



The Effectiveness of Using Digital Images on the X Platform A Study Applied to the Official Page of the University of Hail

Mohamed Abdalla Hassan Elbakhet* 

College of Literature and Arts, University of Hail

Abstract

Objectives: The study aims to identify the extent of usage and the effectiveness of digital images on the official page of the University of Hail displayed on the X Platform. It also attempts to pinpoint the most broadly used images in terms of quantity, quality, size and kind. In addition, the study seeks to determine the most commonly published topics on the page and the tweets with the most views.

Methods: The researcher uses the content analysis tool to analyze the content. A questionnaire was designed in its initial form and presented to specialists in the field. Following modifications, the questionnaire assumed its final form, then the study was applied to the selected sample, namely: (200) publications on the official page of the University of Hail on the X platform, representing the entire research sample.

Results: The study finds that the most prominent topics published by the official page of the University of Hail are activities and events, while the most commonly used form is advertisement images. These images are limited to one per each publication. Medium-sized images are the most prevalent, while high-quality images score the highest value.

Conclusions: Images play an important and prominent role in conveying meaning and supporting media content published on social media platforms, especially the X platform, as the most famous among digital platforms.

Keywords: Digital image, X platform, effectiveness, Hail University, extent of usage.

Received: 1/7/2024
Revised: 24/7/2024
Accepted: 2/9/2024
Published online: 1/8/2025

* Corresponding author:
moh.abdalla@uoh.edu.sa

Citation: Elbakhet, M. A. H. (2025). The Effectiveness of Using Digital Images on the X Platform A Study Applied to the Official Page of the University of Hail. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 53(1), 8074.

<https://doi.org/10.35516/Hum.2025.8074>

فاعلية استخدام الصورة الرقمية في منصة X دراسة تطبيقية على الصفحة الرسمية لجامعة حائل

محمد عبدالله حسن الخبيط*

قسم الإعلام، كلية الآداب والفنون، جامعة حائل، حائل، المملكة العربية السعودية

ملخص

الأهداف: هدفت الدراسة إلى معرفة درجة استخدامات وفاعلية الصورة الرقمية في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X وما الصور الأكثر استخداماً من حيث العدد والنوع والحجم والجودة، وما أبرز الموضوعات المنشورة على الصفحة وأبرز التغيرات من حيث عدد المشاهدة.

المنهجية: استخدم الباحث أداة تحليل المحتوى، جرى تصميم استبيانه في شكلها الأولي وعرضها على المختصين في المجال وبعد التعديلات جرى تصميم الاستبيانه بشكلها النهائي، ومن ثم تطبيق الدراسة على العينة المختارة وهي عدد (200) منشور بالصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X، أجريت عليها الدراسة تمثل عينة البحث بأكمله.

النتائج: توصلت الدراسة إلى أن أبرز الموضوعات التي تنشرها الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X هي موضوعات الفعاليات والمناسبات، وأكثر أنواع الصور استخداماً هي الصورة الإعلانية، بينما جاء استخدام صورة واحدة كأعلى نسبة في عدد الصور المصاحبة لكل منشور، ومن حيث الحجم كانت الصورة المتوسطة الحجم أكثر استخداماً من بين الصور، بينما جاءت عبارة جودة عالية كأعلى نسبة من بين العبارات في محور جودة الصورة.

الخلاصة: تلعب الصورة دوراً مهماً وبارزاً في إيصال المعنى وتدعم المحتوى الإعلامي المنشور على منصات التواصل وخاصة منصة X الأكثر شهرة من بين المنصات الرقمية.

الكلمات المفتاحية: الصورة الرقمية، منصة X، الفاعلية، جامعة حائل، درجة الاستخدام.



© 2026 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

المقدمة:

الانفتاح الذي شهدته العالم مؤخراً في مجال تقنية الاتصال والمعلومات بصورة عامة والاتصال الرقمي بصورة خاصة أوجد بيئة صالحة للإبداع خاصةً في الإعلام من قبيل المهاوة والمحترفين والمهتمين والباحثين في مجال صناعة الإعلام والمحتوى الرقمي، وشهدت مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف مسمياتها والمنصات الإلكترونية الأخرى في الأونة الأخيرة تطويراً وتقدماً متسارعاً في صناعة المحتوى الرقمي خاصةً في مجال الصورة الرقمية من حيث الشكل والمضمون، حيث أصبحت الصورة الرقمية تُشكل بُعداً مميراً للمحتوى الإعلامي وتعد هي المحور الأساسي لأي عمل إعلامي سواء كان مطبوعاً أو مرئياً، كما أصبح لها دوراً بارزاً ومهماً في صناعة المحتوى الرقمي، إذ تُشكل النسبة الكبرى في صناعة المحتوى الرقمي، وتناولت دراسة (البخيت، 2023) بأن أكثر الصور الرقمية استخداماً في صناعة المحتوى الرقمي هي الصورة متعددة الأشكال، وتعد الصورة هي المحور الأساسي لأي وسيلة إعلامية أو منصة رقمية، وتكمّن قوّة وتأثير المحتوى الرقمي في قوّة الصورة المصاحبة له. والملاحظ أن استخدامات الصورة الرقمية تزايد بصورة كبيرة في موقع التواصل الاجتماعي وبصورة كبيرة في منصة (X) موضوع الدراسة الحالية، إذ تُشكل الصورة الرقمية محوراً أساسياً في صناعة المحتوى الرقمي بمنصة (X). وتعود الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة (X) من بين الصفحات التي تستخدم الصورة الرقمية في منشوراتها وبصورة كبيرة.

مشكلة الدراسة:

هناك مقوله شائعة تقول: "بأن صورة واحدة تغنى عن أكثر من عشرة آلاف كلمة، والصورة تكفي عن مقال" وقد ظهر تعبير هذه المقوله في مقال نشر في جريدة فلاندرر عام 1911 نقلًا عن محورها يتحدث فيه عن الصحافة والدعـاء (ويكبيديـا، 2024). هذه المقوله تؤكـد أهمـية الصورة لما لها من معانـ ودلـات وأبعـاد ومحاـكة لـلواقع المـعاشـ، حيث أـصـبحـتـ الصـورـةـ الرـقـمـيـةـ فـيـ العـصـرـ الـحـالـيـ هيـ مـعـوـرـ العـلـمـ الـإـعـلـامـ الرـقـمـيـ،ـ كـمـنـصـاتـ التـوـاـصـلـ الـاجـتـمـاعـيـ وـالـصـحـافـةـ الرـقـمـيـةـ،ـ فـالـعـلـمـ الـإـعـلـامـ يـعـتـمـدـ عـلـىـ نـحـوـ أـسـامـيـ عـلـىـ الصـورـةـ كـمـكـوـنـ رـئـيـسـ لـلـمـادـدـ الـإـعـلـامـيـ الـمـعـرـوـضـةـ أـيـاـ،ـ كـانـ نـوـعـهـاـ،ـ وـمـنـ خـلـالـ الـمـشـاهـدـاتـ وـالـمـلـحـوـظـاتـ نـجـدـ أـنـ الـمـادـةـ الـإـعـلـامـيـةـ الـمـنـشـوـرـةـ عـلـىـ الـمـنـصـاتـ الرـسـمـيـةـ الـتـيـ تـحـتـويـ عـلـىـ صـورـةـ وـاحـدـةـ أـوـ مـجـمـوعـةـ مـنـ الـصـورـ تـزـيدـ فـيـهـاـ دـرـجـةـ الـمـشـاهـدـةـ وـالـمـتـابـعـةـ مـنـ قـبـلـ الـمـسـتـخـدـمـينـ،ـ بـيـنـمـاـ الـمـادـةـ الـإـعـلـامـيـةـ الـمـنـشـوـرـةـ الـتـيـ لـاـ تـحـتـويـ عـلـىـ صـورـةـ تـقـلـيـلـ فـيـهـاـ دـرـجـةـ الـمـتـابـعـةـ وـالـمـشـاهـدـةـ،ـ وـهـذـاـ يـؤـكـدـ عـلـىـ أـنـ الـمـؤـسـسـاتـ وـالـجـهـاتـ الرـسـمـيـةـ وـغـيرـ الرـسـمـيـةـ تـسـتـخـدـمـ الصـورـةـ الرـقـمـيـةـ فـيـ صـفـحـاتـ الرـسـمـيـةـ لـلـتـروـيجـ لـرـسـالـتـهـاـ وـخـدـمـاتـهـاـ حـتـىـ تـزـيدـ عـدـدـ مـتـابـعـهـاـ وـبـالـتـالـيـ إـصـالـ رـسـالـتـهـاـ لـجـمـورـهـاـ،ـ لـذـلـكـ أـرـدـتـ هـذـهـ الـدـرـاسـةـ أـنـ تـجـبـ عـلـىـ التـسـاؤـلـ الرـئـيـسيـ:ـ مـاـ فـاعـلـيـةـ اـسـتـخـدـامـ جـامـعـهـ حـائـلـ لـلـصـورـةـ الرـقـمـيـةـ فـيـ صـفـحـاتـ الرـسـمـيـةـ عـلـىـ مـنـصـةـ Xـ وـمـنـهـ تـتـفـرـعـ الـأـسـئـلـةـ التـالـيـةـ:ـ

تساؤلات الدراسة:

- ما أبرز الموضوعات التي تنشرها جامعة حائل على صفحتها الرسمية على منصة X؟ 1.

أي الصور الأكثر استخداماً في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟ 2.

كم عدد الصور المصاحبة لكل منشور في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟ 3.

ما حجم الصور المصاحبة لكل منشور في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟ 4.

ما جودة الصور المستخدمة في منشورات الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟ 5.

أي التغيرات الأكثر مشاهدة واعجابات وتعليقات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟ 6.

فروض الدراسة:

الافتراضات ما هي إلا تخمينات أو توقعات أو استنتاجات، يتبعها الباحث مؤقتاً كحلول مشكلة البحث، فهي تعمل كدليل ومرشد له، ويرى بعض الكتاب أن الفرض ما هو إلا عبارة مجردة، لا تحمل صفة الصدق أو الكذب، بل هي نقطة انطلاق الوصول إلى نتيجة يستطيع عندها الباحث من قبولي النزاع، فـ (Guder, 2015: 27) يرى أن: «الافتراضات تؤدي إلى النتائج المطلوبة».

1. تعميم جامعة حماة على استخدام الصورة الالكترونية في منشوراتها على موقعها الالكتروني منصة X بصورة كبيرة.

أحمد بن علي

اهتمت هذه الدراسة بموضوع استخدام الصورة الرقمية في منصة x، إذ تمثل الصورة المكون الأساسي والرئيس للمادة الإعلامية على الوسائط المتعددة بمختلف مسمياتها، حيث أصبحت الصورة الآن هي الواجهة لأي عمل صحفي أو إعلامي، فالأعمال الصحفية والإعلامية بدون صورة تصبح متابعةً قليلةً جداً مقابلاً بالعمراء، التي تصاحبها صورة، لذلك أرادت هذه الدراسة أن تقف على، مدى، درجة استخدام حامضة جاتا، الصورة الرقمية،

صفحتها الرسمية على منصة X.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تعرف درجة اعتماد جامعة حائل في استخدامها للصورة الرقمية في منشوراتها على صفحتها الرسمية بمنصة X، والوقوف على درجة الاستخدام الفاعلية للصور المنشورة من حيث النوع، والعدد، والحجم، والجودة.

مصطلحات الدراسة:

الصورة الرقمية:

الصورة الرقمية تمثل رقمي (قيم ثنائية صفر وواحد) لشيء مادي يمكن رؤيته بالعين البشرية، يجري إدخالها بواسطة الكاميرا الرقمية أو الماسح الضوئي إلى الحاسوب لغرض التخزين أو التعديل عليها أو التخزين وتكون صورة ثنائية الأبعاد. والصورة الرقمية هي الصورة المعالجة عن الحاسوب الآلي التي يستطيع أن يتعامل معها الحاسوب الآلي بعد إدخالها إليه من خلال الكاميرا الرقمية أو جهاز الماسح الضوئي (البخيت، 2023).

منصة X:

تعد منصة X خدمة يستخدمها الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل في التواصل والبقاء على اتصال ببعضهم عبر تبادل رسائل سريعة وبصورة متكررة. يقوم الأشخاص بنشر تغريدات قد تحتوي على صور، ومقاطع فيديو وروابط ونصوص (الموقع الإلكتروني لجامعة حائل، 2024). ومنصة X هي موقع توتيه السابق.

جامعة حائل:

جامعة سعودية حكومية تقدم برامج أكاديمية لإعداد خريجين مؤهلين لسوق العمل، وتنتج بحوثاً علمية تخدم المجتمع من خلال تطبيق أعلى معايير الجودة، وتستفيد من الموارد البشرية والتقنية في الجامعة للوصول إلى مجتمع المعرفة. (الموقع الإلكتروني لجامعة حائل، 2024).

التعريفات الإجرائية لفנת التحليل:

نوع الصورة:

يقصد بها نوع الصورة المستخدمة في صفحة جامعة حائل على منصة X، جرى حصر نوع الصور كما يلي: (صور شخصية مصحوبة بنص، مجموعة صور، صور شخصية، صورة إعلانية).

عدد الصور:

يقصد به عدد الصور المستخدمة في المنشور الواحد (تغريدة) في صفحة جامعة حائل على منصة X، جرى حصر عدد الصور وفق أقصى حد مسموح به لمشاركة الصور في التغريدة الواحدة كما يلي: (صورة واحدة، صورتان، ثلاثة صور، أربعة صور).

جودة الصورة:

يقصد بجودة الصورة في هذه الدراسة درجة الدقة والوضوح للصورة التي عادة ما تفاصيل (البيكسل) وتراوح جودة الصورة من جودة عالية، إلى جودة متوسطة، إلى جودة عادية أو ضعيفة.

حجم الصورة:

يتراوح حجم الصورة حسب استخدامها في المنشور، فاستخدام صورة واحدة في المنشور يختلف حجمها من استخدام صورتين أو أكثر من صورتين في الحجم، ويقاس الحجم هنا مثلاً في حالة تضمين صورة كجزء من ارتباط، استخدم 1200×628 بكسل، في حالة تغريد صورة، استخدم 1200×675 بكسل، في حالة تغريد صورتين، اجعل كل منهما 700×800 بكسل (الموقع الإلكتروني أدوي) www.adobe.com

التغريدة:

قد تحتوي التغريدة (حتى 280 حرفاً بحد أقصى) على صور وصور GIF ومقاطع فيديو ونصوص.

إعادة التغريد:

تُعرف التغريدة التي تعيد توجيهها إلى متابعيك باسم "إعادة تغريد". وتُستخدم غالباً لتمرير أخبار أو اكتشافات قيمة أخرى على منصة X، ودائماً ما تحتفظ إعادات التغريد بالإحالة الأصلية.

الرد:

الرد هو استجابة لتغريدة شخص آخر. يجري الرد بالنقر أو الضغط على أيقونة الرد بجوار التغريدة التي ترغب في الرد عليها. ويتم عرض عدد الردود مباشرة بجوار أيقونة الرد بالتغريدة، ويشير إلى الرقم الإجمالي للردود على تلك التغريدة.

التغيرات الأكثر انتشاراً:

هي تغيرات تحددها خوارزمية منصة X بعدها الأكثر شيوعاً أو انتشاراً على منصة X في وقت ما.

الدراسات السابقة:

من أدبيات البحث العلمي الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث، والوقوف على نتائج هذه الدراسات ومدى اتفاقها أو اختلافها من الدراسة الحالية، اطلع الباحث على عدد من الدراسات السابقة في موضوع الصورة الرقمية، وفيما يلي نستعرض هذه الدراسات: دراسة (حسين، 2019) هدفت الدراسة إلى الإعلام الجديد وما هي أبرز خصائصه، وما هو مفهوم الصورة الرقمية وأهم وظائفها، وما دور الصورة الرقمية في الصحافة الخبرية وفي الإعلام على نحو عام، استخدم الباحث منهج تحليل المضمون في وكالة أنباء المدى برس، هو موقع إخباري عراقي تابع لمؤسسة المدى للثقافة والإعلام التي تضم جريدة يومية ومحمصة إذاعية وقناة تلفزيونية، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج أهمها: بأن الصورة السياسية هي الأكثر تفاعلاً، بينما تلتها صورة العالم الآن ومن ثم الصورة الأمنية وتلتها الصور الاقتصادية والصور الرياضية.

دراسة (عبدالحفيظ، 2018) هدفت الدراسة إلى تنمية مهارات التقاط الصورة الرقمية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم الفرقة الثانية بكلية التربية النوعية جامعة المنيا في العام الجامعي 2017-2018، من خلال استخدام برنامج محاكاة إلكتروني، اتبع الباحث المنهج الوصفي للاطلاع على الدراسات والبحوث، وقد أظهرت نتائج البحث أثر المحاكاة الإلكترونية في تنمية الجانب المعرفي والأدائي لمهارات التقاط الصورة الرقمية.

دراسة (بوعلي، 2013) يقول الباحث أن الصورة هي قبل كل شيء إنتاج إعلامي ينقل الفكر والثقافة والحضارة والفنون والآداب، وهي من هذه الزاوية وعاء لكل هذه الروايد أو هي نوع صحفي أو جنس إعلامي أو شكل تعبيري شبيه بالأنواع الأخرى كالخبر والتقرير والتعليق والأشكال الصحفية الأخرى، ويفصي الباحث أن من المفروض أن تعكس هذه الأنواع الواقع على نحو مباشر وواضح وسهل وتسعى إلى تفسير وتحليل الظواهر والتطورات مستهدفة في ذلك إيصال رسالة محددة لقارئ تخاطب بها ذهنه ومشاعره قصد ترسیخ قناعة محددة لديه ومن ثم تمكينه من أن يفهم الواقع على ضوء هذه القناعة وبالتالي دفعه لأن يسلك سلوكاً يتماشى مع هذه القناعة.

وتتناول دراسة (كامل، 2013) الفوتو جرافيا التأثيرية التاريخ والصورة الرقمية التي هدفت إلى إضافة معرفية مستمدّة من مصادر مختلفة للوصول إلى محتوى مركز عن علاقة فن وعلم الفوتو جرافى بالمدرسة التأثيرية، وما يحيط بهذه العلاقة من تغيرات، وأثر التطور الرقمي في تطبيقات المدرسة التأثيرية في فن التصوير الفوتوغرافي، استخدم الباحث المنهج التاريخي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: قلة المراجع باللغة العربية التي تناولت تاريخ الصورة الفوتو جرافيا، غالبية الكتب الأجنبية تؤرخ للفوتو جرافيا كعلم وفن دون استخلاص النتائج.

دراسة (صادق، 2007) هدفت الدراسة إلى استكشاف وتوضيح متطلبات معالجة واستخدام الصورة الرقمية في نظام الإعلام الجديد، خاصة في إعلاميات الإنترنت ومنتجات الوسائط المتعددة، وهي تستلهم بنية هذا الإعلام الذي يعتمد أكثر مما سبق على الصورة، استعرضت الدراسة مفهوم الرقمية في الصورة ووقفت عند طبيعة واستخدامات الصيغ المختلفة لحفظ ومعالجة الصور خاصة تلك التي يقوم عليها بناء الصورة الرقمية في الإنترنت والوسائل المتعددة.

دراسة (محمد، 2006) التي تهدف إلى رصد التطورات الحادثة في مجال صناعة الصورة الإعلامية الرقمية، وأبرز ملامح ثقافتها وتأثيراتها، وأبرز التقنيات التي تستخدمها، وتحليل الظواهر المرتبطة بتأثير المعالجة الرقمية للصور في العمل الإعلامي، وأبرز الممارسات الإعلامية ذات الطابع الأخلاقي السائد في هذا المجال، وردد الفعل التي أثارتها، اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي لتوصيف الواقع الراهن، وأشارت نتائج الدراسة إلى صحة فرض الدراسة القائل بأنه بالرغم من تعاظم ظاهرة الصورة الإعلامية الرقمية، وتزايد إدراكتها وتصورها كوسيلة اتصالية متميزة، لها تقنيات خاصة، ودلائلها وتأثيراتها ومفرداتها الخاصة بها، فإن ثمة غياب لوجود تصورات أخلاقية محددة لدى معظم المؤسسات الإعلامية في مجال تعاطها مع الصورة الرقمية، وهو ما يسفر عن وجود ممارسات أخلاقية غير سوية في مجال التعاطي مع المعالجة الرقمية للصور في بعض المؤسسات الإعلامية.

دراسة (شاسوغ، 2006) التي تناولت موضوع دليل الصورة الرقمية، وهدفت الدراسة إلى تعريف مفهوم الصورة الرقمية وتطورها التاريخي في الاستخدام العملي، وتعزز إلى الأساليب والوسائل المستخدمة عملياً في تزويد الصورة الرقمية، استخدم فيها الباحث المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أن الصورة الرقمية قد تطورت على الصورة التناهيرية، ويعاب على الصور الرقمية إمكانية وسهولة التزويد واللعب بالصورة من نسخ ولصق وتعديل.

مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة موضوع الصورة الرقمية من عدة زوايا من حيث المفهوم والوظائف والاستخدامات والمعالجة، وأن الصورة هي نوع صحفي أو جنس إعلامي أو شكل تعبيري، كما تناولت الدراسات السابقة رصد التطورات الحادثة في مجال صناعة الصورة الإعلامية الرقمية وأبرز ملامح ثقافتها وتأثيراتها. تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة بصورة عامة في تناولها لموضوع الصورة الرقمية، بينما تركز هذه الدراسة وبصورة أدق في فاعلية استخدام الصورة الرقمية في منصة X من حيث عدد الصور المستخدمة لكل منشور، ونوع وحجم وجودة الصورة.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث منهج تحليل المضمنون في البحث العلمي الذي يعرف بأنه: أحد أشكال البحث العلمي الذي يهدف إلى وصف المحتوى الظاهريوصولاً إلى معرفة المضمنون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون (المشaque، 2014، 64)، وعرف "برنارد بيرلسون" عام 1952 تحليل المضمنون بأنه: أحد تقنيات البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لمضمون الاتصال (المراجع الإلكتروني للمعلوماتية).

مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة (X)، وتعد صفحة جامعة حائل على منصة X هي الصفحة الرسمية الموثقة التي تنشر من خلالها كافة أنشطة وأخبار وفعاليات الجامعة من (أخبار واعلانات وفعاليات وتغطيات وغيرها من الموضوعات)

عينة الدراسة: العينة هي عينة مأخوذة من مجتمع الدراسة، وتمثل عينة الدراسة المنشورات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X، وتم اختيار حجم العينة القصدية بعدد (200) منشور في الصفحة.

الإطار المكاني: المملكة العربية السعودية، منطقة حائل، الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة (X).

الإطار الزمني: في الفترة من فبراير - مايو 2024م.

أداة الدراسة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والدراسة النظرية للبحث في مجال تحليل المحتوى، استخدم الباحث استبيان تحليل المحتوى كأداة أساسية في جمع المعلومات لتحليلها والخروج بنتائج. حيث جرى تصميم استبيانه في شكلها الأولى وعرضها على عدد من المختصين في المجال، بعد إبداء الملاحظات عليها جرى تصديقها بشكلها النهائي ومن ثم جرى إجراء الدراسة عليها.

الإطار النظري للدراسة**الصورة الرقمية****تعريف الصورة الرقمية**

الصورة كما جرى تعريفها هي شكل من أشكال الفنون الذي ينقل واقعاً ما، أو يبتكر مشهدًا ما من نسج الخيال، انطلاقاً من واقع ملموس (أومون، 2013، ص.7). وتميز الصورة الرقمية في جعل الرسالة الإعلامية تتصرف بكونها رسالة متخصصة ومركزة لتصل إلى الإنسان مباشرة بهدف التأثير فيه وذلك لأن الحل كما يعتبره الكثيرون في أنه يمكن في الإنسان ذاته (هلال، 2008).

المتابع لوسائل الإعلام بصورة عامة ومنصات التواصل الاجتماعي بصورة خاصة، يجد أن عدداً كبيراً من المنشورات في هذه المنصات مصحوبة بصورة، أيًّا كانت هذه الصورة، متحركة، أو ثابتة، أو شخصية، أو موضوعية، خبرية أو إعلانية، فالصورة هي المكون الأساسي لأي عمل إعلامي، فبدون الصورة تصبح المادة الإعلامية ليس لها قيمة تذكر، فالصورة هي التي تكمل العمل الإعلامي وتجعل له أبعاده الجمالية.

تأثير الصورة الرقمية

الفكرة القائلة بأن الصورة تمارس تأثيراً في مشاهدتها تثير مشاكل ضخمة، مشكلة فاعلية هنا التأثير وناتجه الفكري والأخلاقي (أومون، 2013، ص.132). تؤثر الصورة على نحو فعال في جذب المشاهد إلى قراءة الموضوع أو المادة المصاحبة للصورة، فيقدر ما كانت الصورة ذات جودة عالية من حيث الوضوح والدقة وتوزيع الألوان بقدر ما كانت المشاهدة والمتابعة بصورة أكبر، لذلك للصورة تأثيراً مباشراً لمشاهدتها خاصة في الوسائل المتعددة ومنصات التواصل الاجتماعي بما فيها منصة (X) موضوع الدراسة الحالية. والمشاهد لمنصات التواصل الاجتماعي بصورة عامة تجدها ترکز وبصورة كبيرة على استخدام الصورة الرقمية في جميع المنشورات في صفحاتها، لما للصورة من تأثير في عين المشاهد. وفي حياتنا اليومية نشاهد ونستقبل كمًا هائلًا من الصور المتنوعة سواء الصور الخاصة باللوحات الإعلانية في الطرقات أو الصور التي نشاهدها في الوسائل المتعددة بما فيها الحاسوب الشخصي والهاتف وغيرها من الوسائل، أو تلك الصور المطبوعة على المجلات والكتب والمنشورات الورقية.

تحسين الصورة

تقنيات تحسين الصورة هي التقنيات التي تستخدم لتحديد التشدد أو الحدود الموجودة في الصورة لإبراز مميزات الصورة وخصائصها وتحليلها. وتستخدم هذه التقنيات في تطبيقات متعددة باستخدام ما يسمى بالتجذيدية الرجعية من المدخلات إلى المخرجات لإعطاء طرازات التحسين المختبرة بطبعتها بعد التطوير (شعبان، 2008، ص.63). وهناك العديد من البرامج والتطبيقات التي تستخدم لتحسين الصورة الرقمية لظهور صورتها الجميلة والزاهية وتعطي بعدها جمالاً ومن أشهر هذه التطبيقات والبرامج في تحسين الصورة برنامج الفوتوشوب، الذي يقوم بالتعديل على الصورة المراد نشرها رقمياً بحيث تتوافق مع شروط النشر ومساحة وحجم الوعاء أو الموقع الإلكتروني، حيث يستخدم مصممو الموقع الإلكتروني برنامج الفوتوشوب للتعديل على الصورة لتوافق مع الموقع الإلكتروني من حيث الحجم والدقة والوضوح.

الشكل الجمالي للصورة الرقمية

تهدف الصورة على نحو عام إلى إثارة إعجاب المشاهد، وإلى جعله يشعر بأحساس معينة، وهذا ما يفيده علم الجمال، أو علم الإحساس في بداياته على الأقل، ولم ننتظر علم الجمال لنعلم أن الصورة تؤثر في حواسنا، ونفسنا، وأخالنا، وأحساسنا، وذوقنا (أموون، 2013، ص 219). وهذا ما يميز الصورة وربطها بعلم الجمال وإظهار الأشياء بصورتها الجميلة والجمالية، فعندما تكون الصورة ذات بُعد جمالي ومنظر جميل أيضًا تؤثر وعلى نحو مباشر على المشاهد لها وتجذبها نحوها لمعرفة تفاصيلها وخفافيها، إذن البعد الجمالي يلعب دورًا كبيرًا في إبراز الصورة للمشاهد على نحو مميز وجذاب.

كما تميل الصور المنشورة في منصات التواصل الاجتماعي وخاصة منصة X إلى الوضوح والدقة، عكس الصور التي تكون مطبوعة في المطبوعات الإعلامية والدعائية وعلى لافتات الشوارع والملصقات تجدها أقل جودة ودقة، وحتى تجذب المشاهد لا بد أن تقدم له صورة جاذبة من حيث التكوين والوضوح والدقة.

منصة X (تويتر سابقًا):

تعد منصة X (تويتر سابقًا) من أشهر المنصات على الإنترنت في العالم، وهي منصة تنشر من خلالها ما يعرف بالتغريدات، منشورات تعبر عن رأي الجهة أو الشخص الذي نشر هذا المحتوى، ومن خلال مشاهدة وملاحظة الباحث يتضح أن غالبية المنشورات في هذه المنصة تصاحبها صورة أو مجموعة صور تُكمل المحتوى وتقرب المعنى للقارئ أو المتابع، فالصورة الرقمية هي أساسية في منشورات منصة X.

وتعُد منصة X منصة تواصل اجتماعي تسمح للمستخدمين بتبادل الأفكار، والروابط، والصور، والفيديو، كما يعرض الأخبار المختلفة من أي مكان في العالم، حيث إن كل مشاركة في تويتر تسمى تغريدةً (البخيت، 2023). ويمكن أن تحتوي على صورة، أو فيديو، أو كلمات، والجدير بالذكر ضرورة امتلاك بريد إلكتروني بالإضافة إلى الاتصال بالإنترنت للتسجيل في تويتر.

كتابات التغريدات:

يمكن لمستخدمي منصة X كتابة التغريدات ونشرها التي يمكن أن يصل عدد حروفها إلى 280 حرف، كما يمكن إضافة ما يصل إلى 4 صور بالإضافة إلى الفيديوهات والصور المتحركة، ويمكن للمستخدمين حذف التغريدات بعد كتابتها.

إعادة التغريد:

يمكن لمستخدمي منصة X استخدام أيقونة إعادة التغريد أو الريتويت وهي خاصية تُمكن المستخدمين من نشر تغريدات الآخرين وإضافة تعليقاتهم عليها، كما يمكن حذف الريتويت وإلغاءها عند الحاجة.

البحث:

يمكن لمستخدمي منصة X البحث عن تغريدات الأصدقاء أو مشاهير أو قادة سياسيين عن طريق البحث عن الكلمات المفتاحية أو الهاشتاغ، ويمكن التحكم بنتائج البحث وفلترةها للتأكد من خلوها من المحتوى الحساس.

الرسائل المباشرة:

يمكن إرسال رسالة خاصة مباشرةً للأشخاص المتابعين على موقع منصة X، إذ لا يمكن تلقي رسائل مباشرةً سوى من المتابعين، ومع ذلك يمكن تغيير هذا الخيار من خلال الإعدادات، وذلك عن طريق وضع علامة في مربع خيار: (تلقي الرسائل من أي شخص حيث يمكن إرسال رسالة تصل إلى 1000 حرف لكل رسالة).

التريند:

يمكن تعريف التريند (trend) في تويتر على أنه موضوع راجح ومتداول في النقاشات في وقت معين على تويتر، فقد يكون التريند كلمةً أو اسمًا أو عبارة معينة مسبوقة برمز الهاشتاغ (#)، وكل منطقة جغرافية تملك ترند خاص بها، وعند الضغط على تريند معين ستظهر نتائج البحث المعلقة بذلك الكلمة أو العبارة، حيث يتضمن البحث جميع التغريدات التي تضمنت ذلك الترند، ويحدد التريند عدّة عوامل هي: اهتمامات المستخدم والأشخاص الذين يتبعهم وموقعه الجغرافي، وبالتالي سيتمكن المستخدم من متابعة الأخبار والأحداث العالمية والمحلية من خلال الترند. وعرف مجمع اللغة العربية المصري كلمة "الترند" بأنها "موضوع ساخن جديد يُثار على منصات التواصل الاجتماعي، فينتشر بسرعة في فترة زمنية قصيرة، ويهمّ به الجمهور، ويتداولونه بالحديث فيه والتعليق عليه ويتداولون الأخبار عنه بكثرة" (مجمع اللغة العربية المصري).

الهاشتاغ:

يكتب الهاشتاغ باستخدام الرمز (#) الذي يستخدم لفهرسة الكلمات الرئيسية وبالتالي يسهل ظهورها في نتائج البحث مما يتيح للناس متابعة الموضوعات المهمة بالنسبة إليهم، وعند الضغط على ذلك الهاشتاغ تظهر جميع التغريدات التي تتضمن ذلك الهاشتاغ.

سبب شهرة منصة X: تُعد منصة X من أشهر منصات التواصل الاجتماعي وذلك لأنّه سهل الاستخدام والتصفح، حيث إن جميع التغريدات أو المنشورات قصيرة ولا يتعدّى عدد حروفها 280 حرف مما يجعل قرأتها سهلاً وسريعاً، كما أن ذلك يُجبر المُفرد على جعل تغريدة مُختصرة وذات مغزى ومعنىًّا.

جامعة حائل

نبذة تاريخية عن جامعة حائل

جامعة حائل هي جامعة سعودية تقع في مدينة حائل شمال المملكة العربية السعودية، ويعود تاريخ جامعة حائل إلى العام 1998، حيث كانت في بدايتها تحمل اسم "كلية مجتمع حائل"، إلى أن جرى ترقية الكلية لتصبح جامعة بمسماً (جامعة حائل)، وذلك وفقاً للمرسوم الملكي الصادر في يوم الثلاثاء 30 جمادى الآخر 1426هـ الموافق 7 يونيو 2005م، وتضم الجامعة مختلف التخصصات الصحية والعلمية والهندسية والإنسانية في مرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا، التي تمثل عدداً 13 كلية (الطب - طب الأسنان- الصيدلة- العلوم الطبية التطبيقية- الصحة العامة والمعلوماتية الصحية- التمريض- الهندسة- علوم وهندسة الحاسوب الآلي- إدارة الأعمال- التربية- الأداب والفنون- الشريعة والقانون- التطبيقية). ومما يجب الإشارة إليه أن اللغة الأساسية لجامعة حائل هي اللغة الإنجليزية للتخصصات الصحية والعلمية والهندسية أما البرامج الإنسانية فان اللغة التدريس فيها هي اللغة العربية. ويتوالى رئاسة الجامعة سعادة الأستاذ الدكتور/ راشد بن مسلط الشريف الذي قاد الجامعة لإحداث نقلة نوعية في برامجها الأكademie، حيث حصلت الجامعة على أكثر من 35 اعتماد مؤسسي وبرامجي، كما حلت الجامعة في عام 2023 ضمن أفضل 351 جامعة على مستوى العالم، وفي المرتبة 111 عربية، كما ارتفع عدد باحثي الجامعة إلى ثمانية باحثين في قائمة جامعة ستانفورد الأمريكية التي تضم 2% من علماء العالم الأكثر استشهاداً في مختلف التخصصات (الموقع الإلكتروني لجامعة حائل، 2024).

الرؤية

الريادة المحلية والإقليمية في نشر المعرفة، والتميز البحثي، والشراكة المجتمعية المستدامة.

الرسالة

تقديم برامج أكademie لإعداد خريجين مؤهلين لسوق العمل، وإنتاج أبحاث علمية تخدم المجتمع من خلال تطبيق أعلى معايير الجودة والإفادة من الموارد البشرية والتقنية للجامعة للوصول إلى مجتمع المعرفة.

الاعتمادات والجوائز

حصلت الجامعة على أكثر من 35 اعتماد مؤسسي وبرامجي، كما حلت الجامعة في عام 2023 ضمن أفضل 351 جامعة على مستوى العالم، وفي المرتبة 111 عربية، كما ارتفع عدد باحثي الجامعة إلى ثمانية باحثين في قائمة جامعة ستانفورد الأمريكية التي تضم 2% من علماء العالم الأكثر استشهاداً في مختلف التخصصات.

وتضم مختلف التخصصات الصحية والعلمية والهندسية والإنسانية في مرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا، التي تقدم من خلال 14 كلية كما موضحة في الجدول أدناه:

جدول رقم (1)

كلية الطب	طب الأسنان	الصيدلة
كلية العلوم	العلوم الطبية التطبيقية	الصحة العامة والمعلوماتية
التمريض	الهندسة	علوم وهندسة الحاسوب الآلي
الإدراة والأعمال	التربية	الأداب والفنون
الشريعة والقانون	التطبيقية	

ومما يجب الإشارة إليه أن اللغة الأساسية لجامعة حائل هي اللغة الإنجليزية للتخصصات الصحية والعلمية والهندسية أما البرامج الإنسانية فان اللغة التدريس فيها هي اللغة العربية.

جدول رقم (2): البيانات المفتوحة

عدد الكليات	عدد الطالب	أعضاء هيئة التدريس	الموظفين
14+	20000+	2100+	1454+

الصفحة الرسمية لجامعة حائل بمنصة x:

هي المنصة الرسمية UOH_@ التي تنشر من خلالها جامعة حائل كافة أنشطتها في الجامعة، وهي منصة موثقة بالعلامة الزرقاء، جرى إنشاء الصفحة في يونيو من العام 2011، ويتبعها أكثر من 200.000 ألف متابع.

الموضوعات التي تنشرها الصفحة:

تنشر صفحة جامعة حائل على منصة x كافة الأنشطة والفعاليات الخاصة بالجامعة، التي تشمل جانب الطلاب وجانب البحث العلمي وجانب خدمة المجتمع والشراكات المجتمعية، كما تهتم الصفحة بالأعياد الوطنية والمناسبات الدينية للمملكة، كما تنشر الانجازات الخاصة بالجامعة والطلاب والاجتماعيات.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تناولت الدراسة موضوع الصورة الرقمية وفعاليتها في منصة x وما درجة استخدامها من حيث العدد والنوع والحجم والجودة، جرى استخدام أداة تحليل المضمون في البحث العلمي، حيث جرى تصميم استبيانه وعرضها على بعض المحكمين في التخصص، وبعد الملاحظات جرى تصميم استبيانه بصورةها النهائية واجراء الدراسة عليها.

خطوات إعداد صحيفة الاستبيان لتحليل المضمون:

بعد الاطلاع على الدراسات النظرية السابقة في مجال الصورة الرقمية والاطلاع على الاستبيانات في المجال، وضحت الفكرة للباحث لتصميم الاستبيان في شكلها الأولي ومراجعتها.

إعداد صحيفة الاستبيان:

تم تصميم الاستبيان في شكلها الأولي وعرضها على عدد من المحكمين المتخصصين في المجال، حيث جرىأخذ الملاحظات من المحكمين، لتوافق مع أهداف وتساؤلات الدراسة. بعدها جرى تصميم الاستبيان بشكلها الأخير واجراء الدراسة عليها.

طريقة اختيار العينة:

تم اختيار العينة القصدية في البحث العلمي، نسبة لعدم القدرة للوصول لجميع المنشورات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x، جرى اختيار عدد (200) منشور كعينة قصدية تمثل مجتمع البحث بأكمله وهي عدد المنشورات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل في منصة x.

مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، حيث اختار الباحث عدد (200) منشور من الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x.

تحليل نتائج جداول البيانات:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والدراسات النظرية للبحث في مجال تحليل المحتوى، استخدم الباحث استبيانه لتحليل المضمون كأداة أساسية في جمع المعلومات لتحليلها والخروج بنتائج. حيث جرى تصميم استبيانه في شكلها الأولي وعرضها على عدد من المحكمين في المجال، بعد إبداء الملاحظات عليها جرى تصميمها بشكلها النهائي ومن ثم جرى إجراء الدراسة عليها.

جدول رقم (3) البيانات الأولية

المؤسسة	جامعة حائل
اسم المنصة	الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x
تاريخ إنشاء الصفحة	يوليو 2011 م
عدد المنشورات (العينة)	200 منشور
الفترة الزمنية للدراسة	فبراير - مايو 2024 م
موثوقية الصفحة	الصفحة موثقة بالعلامة الزرقاء
نسبة تفاعل المشاهدين	200.539 ألف متابعاً

الجدول رقم (3) يوضح البيانات الأولية للدراسة التي تظهر فيها اسم المؤسسة واسم الصفحة وأيضاً تاريخ إنشاء الصفحة وعدد المنشورات (عينة الدراسة) والفترة الزمنية للدراسة، وموثوقية الصفحة العلامة الزرقاء، وأخيراً نسبة تفاعل المشاهدين للصفحة.

جدول رقم (4) أبرز الموضوعات التي تنشرها جامعة حائل على صفحتها الرسمية على منصة x؟

الموضوع	النكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أخبار	15	%7.5	الرابعة
إعلانية (دعوات)	53	%26.5	الثانية

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	الموضوع
الثالثة	%19	38	تغطيات ومتابعات
الأولى	%36	72	فعاليات ومناسبات
السادسة	%4	8	اجتماعي (تهاني وتعازي)
السابعة	%2	4	أنفو جرافيك
الخامسة	%5	10	صور
%100		200	المجموع

الجدول رقم (4) يجيب على السؤال الأول للدراسة ما أبرز الموضوعات التي تنشرها جامعة حائل على صفحتها الرسمية على منصة X، حيث بلغت نسبة أبرز الموضوعات (الفعاليات ومناسبات) أعلى نسبة 36%， تلتها الموضوعات الخاصة بالإعلان والدعوات بنسبة 26.5%， تلتها موضوعات التغطية والمتابعات بنسبة 19%， بينما تقل النسب في بقية الموضوعات الأخرى.

جدول رقم (5) نوع الصور الأكثر استخداماً في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟

نوع الصورة	النكرار	النسبة المئوية	المرتبة
صورة شخصية مصحوبة بنص	15	%67.5	الرابعة
مجموعة صور	30	%15	الثالثة
صور شخصية	44	%22	الثانية
صور إعلانية	111	%55.5	الأولى
المجموع		%100	200

الجدول رقم (5) يجيب على السؤال الثاني للدراسة ما نوع الصورة الأكثر استخداماً في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X، حيث بلغت (الصور الإعلانية) أعلى نسبة 55%， تلتها (الصور الشخصية) بنسبة 22%， بينما بلغت نسبة (مجموعة صور) بنسبة 15%， تلتها (الصور الشخصية مصحوبة بنص) بنسبة 7.5% وهذا يؤكد فرضية الدراسة تعتمد الصورة الرقمية في منشوراتها على موقعها الرئيسي بنسبة X بصورة كبيرة.

جدول رقم (6) عدد الصور المصاحبة لكل منشور في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟

الفئات	النكرار	النسبة المئوية	المرتبة
صورة واحدة	126	%63	الأولى
صورتان	7	%3.5	الرابعة
ثلاثة صور	13	%6.5	الثالثة
أربعة صور	54	%27	الثانية
المجموع	200	%100	

الجدول رقم (6) يجيب على السؤال الثالث للدراسة ما عدد الصور المصاحبة لكل منشور في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X، حيث بلغت عبارة (صورة واحدة) أعلى نسبة 63%， تلتها عبارة (أربعة صور) بنسبة 27%， بينما بلغت عبارة (ثلاثة صور) بنسبة 6.5%， تلتها عبارة (صورتان) بنسبة 3.5%. وهذا يوضح أن الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X تستخدم صورة واحدة في غالبية منشوراتها.

جدول رقم (7) جودة الصور المستخدمة في منشورات الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟

المضمون	النكرار	النسبة المئوية	المرتبة
جودة عالية	179	%89.5	الأولى
جودة متوسطة	21	%10.5	الثانية
جودة منخفضة	0	0	0
المجموع	200	%100	

الجدول رقم (7) يجب على السؤال الرابع للدراسة ما جودة الصور المستخدمة في منشورات الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x، حيث بلغت عبارة (جودة عالية) أعلى نسبة 89.5%， تلتها عبارة (جودة متوسطة) بنسبة 10.5%， وهذا المؤشر يؤكد على أن الصفحة تستخدم أعلى جودة للصور المنصورة بنسبة كبيرة جدًا.

جدول رقم (8) حجم الصور المصاحبة لكل منشور في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x؟

المربطة	النسبة المئوية	التكرار	المضمنون
الثانية	%38.5	77	صورة كبيرة
الأولى	%57	114	صورة متوسطة
الثالثة	%4.5	9	صورة صغيرة
%100		200	المجموع

الجدول رقم (8) يجب على السؤال الخامس للدراسة ما حجم الصورة المصاحبة لكل منشور في منشورات الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x، حيث بلغت عبارة (صورة متوسطة) أعلى نسبة 57%， تلتها عبارة (صورة كبيرة) بنسبة 38.5%， بينما تقل النسبة في عبارة (صورة صغيرة) بنسبة 4.5%. وهذا المؤشر يؤكد على أن الصفحة تستخدم الصور متوسطة الحجم وهي غالباً ما تكون صور إعلانية وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة نوع الصور الأكثر استخداماً وهي الصور الإعلانية في الجدول رقم (5).

جدول رقم (9) أبرز التغريدات الأكثر مشاهدة وإعجابات وتعليقات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x؟

المربطة	عدد المشاهدات	عدد الإعجابات	عدد إعادة التغريدة	عدد الردود	محتوى التغريدة
الأولى	181.000	419	311	175	تنويم للطلاب بتقديم المحاضرات عن بعد
الثانية	116.000	149	62	30	إعلان وظائف أكاديمية بجامعة حائل
الثالثة	97.000	316	179	117	إيداع مكافأة شهر فبراير بمناسبة يوم التأسيس
الرابعة	93.000	307	92	-	مواعيد المحاضرات في شهر رمضان
الخامسة	57.000	99	39	19	الفوز في العروض التقديمية خلال يوم المهنة والأبحاث بجامعة الملك سعود بن عبدالعزيز للعلوم الصحية

الجدول رقم (9) يجب على السؤال السادس للدراسة ما أبرز التغريدات الأكثر مشاهدة وإعجابات وتعليقات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x، حيث كانت التغريدة الخاصة بالطلاب (تنويم للطلاب بتقديم المحاضرات عن بعد) بلغ عدد مشاهدتها أعلى درجة (181.000) ألف مشاهدة، بينما جاء عدد المشاهدات في تغريدة (إعلان وظائف أكاديمية بجامعة حائل) في المرتبة الثانية بدرجة (116.000) ألف مشاهدة، وجاءت التغريدة الخاصة بالطلاب (إيداع مكافأة شهر فبراير بمناسبة يوم التأسيس) بدرجة مشاهدة بلغت (97.000) ألفاً. من خلال هذا التحليل يتضح أن الطلاب يتبعون الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x وأيضاً الباحثين عن التوظيف في المجال الأكاديمي يتبعون الصفحة.

النتائج التي خلصت إليها الدراسة:

من خلال تحليل المضمنون لصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x و اختيار عينة قصدية من تغريدات الصفحة، خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج تلخصها في الآتي:

نتائج تحليل الاستبانة:

1. جاءت أبرز الموضوعات التي تنشرها الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x هي موضوعات الفعاليات والمناسبات (وتشمل الأعياد الوطنية، الإنجازات، المشروعات والخدمات).

2. بينما كانت أكثر أنواع الصور استخداماً هي الصورة الإعلانية، وهذه النتيجة تؤكد صحة فرضية الدراسة بأن جامعة حائل تعتمد على الصورة الرقمية في منشوراتها على صفحتها الرسمية منصة x.

3. وجاء استخدام صورة واحدة كأعلى نسبة في عدد الصور المصاحبة لكل منشور.
4. ومن حيث الحجم كانت الصورة المتوسطة الحجم أكثر استخداماً من بين الصور.
5. بينما جاءت عبارة جودة عالية كأعلى نسبة من بين العبارات.
- كانت أبرز التغيرات الأكثر مشاهدة وإعجابات وتعليقات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x، التغريدة الخاصة بالطلاب (تنوية للطلاب بتقديم المحاضرات عن بعد) بلغ عدد مشاهدتها أعلى درجة (181.000) ألف مشاهدة، بينما جاء عدد المشاهدات في تغريدة (إعلان وظائف أكاديمية بجامعة حائل) في المرتبة الثانية بدرجة (116.000) ألف مشاهدة، وجاءت التغريدة الخاصة بالطلاب (إيداع مكافأة شهر فبراير بمناسبة يوم التأسيس) بدرجة مشاهدة بلغت (97.000) ألفاً. من خلال هذا التحليل يتضح أن الطلاب يتبعون الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x وأيضاً الباحثين عن التوظيف في المجال الأكاديمي يتبعون الصفحة.

المصادر والمراجع

- أومون، ج. (2013). الصورة. المنظمة العربية للترجمة.
- المشaque، ب. (2014). مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- البخيت، م. (2023). واقع صناعة المحتوى الرقمي لدى طلاب الإعلام بجامعة حائل وتوجهاتهم نحوها. مجلة جامعة تبوك للعلوم الإنسانية، 3(3)، 313-336.
- بوعلي، ن. (2013). الصورة كنوع صحي وعلاقتها بالأزمات. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 1، 8-18.
- هلال، أ. (2008). الصورة الرقمية ودورها في مواجهة المشكلات البيئية. مجلة علوم وفنون، دراسات وبحوث، 20(1)، 69-82.
- حسين، ن. (2019). الصورة الرقمية إحدى ملامح الإعلام الجديد. دراسة الصورة الخبرية في موقع "المدى برس". مجلة بحوث الشرق الأوسط، 7(51)، 415-444.
- محمد، ا. (2006). ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية: دراسة تحليلية لحالات ومواضيق شرف. مجلة البحوث الإعلامية، 25، 124-208.
- كامل، س. (2013). الفوتوغرافيا التأثيرية التاريخ والصورة الرقمية. مجلة علوم وفنون، دراسات وبحوث، 25(2)، 199-219.
- صادق، ع. (2007، أبريل). الصورة الرقمية كعنصر رئيسي في بنية الإعلام الجديد. [ورقة بحثية]. مؤتمر كلية الآداب والفنون جامعة فلادوفيا. 2007. الأردن.
- https://www.philadelphia.edu.jo/arts/12th/abstract2.htm#_Toc269886401
- عبدالحفيظ، ا. (2018). المحاكاة الإلكترونية وأثرها في تنمية مهارات التقاط الصورة الرقمية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، 17، 35-61.
- شابسون، ي. (2006). دليل الصورة الرقمية المستخلص من الواقع الشبكي. مركز بحوث الشرطة، 15(1)، 52-97.
- شعبان، ه. (2008). أساسيات معالجة الصورة الرقمية. بغداد: دار الكتب والوثائق الوطنية.
- الموقع الإلكتروني: جامعة حائل (2023). بذرة عن جامعة حائل. الموقع الإلكتروني www.uoh.edu.sa/about-us /<https://www.adobe.com> . الصورة الرقمية.
- المراجع الإلكتروني للمعلوماتية (2024). تحليل المضمون. الموقع الإلكتروني www.almerja.com .
- الموقع الإلكتروني لمجمع اللغة العربية المصري (2024). معاجم. <https://www.arabicacademy.gov.eg/ar>

References

- Guider, M. (2015) *Research Methodology*. Pairs: Beginner Researcher's Guide.
- Cain, S. (2014). *Key Concept Public Relations*. Cairo: National Center for Translation.
- Johne, M. (2009). *The Nature of Public Relations*, New York: Hill book Company.
- Electronic reference for information technology (2024) [https://www.almerja.com/](http://www.almerja.com)