

انعكاس الصورة الصحفية على إدراك الصحفيين مستخدمي صحافة الموبايل

The impact of the press image on the perception of mobile journalists users

Noor Abd al-Muhaimin Taha

نور عبد المهيمن طه

Prof. Dr. Saad Kazim Hassan Al-Taie

أ.د سعد كاظم حسن الطائي

جامعة بغداد - كلية الإعلام - قسم الصحافة

University of Baghdad/ Faculty of Media, Department of Journalism

[abdnona99@gmail.com](mailto:abdnona99@gmail.com) [saadkhadim@comc.uobaghdad.edu.iq](mailto:saadkhadim@comc.uobaghdad.edu.iq)

#### المستخلص:

تلخصت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس: (ما مدى انعكاس الصورة الصحفية على إدراك المعلومات عند مستخدمي صحافة الموبايل) وللإجابة عن هذا التساؤل تفرعت منه عدة أسئلة لتصل إلى الهدف الرئيس المتمثلة بمعرفة مدى انعكاس الصورة الصحفية على إدراك المعلومات عند مستخدمي صحافة الموبايل، وهناك أهداف تتفرع منه يمكن تلخيصها بالآتي:

- 1- الكشف عن العلاقة ما بين أساليب عرض الصورة الصحفية والإدراك لمستخدمي صحافة الموبايل.
- 2- معرفة العوامل المؤثرة على الإدراك عند مستخدمي صحافة الموبايل.
- 3- التعرف على استفادة المستخدمين من تمثيل المعلومات عبر الصورة الصحفية.
- 4- التقصي عن أشكال تفاعل المبحوثين مع الصورة الصحفية.
- 5- معرفة طبيعة الموضوعات التي تهتم بها الصورة الصحفية.

واستندت الدراسة إلى المنهج المسحي وتحديد المسح بطريقة العينة فيما يتعلق بالدراسة الميدانية موظفة أداة الاستبانة والمقياس، واستخدمت الباحثة عينة قصدية عمدية متمثلة بالإعلاميين العراقيين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها:

- 1- أهمية تعزيز التقارير والموضوعات بالصورة الصحفية لما لها القدرة على تنمية وتحسين الإدراك لدى المتلقي (الأفراد).
- 2- تؤثر الصفات الشكلية للصورة الصحفية في العملية الإدراكية وكذلك صفات المحتوى الإدراكي الذي تتضمنه الصورة الصحفية.
- 3- الصورة الصحفية تقدم مساعدة للمبحوثين في إدراكهم للمعلومات والموضوعات بوقت قصير إذا ما قورنت بالموضوعات السردية (النصية).

الكلمات المفتاحية: الصورة الصحفية، الصورة الرقمية، الإدراك، صحافة الموبايل

### Abstract:

The study's problem was summarized in the main question: (To what extent does the press image reflect information perception among mobile journalism users?) To answer this question, several questions branched out to reach the main objective, which is to determine the extent to which the press image reflects information perception among mobile journalism users. There are sub-objectives that can be summarized as follows:

1. To reveal the relationship between the methods of presenting the press image and the perception of mobile journalism users.
2. To identify the factors influencing perception among mobile journalism users.
3. To identify users' benefit from the representation of information through the press image.
4. To investigate the forms of interaction of the respondents with the press image.
5. To identify the nature of the topics that the press image addresses.

The study relied on a survey approach, specifically a sample survey for the field study, employing a questionnaire and scale as a tool. The researcher used a deliberate, intentional sample represented by Iraqi media professionals working in various media institutions.

The study reached a number of conclusions, including:

1. The importance of enhancing reports and topics with journalistic images, given their ability to develop and improve perception among recipients (individuals).
2. The formal characteristics of journalistic images influence the cognitive process, as do the characteristics of the cognitive content contained in the journalistic image.
3. Journalistic images provide assistance to respondents in understanding information and topics in a short time compared to narrative (textual) topics.

Keywords: photojournalism, digital image, perception, mobile journalism

### المقدمة:

مع تنامي تقدم التقنية والثورة المعلوماتية باتت تتخذ البيانات والمعلومات أشكالاً مختلفة بهدف تقديمها بصورة تجذب المشاهدة نحو الاهتمام بما يسهل تناول المحتوى الإعلامي، ومن أشهر هذه الأشكال والتي وجدت اهتماماً كبيراً في الآونة الأخيرة هو فن الصورة الصحفية، الذي أصبح معتمداً في الكثير من الوسائل الإعلامية ولتقديم محتوى متنوع إضافة إلى ما تقدمه من محتوى نصي.

ويهدف البحث هنا إلى معرفة مدى انعكاس الصورة الصحفية على إدراك المعلومات عند مستخدمي صحافة الموبايل، وللوصول إلى إجابة وضعت الباحثة مجموعة من التساؤلات تمثل مشكلة البحث، وللوصول إلى تحقيق أهداف البحث استخدمت الباحثة منهج المسح، ووظفت الاستبانة والمقياس في الجانب الميداني من البحث.

وقسمت الباحثة فصول البحث إلى ثلاثة فصول، اهتم الفصل الأول بالإطار المنهجي للبحث تحدثت الباحثة فيه عن مشكلة البحث وأهميته وأهدافه ومجالات البحث والتعريفات الإجرائية والدراسات السابقة، وجاء الإطار النظري في الفصل الثاني من البحث تحت عنوان ( الصورة الصحفية في العصر الرقمي) مقسماً أربع مباحث المبحث الأول مفهوم الصورة الصحفية وأنواعها ووظائفها والمبحث الثاني الصورة الرقمية في ظل التطورات التكنولوجية والمبحث الثالث الإدراك البصري للصورة الصحفية فيما جاء المبحث الرابع صحافة الموبايل في العصر الرقمي بينما جاء الإطار العملي للبحث الفصل الثالث متضمناً الجانب الميداني للبحث.

ومن أبرز النتائج التي توصل إليها البحث أن تصميم الصورة الصحفية لها دور في عملية الإدراك للمعلومات المعروضة فيها وذلك عبر إتاحتها الانتقالات البصرية عن طريق التسلم والقراءة السهلة. وتعكس نتائج الدراسة تفضيل المبحوثين دعم النصوص بالصور والرسوم لما تحملها من دلالات إيضاحية وفكرية حول الموضوع، ولما تملكها من قدرة على تبسيط المعلومات ثم تسهل عملية إدراك المعلومات، حيث يفضل المبحوثين عرض الموضوعات بهيئة صورة صحفية للمواضيع التي يكثر استخدامها الأرقام والموضوعات التي يصعب أحياناً توضيحها وإدراكها بصورة جيدة بدون تمثيلها صورياً هي التي حازت على المراتب المتقدمة في تفضيل المبحوثين.

### الفصل الأول: الإطار المنهجي

#### أولاً: مشكلة البحث

تعد الصورة الصحفية من أهم الركائز الأساسية للغة غير اللفظية ومن أهم عناصر الاتصال في عصر التكنولوجيا الرقمية، لم تعد الصورة مجرد ناقل للحدث بل أصبحت تمارس أدواراً عديدة، تؤثر في مختلف مناحي الحياة. وهي داعمة للمواد الإعلامية ولاسيما الأخبارية منها، فأصبحت الصورة عنصراً لا يمكن الاستغناء عنه في وسائل الاتصال الحديثة.

كما أن أثر التطور التكنولوجي وتفاعل المتغيرات الاجتماعية خلال السنوات الأخيرة أدى إلى زيادة الاهتمام بالتعمق في دراسة جوانب العمليات الإدراكية للصورة الصحفية، من خلال إيجاد مجال جديد يتعلق بدراسة تأثير تكنولوجيا التصوير الرقمي في زيادة فاعلية الصورة.

ومشكلة البحث يمكن صياغتها في التساؤل الرئيس الآتي:

ما مدى انعكاس الصورة الصحفية على إدراك المعلومات عند مستخدمي صحافة الموبايل؟

وينبثق عن هذا التساؤل تساؤلات فرعية عدة هي:

- ١) ما طبيعة ونوع العلاقة بين أساليب عرض الصورة الصحفية والإدراك عند مستخدمي صحافة الموبايل؟
- ٢) ما العوامل المؤثرة في الإدراك عند مستخدمي صحافة الموبايل؟
- ٣) ما مدى استفادة المستخدمين من تمثيل المعلومات عبر الصورة الصحفية؟
- ٤) ما أشكال تفاعل مع الصورة الصحفية؟
- ٥) الموضوعات التي تفضل عرضها عبر الصورة الصحفية؟

### ثانيا: أهمية البحث

تمثل أهمية البحث معرفيا وعلميا ومنهجيا إضافة معرفية في مجال الدراسات والبحوث الإعلامية ويتطرق إلى دراسة الصورة الصحفية في وسائط الإعلام الجديدة. حيث تستخدم الصورة الصحفية في صحافة الموبايل وهي شكل من أشكال الصحافة الجديدة وهي تمثل إعلاما بديلا لها ولها جاذبية وقبول من قبل الجمهور. كما تمثل هذه الدراسة ركيزة أساسية للباحثين في دراسة الصورة الصحفية في وسائطها الجديدة. من خلال تعرف الباحثين على أبرز المصادر والبحوث التي تناولت الصورة الصحفية في صحافة الموبايل من قبل الباحثين. تعد الدراسة الحالية إحدى الدراسات العربية التي تحاول سد النقص في الدراسات التي تبحث في التأثير البصري للصورة الصحفية للمتلقين (المستخدمين) وبيان الدور الذي يمكن أن تؤديه الصورة الصحفية في تسهيل وسرعة وإدراك وفهم المعلومات. يعد هذا البحث من البحوث الوصفية وقد استخدمت الباحثة منهج المسح وتحديد المسح بطريقة العينة لجمع البيانات والمعلومات عن الصورة الصحفية وإدراك المعلومات عند عينة البحث موظفة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات.

### ثالثا: أهداف البحث

يتمحور هدف البحث الرئيس حول معرفة مدى انعكاس الصورة الصحفية على إدراك المعلومات عند مستخدمي صحافة الموبايل. ويتفرع عن الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:

- ١) الكشف عن العلاقة ما بين أساليب عرض الصورة الصحفية والإدراك لمستخدمي صحافة الموبايل.
- ٢) معرفة العوامل المؤثرة على الإدراك عند مستخدمي صحافة الموبايل.
- ٣) التعرف على استفادة المستخدمين من تمثيل المعلومات عبر الصورة الصحفية.
- ٤) التقصي عن أشكال تفاعل المبحوثين مع الصورة الصحفية.
- ٥) معرفة طبيعة الموضوعات التي تهتم بها الصورة الصحفية.

### رابعا: مجالات البحث

تمثل البحث بالمجالات الآتية:

١. المجال البشري: يتمثل بالإعلاميين المستخدمين لصحافة الموبايل ولديهم معرفة بها.

٢. **المجال الزمني:** حددت المدة الزمنية (٢٠٢٤\١٢\١) إلى (٢٠٢٥\٣\١) مجالا زمنيا من لحظة إعداد استمارة استطلاعية أولية تم توزيعها ومن ثم بناء استمارة الاستبانة النهائية.
٣. **المجال الموضوعي:** ويتمثل بانعكاس الصورة الصحفية على إدراك مستخدمي صحافة الموبايل.

#### خامسا: منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية من حيث النوع التي تعد طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضع اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين.

وقد استخدمت الباحثة منهج المسح وتحديد المسح بطريقة العينة لجمع البيانات والمعلومات عن الصورة الصحفية وإدراك المعلومات عند عينة البحث، إذ إن المسح بالعينة يعطي نتائج ممثلة لمجتمع البحث، موظفة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات.

#### سادسا: إجراءات البحث

##### ١- مجتمع البحث

وبحثنا هذا يعد من بحوث العينات وذلك لصعوبة الوصول إلى أفراد المجتمع كافة المستهدف بالبحث بالكامل لعدم وجود إحصائية ثابتة ودقيقة لهم، إذ تمثل مجتمع بحثنا بالإعلاميين المستخدمين لصحافة الموبايل بصفة متصفح لصحافة الموبايل للاطلاع على المعلومات والمستجدات من الأحداث والأخبار والموضوعات المختلفة.

##### ٢- عينة البحث:

استخدمت الباحثة عينة قصدية عمدية متمثلة بالإعلاميين العراقيين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية. وبذلك جاء حجم العينة (٣٨٤) مبحثا من الإعلاميين وطبقت الدراسة، توزيع الاستبانة والمقياس على أفراد العينة وقد تم توزيع الاستبانة بطريقتين: الأسلوب المباشر أي توزيع الاستبانة باليد للمبحوثين عن طريق الباحثة ومن يساعدها في عملية التوزيع، وبطريقة غير مباشرة عبر الانترنت.

##### ٣- أدوات البحث:

١. **استمارة الاستبيان:** استخدمت الباحثة أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات وهي استمارة الاستبيان التي احتوت على مجموعة من البيانات والأسئلة التي تجيب عن تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه.
٢. **المقياس**

فيما يخص حدود بحثنا توصلت الباحثة إلى مقياس لمعرفة الآثار المعرفية الناتجة عن تمثيل المعلومات عبر الصورة الصحفية ومستويات الإدراك على وفق مقياس (ليكرت) الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة.

#### -إجراءات الصدق والثبات:

##### أ- الصدق:

لابد من اختبار صدق أداة جمع البيانات ومدى قدرتها على أن تقيس ما يسعى البحث إلى قياسه من خلال الاستمارة، لتحقيق الصدق الظاهري للاستمارة (أداة القياس) اتبعت الباحثة الخطوات الآتية:

- حددت محاور الاستبانة والمقياس بشكل دقيق ومحدد لمعرفة آراء المبحوثين حول موضوعة البحث.
- واعتمدت الباحثة أيضا في عرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء\* في الإعلام للحكم على مدى صلاحية محاور الاستمارة، وبعد الموافقة عليها تم اعتمادها مع الأخذ بما وضع

من ملاحظات وتصويبات، فضلا على موافقة الأستاذ المشرف على البحث، وقد تم احتساب نسبة اتفاق المحكمين على محاور استمارة جمع البيانات والمعلومات عن طريق استخراج النسبية المئوية لاتفاقهم على كل محور من المحاور على حدة، ثم استخراج

النسبة المئوية لاتفاقهم على المحاور، ودرجة الصدق التي حصلت عليها الاستمارة فهي (١٦٦,٨٧)، وهذا يشير إلى أن معظم الفقرات المطروحة في الاستمارة قابلة لتحقيق الهدف الذي وضعت لأجله، أي أن الاستمارة عالية الصدق لذا سيتم اعتمادها لغرض البدء في جمع البيانات المطلوبة ثم تحليلها وتفسيرها.

#### ب- الثبات:

وتم احتساب الثبات بطريقة معامل (ألفا كرونباخ) للاتساق الداخلي، وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى، ومن أجل حساب الثبات على وفق هذه الطريقة تم استخدام الاستمارات جميعها، ثم استخدمت الباحثة معادلة ألفا كرونباخ. وبلغ معامل الثبات (٠,٧٧) وبهذا يعد المقياس متسقا داخليا لأن هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخليا.

#### سابعاً: دراسات سابقة

أما الدراسات السابقة فمنها:

#### ١. (دراسة مصطفى وجيه حسين، ٢٠٢٢):

تستهدف هذه الدراسة المعرفة كيف توظف المواقع الاخبارية الصورة الصحفية، وماهي موضوعاتها، والأنواع الأكثر توظيفا، وهوية مصدر الصورة، والقيم الاخبارية الأكثر اعتمادا في الصورة الصحفية المستخدمة. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة. واعتمد الباحث صور موقع برق الإمارات و٢٤ إخباري، وتألفت عينة البحث من الصور الصحفية بنسبة (١٠٪) لكل شهر من المجتمع الأصلي، حيث أخذ الباحث عينة عشوائية منتظمة والتي تعتمد على طريقة فاصل دوري ثابت. وتمثلت حدود الدراسة في الأطر التي يتعامل بها الباحث في بحثه وتتمثل بموقعي برق الإمارات وموقع ٢٤ إخباري. وحدد الباحث المدة الزمنية خلال (٣) أشهر وأخذ الباحث هذه المدة بعد متابعة دقيقة للمواقع الالكترونية الاخبارية الإماراتية. وتوصل

الباحث في دراسته إلى أن المواقع الأخبارية الإماراتية تولى الصور الصحفية أهمية كبيرة. فقد نشر موقع برق الإمارات (٨٩٧) صورة و(٢٤) الإخباري (٦٥٤) صورة. لتشمل الأحداث المصورة حول العالم، وتوزعت الموضوعات التي تناولتها المجلات جميعها، فضلا عن اختيار الصورة وتوظيفها ليس عشوائيا.

## ٢. (دراسة ٢٠١٥، Tiwari):

تستهدف هذه الدراسة تأثير التكنولوجيا والثورة الرقمية على التصوير الصحفي في الهند، ومعرفة التغيرات الحديثة في عملية التصوير الرقمي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستعان الباحث بأداة الاستقصاء معتمدا على المقياس الخماسي في قياس درجات الموافقة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن دقة الصورة الرقمية المنشورة، أفضل من الصورة التقليدية بحسب رأي الجمهور، وتطوير عملية التصوير والتقنيات المستخدمة من المصورين أفضل بكثير مما كان في السابق.

وقد أفادت الباحثة من هذه الدراسة في تطوير المواقع الإلكترونية الإخبارية.

## ٣. (دراسة سناء يوسف، ٢٠١٨):

تستهدف الدراسة إلى التعرف على صحافة الموبايل من خلال اعتبارها نوعا صحفيا جديدا، وتقويم مدى استخدام واستفادة الإعلاميين العرب من أداء مهامهم الإعلامية من خلال استخدام الهاتف المحمول، والعمل على الكشف عن التغيرات التي أضافتها صحافة المحمول في بيئة العمل الصحفي إضافة إلى المفاهيم الجديدة التي أضافتها إلى المجال الإعلامي.

واتبعت الباحثة منهجي الوصف التحليلي، والمنهج التاريخي، واستخدمت الباحثة عدة أدوات منها الملاحظة، المقابلة، والاستبانة، وتمثل مجتمع البحث في الإعلاميين العرب.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها، أن صحافة الموبايل تساعد على تحقيق السبق الصحفي وهي ذات اتجاه متطور من خلال قوالب إعلامية خاصة حيث تمتاز بالسرعة والمعلومة المختزلة والمدة الزمنية القصيرة.

وأن صحافة الموبايل ساعدت المستخدمين في سهولة الوصول إلى المحتوى الإعلامي في أي مكان وزمان.

## ثامنا: أهم المفاهيم والمصطلحات الواردة في البحث

**الصورة الصحفية Press photo:** هي وسيلة ولغة عالمية لنقل المعلومات والتي يمكن لأي فرد مهما اختلفت لغته، وثقافته أن يفهمها، وتتميز الصورة الثابتة في الصحف، أو المواقع الإلكترونية بخاصية فريدة وهي قدرتها على عزل لحظات من الزمن وتجميد الحركة بكل انطباعاتها الظاهرة، وكثيرا ما تترجم الصورة أعماق فكر الأشخاص مما يجسد الحدث أمام القارئ، وتتيح له فرصة التأمل والتعمق والتفاعل مع الصورة وما يحيط بها، أو يصحبها من تعليق. (الحמיד، ٢٠٠٥، صفحة ١٣٥)

١. الإدراك Perception: هو نقطة التقاء المعرفة بالواقع إذ يتأثر سلوك الفرد بالمعرفة الإدراكية الموجودة لديه عن العالم ويميل الأفراد إلى إدراك الأشياء ويفسرون العالم الخارجي من خلالها ويأتي سلوكهم انعكاسا لهذه المعاني وهو ما يوضح السبب في عدم تماثل تفسيرات الأفراد للشيء الواحد لاختلاف المعرفة الإدراكية لكل منهم من خلال المتغيرات المؤثرة فيها.

والإدراك هو " العملية التي من خلالها يتم التعرف على المعلومات الحسية وتفسيرها أو هو عملية إعطاء المثيرات أو المنبهات أو المعلومات الحسية معانيها ومدلولاتها. (الحמיד، ٢٠٠٥، صفحة ٥٢)

٣. **صحافة الموبايل Mobile journalism**: وتعرف بـ "الموجو"، وهي شكل من أشكال الإعلام المتعلقة بسرد القصص، إلى جانب إنتاج المضامين الإعلامية من خلال استخدام الموبايل بشكل كامل، تصويراً وتسجيلاً ومونتاجاً وتحريراً، بمعنى استخدام جميع الإمكانيات التي يوفرها المزج بين الهاتف الذكي والتطبيقات والشبكات الاجتماعية والاتصال بالإنترنت، لتقديم التغطية والشهادة العينية بسهولة وبسرعة، لما يحدث في موقع الحدث. (شفيق، ٢٠١٥، صفحة ٦٧)

### الإطار النظري للبحث:

#### أولاً: الصورة الصحفية

نعيش اليوم في عالم ممتلئ بالصور، ويمكن أن نطلق عليها اسم (ثورة الصورة) سواء الثابتة، أو المتحركة، فالصورة هي محاكاة للواقع بقدر ما هي تعبير عن الذات وعن الآخر، وقد عرف الإنسان الصورة قبل أن يعرف الكتابة وكانت الكتابة في بدايتها رموزاً تصويرية، وعاصرت الصورة تطور الحضارة في عصورها المختلفة. (صلاح، ٢٠١٤، صفحة ٢٣)

ويعرفها مخلوف حميدة الصورة الصحفية بأنها "أداة تعبيرية اعتمدها الإنسان لتجسيد المعاني والأفكار والأحاسيس، ارتبطت وظيفتها بحسب موقعها، سواء أكانت هذه الوظيفة إخبارية أو رمزية، أو ترفيهية، وبكل شكل من أشكالها، فهي اتصال وتواصل بين الصحيفة والقارئ". (مخلوف، ٢٠٠٤، صفحة ١٨)

#### وظائف الصورة الصحفية

تقوم الصورة الصحفية بالعديد من المهام، إلا أنها عنصر جذب وانتباه القارئ لإثارة الاهتمام وقراءة ما هو مكتوب لاستكمال المشهد البصري المعروض. ويمكن تلخيص الوظائف بما يأتي:

١ - **الوظيفة الإخبارية**: تعد هذه الوظيفة واحدة من أهم الوظائف التي تؤديها الصورة، فوجودها يؤدي إلى إيصال المعلومة بوضوح وبسرعة أكبر، ولا يقتصر على أنها مجرد شكل جمالي يزين الصحيفة والموقع الإلكتروني، بل وأحياناً تتفوق الصورة على النص المكتوب لتتمكن من نقل الحدث الذي وقع بالفعل، وتجمع الصورة الصحفية مجمل رموز اللغة بما فيها من أدوات تجسيد الأفكار والموضوعات. (سلمان، ٢٠١٩، صفحة ٤٤)

٢- **الوظيفة السيكولوجية**: تتمتع الصورة بدور فعال في جذب انتباه القارئ والاستحواد عليه إذ تؤثر في نفسية المتلقي بشكل كبير، ويرجع ذلك أما إلى الشكل الصورة العام، أو إلى موضوعها أو لونها، أو إلى المساحة التي تحتلها في الصحيفة أو الموقع الإلكتروني، وتحاول رسم الصورة الذهنية لدى المتلقي عند القراءة وبشكل لا شعوري يتم تصوير الأفكار والكلمات والعبارات بشكل مقبول عبر إدراك العقول (صلاح، ٢٠١٤، صفحة ٣٣)

٣- **الوظيفة الإقناعية**: الإقناع هو من أهم أهداف الإعلام بشكل عام، والإعلام المكتوب بشكل خاص، تسهم الصور بهذا الدور بكفاءة، فعند تصوير ضحايا القصف الأمريكي على مدينة بغداد في عام (٢٠٠٣م) صورة واحدة فقط كفيلة بإقناع القارئ بوحشية الاحتلال وفداحة الخسائر أكثر من عشرات المقالات التي ربما لا تستطيع التعبير عن ذلك، لذا فإن الكثير منا لا يقنع بكلمات الوصف ويميل إلى تصديق ما يحدث عندما يراها أو يرغب برؤيتها، وهذا ما يميز الصورة في إقناع القارئ

(الرفاعي، ٢٠٢٠، صفحة ٣٣)

**أسباب التحول من الصورة الصحفية التقليدية إلى الرقمية**

لم تكن الصورة الرقمية بديلاً ضعيفاً للصورة التقليدية بل على العكس فقد تضمنت العديد من المزايا التي أسهمت في تحويل أنظار الجميع نحوها واتخذها بديلاً للصورة التقليدية، ويمكننا تلخيص أبرز الأسباب التي دفعت إلى هذا التحول بما يلي:

١. **السرعة:** في الماضي كان من الصعب التعامل مع الصورة الصحفية بسرعة إذ تتطلب معالجتها المرور بعدة مراحل من إظهار وتثبيت لحين الوصول إلى مرحلة إنتاجها على الورق، وأخيراً إرسالها إلى المؤسسة الصحفية، ولكن الوضع اختلف مع اختراع الكاميرات الرقمية، التي أسهمت وبشكل فاعل في تحقيق سبق الصحفي لكثير من المؤسسات الإعلامية نظراً لسرعة وسهولة التعامل معها، ففي لحظة التقاط المصور الصحفي الصورة تكون جاهزة للاستعمال من قبل المؤسسة دون المرور بمراحل المعالجة آنفة الذكر. (الدين، ٢٠٠٩، صفحة ٥٥)

٢. **اختصار الوقت والجهد وقلة التكلفة:** أثرت سابقاً إلى أن الصورة الرقمية اختزلت العديد من المراحل التي يتطلبها إنتاج الصورة التقليدية وبالتالي أسهم هذا الأمر في تقليل الجهد والوقت المستغرق في عملية إنتاج الصورة الصحفية، فالصورة الرقمية لا تحتاج إلى شراء الأفلام وتحميضها من أجل اختيار الصورة الأفضل للنشر، والتي تكلف المؤسسة الإعلامية تكاليف مالية إضافية. (الغريب، ٢٠٠٩، صفحة ٣٣)

**ثانياً: الصورة الرقمية**

وتعرف الصورة الرقمية بأنها "صورة معالجة بجهاز الحاسوب، وهي تتكون من وحدات صغيرة تصل إلى ملايين من المربعات التي تدعى بالبكسلات. (الحميد، ٢٠٠٥، صفحة ١٣٥)

**عرف عامر القنديلجي** الصورة الرقمية بأنها: مجموعة المربعات الصغيرة الحجم متصلة بعضها البعض، تسمى عناصر الصورة، لذا فإن عناصر المصفوفات الرقمية تمثل عناصر الصورة. (القنديلجي، ٢٠١٤م، صفحة ١٩٩).

**خصائص الصورة الرقمية****هناك العديد من الخصائص للصورة الرقمية منها:**

(الحميد، ٢٠٠٥، صفحة ١٢)

١. مكونة من بكسلات، حيث يتم تقسيم الصورة إلى صغار الوحدات المربعة الملونة التي تشكل الصورة بأكملها.
٢. تتميز بالقدرة على تعديلها وتعديل العناصر الفردية فيها بسهولة، مثل تغيير اللون والسطوع والتباين والتشبع وغيرها من الخصائص البصرية.
٣. يمكن تكبيرها وتصغيرها دون فقدان الجودة، وذلك بفضل استخدام البكسلات كوحدة قياس للصورة.

٤. يمكن حفظها ومشاركتها بسهولة عبر الإنترنت أو البريد الإلكتروني أو وسائل التواصل الاجتماعي.
٥. يمكن معالجة الصور الرقمية باستخدام برامج التحرير والتلاعب الرقمي، وهذا يتيح إمكانية إنشاء تأثيرات مختلفة وتعديلات فنية على الصورة.
٦. يمكن استخدام الصور الرقمية في مجموعة متنوعة من الوسائط والتطبيقات، مثل الطباعة والإعلانات والمواقع الإلكترونية والتصميم الجرافيكي والألعاب وغيرها.

### ثالثاً: الإدراك البصري للصورة الصحفية

- والإدراك هو " العملية التي من خلالها التعرف على المعلومات الحسية وتفسيرها أو هو عملية إعطاء المثيرات أو المنبهات أو المعلومات الحسية معانيها ومدلولاتها. (الحמיד، ٢٠٠٥، صفحة ٥٢)
- ويعرف أيضاً " هو الطريقة التي يرى بها الفرد العالم المحيط به، ويتم ذلك عن طريق استقبال المعلومات وتنظيمها وتفسيرها، وتكوين مفاهيم ومعاني خاصة. (جواد، ٢٠٠٠، صفحة ٣٧)
- وهنا يمكن الإشارة إلى عدد من خصائص الإدراك منها: (الزغول، ٢٠٠٣، الصفحات ١١٥-١١٦)

١. يعتمد الإدراك على المعرفة والخبرات السابقة إذ تشكل المعرفة أو الخبرة السابقة الإطار المرجعي الذي يرجع إليه الفرد في إدراكه وتمييزه للأشياء.
٢. الإدراك عملية استدلال حيث في كثير من الأحيان تكون المعلومات الحسية المتعلقة بالأشياء ناقصة أو غامضة، مما يدفع نظامنا الإدراكي إلى استخدام المتوفر من المعلومات لعمل الاستدلالات والاستنتاجات.
٣. الإدراك عملية تصنيفية يلجأ الأفراد إلى التجميع الاحساسات المختلفة في فئة معينة اعتماداً على خصائص مشتركة بينها مما يسهل عملية إدراكها.
٤. الإدراك عملية عقلانية (ارتباطية) حيث إن مجرد توفر خصائص معينة في الأشياء غير كاف لإدراكها لأن الأمر يتطلب تحديد طبيعة العلاقات بين هذه الخصائص.

### رابعاً: صحافة الموبايل

" نوع صحفي جديد يتيح إنتاج محتوى متعدد سواء أكان مكتوب أم مسموعاً أم مرئياً، من خلال الاعتماد على جهاز واحد وهو الهاتف، فوجود الهواتف الذكية بأيدي الصحفيين جعلتهم يتمكنون من تغطية أحداث كبيرة بواسطة هذا الجهاز فقط، ويتفق الكثير من الباحثين أن صحافة الموبايل أسست عصراً جديداً في أساليب جمع الأخبار، إضافة إلى أن الموبايل يعدّ من الوسائل المهمة في استهلاك المحتوى، وفاقت في الكثير من الأحيان الوسائل التقليدية في السنوات الأخيرة بحسب الدراسات والأبحاث، حيث طرأ على عمل المرسلين إنتاج محتوى يكون مناسباً ويلئم الشاشة الكبيرة التلفزيون والشاشة الصغيرة منصات التواصل الاجتماعي معاً وهذا ما أفرزته صحافة الموبايل من تغييرات كبيرة في إنتاج المحتوى الذي فرض على المرسلين التعامل مع إبراز التحولات التي حصلت من خلال ذلك. (خميسة، ٢٠٢٢، صفحة ١٢)

وتعرف أيضاً بأنها: " شكل من أشكال الإعلام الجديدة الناشئة بسرد القصص حيث يستخدم الصحفيون الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب اللوحي من أجل جمع الأخبار وتحريرها وتوزيعها". (شفيق، ٢٠١٥، صفحة ٥٥)

(شفيق، ٢٠١٥م، صفحة ٥٥).

وتنقسم الهواتف المحمولة إلى نوعين : (الأمير، ٢٠٢٠، صفحة ٦٠)

١. **الهواتف الذكية** ويطلق هذا المصطلح على الهواتف التي تعمل بنظام حديث ومتطور، وتمكن المستخدم من تصفح الانترنت واستخدام التطبيقات المتعددة منها الاتصال وإنتاج المحتوى، وتوفر ميزات وخصائص لا تتوفر في الهواتف التقليدية التي كانت تختصر على الاتصال وبعض الخصائص البسيطة.

٢. **الأجهزة اللوحية Tablets** هي أجهزة مطورة لأجهزة الكمبيوتر يكون حجمها أكبر من الهاتف المحمول، وتؤدي وظائف مختلفة منها المطالعة والتصفح والألعاب، وأيضا تستخدم في المونتاج ومن الخصائص التي تتوفر في الأجهزة اللوحية هي صغر الحجم وخفة الوزن، وتحتوي على كاميرات تصوير لكن دقتها أقل من الهواتف الذكية، وتمكننا أيضا الربط عبر Wi-Fi، فضلا عن احتوائها مداخل الشرائح الهاتف.

**الميزات التي تقدمها صحافة الموبايل**

ومن الميزات التي تقدمها صحافة الموبايل هي: (مرعي، ٢٠١٧، صفحة ٤)

أ. **تكاليف أقل:** عمدت صحافة الهاتف إلى تقليل التكاليف المالية، لكن صحافة الهاتف لا تحتاج المعدات، فهي في متناول من يريدونها كما تقلص تكاليف الإنتاج؛ لأنها لا تحتاج إلى طواقم بشرية كبيرة.

ب. **سهولة الحركة:** توفر صحافة الهاتف المحمول العمل بأقل الإمكانيات المتوافرة ولا تحتاج إلى معدات كبيرة، لهذا تساهم بسهولة حركة التنقل والسرعة الكبيرة في إنجاز المهام الموكلة إلى الصحفيين، فقد تمكن الصحفيون من الدخول لتغطية أحداث ومعارك بسهولة بسبب إمكانية حمل وإخفاء الهاتف.

**الإطار العملي للبحث**

**وصف النتائج وتفسيرها ودلالاتها**

**المحور الأول: المعلومات الديموغرافية للعينة المبحوثة**

**جدول (١) يوضح توزيع العينة حسب المتغيرات الديموغرافية**

| النسبة المئوية | التكرار | النوع الاجتماعي |
|----------------|---------|-----------------|
| ٦٨,٨%          | ٢٦٤     | ذكر             |
| ٣١,٢%          | ١٢٠     | أنثى            |
| ١٠٠%           | ٣٨٤     | المجموع         |
| النسبة المئوية | التكرار | الفئة العمرية   |
| ٣٨,٥%          | ١٤٨     | ٢٠-٢٩           |
| ٢٧,٦%          | ١٠٦     | ٣٠-٣٩           |
| ٢٥,٠%          | ٩٦      | ٤٠-٤٩           |
| ٨,٩%           | ٣٤      | ٥٠- فأكثر       |

|                  |         |                |
|------------------|---------|----------------|
| المجموع          | ٣٨٤     | ٪١٠٠           |
| المستوى التعليمي | التكرار | النسبة المئوية |
| بكالوريوس        | ١٦٣     | ٪٤٢,٥          |
| شهادة عليا       | ١٣٥     | ٪٣٥,١          |
| ثانوي            | ٨٦      | ٪٢٢,٤          |
| المجموع          | ٣٨٤     | ٪١٠٠           |

الجدول أعلاه يبين حجم توزيع العينة من حيث النوع الاجتماعي ومتغير العمر والمستوى التعليمي، وكما مبين في الجدول ارتفاع نسبة الذكور (٦٨,٨٪) مقارنة بنسبة الإناث (٣١,٢٪) والسبب في ذلك يعود إلى طبيعة العمل الإعلامي مما يدفع المؤسسات الإعلامية إلى تفضيل الذكور في العمل عن الإناث في هذا المجال إضافة إلى أن الوصول إلى العينة جاء بهذا الشكل قد يعود بسبب عملية التوزيع إذ وزعت الاستمارة للمتوافرين (المتواجدين) أثناء التوزيع (أي وقت التوزيع).

### المحور الثاني: عادات وأنماط تعرض المبحوثين لصحافة الموبايل:

يشرح هذا المحور مدى استخدام المبحوثين للإنترنت بصورة عامة ولتطبيقات صحافة الموبايل خاصة ومتابعة الموضوعات المتنوعة عبر الموبايل.

#### جدول رقم (٢) يبين مستوى استخدام المبحوثين للموبايل للحصول على المعلومات

|           |         |                |
|-----------|---------|----------------|
| الاستخدام | التكرار | النسبة المئوية |
| عالية     | ٣٠٦     | ٪٧٩,٧          |
| متوسطة    | ٧٢      | ٪١٨,٧          |
| منخفضة    | ٦       | ٪١,٦           |
| المجموع   | ٣٨٤     | ٪١٠٠           |

يعكس الجدول أعلاه درجة استخدام المبحوثين للإنترنت بصورة عامة، وباستخدام التكرار والنسب المئوية، إذ بلغت نسبة الإجابة بـ (عالية) بمقدار (٧٩,٧٪) ومتوسطة بنسبة (١٨,٧٪)، ومنخفضة بنسبة (١,٦٪)، وهذه النسب تعكس لنا أن أفراد العينة يهتمون بدرجة كبيرة باستخدام الإنترنت والموبايل للتواصل والحصول على المعلومات، وهذا يعبر عن مدى أهمية استخدام الموبايل في العمل الإعلامي.

المحور الثالث: تمثيل المعلومات سوريا (بصريا) عبر الانترنت

جدول رقم (٣) يبين الأوساط المرجحة والأوزان المنوية لفقرات العوامل المؤثرة في إدراك المعلومات عبر الصورة الصحفية لعينة البحث الكلية ٣٨٤

| المرتبة | الوزن المنوي | الانحراف المعياري | الوسط المرجح | لا         | لا      | محايد  | موافق      | موافق   | الفقرات  |
|---------|--------------|-------------------|--------------|------------|---------|--------|------------|---------|--|
|         |              |                   |              | أوافق بشدة | أوافق   |        | موافق بشدة | موافق   |  |
|         |              |                   |              | التكرار    | التكرار |        | التكرار    | التكرار |  |
|         |              |                   |              | النسبة     | النسبة  | النسبة | النسبة     |         |  |
| ١       | ٩٥           | ٠,٦٧              | ٤,٧٥         | ٢          | ٦       | ٨      | ٥١         | ٣١٧     | الخلفية المعرفية للموضوع   |
|         |              |                   |              | ٠,٥        | ١,٦     | ٢,١    | ١٣,٣       | ٨٢,٥    |  |
| ٢       | ٩٣,٤         | ٠,٦١              | ٤,٦٧         | ١          | ٢       | ٩      | ٩٧         | ٢٧٥     | العادات القرائية والاتصالية للمستخدم   |
|         |              |                   |              | ٠,٢        | ٠,٥     | ٢,٣    | ٢٥,٣       | ٧١,٦    |  |
| ٣       | ٩١           | ٠,٦٢              | ٤,٥٥         | —          | ٢       | ٩      | ١٤٦        | ٢٢٧     | الحاجات العامة والخاصة للمستخدم  |
|         |              |                   |              | —          | ٠,٥     | ٢,٣    | ٣٨,١       | ٥٩,١    |  |
| ٤       | ٩٠,٨         | ٠,٦٦              | ٤,٥٤         | —          | ٥       | ١٠     | ١٣٩        | ٢٣٠     | الاهتمامات والتفضيل لمعلومات والموضوعات تؤثر في إدراك المستخدم لصورة الصحفية |
|         |              |                   |              | —          | ١,٣     | ٢,٦    | ٣٦,٢       | ٥٩,٩    |  |
| ٥       | ٨٩,٨         | ٠,٦١              | ٤,٤٩         | ١          | ٢       | ٦      | ١٧٢        | ٢٠٣     | الوضع او الحالة النفسية او المزاجية  |
|         |              |                   |              | ٠,٢        | ٠,٥     | ١,٦    | ٤٤,٨       | ٥٢,٩    |  |
| ٦       | ٨٨,٨         | ٠,٦٩              | ٤,٤٤         | —          | ٥       | ١٧     | ١٦٣        | ١٩٩     | ضعف المهارة في استخدام التكنولوجيا   |
|         |              |                   |              | —          | ١,٣     | ٤,٥    | ٤٢,٤       | ٥١,٨    |  |

يبين الجدول رقم (٣) وفقا للأوزان المنوية الظاهرة فيه أكثر ثلاثة عوامل محددة ضمن فقرات السؤال ١٤ تؤثر في إدراك المعلومات عبر الصورة الصحفية، أظهرت الأوزان المنوية أن فقرة (الخلفية المعرفية للموضوع) بوزن منوي بلغ (٩٥) في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية حلت الفقرة (العادات القرائية والاتصالية للمستخدم) بوزن منوي (٩٣,٤) وجاءت فقرة (الحاجات العامة والخاصة للمستخدم) في المرتبة الثالثة بوزن منوي بلغ (٩١).

ويظهر من النتائج أعلاه أن العوامل الذاتية للمستخدم تؤثر في إدراك المعلومات عبر الصورة الصحفية من خلال الخبرات الذاتية حول الموضوع والمعرفة السابقة للموضوع إضافة إلى العادات القرائية المتشكلة لدى الأفراد، حيث إن القدرة اللغوية والمفاهيم السابقة حول الموضوع فضلا عن المثيرات البصرية كلها تتداخل فيما بينها لتؤثر في كيفية إدراك المعلومات عبر الصورة الصحفية من خلال تشكيل منظومة بصرية تساعد وتؤثر في العملية الإدراكية.

#### المحور الرابع: الاعتماد على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات

يشرح هذا المحور مدى اعتماد الباحثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات ودوافع الاعتماد وأسباب التفضيل ومتابعة الموضوعات المتنوعة عبر الموبايل.

#### جدول رقم (٤) يشير إلى دوافع الاعتماد على صحافة الموبايل

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | الدوافع                            |
|---------|----------------|---------|------------------------------------|
| الأولى  | ٧٣,٧%          | ٢٨٣     | الثقة فيما تقدمه من معلومات وأخبار |
| الثانية | ٦٠,٩%          | ٢٣٤     | المتابعة المستمرة للحدث            |
| الثالثة | ٣١,٥%          | ١٢١     | لتناقل الأخبار والمعلومات          |
| الرابعة | ٢٤,٧%          | ٩٥      | لزيادة المعلومات والمعارف          |
| الخامسة | ١٥,٩%          | ٦١      | لقضاء وقت الفراغ                   |

يفسر جدول رقم (٢٠) دوافع اعتماد الباحثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات، حيث جاءت في المرتبة الأولى (الثقة فيما تقدمه من معلومات وأخبار) وفي المرتبة الثانية (المتابعة المستمرة للحدث)، ويؤشر لنا ذلك أهمية وإمكانية استخدام الصورة الصحفية وتقديم المعلومات والموضوعات المتنوعة التي يبحث عنها الباحثين لما يملكه هذا الفن الصحفي الحديث إلى حد ما من تأثير في سهولة تلقي وإدراك المعلومات ولسهولة مشاركتها مع الآخرين.

#### جدول رقم (٥) يوضح الأشكال الصحفية التي يفضلها الباحثون عبر صحافة الموبايل

| المرتبة | النسبة | التكرار | الفئة                                   |
|---------|--------|---------|---|
| الأولى  | ٦١,٧%  | ٢٣٧     | الأخبار                                 |
| الثانية | ٢٦,٣%  | ١٠١     | القصة الخبرية                           |
| الثالثة | ١٩,٢%  | ٧٤      | التقارير                                |
| الرابعة | ١٥,٩%  | ٦١      | المشاركة والتعليقات المفتوحة مع الجمهور |
| الخامسة | ٢,٣%   | ٩       | الكاريكاتير والرسومات المتنوعة          |
| السادسة | ١,٣%   | ٥       | المقالات                                |

تبين لنا من الجدول أعلاه أن أكثر أنواع الأشكال الصحفية التي يفضلها الباحثون لنقل المعلومات هي (الأخبار) بنسبة (٦١,٧%) يليها في الترتيب الثاني (القصة الخبرية) بنسبة (٢٦,٣%) ومن ثم (التقارير) بنسبة (١٩,٢%).

ويعود ذلك لما تمتلكه هذه الأنواع من قدرة على إثارة انتباه المتلقين للمضامين، فضلا عن مخاطبة عقل المتلقي بمصادقية ما يدعيه إلى فهم المعلومات وإدراكها بشكل أسرع وأسهل ويرجع ذلك أيضا إلى أن يجعل الموضوعات الخبرية مميزة عن بقية الموضوعات.

### النتائج والاستنتاجات:

#### أولا: النتائج

١. أهمية تعزيز التقارير والموضوعات بالصورة الصحفية لما لها القدرة على تنمية وتحسين الإدراك لدى المتلقي (الأفراد).
٢. تؤثر الصفات الشكلية للصورة الصحفية في العملية الإدراكية وكذلك صفات المحتوى الإدراكي الذي تتضمنه الصورة الصحفية.
٣. الصورة الصحفية تقدم مساعدة للمبجوثين في إدراكهم للمعلومات والموضوعات بوقت قصير إذا ما قورنت بالموضوعات السردية (النصية).
٤. استخدام المبجوثين للإنترنت بصورة عامة، وباستخدام التكرار والنسب المئوية، إذ بلغت نسبة الإجابة — (عالية) بمقدار (٧٩,٧%) ومتوسطة بنسبة (١٨,٧%)، ومنخفضة بنسبة (١,٦%)، وهذا النسب تعكس لنا أن أفراد العينة يهتمون بدرجة كبيرة باستخدام الإنترنت والموبايل للتواصل والحصول على المعلومات، وهذا يعبر عن مدى أهمية استخدام الموبايل في العمل الإعلامي.
٥. تفضيل المبجوثين إلى دعم النصوص بالصور والرسوم معا إلى ما يحمله من دلالات إيضاحية وفكرية حول الموضوع وقدرتها على تبسيط المعلومات وسرعة نفاذها إلى ذهن المستقبل للمادة المعروضة (المدعمة بالعناصر البصرية) والسبب الآخر يعود إلى قدرة الصور والرسوم في جذب الانتباه إلى المعلومات وإبرازها مما يؤثر في عملية الإدراك لدى المتلقين. وأن الأفراد يتذكرون النصوص المصاحبة للصور والتذكر هو أحد العمليات المعرفية التي تأتي بعد الإدراك، فضلا عن أن الصور تتمتع بخاصية مخاطبة حاسة البصر (لغة بصرية) وهي الحاسة التي يكتسب منها الإنسان معلوماته.
٦. دوافع اعتماد المبجوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات، حيث جاءت في المرتبة الأولى (الثقة فيما تقدمه من معلومات وأخبار) وفي المرتبة الثانية (المتابعة المستمرة للحدث)، ويؤشر لنا ذلك أهمية وإمكانية استخدام الصورة الصحفية وتقديم المعلومات والموضوعات المتنوعة التي يبحث عنها المبجوثين لما يملكه هذا الفن الصحفي الحديث إلى حد ما من تأثير في سهولة تلقي وإدراك المعلومات ولسهولة مشاركتها مع الآخرين.

#### ثانيا: الاستنتاجات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة في الجانب الميداني، يمكن استخلاص المؤشرات الآتية:

١. تساعد الصورة الصحفية في ترتيب الرؤى والأفكار في الذاكرة بطرق معينة، إذ تساعد في تحليل المعلومات المقدمة مما يسهل على المتلقي استرجاع وتذكر المعلومات، إذ إن الذاكرة الإنسانية هي ذاكرة بصرية بالدرجة الأولى.
٢. إمكانية تعزيز التقارير والموضوعات بالصورة الصحفية لما لها القدرة على تنمية وتحسين الإدراك لدى المتلقي (الأفراد)، إذ تحفز الصورة الصحفية التحليل والتفكير لديهم، لذا يفضل الأفراد أن تعزيز التقارير والسرد الإخباري بالصورة الصحفية لها نظام بصري متكامل.

٣. إن نجاح الصورة الصحفية في إيصال الرسالة الاتصالية (الفكرة) وإدراك الأفراد للمعلومات يرجع إلى توظيف أطر دلالية مشتركة بين المرسل والمتلقي.
٤. تقوم الصورة الصحفية بتنظيم الصورة الذهنية للفرد عبر ترتيبها وتنسيق مكوناتها وربط بعض المعلومات ببعضها الآخر مما يرسم صورة متكاملة وواضحة تحسن من إدراك الفرد لفكرة الصورة الصحفية.
٥. ركزت الصورة الصحفية في تقديم الحقائق لمخاطبة العقل مع خلق تأثير نفسي عبر استخدام وتوظيف الألوان والأشكال والرموز الملائمة لطبيعة الموضوع إذ وظفت في الصورة الصحفية الاستمالات العقلية والعاطفية (تأثيرات معرفية وزيادة في المعلومات) للتأثير في الأفراد (المستخدمين).
٦. تعد الصورة الصحفية فعالة اتصاليا لما تملكه من دور في الاتصال المرئي إذ يدرك العقل البشري المعلومات البصرية أسرع من المعلومات المنطوقة والمكتوبة.
٧. يتأثر الإدراك بمجموعة من العوامل والصفات الإدراكية منها ما يتعلق بذاتية الفرد ومنها ما يتعلق بصفة المثير (العنصر المدرك)، غير أن الإدراك يتباين من فرد إلى آخر، وأحيانا يتباين لدى الفرد الواحد وفقا للحالة النفسية والمزاجية.

### المصادر والمراجع

١. حسنين شفيق (٢٠١٥م). صحافة وإعلام الهاتف المحمول. القاهرة، دار الفكر والفن.
٢. حميدة مخلوف (٢٠٠٤م). سلطة الصورة. تونس، دار سحر للنشر والتوزيع.
٣. حنين سعد سلمان، (٢٠١٩م). توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية. دراسة تحليل لموقع العربية نت. تكريت، جامعة تكريت كلية الآداب قسم الصحافة، رسالة ماجستير منشورة.
٤. د. سعيد الغريب النجار، (٢٠٠٩م)، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، ط٢، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
٥. د. طارق بهاء الدين، (٢٠٠٩م). التصوير الرقمي: الحقائق والسياسيات، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة – الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي.
٦. دنيا لاريا منتصر مرعي (٢٠١٧م). دليل صحافة الهاتف المحمول، معهد الجزيرة للإعلام.
٧. رافع النصر الزغول (٢٠٠٣م). علم النفس المعرفي، عمان، دار الشروق.
٨. زيدان، خلف خمائل، ومريت الفيصل، عبد الأمير (٢٠٢٠م). دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المحققة منها. مجلة بحوث الشرق الأوسط.
٩. سعد سلمان المشهداني (٢٠١٤م). الصحافة العربية والدولية المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات. العين، دار الكتاب الجامعي.
١٠. سناء يوسف محمد شاهين (٢٠١٨م). صحافة المحمول وانعكاسها على الممارسة الإعلامية دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا- كلية علوم الاتصال- قسم الصحافة والنشر.
١١. شاكر عبد الحميد (٢٠٠٥م). عصر الصورة، السلبيات والإيجابيات. الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، سلسلة عالم المعرفة.
١٢. شوقي ناجي جواد (٢٠٠٠م). السلوك التنظيمي دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
١٣. عبد الحميد صلاح (٢٠١٤م). الإعلام وثقافة الصورة. القاهرة مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
١٤. فائق جباعي محمد خميسة (٢٠٢٢م). صحافة الموبايل ٢٠، دليل معهد الجزيرة للإعلام.

١٥. محمد خليل الرفاعي (٢٠٢٠م). فن التصوير الصحفي، الجمهورية العربية السورية، منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
١٦. مصطفى وجيه حسين، (٢٠٢٢م). توظيف الصورة الصحفية في المواقع الإخبارية الإماراتية، (دراسة تحليلية) – جامعة بغداد / كلية الإعلام.
١٧. ندى الساعي (٢٠٢٠م). وسائل الاتصال الالكترونية، الجمهورية العربية السورية، منشورات الجامعة السورية.