

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 Elbakheth*^{id}

College of Literature and Arts, University of Hail

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: Elbakheth, 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>

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.

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

محمد عبدالله حسن البخيت*

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 التغريدات من حيث عدد المشاهدات.

المنهجية: استخدم الباحث أداة تحليل المضمون لتحليل المحتوى، جرى تصميم استبانة في شكلها الأولي وعرضها على المختصين في المجال وبعد التعديلات جرى تصميم الاستبانة 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 وتدعيم 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 شهده العالم مؤخرًا في مجال تقنية الاتصال والمعلومات بصورة عامة والاتصال الرقمي بصورة خاصة أوجد بيئة صالحة للإبداع خاصة في الإعلام من قبل الهواة والمحترفين والمهتمين والباحثين في مجال صناعة الإعلام والمحتوى الرقمي، وشهدت مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف مسمياتها والمنصات الإلكترونية الأخرى في الآونة الأخيرة تطورًا وتقدمًا متسارعًا في صناعة المحتوى الرقمي خاصة في مجال الصورة الرقمية من حيث الشكل والمضمون، حيث أصبحت الصورة الرقمية تُشكل بُعدًا مميزًا للمحتوى الإعلامي وتعدّ هي المحور الأساسي لأي عمل إعلامي سواء كان مطبوعًا أو مرئيًا، كما أصبح لها دورًا بارزًا ومهمًا في صناعة المحتوى الرقمي، إذ تُشكل النسبة الكبرى في صناعة المحتوى الرقمي، وتناولت دراسة (البخيت، 2023) بأن أكثر الصور الرقمية استخدامًا في صناعة المحتوى الرقمي هي الصورة متعددة الأشكال، وتعد الصورة هي المحور الأساسي لأي وسيلة إعلامية أو منصة رقمية، وتكمن قوة وتأثير المحتوى الرقمي في قوة الصورة المصاحبة له. والملاحظ أن استخدامات الصورة الرقمية تزايدت بصورة كبيرة في مواقع التواصل الاجتماعي وبصورة كبيرة في منصة (X) موضوع الدراسة الحالية، إذ تُشكل الصورة الرقمية محورًا أساسيًا في صناعة المحتوى الرقمي بمنصة (X). وتعد الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة (X) من بين الصفحات التي تستخدم الصورة الرقمية في منشوراتها وبصورة كبيرة.

مشكلة الدراسة:

هناك مقولة شائعة تقول: "بأن صورة واحدة تغني عن أكثر من عشرة آلاف كلمة، والصورة تكفي عن مقال" وقد ظهر تعبير هذه المقولة في مقال نشر في جريدة فلاندر عام 1911 نقلًا عن محررها يتحدث فيه عن الصحافة والدعاية (ويكيبيديا، 2024). هذه المقولة تؤكد أهمية الصورة لما لها من معانٍ ودلالات وأبعاد ومحاكاة للواقع المعاش، حيث أصبحت الصورة الرقمية في العصر الحالي هي محور العمل الإعلامي خاصة الإعلام الرقمي، كمنصات التواصل الاجتماعي والصحافة الرقمية، فالعمل الإعلامي يعتمد على نحو أساسي على الصورة كُفكون رئيس للمادة الإعلامية المعروضة أيًا كان نوعها، ومن خلال المشاهدات والملاحظات نجد أن المادة الإعلامية المنشورة على المنصات الرسمية التي تحتوي على صورة واحدة أو مجموعة من الصور تزيد فيها درجة المشاهدة والمتابعة من قبل المستخدمين، بينما المادة الإعلامية المنشورة التي لا تحتوي على صورة تقلّ فيها درجة المتابعة والمشاهدة، وهذا يؤكد على أن المؤسسات والجهات الرسمية وغير الرسمية تستخدم الصورة الرقمية في صفحاتها الرسمية للترويج لرسالتها وخدماتها حتى تزيد عدد متابعيها وبالتالي إيصال رسالتها لجمهورها، لذلك أرادت هذه الدراسة أن تجيب على التساؤل الرئيسي: ما فاعلية استخدام جامعة حائل للصورة الرقمية في صفحاتها الرسمية الموثقة على منصة X ومنه تتفرع الأسئلة التالية:

تساؤلات الدراسة:

1. ما أبرز الموضوعات التي تنشرها جامعة حائل على صفحاتها الرسمية على منصة X؟
2. أي الصور الأكثر استخدامًا في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟
3. كم عدد الصور المصاحبة لكل منشور في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟
4. ما حجم الصور المصاحبة لكل منشور في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟
5. ما جودة الصور المستخدمة في منشورات الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟
6. أي التغريدات الأكثر مشاهدة وإعجابات وتعليقات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة X؟

فروض الدراسة:

الافتراضات ما هي إلا تخمينات أو توقعات أو استنتاجات، يتبناها الباحث مؤقتًا كحلّ لمشكلة 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 قبول الفرض أو رفضه (Guider, 2015: 37) حيث يمكن الإجابة عن تساؤلات البحث من خلال الفرضيات الآتية:

1. تعتمد جامعة حائل على استخدام الصورة الرقمية في منشوراتها على موقعها الرسمي بمنصة X بصورة كبيرة.

أهمية الدراسة:

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 متابعيها قليلة جدًا مقارنة بالأعمال التي تصاحبها صورة، لذلك أرادت هذه الدراسة أن تقف على مدى درجة استخدام جامعة حائل للصورة الرقمية في

صفحتها الرسمية على منصة x.

أهداف الدراسة:

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

مصطلحات الدراسة:

الصورة الرقمية:

الصورة الرقمية تمثيل 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 الحاسب الآلي التي يستطيع أن يتعامل معها الحاسب 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 لمنصة x، 2024). ومنصة x هي موقع تويتر 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 لفئات 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 تقاس ب (البيكسل) وتتراوح 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 مثال: في حالة تضمين صورة كجزء من ارتباط، استخدم 628×1200 بكسل، في حالة تغريد صورة، استخدم 1200×675 بكسل، في حالة تغريد صورتين، اجعل كل منهما 800×700 بكسل (الموقع الإلكتروني أدوبي) www.adobe.com

التغريدة:

قد تحتوي التغريدة (حتى 280 حرفاً بعد 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 بإعدادات 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.

التغريدات الأكثر انتشارًا:

هي تغريدات تحددها خوارزمية منصة x بعدد 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 وماهي أبرز خصائصه، وما هو مفهوم الصورة الرقمية وأهم وظائفها، وما دور الصورة الرقمية في الصحافة الخيرية 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 ومحطة إذاعية وقناة تلفزيونية، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج أهمها: بأن الصورة السياسية هي الأكثر تفاعلاً، بينما تليها صورة العالم الآن ومن ثم الصورة الأمنية وتليها 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 (بو علي، 2013) يقول الباحث أن الصورة هي قبل كل شيء إنتاج إعلامي ينقل الفكر والثقافة والحضارة والفنون والأحداث، وهي من هذه الزاوية وعاء لكل هذه الروافد أو هي نوع صحفي أو جنس إعلامي أو شكل تعبيرى شبيه بالأنواع الأخرى كالخبر والتقرير والتعليق والأشكال الصحفية الأخرى، ويضيف الباحث أن المفروض أن تعكس هذه الأنواع الواقع على نحو مباشر و واضح وسهل وتسعى إلى تفسير وتحليل الظواهر والتطورات مستهدفة في ذلك إيصال رسالة محددة لقارئ تخاطب بها ذهنه ومشاعره قصد ترسيخ قناعة محددة لديه ومن ثم تمكنه 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 مستمدة من مصادر مختلفة للوصول إلى محتوى مركز عن علاقة فن وعلم الفوتو جرافي بالمدرسة التأثيرية، وما يحيط بهذه العلاقة من تغيرات، وأثر التطور الرقفي 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 والوسائط 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 السائدة في هذا المجال، وردود الفعل التي أثارها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتوصيف الواقع الراهن، وأشارت نتائج الدراسة إلى صحة فرض الدراسة القائل بأنه بالرغم من تعاظم ظاهرة الصورة الإعلامية الرقمية، وتزايد إدراكها وتصورها كوسيلة اتصالية متميزة، لها تقنياتها ودلالاتها وتأثيراتها ومفرداتها الخاصة بها، فإن ثمة غياب لوجود تصورات أخلاقية محددة لدى معظم المؤسسات الإعلامية في مجال تعاطيها مع الصورة الرقمية، وهو ما يسفر عن وجود ممارسات أخلاقية غير سوية في مجال التعاطي مع المعالجة الرقمية للصور في بعض المؤسسات الإعلامية.

دراسة (شابسوغ، 2006) التي تناولت موضوع دليل الصورة الرقمية، وهدفت الدراسة إلى تعرّف مفهوم الصورة الرقمية وتطورها التاريخي في الاستخدام العملي، وتعرّف إلى الأساليب والوسائل المستخدمة عملياً في تزوير الصورة الرقمية، استخدم فيها الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أن الصورة الرقمية قد تطورت على الصورة التناظرية، ويعاب على الصور الرقمية إمكانية سهولة التزوير 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 تعبيرى، 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 المضمون في البحث العلمي الذي يعرف بأنه: أحد أشكال البحث العلمي الذي يهدف إلى وصف المحتوى الظاهري وصولاً إلى معرفة المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون (المشاقبة، 2014، 64)، وعرف "برنارد بيرلسون" عام 1952 تحليل المضمون بأنه: أحد تقنيات البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكيفي للمحتوى الظاهر لمضمون الاتصال (المرجع الإلكتروني للمعلوماتية).

مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة (X)، وتعدّ صفحة جامعة حائل على منصة X هي الصفحة الرسمية المؤثقة التي تنشر من خلالها كافة أنشطة وأخبار وفعاليات الجامعة من (أخبار وإعلانات 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 القصدي 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 استبانة تحليل المحتوى كأداة أساسية في جمع المعلومات لتحليلها والخروج بنتائج. حيث جرى تصميم استبانة في شكلها الأولى وعرضها على عدد من المختصين في المجال، بعد إبداء الملاحظات عليها جرى تصميمها 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 مشهداً ما من نسج الخيال، انطلاقاً من واقع ملموس (أومون، 2013، ص 7). وتتميز الصورة الرقمية في جعل الرسالة الإعلامية تتصف بكونها رسالة متخصصة ومركزة لتصل إلى الإنسان مباشرة بهدف التأثير فيه وذلك لأن الحل كما يعتبره الكثيرون في أنه يكمن 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، أيًا كانت هذه الصورة، متحركة، أو ثابتة، أو شخصية، أو موضوعية، خيرية 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 مُشاهديها تثير مشاكل ضخمة، مشكلة فاعلية هذا التأثير ونتاجه 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 المشاهد والمتابعة بصورة أكبر، لذلك للصورة تأثيراً مباشراً مُشاهديها خاصة في الوسائط المتعددة ومنصات التواصل الاجتماعي بما فيها منصة (x) موضوع الدراسة الحالية. والمشاهد لمنصات التواصل الاجتماعي بصورة عامة تجدها تركز وبصورة كبيرة على استخدام الصورة الرقمية في جميع المنشورات في صفحاتها، لما للصورة من تأثير في عين المشاهد. وفي حياتنا اليومية نشاهد ونستقبل كمّاً هائلاً من الصور المتنوعة سواء الصور الخاصة باللوحات الإعلانية في الطرقات أو الصور التي نشاهدها في الوسائط المتعددة بما فيها الحاسب الشخصي والهاتف وغيرها من الوسائط، 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 بالتغذية الرجعية من المدخلات إلى المخرجات لإعطاء طرازات التحسين المختبرة بطبيعتها بعد التطوير (شعبان، 2008، ص 63). وهناك العديد من البرامج والتطبيقات التي تستخدم لتحسين الصورة الرقمية لتظهر بصورتها الجميلة والزاهية وتعطي بُعداً جمالياً 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 المواقع الإلكترونية برنامج الفوتوشوب للتعديل على الصورة لتتوافق مع الموقع الإلكتروني من حيث الحجم والدقة والوضوح.

الشكل الجمالي للصورة الرقمية

تهدف الصورة على نحو عام إلى إثارة إعجاب المشاهد، وإلى جعله يشغُرُ بأحاسيس معينة، وهذا ما يفيد علم الجمال، أو علم الإحساس في بداياته على الأقل، ولم ننتظر علم الجمال لنعلم أن الصورة تؤثر في حواسنا، ونفوسنا، وخيالنا، وأحاسيسنا، وذوقنا (أومون، 2013، ص219). وهذا ما يميز الصورة وربطها بعلم الجمال وإظهار الأشياء بصورتها الجميلة والهيبة، فعندما تكون الصورة ذات بُعد جمالي ومنظر جميل أيضاً تؤثر وعلى نحو مباشر على المشاهد لها وتجذبك نحوها لمعرفة تفاصيلها وخفاياها، إذن البعد الجمالي يلعب دوراً كبيراً 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 سابقاً):

تعدّ منصة x (تويتر سابقاً) 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 تصحبها صورة أو مجموعة صور تُكمل المحتوى وتقرب المعنى للقاري أو المتابع، فالصورة الرقمية هي أساسية في منشورات منصة X. وتعدّ منصة x منصة تواصل اجتماعي تسمح للمستخدمين بتبادل الأفكار، والروابط، والصور، والفيديو، كما يعرض الأخبار المختلفة من أي مكان في العالم، حيث إنّ كلّ مشاركة في تويتر تسمى تغريدة (البخيت، 2023). ويمكن أن تحتوي على صورة، أو فيديو، أو كلمات، والجدير بالذكر ضرورة امتلاك بريد إلكتروني بالإضافة إلى الاتصال بالإنترنت للتسجيل في تويتر.

كتابة التغريدات:

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

إعادة التغريد:

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

البحث:

يُمكن لمستخدمي منصة x البحث عن تغريدات الأصدقاء أو مشاهير أو قادة سياسيين عن طريق البحث عن الكلمات المفتاحية أو الهاشتاغ، ويُمكن التحكم بنتائج البحث وفلترتها للتأكد من خلوها من المحتوى الحساس.

الرسائل المباشرة:

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

التريند:

يُمكن تعريف الترند (trend) في تويتر على أنّه موضوع رائج ومُتداول في النقاشات في وقت مُعيّن على تويتر، فقد يكون الترند كلمة أو اسماً أو عبارة مُعيّنة مسبوقة برمز الهاشتاغ (#)، وكلّ منطقة جُغرافية تملك ترند خاص بها، وعند الضغط على تريند مُعيّن ستظهر نتائج البحث المتعلقة بتلك الكلمة أو العبارة، حيث يتضمّن البحث جميع التغريدات التي تضمّن ذلك الترند، ويُحدد الترند عدّة عوامل هي: اهتمامات المُستخدم والأشخاص الذين يُتابعهم وموقعه الجغرافي، بالتالي سيتمكّن المُستخدم من متابعة الأخبار والأحداث العالمية والمحلية من خلال الترند. وعُرف مجمع اللغة العربية المصري كلمة "الترند" بأنها "موضوع ساخن جديد يُثار على منصات التواصل الاجتماعي، فينتشر بسرعة في فترة زمنية قصيرة، ويهتمُّ به الجمهور، ويتداولونه بالحديث فيه والتعليق عليه ويتبادلون الأخبار عنه بكثرة" (مجمع اللغة العربية المصري).

الهاشتاغ:

يُكتب الهاشتاغ باستخدام الرمز (#) الذي يُستخدم لفهرسة الكلمات الرئيسية بالتالي يُسهل ظهورها في نتائج البحث مما يُتيح للناس متابعة الموضوعات المُهمّة بالنسبة إليهم، وعند الضغط على ذلك الهاشتاغ تظهر جميع التغريدات التي تتضمّن ذلك الهاشتاغ.

سبب شهرة منصة x: تُعدّ منصة x من أشهر منصات التواصل الاجتماعي وذلك لأنّه سهل الاستخدام والتصفّح، حيث إنّ جميع التغريدات أو المنشورات قصيرة ولا يتعدّى عدد حروفها 280 حرف مما يجعل قراءتها سهلاً وسريعاً، كما أنّ ذلك يُجبر المُغرّد على جعل تغريدته مُختصرة وذات مغزى ومعنى.

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 جامعةً بمسمى (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 مرحلتى البكالوريوس والدراسات العليا، التي تمثل عدد 13 كلية (الطب - طب الأسنان - الصيدلة - العلوم الطبية التطبيقية - الصحة العامة والمعلوماتية الصحية - التمريض - الهندسة - علوم وهندسة الحاسب الآلي - إدارة الأعمال - التربية - الآداب والفنون - الشريعة والقانون - التطبيقية). ومما يجب الإشارة إليه أن اللغة الأساسية لجامعة حائل هي اللغة الإنجليزية للتخصصات الصحية والعلمية والهندسية أما البرامج الإنسانية فإن لغة التدريس فيها هي اللغة العربية. ويتولى رئاسة الجامعة سعادة الأستاذ الدكتور/ راشد بن مسلط الشريف الذي قاد الجامعة لإحداث نقلة نوعية في برامجها الأكاديمية، حيث حصلت الجامعة على أكثر من 35 اعتماداً مؤسسي وبرامجي، كما حلت الجامعة في عام 2023 ضمن أفضل 351 جامعة على مستوى العالم، وفي المرتبة 111 عربياً، 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 أكاديمية 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

وحصلت الجامعة على أكثر من 35 اعتماداً مؤسسي وبرامجي، كما حلت الجامعة في عام 2023 ضمن أفضل 351 جامعة على مستوى العالم، وفي المرتبة 111 عربياً، 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 مرحلتى 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 الحاسب الآلي
إدارة الأعمال	التربية	الآداب والفنون
الشريعة والقانون	التطبيقية	

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

جدول رقم (2): البيانات المفتوحة

عدد الكليات	عدد الطلاب	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 يوليو من العام 2011، ويتابعها 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 استخداماتها من حيث العدد والنوع والحجم والجودة، جرى استخدام أداة تحليل المضمون في البحث العلمي، حيث جرى تصميم استبانة وعرضها على بعض المحكمين في التخصص، وبعد الملاحظات جرى تصميم استبانة بصورتها النهائية وأجراء الدراسة عليها.

خطوات إعداد صحيفة الاستبانة لتحليل المضمون:

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

إعداد صحيفة الاستبانة:

تم تصميم الاستبانة في شكلها الأولي وعرضها على عدد من المحكمين المتخصصين في المجال، حيث جرى أخذ الملاحظات من المحكمين، لتتوافق مع أهداف وتساؤلات الدراسة. بعدها جرى تصميم الاستبانة بشكلها الأخير وأجراء 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 على 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 استبانة تحليل المضمون كأداة أساسية في جمع المعلومات لتحليلها والخروج بنتائج. حيث جرى تصميم استبانة في شكلها الأولي وعرضها على عدد من المختصين 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 2011م
عدد المنشورات (العينة)	200 منشور
الفترة الزمنية للدراسة	فبراير - مايو 2024م
موثوقية الصفحة	الصفحة موثقة بالعلامة الزرقاء
نسبة تفاعل المشاهدين	200.539 ألف متابعًا

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

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

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

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

الجدول رقم (4) يجب على السؤال الأول للدراسة ما أبرز الموضوعات التي تنشرها جامعة حائل على صفحتها الرسمية على منصة X، حيث بلغت نسبة أبرز الموضوعات (الفعاليات والمناسبات) أعلى نسبة 36%، تليها الموضوعات الخاصة بالإعلان والدعوات بنسبة 26.5%، تليها 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	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
صورة شخصية مصحوبة بنص	15	7.5%	الرابعة
مجموعة صور	30	15%	الثالثة
صور شخصية	44	22%	الثانية
صور إعلانية	111	55.5%	الأولى
المجموع	200	100%	

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

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

الفئات	التكرار	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) يجب 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%، تليها عبارة (أربعة صور) بنسبة 27%، بينما بلغت عبارة (ثلاثة صور) بنسبة 6.5%، تليها 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	التكرار	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) يجيب 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%، تليها عبارة (جودة متوسطة) بنسبة 10.5%، وهذا المؤشر يؤكد على أن الصفحة تستخدم أعلى جودة للصور المنشورة بنسبة كبيرة جداً.

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

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

الجدول رقم (8) يجيب 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%، تليها 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؟

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

الجدول رقم (9) يجيب على السؤال السادس للدراسة ما أبرز التغريدات الأكثر مشاهدة وإعجابات وتعليقات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x، حيث كانت التغريدة الخاصة بالطلاب (تنويه 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 يتابعون الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x وأيضاً الباحثين عن التوظيف في المجال الأكاديمي يتابعون الصفحة.

النتائج التي خلصت إليها الدراسة:

- من خلال تحليل المضمون للصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x واختيار عينة قصدية من تغريدات الصفحة، خلُصت الدراسة إلى عدد من النتائج نلخصها 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 بمنصة x.

3. وجاء استخدام صورة واحدة كأعلى نسبة في عدد الصور المصاحبة لكل منشور.
4. ومن حيث الحجم كانت الصورة المتوسطة الحجم أكثر استخدامًا من بين الصور.
5. بينما جاءت عبارة جودة عالية كأعلى نسبة من بين العبارات.

كانت أبرز التغريدات الأكثر مشاهدة وإعجابات وتعليقات في الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x، التغريدة الخاصة بالطلاب (تنويه 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) ألفًا. من خلال هذا التحليل يتضح أن الطلاب يتابعون الصفحة الرسمية لجامعة حائل على منصة x وأيضًا الباحثين عن التوظيف في المجال الأكاديمي يتابعون الصفحة.

المصادر والمراجع

- أومون، ج. (2013). الصورة. المنظمة العربية للترجمة.
- المشاقبة، 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.
- بوعلوي، ن. (2013). الصورة كنوع صحفي وعلاقتها بالآزمات. *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 الخيرية في موقع "المدي برس". *مجلة بحوث الشرق الأوسط*، 7 (51)، 415-444.
- محمد، أ. (2006). ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية: دراسة تحليلية لحالات ومواقف شرف. *مجلة البحوث الإعلامية*، 25، 124-208.
- كامل، س. (2013). الفوتوجرافيا التأثيرية التاريخ والصورة الرقمية. *مجلة علوم وفنون، دراسات وبحوث*، 25 (2)، 199-219.
- صادق، ع. (2007، إبريل). الصورة الرقمية كعنصر رئيسي في بنية الإعلام الجديد. [ورقة بحثية]. *مؤتمر كلية الآداب والفنون جامعة فلادلفيا*. 2007. الأردن. https://www.philadelphia.edu.jo/arts/12th/abstract2.htm#_Toc269886401
- عبدالحفيظ، أ. (2018). المحاكاة الإلكترونية وأثرها في تنمية مهارات التقاط الصورة الرقمية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، 17، 35-61.
- شابسوغ، ي. (2006). *دليل الصورة الرقمية المستخلص من المواقع الشبكية*. مركز بحوث الشرطة، 15 (1)، 52 – 97.
- شعبان، ه. (2008). *أساسيات معالجة الصورة الرقمية*. بغداد: دار الكتب والوثائق الوطنية.
- المواقع الإلكترونية:
- جامعة حائل (2023). نبذة عن جامعة حائل. *الموقع الإلكتروني* www.uoh.edu.sa/about-us
- الموقع الإلكتروني أدوبي. (2024). *الصورة الرقمية*. <https://www.adobe.com>
- المرجع الإلكتروني للمعلوماتية. (2024). *تحليل المضمون*. <https://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/>