تاريخ العلوم
المجلة العربية المتخصصة في تاريخ العلوم والدراسات والأبحاث الإيبستمولوجية

مكانة الصورة الصحفية في الصحافة المكتوبة الجزائرية - دراسة تحليلية لصور الصفحة الأولى من جريدتي الخبر والشعب-.

عبد الله حنـادر
جامعة الجزائر3
abdou.h10@gmail.com

تاريخ الاستلام : 2017-12-16 تاريخ القبول : 2018-05-28

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المكانة التي أضحت تتبوؤها الصورة الصحفية في الصحف الجزائرية من خلال الموضوعات التي تعالجها الصور الصحفية ومصادر هذه الصور وأشكالها وأنواعها ...إلخ، وهذا باستخدام المنهج المسحي لصحيفتي الشعب العمومية والخبر الخاصة (مختلفتين من حيث الملكية) لوصف وتحليل الصور الصحفية على الصفحة الأولى للجريدتين إضافة إلى استعمال المنهج المقارن قصد الوقوف على أوجه التشابه والاختلاف بين الصحيفتين في تناولهما للصور الصحفية على صفحتيهما الأولى؛ وتم اللجوء إلى أسلوب تحليل المضمون لتحليل البيانات الخاصة بدراسة الصورة الصحفية؛ لتفضي الدراسة في الأخير إلى نتائج عامة.

الكلمات المفتاحية:

الصورة؛ الصورة الصحفية؛ الصحافة المكتوبة؛ جريدة الخبر؛ جريدة الشعب.

Abstract :

This study aims to identify the status which photojournalism has occupied in the Algerian newspaper through the subjects addressed by photojournalism, this is using the survey method for **Echaab** and **Elkhabar** newspapers (different in terms of ownership), to describe and analyze photojournalism On the first page of the two journals; add to use Comparative approach to find out the similarities and differences between the two newspapers in their handling of photojournalism on their first pages ; it was resorted to content analysis method to analyze data for the study of the photojournalism ; the study leads in the last to general results.

Key words:

photo, photojournalism, written press,Echaab Newspaper, Elkhabar Newspaper

مقدمة:

تؤدي الصورة دورا مهما في الرسالة الإعلامية على جميع الأصعدة مطبوعة كانت أو إلكترونية؛ كما تعتبر رافدا رئيسا للغة غير اللفظية، والصورة الصحفية تدعم ما تحمله الأخبار من معلومات وتعطي الإثبات المرئي على وقوع الأحداث.

وأصبحت الصورة الصحفية في الوقت الراهن عاملا رئيسا في التحقيقات والروبورتاجات والتقارير وغيرها من الفنون الصحفية فباتت أكثر قدرة على إيصال المعنى، ونظرا لما بلغته الصورة من أهمية أضحت محل اهتمام أغلب الوسائل الإعلامية التي شرعت في توظيفها في مجالات شتى كي يصبح منتوجهم الإخباري متكاملا وفاعلا؛ علاوة على ما تتميز به المواد المصورة في الصحافة من قدرة على استقطاب انتباه القاريء والتأثير في سلوكه وقدرتها على التبسيط والشرح والوصف.

إن الأهمية التي وصلت إليها الصورة الصحفية اليوم جعلها تحظى بعناية خاصة عند جل الصحف والمجلات العالمية والجزائرية على وجه التحديد، وعلى هذا أتت هذه الدراسة لتكشف عن المكانة التي بلغتها الصورة في الصحافة الجزائرية من خلال جريدتي الشعب والخبر، ولأجل هذا تبلورت إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

*** ما هي المكانة التي تحظى بها الصورة الصحفية ضمن الصفحة الأولى من جريدتي الشعب والخبر؟**

تساؤلات الدراسة: قصد توضيح معالم الإشكالية طرحنا جملة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

- ما مدى اهتمام صحيفتي الخبر والشعب بالصورة الصحفية؟
- ما هي أهم الموضوعات التي ركزت عليها الصورة الصحفية في الصفحة الأولى من جريدتي الخبر والشعب؟
- ما المصادر التي لجأت إليها صحيفتي الخبر والشعب في حصولهما على الصور الصحفية الموجودة ضمن الصفحة الأولى؟
- ما أنواع الصور الصحفية التي تتوضع على الصفحة الأولى من جريدتي الخبر والشعب؟
- ما هي القيم التي تحملها الصورة الصحفية في الصفحة الأولى من جريدتي الخبر والشعب؟

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها من الدراسات الضئيلة التي تعالج الصورة الصحفية بشكل عام والصورة الصحفية في الصحافة الجزائرية على وجه التحديد، على الرغم من أهمية هذا العنصر الاتصالي في شتى ميادين الحياة.

كما تلعب الصورة الصحفية دورا مهما في العمليات المعرفية للقارئ باعتبارها الأداة الرئيسة في استقطابه وجذب انتباهه؛ زيادة

على ذلك فإن العمل الإعلامي في الوقت الراهن أضحى فنا بصريا يرتكز على الصورة.

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى بلوغ مجموعة من الأهداف هي:

- الكشف عن أهمية الصورة كعنصر إعلامي تيبوغرافي في صحيفتي الخبر والشعب.
- الوقوف على أبرز موضوعات الصور التي تناولتها صحيفتي الخبر والشعب.
- التعرف على مصادر الصور التي وظفتها الصحف عينة الدراسة.
- التعرف على أنواع الصور المنشورة على صفحات جريدتي الخبر والشعب.
- معرفة القيم التي تحملها الصورة في الصحيفتين عينة الدراسة.

منهج وأدوات الدراسة: تنتمي الدراسة إلى **البحوث الوصفية**، " التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة"[1]؛ وتستهدف هذه الدراسة وصف وتحليل الصور الصحفية المنشورة على صفحات جريدتي الشعب والخبر.

واستخدم الباحث لذلك **المنهج المسحي**؛ والذي يعتبر الطريقة الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرضها في صورة يمكن الاستفادة منها حاضرا أو مستقبلا[2]، كما تمت الاستعانة **بالمنهج المقارن** الذي يقوم على دراسة الظاهرة من خلال جمع المعلومات الضرورية عنها ثم تحليلها ومقارنتها؛ فهو يساعد على التعرف على عناصر الاختلاف والاتفاق.[3]

واستعمل الباحث **تحليل المضمون** كأداة لجمع وتحليل البيانات المتعلقة بدراسة الصورة الصحفية؛ "ويتم تحليل مضمون وثيقة أو عملية اتصالية عن طريق مناهج مضمونة بالبحث عن المعلومات الموجودة في هذا المحتوى من اجل استخراج المعنى أو المعاني المعروفة فيه بصياغة وتصنيف كل ما يضمنه محتوى الوثيقة أو العملية الاتصالية وكل وثيقة سواء كانت منطوقة، مكتوبة، أو مسموعة، تحتوي كميا على معلومات شخصية المرسل والجماعة التي ينتمي إليها"[4].

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الأعداد الصادرة من جريدتي **الخبر والشعب** خلال العام 2016، وقد لجأ الباحث إلى اختيار عينة ممثلة للمجتمع الكلي بحيث اختار الأعداد الصادرة في شهر سبتمبر 2016، وقد بلغت أعداد جريدة الشعب خلال فترة الدراسة 23 عددا و أعداد جريدة الخبر 26 عددا.

لقد اختار الباحث صحيفتين مختلفتين من حيث الملكية؛ إحداهما عمومية (جريدة الشعب)، والأخرى خاصة (جريدة الخبر) وهذا للوقوف على مدى اهتمام كل من النوعين بالصورة الصحفية.

الدراسات السابقة:

1- دراسة **حاتم علاونة**؛ المعنونة بـ " **الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية – دراسة تحليلية مقارنة-**".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأهمية التي تمنحها الصحف الأردنية اليومية للصورة الصحفية وأبرز الموضوعات التي تناولتها ومصادرها، وهذا باستعمال تحليل المضمون كأسلوب للتحليل لعينة من صحيفتي الدستور والغد.

وأسفرت نتائج التحليل عن احتلال صور الموضوعات الرياضية والثقافية الصدارة تواليا، وما يفوق الـ 50% من الصور المنشورة على صفحات الجريدتين كانت من عدسات مصوريها إضافة إلى ما نسبته 67% من الصور الصحفية ذات قيم إيجابية.

2- دراسة **سعد سلمان عبد الله**؛ وعنوانها " **تطور الصورة الصحفية في الصحافة العراقية- دراسة تحليلية-**"

هذه الدراسة سلطت الضوء على التطور الحاصل على مستوى الصورة الصحفية في الصحافة العراقية من خلال تحليل مضمون الصور الصحفية المنشورة على صفحات جريدة الصباح لعام 2012.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها:

- استخدمت صحيفة الصباح التقنيات الحديثة لإخراج الصورة الصحفية الصالحة للنشر من خلال الوسائل الإلكترونية وباستخدام العديد من البرمجيات التي أتاحها التطور التقني.
- بروز الصور الإعلانية في المرتبة الأولى وجاء الاهتمام بالوظيفة الإخبارية للصورة الصحفية من خلال استعراض مجموعة من الأحداث المهمة إقليميا ودوليا.
- عمدت صحيفة الصباح إلى كتابة التعليق على الصورة بصيغة الفعل المضارع لتعزيز حالتها واقتصر التفسير في الوصف على الحدث الظاهر في الصورة الصحفية.

الإطار النظري:

ماهية الصورة الصحفية:

يعد التصوير الصحفي أحد أنماط العمل الإعلامي الذي يمنح ويقدم المادة الإعلامية للجمهور في شكل صور؛ وفي هذا الصدد يشير **Andreas Feininger** قائلا: " التصوير الصحفي يتضمن استخدام الكاميرا وسيلة لتوسيع مدارك الانسان بهدف استكشاف العالم الواقعي فضلا عن الجانب العاطفي لإظهار الكيفية التي يعيش وفقها الناس".

والصورة الصحفية أعطيت لها تعريفات عديدة غير أن التعريف الأشمل هو ذلك الذي تطرق له **محمود أدهم**؛ حيث عرفها بأنها" الصورة الفنية، البيضاء والسوداء أو الملونة، ذات المضمون الحالي المهم، الواضح والجذاب، المعبرة وحدها أو مع غيرها، في صدق وأمانة وموضوعية، في اغلب الأحوال عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق أو المناسبات المختلفة المتصلة غالبا بمادة

تحريرية معينة، تنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات جريدة أو مجلة أو توزعها وكالة أنباء أو صور على سبيل التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والإضافة ولفت الأنظار وزيادة الاهتمام والقابلية للقراءة والإمتاع والمؤانسة وزيادة التوزيع وكمعلم وركيزة إخراجية... والتي تلتقطها عدسة مصورها بطريقة تعكس حسا فنيا اتصاليا وفهما لوظيفتها بعد إعداد خاص أو بدونه أو مفاجأة أو تحصل عليها بمعرفة المحرر، أو الوكالات من مصور محترف أو حُرٍ أو من أحد الهواة أو نقلا عن وسيلة نشر أخرى، أو بواسطة من يتصل بموضوعها عن قرب، وغالبا ما تكون إخبارية أو تسجيلية أو تفسيرية أو جمالية أو وثائقية، وقد تكون قديمة متجددة الأهمية، تقدم بواسطة أحد من هذه المصادر نفسها، أو بمعرفة مركز المعلومات أو أرشيف الصور الخاص بوسيلة النشر، أو صور المحفوظات والوثائق، كما قد تكون مرسومة بريشة أو قلم الرسام الخاص، أو أي رسام آخر مادامت مناسبة".[5]

وظائف الصورة الصحفية: تقوم الصورة الصحفية بالعديد من المهام يمكن أن نجملها في النقاط التالية:

1- الوظيفة الإخبارية: تعد أهم وظيفة للصورة الصحفية؛ حيث قامت الوظيفة الإخبارية بمنافسة الكلمات في الصحافة الحديثة، ومهما تكن الكلمات في حد ذاتها نافذة ومؤثرة فالصورة أقدر على ربط مضمونها بالحياة كما أن الصورة تشترك مع الكلمات في نقل الأخبار والمعلومات، بل إنها تنقل المعلومة بشكل أوضح وأسرع مما تستطيعه الكلمات؛ فضلا عن أنها تستخدم لاشباع فضول القراء إلى شكل الأشخاص والأماكن والأشياء.[6]

2- الوظيفة السيكولوجية: ترتبط الصورة ارتباطا وثيقا بسيكولوجية الانسان وتحل له بعض المتطلبات النفسية والعقلية، ويمكن شحن ذاكرة القراء الذين ينتمون إلى النوع البصري وتقويتها بإضافة صور إلى النص الإعلامي أو الإعلاني؛ وهنا تسيطر عليه إن لم تكن تملكه العقلية المصورة[7]، فعندما نقرأ نحاول بشكل لا شعوري تصوير الكلمات والعبارات بشكل مقبول عبر شاشات عقولنا.

3- إضفاء التوثيق والمصداقية للحدث: يشكل التصوير عنصرا أساسيا في العمل الإعلامي لما له من أهمية بالغة في توثيق الأحداث والمناسبات الرسمية وغير الرسمية، ولما يحقق من مصداقية في الأخبار والتقارير الإخبارية[8]، فقد أصبحت الصورة ذات أهمية قصوى تؤكد الخبر ولا مجال ليتسرب الشك إليه.

4- الوظيفة الجمالية: إن كل صورة تحمل معالم جمالية بداخلها، سواء تعلق الأمر بالصورة ذاتها أو الألوان التي تزينها[9]، فالصورة بإمكانها أن تجعل الصفحة مميزة وملأى بالحيوية وتضفي عليها جاذبية تجعلها تحظى بالمطالعة.

5- الوظيفة التيبوغرافية: تمثل الصورة أهم العناصر الأساسية التي تشترك مع حروف المتن والعناوين والفواصل في بناء الجسم المادي للصفحة أيًّا كان شكلها وطريقة إخراجها، وتساهم الصورة في تثبيت أركان الصفحة كونها تشكل ثقلا تيبوغرافيا مسيطرا على الصفحة؛ وتوجه حركة عين القارئ على الصفحة، وهي وسيلة فصل بين المواد وتحول دون تصادم العناوين المنشورة بالتحاذي[10].

6- التأثير في نفسية المتلقي: تتمتع الصور الفوتوغرافية بقدرة كبيرة على التأثير في المتلقي؛ فأكثر الجرائد والمجلات والنشرات إلى ما ذلك من الوسائل الصحفية باتت تعتمد بشكل أساسي على ما تحمله اللقطة الفوتوغرافية من قدرات تأثيرية في القارئ أو المتلقي لتحقيق النجاح أو الانتشار[11].

أنواع الصور الصحفية: يصنف جل الباحثين الصور الصحفية إلى الأنواع التالية:

1- الصورة الخبرية: وتمثل هذه الصورة حدث وقع في مكان معين وزمن معين مثل إجراء مقابلة بين رئيسي دولتين أو إخماد حريق في مخزن كبير، فهذا النوع من الصور يعطي القارئ متممات للخبر ولا يجعله يستفسر عن صحة ما ورد من معلومات في الخبر[12].

وفي بعض الحالات؛ الصورة المنشورة مع الخبر لا تعبر عن الواقعة نفسها بل تنشر توضيحا وتفسيرا للقارئ كالخرائط والمخططات.

2- صورة التحقيق الصحفي: وهي الصورة التي تكون مصاحبة لأي تحقيق تجريه المؤسسة الصحفية في حالة اختيارها لأي موضوع جدير بالاهتمام من قِبَلِ القراء فيكون بذلك مدعوما بالصور كدليل قاطع على مصداقية التحقيق المكتوب[13].

وصور التحقيق تختلف عن تلك التي ترافق الخبر لأن الزمن المتاح للمصور يعد كافيا ليلتقط صور التحقيق أكثر مما تتوفر حين تصوير خبر ما.

3- الصورة الشخصية _ البورتريه: وهي أي صورة نصفية لشخص معين تنشر مع حديث أو تصريح له أو خبر عنه للدلالة على مكان معين، فأحيانا تنشر الصحف والمجلات صورا لرؤساء الدول عند الحديث عن دولهم وذلك عند عدم توفر صورة تغطي وبشكل ناجح ذلك الحديث أو الخبر[14].

4- الصورة ذات الطابع الفني والجمالي: إن دخول الصورة الفوتوغرافية عالم الفنون جعلها تحتل موقعا مرموقا بالنسبة للصحف والمجلات؛ ولأجل ذلك تخصص لنشر الصور الفوتوغرافية ذات الطابع الفني والجمالي زوايا أسبوعية أو شهرية؛ ويلعب هذا النوع من الصور دورا جماليا مهما عندما تكون ملونة[15]، وذلك بفضل التطور الكبير في عملية الطبع الملون لأن

الصورة الملونة تثير انتباه القارئ وتجذبه أكثر من الصورة ذات اللون الواحد.

5- صورة الإعلان: يقول أخصائيو الإعلان أن الصورة تعادل ألف كلمة وأن صور الأشخاص تجذب الانتباه أكثر مما تجذبه صور الأشياء الأخرى[16] ، وأن الصورة الموجودة في الإعلان تكون أكثر جذبا لعين القارئ حينما تمتزج فيها الألوان مما لو احتوت لونا واحدا، وعلى هذا فحصيلة الإعلان الملون أكبر من حصيلة الإعلان الأسود والأبيض.

أهمية الصورة الصحفية:

إن الصورة الصحفية نوع من التسجيل للواقع، وبالتالي ينظر إلى المصورين على أنهم شهود عيان على الأحداث ويملكون وحدهم أدلة الإثبات المرئية على وقوعها[17].

وتتميز الصورة الصحفية بأنها تنقل الرسالة إلى القراء بأقل قدر من التحريف والأخطاء، لذلك فهي رسالة تتميز بقدرة إقناعية عالية لأنها من أصدق الأدوات التي تستخدمها الصحف والمجلات علاوة على دورها في إثراء المحتوى ودعمها للمادة التحريرية، وذلك لأن المعلومات التي يتلقاها القراء من خلال الصور تبقى مدة أطول في الذاكرة من المعلومات المستقاة عن طريق القراءة[18].

ويقول ماكلوهان أن الصورة الصحفية تعد إحدى الرسائل الاتصالية الساخنة لأنها تقدم المعلومات التي تعجز عنها آلاف الكلمات؛ وهو ما يؤكد أهمية دورها الاتصالي والاقناعي والجمالي[19].

نشأة وتطور الصورة الصحفية:

بدأت الصحف في أول الأمر بنشر الصور ذات الطابع اليدوي (رسوم يدوية) التي كانت تطبع من قطع خشبية حفرت عليها الرسوم واستمرت هذه الطريقة حتى نهاية القرن 19؛ وتعد صحيفة "**أخبار الأسبوع**" الانجليزية أول من استخدم هذه الطريقة عام 1638 مع موضوع عن حريق شب في جزيرة سانت مايكل[20].

شهدت هذه الطريقة تقدما في بدايات القرن 19، ثم برزت بعض الصحف المصورة التي تستخدم الصور كعنصر أساسي في كل عدد من أعدادها وبذلك أصبحت الصور من أهم عوامل التنافس بين الصحف المذكورة.

وكان التصوير الفوتوغرافي حينذاك يصنع طريقه كبقية العلوم، وتمكن عدد من المصورين من التقاط صور لبعض الأحداث المهمة غير أن عملية التصوير كانت بطيئة ولم تستطع آلة التصوير منافسة يد الرسام في تسجيل الصور ذات القيمة الإخبارية والإعلامية، وارتفاع تكاليف الصور الفوتوغرافية إذ لم تكن تنته عملية نشر الصورة بمجرد التقاطها بل كان لا بد من إعادة رسمها باليد على سطح من الخشب وبذلك بقيت هيمنة الرسم اليدوي للصحف اليومية[21].

دام استعمال الصور الفوتوغرافية في الصحافة بهذا الشكل إلى أن استطاع Roger Fenton من التقاط ما يزيد عن 300 صورة عن الحرب التي كانت دائرة في القرم (المنطقة الواقعة بين الحدود التركية والروسية) في العام 1856؛ وكانت هاته الصور للجنود القتلى وبعض الخدمات الإدارية والقيادية ووسائل النقل[22]، ولم تتح آلة التصوير المستخدمة أنذاك تسجيل وقائع العمليات العسكرية وهو ما جعل صور **فونتون** تسجيلية وليست خبرية، ويعد **فونتون** أول مصور صحفي في العالم.

في 04 مارس 1880 ظهرت أول صورة فوتوغرافية منشورة في صحيفة **الدايلي جرافيك The Daily Graphic** في نيويورك وكانت باهتة السواد رديئة الطباعة ضعيفة التباين إلى حد كبير[23].

في العام 1921 تم تطوير تقنية نقل الصور الفوتوغرافية سلكيا لأول مرة بواسطة جهاز **Tele Photo** ، واستمرت الاختراعات والتطورات في ميدان التصوير وفي تقنيات الطباعة التي آذنت بظهور العصر الذهبي للتصوير الصحفي[24].

تميز العصر الذهبي للتصوير الصحفي بظهور العديد من الصحف والمجلات المصورة التي تعتمد بشكل واسع على الصور الفوتوغرافية أكثر من اعتمادها على النص مثل: مجلة **Picture Post** في لندن، ومجلة **Paris Match** في باريس، ومجلتي **Life** و **illustrated Sport** في الولايات المتحدة الأمريكية، ومن الجرائد **The Mirror Daily** في لندن وجريدة **The Daily Graphic** في نيويورك، وهذا الأمر انعكس على الاهتمام بالصورة كما وكيفا؛ يوميا وأسبوعيا على الجرائد والمجلات[25].

استمر التطور واخترعت آلات التصوير ذات الكفاءة العالية والسرعة الكبيرة والعدسات الدقيقة؛ لبعضها القدرة على التقاط مئات الصور بل الآلاف في الدقيقة الواحدة وربما في الثانية الواحدة[26]، وهكذا أضحى العمل الصحفي في الوقت الراهن فنا بصريا لا يمكنه الاستغناء عن الصورة الفوتوغرافية بل يلجأ إليها في كل الأوقات.

الصورة الصحفية في النظم الرقمية:

لقد أدت التكنولوجيا الرقمية إلى تطوير شكل الصورة الصحفية؛ فبعدما كانت تقتصر على الشكل المربع أو المستطيل في الصحف اليومية في ظل النظام التقليدي، أصبحت الصورة تأخذ أشكالا عصرية كالشكل الدائري أو البيضوي إضافة إلى أشكال أخرى.

تشير بعض الدراسات العربية المتعلقة بالصورة الصحفية إلى أن التطور التكنولوجي قد أدى إلى تغيير كبير في شكل الصورة ومضمونها؛ إذ تهتم أغلب الصحف بنشر الصور المختلفة على صفحاتها بمساحات مختلفة، كما دعم التطور التكنولوجي من أهمية الصورة الصحفية إذ جعلها من العناصر الأساسية المكونة لبناء الصحيفة[27].

إن المعالجة الرقمية للصورة الصحفية من خلال الكمبيوتر أدت إلى زيادة قدرة المصور في تغيير خصائص الصورة ومحتواها لتحقيق أهداف المؤسسات الصحفية[28].

أضحت الصورة الصحفية في زمن التكنولوجيا الحديثة تنتج إلكترونيا انطلاقا من الحصول عليها من مصادرها العديدة وصولا إلى إجراءات المعالجة الضرورية للصورة قصد نشرها على صفحات الجريدة.

منحت رقمنة الطباعة ومعالجة الصور الصحفية وغيرها من العناصر بالصحيفة إمكانية للصورة في إضافة الكثير من المعاني المقدمة مما يكسبها مصداقية أكبر من خلال قدرتها على التفاعل مع الكلمات لإيجاد جو واقعي يقترب من الواقع المنقول بما يدعم تفهم القارئ للواقع المنقول واستيعابه لمعانيه[29].

ضاعف التطور التكنولوجي في مجال الصورة من دورها في تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ تبعا لدور المدخل البصري في إدراك الصورة ثم العمل على تخزينها بما يؤدي إلى أن تكون المادة المحتوية على الصورة أكثر التصاقا بالذهن من غيرها من المواد غير المصورة[30].

كما تطورت الكاميرات الرقمية؛ إن من حيث مدى الدقة الرقمية أو من حيث العمق اللوني الذي يتم به التقاط وتسجيل الصورة الملونة ومن ثم القدرة على التقاط الصور العادية إلى مستويات أعلى تسمح بتسجيل الصور الملونة بمعدلات عالية من الجودة[31].

الدراسة التطبيقية:

لقد خصصنا الجانب التطبيقي للوقوف على أبرز العناصر التحليلية للشق النظري الذي سنحاول من خلاله فهم طبيعة العلاقة بين العمل الصحفي ومكانة الصورة الصحفية وأيضا الدور الذي يقوم به المصور الصحفي في سبيل الحصول على أفضل الصور الصالحة للنشر على صفحات جريدتي الشعب والخبر لاسيما تلك التي تبرز في الصفحة الأولى.

جدول 01: موضوعات الصورة الصحفية

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
سياسية	70	%47.30	50	%36.50
إقتصادية	30	%20.27	35	%25.54
إجتماعية	07	%04.72	12	%08.75
ثقافية	17	%11.49	11	%08.03
أخرى	24	%16.21	29	%21.17
المجموع	148	%100	137	%100

لقد احتلت الموضوعات السياسية صدارة الموضوعات التي احتوتها الصور الصحفية في الصحيفتين؛ إذ قدرت بـ 70 صورة في صحيفة الخبر بنسبة 47.30%، و50 صورة في صحيفة الشعب بنسبة 36.50%، ووردت الصور ذات الموضوعات الاقتصادية في الصف الثاني في الصحيفتين بنسبة 20.27% في جريدة الخبر بـ 30 صورة، وبنسبة 25.54% أي: (35 صورة) في جريدة الشعب، وأتت في المرتبة الثالثة الصور التي تناولت الموضوعات الأخرى ممثلة في: الموضوعات الأمنية؛ الدينية؛ الرياضية... بنسبة 16.21% في الصور الواردة على جريدة الخبر و21.17% في جريدة الشعب، في حين أن الصور التي تناولت موضوعات اجتماعية جاءت رابعا في جريدة الشعب بنسبة 08.75% ما يعادل 12 صورة، وخامسا في جريدة الخبر بنسبة 04.72% (المرتبة الأخيرة)؛ وهو عكس الصور التي عالجت موضوعات ثقافية التي احتلت الصف الرابع في جريدة الخبر بنسبة 11.49% (17 صورة)، والمرتبة الأخيرة في جريدة الشعب بنسبة 08.03% (11 صورة)، والملاحظ من الجدول أيضا أن الصور الصحفية التي تناولت الموضوعات السياسية والاقتصادية كانت في أوج اهتمامات الصحيفتين؛ وهذا مرده إلى أن الصحيفتين تركزان على القضايا الجادة والمؤثرة والتي تستقطب اهتمامات القارئ وتلبي رغباته.

جدول 02: مصادر الصورة الصحفية

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مصور الصحيفة	83	%56.08	58	%42.33
وكالة الأنباء الجزائرية	30	%20.27	48	%35.04
صور دون مصدر	21	%14.19	24	%17.52
وكالات الأنباء الأجنبية	09	%06.08	07	%05.10
أخرى	05	%03.37	/	/
المجموع	148	%100	137	%100

يتبين من الجدول أعلاه أن الجريدتين اعتمدتا على المصورين الصحفيين لديهما أكثر من اعتمادهما على المصادر الأخرى؛ إذ قدر مجموع الصور التي عرضتها الجريدتان لمصوريها تواليا 83 صورة لصحيفة الخبر بنسبة 56.08% و58 صورة لجريدة الشعب بنسبة 42.33%، تلتها في المرتبة الثانية الصورة الصحفية المستقاة من وكالة الأنباء الجزائرية بحيث بلغت في جريدة الخبر 30 صورة بما يمثل 20.27% و48 صورة في جريدة الشعب ما يشكل نسبة 35.04%، وورد في الرواق الثالث الصور التي لم تُبَيِّن الصحيفتين مصادرها والتي قدرت بـ 21 صورة في جريدة الخبر وبنسبة 14.19%، وبـ 24 صورة في جريدة الشعب بنسبة وصلت إلى 17.52%، في حين أن الصور التي تحصلت عليها الصحيفتان من وكالات الأنباء العالمية وردت في الصف الرابع بنسبة 06.08% لجريدة الخبر، و05.10% لجريدة الشعب، وما يلاحظ أيضا لجوء جريدة

الخبر إلى مصادر أخرى (الصحف الأجنبية، شبكة الأنترنت...) في حصولها على بعض الصور دون جريدة الشعب؛ بحيث قدرت نسبة ذلك بـ 03.37% أي 05 صور فقط؛ ويعود السبب في اعتماد الصحيفتين بشكل كبير على مصوريها إلى تغطية الأحداث المحلية المختلفة باستمرار، في حين أن لجوءهما إلى الصور غير محددة المصدر سببه تغطيات إخبارية خارجية وهو الأمر الذي يؤثر سلبا على الصحيفتين، ويعود الاعتماد بشكل بارز على وكالة الأنباء الجزائرية باعتبارها المصدر الأكثر أهمية ومصداقية في تزويد الوسائل الإعلامية المختلفة بالأخبار، كما لجأت الصحيفتان إلى وكالات الأنباء العالمية في الحصول على الصور وهو أمر طبيعي لأن وكالات الأنباء العالمية هي المسيطر على تدفق المعلومات لوسائل الإعلام في أقطاب العالم خصوصا العالم الثالث لاسيما في ظل محدودية الدور الذي تقوم به وكالات الأنباء العربية.

جدول 03: جغرافية الصورة الصحفية

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
محلية	107	%72.30	95	%69.34
عالمية	29	%19.59	34	%24.82
عربية	12	%08.10	08	%05.83
المجموع	148	%100	137	%100

احتلت الصور الصحفية التي عالجت موضوعات محلية جزائرية صدارة الترتيب في الصحيفتين؛ بحيث بلغت 107 صورة في جريدة الخبر بما نسبته 72.30%، وبلغت 69.34% ما يعادل 95 صورة في جريدة الشعب، أما عن الصور التي تناولت موضوعات عالمية فقد أتت في المرتبة الثانية بنسبة 19.59% ما يقدر بـ 29 صورة صحفية في جريدة الخبر، وبنسبة قاربت 25% أي 34 صورة صحفية في جريدة الشعب، في حين أن الصور التي تطرقت لمواضيع عربية وردت متقاربة في الجريدتين إذ كانت نسبتها في جريدة الخبر 08.10% وفي جريدة الشعب 05.83%.

تبرز النتائج السالفة الذكر أن الشؤون الداخلية كانت أولى اهتمامات الصحافة الجزائرية وهذا جلي من خلال عدد الصفحات التي تخصصها كل من الصحيفتين للشؤون المحلية كونها تحوز أولوية عند القراء باعتبارها تعالج أمورهم وقضاياهم؛ كما أن الملاحظ كذلك هو أن الصور الصحفية التي تطرقت إلى الموضوعات الدولية تفوقت على تلك التي تناولت الموضوعات العربية وهذا يعود إلى الكم الهائل من القضايا الدولية التي فرضت ذاتها على الصحافة الجزائرية.

جدول 04: موقع الصورة الصحفية من الصفحة

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أعلى الصفحة	72	%48.64	56	%40.86
وسط الصفحة	32	%21.63	34	%24.82
أسفل الصفحة	44	%29.72	47	%34.31
المجموع	148	%100	137	%100

يتبين من الجدول أن الصحف الجزائرية تسعى إلى نشر الصور الصحفية في الجزء العلوي من الصفحة، فجريدة الخبر عرضت (72 صورة) أعلى بنسبة 48.64%، في حين نشرت جريدة الشعب (56 صورة) أعلى الصفحة بنسبة 41% تقريبا، وقدر عدد الصور التي عرضتها صحيفة الخبر وسط الصفحة بـ (32 صورة) بنسبة 21.63%؛ بينما وصل عددها في جريدة الشعب إلى (34 صورة) بنسبة 24.82%، وبلغ عدد الصور التي نشرتها صحيفة الخبر في الجزء السفلي من الصفحة (44 صورة) بنسبة 29.72% مقابل 47 صورة نشرتها الشعب في الجزء نفسه بما نسبته 34.31%.

يمكن أن يفسر لجوء الصحيفتين إلى عرض الصور الصحفية في النصف الأعلى من الصفحة إلى طبيعة الموضوعات الصحفية، فالموضوعات المهمة جدا هي التي تنشر في أعلى الصفحة مرفقة بالصور؛ والجزء العلوي من الصفحة هو الذي يستقطب انتباه القارئ لأن تركيز عين القارئ ينصب على ما ينشر في هذا الجزء من الصفحة.

جدول 05: جنس الصورة الصحفية

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكر	132	%89.18	124	%90.51
أنثى	16	%10.81	13	%09.48
المجموع	148	%100	137	%100

يبين الجدول أعلاه أن الصور ذات الطبيعة الذكورية حازت حصة الأسد مقارنة بالصور الأنثوية في الجريدتين؛ إذ قدرت نسبتها في جريدة الخبر بـ 89.18% أي: (132 صورة جنس ذكر)، مقابل 10.81% أي: (16 صورة جنس أنثى)، وبلغت الصور من جنس ذكر في جريدة الشعب 90.51% (124 صورة) في مقابل 09.48% (13 صورة) من جنس أنثى؛ ويعزى هذا الأمر إلى توجه الصحافة الجزائرية بشكل عام لتناول ومعالجة أخبار ونشاطات وأعمال الذكور وتسلط الضوء على مهامهم السياسية والاقتصادية وغيرها أكثر من العنصر النسوي.

جدول 06: أنواع الصورة الصحفية

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الصورة الخبرية	80	%54.06	78	%56.93
الصورة الشخصية	31	%20.95	27	%19.70
صورة التحقيق الصحفي	18	%12.16	20	%14.60
الصورة ذات الطابع الفني والجمالي.	07	%04.72	09	%06.57
صورة الإعلان	12	%08.10	03	%02.19
المجموع	148	%100	137	%100

تبرز البيانات المحصل عليها في الجدول (06) أن الصور الخبرية حازت اهتمام الجريدتين أكثر من الأنواع الأخرى؛ إذ وردت الصور الخبرية في جريدة الخبر بنسبة 54.06% (80 صورة)، وبنسبة 56.93% (78 صورة) في جريدة الشعب، تلتها الصور الشخصية بما يقارب 21% (31 صورة) في جريدة الخبر و19.70% (27 صورة) في جريدة الشعب، وحلت ثاثا صور التحقيق الصحفي بنسبة 12.16% (18 صورة) في جريدة الخبر، و14.60% (20 صورة) في جريدة الشعب، ونجد التباين في النوعين الأخيرين في الجريدتين؛ إذ احتلت صورة الإعلان المرتبة الرابعة في جريدة الخبر بنسبة 08.10% (12 صورة) وأتت خامسا في جريدة الشعب بنسبة 02.19% (03 صور فقط)، بينما الصور ذات الطابع الفني الجمالي وردت رابعا في جريدة الشعب بما نسبته 06.75% (09 صور)، واحتلت الصف الأخير في جريدة الخبر بنسبة 04.72% (07 صور فقط).

إن إعطاء الأولوية للصور الإخبارية جاء لكونها تعبر عن الأحداث الآنية والمستجدة في الساحة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية...، إضافة إلى توضيح أكثر للعنوان ضمن الصفحة الأولى وتضع القارئ مباشرة في قلب الحدث، تلتها الصور الشخصية من حيث اهتمامات الجريدتين نظرا لأن أغلب الشخصيات لها أوزانها في مجال اختصاصها وبالتالي بمجرد إدراج صورها يستميل القارئ لمعرفة الغرض من ذلك (كلمة في مؤتمر، مستجدات قطاع ما، نتائج رياضية، حياة شخصية...الخ)، وجاءت صور التحقيق الصحفي في ثالث الترتيب نظرا للأهمية التي تكتسيها ضمن الجريدتين وهذا بهدف وضع القارئ في صورة الأحداث المتعلقة بالتحقيقات الأمنية والتحريات المرتبطة بالموضوعات التي تشغل الرأي العام (جرائم، تهريب، هجرة غير شرعية،...الخ)، ولم ترد الصور ذات الطابع الفني والجمالي ضمن الصفحة الأولى للجريدتين إلا لتضفي صبغة فنية ومنظرا جماليا تسهم في جذب القارئ، وكان الاعتماد على الصورة الإعلانية في الجريدة الحكومية شبه معدوم لأن تمويلها حكومي؛ في حين اعتمدت الجريدة الخاصة على الصورة الإشهارية لأنها تمثل أحد مصادر التمويل لها.

جدول 07: شكل الصورة الصحفية

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مستطيل	94	%63.51	92	%67.15
مربع	48	%32.43	43	%31.39
دائري	06	%04.05	02	%01.45
المجموع	148	%100	137	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الصحيفتين أولتا اهتماما بالشكل الذي تعرض به الصورة على صفحاتها فمزجت بين (المستطيل والمربع الدائري)، واحتلت الصور ذات الشكل المستطيل الصف الأول في الجريدتين بحيث بلغت نسبتها في جريدة الخبر 63.15% بما يعادل 94 صورة ووصلت نسبتها في جريدة الشعب إلى 67.15% ما يعادل 92 صورة، ووردت في مركز الوصافة الصور المعروضة في قالب مربع بحيث قدرت نسبتها بـ 32.43% في جريدة الخبر (48 صورة) و 31.39% في جريدة الشعب (43 صورة)؛ وفي ذيل الترتيب وردت الصور المعروضة في شكل دائري بنسبة 04.05% في جريدة الخبر (06 صور)، ولم تتجاوز نسبتها الـ 02% في جريدة الشعب (صورتين فقط)؛ ويعود لجود الجريدتين إلى استخدام الشكلين المستطيل والمربع أكثر من الشكل الدائري إلى كونهما أكثر شيوعا ضمن الأشكال المتداولة للصور، بينما الشكل الدائري جاء توظيفه حسب طبيعة الموضوع المعالج.

جدول 08: حجم الصورة الصحفية

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صغير	37	%25	42	%30.65
متوسط	61	%41.21	46	%33.57
كبير	50	%33.78	49	%35.77
المجموع	148	%100	137	%100

يتبين من خلال الجدول أن الصور متوسطة الحجم احتلت المرتبة الأولى في جريدة الخبر بنسبة 41.21%، تلتها الصور كبيرة الحجم بنسبة 33.78% ثم الصور الصغيرة بنسبة 25%، في حين أن جريدة الشعب اختلفت فيها المراتب عن جريدة الخبر بحيث أتت الصورة كبيرة الحجم في المرتبة الأولى بنسبة 35.77%، جاءت بعدها الصور المتوسطة بنسبة 33.57% وفي المرتبة الأخيرة وردت الصور صغيرة الحجم بنسبة 30.65%؛ وتفسر هذه الأرقام بوجود توازن في أحجام الصور الصحفية التي تنشرها الصحف الجزائرية على اختلاف توجهاتها عمومية كانت أو خاصة.

جدول 09: العناصر المرافقة للصورة الصحفية

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
اللون	141	%95.27	134	%97.81
الشرح	93	%62.83	88	%64.23
لا شيء	03	%02.03	01	%0.73

يبرز الجدول رقم "09" أن جريدة الخبر عرضت 141 صورة ملونة بنسبة 95.27% و93 صورة يرافقها شرح بنسبة 62.83%، في حين أن الصور الجامدة (التي لا يرافقها لون ولا شرح) كانت 03 صور فقط بنسبة لم تتعد 02.03%، أما جريدة الشعب فقد نشرت 134 صورة ملونة بنسبة97.81% و88 صورة مشروحة بنسبة 64.23% ولم تنشر إلا صورة واحدة جامدة بنسبة لم تتجاوز01%.

إن النسبة المرتفعة للصور الملونة تدل على استجابة الصحيفتين للتطورات التكنولوجية الحاصلة في ميدان الطباعة، إضافة إلى تفضيل القراء للصور الملونة التي تعرض حقيقة الأحداث وتفاصيلها بشكل أحسن بكثير من تلك عديمة اللون، كما أنه ثمة نسبة معتبرة من الصور المنشورة على صفحات جريدتي الخبر والشعب لم يصاحبها شرح؛ وهو ما من شأنه أن يقلص من فهم القارئ لفحوى الصور ما يلزم الصحف الجزائرية نشر الصور وشرحها تسهيلا للقارىء فهمها واستيعابها، أما عن الصور التي وردت جامدة لا لون يرافقها ولا شرح فيرى الباحث أنها على الأرجح صور أرشيفية تعود إليها الصحف لعدم توفر الصور الآنية؛ لكن هذا الأمر – حسب الباحث - يحسب سلبا على الجريدة.

جدول 10: القيم المتضمنة في الصورة الصحفية

	الخبر		الشعب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التعاون	58	% 39.19	55	% 40.14
العمل	30	% 20.27	29	% 21.16
النجاح	26	% 17.57	26	% 18.98
العنف	20	% 13.51	17	% 12.40
التسول	14	% 09.45	10	% 07.30
المجموع	148	% 100	137	% 100

يتبين من خلال الجدول رقم " 10 " أن قيمة التعاون احتلت المرتبة الأولى في الجريدتين، إذ بلغت 39.19% في جريدة الخبر و40.14% في جريدة الشعب، تلتها قيمة العمل حيث قدرت نسبتها في جريدة الخبر 20.27% و21.16% في جريدة الشعب، ووردت قيمة النجاح في ثالث

التصنيف بما يقارب 19% في جريدة الشعب ووصلت إلى 17.57% في جريدة الخبر، جاءت بعدها العنف بنسبة 13.51% في جريدة الخبر و 12.40% في جريدة الشعب، وتذيل الترتيب التسول بنسبة 09.45% في الخبر و 07.30% في الشعب؛ ويفسر لجوء الجريدتين إلى توظيف الصور ذات القيم الإيجابية (التعاون، العمل، النجاح) على صفحتهما الأولى إلى طبيعة الموضوعات التي تنشرها الصحف الجزائرية خصوصا تلك التي تتناول الشأن المحلي والتي تبرز مستوى التقدم الذي وصل إليه المجتمع الجزائري في مختلف جوانب الحياة، وأتت الصور ذات القيم السلبية (العنف، التسول) بنسبة معتبرة في الجريدتين وركزت على صور الشغب، الحوادث، الجرائم، المشاكل الاجتماعية وغيرها.

نتائج الدراسة: أفرزت الدراسة عن جملة من النتائج نبرزها كالآتي:

1- كشفت الدراسة أن الصحافة الجزائرية تولي أهمية كبيرة للصور الصحفية؛ وهذا لكون أن جريدتي **الخبر والشعب** عرضتا ما مجموعه 285 صورة صحفية على صفحتيهما الأولى خلال فترة الدراسة بمعدل 07 صور على الصفحة الأولى يوميا.

2- وجود تباين طفيف في عدد الصور الصحفية المعروضة على الصفحة الأولى للجريدتين؛ إذ تفوقت الخبر على الشعب بـ 11 صورة فقط [148 صورة في **الخبر**] و [137 صورة في **الشعب**].

3- شملت الموضوعات التي عالجتها الصور الصحفية جميع المجالات، وتصدرتها الموضوعات السياسية والاقتصادية وهذا لكون هذان المجالان يستقطبان أكبر عدد من القراء.

4- الاعتماد الكبير للصحيفتين على مصوريها وبدرجة أقل على وكالة الأنباء الجزائرية، ولم تعتمدا على الوكالات الأجنبية إلا بنسبة ضئيلة [06.08% في **الخبر**] و [05.10% في **الشعب**].

5- عرضت الصحيفتين نسبة معتبرة من الصور غير معروفة المصدر [14.19 % في الخبر] و [17.52% في الشعب]، وهو ما من شأنه أن يشكل اعتداء عليها ويوحي بوجود خلل مهني لدى الصحيفتين.

6- انصب اهتمام الجريدتين على عرض الصور التي تعالج الشؤون المحلية في المقام الأول تلتها الشؤون العالمية ثم العربية.

7- الجزء الأعلى من الصفحة الأولى هو المفضل للجريدتين لعرض الصور الصحفية بنسبة متقاربة بين **صحيفة الخبر** [48.64 %] **وصحيفة الشعب** [40.86 %].

8- هناك توافق بين الصحيفتين في عرض الصور ذات الطبيعة الذكورية على حساب الصور ذات الطبيعة الأنثوية.

9- تميل الجريدتين إلى عرض الصور الخبرية أكثر ثم الصور الشخصية فصور

التحقيق الصحفي وبدرجة أقل الصور الإشهارية والصور الجمالية والفنية.

10- كان اهتمام الصحيفتين بالصور المقولبة في الشكل المستطيل والشكل المربع كبيرا، ولم تُعْطِ الصور ذات الشكل الدائري اهتماما واضحا.

11- ركزت **جريدة الخبر** على عرض الصور الصحفية ذات الحجم المتوسط؛ فيما توجهت **جريدة الشعب** إلى إيلاء أهمية للصور الصحفية ذات الحجم الكبير، وكانت الصور الصغيرة أكثر حضورا في **صحيفة الشعب.**

12- هناك شبه تطابق بين الصحيفتين في عرض الصور الصحفية التي يرافقها الشرح واللون؛ فبلغت نسبة الصور المشروحة في **الخبر** 62.83%، وفي **الشعب** 64.23%، وقدرت نسبة الصور الملونة في **الخبر** 95.27 % وفي **الشعب** 97.81%، في حين تلك التي وردت جامدة لم تشكل سوى نسبة ضئيلة جدا وصلت في **الخبر** 02.03% وفي **الشعب** 0.73%.

13- غالبية الصور الصحفية المنشورة على الصفحة الأولى لجريدتي **الخبر** و**الشعب** تضمنت قيما إيجابية؛ بلغت نسبتها مجتمعة في **الخبر** 77.03%، وفي **الشعب** 80.28%.

الإحالات والمراجع:

[1]- مصطفى ربحي عليان، محمد عثمان غنيم، **مناهج وأساليب البحث العلمي**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 43.

[2]- أحمد بن مرسي، **الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال**، ط1، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص96.

[3]- محمد طوالبية، **صورة الإسلام السياسي في الصحافة العربية في المهجر بعد أحداث سبتمبر 2001**، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004، ص20.

[4]- Mucchielli Roger, **L'analyse de contenu des documents et des communications**, application pratique, Paris, 1988, p17.

[5]- محمود أدهم، **مقدمة إلى الصحافة المصورة؛ الصورة الصحفية وسيلة اتصال**، مطابع الدار البيضاء، القاهرة، د س ن، ص77.

[6]- سعيد الغريب النجار، **التصوير الصحفي الفيلمي والرقمي**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص41.

[7]- إبراهيم محمد صافي، **فن التصوير الصحفي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص19.

[8]- سعيد الغريب النجار؛ المرجع نفسه، ص42.

[9]- عمار بوحوش، **الصورة والرأي العام: السلطة الخامسة؛ دراسة سيميولوجية**، دار بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص33.

[10]- خليل محمد راتب، **التصوير الصحفي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص83.

[11]- سعيد الغريب النجار، المرجع نفسه، ص44.

[12]- عبد الجبار محمود علي، **التصوير الصحفي**، ط1، مؤسسة دار المعرفة، مصر، 1980، ص20.

[13]- شوقي العيسى، **التصوير الصحفي؛ الكيفية والمفهوم**، مركز الرافدين للدراسات والبحوث الاستراتيجية على الرابط: **www.alrafedein.com**

[14]- خليل محمد الراتب، المرجع نفسه، ص85.

[15]- أحمد الصاوي، **طباعة الصحف وإخراجها**، الدار القومية للطباعة للنشر، القاهرة، 1965، ص176.

[16]- خليل صابات، **الإعلان؛ تاريخه، أسسه وقواعده، فنونه وأخلاقياته**، مكتبة الأنجلو مصرية، 1969، ص231.

[17]- أحمد بن الحميدي الدهلاوي، **الصورة الصحفية في الصحافة الخليجية**، المجلة العربية للإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، ص230.

[18]- حاتم علاونة، **الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية**، مجلة دراسات للعلوم الانسانية والاجتماعية، ، المجلد 38، العدد1، جامعة اليرموك، الأردن، 2011، ص2.

[19]- ليلى عبد الحميد ومحمود علم الدين، **فن التحرير للجرائد والمجلات**، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ص156.

[20]- خليل محمد الراتب، المرجع نفسه، ص74.

[21]- نصر الدين سليمان علي فضل الله، **دور الصورة في الصحافة السودانية (1905-2005)؛ قسم التصوير الفوتوغرافي نموذج**، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة السودان، 2008، ص 58.

[22]- إبراهيم محمد صافي، المرجع نفسه، ص 232.

[23]- أحمد حسين الصاوي، المرجع نفسه، ص 171.

[24]- سعيد الغريب النجار، المرجع نفسه، ص 34.

[25]- المرجع نفسه، ص 35.

[26]- إبراهيم محمد صافي، المرجع نفسه، ص 234.

[27]- سعد سلمان عبد الله، **تطور الصورة الصحفية في الصحافة العراقية**، مجلة الباحث الإعلامي، العدد21، جامعة بغداد، العراق، 2013، ص67.

[28]- أحمد خليل حامد، **الصورة الصحفية؛ منظور مهني**، المجلس القومي للصحافة والمطبوعات الصحفية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2012، ص8.

[29]- فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، **الإخراج الصحفي؛ أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة**، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998، ص46 - 48 .

[30]- سعد سلمان عبد الله، المرجع نفسه، ص69.

[31]- الصفحة نفسها.