



Original article

The Use of Digital Images on Websites: The Iraqi Al-Amal Association Website as a Case Study

Mustafa wajeeh Hussein Alkarkhi 

Media and Government Communications Division, College of Nursing, University of Baghdad

ABSTRACT

Rapid technological shifts in the digital media landscape have led to an increasing reliance on images as a structural and communicative element central to shaping media messages and shaping public awareness. Consequently, the communicative and functional characteristics that digital images impart to published content can be observed through the diversity of their artistic possibilities. Based on this perspective, the image has become an active element in the websites of civil society organizations, with an influence that extends to multiple semantic dimensions, carrying documentary, news, and psychological dimensions; thus, this study aims to reveal the mechanisms and criteria for the use of digital images on the website of (Iraqi Hope Society) as a case study, based on the procedural tools of the descriptive-analytical method applied to an exhaustive sample of all images published on the website over the course of a full year, totaling 75 digital images. The study concludes with a summary of the most significant findings reached by the researcher. Keywords: digital image, websites, civil society.

*Correspondence author:

mostafa.wajeeh1201a@comc.uobaghdad.edu.iq

Received: 20 May 2026

Accepted: 04 June 2026

Published: 01 August 2026

DOI:

<https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol22.Iss3/Pt1.2004>



1812-0512 / © 2026 The Author(s). Published by Wasit Journal for Humanities Sciences, Wasit University. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Cite:

Alkarkhi, M. wajeeh H. (2026). The Use of Digital Images on Websites: The Iraqi Al-Amal Association Website as a Case Study. Wasit Journal for Human Sciences, 22(3/Pt1).

<https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol22.Iss3/Pt1.2004>

Keywords: digital image, websites, civil society.

توظيف الصورة الرقمية في المواقع الإلكترونية: موقع جمعية الأمل العراقية أنموذجاً

م.م. مصطفى وجيه حسين الكرخي
كلية التمريض جامعة بغداد، شعبة الإعلام والاتصال الحكومي

المستخلص

أفرزت التحولات التقنية المتسارعة في بيئة الإعلام الرقمي اعتماداً متزايداً على الصورة كعنصر بنيوي واتصالي محوري في صياغة الرسالة الإعلامية وتشكيل الوعي، ومن هنا، يمكن ملاحظة الخصائص الاتصالية والوظائف التي تضفيها الصورة الرقمية على المحتوى المنشور عبر تنوع إمكاناتها الفنية. وانطلاقاً من هذه الرؤية، غدت الصورة عنصراً فاعلاً في بيئة المواقع الإلكترونية لمنظمات المجتمع المدني، يمتد تأثيرها إلى مسارات دلالية متعددة، حاملة أبعاداً توثيقية وإخبارية وسيكولوجية؛ وبذلك تأتي هذه الدراسة لتكشف عن آليات ومعايير توظيف الصورة الرقمية في موقع (جمعية الأمل العراقية) أنموذجاً، مستندة إلى الأدوات الإجرائية للمنهج الوصفي التحليلي لعينة الحصر الشامل لكافة الصور المنشورة في الموقع طيلة عام كامل بلغ قوامها (75) صورة رقمية، لينتهي البحث بخاتمة تتضمن أبرز النتائج التي توصل إليها الباحث.

الكلمات المفتاحية: صورة رقمية، مواقع إلكترونية، مجتمع مدني.

المقدمة

شهد المجتمع الإنساني منذ نهاية القرن العشرين قفزات تطويرية متسارعة شملت مختلف الأبعاد الاقتصادية والسياسية والتقنية، وقد انعكست هذه التحولات بشكل جذري على منظومة الاتصال والإعلام. ففي ظل عصر الإعلام الرقمي وشبكات الإنترنت، تعاضد دور الصورة حتى أصبحت المحرك الأساسي لنقل المعارف والمعلومات، والوسيلة الأكثر تأثيراً في صياغة الوعي الإنساني وتجاوز الحدود الجغرافية واللغوية؛ مما حول العالم إلى قرية صغيرة تتبادل الأحداث بالصوت والصورة لحظة وقوعها. ولم يقتصر هذا التطور على سرعة الانتشار فحسب، بل شمل البنية التقنية للصورة التي انتقلت من نمطها التقليدي إلى آفاق الرقمية، مما مكن المواقع الإخبارية ووكالات الأنباء من استثمارها كعنصر تفاعلي بامتياز .

هذا التحول التكنولوجي أتاح للمتلقي فرصة التحول من دور المشاهد السلبي إلى المشارك الفاعل عبر تقنيات صحافة الموبايل وصحافة المواطن، وهو ما جعل الصورة الرقمية مادة خصبة للعديد من القراءات والبحوث العلمية. وفي هذا السياق، سعت دراسات سابقة لتسليط الضوء على هذه الظاهرة من زوايا مختلفة؛ فقد ركزت دراسة (سلمان، 2019) على الجوانب الدعائية للصورة الرقمية، وكشفت عبر تحليل موقع "العربية نت" كيف يمكن توظيف الصورة لبناء مشاهد بصرية تخدم أجندات معينة، أو تؤثر في الرأي العام الدولي تجاه قضايا الإرهاب والتدخلات العسكرية .

ومن زاوية أخرى، اهتمت دراسة (أبو زيد، 2020) بالبعد التوثيقي والإخباري للصورة في الصحافة الفلسطينية، حيث رصدت من خلال تحليل صحفي "فلسطين" و"الأيام" كيفية استخدام الصورة في تغطية مسيرات العودة، مؤكدة الدور الحيوي لوكالات الأنباء كمصدر رئيس لتلك الصور، ومبيّنة أهمية الشخصيات المحورية في تشكيل مضمون الرسالة البصرية. وانطلاقاً من هذه التراكمات المعرفية التي رصدت دور الصورة في المواقع الإخبارية والصحف السياسية، تأتي هذه الدراسة لتركز على نمط آخر من المواقع،

وهو موقع (جمعية الأمل العراقية)؛ لاستكمال البحث في كيفية توظيف الصورة الرقمية ضمن سياق العمل المنظمات المجتمعي، ومحاولة فهم المعايير التي تحكم هذا التوظيف في بيئة رقمية متغيرة .
أولاً: مشكلة البحث وأهدافه وتساؤلاته

تحدد مشكلة البحث في رصد وتحليل كيفية توظيف الصورة الرقمية في المواقع الإلكترونية، باعتبارها أداة محورية للجذب والإقناع وزيادة مصداقية المحتوى الخبري، متخذة من التساؤل الرئيس حول طبيعة وآليات هذا التوظيف البصري في موقع جمعية الأمل العراقية خلال الفترة من (2022/1/1 لغاية 2022/12/31) مركزاً ومحوراً لها . وينتفرع من هذا التساؤل تساؤلات إجرائية تسعى لتحديد القضايا والموضوعات البصرية الأكثر تكراراً، وأنواع الصور المستخدمة من حيث شكلها وإطارها البشري، فضلاً عن معرفة هوية المصادر الحاكمة للتزويد بالصور ودلالات التركيز على شخصيات معينة دون غيرها في الخطاب البصري للموقع .
وينبثق عن التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما هي أبرز القضايا والموضوعات التي ركزت عليها الصور الرقمية المنشورة في الموقع؟
2. ما هي أنواع الصور الصحفية التي يفضل الموقع استخدامها في عرض مواده من حيث البنية الإنسانية؟
3. من أين يحصل الموقع على صوره الرقمية؟ وهل يعتمد على جهوده الذاتية أم على مصادر خارجية؟
4. ما هي الوظائف الاتصالية والقيم الإخبارية التي يتبعها الموقع عند اختيار صورة معينة؟
5. من هي الشخصيات التي تظهر بشكل متكرر في هذه الصور، وما دلالة هذا الظهور؟
6. ما هو النطاق الجغرافي والمكاني الأكثر حضوراً في لقطات الصور المنشورة عبر الموقع؟

ثانياً: أهداف البحث

يسعى البحث بصورة رئيسة إلى تحقيق جملة من الأهداف الأكاديمية والإجرائية المترابطة مع بنيته التحليلية، وتتمثل في الآتي:

1. الكشف عن طبيعة ومعايير التوظيف البصري الرقمي في موقع جمعية الأمل العراقية.
2. التعرف على أبرز القضايا والموضوعات المعرفية والميدانية التي يركز عليها الخطاب الصوري للجمعية.
3. تحديد فئات وأنواع الصور الرقمية المفضلة في النشر من حيث إطارها الفردي أو الجماعي.
4. الكشف عن هوية المصادر الحاكمة لتزويد الموقع بالصور، وبيان مدى الاعتماد على الجهد الإنتاجي الذاتي للمؤسسة.
5. رصد الوظائف الاتصالية والقيم المعيارية الإخبارية التي توجه السياسة التحريرية للنشر البصري بالموقع.
6. تتبع التوزيع الجغرافي والمكاني للأنشطة والبرامج الميدانية للجمعية من خلال تحليل أماكن النقاط الصور المنشورة.

ثالثاً: أهمية البحث :

يستمد هذا البحث أهميته من أهمية الموضوع الذي يتناوله، وهو موضوع توظيف الصورة الرقمية في المواقع الإلكترونية، وتأتي أهميته كونه يتناول موضوع المواقع الإلكترونية من حيث توظيفها للصورة الرقمية، ويأتي هذا البحث لطرح أهم القضايا والموضوعات المتعلقة بالصورة الرقمية .

رابعاً: نوع البحث ومنهجه :

يعد هذا البحث من حيث النوع من البحوث الوصفية التي تستعمل المنهج المسحي التحليلي، والذي يستهدف عملية وصف واقع الأحداث والمواقف والآراء وتصويرها وتحليلها وتفسيرها، بهدف الوصول إلى استنتاجات ومعلومات دقيقة ومفيدة، وتوفر الدراسات الوصفية رصيماً من البيانات والمعطيات الأساسية حول الظواهر، مما يتيح للباحثين الاستفادة من هذه المعلومات والبيانات لاستنباط فروض ومحاولة التفسير والتنبؤ على أساسها (الحاج، 2020، ص. 50)، واعتمد الباحث هذا المنهج ليتمكن من رصد الصورة الرقمية التي توظفها المواقع الإلكترونية، وتحليلها بحسب المدة الزمنية التي تم تحديدها .

خامساً: حدود البحث :

تتمثل حدود البحث في الأطر التي يتعامل بها الباحث في بحثه وهي كالاتي :

- المجال المكاني: يتمثل المجال المكاني للبحث بموقع جمعية الأمل العراقية، وبذلك تكون حدود البحث في جمهورية العراق .
- المجال الزمني: يتمثل هذا المجال في المدة الزمنية من (1/1/2022) ولغاية (31/12/2022)؛ وقد تم اختيار هذه المدة بالتحديد لتوفير دورة رصد ومتابعة سنوية كاملة ومستقرة، تتيح للباحث الخروج بمؤشرات إحصائية وتحليلية شاملة وموضوعية حول نمط توظيف الصورة الرقمية، بعيداً عن الطفرات الإعلامية المؤقتة، فضلاً عن كون هذا العام قد شهد ذروة التفاعل الرقمي لجمعية الأمل العراقية ونشاطاً مكثفاً في حملاتها التوعوية الموجهة عبر موقعها الإلكتروني

سادساً: إجراءات البحث :

1. مجتمع البحث :

يتمثل هذا مجتمع بالوحدات أو المفردات التي تتمثل في الظاهرة قيد البحث، ويستطيع الباحث عن طريقه تعميم النتائج، وتناول هذا البحث توظيف الصورة الرقمية في المواقع الإلكترونية، وحدد عن طريقها (موقع جمعية الأمل العراقية)، ونظراً لأن المواقع الإلكترونية العراقية لمنظمات المجتمع المدني تواكب التطور الرقمي في مجال الإعلام، لذا اعتمد الباحث الصور الرقمية المنشورة في موقع جمعية الأمل العراقية الإلكتروني مجتمعاً للدراسة، وبعد حصر الصور المنشورة في الموقع عينة الدراسة، والتي بلغ عددها (75) صورة أثناء مدة البحث، استعمل الباحث الحصر الشامل لمفردات مجتمع البحث، وأخضعت الصور جميعها للتحليل لتوافيقها مع أهداف البحث .

2. أدوات البحث :

- استمارة تحليل المحتوى :تُعرف الأداة البحثية على أنها أنموذج يتم تصميمه بشكل يتضمن مجموعة من الفئات الرئيسية والفرعية التي على أساسها يتم تصنيف المضمون المراد تحليله بما يتفق مع أهداف الدراسة (عبد العزيز، 2012، ص. 289)،

وأعد الباحث استمارة تحليل المحتوى من مجموعة الفئات الرئيسة والفرعية لجمع المعلومات وتحقيق أهداف البحث، وعرض الباحث الاستمارة على عدد من الأساتذة والخبراء لتحكيمها، والتأكد من قدرتها على جمع المعلومات المطلوبة للبحث وتحقيق أهدافه، ومن ثم تجهيزها بشكل نهائي، لكي تكون صالحة لإجراء البحث .

• وحدات التحليل :إن تحديد وحدات التحليل هي التي تمكن الباحث من الاستناد إليها في عملية العد أو القياس، وتعطي نتائج مباشرة تتبلور في بناء أنموذج من رموز المحتوى؛ إذ تبدأ بالفكرة ومن ثم اختيار الوحدات المناسبة، التي تزود الباحث بدلالات تفسر النتائج الكمية (الجمال، 1992، ص. 230). واستعمل الباحث وحدة تحليل الموضوع التي تجيب عن التساؤلات المرتبطة بموضوعات الصورة، أو الأحداث، أو القضايا، أو الأماكن، وكل ما تقوله الصورة سواء كانت في التعليق، أو في سياق النص (عبد الحميد وبهنسي، 2004، ص. 94) .

سابعاً: تحديد المفاهيم والمصطلحات :

بعد الاطلاع على مجموعة من المصادر العلمية والدراسة التحليلية، وجد الباحث ضرورة أن يعرف بعضاً من المصطلحات والمفاهيم التي وردت في متن البحث حسب الآتي :

1. **التوظيف** :يقصد به مجموعة العمليات والإجراءات ذات الصلة بتسخير الإمكانيات المتاحة التي تُتخذ من أجل تحقيق هدف معين؛ سواء كان ذلك عن طريق صورة، أو تخطيط، أو كلام، أو رسوم، ويحقق التوظيف أهدافاً إقناعية تصب في مصلحة وزيادة فاعلية الرسائل الاتصالية .

2. **الصورة الرقمية** :هي الصورة التي يتم إنتاجها عن طريق آلة التصوير الرقمية، أو إعادة إنتاجها عن طريق برامج خاصة بتعديل الصور، وتستعمل الصورة في وصف الأحداث والقضايا وتوثيق الحقائق والوقائع، وتؤدي مجموعة من الوظائف، وتُنشر عبر المواقع الإلكترونية .

3. **الموقع الإلكتروني** :هو مجموعة ملفات مترابطة مع بعضها، لها عنوان ثابت يميزها عن غيرها، يتم إنشاؤها من قبل مؤسسة أو شخص أو مجموعة أشخاص؛ بهدف عرض المعلومات والبيانات والأخبار التي تتعلق بهذه المؤسسة التي أنشئ الموقع من أجلها أو الترويج لها، وتستخدم هذه المواقع أساليب حديثة ومبتكرة من أجل الجذب والإبهار .

الإطار النظري للبحث

أولاً: الصورة الرقمية :

تجاوز التوظيف المعاصر للصورة الصحفية الأنماط التقليدية القائمة على جذب الانتباه البصري أو ملء المساحات التحريرية، لتتحول إلى ركيزة بنوية محورية ومكملة للرسالة الإخبارية .وتستمد الصورة قوتها من قدرتها الفائقة على سرد الوقائع واستثارة الانفعالات الوجدانية للمتلقي، فضلاً عن تعزيز واقعية المضمون ومصداقيته؛ باعتبارها عتبة القراءة الأولى التي تستوقف العين قبل النص المقروء، مما يرسخ تفوق أبعادها الدلالية والسميائية على مئات الكلمات المكتوبة (لانجتون، 2017، ص. 17) .

وقد تعاضل هذا الدور مع دمج تقنيات التصوير بالهواتف الذكية، مما أتاح بروز نمط "الصحفي المواطن" الذي بات يؤدي أدواراً اتصالية فاعلة كشاهد عيان ومراسل ميداني يمتلك مؤسسة إعلامية متقلة قادرة على بث المضامين المصورة بمرونة عالية

(الكرخي، 2022، ص. 53). وتتجسد الصورة الرقمية كمادة بصرية إلكترونية مقننة، فالإنتاج والمعالجة البرمجية المتقدمة تمنحها وضوحاً فائقاً وجدارية تحريرية تؤهلها للتحويل من مجرد لقطة تسجيلية عابرة إلى أداة سيميائية تلامس إدراك المتلقي وتؤثر في اتجاهاته المعرفية بآنية وفورية حاسمة (أحمد، 2018، ص. 89-90).

ثانياً: دوافع ومزايا التحويل نحو الصورة الرقمية:

تتمتع الصورة الرقمية عن نمطها الفوتوغرافي التقليدي بحزمة من الخصائص الفنية والعملية التي جعلتها الخيار الأبرز في الممارسات الإعلامية المعاصرة، وتتبلور في النقاط الآتية:

1. السرعة والآنية: اختزال وقت التصوير والتحميض؛ مما يتيح التقاط اللقطة وبثها فوراً عبر المواقع الإلكترونية بالتزامن مع الحدث. (سلمان، 2019، ص. 38)
2. كفاءة الكلفة والجهد: الاستغناء عن شراء الأفلام ومواد المختبرات، مما يقلل النفقات والجهد المبذول في اختيار اللقطة الأنسب. (سلمان، 2019، ص. 38)
3. المرونة في المعالجة: سهولة التحكم في مستويات الإضاءة، والتباين، والألوان برمجياً لرفع الجودة النهائية للعرض (الموقع الإلكتروني، 2025).
4. المعاينة والعرض المباشر: مراجعة وفحص دقة وتفاصيل اللقطات فور التقاطها مباشرة عبر الشاشات الرقمية المدمجة في الكاميرا (الموقع الإلكتروني، 2025).
5. سعة واستدامة التخزين: حفظ كميات ضخمة من البيانات البصرية في بطاقات ذاكرة صغيرة، مع مرونة تفرغها وإعادة استخدامها (الموقع الإلكتروني، 2025).
6. الصداقة البيئية: التخلص الكامل من المحاليل الكيميائية والأوراق السامة، والاكتفاء بالحفظ الإلكتروني النظيف.
7. التوفر والانتشار الاتصالي: اندماج تقنيات التصوير عالي الدقة في الهواتف الذكية، مما أتاح منافسة الأجهزة الاحترافية ودعم النشر الفوري.

ثالثاً: الوظائف الاتصالية والسيكولوجية للصورة الرقمية:

تتعدد الأدوار والخصائص التي تؤديها الصورة الرقمية عبر بيئة المواقع الإلكترونية، ويمكن إيجاز أبرز تلك الوظائف في النقاط الآتية:

1. الوظيفة الإخبارية: تُسهم في تدعيم الرواية التحريرية، وإقناع المتلقي بواقعية الحدث، وتقديم تفاصيل مرئية مكملية للنص الخبري (الكرخي، 2022، ص. 57).
2. الوظيفة السيكولوجية (النفسية): تؤثر في وجدان الجمهور وتستثير عواطفه (من فرح، أو حزن، أو غضب)، مما يمنحه شعوراً بالمشاركة النفسية في الأبعاد الإنسانية للحدث (الكرخي، 2022، ص. 57).
- الوظيفة الجمالية الفنية: تضفي الحيوية والتنوع على واجهة العرض الإلكترونية للموقع، وتكسر رتابة النصوص الجامدة لجذب انتباه المتصفح (عبيد، 2016، ص. 53).

• الوظيفة التوثيقية والإثباتية: تُشكل الصورة وثيقة مرئية دامغة تمنح الوقائع التاريخية والأنشطة الميدانية حجة واقعية تعزز المصداقية لدى الجمهور (عدوي، 2016، ص. 181).

• الوظيفة الاتصالية التفاعلية: تُمثل أداة بصرية فاعلة تُثري الكلمة المكتوبة وتوضح التفاصيل الدقيقة بشكل يتفوق على الأنماط السردية التقليدية (الرفاعي، 2020، ص. 61).

رابعاً: أنواع الصورة الرقمية:

تظهر المؤثرات الصورية وتطبيقات الوسائط المتعددة (المليديدا) عبر الفضاء الرقمي على عدة أشكال فنية وبنائية، ويمكن بلورة أبرز أنواعها في النقاط الآتية (الكرخي، 2022، ص. 65) :

1. الصور الفوتوغرافية: وهي اللقطات الحية والميدانية المأخوذة عبر الكاميرات الرقمية، وتُعد الركيزة الأساسية لتوثيق الأحداث، لكونها تمتاز بالمرونة العالية في المعالجة والتعديل عبر البرامج المتخصصة .

2. الصور النقطية (Bitmap): بنية بصرية تتشكل هندسياً من شبكات بكسلات متراصة لبناء المعالم والملاح التفصيلية الدقيقة للقطعة المعروضة .

3. الصور الرسومية والمتجهة (Vector) أشكال ومخططات توضيحية بسيطة تعتمد على بناء هندسي مرّن يسمح بتغيير حجمها دون فقدان دقتها الفنية (سلمان، 2019، ص. 75) .

4. الرسوم المتحركة (GIF) عبارة عن تتابع زمني مقنن لصور ثابتة تظهر للمتلقّي في قالب حركة تفاعلية مستمرة لرفع مستوى الجذب البصري لصفحات الموقع.

خامساً: أنماط وملفات الصور الرقمية:

تتعدد الامتدادات والنساقات الفنية الحاكمة لحفظ وتخزين الصورة الرقمية عبر شبكة الإنترنت والتطبيقات البرمجية المتخصصة كبرنامجي "فوتوشوب" و"كورييل درو" (Drew, 2004, p. 75) ، وتتمثل أبرز هذه الأنواع في الآتي:

1. نسق (JPEG) النسق الأكثر شيوعاً وانتشاراً على شبكة الإنترنت، ويمتاز بآلية ضغط مرنة توازن بين حجم الملف ومحدودية العين البشرية في إدراك التفاصيل الدقيقة جداً، وتدعم لقطاته عمقاً لونياً غنياً يصل إلى ملايين الألوان.

2. نسق (GIF) صيغة مخصصة لنقل الرسوم والمضامين البصرية بمرونة عبر شبكات الاتصال بعمق لوني محدد، وتتميز بدعمها للصور الثابتة والمتحركة على حد سواء عبر إصداراتها الفنية المتتابعة.

3. نسق (PNG): من الأنماط الرقمية الحديثة المتوافقة مع بوابات الويب، ويعتمد تقنية ضغط متطورة تسمح بخاصية الشفافية اللقطية والعناصر البصرية الثابتة دون دعم الأنماط المتحركة (Chapman, 2000, p. 81).

سادساً: القيم الإخبارية للصورة الرقمية :

برزت الأهمية الإخبارية للصورة الرقمية في المواقع الإلكترونية لتوثيق الأحداث وتدعيم المواد الصحفية بأنية وموضوعية؛ مما عزز مصداقية المضامين الإعلامية وحفز ظهور منصات رقمية متخصصة تضمن حقوق الملكية الفكرية لمصوريها (عبيد، 2016، ص. 45). وتعرف نهى عاطف العبد القيم الإخبارية بأنها معايير انتقاء وتحرير الأخبار المستوفية لشروط النشر؛ إذ

يُعد الحدث الخالي من المساندة البصرية قاصراً من الناحية الاتصالية (العبد، 2009، ص. 71؛ فاضل، 2011، ص. 39). ويمكن للصورة اكتساب هذه القيمة المعيارية من خلال توافر محددات مقننة تشمل: الجدة والمواكبة الموضوعية الحادة، وإثارة اهتمام الجمهور، وفورية البث الرقمي، والمضمون البشري الإنساني، فضلاً عن السلامة الفنية وزوايا الانتقاء الاحترافية. ترتكز القيم الإخبارية على العنصر الإنساني كغاية اتصالية تمنحها السياسة التحريرية الأفضلية لاستثارة انفعالات المتلقي وعواطفه الوجدانية تجاه الوقائع المحلية والدولية. وتتعدد أمثلة هذه المواد البصرية لتشمل لقطات الكوارث الطبيعية، والانتهاكات، وصور الأطفال وشخصيات المجتمع الفاعلة والمؤثرة ميدانياً (صالح، 2019، ص. 111).

سابعاً: توظيف الصورة الرقمية :

أدت التطورات التكنولوجية المتتابعة في صناعة وسائل الإعلام إلى التحول نحو الإعلام الإلكتروني؛ حيث اتخذت الصورة الرقمية دوراً رئيساً في تحقيق أهداف المواقع الإلكترونية (عبد الحميد وبهنيسي، 2004، ص. 31). وقد أدى ذلك إلى تطور شكل الصورة بانتقالها من الصامتة إلى المتحركة؛ لإدراك المؤسسات الإعلامية مدى تأثيرها في المتلقي. ويعرّف كرم شلبي التوظيف بأنه: "توجيه الخبر أو الصورة لخدمة فكرة معينة ولمنصرة رأي معين" (شلبي، 1985، ص. 28). بينما عرّفه علي عبد الفتاح بأنه: عمليات مخططة تركز على الإيحاء والرموز لبث الرسائل الاتصالية؛ بقصد الإقناع وتغيير الاتجاهات (عبد الفتاح، 2016، ص. 28).

تُعد الصورة الرقمية من الوسائل الفاعلة في المواقع الإلكترونية؛ لما تؤديه من أدوار توثيقية وجمالية تضع الجمهور في قلب الحدث (الكرخي، 2022، ص. 57). وانطلاقاً من هذه القيمة، يتوجب مراعاة المعايير المجتمعية عند انتقاء الصور؛ لكون قيمتها ترتبط بالقدرة على تجسيد الواقع وتوثيقه. وقد رفعت الأزمات وحالات التحول السياسي المعاصرة من شأن الخطاب البصري، ليرتفع اهتمام الباحثين بها إلى حد وصف بعض الصراعات بـ "الحروب المصورة" (اللبان، 2015). وتأسيساً على ذلك، فإن عملية النشر ليست عملاً عفواً، بل تمثل جزءاً من الاستراتيجيات العسكرية والمؤشرات الحاكمة للهزيمة أو النصر. ومن أمثلة ذلك، التلاعب البصري الذي مارسه بعض الوكالات الإخبارية العالمية العاملة في العراق إبان الحرب ضد تنظيم "داعش" الإرهابي؛ لتشكيل المحتوى وفق أجنداتها السياسية. وتأكيداً لقدرة الصورة على توجيه الرأي العام، فقد ركزت تلك المنصات على إبراز تمدد التنظيم، في مقابل التعتيم على تقدم القوات العراقية. وهو ما دفع الإعلام الحربي العراقي لمواجهة هذا التضليل بنقل الحقائق الميدانية الحية؛ لتأكيد انكسار الإرهاب وتوثيق انتصارات القوات المسلحة والحشد الشعبي (عباس، 2022، ص. 34-35).

ثامناً: المواقع الإلكترونية :

يزدحم فضاء الإنترنت بالمواقع الإلكترونية التي تجاوز عددها مئات الملايين؛ حيث فرضت نفسها على المؤسسات الحكومية وغير الحكومية لمواكبة التطورات التكنولوجية المستمرة، سعياً لتحقيق رغبات المستخدمين وإشباع حاجاتهم المعرفية. ويعرّف علي الحجازي الموقع الإلكتروني بأنه: "مجموعة من الصفحات الإلكترونية التي تحتوي على وسائط متعددة، ومواد صحفية، وقضايا سياسية وثقافية وتكنولوجية" (الحجازي، 2017، ص. 18). وقد ظهرت هذه المواقع في بداية تسعينيات القرن الماضي كنسخ إلكترونية للصحف الورقية، ثم تطورت لتصبح مواقع مؤسسية، وتجارية، وحكومية تمتاز باستمرار التحديث الفوري.

تتكون المواقع الإلكترونية من وسائط متعددة تقدم خدمات متنوعة، وتتشترك جميعها في هيكليّة العنوان الرقمي المنقسم إلى جزأين: (ثابت ومتغير). يُمثل الجزء الثابت في البروتوكول ونطاق الشبكة العالمية (<http://www>)، بينما يُمثل الجزء المتغير النطاق (Domain Name)، المنقسم إلى امتداد النطاق الحاكم لطبيعة المؤسسة مثل (ogr) للمنظمات، والحروف الأولى المحددة للاسم التعريفي للمشروع. فعلى سبيل المثال، يتخذ موقع منظمة التجارة العالمية الهيكل الآتي (<http://www.wto.org>)؛ إذ يرمز المقطع (org) إلى طبيعة المنظمة، في حين يمثل المقطع (wto) الاسم الرسمي لها (حوى، 2015، ص. 54).

تاسعاً: مميزات المواقع الإلكترونية:

تتميز المواقع الإلكترونية بتقديم خدمات متعددة وغير محدودة، وتُعد هذه المزايا من أهم عناصر نجاحها عبر شبكة الإنترنت؛ فهي تتسم بسهولة التصفح وإمكانية وصول الجميع إليها (ساجت، 2026، ص. 759). لا سيما في ظل التطور التقني الذي وُقِر تطبيقات للهواتف المحمولة تتيح للمستخدم الوصول الفوري بضغطة زر واحدة. كما وفرت الهواتف خدمات مخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة؛ لتسهيل وصولهم ومتابعتهم للأحداث والوقائع الجارية. ومن أهم مميزات المواقع الإلكترونية ما يأتي (فيضي، 2016، ص. 55) :

1. الإبحار: تتوفر المواقع الإلكترونية للباحث أو المستخدم خدمة البحث عن المعلومات التي يبتغيها داخل نطاق الموقع وخارجه (فيضي، 2016، ص. 55).
 2. الصور: تُعد ميزة توفر الصور ذات أهمية بالغة في جذب الجمهور، وتوضيح المضامين وتأكيداتها، فضلاً عن إضفاء طابع الواقعية على الأخبار؛ لذا يجب اختيار اللقطات الواضحة والاحترافية، مع إمكانية إرفاق كلمات توضيحية معها.
 3. الحركة: تؤدي ميزة الحركة المرتبطة بالنصوص والعناوين والصور دوراً حيوياً في التأثير النفسي في المستخدم وجذب انتباهه وتفعيل الروابط التفاعلية (موسى، 2015، ص. 106-108).
 4. الصوت: تساهم ميزة الصوت في جذب الانتباه عبر الأنماط الإشعاعية، والخلفيات الموسيقية، والتسجيلات، والتعليق الإذاعي، وقراءة الأخبار صوتياً لذوي الاحتياجات الخاصة (موسى، 2015، ص. 106-108).
 5. الاستمرارية: تتيح هذه الميزة للمستخدم تتبع اهتماماته المعرفية عبر عناصر وسائطية تفاعلية تبقى في حالة تصفح مستمر (موسى، 2015، ص. 106-108).
 6. الألوان: يستخدم مخرج المواقع الإلكترونية الألوان كأداة استراتيجية للتأثير النفسي، وتمييز المضامين الجديدة، والإشارة إلى الروابط التشعبية (Hyperlinks)، (السيد، 2015، ص. 205).
- التعليق: ترتبط خاصية التعليق بإمكانية مشاركة المستخدم وتفاعله مع المواد المنشورة عبر الصناديق المتاحة أو التشارك الفوري للمعلومات. وذلك سواء أكان المحتوى متاحاً للعموم أم يتطلب تسجيلاً مسبقاً في بنية الموقع. وتُعد هذه الخاصية ركيزة أساسية لسمة "التفاعلية" التي تمنح المستخدمين القدرة على التواصل الفعال (شلبي، 2021).
- عاشراً: الصورة الرقمية في المواقع الإلكترونية:**

تمثل الصورة الرقمية ركناً أساسياً في بنية شبكة الإنترنت؛ بوصفها معلومة علمية، وتعليمية، وإعلامية، فضلاً عن كونها من أهم العناصر الجمالية للمواقع الإلكترونية. وتُضاف الصور أيضاً كعناصر إرشادية توضح أقسام الموقع؛ لمساعدة الزائر على التصفح

والانتقال بين الصفحات الداخلية أو الروابط الخارجية. وعلى سبيل المثال، يُعد موقع "فليكر" Flickr "من أبرز المنصات العالمية لتبادل الصور بين المستخدمين، كما يتيح الانتقال إلى مواقع أخرى مرتبطة به؛ إذ يساهم في نشر صور متنوعة تغطي شتى مجالات الحياة، وتُستخدم مواد إعلامية لتوثيق الأحداث الكبرى، مثلما حدث أثناء تفجيرات قطارات الأنفاق في لندن عام 2005. وقد أدى ذلك إلى نمو المواقع الإلكترونية الصحفية بشكل مطرد؛ لتصبح حلقة وصل حيوية بين الأخبار والجمهور (صادق، 2008، ص. 339).

إن التحولات الرقمية التي مرت بها الصورة الفوتوغرافية جعلتها محل تداول واسع بين المواقع الإلكترونية، والصنف الأكثر استهلاكاً؛ إذ تجاوزت تقنيات الصورة الرقمية حدود قوانين الصورة التقليدية. وتتمتع الصورة الرقمية بحيوية فائقة تجعل كل شيء فيها قابلاً للتحويل والتعديل؛ حيث منحت التقنيات الحديثة المصور حرية أكبر في تشكيل الصورة النهائية، فلم تعد الصورة حدثاً قائماً قبل التصوير أو أثناءه فحسب، بل أصبحت تعتمد على ما يليه أيضاً.

لقد قدمت الثورة الرقمية سياقاً جديداً مكن الأفراد من التواصل عبر الصور من خلال البريد الإلكتروني ومنصات التبادل، فيما يشبه "هوس التشارك"، ولم تعد الصورة حبيسة حيز الخصوصية، بل أصبحت متاحة للجميع، على الرغم من توافر خيارات الخصوصية في بعض المواقع الإلكترونية (السادة، 2012، ص. 26-33).

حادي عشر: أهم معايير انتقاء الصورة الرقمية في المواقع الإلكترونية:

ثمة عوامل عدة تتحكم في اختيار الصورة الرقمية الصالحة للنشر؛ إذ يظل عامل الجذب، وإثارة الانتباه، والتأثير في القارئ من أهم ما يميزها. ومن أبرز هذه العوامل ما يأتي (أبو عرقوب، 2020، ص. 83):

1. الحيوية: يجب أن تعكس النشاط الإنساني عبر زوايا مبتكرة تظهر الانفعال والحركة؛ لتجنب شعور القارئ بالركود.
 2. الصلة بالموضوع: يجب أن تكون الصورة مكتملة للنص وتضيف أبعاداً جديدة للشرح، بدلاً من كونها مجرد زينة مكررة للوصف.
 3. الجانب الإنساني: تزداد قيمة الصورة بوجود اللمسة الإنسانية التي تبرز المأساة أو الحدث؛ فهي قادرة على إيقاظ الضمير العالمي وتغيير السياسات.
 4. التلقائية: يميل الجمهور إلى الصور العفوية غير المرتبة مسبقاً، خاصة الشخصية منها؛ لأنها تضيف واقعية وحيوية وتكسر جمود الصفحة.
 5. تعدد الدلالات: الصورة الناجحة هي التي تحمل معانٍ تتجاوز اللقطة الظاهرة، مما يتيح للقراء استنباط دلالات مختلفة بحسب خلفياتهم وميولهم.
 6. الجودة الفنية: تشمل وضوح المعالم، ودقة الألوان، والتباين المدروس بين الضوء والظلال؛ لإبراز التفاصيل الدقيقة للأشياء والوجوه.
 7. زوايا التصوير: اختيار زاوية ذكية يمنح اللقطة تميزاً يساعد في جذب انتباه القارئ وتحفيزه على تفحص عناصرها.
- يرى الباحث: اختيار الصورة النهائية من بين عشرات اللقطات هو عملية اتصالية تهدف إلى إرسال رسالة محددة، يكتمل معناها عبر وجهة نظر المتلقي وتفسيره لها.

الإطار العملي للبحث

أولاً: نبذة تعريفية لجمعية الأمل العراقية وموقعها الإلكتروني :

1. نبذة عن الجمعية: تُعد الجمعية إحدى المنظمات غير الحكومية المسجلة في العراق، حيث تأسست عام 1992 في إقليم كردستان، وعقدت مؤتمرها التأسيسي الأول في هولندا عام 1995. وفي أعقاب عام 2003، انتقلت الجمعية إلى العاصمة بغداد حيث افتتحت مكتبها الرئيسي لممارسة نشاطاتها في مجال المجتمع المدني. لاحقاً، سُجلت الجمعية في عدة وزارات لتعزيز دورها ونشاطاتها المؤسسية، منها وزارات: (الداخلية، التربية، الصحة، حقوق الإنسان، الهجرة والمهجرين، والشباب والرياضة). ومنذ انطلاقتها، نفذت الجمعية العديد من البرامج والمشاريع الرامية إلى تطوير قدرات الشباب؛ إذ تتبنى في خطتها الاستراتيجية العمل على التأهيل ورفع الوعي الاجتماعي لضمان السلام، وحماية حقوق الإنسان، وتحقيق التنمية المستدامة في العراق، فضلاً عن تقديم الأعمال التطوعية والمساعدات الإنسانية .

2. الوصف التقني والهيكل للموقع الإلكتروني: يتميز التصميم الهيكلي للموقع الإلكتروني الخاص بالجمعية بتنظيم دقيق؛ حيث يظهر شعار الجمعية في الزاوية العليا اليمنى، بينما يظهر اسم الجمعية باللغة الإنجليزية في الجهة اليسرى. يتضمن الموقع "شريط بوابات" باللون الأسود يحتوي على الأقسام التالية :

1. الصفحة الرئيسية: وتتفرع منها الأخبار الرئيسة للموقع .
 2. بوابة البرامج: وتتفرع إلى عدة تخصصات تشمل (الصحة، التعليم، النوع الاجتماعي، بناء السلام والتعايش، تدريب وبناء القدرات، التمكين الاقتصادي، وحملات المدافعة والضغط) .
 3. بوابة أخبار ومقالات ووثائق: وتتفرع إلى (تشريعات وقوانين، تقارير ودراسات، وثائق وإصدارات الجمعية) .
 4. بوابات إضافية: تشمل (بوابة الوظائف والمناقصات، بوابة من نحن، بوابة اتصل بنا)، بالإضافة إلى خاصية تغيير اللغة إلى الإنجليزية وأيقونة البحث في الموقع .
- أما من حيث التصميم البصري لواجهة العرض، تظهر أخبار البرامج على شكل نصوص وصور مرتبة بشكل عمودي في الجهة اليمنى للموقع، بينما خُصصت الجهة اليسرى لبوابات التواصل الاجتماعي التي تربط المستخدم بصفحة الجمعية الرسمية على (فيسبوك) وقاتها على (يوتيوب) .

3. الإجراءات المنهجية لعينة البحث: اختار الباحث "جمعية الأمل العراقية" كعينة للبحث، حيث شملت الدراسة المحتوى المنشور لمدة عام كامل. وقد استعان الباحث بمنهج "الحصر الشامل"؛ ويعزى ذلك إلى قلة الصور المنشورة في الموقع الإلكتروني، مما استوجب رصد كافة المواد المنشورة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2022/1/1 ولغاية 2022/12/31 .

ثانياً: تحليل محتوى توظيف الصورة في موقع جمعية الأمل العراقية :

يتناول هذا المبحث نتائج تحليل محتوى الصورة الرقمية في الموقع الإلكتروني لـ "جمعية الأمل العراقية"، خلال المدة الممتدة من 2022/1/1 لغاية 2022/12/31. وقد اعتمد الباحث في دراسته على تحليل الصور المنشورة وفق مسارين أساسيين: (شكل الصورة) و(مضمون الصورة)، وبلغ مجموع الصور الخاضعة للتحليل (75) صورة، حيث اعتمد الباحث أسلوب عينة الحصر

الشامل؛ نظراً لقلّة المواد المصورة المنشورة في الموقع خلال فترة الدراسة، مما استوجب تحليل كافة الصور التي توافقت مع أهداف البحث.

جدول رقم (1): يمثل التوزيع النسبي والتراتبى لفئة موضوعات الصورة الرقمية (موقع جمعية الأمل العراقية)

ت	موضوع الصورة	التكرار	نسبة مئوية	الرتبة
1.	موضوعات الجلسة النقاشية الحوارية	31	41.3%	الأولى
2.	موضوعات ورشة عمل تدريب	20	26.7%	الثانية
3.	موضوعات غلاف كتاب وبروشور	12	16%	الثالثة
4.	موضوعات اجتماع الأفراد	6	8%	الرابعة
5.	موضوعات تكريم شخصيات	6	8%	رابعة مكرر
المجموع		75	100%	

تبين معطيات الجدول (1) تركيزاً على المحتوى البصري في فئة "الجلسات الحوارية" بالمرتبة الأولى بنسبة (41.3%) بواقع (31) تكراراً؛ وهو ما يعكس التوجه الاستراتيجي للجمعية نحو تعزيز قنوات التواصل بين الفئات الشبابية ومراكز صنع القرار . وجاءت "صور التدريب" في المرتبة الثانية محققة نسبة (26.7%) بـ(20) تكراراً، وفي المرتبة الأخيرة حلت "صور موضوعات التكريم" بنسبة ضئيلة لم تتجاوز (8%). ويُستنتج من هذا أن آليات النشر عبر الموقع الإلكتروني لجمعية الأمل لا تستند إلى العفوية أو التراكم الكمي، بل هي عملية انتقاء سيميائي دقيقة؛ إذ يتم اختيار الصورة من بين بدائل بصرية متعددة لتكون بمثابة "رسالة موجهة" تسعى لتشكيل إدراك المتلقي . إن هذا التوظيف يتجاوز الوظيفة الإخبارية التقليدية للصورة، ليتحول إلى أداة استراتيجية تهدف إلى تحقيق استجابة اتصالية محددة وصناعة صورة ذهنية تخدم الأهداف العامة للمنظمة.

جدول رقم (2): يمثل التوزيع النسبي والتراتبى لفئة الشخصيات الظاهرة في الصورة الرقمية (موقع جمعية الأمل العراقية)

ت	الشخصيات الظاهرة الصورة	التكرار	نسبة مئوية	الترتبة
1.	صورة الناشطين المدنيين	49	65.34%	الأولى
2.	صورة للسياسيين	15	20%	الثانية
3.	صورة لغلانف كتاب وبروشور	6	8%	الثالثة
4.	صور محاضرين	5	6.66%	الرابعة
المجموع		75	100%	

يتضح لنا من الجدول (2)، وبعد إجراء التحليل لمحتوى (فئة الشخصيات الظاهرة في الصورة الرقمية) المنشورة في موقع جمعية الأمل العراقية، أن فئة صورة الناشطين المدنيين جاءت بالمرتبة الأولى بـ (49) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (65.34%)؛ ويعكس هذا التركيز إيمان الجمعية بالدور التأثيري للناشطين في الوسط المجتمعي، واستثمار حضورهم البصري كعنصر جذب لاستقطاب جمهور جديد. فيما جاءت في المرتبة الثانية صورة السياسيين محقة (15) تكراراً بنسبة (20%)؛ نتيجة لحرص الجمعية على استضافة صناع القرار السياسيين في الفعاليات النقاشية، سعياً لتقريبهم من الجمهور وتفعيل دورهم في معالجة القضايا المجتمعية. وفي المرتبة الأخيرة جاءت صور المحاضرين بواقع (5) تكرارات ونسبة (6.66%)؛ بالرغم من محدودية هذه النسبة، إلا أن إبراز دور "الميسر" يظل ركيزة أساسية تعكس الجانب التأهيلي الذي يمثل جوهر الخدمات التي تقدمها الجمعية.

جدول رقم (3): يمثل التوزيع النسبي والتراتبى لفئة هوية مصدر الصورة الرقمية (موقع جمعية الأمل العراقية)

ت	هوية مصدر الصورة	التكرار	نسبة مئوية	الرتبة
1.	مصادر داخلية	69	92%	الأولى
2.	مصادر خارجية	6	8%	الثانية
المجموع		75	100%	

نستخلص من الجدول (3)، وبعد إجراء التحليل لمحتوى (فئة هوية مصدر الصورة الرقمية) المنشورة في موقع جمعية الأمل العراقية، تبين أن فئة المصادر الداخلية للجمعية هي الأعلى بعدد التكرار (69) تكراراً من مجموع (75) صورة نشرها الموقع وبنسبة مئوية (92%)، مما يؤكد اعتماد الجمعية على فريق إنتاج بصري خاص لتغطية أنشطتها، وفي المقابل تراجعت المصادر الخارجية إلى المرتبة الأخيرة بعدد التكرار (6) تكرارات وبنسبة مئوية (8%) مما يعكس تفضيل الجمعية للمحتوى الحصري والميداني على حساب المصادر الثانوية، تعزيزاً لمصداقيتها لدى الجمهور .

جدول رقم (4): يمثل التوزيع النسبي والتراتبى لفئة وظائف الصورة الرقمية (موقع جمعية الأمل العراقية)

ت	وظائف الصورة الرقمية	التكرار	نسبة مئوية	الرتبة
1.	الوظيفة الإخبارية	45	60%	الأولى
2.	الوظيفة التوثيقية	25	33.3%	الثانية
3.	الوظيفة الجمالية	5	6.7%	الثالثة
المجموع		75	100%	

يبين الجدول (4)، وبعد إجراء التحليل لمحتوى (فئة وظائف الصورة الرقمية) المنشورة في موقع جمعية الأمل العراقية، تصدرت الوظيفة الإخبارية المرتبة الأولى بعدد تكرار (45) تكراراً من مجموع (75) صورة نشرها الموقع وبنسبة مئوية (60%)، وهو ما يبرهن على توجه الجمعية نحو تدعيم المادة الصحفية ونقل الأنشطة والفعاليات الجارية بأنية وفورية لتعزيز مصداقية الأخبار المنشورة، في حين حصلت الوظيفة الجمالية على المرتبة الأخيرة بعدد تكرار (5) تكرارات فقط وبنسبة مئوية (6.7%) مما يوضح أن سياسة النشر المعتمدة تركز على الجوانب الاتصالية والوظيفية للصورة بالمقام الأول، وتفضيل القيمة الخبرية في الصورة .

جدول رقم (5): يمثل التوزيع النسبي والتراتبى لفئة القيم الاخبارية الصورة الرقمية (موقع جمعية الأمل العراقية)

ت	القيم الإخبارية للصورة الرقمية	التكرار	نسبة مئوية	الرتبة
1.	الجددة (الحدائثة) المضمون بشري	40	53%	الأولى
2.	السلامة الفنية زوايا التصوير	22	29%	الثانية
3.	سرعة النشر	13	18%	الثالثة
المجموع		75	100%	

يستعرض الجدول (5)، وبعد إجراء التحليل لمحتوى (فئة المعايير والقيم الإخبارية للصورة) المنشورة في موقع جمعية الأمل العراقية، تصدرت الجدة والحدائثة / المضمون البشري المرتبة الأولى بعدد تكرار (40) تكراراً من مجموع (75) صورة نشرها الموقع وبنسبة مئوية (53%)، وهو ما يبرهن على توجه الجمعية نحو مواكبة الأحداث الآنية والتركيز على الأبعاد الإنسانية والمجتمعية التي تلامس الجمهور في مضامينها البصرية، في حين حصلت معايير سرعة النشر على المرتبة الأخيرة بعدد تكرار (13) تكرارات وبنسبة مئوية (18%) مما يوضح أن سياسة النشر المعتمدة تعطي الأولوية لعمق المضمون الإنساني والسلامة الفنية للصورة على حساب النشر الفوري والمستعجل غير المكتمل الأركان.

جدول رقم (6): يمثل التوزيع النسبي والتراتبى لفئة أنواع الصورة الرقمية من حيث الأشخاص (موقع جمعية الأمل العراقية)

ت	أنواع الصورة من حيث الأشخاص	التكرار	نسبة مئوية	الرتبة
1.	صور عامة	66	88%	الأولى
2.	صور فردية	9	12%	الثانية
المجموع		75	100%	

يبين الجدول (6)، وبعد إجراء التحليل لمحتوى (فئة أنواع الصورة الرقمية) المنشورة في موقع جمعية الأمل العراقية، تصدر الصور العامة المرتبة الأولى بعدد تكرار (66) تكراراً من مجموع (75) صورة نشرها الموقع وبنسبة مئوية (88%)، وهو ما يبرهن على توجه الجمعية نحو إبراز العمل الجماعي والتفاعلي عبر إظهار مجموعات من الأشخاص داخل الإطار البصري

الواحد، وحصلت الصور الفردية على المرتبة الأخيرة بعدد التكرار (9) تكرارات ونسبة مئوية (12%) مما يعكس سياسة نشر تفضل التوثيق الجماعي للأنشطة والميدان على الحضور الفردي، انسجاماً مع طبيعة عملها المؤسساتي .

جدول رقم (7): يمثل التوزيع النسبي والتراتبى لفئة مكان النقاط الصورة الرقمية (موقع جمعية الأمل العراقية)

ت	مكان النقاط الصورة	التكرار	نسبة مئوية	الرتبة
1.	بغداد	33	44%	الأولى
2.	النجف	15	20%	الثانية
3.	كركوك	13	17.33%	الثالثة
4.	الأنبار	9	12%	الرابعة
5.	أربيل	5	6.67%	الخامسة
المجموع		75	100%	

يكشف تحليل "مكان النقاط الصورة" (الجدول 7)، عن تركز جغرافي لافقت في محافظة بغداد، التي حلت أولاً بواقع (33) تكراراً ونسبة (44%)؛ مما يعكس ثقل النشاط الاتصالي والميداني في العاصمة بوصفها المقر الرئيسي ومركزاً لصنع القرار. وتساوت محافظتا النجف وكركوك في المرتبتين الثانية والثالثة بواقع (15) تكراراً ونسبة (20%) لكل منهما، ما يشير إلى امتداد فاعل لنشاطات الجمعية التدريبية والنقاشية في هاتين المحافظتين كأولوية تالية للعاصمة، وفي المراتب الأخيرة، جاءت الأنبار بواقع (9) تكرارات (12%)، ثم أربيل بـ (5) تكرارات (6.67%)؛ وهو ما يوضح خصوصية الاستراتيجية المكانية لجمعية الأمل التي تركز على مناطق نفوذ برامجها الخاصة داخل العراق، بمعزل عن التوجهات التقليدية للمنظمات الدولية والمحلية التي تمنح الأولوية غالباً لمحافظة أربيل والأنبار .

جدول رقم (8): يمثل التوزيع النسبي والتراتبى لفئة معايير انتقاء الصورة الرقمية (موقع جمعية الأمل العراقية)

ت	معايير انتقاء الصورة	التكرار	نسبة مئوية	الرتبة
1.	صلة بالموضوع	40	53.34%	الأولى
2.	زوايا التصوير	18	24%	الثانية
3.	الجانب الفني	6	8%	الثالثة

4.	الجانب الإنساني	5	6.67%	الرابعة
5.	تلقائية	4	5.33%	الخامسة
6.	حيوية	2	2.66%	السادسة
المجموع		75	100%	

يوضح لنا الجدول (8)، (فئة معايير انتقاء الصورة الرقمية) المنشورة في موقع جمعية الأمل العراقية، الأولوية لـ "الصلة بالموضوع" في المرتبة الأولى بواقع (40) تكراراً ونسبة (53.34%)؛ مما يؤكد حرص الموقع على تحقيق التوافق الدلالي بين النص الخبري والمحتوى البصري. وحلت "زوايا التصوير" ثانياً بنسبة (24%) وبواقع (18) تكراراً، مما يعكس مهارة المصور في تنويع المساقط البصرية لكسر الرتابة، وفي المراتب اللاحقة، بلغت نسبة "الجانب الفني" (8%)، متمثلةً في إبراز الهوية المؤسسية عبر (الشعارات والوسائل الإيضاحية)، بينما تراجعت معايير "الحيوية، الجانب الإنساني، والتلقائية" إلى المراتب الأخيرة بنسب محدودة. وتكشف هذه النتائج في مجموعها عن اتباع إدارة الموقع سياسة انتقائية دقيقة، تمنح الأولوية للمحتوى الوظيفي والفني على حساب العفوية البصرية، لضمان تقديم صورة ذهنية احترافية أمام الجمهور.

ثالثاً: نتائج تحليل موقع جمعية الأمل العراقية

أفضت عملية تحليل المحتوى البصري للموقع الإلكتروني إلى مجموعة من الاستنتاجات العلمية، وفقاً لما يأتي :

1. كشفت النتائج عن محدودية نسبية في توظيف الصور الرقمية عبر الموقع الرسمي؛ ويُعزى هذا الانخفاض العددي إلى تعدد النوافذ الإخبارية والمنصات الرقمية التابعة للجمعية، مما أدى إلى توزيع المحتوى البصري وتشتيته في أكثر من قناة اتصالية.
2. أظهرت الدراسة هيمنة واضحة لوظائف الصورة الاتصالية والعملية؛ إذ تصدرت الوظيفة الإخبارية أولويات النشر تلتها الوظيفة التوثيقية، في حين انحسرت الوظيفة الجمالية في المرتبة الأخيرة. مما يُستنتج معه أن فلسفة النشر البصري لدى الجمعية هي فلسفة وظيفية تخدم السياسة التحريرية بالمقام الأول، مبتعدةً عن الاستخدام التزييني المحض للقطعة البصرية.
3. بينت النتائج أن ترتيب القيم الإخبارية الحاكمة للمحتوى البصري يمنح الصدارة لمعيار الجودة والحداثة والمضمون البشري، يليه معيار السلامة الفنية وزوايا التصوير، بينما جاءت سرعة النشر في المرتبة الأخيرة؛ وهو ما يؤكد أن القائم بالاتصال يعطي الأولوية القصوى لعمق المضمون الإنساني الملامس للجمهور والجودة الفنية التعبيرية للقطعة على حساب النشر الفوري المستعجل.
4. يركز الخطاب البصري للموقع بصفة رئيسية على توثيق الجلسات النقاشية، وورش التدريب، والإصدارات المعرفية؛ وذلك ضمن استراتيجية اتصالية تهدف إلى الترويج لنشاطات الجمعية وتعزيز الجذب الجماهيري عبر إبراز الفعاليات التفاعلية والجماعية.
5. يولي الموقع اهتماماً محورياً بإبراز صور الناشطين المدنيين؛ انطلاقاً من كونهم يشكلون أطراً مرجعية وقوى تأثير فاعلة تسهم في تشكيل قناعات الجمهور المستهدف، وتجسد العمل الميداني بشكل واقعي

6. أثبتت الدراسة اعتماد الجمعية الكلي على الإنتاج الذاتي المتمثل بالجهود الفنية للمصور الخاص؛ مما يمنحها استقلالية تامة في السياسة التحريرية، ويجنبها القيود أو الضغوط المرتبطة بالمصادر الخارجية ووكالات الأنباء، وهو ما يفسر أيضاً التوافق العالي بين الصور والتوجهات الفكرية للمؤسسة .
 7. تخضع عملية النشر بمجملها ومعاييرها الانتقائية للموازنة الدقيقة بين القيمة التحريرية والجودة الهندسية للنقطة (مثل تنوع زوايا التصوير) على حساب الكم العددي؛ وهو ما يفسر قلة عدد الصور المنشورة مقابل ارتفاع مضامينها الاتصالية وقدرتها على إيصال الرسالة المنشودة بوضوح .
- رابعاً: التوصيات:**

1. ضرورة تكثيف النشر البصري عبر الموقع الإلكتروني الرسمي ليتناسب مع حجم أنشطة الجمعية الميدانية، مع توحيد السياسة التحريرية بين مختلف المنصات الرقمية لضمان عدم تشتت المحتوى .
2. تنوع فئات الشخصيات الظاهرة في الصور، من خلال منح مساحة أكبر للمستفيدين من مشاريع الجمعية (الفئات المستهدفة)؛ لتعزيز الأثر الإنساني والقيمة الاجتماعية للرسالة البصرية .
3. الانتقال من الصور التوثيقية التقليدية إلى الصور الرمزية والجمالية التي تحمل دلالات سيميائية عميقة؛ تساهم في ترسيخ الهوية المؤسسية وصناعة صورة ذهنية أكثر حداثة .
4. العمل على موازنة التغطية الصورية لتشمل الفروع والمكاتب كافة في المحافظات الأخرى بشكل مكثف؛ لتكسير المركزية البصرية للعاصمة بغداد، وإبراز الشمولية في العمل الميداني .
5. تحديث آليات عرض الصور من خلال اعتماد تقنيات "القصص البصرية" والإنفوجرافيك التفاعلي؛ لرفع مستوى التفاعل الجماهيري وتجاوز القوالب الإخبارية النمطية .
6. الاستمرار في سياسة الاعتماد على المصادر الداخلية، مع تزويد الفريق التقني والمصورين بدورات تخصصية في "سيكولوجية الصورة الرقمية" والتصوير الصحفي الحديث؛ لرفع القيمة الاتصالية للمحتوى المنشور .

المراجع

أولاً: المصادر العربية (مرتبة أبجدياً) :

1. أبو زيد، عمرو محمد: (2020) الصورة الصحفية لمسيرات العودة في الصحف الفلسطينية . غزة: الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، رسالة ماجستير غير منشورة .
2. أبو عرقوب، أمجد أحمد: (2020) دلالة تأطير الصورة الصحفية لمسيرات العودة في مواقع الصحف الإسرائيلية اليومية . غزة: الجامعة الإسلامية غزة، رسالة ماجستير غير منشورة .
3. أحمد، وسام محمد: (2018) الوسائط المتعددة في الصحافة تصميمها وإنتاجها . القاهرة: العربي للنشر والتوزيع .
4. أميرة، ع. م: (2008) دور الصورة كمنظومة تربوية واعية في تضييع الواقع ثقافة الصورة . القاهرة: جامعة عين شمس، كلية التربية، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، دار المنظومة .
5. الجمال، راسم محمد: (1992) مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية . القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح .

6. الحاج، كمال: (2020) مناهج البحث الإعلامي .سوريا: الجامعة الافتراضية السورية .
7. الحجازي، علي: (2017) المنطق الإعلامي بين العالمية والعولمة .عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع .
8. الرفاعي، محمد خليل: (2020) فن التصوير الصحفي .دمشق: منشورات الجامعة الافتراضية السورية .
9. السادة، أثير: (2012) تحولات الصورة .عمان: دار فضاءات للنشر والتوزيع .
10. السيد، إبراهيم: (2015) الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي .القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع .
11. العبد، نهى عاطف: (2009) الإعلام الدولي .القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع .
12. اللبان، شريف درويش: (2015) تكنولوجيا الصحافة وتأثيراتها المعاصرة .القاهرة: المركز العربي للبحوث والدراسات، متاح على الرابط الإلكتروني <http://www.acrseg.org/39312> .
13. الكرخي، مصطفى: (2022) توظيف الصورة الصحفية في المواقع الإخبارية الإماراتية .بغداد: جامعة بغداد، رسالة ماجستير .
14. حجاب، محمد منير: (2010) الدليل في كتابة البحوث العلمية .القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع .
15. حميد، بلال: (2014) وظيفة الصورة في المواقع الإخبارية دراسة تحليلية للصورة الإخبارية في موقعي السومرية نيوز والمركز الخبري لشبكة الإعلام العراقي .بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، رسالة ماجستير غير منشورة .
16. حوى، فائق حسين: (2015) المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية .عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع .
17. سلمان، حنين: (2019) توظيف الصورة الرقمية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية .تكريت: كلية الآداب، رسالة ماجستير .
18. صادق، عباس مصطفى: (2008) الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات) .عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع .
19. صالح، بافي جميل: (2019) وظيفة الصورة الخبرية في الصحافة الكوردية .القاهرة: العربي للمعارف .
20. شلبي، كرم: (1985) الخبر الإذاعي (فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون) .جدة: دار الشروق .
21. ساجت، سلام زغير: (2026) فاعلية العلاقات العامة الرقمية بالمواقع التسويقية الإلكترونية وقدرتها على تعزيز القرار الشرائي للزبائن. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، المجلد 22 عدد 1، DOI: <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol22.Iss1.1378>
22. عباس، علي فاضل: (2012) الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالة والإقناع .عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع .
23. عبد الحميد، محمد؛ بهنسي، السيد: (2004) تأثير الصورة الصحفية النظرية والتطبيق .القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة .
24. عبد الفتاح، علي رحيم: (2016) توظيف الشائعات في نشرات الأخبار التلفزيونية .بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، رسالة ماجستير غير منشورة .
25. عبيد، أحمد: (2016) التحليل الموضوعي للصور الصحفية الأسس والتطبيقات .القاهرة: العربي للنشر والتوزيع .
26. عدوي، جمال نايف: (2016) الفيلم الوثائقي والصورة الفوتوغرافية كوسائل للتعليم (ذي معنى) .عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع .
27. فاضل، نصر حسني؛ عبد الرحمن، سناء: (2004) التحرير الصحفي في عصر المعلومات .العين: دار الكتاب الجامعي .
28. قنديلجي، عامر: (2014) التوثيق الإعلامي والأرشيف الصحفي .عمان: دار اليازوري العلمية .

29. لانجتون، لوب: (2017) الصحافة المصورة والأخبار في عالم اليوم (خلق واقع مرئي). المملكة المتحدة بريطانيا: مؤسسة هنداوي سي آي سي .
30. مزاهرة، منال هلال: (2014) مناهج البحث الإعلامي . عمان: دار المسيرة .
31. موسى، شيرين علي: (2015) المواقع الإلكترونية الإخبارية في المفاهيم والمصادقية . القاهرة: دار العالم العربي .
32. الموقع الإلكتروني (2025) :كيفية قراءة الصور الصحفية وتحليلها .المرجع الإلكتروني للمعلومات، متاح على الرابط الإلكتروني : <https://mail.almerja.com/more.php?idm=18932>.

ثانياً: المصادر الأجنبية: (Foreign References):

1. **Chapman, N. (2000):** Digital Multimedia. England: John Wiley & Sons.
2. **Drew, L. Z.-N. (2004):** Fundamentals of Multimedia. USA: Pearson Education International.
3. **Kumar, M. (2004):** Digital Image Processing, in: Satellite Remote Sensing and GIS Applications in Agricultural Meteorology. Switzerland: World Meteorological Organisation.
4. **Peterson, K. (2005):** Introduction to Basic Measures of a Digital Image for Pictorial Collections. Washington, D.C.: Prints & Photographs Division, Library of Congress. Available at: loc.gov/rr/print/tp/IntroDgtlImage.pdf.
5. **Vaughan, T. (2011):** Multimedia: Making It Work (Vol. 8th edition). USA: McGraw-Hill.