

تأثير شكل الصورة الصحفية ومضمونها في الصحافة اليومية الأردنية على المتلقي  
(دراسة مسحية على الأكاديميين في كليات الاعلام والفنون في الجامعات الأردنية)

**The Impact of the form of Journalistic Photograph and its Content in**

**Jordanian Daily Newspapers on Receiver**

**(a Survey Study on the Academics at the Media and Arts colleges in**

**Jordanian Universities)**

أ.د/ عاطف محمد نجيب المطيعي

أستاذ متفرغ بقسم الفوتوغرافيا والسينما والتلفزيون- جامعة حلوان

**Prof. Atif Muhammad Najeeb Al-Muta'i**

**Professor, Department of Photography, Film and Television - Helwan University**

[Atif\\_moteaav@a-arts.helwan.edu.eg](mailto:Atif_moteaav@a-arts.helwan.edu.eg)

م.د/ نرمين سيد حنفي محمود قاسم

مدرس الإعلام بكلية البنات للآداب والعلوم والتربية – جامعة عين شمس

**Dr. Narmin Sayed Hanafi Mahmoud Qassem**

**Assistant Professor in Mass Communication & Media Studies Faculty of Women for**

**Arts, Science & Education- Ain Shams University**

[Nermeen.kassem@women.asu.edu.eg](mailto:Nermeen.kassem@women.asu.edu.eg)

الباحث/ يحيى أحمد محمد بني عامر

الدارس بقسم الفوتوغرافيا والسينما والتلفزيون – جامعة حلوان

**Researcher. Yahia Bani Amer**

**Student at the Department of Photography, Film and Television - Helwan University**

[yahviabreak@yahoo.com](mailto:yahviabreak@yahoo.com)

### المخلص:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى تأثير شكل الصورة الصحفية ومضمونها في الصحافة اليومية الأردنية الاربعة ( الرأي، الدستور، الغد، العرب اليوم) على المتلقي، ومن خلال المنهج المسحي الذي اعتمدته هذه الدراسة استخدم الباحث اداة الاستبيان على عينة الدراسة الممثلة بالأكاديميين في كليات الاعلام والفنون في الجامعات الأردنية، والبالغ عددهم ٢٦٠ مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى ان شكل الصورة الصحفية قد اثرت من الناحية الوجدانية والمعرفية والسلوكية بدرجة مرتفعة على المتلقي، وجاءت التأثيرات الوجدانية لشكل الصورة بدرجة مرتفعة على المتلقي واحتلت المرتبة الاولى بينما جاءت التأثيرات المعرفية لشكل الصورة بالمرتبة الثانية وبدرجة مرتفعة في حين احتلت التأثيرات السلوكية لشكل الصورة المرتبة الثالثة وبدرجة متوسطة.

كما اظهرت النتائج تأثير مضمون الصورة الصحفية من حيث التأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية بدرجة متوسطة على المتلقي، وقد حصلت التأثيرات الوجدانية على الاولى، والتأثيرات المعرفية بالمرتبة الثانية، اما التأثيرات السلوكية بالمرتبة الثالثة والاخيرة.

### الكلمات المفتاحية:

الصورة الصحفية، الصحافة الأردنية، التأثير، المتلقي

**Abstract:**

This study aimed to identify the impact of the form and content of the journalistic photograph in the four Jordanian daily press (Al-Rai, Al-Dustour, Al-Ghad, Al-Arab Al-Youm) on the receiver.

Through the survey method adopted by this study, the researcher used the questionnaire on the study sample represented by academics in media colleges and arts in the Jordanian universities, the total of the sample is 260 respondents.

The study concluded that the form of the journalistic photograph had a high emotional, cognitive, and behavioral impact on the receiver. The emotional effects of the photograph form came to a high degree on the receiver and ranked first, while the cognitive effects of the photograph form ranked second and to a high degree, whereas the behavioral effects of the journalistic photograph form ranked third, and to a medium degree.

The results also showed the impact of the content of the journalistic photograph in terms of emotional, cognitive and behavioral effects to a medium degree on the receiver, and the emotional effects got the first, and the cognitive effects ranked second, while the behavioral effects ranked third and the last.

**Keywords:**

journalistic photograph, Jordanian Press, Impact, Receiver

**المقدمة :**

تلعب الصورة الصحفية دورا مهما في نقل الاحداث والقضايا في مختلف المجالات التي تهتم الجمهور، ويتفاوت تفاعل الجمهور وتباين آراءه حول فاعلية الصور من حيث شكلها ومضمونها، وتعتبر الصورة من اهم سمات يومنا الحاضر اننا نعيش عصر الصورة، مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون إحدى أهم أدوات عالمنا المعرفية والثقافية والإعلامية، وكونها اللغة الاولى في مخاطبة والتأثير على المتلقي، والصورة ليست أمراً مستجداً في التاريخ الإنساني، وإنما تحولت من الهامش إلى المركز، لتأخذ موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الإعلامية.

وللصورة الصحفية في يومنا الحاضر شأن مهم جدا في هذا الجانب، فمن خلالها تنعكس هذه التأثيرات النفسية على نفسية القارئ وحالته لهذا يقتضي فهم الحالة بكل جوانبها وأدواتها وأثرها على التربية وعلى نفسية القارئ سواء كان ذكرا أو أنثى في مجتمعاتنا سواء العربية ام الغربية، كما وتعتبر الصورة الصحفية واحدة من أهم عناصر التأثير المباشر في حاسة البصر التي تخاطب القارئ من خلال الدماغ مباشرة لتتجاوز حدود الانسان بالزمان والمكان، ولتجعل من القارئ المثقف وغير المثقف مدهوشا<sup>١</sup>

وتأتي هذه الدراسة للتعرف على الدور والتأثير الذي تلعبه الصورة الصحفية شكلا ومضمونا في الصحف اليومية الاردنية على المتلقي.

**مشكلة الدراسة:**

لطالما خلقت الصورة الصحفية جدلا ونقاشا واسعا بين المتلقين حول الدور الذي تلعبه في مدى تأثيرها على افكار ومشاعر المتلقين ويأتي مرد ذلك الجدال الى ما احدثته تلك الصور في كثير من المناسبات والوقائع والاحداث من ردود افعال متباينة حولها. ولذا جاءت هذه الدراسة للتعرف الى التأثير الذي تحدثه الصورة الصحفية لدى المتلقي.

**اهمية الدراسة:**

تلعب الصورة الصحفية دورا هاما في تشكيل التصورات والآراء والاتجاهات لدى القراء والمتابعين للصحف حول مختلف القضايا والموضوعات التي توثقها وتصورها. ومما لا شك فيه ان الصورة الفوتوغرافية اصبحت شكلا رئيسا من الاشكال الصحفية التي تعتمد عليها الصحف وتركز على نشرها بكثافة لما لها من قيمة من حيث مضامينها التي تغني الموضوعات الصحفية، الامر الذي جعل المتلقي يعتمد على الصورة الصحفية في اقبال المعلومات وتغطية الاحداث المهمة. تكمن اهمية الصورة في انها من العناصر البصرية المؤثرة على المتلقي من حيث مضامينها او الاشكال المتعددة التي تنشرها الصحف وطرق عرضها وابرازها واحجامها المختلفة ومواقع نشرها بحيث تشكل هذه الاساليب المتنوعة في نشر تلك الصور أداة مؤثرة في عقل ونفس المتلقي.

**اهداف الدراسة:**

تسعى الدراسة للتعرف إلى الهدف الرئيس التالي: تأثير الصورة الصحفية في الصحف اليومية الأردنية على المتلقي. كما تسعى للتعرف إلى الأهداف الفرعية التالية:

- 1- مدى تأثير شكل الصورة الصحفية على وجدان المتلقي.
- 2- مدى تأثير شكل الصورة الصحفية على معرفة المتلقي.
- 3- مدى تأثير شكل الصورة الصحفية على سلوكيات المتلقي.
- 4- مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية على وجدان المتلقي.
- 5- مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية على معرفة المتلقي.
- 6- مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية على سلوكيات المتلقي.

**تساؤلات الدراسة:**

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما مدى تأثير الصورة الصحفية في الصحف اليومية الأردنية على المتلقي؟ كما تسعى للإجابة عن التساؤلات الثانوية التالية:

- 1- ما مدى تأثير شكل الصورة الصحفية على وجدان المتلقي؟
- 2- ما مدى تأثير شكل الصورة الصحفية على معرفة المتلقي؟
- 3- ما مدى تأثير شكل الصورة الصحفية على سلوكيات المتلقي؟
- 4- ما مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية على وجدان المتلقي؟
- 5- ما مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية على معرفة المتلقي؟
- 6- ما مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية على سلوكيات المتلقي؟

**منهج الدراسة ونوعها:**

استخدمت الدراسة منهج المسح الميداني منهجا علميا لها وهي تتبع الدراسات الوصفية كنوع.

**أداة الدراسة:**

استخدم الباحث الاستبيان كأداة علمية في الدراسة، وقد قام الباحث ببناء استبيان للحصول على آراء أفراد عينة الدراسة، بهدف تحقيق أهداف الدراسة بالكشف عن تأثير الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على القارئ، وتكونت الاستبانة من جزأين، على النحو الآتي:

**الجزء الأول:** اشتمل على: (١) المعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، والمؤهل العلمي)، و (٢) مدة متابعة الصحف اليومية الأردنية، و (٣) أكثر صحيفة يومية يتابعها المستجيب.

الجزء الثاني: اشتمل على ثلاثة محاور، وهي:

أ- المحور الأول: أوجه الاختلاف والاتفاق في شكل ومضمون الصورة الصحفية في الصحف اليومية الأردنية، واشتمل على (٢٠) فقرة.

ب- المحور الثاني: تأثير شكل الصورة الصحفية على القارئ، واشتمل على (١٨) فقرة موزعة إلى ثلاث مجالات، وهي: التأثيرات المعرفية، وتضمنت (٧) فقرات، والتأثيرات الوجدانية، وتضمنت (٧) فقرات، وتأثيرات سلوكية، وتضمنت (٤) فقرات.

ج- المحور الثالث: تأثير مضمون الصورة الصحفية على القارئ، واشتمل (٢٠) فقرة، موزعة إلى ثلاثة مجالات، وهي: التأثيرات المعرفية وتضمنت (٨) فقرات، والتأثيرات الوجدانية وتضمنت (٥) فقرات، وتأثيرات سلوكية وتضمنت (٧) فقرات.

#### مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع هذه الدراسة من الأكاديميين في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة والمتابعين للصحف اليومية الأردنية عينة الدراسة وهي (الرأي، الدستور، الغد، العرب اليوم).

#### عينة الدراسة:

اختار الباحث العينة العمدية (القصدية) لدراسته والمكونة من الأكاديميين في مختلف كليات الفنون والإعلام في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة والبالغ عددهم ٣٩٨ أكاديميا، وقد تواصل الباحث مع جميع أفراد العينة سواء أكان وجهيا أو عبر البريد الإلكتروني لتعبئة الاستبيان، وقد استجاب من مجموع العينة ٢٧٠ فردا. حيث تم استرداد (٢٧٠) استبانة، وبلغ عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي (٢٦٠) استبانة، والجدول (١) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغيري الجنس والمؤهل العلمي.

#### جدول (١) توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي)

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	١٠٨	٤١,٥%
	أنثى	١٥٢	٥٨,٥%
	المجموع	٢٦٠	١٠٠%
المؤهل العلمي	بكالوريوس	٦٩	٢٦,٥%
	ماجستير	٩١	٣٥%
	دكتوراه	١٠٠	٣٨,٥%
	المجموع	٢٦٠	١٠٠%

يتبين من الجدول (١) ما يلي:

- أن التكرارات والنسبة المئوية لأفراد عينة الدراسة لمتغير الجنس، حيث تبين أن فئة "الإناث" جاءت بأعلى تكرار (١٥٢) وبنسبة مئوية بلغت (٥٨,٥%)، بينما جاءت فئة "الذكور" بأقل تكرار (١٠٨) وبنسبة مئوية بلغت (٤١,٥%).
- وتبين أن التكرارات والنسبة المئوية لأفراد عينة الدراسة لمتغير المؤهل العلمي حيث تبين أن المؤهل "دكتوراه" جاء بأعلى تكرار (١٠٠) وبنسبة مئوية بلغت (٣٨,٥%)، تلاه المؤهل "بكالوريوس" بتكرار (٦٩) وبنسبة مئوية (٢٦,٥%)، بينما جاء المؤهل "ماجستير" بأقل تكرار (٩١) وبنسبة مئوية بلغت (٣٥%).

## صدق الاستبيان

يهدف التأكد من صدق المحتوى لأداة الدراسة (الاستبانة) بصورتها الأولية، ملحق (١)، تمّ عرضها على (١٠) محكمين من ذوي الخبرة والكفاءة في مجال الإعلام، ملحق (٢)، وذلك بغرض الحكم على درجة سلامة الصياغة اللغوية للفقرات ووضوحها، ومدى مناسبتها لقياس ما وضعت من أجله، ومدى انتماء كل فقرة للمحور أو المجال الذي تنتمي إليه، بالإضافة إلى أي إجراء يلزم من حذف أو تعديل أو إضافة على فقرات الاستبانة أو اقتراحات يرونها مناسبة، وتمّ الأخذ بملاحظات المحكمين ومقترحاتهم وتعديل فقرات الاستبانة بناءً على إجماع غالبية المحكمين للوصول إلى الاستبانة بصورتها النهائية، ملحق (٣).

## ثبات الاستبانة

يهدف التأكد من ثبات استبانة الدراسة، تمّ تطبيقها على عينة استطلاعية مكونة من (٥٠) فرداً من خارج عينة الدراسة ومن مجتمع الدراسة، وتم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's alpha) لجميع محاور الدراسة، جدول (٢) يوضح ذلك.

جدول (٢) نتائج كرونباخ ألفا (Cronbach's alpha) للكشف عن معاملات الاتساق الداخلي لمحاور الدراسة

المحور	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا		
		الغد	الرأي	الدستور
أوجه الاختلاف والاتفاق في شكل ومضمون الصورة الصحفية	٢٠	٠,٧٨	٠,٧٥	٠,٨١
تأثير شكل الصورة الصحفية	التأثيرات المعرفية	٧	٠,٧٧	٠,٩٢
	التأثيرات الوجدانية	٧	٠,٩٠	٠,٩٢
	تأثيرات سلوكية	٤	٠,٧٨	٠,٩١
	المجموع	١٨	٠,٧٩	٠,٨٤
تأثير مضمون الصورة الصحفية	التأثيرات المعرفية	٨	٠,٨٣	٠,٧٠
	التأثيرات الوجدانية	٥	٠,٨٨	٠,٧٢
	تأثيرات سلوكية	٧	٠,٨٥	٠,٧٥
	المجموع	٢٠	٠,٨٧	٠,٨٢

يتضح من الجدول (٢) أن معامل الاتساق "لأوجه الاختلاف والاتفاق في شكل ومضمون الصورة الصحفية في الصحيفة الغد" بلغ (٠,٧٨)، بينما بلغ معامل "لأوجه الاختلاف والاتفاق في شكل ومضمون الصورة الصحفية في الصحيفة الرأي" بلغ (٠,٧٥)، كما بلغ معامل الاتساق "لأوجه الاختلاف والاتفاق في شكل ومضمون الصورة الصحفية في الصحيفة الدستور" (٠,٧٦)، بينما بلغ معامل الاتساق "لأوجه الاختلاف والاتفاق في شكل ومضمون الصورة الصحفية في الصحيفة اليوم" (٠,٨١).

أما بالنسبة "للتأثيرات المعرفية على شكل الصورة لصحيفة الغد" معامل الاتساق بلغ (٠,٧٧)، بينما بلغ معامل "التأثيرات المعرفية في شكل الصورة الصحفية للصحيفتين الرأي والدستور" بلغ (٠,٩٢)، كما بلغ معامل الاتساق "للتأثيرات المعرفية

في شكل لصحيفة العرب اليوم" (٠,٩٤)، أما بالنسبة " للتأثيرات الوجدانية على شكل الصورة لصحيفة الغد" معامل الاتساق بلغ (٠,٩٠)، بينما بلغ معامل "التأثيرات الوجدانية في شكل الصورة الصحفية للصحيفة الرأي" بلغ (٠,٩٤)، كما بلغ معامل الاتساق "للتأثيرات الوجدانية في شكل لصحيفتين الدستور والعرب اليوم" (٠,٩٢)، بينما بلغ معامل الاتساق "للتأثيرات سلوكية على شكل الصورة الصحفية على شكل الصورة لصحيفة الغد" معامل الاتساق بلغ (٠,٧٨)، بينما بلغ معامل "تأثيرات سلوكية في شكل الصورة الصحفية للصحيفتين الرأي والعرب اليوم" بلغ (٠,٩١)، كما بلغ معامل الاتساق "للتأثيرات سلوكية في شكل لصحيفة الدستور" (٠,٩٠).

أما بالنسبة " للتأثيرات المعرفية على مضمون الصورة لصحيفة الغد" معامل الاتساق بلغ (٠,٨٣)، بينما بلغ معامل "التأثيرات المعرفية في مضمون الصورة الصحفية للصحيفة الرأي" بلغ (٠,٨٢)، وبلغ معامل الاتساق "للتأثيرات المعرفية في مضمون لصحيفة الدستور" (٠,٧٠)، كما بلغ معامل الاتساق "للتأثيرات المعرفية في مضمون لصحيفة العرب اليوم" (٠,٨٠).

أما بالنسبة " للتأثيرات الوجدانية على مضمون الصورة لصحيفة الغد" معامل الاتساق بلغ (٠,٨٨)، بينما بلغ معامل "التأثيرات الوجدانية في مضمون الصورة الصحفية للصحيفة الرأي" بلغ (٠,٨١)، وبلغ معامل الاتساق "للتأثيرات الوجدانية في مضمون لصحيفة الدستور" (٠,٧٢)، كما بلغ معامل الاتساق "للتأثيرات الوجدانية في مضمون لصحيفة العرب اليوم" (٠,٧٩).

أما بالنسبة "تأثيرات سلوكية على مضمون الصورة لصحيفة الغد" معامل الاتساق بلغ (٠,٨٥)، بينما بلغ معامل "تأثيرات سلوكية في مضمون الصورة الصحفية للصحيفة الرأي" بلغ (٠,٨٠)، وبلغ معامل الاتساق "تأثيرات سلوكية في مضمون لصحيفة الدستور" (٠,٧١)، كما بلغ معامل الاتساق "تأثيرات سلوكية في مضمون لصحيفة العرب اليوم" (٠,٧٥).

### تصحيح الاستبانة

تكوّنت الاستبانة بصورتها النهائية من (٥٨) فقرة، حيث تم استخدام معيار ليكرت للتدرج الخماسي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء بدرجة كبيرة جدا (٥)، بدرجة كبيرة (٤) بدرجة متوسطة (٣)، بدرجة قليلة (٢)، وبدرجة قليلة جدا (١) درجة، وذلك بوضع إشارة (√) أمام الإجابة التي تعكس درجة موافقتهم، كما تمّ الاعتماد على التصنيف التالي للحكم على المتوسطات الحسابية (منخفض- متوسط - مرتفع) كالتالي:

(أعلى قيمة - أقل قيمة) / ٣ وتساوي: (٥-١) / ٣ = ١,٣٣ طول الفئة.

- ١,٣٣ - ٢,٣٣ منخفضة. من ٢,٣٤ إلى ٣,٦٦ متوسطة. ٣,٦٧ - ٥ مرتفعة.

### الإطار النظري:

تمتاز الصورة الصحفية بانها تنقل رسالة تتميز بقدرة إقناعية عالية، لأنها من أصدق الأدوات التي تستخدمها الصحف والمجلات، ويمكن هذا التأثير القوي للصورة من خلال اعتبار الرؤية أقوى الحواس البشرية التي تزود الفرد بما يصل إلى ٨٠% من المعارف التي يتحصل عليها بينما تتشارك الحواس الأخرى في النسبة المتبقية، فضلا عن كون الصورة أكثر قدرة على ترجمة المشاعر والأحاسيس، وملامسة العواطف والمشاعر والأفكار، والاستحواذ على الانتباه. كما وانها تنفرد بالعديد من المزايا التي تستطيع من خلالها الإقناع، والاستثارة، والاندهاش، وسهولة الاستيعاب بشكل فوري وسريع من قبل أي فرد، فالصورة يمكن أن تتحدث عن نفسها، كما تمتلك أهمية الصورة الصحفية بقدره ترتبط بالتفكير بالصورة وهذا ما يسمى بالتفكير البصري، والذي يعرف بانه "محاولة لفهم العالم من خلال الشكل والصورة، كما أنه يعد عملية معرفية تنشط وكأن المرء يمتلك صور ذهنية مماثلة للمشهد الخاص الموجود في العالم الواقعي، ولا يتوقف تأثير الصورة على إثارة

الإهتمام بموضوعاتها، وإنما تعمل بفاعلية على توحيد ردود الفعل بدرجة عالية، بسبب محدودية إطارها المعرفي وتركيزها الشديد على الدفع بمضمون واضح ومركز<sup>٢</sup>.

وللصورة الصحفية في عصرنا دورا هاما في أبرز وسائل الاتصال والتفاهم والتأثير فهي أيضا ذات قدرة هائلة في توجيه السلوكيات والتحكم في الاتجاهات وتشكيل التصورات لدى المتلقي، كما وأصبحت تتلاعب بالعقول بفضل توغلها في ذهنية المتلقي وسلطانها في الإقناع والبلاغة، وهي في الغالب تكون سندا قويا للتعليق بل أحيانا يتجاوزه ويستقر مضمونها في العقل الباطن للمتلقي؛

وفي ظل الثورة التكنولوجية والاعلام الالكتروني الجديد لم تعد عملية نقل الإخبار عن أحداث ووقائع بإشباع حاجات الناس وفضولهم في الحصول على المعرفة فحسب، بل أصبحت وسيلة أيديولوجية تسعى إلى قولبة عقول الأفراد وتحديد منحى سلوكياتهم وانفعالاتهم اتجاه مواضيع معينة، فالإنسان يتفاعل مع أحداث الحياة ومستجداتها من خلال التفكير العقلي القائم على المنطق والاستنتاج، إلى جانب المشاعر والأحاسيس التي تحركها العاطفة والميول والرغبات.

أما عن الصورة الصحفية كأحد أهم آليات الإعلام والاتصال الإعلامي، يرى الباحث مارتن هاند Martin Hand أن الصورة المرئية غالبًا ما يتم فهمها على أنها وسائط اتصال إضافية تكمل النص المكتوب أو المنطوق - لذا تساعد المشاهد على فهم الرسالة بشكل أسرع، إلا أن الصور المرئية تخلق معنى من تلقاء نفسها وغالبا ما تتضمن معاني متعددة<sup>٣</sup>، كما أن الصورة الصحفية تؤثر في جوانب متعددة من السلوك الإنساني والسياسي والاجتماعي والأخلاقي والتعليمي، إذ أصبحت تلعب دورا أساسيا في تكوين المواقف وتشكيل الرأي العام، حتى أنها تؤثر في الطريقة التي يدرك بها الإنسان الأمور، والطريقة التي يفكرون بها والطريقة التي تنعكس على تصرفاتهم اتجاه محيطهم وعالمهم، ويرتكز تأثير وسائل الإعلام خصوصا في الجانب المعرفي لدى الفرد أو الجماعة أكثر من تأثيرها في أي جانب آخر، وذلك عن طريق تزويده بمعلومات جديدة وتعديل الصور الذهنية التي يمتلكها ونقل الثقافات إليه<sup>٤</sup>.

كما وتلعب الصورة الصحفية دورا في توجيه سلوك المتلقي والتأثير على ذوقه وعقله؛ حيث يمكن للصور أن تساهم في تغيير المواقف بمرور الوقت من خلال زيادة الوعي حول قضية ما وتحويل الرأي العام، مثل الصور الصحفية لحرب فيتنام التي أدت إلى حركات مناهضة للحرب استمرت ١٠ سنوات قبل انتهاء الحرب. وهناك أيضًا صور أعطت تأثيرا فوريا مثل صورة الطفل السوري ألان كردي الغارق على أحد السواحل التركية في عام ٢٠١٥، إذا ان هذا الطفل الصغير الغارق على الشاطئ غير الكثير من المواقف تجاه اللاجئين بين عشية وضحاها على الصعيدين المحلي والعالمي. أي أنه يمكن للصور أن تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر، أو بشكل بطيء أو فوري<sup>٥</sup>.

### الصورة ونظرية التأثير الإعلامي:

تفيد نظرية التأثير الإعلامي على الجمهور بأن وسائل الإعلام (متضمنة الصورة الصحفية) تؤثر على المتلقي وبشكل متعدد؛ في بناء وتوصيل وتشكيل الأفكار والمعلومات لصناعة سلوك معين، والتأثير هو ذلك التغيير الذي يحدث في سلوك الإنسان نتيجة بعض المعلومات التي يستقبلها وتؤثر على مخزونه المعرفي وتدفعه للقيام بتصرف مغاير للعمل الذي اعتاد عليه. وقد يكون هذه التأثير قوي وسريع يمس السلوكيات ولا يمس الأفكار والاتجاهات، أو تأثير معتدل وبطيء وقد يمس الانفعالات والسلوكيات ولا يمس القيم والأفكار والاتجاهات الأساسية، أو يكون تأثير ضعيف وغير ملحوظ ولكنه قد يصبح ملحوظا من خلال التراكم والتكرار، أو قد يكون تأثير عميق ومستدام على المتلقي<sup>٦</sup>.

ومن الامثلة على ذلك خلال فترة الكساد الكبير في الثلاثينيات، أنشأ الرئيس "فرانكلين روزويلت" إدارة أمن المزارع (FSA). كان الهدف هو محاربة الفقر الريفي في الولايات المتحدة، وكانت "Dorothea Lange" واحدة من المصورين الذين وظفتهم لتصوير الظروف السيئة في المناطق الريفية والتي التقطت أشهر صورها "الأم المهاجرة" في معسكر جامعي

البازلاء في كاليفورنيا عام ١٩٣٦؛ وكانت صورة لسيده اسمها "فلورنس طومسون"، وهي أم لسبعة أطفال، وأصبحت الصورة الرمزية للكساد في ذلك الوقت. طُبعت الصورة في العديد من المجلات والصحف وعرضت في صالات العرض، وقد أعطت الصور الخاصة لفلورنس طومسون تأثيرات فورية وملموسة على المتلقي؛ لتحديث ثورة مساعدات نتج عنها تدفقت الأموال من هيئات الإغاثة وعشرين ألف جنيه من المواد الغذائية أنقذت ٢٥٠٠ شخص من المجاعة والمعاناة، كما أقامت الحكومة مخيمات في المنطقة لتوفير السكن والمرافق الصحية للمهاجرين المنهكين<sup>١١</sup>.

### المدخل النفسي لتأثير وسائل الإعلام:

ينطلق هذا المدخل من دراسة الظواهر التي تنتجها تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد والتي تترجم إلى نماذج إدراكية ومواقف (سلوكيات)، حيث لا يوجد سلوك بدون دافع، فالمرسل له دافع مما يجعله ينتقى أفضل الرسائل لتحقيق هدفه، وأيضا للمتلقى دافع أيضا من تلقي الرسالة فهو يستجيب الاستجابة المناسبة لطبيعة الشحنة الانفعالية التي حققتها الرسالة المرسله اليه، وكما وتعامل خبراء علم النفس الاجتماعي مع ذلك المبدأ (منبه - استجابة) تحت ما يسمى "النموذج المعرفي"، وهو النموذج الذي يدرس تأثيرات الاتصال على الأفراد خاصة (المتلقي) وتكون:

- الكيفية التي يتلقى بها الفرد الرسائل الإعلامية ، وهل يختلف التلقي باختلاف طبيعة تكوين الرسالة وشكلها؟
  - الطريقة التي يتكون بها الفعل من خلال الصور التي تقدمها وسائل الإعلام.
  - الكيفية التي تتغير بها المواقف والسلوك أثناء التعرض لمضامين وسائل الإعلام أو بعده.
  - طبيعة الحاجات التي تلبها مضامين وسائل الإعلام لدى الفرد المتلقي.
  - نواحي الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام من خلال الصورة الصحفية<sup>١٢</sup>.
- يرصد "ميلفين ديفيلير وساندر روكيتش" مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد المتلقين على وسائل الإعلام والصور الصحفية من خلال ثلاث فئات أساسية هي: الآثار المعرفية والآثار الوجدانية والآثار السلوكية.

### التأثيرات المعرفية:-

تلعب الصورة الصحفية العديد من الأدوار ومنها الوظيفة الإخبارية حيث تساعد الصورة الإخبارية في إعطاء تفاصيل أكثر دقة عن الحدث الواقع، كما وتساهم في إقناع المتلقي الذي أصبح من الصعب إقناعه بصحة الخبر مهما كان مؤثرا بمجرد إدراج تفاصيل عنه دون نشر صورة واضحة مرافقة له؛ ويمكن للصورة ان تصور ما يحدث في العالم وتجعل المتلقي أكثر وعيا ويمكن أن يرى شيئا من شأنه تغيير مواقفه، قال "كورنيل كايا" (١٩٧٢) إن الصورة الصحفية يمكن أن "توفر مرآة غير مشوهة لأفعال الإنسان، وبالتالي زيادة الوعي البشري وإيقاظ الضمير"؛<sup>١٣</sup> ومن الممكن تلخيص التأثيرات المعرفية للإعلام وأيضا للصورة الصحفية كجزء من الإعلام فيما يلي: **الغموض**: وهو عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص في المعلومات، أو معلومات بها صراع وتناقض، **تكوين الاتجاهات**: استخدام معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، **ترتيب الأولويات**: تلعب وسائل الإعلام دورا مهم في ترتيب أولويات الجمهور المتلقي الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات الملحة، **توسيع المعتقدات**: تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها المتلقي، لأنهم يتعلمون من أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام، **القيم**: هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما يرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل: الأمانة – الحرية – المساواة – التسامح<sup>١٤</sup>.



**التأثيرات الوجدانية:**

للصورة الصحفية وظيفة سيكولوجية تؤثر على نفسية المتلقي بشكل كبير، فهي تعمل على لفت انتباه المتلقي والاستحواذ عليه من خلال إثارة اهتمامه حول القضية التي تتناولها الصورة إذ ترتبط ارتباطاً وثيقاً بسيكولوجيته مستجيبة لبعض متطلباته العقلية والنفسية، كما تساعد الصورة الصحفية في إعطاء المتلقي شعوراً بأنه يشترك بالحدث الذي تنقله، فهي تعبر عن عواطف ومشاعر الناس المختلفة من فرح وحزن وخوف وغضب كما توضح ردود أفعال ومشاعر المشتركين بالحدث، وقد تثير بعض الصور عاطفة المتلقي وتجعله يسترجع ذكرياته<sup>١</sup> يقول ستيوارت فرانكلين في كتابه " The Documentary Impulse" ، "إن ممارسة التصوير (والصحافة) باحترام له القدرة على تثقيفنا جميعاً نحو فهم أكبر للآخرين والتعاطف معهم"<sup>١</sup>:

تلعب وسائل الإعلام والصور الصحفية دوراً كبيراً في التأثير الوجداني والعاطفي من خلال هذه التأثيرات، **الفتور العاطفي:** ويشير هذا النوع من التأثير إلى احتمالية حدوث نوع من الفتور العاطفي نتيجة التعرض المفرط لموضوعات ومشاهد العنف في المحتوى الإعلامي مما قد ينتج عنه نوع من الفتور وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين<sup>٢</sup>، **الخوف والقلق:** حيث أن تعرض الأفراد لما تقدمه وسائل الإعلام من مواد تثير الخوف والرعب ومشاعر القلق تنعكس على المتلقين نتيجة الخوف من الوقوع كضحايا لأعمال مماثلة لما يشاهدونه من أحداث، **الدعم المعنوي:** ويحدث هذا التأثير نتيجة الرسائل الإعلامية والمعلومات ذات التأثير المباشر على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق لديهم<sup>٢</sup>:

**التأثيرات السلوكية:**

توضح الأمثلة الملموسة كيف يمكن للصور الفوتوغرافية والصحفية أن تؤدي إلى تغيير مباشر أو غير مباشر من خلال التأثير وإلهام الأشخاص الذين يرون الصور ويتأثرون فيها<sup>١</sup> من أهم التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام الفعل أو فقدان الرغبة في هذا الفعل، وهذان التأثيران هما نتيجة مباشرة للتأثيرات المعرفية والوجدانية. **تنقسم التأثيرات السلوكية بحسب نموذج الاعتماد إلى:** **التنشيط:** وهو قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية وقد يكون التنشيط عمل مفيد اجتماعياً كما في الإقلاع عن التدخين، المشاركة السياسية، أو ضار اجتماعياً كما في محاكاة السلوكيات السيئة كالعنف والجريمة، **الخمول:** هو تجنب القيام بالفعل وقد يحدث هذا التأثير نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها بما ينعكس على السلوك الشخصي للمتلقى مثل العزوف عن المشاركة السياسية، أو الابتعاد عن الأنشطة المجتمعية<sup>٢</sup>:

**نتائج الاستبيان:**

**السؤال الأول:** ما مدى تأثير شكل الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على المتلقي؟ وللإجابة عن أسئلة الدراسة، تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لمحاوَر مدى تأثير المتغيرات على شكل الصورة الصحفية بالصحف اليومية الرسمية والمستقلة ككل، ومن كل محور على حدة، كما مبين في الجداول التالية.

جدول رقم (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور مدى تأثير شكل الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على المتلقي

الرقم	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الرتبة
١	التأثيرات المعرفية	3.75	0.78	مرتفعة	٢
٢	التأثيرات الوجدانية	3.81	0.79	مرتفعة	١
٣	تأثيرات سلوكية	٣,٠٠	٠,٧٧	متوسطة	٣
	المحاور ككل	<b>3.61</b>	<b>0.59</b>	متوسطة	

يتبين من الجدول (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور مدى تأثير شكل الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على المتلقي، حيث جاء المحور رقم (٢) التي نصت على: "التأثيرات الوجدانية" بأعلى متوسط حسابي (٣,٨١) وانحراف معياري بلغ (٠,٧٩) وكانت الدرجة مرتفعة، تلاه المحور رقم (١) الذي نص على "التأثيرات المعرفية" بمتوسط حسابي (٣,٧٥) وانحراف معياري (٠,٧٩) وبدرجة مرتفعة، بينما جاء المحور رقم (٣) الذي نص على: "تأثيرات سلوكية" بأقل متوسط حسابي (3.00) وانحراف معياري بلغ (0.77) وكانت الدرجة متوسطة، وجاءت المحاور ككل بمتوسط حسابي (٣,٦١) وانحراف معياري (٠,٥٩) وكانت الدرجة متوسطة.

#### أولاً: التأثيرات المعرفية

جدول رقم (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات المعرفية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الرتبة
١	أدى استخدام الألوان في الصحف اليومية الأردنية إلى التعرف أكثر على تفاصيل الصورة الصحفية.	3.74	1.11	مرتفعة	٥
٢	ساهمت الصورة كبيرة الحجم بالتعرف على أهمية المادة الصحفية المرافقة.	4.03	1.10	مرتفعة	١
٣	موقع الصورة على الصفحة يجعلني أدرك مواقع المادة المهمة وغير المهمة في الصحيفة.	3.75	1.11	مرتفعة	٤
٤	ترتيب الصور على الصفحة يمكنني من معرفة السياسية التحريرية للصحيفة.	3.54	0.95	متوسطة	٧
٥	أضافت استخدامات الصحيفة المتنوعة للصور معرفة جديدة لي حول الأشكال الهندسية للصور (مستطيل مربع مفرغ دائري)	3.70	0.97	مرتفعة	٦
٦	التطور في الصور المنشورة في الصحف أضاف لي معرفة الخصائص الفنية للصورة (الزوايا، الإضاءة، جودة الصورة...)	3.78	1.04	مرتفعة	٣
٧	استخدام سلسلة من الصور الصحفية في الصحيفة أضاف لي معرفة أدق بتفاصيل الحدث.	3.80	0.94	مرتفعة	٢
	التأثيرات المعرفية ككل	<b>3.75</b>	<b>0.78</b>	مرتفعة	

يتبين من الجدول (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات المعرفية، حيث جاءت الفقرة رقم (٢) التي نصت على: "ساهمت الصورة كبيرة الحجم بالتعرف على أهمية المادة الصحفية المرافقة" بأعلى متوسط حسابي (٤,٠٣) وبانحراف معياري بلغ (١,١٠) وكانت الدرجة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (٤) التي نصت على: "ترتيب الصور على الصفحة يمكنني من معرفة السياسة التحريرية للصحيفة" بأقل متوسط حسابي (٣,٥٤) وبانحراف معياري بلغ (٠,٩٥) وكانت الدرجة متوسطة، وجاءت التأثيرات المعرفية ككل بمتوسط حسابي (٣,٧٥) وبانحراف معياري (٠,٧٨) وكانت الدرجة مرتفعة.

### ثانياً: التأثيرات الوجدانية

جدول رقم (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات الوجدانية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الرتبة
١	حققت لي الصور المنشورة بأشكال هندسية متنوعة (مفرغ، دائري، مستطيل) الشعور بالرضا النفسي عنها.	3.65	1.02	متوسطة	٤
٢	تضيف لي الاشكال الهندسية للصور المنشورة بالصحف الشعور بقيمتها الفنية والجمالية.	3.59	1.00	متوسطة	٦
٣	استخدام الصور كبيرة الحجم يجذبني بصريا.	4.25	0.95	مرتفعة	١
٤	استخدام الصور بأشكال هندسية غير تقليدية يحقق لي مصدر إلهام للإبداع.	3.60	0.92	متوسطة	٥
٥	الصور ذات الجودة العالية تحقق لي راحة بصرية ونفسية في مشاهدتها.	3.50	1.10	متوسطة	٧
٦	استخدام الصور الملونة في الصحف يحقق لي انتعاشا بصريا.	3.94	0.99	مرتفعة	٣
٧	حقق لي الصور الصحفية المنشورة ذات الأحجام الكبيرة الشعور بالقبول النفسي عن هذه الاستخدامات.	4.20	1.01	مرتفعة	٢
	<b>التأثيرات الوجدانية ككل</b>	<b>3.81</b>	<b>0.79</b>	<b>مرتفعة</b>	

يتبين من الجدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات الوجدانية، حيث جاءت الفقرة رقم (٣) التي نصت على: "استخدام الصور كبيرة الحجم يجذبني بصريا" بأعلى متوسط حسابي (٤,٢٥) وبانحراف معياري بلغ (٠,٩٥) وكانت الدرجة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (٥) التي نصت على: "الصور ذات الجودة العالية تحقق لي راحة بصرية ونفسية في مشاهدتها" بأقل متوسط حسابي (٣,٥٠) وبانحراف معياري بلغ (١,١٠) وكانت الدرجة متوسطة، وجاءت التأثيرات الوجدانية ككل بمتوسط حسابي (٣,٨١) وبانحراف معياري (٠,٧٩) وكانت الدرجة مرتفعة.

## ثالثاً: تأثيرات سلوكية

جدول رقم (٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تأثيرات سلوكية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الرتبة
١	تدفعني الصور المنشورة بمواقع مهمة من الصفحة إلى قراءة المادة الصحفية.	2.52	1.47	متوسطة	٤
٢	تدفعني الصور الملونة المنشورة إلى قراءة المادة الصحفية.	2.60	1.40	متوسطة	٣
٣	تدفعني أحجام الصور الكبيرة المنشورة إلى الرغبة في قراءة المادة الصحفية.	3.82	1.04	مرتفعة	١
٤	تمثل الصور المنشورة ذات الخصائص الفنية الإبداعية إلى إنجاز أفكار إبداعية أدبية كانت أم علمية.	3.07	1.25	متوسطة	٢
	تأثيرات سلوكية ككل	3.00	0.77	متوسطة	

يتبين من الجدول (٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تأثيرات سلوكية، حيث جاءت الفقرة رقم (٣) التي نصت على: "تدفعني أحجام الصور الكبيرة المنشورة إلى الرغبة في قراءة المادة الصحفية" بأعلى متوسط حسابي (٣,٨٢) وانحراف معياري بلغ (١,٠٤) وكانت الدرجة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (١) التي نصت على: "تدفعني الصور المنشورة بمواقع مهمة من الصفحة إلى قراءة المادة الصحفية" بأقل متوسط حسابي (٢,٥٢) وانحراف معياري بلغ (١,٤٧) وكانت الدرجة متوسطة، وجاءت تأثيرات سلوكية ككل بمتوسط حسابي (٣,٠٠) وانحراف معياري (٠,٧٧) وكانت الدرجة متوسطة.

نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين مجالات تأثير المتغيرات على تطور شكل الصورة الصحفية في الصحف اليومية الأردنية:

جدول (٩) نتائج اختبار التباين الأحادي للكشف عن الفروق في محور تأثير شكل الصورة الصحفية على المتلقي حسب مجالات التأثير

مستوى الدلالة	قيمة F	انحراف معياري	متوسط حسابي	تأثير المتغيرات على تطور شكل الصورة الصحفية
٠.000	86.998	0.78	3.75	التأثيرات المعرفية
		0.79	3.81	التأثيرات الوجدانية
		٠,٧٧	٣,٠٠	تأثيرات سلوكية

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0,05$ )

يظهر من الجدول (٩) وجود فروق دالة إحصائية للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لشكل الصورة الصحفية على القارئ، حيث بلغت قيمة F (٨٦,٩٩٨) وبدلالة إحصائية (٠,٠٠٠)، وجاءت الفروق لصالح "التأثيرات الوجدانية" بمتوسط حسابي (٣,٨١) وانحراف معياري (٠,٧٩) وكانت الدرجة مرتفعة، بينما بلغ المتوسط الحسابي للتأثيرات المعرفية على تطور شكل الصورة الصحفية (٣,٧٥) والتأثيرات السلوكية (٣,٠٠).

**نتائج السؤال الثالث: ما مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على المتلقي؟**  
وللإجابة عن أسئلة الدراسة، تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لمحاوَر مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على المتلقي، ومن كل محور على حدة، كما مبين في الجداول التالية.

**جدول رقم (١٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاوَر مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على المتلقي**

الرقم	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الرتبة
١	التأثيرات المعرفية	3.10	0.53	متوسطة	2
٢	التأثيرات الوجدانية	3.12	0.61	متوسطة	1
٣	تأثيرات سلوكية	٢,٧٩	٠,٣٧	متوسطة	٣
	المحاوَر ككل	٣,٠٠	٠,٤١	متوسطة	

يتبين من الجدول (١٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاوَر مدى تأثير مضمون الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على المتلقي، حيث جاء المحور رقم (2) الذي نص على: "التأثيرات الوجدانية" بأعلى متوسط حسابي (٣,١٢) وانحراف معياري بلغ (0.61) وكانت الدرجة متوسطة، بتلاها المحور رقم (1) الذي نص على: "التأثيرات المعرفية" بمتوسط (٣,١٠) وانحراف معياري (٠,٥٣) وبدرجة متوسطة، بينما جاء المحور رقم (٣) الذي نص على: "تأثيرات سلوكية" بأقل متوسط حسابي (٢,٧٩) وانحراف معياري بلغ (٠,٣٧) وكانت الدرجة متوسطة، وجاءت المحاوَر ككل بمتوسط حسابي (٣,٠٠) وانحراف معياري (٠,٤١) وكانت الدرجة متوسطة.

#### أولاً: التأثيرات المعرفية

**جدول رقم (١١) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات المعرفية لمضمون الصورة الصحفية**

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الرتبة
١	تثري الصور المنشورة معرفتي في كافة الموضوعات التي حدثت في الأردن في مختلف الجوانب.	3.23	0.65	متوسطة	٢
٢	تثري الصور المنشورة معرفتي في مختلف الموضوعات العربية والعالمية في مختلف الجوانب.	3.10	0.97	متوسطة	٥
٣	أسهمت الصور المنشورة في إكسابي معارف جديدة حول موضوعات جديدة أو غريبة تحدث محليا وعربيا وعالميا.	3.15	0.76	متوسطة	٣
٤	عملت الصور المنشورة على تزويدي بمعلومات تفصيلية وتفسيرية في مختلف الموضوعات.	3.12	0.83	متوسطة	٤
٥	جعلتني الصور المنشورة أمتلك فهما أكبر حول مختلف الموضوعات المنشورة.	3.28	0.83	متوسطة	١

٦	متوسطة	0.74	3.08	تجعلني الصورة المنشورة مدركا لأهمية وقيمة الموضوعات الصحفية المنشورة.	٦
٧	متوسطة	0.93	2.94	يسهم التعليق المرافق للصورة المنشورة بإضافة معرفة كافية بمضمون الصورة.	٧
٨	متوسطة	0.93	2.95	استخدام الشرح مع الصورة يجعلني ملما عن المادة الصحفية المنشورة.	٨
	متوسطة	<b>0.53</b>	<b>3.10</b>	<b>التأثيرات المعرفية ككل</b>	

يتبين من الجدول (١١) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات المعرفية لمضمون الصورة الصحفية، حيث جاءت الفقرة رقم (٥) التي نصت على: "جعلتني الصور المنشورة أمتلك فهما أكبر حول مختلف الموضوعات المنشورة" بأعلى متوسط حسابي (٣,٢٨) وانحراف معياري بلغ (٠,٨٣) وكانت الدرجة متوسطة، بينما جاءت الفقرة رقم (٨) التي نصت على: "استخدام الشرح مع الصورة يجعلني ملما عن المادة الصحفية المنشورة" بأقل متوسط حسابي (٢,٩٥) وانحراف معياري بلغ (٠,٩٣) وكانت الدرجة متوسطة، وجاءت التأثيرات المعرفية ككل بمتوسط حسابي (٣,١٠) وانحراف معياري (٠,٥٣) وكانت الدرجة متوسطة.

#### ثانياً: التأثيرات الوجدانية

جدول رقم (١٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات الوجدانية لمضمون الصورة الصحفية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الرتبة
١	تجعلني الصور المنشورة أتأثر عاطفياً بمضمونها.	3.21	0.77	متوسطة	١
٢	بعض الصور المنشورة تقدم مضمونا غير راضٍ عنه.	3.14	0.81	متوسطة	٣
٣	مضمون الصور المنشورة يشعرني بقيمة وأهمية الموضوعات الصحفية المنشورة.	3.07	0.79	متوسطة	٤
٤	مضمون الصور المنشورة يجعلني أكثر اقتناعاً بالحقائق والمعلومات الصحفية المنشورة.	3.16	0.72	متوسطة	٢
٥	اشعر بالحاجة الى شرح مرافق للصورة الصحفية المنشورة.	3.03	1.50	متوسطة	٥
	<b>التأثيرات الوجدانية ككل</b>	<b>3.12</b>	<b>0.61</b>	<b>متوسطة</b>	

يتبين من الجدول (١٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور التأثيرات الوجدانية لمضمون الصورة الصحفية، حيث جاءت الفقرة رقم (١) التي نصت على: "تجعلني الصور المنشورة أتأثر عاطفياً بمضمونها" بأعلى متوسط حسابي (٣,٢١) وانحراف معياري بلغ (٠,٧٧) وكانت الدرجة متوسطة، بينما جاءت الفقرة رقم (٥) التي نصت على: "اشعر بالحاجة الى شرح مرافق للصورة الصحفية المنشورة" بأقل متوسط حسابي (٣,٠٣) وانحراف معياري بلغ (١,٥٠) وكانت الدرجة متوسطة، وجاءت التأثيرات الوجدانية ككل بمتوسط حسابي (٣,١٢) وانحراف معياري (٠,٦١) وكانت الدرجة متوسطة.

## ثالثاً: التأثيرات السلوكية

جدول رقم (١٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات السلوكية لمضمون الصورة الصحفية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الرتبة
١	تجعلني الصور المنشورة أتفاعل ما تتضمنه من موضوعات.	2.83	0.86	متوسطة	٤
٢	تدفعني الصور المنشورة إلى تبني آراء جديدة نحو الموضوعات الصحفية المرافقة.	٢,٤٤	٠,٨٠	متوسطة	٧
٣	تدفعني الصور المنشورة إلى إلغاء آرائي السابقة نحو بعض الموضوعات.	2.86	0.86	متوسطة	٣
٤	تدفعني الصور المنشورة إلى تأكيد آرائي التي أتبناها نحو بعض الموضوعات.	٢,٧٣	٠,٥٤	متوسطة	٥
٥	تدفعني بعض الصور المنشورة الى انتهاج سلوك عملي جراء ما تضمنته الصور المنشورة من موضوعات.	٢,٦٨	٠,٦٨	متوسطة	٦
٦	مثلت بعض الصور المنشورة مصدر إلهام إبداعي لي.	2.99	0.74	متوسطة	٢
٧	تدفعني بعض الصور الى تغيير سلوكي العملي تجاه بعض الموضوعات.	3.00	0.89	متوسطة	١
	التأثيرات السلوكية ككل	٢,٧٩	٠,٣٧	متوسطة	

يتبين من الجدول (١٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات التأثيرات السلوكية لمضمون الصورة الصحفية، حيث جاءت الفقرة رقم (٧) التي نصت على: "تدفعني بعض الصور الى تغيير سلوكي العملي اتجاه بعض الموضوعات" بأعلى متوسط حسابي (٣,٠٠) وانحراف معياري بلغ (٠,٨٩) وكانت الدرجة متوسطة، بينما جاءت الفقرة رقم (٢) التي نصت على: "تدفعني الصور المنشورة إلى تبني آراء جديدة نحو الموضوعات الصحفية المرافقة" بأقل متوسط حسابي (٢,٤٤) وانحراف معياري بلغ (٠,٨٠) وكانت الدرجة متوسطة، وجاءت التأثيرات السلوكية ككل بمتوسط حسابي (٢,٧٩) وانحراف معياري (٠,٣٧) وكانت الدرجة متوسطة.

وتم تطبيق اختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في تأثير مضمون الصورة الصحفية على المتلقي تبعاً لمجالات التأثير (المعرفي، والوجداني، والسلوكي)، جدول (١٤) يوضح ذلك.

جدول (١٤) نتائج اختبار التباين الأحادي للكشف عن الفروق في تأثيرات مضمون الصورة الصحفية على المتلقي حسب مجالات التأثير (المعرفي، والوجداني، والسلوكي)

المحور	مجال التأثير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة
تأثير تطور مضمون الصورة الصحفية على المتلقي	التأثيرات المعرفية	3.10	0.53	35.176	٠.000
	التأثيرات الوجدانية	3.12	0.61		
	تأثيرات سلوكية	2.79	0.37		

\* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha < 0,05$ ).

يظهر من الجدول (١٤) وجود فروق دالة إحصائية لمحور تأثير مضمون الصورة الصحفية على المتلقي حسب مجالات التأثير (المعرفي، والوجداني، والسلوكي)، حيث بلغت قيمة F (٣٥,١٧٦) وبدلالة إحصائية (٠,٠٠٠)، وجاءت الفروق لصالح "التأثيرات الوجدانية" بمتوسط حسابي (٣,١٢) وانحراف معياري (٠,٣٧) وكانت الدرجة متوسطة، بينما بلغ المتوسط الحسابي للتأثيرات المعرفية على تطور مضمون الصورة الصحفية (٣,١٠) والتأثيرات السلوكية (٢,٧٩).

### ثانياً: مناقشة النتائج

بينت النتائج ما يلي:

مناقشة النتائج المتعلقة بمدى تأثير شكل الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على المتلقي جاءت النتائج لتظهر أن شكل الصورة الصحفية المنشورة في الصحف اليومية الأردنية الأربعة (الرأي، الغد، الدستور، العرب اليوم) قد أثرت وبدرجة مرتفعة على المتلقي من الناحية الوجدانية والمعرفية، واحتلت التأثيرات الوجدانية المرتبة الأولى، في حين حازت التأثيرات المعرفية على المرتبة الثانية.

فيما قد أظهرت النتائج أن شكل الصورة الصحفية كان له تأثير متوسط الدرجة من حيث التأثيرات السلوكية على المتلقي واحتلت المرتبة الثالثة.

وقد كشفت النتائج أن شكل الصورة الصحفية كان له تأثير متوسط الدرجة على المتلقي من حيث مجموع التأثيرات الثلاثة ككل (الوجدانية، المعرفية، السلوكية).

### أولاً: التأثيرات المعرفية

جاءت نتائج الفقرات المتعلقة بالتأثيرات المعرفية لتظهر أن لشكل الصورة تأثيراً معرفياً كبيراً على المتلقي، وهذا يدل على أن الأشكال المتعددة في نشر الصورة الصحفية قد أمدت المتلقي بالمعلومات الكافية والمعارف الجديدة حول الكثير من الموضوعات والقضايا والأحداث.

وتظهر النتائج أن ٦ فقرات مرتبطة بشكل الصورة قد جاءت بدرجة مرتفعة من حيث تأثيرها على المتلقي، فقد جاءت مساهمة الصورة كبيرة الحجم بتعرف المتلقي على أهمية المادة الصحفية المرافقة بالمرتبة الأولى من حيث التأثير المعرفي على المتلقي، في حين كان أدنى تأثير معرفي واحتل المرتبة الأخيرة في الدرجة المرتفعة هي مدى إضافة استخدامات الصحيفة المتنوعة للصور معرفة جديدة للمتلقي حول الأشكال الهندسية للصور مثل المستطيل، المربع، المفرغ، الدائري.



ومن بين التأثيرات المعرفية المرتفعة على المتلقي هي: استخدام الألوان في الصحف اليومية الأردنية يؤدي إلى التعرف أكثر على تفاصيل الصورة الصحفية، كما مكن موقع الصورة على الصفحة من إدراك مواقع المادة المهمة وغير المهمة في الصحيفة، وأظهرت النتائج أن استخدام سلسلة من الصور الصحفية في الصحيفة يضيف للمتلقي معرفة أدق بتفاصيل الحدث. كما كشفت النتائج أن التطور في الصور المنشورة في الصحف قد أضاف للمتلقي معرفة حول الخصائص الفنية للصورة ك الزوايا، الإضاءة، جودة الصورة.

في حين أظهرت النتائج أن ترتيب الصور على الصفحة يمكن المتلقي بدرجة "متوسطة" من معرفة السياسية التحريرية للصحيفة، لتحوز المرتبة الأخيرة في المحور.

#### ثانياً: التأثيرات الوجدانية

بالرغم من أن التأثيرات الوجدانية ككل قد جاءت بدرجة مرتفعة من حيث تأثيرها على المتلقي، إلا أن النتائج تظهر أن التأثيرات الوجدانية لشكل الصورة قد تأرجحت بين درجة مرتفعة ومتوسطة في ٧ فقرات من المحور المتعلق به، فقد جاءت ٤ فقرات بدرجة متوسطة وهي: تحقق الصور المنشورة بأشكال هندسية متنوعة (مفرغ، دائري، مستطيل) للمتلقي شعوراً بالرضا النفسي عنها، تضيف الأشكال الهندسية للصور المنشورة بالصحف للمتلقي الشعور بقيمتها الفنية والجمالية، استخدام الصور بأشكال هندسية غير تقليدية يحقق للمتلقي مصدر إلهام للإبداع، تحقق الصور ذات الجودة العالية للمتلقي راحة بصرية ونفسية في مشاهدتها ولتحتل هذه الفقرة المرتبة السابعة والأخيرة في المحور.

بينما حصلت التأثيرات الوجدانية على الدرجة المرتفعة في ٣ فقرات من المحور، وهي: استخدام الصور الملونة في الصحف يحقق للمتلقي انتعاشاً بصرياً، الصور الصحفية المنشورة ذات الأحجام الكبيرة تحقق للمتلقي الشعور بالقبول النفسي عن هذه الاستخدامات، ويجذب استخدام الصور كبيرة الحجم المتلقي بصرياً لتأتي بالمرتبة الأولى المرتفعة في المحور.

#### ثالثاً: تأثيرات سلوكية

احتلت التأثيرات السلوكية لشكل الصورة المرتبة الأخيرة وبدرجة متوسطة من حيث تأثيرها على المتلقي، وأبرز تلك التأثيرات التي حازت على درجة متوسطة هي: كما تدفع الصور الملونة المنشورة للمتلقي إلى قراءة المادة الصحفية، كما تدفع الصور المنشورة ذات الخصائص الفنية الإبداعية للمتلقي إلى إنجاز أفكار إبداعية أدبية كانت أم علمية، وتدفع الصور المنشورة بمواقع مهمة من الصفحة المتلقي إلى قراءة المادة الصحفية لتأتي في المرتبة الرابعة والأخيرة من فقرات المحور. وحصلت التأثيرات السلوكية على درجة مرتفعة لتأثيرات شكل الصورة على سلوكيات المتلقي في فقرة واحدة وبالمرتبة الأولى، وهي: تدفع أحجام الصور الكبيرة المنشورة المتلقي إلى الرغبة في قراءة المادة الصحفية.

#### مناقشة النتائج المتعلقة بمدى تأثير مضمون الصورة الصحفية بالصحف اليومية الأردنية على المتلقي:

أظهرت النتائج أن مضمون الصورة الصحفية المنشورة في الصحف اليومية الأردنية الأربعة (الرأي، الغد، الدستور، العرب اليوم) قد أثرت وبدرجة متوسطة على المتلقي من الناحية الوجدانية والمعرفية والسلوكية، واحتلت التأثيرات الوجدانية المرتبة الأولى، في حين حازت التأثيرات المعرفية على المرتبة الثانية، والتأثيرات السلوكية احتلت المرتبة الثالثة. وقد كشفت النتائج أن مضمون الصورة الصحفية كان له تأثير متوسط الدرجة على المتلقي من حيث مجموع التأثيرات الثلاثة ككل (الوجدانية، المعرفية، السلوكية).

**أولاً: التأثيرات المعرفية**

جاءت نتائج الفقرات المتعلقة بالتأثيرات المعرفية لتظهر أن لمضمون الصورة تأثيراً معرفياً "متوسط الدرجة" على المتلقي، وهذا يدل على أن مضامين الصورة الصحفية قد زودت بشكل متوسط المتلقي بالمعلومات الكافية والمعارف الجديدة حول من الموضوعات والقضايا والأحداث.

وتظهر النتائج أن جميع الفقرات الثمانية مرتبطة بمضمون الصورة قد جاءت بدرجة متوسطة من حيث تأثيرها على المتلقي، وهي: جعلت الصور المنشورة المتلقي يمتلك فهماً أكبر حول مختلف الموضوعات المنشورة، ولتحتل المرتبة الأولى في المحور، و تثيري الصور المنشورة معرفة المتلقي في كافة الموضوعات التي حدثت في الأردن في مختلف الجوانب، وتثيري الصور المنشورة معرفة المتلقي في مختلف الموضوعات العربية والعالمية في مختلف الجوانب، وتسهم الصور المنشورة في إكساب المتلقي معارف جديدة حول موضوعات جديدة أو غريبة تحدث محلياً وعربياً وعالمياً، وعملت الصور المنشورة على تزويد المتلقي بمعلومات تفصيلية وتفسيرية في مختلف الموضوعات، وتجعل الصورة المنشورة المتلقي مدركاً لأهمية وقيمة الموضوعات الصحفية المنشورة، ويسهم التعليق المرافق للصورة المنشورة بإضافة معرفة كافية للمتلقي بمضمون الصورة، ويجعل استخدام الشرح مع الصورة المتلقي ملماً عن المادة الصحفية المنشورة، لتحتل المرتبة الأخيرة بين التأثيرات المعرفية لمضمون الصورة على المتلقي.

**ثانياً: التأثيرات الوجدانية**

تظهر النتائج أن الفقرات الخمس للتأثيرات الوجدانية لمضمون الصورة على المتلقي قد حازت درجة متوسطة، وقد جاء بالمرتبة الأولى في هذه التأثيرات الفقرة المتعلقة بالصور المنشورة التي تجعل المتلقي يتأثر عاطفياً بمضمونها، في حين جاء بالمرتبة الأخيرة في هذا المحور الفقرة المتعلقة بحاجة المتلقي إلى شرح مرافق للصورة الصحفية المنشورة. وجاءت الفقرات التالية بدرجة متوسطة، وهي: بعض الصور المنشورة تقدم مضموناً لا يرضى عنه المتلقي، مضمون الصور المنشورة يشعر المتلقي بقيمة وأهمية الموضوعات الصحفية المنشورة، و مضمون الصور المنشورة يجعل المتلقي أكثر اقتناعاً بالحقائق والمعلومات الصحفية المنشورة.

**ثالثاً: التأثيرات السلوكية**

جاءت نتائج الفقرات المتعلقة بالتأثيرات السلوكية لتظهر أن لمضمون الصورة تأثيراً سلوكياً "متوسط الدرجة" على المتلقي، وهذا يدل على أن مضامين الصورة الصحفية قد أثرت بشكل متوسط بتصرفات وسلوكيات المتلقي تجاه الموضوعات والقضايا والأحداث التي تضمنتها الصور.

وتظهر النتائج أن جميع الفقرات الثمانية مرتبطة بمضمون الصورة قد جاءت بدرجة متوسطة من حيث تأثيرها على المتلقي، وقد جاء بالمرتبة الأولى في هذه التأثيرات الفقرة المتعلقة بأن بعض الصور تدفع المتلقي إلى تغيير سلوكه العملي تجاه بعض الموضوعات، في حين جاء بالمرتبة الأخيرة في هذا المحور الفقرة المتعلقة بأن الصور المنشورة تدفع المتلقي إلى تبني آراء جديدة نحو الموضوعات الصحفية المرافقة.

وجاءت الفقرات التالية بدرجة متوسطة، وهي: جعلت الصور المنشورة المتلقي يتأثر عاطفياً بمضمونها، وتجعل الصور المنشورة المتلقي يتفاعل مع ما تتضمنه من موضوعات، وتدفع الصور المنشورة المتلقي إلى إلغاء آرائه السابقة نحو بعض الموضوعات، وتدفع الصور المنشورة المتلقي إلى تأكيد آرائه التي يتبناها نحو بعض الموضوعات، وتدفع بعض الصور المنشورة المتلقي إلى انتهاج سلوك عملي جراء ما تضمنته الصور المنشورة من موضوعات، وتمثل بعض الصور المنشورة مصدر إلهام إبداعي للمتلقي.

## المراجع:

1. أحمد إسماعيلي. أيدولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف - مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد ٨، برلين، ألمانيا، ٢٠١٩.
1. 'ahmad 'ismaeili. aydlwlwjya al'ielam aljadid walwaey alzaayif - muqarabat faa astiratijaat al'iiqnae wasinaeat alwaqie , majalat aldirasat al'ielamiat , almarkaz aldiymuqratiu alearabiu , aleadad 8 , barlin , 'almania , 2019.
2. بشرى داوود سعد. دور التلفزيون في إثارة العنف في منافسات كرة القدم لدى الشباب العراقي، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد ٨، برلين، ألمانيا، ٢٠١٩.
2. bushraa dawwud saedu. suar almaelumat , majalat aldirasat al'ielamiat , almarkaz aldiymuqratiu alearabiu , aleadad 8 , barlin , 'almania , 2019.
3. حاتم علاونة. الصورة الصحفية اليومية في الصحافة الأردنية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي "الدستور" و"الغد"، مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٣٨-عدد ١، ٢٠١١.
3. hatim ealawina. alsuwrat alsahufiat alyawmiat fi alsahafat al'urduniyati, dirasat tahliliat muqaranatan lisahifatay "aldustur" "walghad", majalat dirasati, aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, almujalad 38, eadad 1, 2011.
4. حسن عماد مكاي وليلى حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، المكتبة المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٨.
4. hasan eimad mikawi walaylaa husayn: alaitisal wanazariaatuh , almaktabat almisriat allubnaniat , alqahirat , 1998.
5. حنين سعد سلمان: توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب جامعة تكريت، العراق، ٢٠١٩.
5. hunin saed silman: tawzif alsuwrat alsahufiat fi almuhtawaa alraqmii liltanzimat al'iirhabiat , risalat majistir , qism al'ielam , kuliyaat aladab jamieat tikrit ,, aleiraq , 2019.
6. رانيا أحمد مصطفى. دور قناة النيل للأسرة والطفل في تعريف الأطفال بالقضايا والمشكلات البيئية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، ٢٠٠٣.
6. rania 'ahmad mustafi. dawr qanaatalniyl lil'usrat waltifl fi taerif al'atfal bialqadaya walmushkilat albiyyiat , risalat majistir ghayr manshurat , kuliyaat al'ielam , jamieat alqahirat , alqahirat , 2003.
7. سلوى الصديقي و هناء بدوي. أبعاد العملية الاتصالية: رؤية نظرية وعملية وواقعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، ١٩٩٩.
7. salwaa alsadiqi w hana' badawi. 'abead aleamaliat alaitisaliati: ruyat nazariat waeamaliat wawaqieiat , aljamieat alhadithat , alqahirat , 1999.
8. شاكر عبد الحميد. عصر الصورة سلبيات وإيجابيات، مجلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ط١، العدد ٣١١، الكويت، ص ٦٧، ٢٠٠٥.
8. shakir eabd alhamidi. easr alsuwrat salbiaat wa'ijabiat , majalat ealam almaerifat , almajlis alwataniu lilthaqafat walfunun waladab , t 1 , aleadad 311 , alkuayt , s 67 , 2005.
9. لبات الدخيل: قناة العيون الجهوية - دراسة تحليلية لمحتوى النشرات الإخبارية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد ٨، برلين، ألمانيا، أغسطس ٢٠١٩.
9. libat aldakhili: qanaat aleuyun aljihawiat - dirasat tahliliat limuhtawaa alnasharat al'ikhbariati, majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz aldiymuqrataa alearabiu, aleadad 8, birlin, 'almanya, 'agustus 2019.

10. لمياء سمير سيد: تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى المعرفي للجمهور المصري: دراسة مسيحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، القاهرة، ٢٠٠٧.
10. limya' samir sayd: tathir altaearud lil'akhbar walbaramij al'iikhbariat bialqanawat alfadayiyat ealaa almustawaa almaerifii almisrii: dirasat masihiat , risalat majistir ghayr manshurat , jamieat alqahirat , kuliyyat al'ielam , alqahirat , 2007.
11. مبارك حسن الدسمة. التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، ٢٠١٣.
11. mubarak hasan aldasamatu. altaathir aldalaliu lilkalimat walsuwrat fi alkhabar al'ielamii , risalat majistir , kuliyyat al'ielam , jamieat alsharq al'awsat , alardin , 2013.
12. محمد جاسم العبيدي. المدخل الى علم النفس الاجتماعي، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط١، ٢٠١٥م.
12. muhamad jasim aleubaydii. almadkhal alaa ealam alnafs aliajtimaeei , dar althaqafat , eamaan , alardin , t 1 , 2015 mi.
13. هبة ربيع رجب. استخدامات الشباب المصري للمواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة مسحية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة، ٢٠٠٩.
13. habah rabie rajaba. astikhdamat alshabab almisrii lilmawaqie al'iikhbariat ealaa shabakat al'iintirnti: dirasatan mushiatan , risalat majistir ghayr manshurih , kuliyyat aladab , jamieat eayn shams , alqahirat , 2009.
14. يوسف تمار. نظرية وضع الأجنحة: دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، ٢٠٠٤.
14. yusif tumar. nazariat wade al'ajandati: dirasat naqdiat ealaa daw' alhaqayiq alaijtimaeeiat wal'ielamiat fi aljazayir , 'utruhat dukturah , jamieat aljazayir , aljazayir , 2004.

#### المراجع باللغة الانجليزية:

- 1-Liz Plam: Does Photojournalism Contribute to Positive Change?, Master's Thesis, Volda University Collage, Oslo, May 2019.
- 2-Martin Hand. Visuality in social media: Researching images, circulations and practices, The SAGE handbook of social media research methods, London, 2017.

<sup>١</sup> محمد جاسم العبيدي. المدخل الى علم النفس الاجتماعي، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط١، ص١٥٧، ٢٠١٥م.

<sup>٢</sup> حاتم علاونة. الصورة الصحفية اليومية في الصحافة الأردنية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي "الدستور" و"الغد"، مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٣٨-٣٩، ص ٢، ٢٠١١.

<sup>٣</sup> شاكر عبد الحميد. عصر الصورة سلبيات وإيجابيات، مجلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ط١، العدد ٣١١، الكويت، ص ٦٧، ٢٠٠٥.

<sup>٤</sup> لبات الدخيل: قناة العيون الجهوية - دراسة تحليلية لمحتوى النشرات الإخبارية ، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد ٨، برلين، ألمانيا، أغسطس ٢٠١٩، ص ٢٩٠

<sup>٥</sup> أحمد إسماعيلي. أيدولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف - مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد ٨، برلين، ألمانيا، ص ٦٩-٧١، ٢٠١٩.

6Martin Hand. Visuality in social media: Researching images, circulations and practices, The SAGE handbook of social media research methods, London, 2017, p. 227.

٧ مبارك هـ ن الدسمة. التأثير الدلالي للكلمة وطاورة في الخبر الإعلامي، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ط١، ص١٣، ٢٠١٣.

٨ حيز نسعد سلط ن:ت وظيفلا ورة الصحفية في الموقى الرقمية للتنظيمات الإرهابية، رسالة ماجستير، سق م الإلاه م، كلية الآداب جامعة تكريت، العراق، ص ٢٢، ٢٠١٩

9Liz Plam .Does Photojournalism Contribute to Positive Change?, Master's Thesis, Volda University Collage, Oslo, May 2019, p 34.

١ بشو يلو و دسعد و التلفيزون في إثارة العنف في منافسات كرة القمطى الشباب العراقي، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد ٨، برلين ألمانيا، ص ٢٥٩-١٦٠، ٢٠١٩

11Liz Plam .Does Photojournalism Contribute to Positive Change?, Master's Thesis, Volda University Collage, Oslo, May 2019, p14

١ سلى الصديقي وهناء هو ي أبعاد العملية الاتصالية : رؤية نظرية وعملية واقعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة ص ٧، ١٩٩٩

١ يوف تمار. نظرية وضع الأجندة: دراسة نقدية عل ضد وه الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية فى المجتمع الجزاوى، مرجع سابق، ص ٤٤

١ حيز نسعد سلط ن:ت وظيفلا ورة الصحفية في الموقى الرقمية للتنظيمات الإرهابية، رسالة ماجستير، سق م الإلاه م، كلية الآداب جامعة تكريت، العراق، ص ٢٤، ٢٠١٩

1٤Liz Plam .Does Photojournalism Contribute to Positive Change?, Master's Thesis, Volda University Collage, Oslo, May 2019, p 37.

١ رانيا أحمد مصطفى. د. وقناة النيل للأسرة والطفل في تعريف الأطفال بالقضايا والمشكلات البيئية، رسالة ماجستير غير مته ورة، كلية الإلاه م، جامعة القاهرة، القاهرة، ص ٤٦، ٢٠٠٣

١ حيز نسعد سلط ن:ت وظيفلا ورة الصحفية في الموقى الرقمية للتنظيمات الإرهابية، رسالة ماجستير، سق م الإلاه م، كلية الآداب جامعة تكريت، العراق، ص ٤٤-٢٥، ٢٠١٩

18Liz Plam: Does Photojournalism Contribute to Positive Change?, Master's Thesis, Volda University Collage, Oslo, May 2019, p 5.

١ لمياء سمير سيد: تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقوات الفضائية على الموقى المعرفى للجه و الموقى: دراسة مسيحية، رسالة ماجستير غير مته ورة، جامعة القاهرة، كلية الإلاه م، القاهرة، ص ٣٥، ٢٠٠٧

٢ هبه ربيع رجب. استخدامات الشباب الموقى للا واقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة مسيحية، رسالة ماجستير غير مته ورة، كلية الآداب، جامعة عي شمس، القاهرة، ص ٢٨، ٢٠٠٩

21Liz Plam: Does Photojournalism Contribute to Positive Change?, Master's Thesis, Volda University Collage, Oslo, May 2019, p 36.

٢ ه ن عماد موقى وليلى حسي ن: الاتصال ونظرياته المعاصرة، المكتبة المصرية اللبنانية، القاهرة، ص ٣٢٩، ١٩٩٨