير والمونتاج والتسجيل الصوتي والسرد الرقمي عبر الوسائط المحمولة: للمزيد من إنتاج القصص الرقمية، وتطوير كفاءة الصحفيين نحو الصحافة الشاملة متعددة الوسائط.

7- الاهتمام الصحفي بالترفيه والمنوعات والألعاب: يستهلك مستخدمو الهواتف والوسائط المحمولة قدرًا كبيرًا من المحتوى الترفيهي عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الألعاب ومشاهدة الفيديو، وتولي الصحافة الرقمية اهتمامًا بموضوعات المنوعات فقط كالأخبار والتقارير الصحفية الرياضية والفنية وملفات الصور وفيديوهات المنوعات، ولكن بشكل تقليدي.

8- توسيع مجالات اهتمام صحافة المحمول: فطالما كان الشغل الشاغل للصحافة الرقمية هو اهتمامات الناس، وينبغي أن يتناول الإعلام كل ما يريد المستخدم أن يقوم به على هاتفه: (التواصل، التعرف على الأخبار، والتواصل حولها، واللعب، والترفيه، وتعلم شيء جديد، وتطوير الذات... الخ)، عندئذ تصبح الرسالة جديرة بالوسيلة، وتحقق أقصى وصول ممكن للجمهور لأنها تخاطب احتياجاته.

9- التعامل مع الجمهور كأفراد وليس كجماعات وتوفير آليات لتخصيص المحتوى: نظرًا لحاجة مستهلكي المحتوى عبر تطبيقات الهواتف والمواقع الإلكترونية لاختيار فئات المضامين التي تهمهم فقط دون أن تلاحقهم موضوعات لا تشغل دوائر اهتمامهم.

10- إطلاق مسابقات صحفية في إنتاج المحتوى بواسطة الهواتف المحمولة: لتحفيز الصحفيين الشباب على الابتكار والإبداع.

ثانياً: على المستوى الأكاديمي:

1- تدريس التربية الإعلامية في المدارس: هناك دعوات لإدراج صحافة الهاتف ك تخصص علمي في الجامعات وأقسام الإعلام، وأيضاً داخل المدارس الإعدادية والابتدائية، ولكن في تلك الحالة تُقدم للطلاب في إطار التربية الإعلامية.

ودعوة لتدريس إعلام المحمول منذ المرحلة الإعدادية في المدارس تحت مفهوم التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، لتعريف الأطفال والمراهقين بكيفية استخدام هذه الأجهزة بطريقة مسئولة، وتحفظ خصوصيتهم وتحميهم من الإدمان والإختراق، أو تداول المعلومات الخاطئة.

وربما يحتاج مستخدمو الهواتف المحمولة إلى معرفة المزيد من الطرق عن إدارة استخداماتهم للوسائط المحمولة، ومعرفة الإشاعات المتحققة وإيجابيات وسلبيات الاستخدام، وهذا الأمر لن يبنى فقط على علوم الاتصال، ولكن بالاقتران بعلوم اجتماعية أخرى، وربما تقنية للوصول إلى طريقة تحمي المستخدمين من التشتت والإغراق المعلوماتي، والطوفان الرقمي.

2- تدريس صحافة المحمول في كليات الإعلام ومعاهده بوصفه تخصصاً قائماً بذاته: يشمل إنتاج المحتوى المكتوب والمسموع والمرئي.

وعلى مستوى تدريس الصحافة؛ لأول مرة يستطيع الأساتذة تدريب الصحفيين بأقل تكلفة ممكنة، دون الحاجة لأجهزة كمبيوتر باهظة الثمن للتصميم الصحفي، أو طابعات، أو استوديو إذاعي، فبوسع صحفي المحمول أن ينتج قصصاً شيقة ويحررها وينشرها عبر هاتفه المحمول.

3- مزيد من الاهتمام بتناول صحافة الهاتف المحمول في الدراسات الإعلامية: ونأمل أن يوجه الباحثون مزيداً من الجهود لفهم عادات استهلاك الجمهور للمحتوى الصحفي الاستقصائي عبر الهواتف، وإجراء دراسات تجريبية لفهم احتياجات الجمهور من صحافة المحمول، ورصد تجارب صحافة المحمول في العالم للترفيه واستقطاب الجمهور عبر التطبيقات الصحفية، وليس مواقع التواصل الاجتماعي. كما نأمل أن تكشف الدراسات مستقبلاً عن دور الخوارزميات في تشكيل اهتمامات الجمهور واستهلاكه للمحتوى الرقمي عبر الوسائط المحمولة.

مراجع الدراسة:

- 1- Dale Peskin (2021). News on the Go: How Mobile Devices Are Changing the World's Information Ecosystem .. A Report to the Center for International Media Assistance, available at: <https://bit.ly/3bGuKjL>.
- 2- أقدس صفاء الدين رشيد وآمال عبد الجبار حسوني (2021). الحماية القانونية لمشاركي الهواتف النقالة، مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 2، العدد 2، ص124-142، متوفرة على الرابط: <https://bit.ly/s28HdIr>
- 3- Silvia Elaluf - Calderwood, Carsten Sorensen and Ben Eaton (2022). Digital Innovation on Mobile Platforms: A Business Model Analysis, available at: <https://bit.ly/38C9NVh>
- 4- مثال حادث سقوط نيزك في روسيا، وكانت التغطية الآنية عبر صحافة المواطن.
- 5- David Cameron: Mobile media and the journalism curriculum, available at: <https://bit.ly/2SCJKHV>
- 6- ساند سعيد محمد رضوان (2022). اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.. دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، ص 89.
- 7- Ahmed Deen (2024). Exploring Saudi journalists' attitudes towards ethical issues of mobile journalism, **Master's degree**, (Arkansas State University).
- 8- Nikolas Vryzas, Efstathios Sidiropoulos , Lazaros vrisis, Evangelia Aroam and Charalampos Dimoulas (2024). Machine-assisted reporting in the era of Mobile Journalism: the MOTO – mate platform, **Strategy and Development Review**, special Issue, vol.(9).
- 9- Kartika Ngesti Handono Warih, Sageng Nugroho, edy Tri Sulisty (2024). Functions of Tembang Dolanan as educational Media, Advances in Social Science, **Educational and Humanities Research** ,vol.(421).
- 10- Adriana Denisa Mane (2024). Educational Communication under the Influence of Digital Changes, **Education21Journal**,vol.(18),(Babas-Bolayai University: Educational Science department).
- 11- Stefan Vladutescu (2024). Trust as a source of Efficiency educational communication, **Social Sciences and Educational Research review**, vol.(6),No.(2).
- 12- Sergio Splendore, Philip Di Salvo, Tobias Eberwein, Harmen, Michal Kus, Colin Porlezza (2023). Educational strategies in data journalism: A comparative study of six European countries, **Journalism** , Vol. 17, No.1, PP.138-152.
- 13- Fan Yang, Ying Roselyn Du (2023). Storytelling in the Age of Big Data: Hong Kong Students' Readiness and Attitude towards mobile Journalism, **Asia Pacific Media Educator**, vol. 26, No. (2), 148-162.
- 14- Eun-Ju Lee,Ye Weon KiM (2023). Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators, **New Media & Society**, Vol.18, No.8, PP. 1579-1598.
- 15- Megan Knight (2023). mobile journalism in the UK: a preliminary analysis of form and content, **Journal of Media Practice**, Vol. 16, No. 1, PP. 55-72.
- 16- Margaret Ng (2023). How The New York Times uses information graphics and data visualizations across news sections and to foster audience engagement. **Paper**

presented to the Visual Communication Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication for its annual conference, San Francisco, CA.

17- رباب عبد الرحمن هاشم (2023). توظيف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالتقنيات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، العدد 83 (الجزء الثاني)، أبريل/ يونيو.

18- Waralakv.sirichareon (2023). How Infographics Should Be Evaluated?, **The 7th International Conference on Information Technology, Amman, Jordan**, Volume: ISSN 2306-6105.

19- Murray Dick (2023). Interactive infographic and news values, *Digital Journalism*, Vol.2, No.4. Available at: <http://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/9791/2/Fultext.pdf>.

20- Ricardo Cunha Lima, Rafael de Castro Andrade, André Monat, Carla Galvão Spinillo (2022). The Relation Between Online and Print Information mobile for Newspapers, available at:

https://www.academia.edu/8697062/The_Relation_between_Online_and_Print_Information_Graphics_for_Newspapers.

21- Banu Inanç Uyan Dur (2022). Interactive Infographics on the internet, **Online Journal of Art and Design**, volume 2, issue 4.

22- Wibke Weber, Hannes Rall Martin (2022). Between Tradition, Imitation, and Innovation. Interactive Information mobile in Asia' Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, London, England, Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p637161_index.html

23- Geidner, Nick., Radovic, Ivanka., imre, iveta., Coman, Ioana. and Yuran, Dzmitry (2022). The Role of Interactive Graphics in Reducing Misperceptions in the Electorate' Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, London, England.

Available at: <http://citation.allacademic.com/meta/p640106index.html>

24- Waralak V. Siricharoen (2022). mobile journalism: The New Communication Tools in Digital Age, The international conference on e-technologies and business on the web (EBW 2022), University of the Thai Chamber of Commerce Bangkok, Thailand, PP169-174.

Available at: [http://sdiwc.net/digital-library/infographics-the new-communication-tools-in-digital-age](http://sdiwc.net/digital-library/infographics-the-new-communication-tools-in-digital-age).

25- De Maeyer, Juliette (2022). "Is There Room for Big Data in Journalists' Skills? Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, London, England.

Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p640971_index.html

26- Marco Giardina, Pablo Medina (2022). Information mobile journalism Design Challenges and Workflow Management, **Online Journal of Communication and Media Technologies**, Volume: 3, Issue: 1.

27- Gerard Smit, Yael de Haan, Laura Buijs & Piet Bakker (2021). Visualizing news: obstacles, challenges, and solutions, available at:

<http://www2.mmu.ac.uk/media/mmuacuk/content/documents/rpe/2021-conference/papers/applied-arts/Gerard-Smit,-Yael-de-Haan,-Laura-Buijs-&-Piet-Bakker.pdf>.

28- Meckel., Miriam. and Fieseler, Johannes (2021). Journalistic Skillsets in the Age of information-Driven Journalism, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association.

Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p551903_index.html.

29 - وسام كمال محمود الحنبلي (2021). الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر – دراسة الوسيلة والقائم بالاتصال والجمهور، رسالة دكتوراة، منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة).

30- Andreas Nilsson, Urban Nulden and Daniel Olsson (2024). Mobile Media: The Convergence of Media and Mobile Communications, in Convergence, **the Journal of Research into New Media Technologies**, vol .7, No. 1.

31- Andrew Ross (2024). The mobile phone is dying, but mobile technology is just beginning, website: information-age.com, available at: <https://bit.ly/3qR4p9Z>.

32- Alan Jackson (2024). Future of Mobile Phones in 2025, website: the-next-tech.com, available at: <https://bit.ly/3acs2Eb>.

33- H. Gray Funkhouser (2024). Historical Development of the mobile journalism Representation of statistical Data, Vol. 3, available at: [https://www.jstor.org/stable/301591?Seq=page scan tab Contents](https://www.jstor.org/stable/301591?Seq=page%20scan%20tab%20Contents).

34- Karlsen, Joakim, Eirik Stavelin (2023). Computational Journalism in Newsrooms, Journalism Practice, Vol. 8, No. 1. available at: <https://www.ScienceDirect.com/science/article/34709>.

35- Katherine Fink, C. W. Anderson (2023). mobile Journalism in The United States: Beyond The "Usual Suspects", **Journalism Studies**, Vol. 16, Issue 4.

36- Mariko Kishi (2023). Perceptions And Use Of Electronic Media : Testing The Relationship Between Organizational Interpretation Differences And Media Richness, Information & Management, Vol. 45, Issue 5, Available at :

[http : //www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720608000463](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720608000463) .

37- Ana Lucía Schmidt, Fabiana Zollo, Michela Del Vicario, Alessandro Bessi, Antonio Scala, Guido Caldarelli, H. Eugene Stanley, and Walter Quattrociocchi (2023). Anatomy of news consumption on Facebook, available at : <https://bit.ly/2KLMm3G>.

38- Andrew Heinzman (2023). Google Glass Isn't Dead; It's the Future of Industry, website: howtogeek, available at: <https://bit.ly/340X2Bs>.

39- Mark Coddington (2023). Clarifying Journalism's Quantitative Turn "A Typology for Evaluating information Journalism, Computational Journalism, and Computer - Assisted Reporting", **Digital Journalism**, Vol. 3, Issue 3.

40- Anja Kröll (2023). The role of Journalism in the Digital Age Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? ,Reuters institute fellowship paper university of Oxford, available at: <https://bit.ly/33hrbLj>.

41- Turo Uskal , Heikki Kuutti (2022). Models and Streams of mobile Journalism, **The Journal of Media Innovations**, Vol. 2, No1.

- 42- Omotayo Banjo, Yifeng Hu and Shyam Sundar (2022). Cell Phone Usage and Social Interaction with Proximate Others: Ringing in a Theoretical Model, *The Open Communication Journal*, p. 127-135, available at: <https://bit.ly/2VWN6aD>.
- 43- Oscar Westlund (2022). From mobile phone to mobile device: News consumption on the go, *Canadian Journal of Communication*, Vol 33, available at: <https://bit.ly/2DBQkpN>.
- 44- Wibke Weber, Hannes Rall Martin (2022). Between Data Visualization and Visual Storytelling: The Interactive Information Graphic as a Hybrid Form, **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Available at : http://citation.allacademic.com/meta/p553349_index.html
- 45- Safaa Hussein and Wesam khedr (2022). Do Mobile Phones Empower Women? Evidiance From Rural Egypt, **Journal of faculty of Commerce for Scientific Research**, Alexandria university, Volum 56 -No. 2.
- 46- Samuel Ihediwa (2021). Investigative Journalism in Malaysia: A study of Two English language Newspapers, Paper Presented to: **International Conference on Social Science and Humanity (IPEDR)**.
- 47- Ongowo, O. (2021). Ethics Of Investigative Journalism ,A Study Of Tabloid And Quality Newspaper In Kenya, **unpublished Master Thesis**, The University Of Leeds, UK.
- 48- حسني محمد نصر (2019). اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص 31. متاح على: http://researchservices74.blogspot.com/2019/06/blog-post_51.html
- 49- Fidler, R. (2019). *Mediamorphosis: Understanding the New Media*. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press. Available at: <http://eds.a.ebscohost.com.sdl.idm.oclc.org/eds/detail/detail?vid=6&sid=137ba410-d5c0-4bda-b706-ff4d2efa1e5a%40sessionmgr4007&bdata=JnNpdGU9ZWZWRzLWxpdmU%3d#A N=edssk1.9781452233413&db=edsskl>.
- 50- حسني محمد نصر (2019). اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة، مرجع سابق، ص 30.
- 51- Fidler, R. (2019). *Mediamorphosis: Understanding the New Media*, **Op. Cit**, p. 13.
- 52- فاطمة الزهراء عبد الفتاح (2019). **الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار**، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ص 11.
- 53- عباس مصطفى صادق (2019). **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، القاهرة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ص 12-13.
- 54- Youngwon Lee and April P. Baer (2021). 'New media' ,13 Tami K. Tomasello research publication trends and outlets in communication 2006-2019. *New media & Society*. Vol. 12(4). P. 533. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444809342762>
- 55- رضا عبد الواحد أمين (2014). **الإعلام الجديد**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 72.

56- Fidler, R. (2019). Mediamorphosis: Understanding the New Media, **Op. Cit**, p. 13.

- 57- أيمن محمد إبراهيم بريك (2018). توظيف الصحف المصرية لمنصاتها الإلكترونية في تناولها لأزمة قطر 2017، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، القاهرة، ج 1، عدد 49، ص 32.
- 58- بشرى داود السنجري (2019). **صحافة الموبايل – خواصها الشكلية وإمكانياتها التقنية**، (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي)، ص 78.
- 59- طارق محمد محمد الصعيدي (2020). اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر – دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 54، الجزء الرابع، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ص 2169.

60-Lvo Burum (2017). "Essential Mobile Journalism Tools", **Global Investigative Journalism Network**, Available <https://www.researchgate.net>.

61-Scolari, C. (2022). "Mobile Media: towards a definition and taxonomy of contents and applications", **International journal of Interactive Mobile Technologies**, Vol. (6),

No.(2), p:p29:38.

62- Quinn, Stephen (2011). "MOJO-mobile journalism in the Asian region", Konrad Adenauer Stiftung, p. 7, available at: <https://bit.ly/3bQHkxO>.

63- Luft, Oliver (2017). African mobile journalism project launches, **Journalism.co.uk**, available at: <https://bit.ly/2OdiZKf>.

64- Quinn, Stephen (2011). Mobile journalism (MOJO): Origin and spread around the world, **Amity Journal of Media & Communication Studies**, vol.1(1), pp. 75-81: 77, available at: <https://bit.ly/2OgMASY>.

65- Maksimainen, Pirkka (2020). Mobile journalism in finnish TV. News broadcasting- The Impact on news story telling, Master's **Theses**, p. 11, available at: <https://www.theseus.fi/handle/10024/355111>.

66- خمائل زيدان خلف، عبد الأمير الفيصل (2020). دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منها، **مجلة بحوث الشرق الأوسط**، العدد 55، (جامعة عين شمس: مركز بحوث الشرق الأوسط)، ص 231.

67- المرجع السابق نفسه، ص 232.

- طارق محمد محمد الصعيدي (2020). اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر – دراسة ميدانية، **مرجع سابق**، ص 2173.

- سائد سعيد محمد رضوان (2016). اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات – دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (غزة: الجامعة الإسلامية، كلية الآداب)، ص 99.

68- Salah Mohammed Salih (2018). "Mobile journalism: using smart phone in journalistic work",

(Uppsala University :Department of information and media), p7. Available at:www.researchgate.net.

69- أيمن محمد إبراهيم بريك (2020). دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا – دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، عدد 54، ج 6، ص 3616.

70- Quinn, S., and Burum, I. (2019). "Moto: the mobile journalism handbook :How to make broadcast videos with an I phone or I pad", **focal press**.

71- Quinn, S., and Burum, I. (2019). "Moto: the mobile journalism handbook :How to make broadcast videos with an I phone or I pad", **Op. Cit.**

72- بشرى داود السنجري (2019). صحافة الموبايل – خواصها الشكلية وإمكانياتها التقنية، مرجع سابق، ص155.

73- خمائل زيدان خلف، عبد الأمير الفيصل (2020). دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منها، مرجع سابق، ص231.

74- أيمن محمد إبراهيم بريك (2020). دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا – دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص3618.

75- طارق محمد محمد الصعيدي (2020). اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر – دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص2173.

76- عبد الصبور فاضل (2013). الصحافة والثورة الرقمية، (حلوان: دار عطا الله للطباعة)، ص26.

77- Nikolas Vryzas, Efstathios Sidiropoulos , Lazaros vrisis, Evangelia Aroam and Charalampos Dimoulas (2020). "Machine-assisted reporting in the era of Mobile Journalism: the MOTO – mate platform", **Strategy and Development Review**, special Issue, vol.(9), p:p22:43.

الأساتذة المحكمين (الترتيب هجائي):

- أ.د/ شريف درويش اللبان
القاهرة.

- أ.د/ محرز حسين غالي

- أ.د/ محمد سعد إبراهيم

- أ.د/ ندية عبد النبي محمد القاضي

- أ.د/ همت حسن عبد المجيد

- أ.م.د/ هيثم جودة مؤيد

(معار حاليًا إلى جامعة الإمام – كلية الإعلام والاتصال).

(**) نجلاء سلامة عبد الحميد، مدرس بقسم الإعلام – كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق.

78- Ester Appelgren, Gunnar Nygren, (2014). Data Journalism in Sweden, **Digital Journalism**, vol.2, No.3.

79- بشرى داود السنجري (2019). صحافة الموبايل – خواصها الشكلية وإمكانياتها التقنية، مرجع سابق.

80- Nikolas Vryzas, Efstathios Sidiropoulos , Lazaros vrisis, Evangelia Aroam and Charalampos Dimoulas (2024). Machine-assisted reporting in the era of Mobile Journalism: the MOTO – mate platform, **Op. Cit.**

- Kartika Ngesti Handono Warih, Sageng Nugroho, edy Tri Sulisty (2024). Functions of Tembang Dolanan as educational Media, **Advances in Social Science**, **Op. Cit.**

- Adriana Denisa Mane (2024). Educational Communication under the Influence of Digital Changes, **Op. Cit.**

81- رباب عبد الرحمن هاشم (2023). توظيف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التليفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، مرجع سابق.

82- المرجع السابق نفسه.

- López-Garcia, X. et al., (2019). Mobile journalism: Systematic literature review, **Comunicar- Media Education Research Journal**, vol. 27 (1), available at: <https://bit.ly/3rbTRCb>.

- Karhunen, Panu (2017). Closer to the story? Accessibility and mobile journalism, **Reuters Institute Fellowship Paper**, University of Oxford, p. 6, available at: <https://bit.ly/304zVoT>.

83- رباب عبد الرحمن هاشم (2023). توظيف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التلفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، مرجع سابق.

- Salzman, Anja et al., (2020). We in the MOJO community- exploring a global network of mobile journalists, **Journalism Practice**, pp. 1-18, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1742772>.

- Deen, Ahmed (2019). Exploring Saudi journalists' attitudes towards ethical issues of mobile journalism, **Master's Thesis**, Arkansas State University, available at: <https://bit.ly/382TiTS>.

84- Salih, Salah M. (2017) Mobile journalism: Using smartphone in journalistic work, **Master's Thesis**, Department of Informatics & Media, Uppsala University, available at: <http://bit.ly/3q8415x>.

85- Guribye, Frode and Nyre, Lars (2017). The changing ecology of tools for live news reporting, **Journalism Practice**, vol. 11(10), pp. 1216-1230, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1259011>.

- Maksimainen, Pirkka (2020). Mobile journalism in finnish TV. News broadcasting- The Impact on news story telling, **Op. Cit.**

- Blankenship, Justin C. (2021). Solo journalism and news routines: Using the Hierarchical Influences model to study the organizational and Individual Influences of solo journalism in local television news, **Ph.D**, The School of Media & Journalism, University of North Carolina, P. 2, Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/210600422.pdf>.

86- Mobile Journalism Manual: The guide for reports and newsrooms, **Op. Cit.**

87- Alvarez, Martin V. (2017). The future of video-journalism: Mobiles, In book: "**Media and metamedia management**", pp. 463-469: 464, available at: <https://bit.ly/3rab0MI>.

88- أمانى شنينو (2018). إنتاج قصص الموبايل الصحفية أصبح في متناول الجميع، شبكة الصحفيين الدوليين،

Available at: <https://bit.ly/3q9sgjJ>.

- "Corona Virus' impact on mobile journalism (2020). **BBC Academy**, available at: <https://bbc.in/3bYCe2B>.

- Westlund, Oscar (2017). Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media, **Digital Journalism**, vol. 1(1), pp. 6-26: 7, available at: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.740273>.

89- Ahmad, Irfan (2019). Video marketing statistics for 2020, **Social Media Today**, available at: <https://bit.ly/2Vj1Rmo>.

- Sidiropoulos, Efstathios et al., (2019). Growing media skills and know-how in situ: Technology- enhanced practices and collaborative support in mobile news-reporting, **Education Sciences**, vol. 9(3), p. 2, available at: <https://doi.org/10.3390/educsci9030173>.

- Westlund, Oscar (2019). News consumption in an age of mobile media: patterns, people, place, and participation, **Mobile Media & Communication**, vol. 3(2), pp. 151-159: 153, 154, available at: <https://doi.org/10.1177/2050157914563369>.
- 90- Papper, Bob (2019). **RTDNA Research: Newsroom staffing**, available at: https://www.rtdna.org/article/rtdna_research_newsroom_staffing.
- Martyn, Peter H. (2019). The MOJO in the third millennium: Is multimedia journalism affecting the news we see?, **Journalism Practice**, vol. 3(2), pp.196-215, available at: <https://doi.org/10.1080/17512780802681264>.
- 91- Carolus, Astrid et al., (2018). "Smartphones as digital companions: Characterizing the relationship between users and their phones", **New Media & Society**, vol. 21(4), pp. 914-938, available at: doi: 10.1177/1461444818817074.
- 92- Seth, Yukti and Singh, Kuldeep (2019). The impact of mobile journalism on the traditional media, **International Journal of Science and Research (IJSR)**, vol. 8(12), December, pp. 1414-1416: 1414, available at: <https://www.ijsr.net/archive/v8i12/ART20203642.pdf>.
- Zeng, Xin et al., (2019). New perspectives on citizen journalism, **Global Media and China**, vol. 4(1), pp. 3-12, available at: doi: 10.1177/2059436419836459.
- 93- Blankenship, Justin C. and Riffe, Daniel (2021). Follow the leader?: Optimism and efficacy on solo journalism of local television journalists and news directors, **Journalism Practice**, vol. 15(1), pp. 41-62, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1695535>.
- 94- Granger, Jacob (2020). 10 tips for introducing mobile journalism into local news rooms, **Journalism.co.uk**, available at: <http://bit.ly/2Pt1N48>.
- 95- Meckel., Miriam. and Fieseler, Johannes (2021). Journalistic Skillsets in the Age of information-Driven Journalism, **Op. Cit.**
- Andrew Ross (2024). The mobile phone is dying, but mobile technology is just beginning, **Op. Cit.**
- Karlsen, Joakim, Eirik Stavelin (2023). Computational Journalism in Newsrooms, **Journalism Practice**, **Op. Cit.**
- 96- Samuel Ihediwa (2021). Investigative Journalism in Malaysia: A study of Two English language Newspapers, **Op. Cit**
- 97- Fidler, R. (2019). **Mediamorphosis: Understanding the New Media**. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, **Op. Cit.**
- 98- Randa Saleh Zaki (2022). Factors Affecting online English investigative web sites: An analytical study of the Press system and their impact on the Editing techniques, **master Degree unpublic** (Cairo university: Faculty of mass Communication, Department of journalism.
- 99- وسام كمال محمود الحنبلي (2021). الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر – دراسة الوسيلة والقائم بالاتصال والجمهور، مرجع سابق.
- 100- Blankenship, Justin C. (2016). Losing their "MOJO"?: Mobile journalism and the deprofessionalization of television news work, **Journalism Practice**, vol. 10(8), pp. 1055-1071, Available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1063080>.

101- Anja Kröll (2023). The role of Journalism in the Digital Age Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? **Op. Cit.**

- Andrew Heinzman (2023). Google Glass Isn't Dead; It's the Future of Industry, **Op. Cit.**

- Youngwon Lee and April P. Baer (2021). 'New media', 13 Tami K. Tomasello research publication trends and outlets in communication 2006-2019, **Op. Cit.**

102- Waralakv.sirichareon (2023). How Infographics Should Be Evaluated?, **Op. Cit.**

- Murray Dick (2023). Interactive infographic and news values, Digital Journalism, **Op. Cit.**

- Ricardo Cunha Lima, Rafael de Castro Andrade, André Monat, Carla Galvão Spinillo (2022). The Relation Between Online and Print Information mobile for Newspapers, **Op. Cit.**

103 - وسام كمال محمود الحنبلي (2021). الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر – دراسة الوسيلة والقائم بالاتصال والجمهور، مرجع سابق.

104- Stefan Vladutescu (2024). Trust as a source of Efficiency educational communication, **Op. Cit.**

- Fan Yang, Ying Roselyn Du (2023). Storytelling in the Age of Big Data: Hong Kong Students' Readiness and Attitude towards mobile Journalism, **Op. Cit.**

- Megan Knight (2023). mobile journalism in the UK: a preliminary analysis of form and content, **Op. Cit.**

105- Andreas Nilsson, Urban Nulden and Daniel Olsson (2024). Mobile Media: The Convergence of Media and Mobile Communications, in Convergence, **Op. Cit.**

106- Scott, Caroline (2018). Creating shareable news videos for social media, **Journalism.co.uk**, Available at: <http://bit.ly/2OixBYF>.

107- Cervi, Laura et al., (2020). The challenge of teaching mobile journalism through MOOCs: A case study, **Sustainability**, vol. 12(13), p. 3, available at: doi:10.3390/su12135307.

- Ayish, Mohammad and Dahdal, Sohail (2019). Using mobile devices by media students as a tool for digital story telling, In book "**Cases on smart learning environments**", IGI Global: Publisher of Timely Knowledge, pp. 34-44: 35, available at: doi: 10.4018/978-1-5225-6136-1.ch003.

- رباب عبد الرحمن هاشم (2023). توظيف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التلفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، مرجع سابق.

108- زكريا بن صغير (2020). خدمات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الممارسة الإعلامية: أي مستقبل للعمل الإعلامي، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة محمد خيضر بسكرة، مجلد 20، عدد 1، ص 773-783.

Available at: <https://bit.ly/2Ps7sYd>.

- Wenger, Debora (2014). Help wanted: Mobile journalism skills required by top U.S. news companies, **Electronic News**, vol. 8(2), pp. 138-149, available at: doi: 10.1177/1931243114546807.

- 109- Umair, Sajid (2019). Mobile reporting and journalism for media trends, news transmission and its authenticity, **Journal of Mass Communication & Journalism**, vol. 6(9), available at: DOI: 10.4172/2165-7912.1000323
- Lydersen, Asta B. (2020). MOJO ! telling the story of mobile journalism, through a mobile phone, to a mobile audience, **Master's Thesis**, Department of Media and Communication, Faculty of Humanities, University of Oslo, available at: <https://bit.ly/3bRlaeN>.
- Hany, Rehab (2019). The use of ICT in Egyptian and British news organizations and its managerial consequences, **Arab Journal of Media & Communication Research**, Al-Ahram Canadian University, No. 4, pp. 2-11, available at: <https://bit.ly/3kDSDgB>.
- 110- Kumar, Anoop and Haneef, M. Shuaib M. (2018). Is MOJO (en) deskilling?: Unfolding the practices of mobile journalism in an Indian newsroom, **Journalism Practice**, vol. 12(10), pp. 1292-1310, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1389291>.
- 111- Alvarez, Martin V. (2017). The future of video-journalism: Mobiles, In book: **Op. Cit.**
- Quinn, Stephen (2011). **MOJO-mobile journalism in the Asian region**, **Op. Cit.**
- Luft, Oliver (2017). African mobile journalism project launches, **Op. Cit.**
- Quinn, Stephen (2011). Mobile journalism (MOJO): Origin and spread around the world, **Op. Cit.**
- 112- Blankenship, Justin C. and Riffe, Daniel (2021). Follow the leader?: Optimism and efficacy on solo journalism of local television journalists and news directors, **Op. Cit.**
- 113- Jamil, Sadia and Appiah-Adjei, Gifty (2019). **Journalism in the era of mobile technology**: The changing pattern of news production and the thriving culture of fake news in Pakistan and Ghana, pp. 42-64, available at: DOI: 10.30547/worldofmedia.3.2019.2.
- 114- Kumar, Anoop and Haneef, M. Shuaib M. (2018). Is MOJO (en) deskilling?: Unfolding the practices of mobile journalism in an Indian newsroom, **Op. Cit.**
- 115 - سناء يوسف شاهين (2018). دور صحافة المحمول في تطوير الممارسة الصحفية، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الثالث، يونيو، Available at: <https://democraticac.de/?p=54531>.
- 116- Andrew Ross (2024). The mobile phone is dying, but mobile technology is just beginning, **Op. Cit.**
- 117- H. Gray Funkhouser (2024). Historical Development of the mobile journalism Representation of statistical Data, **Op. Cit.**
- Katherine Fink, C. W. Anderson (2023). mobile Journalism in The United States: Beyond The "Usual Suspects", **Op. Cit.**
- 118- Youngwon Lee and April P. Baer (2021). 'New media' ،13 Tami K. Tomasello research publication trends and outlets in communication 2006-2019, **Op. Cit.**
- 119 - وسام كمال محمود الحنبلي (2021). الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر – دراسة الوسيلة والقائم بالاتصال والجمهور، **مرجع سابق**.

120- هشام سمير زقوت (2021). استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، متاح على الرابط: <https://bit.ly/2Do4Uns>.

121- سناء يوسف محمد شاهين (2019). صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية .. دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2015 – 2017، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، كلية علوم الاتصال، قسم الصحافة والنشر، متوفرة على الرابط:

<https://bit.ly/2mIZkKj>.

- Ana Lucía Schmidt, Fabiana Zollo, Michela Del Vicario, Alessandro Bessi, Antonio Scala, Guido Caldarelli, H. Eugene Stanley, and Walter Quattrociocchi (2023). Anatomy of news consumption on Facebook, **Op. Cit.**

- Andrew Heinzman (2023). Google Glass Isn't Dead; It's the Future of Industry, **Op. Cit.**

122- ———. The State of Technology in Global Newsrooms, ICFJ Survey, 2023, available at: <https://bit.ly/2HNLjfL>.

123- Wibke Weber, Hannes Rall Martin (2022). Between Data Visualization and Visual Storytelling: The Interactive Information Graphic as a Hybrid Form, **Op. Cit.**

- Safaa Hussein and Wesam khedr (2022). Do Mobile Phones Empower Women? Evidiance From Rural Egypt, **Op. Cit.**

124- Ongowo,O. (2021). Ethics Of Investigative Journalism ,A Study Of Tabloid And Quality Newspaper In Kenya, **Op. Cit.**

- Fidler, R. (2019). Mediamorphosis: Understanding the New Media. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, **Op. Cit.**

- Samuel Ihediwa (2021). Investigative Journalism in Malaysia: A study of Two English language Newspapers, **Op. Cit.**

125- رباب عبد الرحمن هاشم (2023). توظيف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التلفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، مرجع سابق.

126- Salzman, Anja et al., (2020). We in the MOJO community- exploring a global network of mobile journalists, **Op. Cit.**

127- Wenger, Debora (2014). Help wanted: Mobile journalism skills required by top U.S. news companies, **Op. Cit.**

128- Canavilhas, João (2021). Epistemology of mobile journalism: A review, **Profesional De La Informacion**, vol. 30(1), available at: DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.03>.

129- Maksimainen, Pirkka (2020). Mobile journalism in finnish TV. News broadcasting- The Impact on news story telling, **Op. Cit.**

130- Jamil, Sadia and Appiah-Adjei, Gifty (2019). Journalism in the era of mobile technology: **Op. Cit.**

131- Karhunen, Panu (2017). Closer to the story? Accessibility and mobile journalism, **Op. Cit.**

132- Jamil, Sadia and Appiah-Adjei, Gifty (2019). Journalism in the era of mobile technology: **Op. Cit.**

133- 114- Kumar, Anoop and Haneef, M. Shuaib M. (2018). Is MOJO (en) deskilling?: Unfolding the practices of mobile journalism in an Indian newsroom, **Op. Cit.**

134- سناء يوسف شاهين (2018). دور صحافة المحمول في تطوير الممارسة الصحفية، مرجع سابق.

135- Blankenship, Justin C. (2021). Solo journalism and news routines: Using the Hierarchical Influences model to study the organizational and Individual Influences of solo journalism in local television news, **Op. Cit.**

References

- Dale Peskin (2021). News on the Go: How Mobile Devices Are Changing the World's Information Ecosystem .. A Report to the Center for International Media Assistance, available at: <https://bit.ly/3bGuKjL>.
- <https://bit.ly/s28HdIr>
- 3- Silvia Elaluf - Calderwood, Carsten Sorensen and Ben Eaton (2022). Digital Innovation on Mobile Platforms: A Business Model Analysis, available at: <https://bit.ly/38C9NVh>
- 5- David Cameron: Mobile media and the journalism curriculum, available at: <https://bit.ly/2SCJKHV>
- Radwan, S. (2022). aietimad alshabab alfilastinii ealaa sahafat alhatif almahmul kamasdar lil'akhbar waqt al'azmati.. dirasat maydaniati, risalat majistir ghayr manshuratin, aljamieat al'iislatmiat Gaza, kuliyaat aladab.
- 7- Ahmed Deen (2024). Exploring Saudi journalists' attitudes towards ethical issues of mobile journalism, **Master's degree**, (Arkansas State University).
- 8- Nikolas Vryzas, Efstathios Sidiropoulos , Lazaros vrisis, Evangelia Aroam and Charalampos Dimoulas (2024). Machine-assisted reporting in the era of Mobile Journalism: the MOTO – mate platform, **Strategy and Development Review**, special Issue, vol.(9).
- 9- Kartika Ngesti Handono Warih, Sageng Nugroho, edy Tri Sulisty (2024). Functions of Tembang Dolanan as educational Media, *Advances in Social Science, Educational and Humanities Research* ,vol.(421).
- 10- Adriana Denisa Mane (2024). Educational Communication under the Influence of Digital Changes, **Education21Journal**,vol.(18),(Babas-Bolayai University: Educational Science department).
- 11- Stefan Vladutescu (2024). Trust as a source of Efficiency educational communication, **Social Sciences and Educational Research review**, vol.(6),No.(2).
- 12- Sergio Splendore, Philip Di Salvo, Tobias Eberwein, Harmen, Michal Kus, Colin Porlezza (2023). Educational strategies in data journalism: A comparative study of six European countries, **Journalism** , Vol. 17, No.1, PP.138-152.
- 13- Fan Yang, Ying Roselyn Du (2023). Storytelling in the Age of Big Data: Hong Kong Students' Readiness and Attitude towards mobile Journalism, **Asia Pacific Media Educator**, vol. 26, No. (2), 148-162.
- 14- Eun-Ju Lee,Ye Weon KiM (2023). Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators, **New Media & Society**, Vol.18, No.8, PP. 1579-1598.
- 15- Megan Knight (2023). mobile journalism in the UK: a preliminary analysis of form and content, **Journal of Media Practice**, Vol. 16, No. 1, PP. 55-72.

- 16- Margaret Ng (2023). How The New York Times uses information graphics and data visualizations across news sections and to foster audience engagement. **Paper presented to the Visual Communication Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication for its annual conference**, San Francisco, CA.
- Hashim, R. (2023). tawzif sahafat almubayl fi 'iintaj wataqdim almuhtawaa bialqanawat altilifizyuniat almisriat wamawaqieiha al'iiliktruniati, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahira, 83(2).
- 18- Waralakv.sirichareon (2023). How Infographics Should Be Evaluated?, **The 7th International Conference on Information Technology, Amman, Jordan**, Volume: ISSN 2306-6105.
- 19- Murray Dick (2023). Interactive infographic and news values, Digital Journalism, Vol.2, No.4. Available at: <http://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/9791/2/Fultext.pdf>.
- 20- Ricardo Cunha Lima, Rafael de Castro Andrade, André Monat, Carla Galvão Spinillo (2022). The Relation Between Online and Print Information mobile for Newspapers, available at: https://www.academia.edu/8697062/The_Relation_between_Online_and_Print_Information_Graphics_for_Newspapers.
- 21- Banu Inanç Uyan Dur (2022). Interactive Infographics on the internet, **Online Journal of Art and Design**, volume 2, issue 4.
- 22- Wibke Weber, Hannes Rall Martin (2022). Between Tradition, Imitation, and Innovation. Interactive Information mobile in Asia' Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, London, England, Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p637161_index.html
- 23- Geidner, Nick., Radovic, Ivanka., imre, iveta., Coman, Ioana. and Yuran, Dzmitry (2022). The Role of Interactive Graphics in Reducing Misperceptions in the Electorate' Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, London, England. Available at: <http://citation.allacademic.com/meta/p640106index.html>
- 24- Waralak V. Siricharoen (2022). mobile journalism: The New Communication Tools in Digital Age, The international conference on e-technologies and business on the web (EBW 2022), University of the Thai Chamber of Commerce Bangkok, Thailand, PP169-174. Available at: <http://sdiwc.net/digital-library/infographics-the-new-communication-tools-in-digital-age>.
- 25- De Maeyer, Juliette (2022). "Is There Room for Big Data in Journalists' Skills? Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, London, England. Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p640971_index.html

- 26- Marco Giardina, Pablo Medina (2022). Information mobile journalism Design Challenges and Workflow Management, **Online Journal of Communication and Media Technologies**, Volume: 3, Issue: 1.
- 27- Gerard Smit, Yael de Haan, Laura Buijs & Piet Bakker (2021). Visualizing news: obstacles, challenges, and solutions, available at:
<http://www2.mmu.ac.uk/media/mmuacuk/content/documents/rpe/2021-conference/papers/applied-arts/Gerard-Smit,-Yael-de-Haan,-Laura-Buijs-&-Piet-Bakker.pdf>.
- 28- Meckel., Miriam. and Fieseler, Johannes (2021). Journalistic Skillsets in the Age of information-Driven Journalism, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association.
Available at: **http://citation.allacademic.com/meta/p551903_index.html**.
- Alhanbali, W. (2021). alaistikhdamat al'ielamiat lilwasayit almahmulat fi misr - dirasat alwasilat walqayim bialaitisal waljumhur, risalat dukturat, manshura (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami, qism alsahafati).
- 30- Andreas Nilsson, Urban Nuldén and Daniel Olsson (2024). Mobile Media: The Convergence of Media and Mobile Communications, in Convergence, **the Journal of Research into New Media Technologies**, vol .7, No. 1.
- 31- Andrew Ross (2024). The mobile phone is dying, but mobile technology is just beginning, website: information-age.com, available at: **<https://bit.ly/3qR4p9Z>**.
- 32- Alan Jackson (2024). Future of Mobile Phones in 2025, website: the-next-tech.com, available at: **<https://bit.ly/3acs2Eb>**.
- 33- H. Gray Funkhouser (2024). Historical Development of the mobile journalism Representation of statistical Data, Vol. 3,
available at: **[https://www.jstor.org/stable/301591?Seq=page scan tab Contents](https://www.jstor.org/stable/301591?Seq=page%20scan%20tab%20Contents)**.
- 34- Karlsen, Joakim, Eirik Stavelin (2023). Computational Journalism in Newsrooms, Journalism Practice, Vol. 8, No. 1. available at: **<https://www.Scienceedirect.com/science/article/34709>**.
- 35- Katherine Fink, C. W. Anderson (2023). mobile Journalism in The United States: Beyond The "Usual Suspects", **Journalism Studies**, Vol. 16, Issue 4.
- 36- Mariko Kishi (2023). Perceptions And Use Of Electronic Media : Testing The Relationship Between Organizational Interpretation Differences And Media Richness, Information & Management, Vol. 45, Issue 5, Available at :
[http : //www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720608000463](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720608000463) .
- 37- Ana Lucía Schmidt, Fabiana Zollo, Michela Del Vicario, Alessandro Bessi, Antonio Scala, Guido Caldarelli, H. Eugene Stanley, and Walter Quattrociocchi (2023). Anatomy of news consumption on Facebook, available at :
<https://bit.ly/2KLMm3G>.
- 38- Andrew Heinzman (2023). Google Glass Isn't Dead; It's the Future of Industry, website: howtogeek, available at: **<https://bit.ly/340X2Bs>**.

- 39- Mark Coddington (2023). Clarifying Journalism's Quantitative Turn "A Typology for Evaluating information Journalism, Computational Journalism, and Computer - Assisted Reporting", **Digital Journalism**, Vol. 3, Issue 3.
- 40- Anja Kröll (2023). The role of Journalism in the Digital Age Being a superhero or Clark Kent: Do journalists think that Networked Journalism is an appropriate tool to work with (in the future)? ,Reuters institute fellowship paper university of Oxford, available at: <https://bit.ly/33hrbLj>.
- 41- Turo Uskal , Heikki Kuutti (2022). Models and Streams of mobile Journalism, **The Journal of Media Innovations**, Vol. 2, No1.
- 42- Omotayo Banjo, Yifeng Hu and Shyam Sundar (2022). Cell Phone Usage and Social Interaction with Proximate Others: Ringing in a Theoretical Model, *The Open Communication Journal*, p. 127-135, available at: <https://bit.ly/2VWN6aD>.
- 43- Oscar Westlund (2022). From mobile phone to mobile device: News consumption on the go, *Canadian Journal of Communication*, Vol 33, available at: <https://bit.ly/2DBQkpN>.
- 44- Wibke Weber, Hannes Rall Martin (2022). Between Data Visualization and Visual Storytelling: The Interactive Information Graphic as a Hybrid Form, **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Available at : http://citation.allacademic.com/meta/p553349_index.html
- 45- Safaa Hussein and Wesam khedr (2022). Do Mobile Phones Empower Women? Evidiance From Rural Egypt, **Journal of faculty of Commerce for Scientific Research**, Alexandria university, Volum 56 -No. 2.
- 46- Samuel Ihediwa (2021). Investigative Journalism in Malaysia: A study of Two English language Newspapers, Paper Presented to: **International Conference on Social Science and Humanity (IPEDR)**.
- 47- Ongowo,O. (2021). Ethics Of Investigative Journalism ,A Study Of Tabloid And Quality Newspaper In Kenya, **unpublished Master Thesis**, The University Of Leeds,UK.
- Nasr, H. (2019). aitiyahat albahth waltanzir fi wasayil al'iielam aljadidatu: dirasat tahliliat lil'iintaj aleilmii almanshur fi dawriat mahkamati, bahath muqadam 'iilaa mutamar wasayil altawasul alaijtimaeii: altatbiqat wal'iishkaliaat almanhajiata, kuliyat al'iielam walaitisali, jamieat Al'iimam Muhammad bin Sueud al'iislamiati. http://researchservices74.blogspot.com/2019/06/blog-post_51.html
- 49- Fidler, R. (2019). *Mediamorphosis: Understanding the New Media*. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press. Available at: <http://eds.a.ebscohost.com.sdl.idm.oclc.org/eds/detail/detail?vid=6&sid=137ba410-d5c0-4bda-b706-ff4d2efa1e5a%40sessionmgr4007&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#A>

N=edssk

1.9781452233413&db=edsskl.

-Abdel Fattah, F. (2019). aliandimaj al'ielamiu wasinaeat al'akhbari, Alqahera, alearabii lilnashr waltuwzayea.

- Sadiq , A. (2019). al'ielam aljadid almafahim walwasayil waltatbiqati, Alqahera, dar Alshuruq lilnashr waltawziei.

54- Youngwon Lee and April P. Baer (2021). 'New media' '13 Tami K. Tomasello research publication trends and outlets in communication 2006-2019. New media & Society. Vol. 12(4). P. 533. Available at:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444809342762>

-Amin, R. (2014). al'ielam aljaduydu, Alqahera, dar Alfajr lilnashr waltuwzayea.

-Breik, A. (2018). tawzayf alsuhuf almusrayt liminasaati^a al'iilikrunyt fi tanawulu^a li'azmat qatar 2017, majalat albuḥuth al'ielamiyt, kaliyt al'ielami, jamieat Alazhar, 49(2).

- Alsinjiri, B. (2019). saḥafat almubayl - khawasaha alshakliat wa'iimkaniatiha altiḡniatu, (Al'iimarat alearabiat almutahidati: dar Alkitaab aljamieii).

- Alsaedi, T. (2020). aietimad alshabab ealaa saḥafat almubayl wadawriha fi altaweiat alsihiyat bijayihat kuruna fi misr - dirasat maydaniatun, majalat albuḥuth al'ielamiati, aleadad 54, aljuz' alraabieu, (jamieat Al'azhar: kuliya al'ielami).

60-Lvo Burum (2017). "Essential Mobile Journalism Tools", **Global Investigative Journalism Network**, Available <https://www.researchgate.net>.

61-Scolari, C. (2022). "Mobile Media: towards a definition and taxonomy of contents and applications", **International journal of Interactive Mobile Technologies**, Vol. (6),

No.(2), p:p29:38.

62- Quinn, Stephen (2011). "MOJO-mobile journalism in the Asian region", Konrad Adenauer Stiftung, p. 7, available at: <https://bit.ly/3bQHkxO>.

63- Luft, Oliver (2017). African mobile journalism project launches, **Journalism.co.uk**, available at: <https://bit.ly/2OdiZKf>.

64- Quinn, Stephen (2011). Mobile journalism (MOJO): Origin and spread around the world, **Amity Journal of Media & Communication Studies**, vol.1(1), pp. 75-81: 77, available at: <https://bit.ly/2OgMASY>.

65- Maksimainen, Pirkka (2020). Mobile journalism in finnish TV. News broadcasting- The Impact on news story telling, Master's **Theses**, p. 11, available at: <https://www.theseus.fi/handle/10024/355111>.

- Khalaf, K. (2020). dawafie alshabab aljamieii aleiraqii litatbiqat alhatif almahmul wal'iishbaeat almutahaqiqat minha, majalat buḥuth alsharq al'awsata, (jamieat Ain shams: markaz buḥuth alsharq al'awsat), 55(3).

- Radwan, S. (2016). aietimad alshabab alfilastinii ealaa sahafat alhatif almahmul kamasdar lil'akhbar waqt al'azamat - dirasat maydaniatun, risalat majistir ghayr manshuratin, (Gaza: aljamieat al'iislamiati, kuliyyat aladiab).
- 68- Salah Mohammed Salih (2018)."Mobile journalism: using smart phone in journalistic work", (Uppsala University :Department of information and media), p7. Available at:www.researchgate.net.
- Baryk , A. (2020). dawr sahafat alhatif almahmul fi taweiat aljumphur alsaеudaa bitatawurāt 'azmat jayihat kuruna - dirasat maydaniatun, majalat albuḥuth al'iēlamiyyt, kaliyyt al'iēlami, jamieat Alazhar, 54(2).
- 70- Quinn, S., and Burum, I. (2019). "Moto: the mobile journalism handbook :How to make broadcast videos with an I phone or I pad", **focal press**.
- Abd Alsabur, A. (2013). alsahafat walthawrat alraqamiatu, (Halwan: dar eata allah liltibaeati).
- 77- Nikolas Vryzas, Efstathios Sidiropoulos , Lazaros vrisis, Evangelia Aroam and Charalampos Dimoulas (2020). "Machine–assisted reporting in the era of Mobile Journalism: the MOTO – mate platform", **Strategy and Development Review**, special Issue, vol.(9), p:p22:43.
- 78- Ester Appelgren, Gunnar Nygren, (2014). Data Journalism in Sweden, **Digital Journalism**, vol.2,No.3.
- López-Garcia, X. et al., (2019). Mobile journalism: Systematic literature review, **Comunicar- Media Education Research Journal**, vol. 27 (1), available at: <https://bit.ly/3rbTRCb>.
- Karhunen, Panu (2017). Closer to the story? Accessibility and mobile journalism, **Reuters Institute Fellowship Paper**, University of Oxford, p. 6, available at: <https://bit.ly/304zVoT>.
- Salzman, Anja et al., (2020). We in the MOJO commujnity- exploring a global network of mobile journalists, **Journalism Practice**, pp. 1-18, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1742772> .
- Deen, Ahmed (2019). Exploring Saudi journalists' attitudes towards ethical issues of mobile journalism, **Master’s Thesis**, Arkansas State University, available at: <https://bit.ly/382TiTS>.
- 84- Salih, Salah M. (2017) Mobile journalism: Using smartphone in journalistic work, **Master’s Thesis**, Department of Informatics & Media, Uppsala University, available at: <http://bit.ly/3q8415x>.
- 85- Guribye, Frode and Nyre, Lars (2017). The changing ecology of tools for live news reporting, **Journalism Practice**, vol. 11(10), pp. 1216-1230, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1259011>.
- Blankenship, Justin C. (2021). Solo journalism and news routines: Using the Hierarchical Influences model to study the organizational and Individual Influences

of solo journalism in local television news, **Ph.D**, The School of Media & Journalism, University of North Carolina, P. 2, Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/210600422.pdf>.

87- Alvarez, Martin V. (2017). The future of video-journalism: Mobiles, In book: "**Media and metamedia management**", pp. 463-469: 464, available at: <https://bit.ly/3rab0MI>.

Available at: <https://bit.ly/3q9sgjJ>.

- "Corona Virus' impact on mobile journalism (2020). **BBC Academy**, available at: <https://bbc.in/3bYCe2B>.

- Westlund, Oscar (2017). Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media, **Digital Journalism**, vol. 1(1), pp. 6-26: 7, available at: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.740273>.

89- Ahmad, Irfan (2019). Video marketing statistics for 2020, **Social Media Today**, available at: <https://bit.ly/2Vj1Rmo>.

- Sidiropoulos, Efstathios et al., (2019). Growing media skills and know-how in situ: Technology- enhanced practices and collaborative support in mobile news-reporting, **Education Sciences**, vol. 9(3), p. 2, available at: <https://doi.org/10.3390/educsci9030173>.

- Westlund, Oscar (2019). News consumption in an age of mobile media: patterns, people, place, and participation, **Mobile Media & Communication**, vol. 3(2), pp. 151-159: 153, 154, available at: <https://doi.org/10.1177/2050157914563369>.

90- Papper, Bob (2019). **RTDNA Research: Newsroom staffing**, available at: https://www.rtdna.org/article/rtdna_research_newsroom_staffing.

- Martyn, Peter H. (2019). The MOJO in the third millennium: Is multimedia journalism affecting the news we see?, **Journalism Practice**, vol. 3(2), pp.196-215, available at: <https://doi.org/10.1080/17512780802681264>.

91- Carolus, Astrid et al., (2018). "Smartphones as digital companions: Characterizing the relationship between users and their phones", **New Media & Society**, vol. 21(4), pp. 914-938, available at: doi: 10.1177/1461444818817074.

92- Seth, Yukti and Singh, Kuldeep (2019). The impact of mobile journalism on the traditional media, **International Journal of Science and Research (IJSR)**, vol. 8(12), December, pp. 1414-1416: 1414, available at: <https://www.ijsr.net/archive/v8i12/ART20203642.pdf>.

- Zeng, Xin et al., (2019). New perspectives on citizen journalism, **Global Media and China**, vol. 4(1), pp. 3-12, available at: doi: 10.1177/2059436419836459.

93- Blankenship, Justin C. and Riffe, Daniel (2021). Follow the leader?: Optimism and efficacy on solo journalism of local television journalists and news directors, **Journalism Practice**, vol. 15(1), pp. 41-62, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1695535>.

94- Granger, Jacob (2020). 10 tips for introducing mobile journalism into local news rooms, **Journalism.co.uk**, available at: <http://bit.ly/2Pt1N48>.

95

98- Randa Saleh Zaki (2022). Factors Affecting online English investigative web sites: An analytical study of the Press system and their impact on the Editing techniques, **master Degree unpublic** (Cairo university: Faculty of mass Communication, Department of journalism.

100- Blankenship, Justin C. (2016). Losing their "MOJO"?: Mobile journalism and the deprofessionalization of television news work, **Journalism Practice**, vol. 10(8), pp. 1055-1071, Available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1063080>.

106- Scott, Caroline (2018). Creating shareable news videos for social media, **Journalism.co.uk**, Available at: <http://bit.ly/2OixBYF>.

107- Cervi, Laura et al., (2020). The challenge of teaching mobile journalism through MOOCs: A case study, **Sustainability**, vol. 12(13), p. 3, available at: [doi:10.3390/su12135307](https://doi.org/10.3390/su12135307).

- Ayish, Mohammad and Dahdal, Sohail (2019). Using mobile devices by media students as a tool for digital story telling, In book "**Cases on smart learning environments**", IGI Global: Publisher of Timely Knowledge, pp. 34-44: 35, available at: [doi: 10.4018/978-1-5225-6136-1.ch003](https://doi.org/10.4018/978-1-5225-6136-1.ch003).

- Saghir, Z. (2020). khadamat sahafat almubayil watathiratuha ealaa almumarasat al'ielamiati: 'ayu mustaqbal lileamal al'ielamii, majalat aleulum al'iinsaniati, jamieat Muhamad khaydar Bisakrati, 1(2).

Available at: <https://bit.ly/2Ps7sYd>.

- Wenger, Debora (2014). Help wanted: Mobile journalism skills required by top U.S. news companies, **Electronic News**, vol. 8(2), pp. 138-149, available at: [doi: 10.1177/1931243114546807](https://doi.org/10.1177/1931243114546807).

109- Umair, Sajid (2019). Mobile reporting and journalism for media trends, news transmission and its authenticity, **Journal of Mass Communication & Journalism**, vol. 6(9), available at: DOI: 10.4172/2165-7912.1000323

- Lydersen, Asta B. (2020). MOJO ! telling the story of mobile journalism, through a mobile phone, to a mobile audience, **Master's Thesis**, Department of Media and Communication, Faculty of Humanities, University of Oslo, available at: <https://bit.ly/3bRlaeN>.

- Hany, Rehab (2019). The use of ICT in Egyptian and British news organizations and its managerial consequences, **Arab Journal of Media & Communication Research**, Al-Ahram Canadian University, No. 4, pp. 2-11, available at: <https://bit.ly/3kDSDgB>.

110- Kumar, Anoop and Haneef, M. Shuaib M. (2018). Is MOJO (en) deskilling?: Unfolding the practices of mobile journalism in an Indian newsroom, **Journalism**

Practice, vol. 12(10), pp. 1292-1310, available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1389291>.

113- Jamil, Sadia and Appiah-Adjei, Gifty (2019). **Journalism in the era of mobile technology**: The changing pattern of news production and the thriving culture of fake news in Pakistan and Ghana, pp. 42-64, available at: DOI: 10.30547/worldofmedia.3.2019.2.

- Shahin, S. (2018). dur sahafat almahmul fi tatwir almunarasat alsahafiati, majalat aldirasat al'iislamati, almarkaz aldiymuqrati alarabia, Barlin, 'Almanya, 3(2)..

- Zaqout, H. (2021). aistikhdam alsahafiiyn alfilastiniiyn litatbiqat altawasul alaijtimaeii min khilal alhawatif aldhakia "dirasat maydaniatin", risalat majistir ghayr manshuratin, aljamieat al'iislatiat Gaza, kuliyat aladab <https://bit.ly/2mIZkKj>.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

.....

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 74 April 2025 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.