

التحليل السيميائي للصورة الفوتوغرافية المستخدمة في الدعاية السياسية خلال الحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢

د. ميادة محمد عرفة سيد أحمد*

ملخص الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الأساليب والاستراتيجيات الدعائية السياسية التي تضمنتها الصور الفوتوغرافية المنشورة عبر موقع روسيا اليوم والخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢ من خلال التحليل السيميائي لتلك الصور للكشف عن بنية اللغة البصرية الموجودة بها، والوقوف على دلالات الأشياء والألوان، والرموز، ولغة الجسد، وحجم الصور، وزوايا التصوير، ونوع اللقطات، وتحليل المعاني الضمنية، والإيحاءات الكامنة من وراء توظيفها دعائياً، واعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي، وأجريت باستخدام أداة التحليلي السيميولوجي وفقاً لمقاربة رولان بارث، وتوصلت إلى عدة نتائج منها: ظهر التنوع في الأساليب الدعائية الروسية التي تضمنتها الصور عينة الدراسة حيث شملت مجموعة من الأساليب منها: أسلوب التهديد والتخويف والتوعيد بالانتقام، وأسلوب الحرب النفسية وترويع الجيش الأوكراني، وأسلوب دعم الجيش الروسي ورفع الروح المعنوية للجنود، وأسلوب الافتخار بالقوة العسكرية والتلويح بالردع النووي، وأسلوب التبرير وإلقاء المسؤولية على العدو، بالإضافة إلى أسلوب حشد التعاطف والتضامن الشعبي. - تبين استخدام الألوان في الصور عينة الدراسة وتوظيفها بشكل مخطط بما يخدم الأهداف الدعائية ويجعلها مضمونة التأثير من خلال ما تحمله من معاني ودلالات نفسية تجعل المتلقي على استعداد لتقبل هذه الرسائل، كما ساعد تنوع زوايا التصوير على تكوين سيميائية دلالية واضحة لهذه الصور من خلال إبراز ما تضمنته من أساليب دعائية خفية.

الكلمات المفتاحية: التحليل السيميائي، الصورة الفوتوغرافية، الدعاية السياسية، الحرب الروسية الأوكرانية.

* مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بالقاهرة- جامعة الأزهر

Semiotic analysis of the photography used in political propaganda during the Russian-Ukrainian war 2022

Abstract

This study aimed to identify the political propaganda methods and strategies included in the images published on the Russia Today website related to the Russian-Ukrainian war 2022 through the semiotic analysis of those images to reveal the structure of the visual language present in them, and to identify the meanings of things, colors, symbols, body language, and the size of the images. The angles of photography, the type of shots, the analysis of the implicit meanings, and the underlying implications behind their employment in propaganda. The study relied on the qualitative approach, and was conducted using the semiological analytical tool according to the Roland approach. The study reached several results, the most important of which are:

The diversity appeared in the Russian propaganda methods included in the study sample pictures, as it included a group of influential methods including: the method of threat and intimidation and the threat of revenge, the method of psychological warfare and intimidation of the Ukrainian army, the method of supporting the Russian army and raising the morale of the soldiers. The use of colors in the images and their employment in a planned manner to serve the propaganda goals and make them guaranteed to have an impact. The diversity of photography angles helped to form a clear semantic semiotics for these images by highlighting the hidden propaganda methods they contained.

Keywords: Semiotic analysis, photo, Political propaganda, The Russian-Ukrainian war.

المقدمة:

أسهمت سيميائية الصورة إلى حدٍ كبير في تغيير أنساق الدعاية السياسية بشكلها القديم، والخروج بها إلى الفضاء العالمي؛ لتحقيق أهداف الدول الساعية وراء هذه الدعاية، وذلك من خلال توظيف العناصر الخاصة بالتكوين الفني للصورة مع استثمار التقنيات التكنولوجية الحديثة، ودمج المؤثرات البصرية في مجال التصوير؛ لخلق دلالاتٍ تستهدف التأثير على الوعي الإنساني، مما جعل من الصورة أداة اتصالية فاعلة لها تأثيرها في تحقيق أهداف مستخدميها.

ومن جهة أخرى أصبحت المواقع والصفحات الإلكترونية من أهم الأدوات الموظفة في تطوير العملية الدعائية، حيث استطاعت الدعاية من خلالها أن تتخطى الحدود والحوجز الجغرافية، كما استطاعت جمع الأساليب الدعائية التقليدية السابقة وصهرها في بوتقة واحدة لتصبح مقروءة ومسموعة ومرئية في آن واحد، وأصبح المستخدم لهذه الوسائل أكثر عرضة للرسائل الدعائية بشكل مباشر مما زاد من تأثيرها عليه وسرعة انتشارها ونجاحها.

ومع انتشار المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي تزايد إدراك الحكومات لأهمية توظيف هذه الوسائل في الحياة السياسية وتعبئة الرأي العام، خاصة مع تعاضد الإمكانيات التي يمكن استخدامها لتحقيق الأهداف الدعائية التي تسعى إليها الحكومات، وقدرة هذه الشبكات على الوصول إلى جمهور شديد التخصص ومحاولة التأثير فيه بمضامين معينة موجهة له في شكل استراتيجيات اتصالية ودعائية تقوم بنقل وجهات نظر الحكومات وأهدافها، ومحاولة كسب تأييد قطاعات كبيرة من الجمهور لصالحها.

وقد اعتمدت روسيا خلال حربها على أوكرانيا على الصور المنشورة عبر مواقعها الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي كأحد أهم أدوات السياسة الخارجية التي تستخدمها للدعاية لنفسها، وإبرازها كقوة عظمى، ومحاولة التأثير على جمهورها المحلي وإقناعهم بسياساتها، والتأكيد على أنها دولة غير معتدية، وإنما تسعى فقط للحفاظ على أمنها واستقرارها ضد المتآمريين عليها خاصة الدول الغربية التي تسعى لزعزعة استقرارها ومعاداتها.

الدراسات السابقة:

حرصت الباحثة على الاقتصار على الدراسات السابقة ذات الصلة الوثيقة بموضوع الدراسة، ولذا قسمت هذه الدراسات إلى محورين على النحو التالي:

- الدراسات التي تناولت الدعاية السياسية عبر وسائل الإعلام الرقمية.
- الدراسات التي تناولت التحليل السيميائي للصورة.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الدعاية السياسية عبر وسائل الإعلام الرقمية:

ركزت الدراسات السابقة الخاصة بهذا المحور على استكشاف التحولات الجديدة في آليات الدعاية والاتصال السياسي في البيئة الرقمية من خلال رصد الاستراتيجيات والأساليب المستحدثة في مجال تحليل البيانات والاستهداف السياسي الدقيق للجمهور، حيث سعت دراسة (هبة الله نصر ٢٠٢٣) ^١ إلى الكشف عن كيفية توظيف سرديات الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الإخبارية الروسية خلال الحرب على أوكرانيا، واعتمدت هذه الدراسة على التحليل الكيفي لمضمون الخطاب الدعائي الروسي؛ للكشف عن أبعاد ودلالات الحرب

المعلوماتية ودوافعها في سرديات هذا الخطاب، وسمات وملامح الخطاب الدعائي الأوكراني من وجهة النظر الروسية، وتوصلت الدراسة إلى أن الدعاية الروسية أجادت في توظيف نظرية السرد وفقا لمعطياتها لخدمة الخطاب الدعائي، حيث اعتمدت على أساليب عقلانية وعاطفية، كما استخدمت اللغة والصور لتوصيل المعنى للمتلقي، بالإضافة إلى توظيف وتيرة السرد من خلال سرعة تزويد القارئ بالمعلومات مع سرعة تحريك الأحداث؛ لإحداث تشويق من خلال الوصف في شكل فقرات متكررة، وأحداث متسارعة بما يتوافق مع وتيرة الحرب، واستهدفت دراسة (Chernobrov & Briant 2022)^٢ المقارنة بين استخدام كل من الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا لأنشطتهما الدعائية السياسية عبر الإنترنت، وذلك خلال فترة التوترات السياسية المتزايدة بين الدولتين خلال الأعوام من (٢٠١٣ - ٢٠١٩) وتوصلت الدراسة إلى أنه بالرغم من أن كلتا الدولتين لهما أنظمة إعلامية وسياسية مختلفة إلا أن خطابيهما حول الدعاية السياسية يتشابه إلى حد كبير في إعطاء الأولوية للتهديدات والاستجابات التي تركز على الدولة، كما تستخدم كل منهما أنشطة الدعاية والمعلومات المضلة كأداة للسياسة الخارجية، ويتم تصوير الدعاية الأجنبية في كل منهما على أنها تهديد للدولة، وتعرض الأمن القومي للخطر، وتهديد التحالفات الخارجية، وزعزعة استقرار الحكومة، كما سعت دراسة (يسرا عبد الخالق ٢٠٢١)^٣ إلى رصد الممارسات الجديدة في مجال الدعاية للحملات السياسية في التجربة الأمريكية والأوروبية، واستشراف آفاق ممارستها في التجربة المصرية، وتوصلت إلى أن السياسات والاستراتيجيات الاتصالية في المجال السياسي طورت كثيرا من الأدوات والمناهج باستحداثها استراتيجيات الاستهداف والتعظيم الدقيق للجمهور، كما أثبتت أن الاهتمام العالمي بدأ يتزايد بتطوير البرامج والتطبيقات الإلكترونية التي لها القدرة على تحليل البيانات السياسية في كلا الاتجاهين، الأول: بيانات قواعد معلومات الناخبين، والثاني: البيانات المتحصل عليها من خلال الأجهزة الذكية، وتناولت دراسة (هبة شفيق ٢٠٢١)^٤ تحديد بنية خطاب الدبلوماسية الشعبية الرقمية الفلسطينية ومرتكزاته، ومعرفة طبيعة الرموز ودلالاتها المختلفة، والآليات الخطابية المستخدمة في النقاشات التي تدور عبر تويتر حول الاعتداءات الإسرائيلية على مدينة القدس وقطاع غزة عقب أزمة الشيخ جراح ٢٠٢١، وذلك بتحليل التعريجات الصادرة عن عينة من الحسابات الرسمية لناشطين فلسطينيين، كما حلت التلاعب السياسي للجانب الإسرائيلي ممثلا في الحساب الرسمي للمتحدث باسم الجيش الإسرائيلي، حيث وظفت التأثيرات الدلالية واللغوية والتعبيرية بالخطاب، وأوضحت نتائج الدراسة اعتماد كل من خطاب الدبلوماسية الشعبية الرقمية الفلسطينية، وخطاب التلاعب السياسي الإسرائيلي بدرجة كبيرة على الأدلة والشواهد بجانب الأساليب اللغوية والتاريخية، وفي سياق متصل سعت دراسة (محسن الكنائي وآخرون ٢٠٢١)^٥ إلى كشف الأبعاد الدعائية للجوانب الفنية التي تضمنها التقطيع التقني للتقارير الإخبارية التي تبثها قناة مكان الإسرائيلية، وتوصلت إلى أن التقارير عينة الدراسة ركزت بشكل أساسي على الشخصية دون إظهار كلماتها أو آرائها، وإنما اعتمدت فقط على ما يقوله التقرير أو آراء أشخاص آخرون في الشخصية، بالإضافة إلى أن الخطاب الدعائي للتقرير يبرز الاعتماد على لقطات جرافيك أو مقاطع ساخرة مقتطفة من مسرحية للسخرية من ادعاءات الشخصية موضوع التقرير، ويحاول التقرير في بعده الدعائي نفي تهمة وقوف الحكومة الإسرائيلية خلف

الشخصية، ومن ثم إثبات أن اليهود لا علاقة لهم بها رغم كل المؤشرات التي تدل على تأييدها لدولة إسرائيل، واستهدفت دراسة (Sumonu Mongrine 2019)^٦ معرفة أساليب الدعاية السياسية لوسائل التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات العامة في نيجيريا ٢٠١٩، وذلك من خلال الاعتماد على الأخبار الكاذبة كأداة للدعاية السياسية أثناء الانتخابات، واستخدم الباحث أسلوب التحليل النوعي للبيانات، وخلصت الدراسة إلى أن السياسيين استخدموا بالفعل الأخبار الكاذبة، والمعلومات المضللة، والشائعات كأداة للدعاية في الانتخابات، وأن هذه الأساليب شوهدت العملية الانتخابية وأثرت على آراء الناخبين، وأوصت الدراسة بضرورة وجود رقابة صارمة على وسائل التواصل الاجتماعي لضمان عدم إساءة استخدام السياسيين لها، واهتمت دراسة (Trajkova & Neshkovska) 2018^٧ بتقديم تحليل نقدي لمجموعة من المنشورات والتغريدات السيئة للنشطاء السياسيين والناخبين في فترة ما قبل الانتخابات في مقدونيا عام ٢٠١٦ بهدف تحديد كيفية ممارسة السلطة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تحديد الموقف الذي يتخذه المستخدمون عند نشر الرسائل ذات المحتوى السياسي السلبي تجاه المرشحين والسياسيين، والمسئول عن الدعاية السلبية السيئة لهؤلاء المرشحين، والمعاني الضمنية والدلالات الكامنة وراء تلك الدعايا، وتوصلت الدراسة إلى أنه عند نشر إحدى الدعايا السلبية تجاه أحد المرشحين فإن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بأدوار المحللين والقضاة ويبدأون في مخاطبة السياسيين بشكل مباشر وانتقادهم باستخدام عبارات وألفاظ سيئة، بالإضافة إلى الاعتماد على الشخصيات البلاغية والخطابية بهدف ممارسة القوة والسيطرة عليهم، وفي نفس السياق سعت دراسة (Dan Arnaudo 2017)^٨ إلى معرفة دور الدعاية عبر الإنترنت في نشر المعلومات المزيفة، وانتشار الأخبار الكاذبة، وتشكيل الرأي العام من خلال عرض كم هائل من البيانات والمعلومات على الجماهير، وذلك بالتطبيق على استخدام الدعاية الالكترونية في البرازيل، وتحليل البيانات المنشورة التي تتعلق بالانتخابات الرئاسية ٢٠١٤، ومحاكمة الرئيسة السابقة ديلما روسيف، وانتخابات البلدية في ريو دي جانيرو عام ٢٠١٦، حيث قامت الدراسة بجمع وتحليل الموضوعات المنشورة على الإنترنت فيما يخص قضايا الفساد السياسي، وأنظمة الدعم الاجتماعي، والاحتجاجات الشعبية، وكيفية الاستجابة لهذا النوع من الدعايا من الناحية القانونية والفنية والتنظيمية، وتناولت دراسة (Abu Mualla 2017)^٩ التعرف على الأساليب الدعائية للحرب السيبرانية الإسرائيلية من خلال تحليل مضمون صفحة المتحدث الرسمي الإسرائيلي (أفيخاي أدري) على الفيس بوك بهدف معرفة طبيعة الموضوعات والقضايا التي تناولتها الصفحة، ودورها في هذا الصراع السياسي والعسكري، وتمثلت عينة الدراسة في ٢٠ منشوراً للصفحة خلال أربعة أشهر، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الصفحة اهتمت ببحث الأخبار والمعلومات بنسبة ٤٤%، يليها التعبئة بنسبة ٣٢%، أما عن كيفية تقديم قضايا الصراع فجاء أسلوب "استعراض القوة" في المرتبة الأولى بنسبة ٥٠%، يليه أسلوب "التقارب وإقامة العلاقات الودية" بنسبة ٤٠%، وفي المرتبة الأخيرة جاء أسلوب "التبرير"، "إظهار معاناة أطراف الصراع"، واستهدفت دراسة (Robert Faris & Others 2017)^{١٠} تحليل التغطية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠١٦، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن غالبية التغطية كانت سلبية وذات طابع دعائي سيء لكلا المرشحين لأنها ركزت في المقام الأول على

الفضائح المختلفة المتعلقة بهم، حيث ركزت على مؤسسة كلينتون، ورسائل البريد الإلكتروني الخاصة بها، بالإضافة إلى قضية الهجرة ورأي ترامب بها، وكانت تلك القضية بمثابة قضية حاسمة لحملة ترامب، كما سعت دراسة (Matt Evans 2016) ^{١١} إلى التعرف على أهم الأساليب الدعائية المتعلقة بالصراع العربي الإسرائيلي من خلال تحليل مقاطع الفيديو المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، للكشف عن كيفية نقل المعلومات والقضايا الدولية للجمهور، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك أساليب دعائية ضمنية وغير ضمنية في تأطير المعلومات المستخدمة في مقاطع الفيديو المنشورة لتتوافق مع الروايات التي يدعمها القائمون بتحميل الفيديوهات وصياغتها، حيث تستخدم مقاطع الفيديو المؤيدة للفلسطينيين أطر الضحية، بينما تستخدم مقاطع الفيديو المؤيدة لإسرائيل إطار الصراع، بالإضافة إلى أن كلا الجانبين يستخدمان مقاطع الفيديو التي تصور الآخر بالعنف، ويستخدمان الأدلة التاريخية لدعم السرد، وفي سياق متصل تناولت دراسة (Baher Satar 2016) ^{١٢} أهم الأساليب الدعائية التي تستخدمها داعش عبر مجلتها الإلكترونية دابق، وأجريت الدراسة على ١٥ عدداً من إصدارات المجلة بهدف رصد وتحليل الرسائل التي يريد التنظيم نشرها من خلال مجلته الرسمية، وركز الباحث على مفاهيم ثلاثة هي (العدو، والجهاد، والهجرة) وأظهرت النتائج أن الغاية المستهدفة من وراء تأطير هذه المفاهيم الثلاثة هو جذب المزيد من الأتباع للانضمام لصفوفهم وتأييدهم، كما أظهرت النتائج اعتماد خطاب المجلة على الاقتباس من القرآن والسنة والأحداث التاريخية وتفسيرها بطريقة تدعم وجهة نظرهم، وتضفي شرعية على ما يقدمونه من أعمال إجرامية، واستهدفت دراسة (سلوى سليمان وإيناس عبد الحميد ٢٠١٥) ^{١٣} التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالدعاية الانتخابية لمرشحي الرئاسة المصرية عام ٢٠١٤ والكشف عن تأثير تعرض الشباب المصري للدعاية الانتخابية عبر هذه المواقع فيما يخص اتخاذ القرار الانتخابي، بالإضافة إلى رصد الاستراتيجيات الدعائية المستخدمة على الصفحتين الرسميتين للمرشحين الرئاسيين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى استخدام القائمين بالاتصال والمسؤولين عن هاتين الحملتين للعديد من الاستراتيجيات الاتصالية والدعائية للتأثير على الناخبين والتي تمثلت في: (استراتيجية الحشد)، (استراتيجية استخدام مرتكزات البرنامج الانتخابي)، (الاستراتيجية الإعلامية)، (استراتيجية الترويج للأنشطة الدعائية الأخرى)، بالإضافة إلى استخدام (استراتيجية استخدام المشاهير من الفنانين).

المحور الثاني: الدراسات السابقة التي تناولت التحليل السيميائي للصورة:

اهتمت الدراسات الخاصة بهذا المحور بالتحليل السيميولوجي للصورة من خلال الوقوف على دلالات الرموز والألوان التي تتضمنها، وتحليل المعاني والإيحاءات الكامنة من وراء توظيفها، والكشف عن الدلالات المختلفة لها عن طريق تحليل الدوال الأيقونية المتمثلة في الأدوات والأشخاص والأشياء والألوان، حيث استهدفت دراسة (Bimbisar Irom & others 2023) ^{١٤} التحليل السيميائي للصور المعروضة في صحيفتي نيويورك تايمز وواشنطن بوست الأمريكيتين والخاصة بأزمة لاجئي الروهينجا، من خلال التعرف على الدلالات والرموز التي تتضمنها تلك الصور، وكانت أهم الدلالات السيميائية التي تضمنتها الحرس على توضيح ملامح الضعف والانكسار على وجوه هؤلاء اللاجئين، بالإضافة إلى التأكيد على إبراز المعاناة الشديدة التي يعيشون فيها، وأكدت الدراسة على الحاجة الملحة

للربط بين العمل الإعلامي الأكاديمي النقدي، والممارسة العملية الصحفية الأخلاقية في مجال التحليل السيميائي لصور اللاجئين، وضرورة أن يتخذ الممارسون الإعلاميون خطوات جادة لفصل اللاجئين عن الدلالات السلبية التي من الممكن أن تتضمنها الصور الصحفية التي ينشرونها، وسعت دراسة (إسراء صابر ٢٠٢٢)^{١٥} إلى التعرف على دلالات التغطية الصحفية المصورة لأزمة سد النهضة الأثيوبي، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية من المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية متمثلة في صحف (الأهرام المصرية، والرأي الأردنية، ونيويورك تايمز الأمريكية، والجارديان البريطانية) وذلك من خلال التحليل السيميولوجي لهذه الصور وفقا لمقاربة رولان بارث، ومعرفة مدى التباين والتوافق بين هذه المواقع في اختيار الصور التي تقدمها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، والأسلوب الكيفي، وتمثلت أهم النتائج التي توصلت إليها في أهمية استخدام مواقع الصحف عينة الدراسة للصور الإخبارية، ومدى قدرتها على توصيل عدد كبير من العلامات والرموز والدلالات الضمنية والتي مثلت علامة مميزة لجميع الصور التي تم تحليلها، وتناولت دراسة (Anggraeni, Y ٢٠٢١)^{١٦} تحليل الصور الصحفية التي اعتمدت عليها مجلة Tempo الأندونيسية في معالجة أزمة كورونا، وتوصلت إلى أن الصور التي تم نشرها ركزت بشكل كبير على إظهار عجز السلطات المختصة عن التعامل مع الأزمة أو إيجاد حلول صحية مناسبة، من خلال نشر الصور الخاصة بنقص الكمادات، وعدم قدرة الحكومة على توفير عدد أكبر منها لسد العجز في المستشفيات، كما اهتمت بإظهار حجم المشكلة من خلال نشر العديد من الصور التي تجمع بين صورة الفيروس بحجم ضخم وبجواره الرئيس الأندونيسي بحجم أصغر في إشارة إلى مدى صعوبة المشكلة وعجز الحكومة عن حلها، وسعت دراسة (نشوى اللواتي ٢٠٢١)^{١٧} إلى تحليل الصور المتعلقة بجائحة كورونا في المواقع الإخبارية، وذلك بالتطبيق على موقعي DW الألماني و France ٢٤ الفرنسي في نسختها الناطقة بالعربية، بهدف الكشف عن الدلالات المختلفة للصور المنشورة، وكيفية توظيفها في التغطية المصورة لأزمة فيروس كورونا بالمواقع محل الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أهمية استخدام نماذج التحليل السيميائي في الكشف عن الدوال الأيقونية للصورة، ودورها في تفسير العلاقة بين جوانب التغطية على المستوى التعييني والتضميني حيث كانت الغلبة في الأدوات للكمامة بالنسبة لدوال الأدوات، بينما كانت الغلبة (للشخصيات القيادية) فيما يتعلق بدوال الأشخاص؛ وذلك للتركيز على دور الدولة في معالجة الأزمة من خلال تصريحات الرؤساء، وهدفت دراسة (سارة عبد الفتاح ٢٠٢١)^{١٨} إلى التعرف على الدلالات المتضمنة في الصور الإعلانية السياحية في الصحف الإلكترونية المصرية بالتطبيق على عينة من صور الإعلانات المنشورة على موقعي أخبار اليوم واليوم السابع، وتوصلت النتائج إلى حرص مواقع الدراسة على التنوع في الصور الإعلانية المستخدمة من حيث نوع اللقطة حيث استخدمت اللقطة متوسطة القرب والطويلة بما يخدم أهداف الإعلان، كما استخدمت الخلفيات والألوان باختلاف أنواعها ودلالاتها، ووظفت الوضعيات والحركات والإيماءات بشكل كبير لإثارة اهتمام المتلقي وإقناعه، واستعانت معظم الإعلانات بالشخصيات البارزة كاستراتيجية استدلالية ونوع من الدلالات الإقناعية؛ لحث المتلقي على اتباع شخصيته المفضلة في زيارة الأماكن السياحية المصرية، كما تناولت دراسة (منى عبد الجليل ٢٠٢٠)^{١٩} التعرف على صورة المرأة في

الإعلانات المنشورة عبر المواقع الإلكترونية، والمقارنة بينها وبين واقع المرأة في المجتمع، وذلك بالتطبيق على موقعي الأهرام واليوم السابع من خلال التحليل السيميولوجي لصورة المرأة المنشورة خلالهما، وتوصلت الدراسة إلى استخدام اللغة العامية في الإعلانات محل الدراسة، وجاءت أغلب الصور الإعلانية على شكل مربع، وتميزت الصور بالتنوع في زاوية التقاطها والألوان المستخدمة بها، وجاءت حركة الكاميرا ثابتة في جميع الصور، ووظفت الحركات والإيماءات بشكل كبير في سبيل إثارة المستهلك وإقناعه بالسلعة، وتناولت دراسة (سحر الخولي ٢٠١٩) الكشف عن اللغة البصرية الفوتوغرافية المنشورة في الصحف المصرية الورقية اليومية اعتماداً على التحليل السيميولوجي بمستوييه (التعيني والتضميني) وفقاً لمقاربة "رولان بارث"، وتم اختيار عينة الصحف الممثلة في جريدة الأهرام، والوفد، والمصري اليوم، وتوصلت النتائج إلى أن الصورة الرقمية المركبة في الصحف فاقدة للمصداقية، وجاءت الصورة الخيرية تعبر عن نجاحها في أداء الرسالة الإعلامية، بينما جاءت صورة التحقيق الصحفي في جريدة الأهرام بالألوان الطبيعية مما أضفى عليها الواقعية، وجاءت الصورة الشخصية في الصحف الثلاث تمثل محور الموضوعات، وتعكس تفاصيل ملامح الشخصية المستهدفة، وجاءت صورة الافتتاحية كمنبه قوي وجاذب للعين، وجاءت الصورة الجمالية بنسبة قليلة جداً، كما سعت دراسة (محمد عيسى ٢٠١٨) إلى الاستفادة من المفاهيم السيميائية في الصورة الفوتوغرافية بالملصق السينمائي، وتأثيرها على عملية الاتصال بين المصور والجمهور، وتوصلت الدراسة إلى أن المصور يستخدم العديد من الدلالات لتمثيل المعنى في الصورة الفوتوغرافية المستخدمة في الملصق السينمائي من خلال تحديد حجم اللقطة، وزاويتها، ومدلولها، وعناصر تكوين الصورة، وتأثير الألوان في سيميائيتها مع مراعاة التفاعلية بين هذه العناصر المؤثرة في مدلول الصورة لإيجاد الوحدة البنائية، وتوصيل المعنى والتأثير الدرامي لها؛ لأن ذلك يثري الصورة ويجعلها مؤثرة في توصيل المضمون المراد نقله للمتلقي، واستهدفت دراسة (حسين ربيع ٢٠١٧) رصد وتحليل دلالات الصور الفوتوغرافية المنشورة في مجلة دابق والتي يوظفها تنظيم داعش وذلك خلال الفترة من ٢٠١٤-٢٠١٦، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الألوان في الصور الصحفية يحقق العديد من التأثيرات السلوكية التي ينتج عنها مجموعة من الأحاسيس في نفس القارئ، بالإضافة إلى أن سيميائية الصور المنشورة في الصحيفة تكشف عن رغبة التنظيم في تحسين صورته والإيحاء بأن دولة الخلافة هي دولة مستقرة وأمنة، وفي نفس السياق استهدفت دراسة (علاء الدين عباس ٢٠١٧) التعرف على المعاني المباشرة والدلالات الضمنية الخفية من وراء الصور التي نشرها تنظيم داعش الإرهابي خلال عامي ٢٠١٤، ٢٠١٥، وتوصلت نتائج الدراسة إلى قدرة داعش على توظيف الصورة بشكل فعال في صناعة الخوف من خلال إبراز التوحش واستخدام كافة أساليب العنف الممكنة سواء المباشر أو اللفظي أو الرمزي، كما اهتمت دراسة (وفاء ثروت ٢٠١٧) برصد وتحليل دلالة الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية في مصر في المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية المصرية، والعربية، والأجنبية الموجهة باللغة العربية، وتفسير العلامات والدلالات التي تحتويها الصورة، وتمثلت عينة الدراسة في: موقع قناة النيل للأخبار، موقع قناة CBC extra، وموقع قناة BBC عربي، وموقع قناة الجزيرة، وتوصلت النتائج إلى أن الصور الإيحائية كانت الأكثر استخداماً، فجاءت الصور إما لتوحي

بقوة وسيطرة الدول المهيمنة اقتصادياً وتأثيرها على المصريين البسطاء، أو بحال الفقر الشديد الذي يتغلغل في أوساط المصريين، أو لتوحى بنجاح قرارات اقتصادية وانعكاسها إيجابياً على المواطن المصري، ولم توظف الألوان كما ينبغي في الصور وفق دلالاتها، أما الصور فتم توظيفها لإبراز الفوارق في القوة والتأثير بين الدول المهيمنة اقتصادياً، والتي تعاني من أوضاع اقتصادية قاسية.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- ١- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في توسيع القاعدة المعرفية الخاصة بالمشكلة البحثية مما ساعد الباحثة على صياغتها وتحديدها بدقة، بالإضافة إلى معرفة البناء النظري المناسب لموضوع الدراسة.
- ٢- استطاعت الباحثة من خلال الدراسات السابقة التعرف على المناهج العلمية والأدوات التحليلية الأكثر استخداماً في الدراسات قريبة الصلة من هذه الدراسة، وبناء عليه تمكنت من تحديد الأداة والمنهج العلمي المناسب لها، وبلورة التساؤلات والأهداف الخاصة بها.
- ٣- ساعد الاطلاع على الدراسات السابقة في إلمام الباحثة بالخطوات المنهجية والإجرائية المرتبطة بالتحليل السيميولوجي للصورة.
- ٤- لاحظت الباحثة التطور السريع فيما يتعلق باستخدام المنهج السيميائي في مجال الدراسات الإعلامية، خاصة وأنها استمرت لسنوات طويلة تعتمد على المنهج الكمي في التحليل.
- ٥- يتبين من خلال الدراسات العربية السابقة تزايد اهتمامها بالتحليل السيميائي للصورة، ورصد الأبعاد والدلالات الضمنية لها، بعدما كان هذا المجال هو بؤرة اهتمام الدراسات الأجنبية فقط.
- ٦- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في الربط بين التحليل السيميولوجي للصورة والدعاية السياسية، حيث ركزت غالبية الدراسات السابقة التي تناولت الدعاية السياسية على تحليل الخطاب وليس الصورة مثل دراسة كل من: (هبة الله نصر ٢٠٢٣)، (محسن الكفاني وآخرون ٢٠٢١)، (هبة شفيق ٢٠٢١)، (Trajkova & Neshkovska 2018)، (Baher Satar 2016)، (سلوى سليمان وإيناس عبد الحميد ٢٠١٥)، كما اعتمدت الدراسة الحالية على التحليل السيميولوجي للصورة، وهو ما يختلف عن دراسة كل من (Sumonu Mongrine 2019)، (Dan Arnaudo 2017) التي اعتمدت على التحليل النوعي للبيانات، وكذا دراسة كل من (Abu Mualla 2017)، (Dan Arnaudo 2017) التي استخدمت أداة تحليل المضمون وليس التحليل السيميولوجي للصورة.
- ٧- تتفق الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في النماذج النظرية المستخدمة حيث اعتمدت الباحثة على مقارنة رولان بارث كأحد أهم النماذج المستخدمة في التحليل السيميولوجي، وهو ما يتفق مع دراسة كل من (إسراء صابر ٢٠٢٢)، (٢٠٢١) (Anggraeni, Y)، (نشوى اللواتي ٢٠٢١)، (سارة عبد الفتاح ٢٠٢١)، (منى عبد الجليل ٢٠٢٠)، (علاء الدين عباس ٢٠١٧)، (وفاء ثروت ٢٠١٧)، (حسين ربيع ٢٠١٧).

٨- أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى أن هناك مستويين لقراءة الصورة سيميولوجيا، مستوى تعييني، ومستوى تضميني، فالمستوى التعييني يظهر أنه بسيط، فهو يمثل ما تعرضه الصورة في إطارها العام، بينما المستوى التضميني فهو الأكثر غموضاً، ويشير إلى ما يراد قوله في الصورة عن طريق البحث فيما وراءها من خلال الاعتماد على عناصر القراءة التعيينية بالإضافة إلى عامل القراءة الشخصية، وانطباعات وثقافة الفرد.

٩- معظم الدراسات السابقة استخدمت عينة محدودة من الصور في التحليل؛ وهذا يعد أمراً طبيعياً لأن التحليل السيميولوجي يهتم بالكيف دون الكم؛ حيث إنه يركز على الكشف عن الدلالات الكامنة والرسائل المخفية فيما وراء هذه الصور.

مشكلة الدراسة:

أجبرت الحروب الدول المشاركة فيها على تطويع مختلف وسائل الدعاية السياسية للتأثير في الجماهير، وحشد التأييد لصالح تلك الدول، وطوّعت الصورة المرئية بعناصرها الفنية والأخص المنشورة منها في المواقع الالكترونية كسلاح دعائي فاعل للتأثير على الشعوب. وقد لاحظت الباحثة أن الحرب الروسية الأوكرانية قد شهدت اهتماماً دعائياً واسعاً خاصة من الجانب الروسي، حيث سعت روسيا لخلق بيئة تواصلية دعائية على الصعيد الدولي؛ بهدف عدم الإجماع على إدانتها دولياً، كما استهدفت على الصعيد المحلي كسب تأييد الشعب الروسي، والثقافة حول حكومته، وتحمل تبعات الحرب باعتبارها خياراً لأبد منه لأمن واستقرار روسيا، وخلال هذه الحرب اهتمت روسيا بالاعتماد على الصورة كأداة دعائية ذات تأثير فعال بما تتضمنه من دلالات ومعانٍ ظاهرية وضمنية مختلفة.

ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة وهي التعرف على الدلالات والمضامين الخفية الكامنة وراء الصور الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢، والمنشورة عبر موقع قناة روسيا اليوم RT عن طريق تحليلها سيميائياً؛ للكشف الأساليب الدعائية السياسية الروسية التي تحتويها هذه الصور، ومعرفة مدى قدرتها على إبراز وتحقيق الأهداف الدعائية المستهدفة من وراء استخدامها خلال الحرب.

أهمية الدراسة:

١- تنطلق أهمية هذه الدراسة من تسليط الضوء على مفهوم السيميائية، وبعدها الاتصالي في مجال الدعاية السياسية، حيث تظهر قوة السيميائية في بعدها الاتصالي عن طريق معرفة العلامات والرموز الكامنة وراء الصورة.

٢- إبراز أهمية الصورة، وأهمية مضمونها الدلالي، ودورها في بناء المعنى من خلال تضمينه داخل تفاصيل مرئية وأفكار خفية بالتركيز على جوانب معينة دون غيرها.

٣- تزايد اهتمام وسائل الإعلام والمواقع الالكترونية بالصورة نظراً لتزايد قدرتها الاتصالية، والتعبير عن الأفكار، ونقل المعاني بسهولة، فهي تغني عن ألف كلمة، بالإضافة إلى تأثيرها على تشكيل الآراء والاتجاهات نحو الأحداث والقضايا المختلفة خاصة وقت الحروب والأزمات.

- ٤- تعد هذه الدراسة إضافة للمكتبات الإعلامية؛ نظراً لقلة الدراسات التي تناولت الربط بين سيميائية الصورة والدعاية السياسية، حيث اعتمدت غالبية الدراسات السابقة التي تناولت الدعاية السياسية على تحليل الخطاب وليس الصورة.
- ٥- أن قضية الحرب الروسية الأوكرانية تعد من أهم القضايا التي تشغل الرأي العام العالمي؛ نظراً لما لحقها من تداعيات وتأثيرات خطيرة على الأمن والسلم العالمي، بالإضافة إلى ما أحدثته من أزمة غذاء، وأزمات اقتصادية عالمية.
- ٦- أهمية القضية محل الدراسة حيث تسعى إلى معرفة أهم الأساليب الدعائية التي تعتمد عليها روسيا في حربها ضد أوكرانيا، ودراسة هذه الأساليب عن طريق البحث عنها فيما وراء الصور التي تعرضها قناة روسيا اليوم عبر موقعها الإلكتروني.

أهداف الدراسة:

- ١- تقديم محاولة لتوظيف التحليل السيميولوجي للصورة الفوتوغرافية في مجال الدعاية السياسية.
- ٢- التعرف على الوصف العام للصور الفوتوغرافية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢ المنشورة عبر موقع روسيا اليوم.
- ٣- الكشف عن حجم الصورة وزوايا التصوير ونوع اللقطات المستخدمة في الصور.
- ٤- رصد وتحليل دلالات الصور المنشورة عبر الموقع اعتماداً على التحليل السيميولوجي بمستوياته التعييني والتضميني وفقاً لمقاربة رولان بارت.
- ٥- الكشف عن بنية اللغة البصرية الموجودة في الصور المنشورة عبر موقع قناة روسيا اليوم من خلال الوقوف على دلالات الألوان والرموز التي تتضمنها هذه الصور وتحليل المعاني والإيحاءات الكامنة من وراء توظيفها دعائياً.
- ٦- التعرف على الأساليب والاستراتيجيات الدعائية التي تتضمنها الصور المعروضة عبر الموقع والمتعلقة بالحرب الروسية الأوكرانية.
- ٧- الكشف عن مدى فاعلية الدور الدعائي للصور عينة الدراسة من خلال إبراز قدرة اللغة البصرية على إيصال المعاني والرسائل المراد توصيلها.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما الوصف العام للصور عينة الدراسة؟
- ٢- ما الأحجام التي نُشرت بها الصور عينة الدراسة؟
- ٣- ما زوايا التصوير ونوع اللقطات المستخدمة في النقاط الصور المنشورة عبر الموقع؟
- ٤- ما أبعاد ودلالات لغة الجسد والأشكال والرموز والألوان الموظفة في الصور؟
- ٥- ما المعاني الظاهرة (القراءة التعيينية) والمعاني الكامنة (القراءة التضمينية) التي تشتمل عليها الصور محل الدراسة؟
- ٦- ما الأساليب والاستراتيجيات الدعائية التي تتضمنها الصور عينة الدراسة؟
- ٧- ما مدى قدرة اللغة البصرية للصور المنشورة عبر موقع روسيا اليوم والخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية على إيصال المعاني والرسائل المراد إيصالها ونجاحها دعائياً؟

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات النوعية، وهي وسيلة معتمدة في العديد من التخصصات الأكاديمية، ويهدف الباحث من ورائها إلى التعمق في فهم السلوك الإنساني، ومعرفة الأسباب التي تتحكم في هذا السلوك، ويعتمد البحث النوعي على الفلسفة القائلة بأن الحقيقة ليست واحدة وأنها متعددة ومتغيرة، وتتشكل وتبنى وفقاً لفهم الأفراد لها، وبذلك يمكن القول بأن البحث النوعي يقوم على ثقافة الباحث ومعرفته الشخصية ومدى إلمامه بطبيعة الظاهرة موضوع الدراسة، لذلك يجب ضمان الموضوعية والحيادية أثناء الاعتماد عليه.^{٢٥}

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الكيفي الذي يعرف بأنه: "عملية تحقيق للفهم مستندة على التقاليد المتميزة لمناهج البحث العلمي التي تقوم بالكشف عن مشكلة اجتماعية أو إنسانية"^{٢٦} وهذا المنهج هو أحد المناهج العلمية التي يتم اللجوء إليها للحصول على فهم متعمق وشمولي للظاهرة محل الدراسة، كما أنه يهتم بالكيف دون الكم؛ نظراً لأنه لا يركز بشكل أساسي على استخدام الأرقام والإحصاءات في تفسير وتحليل النتائج، وإنما يقوم ببناء صورة شاملة للظاهرة بشكل غير رقمي.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الصور الفوتوغرافية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢ المنشورة عبر موقع قناة روسيا اليوم، واختارت الباحثة هذا الموقع بصفة خاصة لأنه موقع حكومي ناطق بلسان روسيا، حيث يظهر من خلال متابعة المواد الإعلامية المنشورة به الحرص على إبراز روسيا من خلال الدعاية لنفسها سياسياً، والتأكيد على رسم صورة عالمية لها كقوة عظمى، وإبراز معاداة الغرب وتأميرهم ضدها، بالإضافة إلى توفر العديد من الصور الفوتوغرافية المنشورة ضمن التغطية الإعلامية الشاملة والمكثفة فيما يخص الحرب الروسية الأوكرانية.

ونظراً لطبيعة الدراسة الحالية والتي تقتضي الاعتماد على أداة التحليل السيميولوجي للصورة فلا يمكن بحال من الأحوال دراسة جميع الصور، لذا لجأت الباحثة إلى تطبيق الدراسة على عينة عمدية من الصور كجزء من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالدراسة وتكون ممثلة له؛ مما يُغني الباحثة عن دراسة جميع مفرداته.

وتمثلت عينة الدراسة في (١٠) صور من الصور الفوتوغرافية المنشورة عبر موقع روسيا اليوم، وروعي في اختيار هذه الصور أن تكون غنية بالرموز والدلالات والعلامات والأيقونات السيميائية التي تساعد على استنباط المعاني الكامنة من وراء استخدامها في الدعاية السياسية لروسيا خلال الحرب.

أداة الدراسة:

نظراً لأن هذه الدراسة تستهدف فهم وإدراك الدلالات الرمزية للصور الدعائية المستخدمة خلال الحرب الروسية الأوكرانية والمنشورة عبر موقع روسيا اليوم، كما أنها تسعى إلى تفكيك مكونات محتوى الصورة للكشف عن المعاني الضمنية الكامنة وراءها، فقد تم الاعتماد على أداة التحليل السيميولوجي في تحليل الصور عينة الدراسة، ونظراً لأن التحليل السيميولوجي يعتمد على عدة مقاربات فقد اقتضت طبيعة الدراسة الحالية الاعتماد على

التحليل وفقاً لمقاربة رولان بارت؛ نظراً لما تتمتع به هذه المقاربة من شمولية، وعمق في التحليل، وقدرة على فحص المعاني والدلالات الدعائية التي تحملها هذه الصور.
مفاهيم الدراسة:

- **الدعاية السياسية:** هي اللغة السياسية الموجهة للجماهير والتي تستخدم رموزاً، وكلمات خاصة، وهدفاً دعائياً محدداً؛ للتأثير على موقف الجماهير تجاه قضية معينة، وبالتالي التأثير على الرأي العام وعلى سلوك المجتمع.
- **التحليل السيميائي:** هو التحليل الذي يقوم بتقديم تفسير للنصوص والصور الموجودة في المواد التي يتم تحليلها من خلال دراسة العلامات والرموز التي تشتمل عليها بهدف التعرف على المعاني الضمنية الكامنة وراء استخدام هذه الرموز، وهو لا يعتمد فقط على تقديم إطار تحليلي أو تفسيري لهذه المواد بل يقدم أيضاً إطاراً نقدياً لها.
- **الصورة:** المراد بها في هذه الدراسة الصورة الفوتوغرافية المنشورة عبر موقع روسيا اليوم، والمتصلة بمادة تحريرية محددة وهي الموضوعات الإخبارية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية، ويتم توظيف الصورة دعائياً بها على سبيل التأكيد أو التوضيح أو التفسير أو التبرير أو الدعم أو التحذير أو التخويف أو لفت الانتباه أو زيادة الاهتمام.
- **سيميولوجيا الصورة:** المقصود بها فهم المعاني الضمنية التي تحملها اللقطات المصورة، من خلال الوقوف على عناصرها، وفك رموزها؛ لفهم مغزى تلك الصور.

الإطار المعرفي:

يعود أصل كلمة سيميولوجيا (Semiology) في اللغة إلى الكلمة اليونانية (Semano) أو (Semion) والتي يرجع أصلها إلى كلمة (Sema) ويقصد بها العلامة.^{٢٧} والسيميولوجيا أو ما يطلق عليها (السيمياء) هي ذلك العلم المتخصص في دراسة العلامات والرموز للتعرف على المعنى الكامن من وراء استخدام تلك العلامات والرموز^{٢٨} كما تعرف بأنها علم دراسة العلامات بطريقة منظمة ومنظمة^{٢٩} ولما كانت الرموز والإشارات ذات دلالة موجودة في كل الأرجاء حول الإنسان فيما يصدر عنه من أقوال وأفعال، كانت السيميولوجيا أداة لقراءة كل مظاهر السلوك الإنساني بدءاً من الانفعالات البسيطة ومروراً بالطقوس الاجتماعية، وانتهاءً بالأنساق الأيدلوجية.^{٣٠}

والسيمياء هي استكشاف لعلاقات دلالية غير مرئية من خلال التجلي المباشر للواقع، وتدريب العين على التقاط المعاني الضمنية الكامنة لا مجرد الاكتفاء بالتعبير عن مكونات المضمون^{٣١} وتشكل العلامات سبيلاً أساسياً لإعادة تمثيل العالم بمكوناته ووسيلة تتيح بناء رسائل اتصالية تتعلق بكل ما يحيط بنا أو نشعر به داخلنا، وتعتمد فكرة السيميائية على أن العلامات والإشارات لها مغزى أوسع يمكن تفسيره وأن الأشكال والكلمات والصور لها معنى جوهري، وينبني على هذا الاستنتاج افتراضان، الأول: أن العلامات هي أنظمة من التمثيل والتصورات، والثاني: أن الجنس البشري يعطي العلامة الخاصة به^{٣٢} وتستند السيميائية منهجياً إلى عمليتي التفكيك والتركيب بمعنى أنه يتم دراسة العلاقة أو الرمز في نظامه الداخلي من خلال تفكيك عناصره وتركيبها من جديد عبر دراسة شكل المضمون

ومعرفة دلالاته، ومن خلال عمل مقاربات بين الدوال وتحليلها وتفسيرها يتم اكتشاف المعنى المراد واستخراج الدلالة.^{٣٣}

ويعد Charles Peirce أول من استخدم مصطلح السيميائية بمعنى الدلائل الموجودة في الصور والكلمات، ولكنه لم يضع طريقة لتحليل هذه الدلائل، بينما يعتبر Saussure Ferdinand de هو أول من اقترح نموذجاً مبدئياً يرى فيه أن هناك صوتاً للصورة، ويقصد به المفاهيم والمعاني الضمنية التي تشير إليها فيحولها من صورة غير لفظية إلى صورة لفظية لها معنى ودلالة، وقسم هذه الدلالة إلى دال ومدلول،^{٣٤}

ويهتم التحليل السيميولوجي بالكشف عن المعنى الحقيقي للرسالة، والمعاني الخفية الغائبة عن ذهن القارئ، ولذا يفيد هذا التحليل في الرفع من القيمة الجمالية والاتصالية للصورة، وتطوير حسن الملاحظة ودقة النظر واكتساب المعارف وتوسيعها، بالإضافة إلى أنه لا يهتم بالمحتوى الظاهر للرسالة وإنما بالمعاني الضمنية والدلالية المرتبطة بها.^{٣٥}

ويرى Van Leeuwen أن التحليل السيميائي يقوم بثلاث وظائف رئيسية وهي تحليل كل من: المعنى التمثيلي Representational والمعنى التفاعلي Interactive والمعنى التركيبي أو التكويني Compositional حيث يقوم بالتحليل في ضوء هذه الوظائف الثلاثة بطريقة تتسم بالعمق في التحليل.

السيميولوجيا وتحليل الصورة:

جاء علم السيميولوجيا في الأساس ليهتم بالعلامات اللغوية وغير اللغوية، لكنه اهتم في البداية بالعلامات اللغوية لارتكازه على علم أقدم وهو (علم اللسانيات) وتمثل الصورة إحدى أهم العلامات غير اللغوية أو غير اللسانية ابتداء من الرمز وانتهاء بالصورة الحقيقية^{٣٦} فكما أن السيميائي تختص بعلم العلامة فهي أيضاً تهتم بدراسة الإشارات المرئية وتتضمن كل ما يوحي بشيء ضمني من منظور سيميائي، حيث تدرس كيفية صناعة المعنى وتمثيل الواقع، وتشير إلى أثر النشاط الحسي والإدراكي والمعرفي في تشكيل المعنى، كما تهتم بالذات والمرسل والإدراك الحسي، والعلامات التي تكوّن الإرساليات الأساسية للتواصل الإنساني بكل أنواعها سمعية كانت أو بصرية.^{٣٧}

وتحتوي الصورة على مجموعة من العناصر الدلالية المتمثلة في الرموز والكلمات والأشكال والألوان والحركات التي يتم من خلالها توليد مجمل الدلالات داخل الصورة، وتستند في ذلك إلى مكونين أساسيين، الأول: يعود إلى العلامة الأيقونية، فالصورة تستند من أجل إنتاج معطياتها إلى المعطيات التي يوفرها التمثيل الأيقوني كإنتاج بصري لموجودات طبيعية تامة (أجسام، وجوه، حيوانات، أشياء من الطبيعة، والثاني: ما يعود إلى العلامة التشكيلية، مثل الأشكال والألوان والخطوط والتركييب.^{٣٨}

فالصورة بشكل عام هي بنية بصرية Structure Visual دالة تتنوع بداخلها الأساليب والعلاقات والأمكنة وتزخر بتشكيل مرتبط ارتباطاً قوياً بمادتها ووظيفتها المؤثرة والفعالة^{٣٩} والصورة من الناحية السيميائية بوصفها علامة دالة تعتمد على منظومة ذات أبعاد ثلاثة، حيث يتمثل البعد الأول في الألوان والخطوط والمسافات، والثاني في أشكال التعبير، ويقصد به التكوينات التصويرية للأشياء والأشخاص، والثالث في مضمون التعبير، ويقصد به المحتوى الذي تتضمنه الصورة وتشير إليه أبنيتها الدلالية الدالة على المضمون.^{٤٠}

وتعد دراسة التحليل السيميولوجي للصورة من الأهمية بمكان نظراً لأن الخطاب البصري هو عبارة عن فن تصويري يعتمد على الصورة لتوصيل رسائل معينة من جهة، والتأثير على المتلقي من جهة أخرى، وذلك من خلال ما يتضمنه من أدوات فنية وجمالية ووصفية ودلالية وبصفة خاصة عندما يرتبط بالسيميائية والتأويل فينتج العديد من المعاني الضمنية، بالإضافة إلى كون الصورة هي لغة عالمية تتخطى كل الحواجز اللغوية.

وترى Kelly Mckay أن الرسالة التي تعكسها الصورة تتسم من الناحية السيميولوجية بثلاث سمات، أولها: أنها رسالة تقوم على المشابهة أو المطابقة بالواقع، وثانيها: أنها قد تُفهم خارج سياقها، أي أنها ليست في حاجة لاستدعاء السياق لإنتاج المعنى أو لفهمها، وأخيراً: أنها تحمل قدراً عالياً من المصادقية مقارنة بأشكال التعبير الأخرى.^{٤١}

ويستهدف التحليل السيميائي تقديم تحليل وتفسير للنصوص والصور الموجودة في المواد التي يتم تحليلها وذلك في إطار السياق الثقافي والتاريخي والظروف التي تم فيها نشرها، ولذا فهو لا يعتمد فقط على تقديم إطار تحليلي أو تفسيري بل يقدم أيضاً إطاراً نقدياً لهذه المواد، بالإضافة إلى رصد جوانب القوى والضعف في المواد التي يتم تحليلها سواء كدانت صوراً أو نصوصاً.^{٤٢}

وقد حظيت دراسة الصورة ودلالاتها باهتمام كبير من قبل الباحثين في مجال السيميائية، وأدى هذا الاهتمام إلى التطور والتنوع في مستويات تحليلها بشكل دلالي، مما جعل سيميائية الصورة تخضع لكثير من الطرق المنهجية المعتمدة في التحليل والتأويل والدلالة، وأصبح يُنظر إلى الصورة اليوم على أنها مملكة ثقافية تحمل في طياتها منظومة إرساليات موجهة بقصدية وتحيز.^{٤٣}

أهم المقاربات المستخدمة في التحليل السيميائي للصورة:

- مقارنة مارتن جولي Martine Joly: ^{٤٤}

ترى هذه المقاربة أن الأنساق البصرية تتميز ببناء محكم تتضافر فيه مختلف مكوناته التعبيرية لتوصيل رسالة معينة، وأنه بالرغم من وجود بعض العناصر في أحد الأنساق وعدم وجودها في أنساق أخرى إلا أن هناك عناصر مشتركة في كل نسق بصري من هذه الأنساق، وتشمل هذه العناصر علامات أيقونية، وعلامات تشكيلية، حيث تعتمد العلامات الأيقونية على مبدأ التشابه بين الدال والمدلول، وتشكل مكوناً أساسياً من مكونات الأنساق البصرية، ليس باعتبارها عاملاً مساعداً على استنساخ الواقع وتقديمه فقط، بل لما تحتويه من أبعاد إيحائية بعيدة ومتشعبة، فالصورة تحاول دائماً أن تقول أكثر مما تعرض، كما أن تأويل الأيقونات في الرسالة البصرية يتم على أساس إجراءات إيحائية متعددة معتمدة على مؤثرات مختلفة تتوزع بين الاستعمالات السوسيوثقافية للصورة، وأشكال وطرق عرضها على المشاهد، أما العلامات التشكيلية فتتمثل في مجمل العناصر التشكيلية المضافة للعناصر الأيقونية والمساهمة في تشكيل النسق البصري لا سيما الصورة، فهي ليست مواداً تزيينية أو تكميلية للعلامة الأيقونية بل تسهم في تحديد مضمون الرسالة، حيث إن كل عنصر منها له مساهمة في توجيه المشاهد نحو قراءة محددة.

- مقارنة رولان بارث Rolan Barth:

يعد رولان بارث Roland Barthes أول من طبق منهجية التحليل السيميولوجي للصورة، حيث يمثل بالنسبة له شكلا من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة لكل من الرسائل الأيقونية أو الألسنية على حد سواء، ويسعى فيه الباحث إلى تحقيق التكامل من خلال تناول الجوانب الأخرى للصورة (السيكولوجية، الاجتماعية، الثقافية...) والتي من شأنها أن تدعم التحليل بشكل أو بآخر.^٥

ففي عام ١٩٦٤ أصدر رولان بارث كتابه "عناصر السيميولوجيا" والذي يمثل البداية الحقيقية للتحليل السيميولوجي غير اللغوي، وأوضح في هذا الكتاب طبيعة علم السيميولوجي قائلا: " كل النظم الرمزية باختلاف جوهرها أو مضمونها سواء الصور أو الإشارات أو الأصوات تعتبر جميعها لغات أو على الأقل نظاما للمعنى"^٦

وقد قسم رولان بارث في هذا الكتاب القراءة الدلالية إلى مستويين أساسيين، المستوى التعييني (الوصفي): ويعني المعنى الفوري أو البديهي أو القراءة الأولية للعلامات الموجودة بالصورة، بمعنى أنه وصف أول تعييني للصورة فيساعدنا هذا على تحديد الموضوع الذي تعالجه، ويعرفنا على محتواها، أما المستوى الآخر فهو التضميني (الدلالي): وهو المستوى الأعمق في الصورة، إذ إن الوصول إلى المعنى الحقيقي المراد للصورة إنما يتم على مستوى المدلول أو الدلالة التضمينية التي تحويها، فالصورة في مستواها التضميني تصبح نسيجاً من العلامات التي تنبثق من قراءات متعددة، وهنا يتدخل عامل القراءة الشخصية وتكون نابعة عن انطباعات وثقافة الفرد بالاعتماد على عناصر القراءة التعيينية.^٧

ويتضح من خلال العرض السابق وجود تشابه كبير بين مقاربتني مارتن جولي، ورولان بارث، فالعلامات التشكيلية الوصفية عند مارتن جولي هي نفسها تقريبا المستوى التعييني الذي تحدث عنه بارث، أما العلامات الأيقونية لمارتن جولي فقد تطرق إليها بارث في تحليليه للمستوى التضميني، وتتمثل أوجه الخلاف بينهما في تميز مقارنة رولان بارث بالشمولية، والتحديد، والعمق في التحليل، نظراً لأنها اقترحت أسلوباً منهجياً منتظماً للتحليل باتباع مستويين هما: المستوى الأول: الوصفي أو التعييني، والمستوى الثاني: الدلالي أو التضميني، ولذا تم الاعتماد على مقارنة رولان بارث في هذه الدراسة نظراً لقدراتها على فحص المعاني والدلالات الدعائية التي تحملها الصور عينة الدراسة بطريقة أكثر وضوحاً وأشمل منهجية.

مفهوم الدعاية:

تعرف الدعاية بأنها: "الجهود الاتصالية المقصودة والمدبرة التي يقوم بها الداعية مستهدفاً نقل معلومات ونشر أفكار واتجاهات معينة تم إعدادها وصياغتها من حيث المضمون والشكل وطريقة العرض، بأسلوب يودي إلى إحداث تأثير مقصود ومحسوب ومستهدف على معلومات فئات معينة من الجمهور وأرائهم واتجاهاتهم ومعتقداتهم وسلوكهم؛ بغرض السيطرة على الرأي العام والتحكم في السلوك الاجتماعي للجماهير بما يخدم أهداف الدعاية، دون أن ينتبه الجمهور إلى الأسباب التي دفعته لتبني هذه الأفكار واعتناق هذه الآراء والمعتقدات والاتجاهات، ودون أن يبحث في الجوانب المنطقية لها".^٨

ويتضح من التعريف السابق أن مفهوم الدعاية يتضمن مجموعة من العناصر اللازمة لها وهي:

- مصدر الدعاية أو ما يسمى القائم بالدعاية: حيث تؤثر معرفة مصدر الدعاية في مدى تقبل الجمهور للرسالة الدعائية ومدى تأثيرها فيهم وتصديقهم لها، فالمعلومات التي تخرج عن مصدر ثقة يكون تأثيرها مختلفا عن تلك التي تصدر عن جهة مجهولة.
- الجهود المنظمة والمديرة: ويقصد بها التخطيط المسبق للعمل الدعائي، ورسم الاستراتيجيات، وتحديد الأساليب الدعائية اللازمة له.
- القصدية والتعمد: وهي وجود أهداف محددة مسبقا في ذهن القائم بالدعاية يسعى إلى تحقيقها.
- الجمهور المستهدف: وهم الأشخاص المراد تحقيق التأثير فيهم.
- الرسالة الدعائية: وهي المضمون الدعائي الذي ينقله القائم بالدعاية إلى الجمهور المستهدف، ويجب أن تكون الرسالة مؤثرة وذات أساليب دعائية فاعلة قادرة على تحقيق الهدف المنشود.

وتتعدد أنواع الدعايا وفقا لتصنيفاتها:

حيث تنقسم بحسب توقيتها إلى:^{٤٩}

- دعاية استراتيجية: وهي التي يتم تنفيذها على مدد زمنية طويلة بهدف إجهاد العدو ودفعه للاستسلام.
- دعاية تكتيكية: وهي التي يتم تنفيذها على فترات زمنية محدودة مثل الدعاية التي تستخدم في حالات الاشتباك العسكري بهدف الحصول على نتائج فورية وسريعة.
- كما تنقسم بحسب أساليب الإقناع إلى:
- دعاية منطقية: وهي التي تخاطب العقل، وتعتمد على الأدلة والبراهين والمعلومات الصحيحة.
- دعاية غير منطقية: وهي التي تخاطب العاطفة والوجدان، وتعمل على تحفيز الأفراد لا شعورياً بعيداً عن العقل والمنطق.
- وتنقسم الدعاية بحسب مصدرها إلى:^{٥٠}
- الدعاية البيضاء(الظاهرة): وهي الدعاية المعلنة الصريحة التي يكشف فيها المصدر عن نفسه، وتعتمد على الحقائق والأساليب المنطقية في مخاطبة الجمهور بهدف بناء علاقة إيجابية معه.
- الدعاية السوداء(المستترة): وهي التي لا تكشف عن مصدرها مطلقاً؛ لأنها عملية سرية تهدف إلى زعزعة استقرار المجتمع، والتشكيك في قدراته، وتلجأ إلى الحيل والخداع ونشر الإشاعات والأكاذيب، وغالبا ما ينشط هذا النوع من الدعاية خلال الأزمات والحروب.

- الدعاية الرمادية(غير المحددة): وهي التي تكون فيها المعلومات غير واضحة وغير محددة بدقة، وتحتاج إلى تدقيق وفحص لأنها تُخفي اتجاهاتها وأهدافها، وتسعى إلى خدمة هدف دعائي معين بطريق غير مباشر.

كما تنقسم بحسب الموضوع إلى:

- دعاية اجتماعية، ودينية، وتجارية، وثقافية، وسياسية، وما يعيننا في هذا التصنيف هو الدعاية ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية وهي (الدعاية السياسية).

الدعاية السياسية:

هي الدعاية التي تهدف إلى خلق فعل سياسي عبر استعمال كافة الوسائل والأساليب الممكنة لتحقيق هذا الهدف، وهي في الأساس عملية تلاعب بالعواطف، تستهدف الوصول إلى خلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي الذي لا بد أن يؤدي إلى تشويه النتائج المنطقي للأحداث، فهي في الأساس عملية إقناع وندراً ما تكون جميع عناصرها صحيحة.^{٥١}

والدعاية السياسية لها اتجاهان، أحدهما: يكون مصاحباً للعمليات العسكرية، وتكون موجهة في الغالب إلى قوات الخصم أو مجتمع العدو للتأثير في معنوياته، ونزع إرادة القتال لديه ومن ثم إرغامه على الاستسلام، والاتجاه الآخر: معنوي ويستخدم للترويج العسكري ورفع الروح المعنوية للجنود.^{٥٢}

وقد وضع علماء النفس والاجتماع مجموعة من الأسس المرتبطة بالدعاية السياسية وهي:^{٥٣}

- ١- الحرب النفسية: وهي التي يتم بها التعامل مع الخصم وتسعى إلى تحطيم معنوياته من خلال الوسائل النفسية حتى يصل إلى مرحلة شكه في صلاحية أفعاله واعتقاداته.
- ٢- غسيل الدماغ: وهي عملية غسيل لما يعرفه أو يعتقد خصمه وتحويله إلى حليف من خلال إعادة تعليمه وشحنه بالمعلومات الجديدة.
- ٣- العلاقات العامة الإنسانية: بمعنى أن تتضمن الدعاية شيئاً من العلاقات الإنسانية بهدف جعل الأفراد يتبنون موقف ما أو فكر معين يتماشى مع القائم بالدعاية، فالعلاقات العامة والإنسانية تجعل الجمهور يتقبل الأمور ضمن إطار معين.
- ٤- الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري: حيث تعد وسائل الاتصال من أهم الأدوات التي تسهل وصول الدعاية للجمهور.

ولضمان تأثير الدعاية السياسية لا بد أن تشتمل على مجموعة من الخصائص منها:^{٥٤}

- ١- أن تكون أهدافها واضحة، وتستند إلى فرضيات وأبحاث علمية.
- ٢- الابتعاد عن الانفعال والارتجال، وأن تعمل بالتوازي مع القرارات السياسية والتحركات العسكرية.
- ٣- ألا يكون رجل الدعاية مصدرراً من مصادر الخصم، بمعنى عدم منح الخصم معلومات أو حقائق قد تفيده.
- ٤- الشجاعة والمقدرة على انتقاد الذات.
- ٥- الحفاظ على قدر مناسب من المصادقية.

الدعاية الروسية:

تتفق العديد من الدراسات على أن الدعاية الروسية المعاصرة تعتبر امتدادا للدعاية التي نشأت مع نشأة الاتحاد السوفيتي، وقد تعود إلى الامبراطورية الروسية عندما كان البوليس القيصري السري يستعين بالعملاء الأجانب لجمع المعلومات الاستخباراتية^{٥٥} وترجع الجذور الأولى للدعاية الروسية المنظمة إلى عشرينيات القرن الماضي عندما ظهر ما يسمى بالتدابير النشطة، والذي يعد قسما من جهاز المخابرات السوفيتي KGB الذي تأسس عام ١٩١٧ برئاسة فليكس سنسكاي بإشراف الرئيس فلاديمير لينين، وتفكك عام ١٩٩١ عقب انهيار الاتحاد السوفيتي^{٥٦} وظهر مفهوم التدابير النشطة في الوثائق البلشفية عام ١٩١٩ ليشير إلى التأثير في الأحداث والسلوك والأفعال التي تجري في البلدان الأجنبية، وأُمدجت التدابير النشطة بشكل جيد في السياسة السوفيتية حيث شملت تقريبا كل عنصر من عناصر الحزب السوفيتي بالإضافة إلى هيكل الدولة.^{٥٧}

وترجع الشهرة الكبيرة للدعاية الروسية في الوقت الحالي إلى الخلفية الاستخباراتية للرئيس الروسي فلاديمير بوتين الذي عمل في جهاز المخابرات السوفيتي لمدة ١٦ عاما، وأصبح رئيساً له أواخر تسعينيات القرن العشرين، فوسع من نفوذه في مختلف قطاعات الدولة مثل: وزارة الاقتصاد والاتصالات والموارد الطبيعية والثقافة، كما وثق من روابطه مع غالبية النخب في روسيا، حتى رأى البعض أنه أسس ما يمكن تسميته بدولة المخابرات الجديدة.^{٥٨}

وقد اهتمت الدبلوماسية العامة الدعائية الروسية بالاعتماد على الإنترنت لمحاولة التأثير على العلاقات السياسية مع الجهات الفاعلة دوليا، حيث ترى روسيا أنه لا ينبغي عليها أن تتعامل مع كافة البلدان بنفس السياسات أو الطرق أو الأساليب، وإنما لا بد من تغيير خطتها وسياساتها الدعائية وفقا لطبيعة كل دولة، وطبقا لوصفها السياسي من وجهة نظر روسيا، وبما يضمن تحقيق الأهداف الدعائية الروسية، ولذا زاد اهتمامها بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كأداة دعائية فعالة للتأثير على الجماهير الخارجية والمحافظة على مكانة روسيا محليا ودوليا.^{٥٩}

وفي أواخر عام ٢٠١١ شهدت روسيا أكبر احتجاجات معادية للحكومة منذ سقوط الاتحاد السوفيتي وحينها أدركت القيادة السياسية الروسية أهمية شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك عندما برزت المعارضة المنظمة خلال تلك الاحتجاجات عبر هذه الشبكات، ورأى بوتين أنه لكي يحتفظ بالنفوذ عليه أن يتحكم بالمجال السيبراني، وهو ما فعله ليس فقط من خلال زيادة الرقابة على وسائل الإعلام في الداخل، وإنما أيضا من خلال ملء المجال الإعلامي في الخارج بشكل مكثف^{٦٠}

نبذة عن أسباب الصراع بين روسيا وأوكرانيا:

قبل الحديث عن الدعاية الروسية خلال الحرب على أوكرانيا ينبغي الإشارة إلى أن هناك ترابعا تاريخيا وحضاريا وثقافيا بين الدولتين، فالعاصمة كييف كانت عاصمة روسيا القديمة سنة ٩٨٨ م، كما أن الدولتين توحدتا تحت حكم القيصر الروسي سنة ١٦٥٤م جغرافياً وسياسياً واقتصادياً، وتعتبر أوكرانيا هي إحدى الجمهوريات المكونة للاتحاد السوفيتي السابق منذ تأسيسه عام ١٩٢٢م وحتى تفككه عام ١٩٩١م وكانت تسمى جمهورية أوكرانيا الاشتراكية السوفيتية.

وفي أعقاب تفكك الاتحاد السوفيتي كانت هناك تحولات هيكلية لدول شرق أوروبا كان من أبرزها ما يلي:^{٦١}

- تراجع الأيدلوجية الشرقية: نتيجة انضمام أغلب دول الكتلة الشرقية بعد انتهاء الحرب الباردة إلى حلف الناتو أو الاتحاد الأوروبي.
- تصاعد الاضطرابات الاجتماعية: نتيجة الحراك السياسي بدول أوروبا الشرقية من خلال ما يعرف (بالتورات الملونة)، والتي طالت العديد من الجمهوريات السوفيتية السابقة، وأعقبها انتخابات أفرزت نخبة سياسية وفكرية جديدة أقرب إلى الفكر الليبرالي الغربي، وهو ما اعتبرته روسيا تهديداً لمجالها الحيوي.
- هيمنة عقيدة بوتين: والتي تتلخص في عدم السماح لحلف الناتو بالتمدد بالجناح الشرقي للقارة الأوروبية، وعدم الاقتراب من المجال الحيوي لروسيا، وهو ما دفع بوتين للحديث عن "الوثيقة الأمنية" التي طلب فيها عقد اتفاقيتين منفصلتين بين موسكو وواشنطن والناتو؛ لوضع نظام "الضمانات الأمنية" من أجل خفض التوترات الأمنية في أوروبا، وتخلى الحلف عن أي نشاط عسكري في جورجيا وأوكرانيا وعدم انضمامهما للحلف، ووقف نشر أنظمة أسلحة هجومية في الدول الحدودية لروسيا، لكن واشنطن رفضت ذلك، وهو ما دفع روسيا للإعلان عن العملية العسكرية في أوكرانيا.

- استعادة روسيا العظمى: ويظهر هذا من خلال اعتراف روسيا رسمياً بجمهورية (لوهانسك)، (دونيتسك) الانفصاليين، وتدخله لمساعدة الانفصاليين في المنطقة، بعدما سيطرت روسيا على شبه جزيرة القرم عام ٢٠١٤ وتسبب هذا النزاع في إزهاق أرواح ما يزيد عن ١٤٠٠٠ شخصاً، وهي إحدى الفصول المعدة مسبقاً لتحقيق الاستراتيجية الوطنية الروسية التي تعرف بـ (روسيا العظمى).

وترى روسيا أن أوكرانيا حديقتها الخلفية وأن انفصالها عن الاتحاد السوفيتي يعد خسارة لها، حيث كان الاقتصاد الأوكراني في المرتبة الثانية ضمن الاتحاد السوفيتي كونه عنصراً صناعياً وزراعياً هاماً؛ ولذا فالسيطرة على أوكرانيا ستمد روسيا بدعم اقتصادي ملحوظ، بالإضافة إلى أنها تحتل موقعاً حساساً إذ تمثل أكثر من نصف مساحة البوابة الشرقية المؤدية إلى أوروبا، وهي بهذا تعتبر الحصن الاستراتيجي الذي يعزلها عن الغرب وحلفائه.^{٦٢}

أساليب الدعاية الروسية خلال الحرب على أوكرانيا:

تنوعت الأساليب الدعائية التي اعتمدت عليها روسيا للتمهيد لغزو أوكرانيا سواء فيما يتعلق بالدعاية الموجهة للجمهور الروسي، أو الأوكراني، أو الدولي، حيث شملت الأساليب التالية:^{٦٣}

- (١) أسلوب التهديد: حيث كان التلويح باستخدام سلاح الطاقة والوقود الروسي أحد أهم الأساليب الدعائية التي استخدمتها روسيا لتهديد الغرب، وتحذيرهم من إمداد أوكرانيا بالأسلحة، فاستغلت روسيا قدوم فصل الشتاء في أعقاب دخولها لأوكرانيا، وخفضت إمدادات الطاقة للعديد من الدول الأوروبية كأسلوب للتهديد والتحذير من معاداة روسيا والوقوف ضدها مع أوكرانيا.

- (٢) أسلوب إثارة الخوف: واعتمدت روسيا في دعائها على هذا الأسلوب من خلال إعلان وزارة الدفاع الروسية عن امتلاكها أدلة حول قيام أوكرانيا بتطوير أسلحة بيولوجية في مختبرات سرية بدعم أمريكي، مع الإشارة إلى أن اتفاقية مكافحة الأسلحة البيولوجية تحظر تطوير وإنتاج وحياسة ونقل وتخزين واستخدام الأسلحة البيولوجية السامة والتي تعد إحدى مسببات أمراض الطاعون والجمرة الخبيثة والدفتيريا.
- (٣) أسلوب احتكار المعلومات وفرض الرقابة على وسائل الإعلام: حيث استخدمت روسيا هذا الأسلوب فيما يخص نشر الأخبار محلياً عن أوكرانيا، فطالبت وكالة الرقابة الروسية وسائل الإعلام الروسية بالاستشهاد " بالمعلومات والبيانات الرسمية" فقط عند تغطية الصراع، وتعهدت الوكالة بإغلاق المحطات التي لا تمتثل للأمر.
- (٤) أسلوب الترويج لفكرة المؤامرة: واستعانت روسيا بهذا الأسلوب عندما وصفت منصة ميدوزا الإلكترونية وقناة دوزد التلفزيونية -وهما مستقلتان- بأنهما عميلتان للأجانب، حيث كانتا تقدمان تقارير انتقادية عن خسائر الجنود الروس وتورط روسيا في الحرب.
- (٥) أسلوب حشد التأييد وتهدة وطمأنة الجمهور: حيث حشد الإعلام الروسي كل أجهزة الدولة لتهدئة القلق العميق للجمهورين الروسي والأوكراني من الدخول في أوكرانيا، وجهاز التلفزيون الرسمي القوة الكاملة لآلة الدعاية الحكومية لتصوير غزو موسكو على أنه حملة دفاعية "للتحرير أوكرانيا" مع تصدير فكرة الحماية لمنطقة دونباس التي يفترض أنها تتعرض لهجوم من قبل كييف.
- (٦) أسلوب التبرير: حيث استعان بوتن بزعماء المناطق الأربعة المنفصلة عن أوكرانيا لتبرير دخوله إليها وهو حمايتهم والاستجابة لاستغاثاتهم، حيث صرح زعيم منطقة (لوغانسك) ليونيد باشنيك، لقناة "روسيا ٢٤" قائلاً: " إن العدو - يقصد القوات الأوكرانية- يهاجم مواقعنا ويدخل منازل المدنيين، وأضاف "وضعنا مقلق للغاية"، كما ورد في لافتة إخبارية عاجلة على القناة الأولى الروسية (أن أوكرانيا أطلقت ثلاثة صواريخ على جمهورية دونيتسك الشعبية في الدقائق السبع الماضية)، كما بدأت بعض القوات الروسية الحكومية في تصوير الغزو الروسي على أنه شيء متوقع بشغف لدى الأوكرانيين، وذكرت أولغا سكايبيفا إحدى أبرز مذيعي التلفزيون الحكومي في البلاد: " أن الناس في مدينة خاركيف لديهم مشكلة واحدة فقط مع الجيش الروسي وهي: " لماذا استغرق وقتاً طويلاً حتى يأتي؟".
- (٧) أسلوب الاستعطاف والاستضعاف: حيث ركز بوتن على إظهار نفسه بأنها كانت مضطراً للدخول في عملية عسكرية في أوكرانيا بهدف نزع العسكرة عن أوكرانيا، وهزيمة النازيين فيها، والذين استمروا بقتل سكان إقليم دونباس من ذوي العرقية الروسية لثمانية أعوام، وأن الغرب استغل هؤلاء النازيين واستغل أوكرانيا بشكل كامل في تهديد مصالح الدولة الروسية وقتل الروس الأوكرانيين، كما أكد بوتن على أن الشعب الأوكراني شعباً شقيقاً، لا يمكن بحال من الأحوال قبول قتله وتدمير مدنه، وأن الجيش الروسي يأخذ هذا في عين الاعتبار، ويحاول تقليل الخسائر البشرية، كما أكد على أن ما يحدث يعد مأساة ولكنها ليست بسبب روسيا.

٨) أسلوب التشويه وتحويل الانتباه: واستخدمت روسيا هذا الأسلوب لإظهار أن الغرب قام بعمل غسيل أدمغة للأوكرانيين خلال سنوات عديدة وزرع نازيين جدد داخل أوكرانيا، وجعل من الرموز النازية أبطالاً، كما أشار بوتين في العديد من لقاءاته إلى أن الغرب قاموا بدعم تنظيم القاعدة وغيرها من التنظيمات الإرهابية بهدف تفتيت روسيا وزعزعة استقرارها.

٩) أسلوب إبراز تفوق وقوة السلاح العسكري الروسي: ويعتمد بوتين على هذا الأسلوب في كثير من خطابه الرسمية حيث يؤكد على أن (توازن الردع النووي هو أساس الاستقرار في العالم) ولذا يهتم بتطوير أنظمة التصنيع والتسليح، وتعزيز القدرات الروسية في مجالات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

١٠) تعزيز آلية التحالفات المرنة بين روسيا وغيرها من دول العالم: مثل تحالفها مع دول شرق آسيا ومنها الصين، وكذا التمدد الاستراتيجي بقارة أفريقيا، وتفعيل منهج دبلوماسية التسليح مع عدد من الدول العربية مثل مصر ودول الخليج.

مصطلحات الدعاية الروسية خلال الحرب على أوكرانيا:

قبل دخول القوات الروسية لأوكرانيا أواخر شهر فبراير ٢٠٢٢ بدأت وسائل الإعلام الروسية في استخدام كلمات رنانة لتبرير حربها على أوكرانيا، وارتبطت دعايتها بعدد من المصطلحات التي عملت على تكرارها حتى ترسخ في ذهن المتلقي، وتدخل ضمن التداول اللغوي اليومي للمتلقي خاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومن هذه المصطلحات:

١- العملية العسكرية الخاصة: فروسيا لا تصف ما يجري في أوكرانيا بالحرب أو التدخل العسكري أو الغزو، بل تعتبره مجرد عملية عسكرية خاصة ذات أهداف محددة، وتسعى من وراء ذلك ألا يربط المتلقي بينها وبين التبعات المأساوية المصاحبة للحروب حتى وإن بدت آثار الدمار والقتل والتخريب.

٢- النازية الجديدة: ترى روسيا أن النظام الحاكم في أوكرانيا هو عبارة عن واجهة للنازية الجديدة التي تشكل خطراً كبيراً على روسيا مثلما حدث من نازية هتلر، وتؤكد على ضرورة القضاء على هذه النازية المتمثلة فيمن يقومون بإبادة الروس الذين يعيشون في أوكرانيا، ويستهدفون قتل المطالبين بالانفصال.

٣- القوميون المتطرفون: ترى روسيا ضرورة القضاء على القوميون المتطرفين الذين تروج أنهم يقومون بتعذيب وقتل أسرى حرب روس، واحتجاز مواطنين أجانب رهائن، واستخدامهم كدروع بشرية، وهؤلاء القوميون المتطرفون عبارة عن مجموعات مسلحة من اليمين المتطرف في أوكرانيا ظهرت عام ٢٠١٣ متمثلة في (القطاع الأيمن، وكتيبة أزوف) الذين شاركوا مع القوات الأوكرانية خلال ثورة الميدان، وفي أعقاب تلك الثورة انخرط القطاع الأيمن في الحياة السياسية، وتم دمج كتيبة أزوف في القوات النظامية المسلحة، وباتت تشكل جزءاً أساسياً من القوات العسكرية الأوكرانية وأصبحوا جنوداً متعاقدين في الحرس الجمهوري.^{٦٤}

٤- الأمن والوجود: يربط بوتين في معظم خطابه السياسية بين التخلص من النازية ووجود روسيا واستقرارها، ويؤكد على ضرورة التخلص من هؤلاء النازيين

والمتطرفين الإرهابيين بهدف الوصول إلى تحقيق الأمن الروسي والدفاع عن وجود روسيا.

قناة روسيا اليوم:

تضم شبكة روسيا اليوم RT التليفزيونية تسع قنوات إخبارية ووثائقية وبوابات إخبارية على الإنترنت، ويتم البث عبر هذه القنوات بست لغات مختلفة، بالإضافة إلى وكالة الوسائط المتعددة العالمية RUPTLY، ويشاهد RT أسبوعياً قرابة مائة مليون شخص في سبع وأربعين دولة وفقاً لشركة الأبحاث الدولية IPSOS وتعتبر روسيا اليوم أول قناة تليفزيونية إخبارية في العالم تصل إلى إحدى عشر مليار مشاهدة عبر جميع حسابات YouTube وهي القناة التليفزيونية الوحيدة التي تم ترشيحها عشر مرات لجائزة EMMY.^{٦٥}

ويعتبر موقع روسيا اليوم RT أبرز وسيلة إعلامية لنفوذ روسيا دعائياً، حيث يُظهر تحليل هذا الموقع استمرارية أهداف الدعاية التقليدية للكرملين من جهة، واعتماد وسائل إعلام تم اختبارها من أجل تحقيق هذه الأهداف من جهة أخرى، وتعمل هذه القناة على رسم صورة لموسكو كقوة عظمى في العالم، كما أنها تقدم أيديولوجية معادية للغرب تحاول دائماً إبراز تأمر الغرب على روسيا، ورغبته في التأثير على أمنها وزعزعة استقرارها، ولذا تعمل قناة روسيا اليوم على نشر تدفق إعلامي شبه دائم على مدار الساعة من مقالات، ومقاطع فيديو، ومحتوى تفاعلي، يقول فلاديمير بوتن: "حينما صممنا مشروع روسيا اليوم RT في عام ٢٠٠٥ كنا نعتزم طرح لاعب قوي آخر على الساحة العالمية، وأيضاً كنا نحاول - ودعوني أشدد على هذه النقطة- خرق الاحتكار على مسار المعلومات العالمية".^{٦٦}

وفي عام ٢٠١٥ بعد ضم روسيا لجزيرة القرم وتدخلها في سوريا زادت روسيا ميزانية (روسيا اليوم) بأكثر من الضعفين إلى نحو ٣٠٠ مليون دولار، ويقال ٢٣٦ مليون دولاراً فقط، وفي عام ٢٠١٧ أطلقت روسيا مشروع الأخبار التفاعلية RT Online حتى يتمكن مستخدمي الشبكات الاجتماعية من أن يصبحوا مشاركين في بث الأخبار في الوقت الفعلي لحدوثها.

الدراسة التحليلية:

سعت الدراسة من خلال الاعتماد على أداة التحليل السيميولوجي إلى الكشف عن الدلالات الضمنية للأساليب الدعائية التي تحتوي عليها الصور الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢ والمنشورة على الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم، حيث قامت الباحثة بتحليل (١٠) من هذه الصور وفقاً لمقاربة رولان بارث، وأظهر التحليل ما يلي:

الصورة الأولى:



أولاً: المستوى التعييني للصورة (الوصفي):

يظهر الرئيس الروسي فلاديمير بوتين في الصورة في إحدى غرف مكتبه الرئاسي جالسا على طاولة ممسكا بيديه بعض الأوراق، وقد نُشرت هذه الصورة بتاريخ ٨ أكتوبر ٢٠٢٢ تحت عنوان: (بعد حادثة جسر القرم بوتن يوعز بتشكيل لجنة حكومية للوقوف على ملامساته)، وجسر القرم أو ما يسمى بـ (جسر كيرتش) هو الجسر الذي افتتحه الرئيس الروسي فلاديمير بوتين عام ٢٠١٨ لربط روسيا بشبه جزيرة القرم، وهو مشروع ضخم استغرق بناؤه عامين بطول ١٩ كيلو متراً، وبلغت تكلفته حوالي ٢٢٨ مليار روبل أي ما يعادل نحو ٣.٦٥ مليارات دولار، وقد أدى انفجار شاحنة على الجسر إلى اشتعال النيران في عدد من صهاريج الوقود في قطار كان يسير على الجسر وقت الانفجار، وقدر الاتحاد الروسي للتأمين قيمة الأضرار التي لحقت بالجسر ما بين ٢٠٠ و ٥٠٠ مليون روبل أي ما يعادل (ما بين ٤ و ١٠ ملايين دولار).

- أبعاد الصورة: ٩٨٠×٥٥١
- شكل الصورة: مستطيل.
- حجم الصورة: 83.4 KB

ثانياً: المستوى التضميني للصورة (الدالي):

- **زاوية التصوير:** الزاوية الأمامية الجانبية، حيث تستخدم هذه الزاوية لإبراز ملامح الوجه بشكل أدق وأوضح مع الحفاظ على درجة من العمق البصري الذي توفره أكثر من الزاوية الأمامية فقط، واستطاعت هذه الزاوية دعم الهدف الدعائي من وراء استخدامها.

- **نوع اللقطة : Medium close up** وتستخدم هذه اللقطة لإبراز تعابير وإيماءات الوجه مثل: علامات الغضب أو السعادة أو الحزن أو التأييد أو الاعتراض؛ وجاء استخدامها مناسباً هنا لإظهار ملامح الغضب على وجه بوتن والرغبة في الانتقام.
- **سيمائية الألوان:** يظهر في الصورة الرئيس بوتن مرتدياً بدلة كلاسيكية سوداء اللون، وربطة عنق سوداء أيضاً متناسقة مع البدلة ومعقودة بشكل مثالي (ربطة المثلث المقلوب متساوي الأضلاع)، حيث يحرص بوتن دائماً على الظهور بمظهر أنيق، مع الحفاظ على ارتداء الألوان الرسمية والتناسق بينها بالطريقة الكلاسيكية، ولذا يوصف الرئيس بوتن دائماً في وسائل الإعلام العالمية بأنه الرئيس الأنيق.
- كما يظهر خلف الرئيس بوتن العلم الروسي بألوانه الثلاثة الأبيض والأزرق والأحمر، حيث يرمز اللون الأبيض: للحرية، والنقاء، والسلام، ويرمز اللون الأزرق: للإيمان والأمل بالإضافة إلى أنه لون السماء ويستخدم للدلالة على العلو والارتفاع، كما يرمز اللون الأحمر: للقوة، والنصر، أو للدلالة على الدم الذي قُدم للوطن للدفاع عنه ضد الأعداء.
- **سيمائية الأشياء:**
 - العلم الروسي: يمثل العلم رمزاً مهماً للدول التي تتمتع بسيادة كاملة، حيث يمثل علم كل دولة حاضر وماضي تلك الدولة، وتعود أصول العلم الروسي إلى ألوان الوحدة السلافية في عام ١٨٤٨م، كما أنه مستمد من علم هولندا في عام ١٦٩٦م الذي اعتمده قائد الثورة الهولندي عندما تم الإعلان عن انفصال هولندا عن أسبانيا، وقد مر العلم الروسي بأطوار عديدة قبل أن يصل إلى الشكل النهائي المعروف الآن، وتم التقاط هذه الصورة داخل أحد مكاتب بوتن ويظهر خلفه العلم الروسي بهدف إظهار الرموز والدلالات الوطنية مثل إبراز الهوية الروسية والقوة والتفوق، الأمر الذي يستدعي في ذهن المشاهد للصورة: روسيا الأكبر مساحة في العالم، روسيا العظمى، روسيا النووية المتفوقة في الصواريخ الباليستية، روسيا رائدة الفضاء، وروسيا الأولى في العديد من مكونات الاقتصاد السياسي العالمي.
 - الأوراق: يظهر بوتن في الصورة ممسكاً بملف يشتمل على مجموعة من التقارير الصادرة عن اللجنة الوطنية الروسية لمكافحة الإرهاب، ويبدو أن آثار الغضب الظاهرة على وجهه سببها نتائج هذه التقارير الواضحة في الصورة، والتي تشير إلى أن التفجير جاء - بحسب قوله- نتيجة لـ (عمل إرهابي) اتهم به في وقت لاحق (كبيف) متمثلة في قوات الاستخبارات الأوكرانية التي استهدفت تدمير جزء بالغ الأهمية من البنية التحتية الروسية.
- **سيمائية لغة الجسد:** يظهر بوتن في الصورة بوضعية جلوس تشير إلى الاستعداد والتأهب، حيث يبدو جالساً في وسط الكرسي غير مستند إلى ظهره، وهذا يشير إلى استعداده لاتخاذ قرار حاسم بالرد الفوري السريع والمناسب على الحادث، كما يظهر بنظرة عين حادة، وملامح وجهه غاضبة تدل على التركيز والتفكير بعمق في الحادث وكيفية الرد والانتقام، أما بالنسبة لوضعية يد بوتن على الطاولة وراحته مفتوحة فتشير إلى رغبته في إظهار تماسكه، وإظهار نفسه بمظهر السياسي القوي الذي لا يتأثر

بالأحداث، حيث تشير هذه الوضعية إلى الثبات الانفعالي؛ للإشارة إلى أنه ممسك بزمام الأمور ويتصرف من منطلق القوة، ولا يخشى أية تهديدات، وغالبا ما يظهر بوتن في الصور منفردا حتى يبدو بأنه صاحب القرار الأول في بلاده، وأن لديه من الحنكة والدهاء السياسي ما يمكنه من اتخاذ قرارات مصيرية بمفرده.

- **الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة:** يظهر من خلال التحليل السيميائي لمكونات وعناصر الصورة أن الأسلوب الدعائي الذي يسيطر عليها هو أسلوب التهديد والتخويف والاستعداد للانتقام من خلال إظهار ملامح غضب الرئيس بوتن وتفكيره في القيام برد فعل قوي وفوري وحاسم تجاه المسؤولين عن هذه التفجيرات.

الصورة الثانية:



1-المستوى التعييني للصورة (الوصفي):

نُشرت هذه الصورة بتاريخ ٢٨ مارس ٢٠٢٢ تحت عنوان (قديروف ورجاله في أوكرانيا)، ويظهر في الصورة الرئيس الشيشاني رمضان قديروف وخلفه أربعة من جنوده، وجاءت هذه الصورة بعد أن أعلن قديروف نشر اثنا عشر ألف مقاتلاً شيشانياً لدعم القوات الروسية في غزوها ضد أوكرانيا، حيث يصف قديروف نفسه دائماً بأنه أحد جنود المشاة في جيش بوتن، وكانت هذه الخطوة بمثابة التعبير عن ولائه وإخلاصه اللامتناهي وغير المشروط للرئيس الروسي.

- أبعاد الصورة: ٧٩٠ × ٧٩٠
- شكل الصورة: مربع.
- حجم الصورة: 37.2 KB

- المستوى التضميني للصورة (الدالي):

- **زاوية التصوير:** وُظفت الزاوية الأفقية الأمامية التي تدل هنا على التحدي والمواجهة من قبل الرئيس الشيشاني لصالح الجانب الروسي، كما وُظفت الزاوية المنخفضة Low angle حيث تستخدم هذه الزاوية لتصوير الأشخاص لإظهارهم أكثر طولا وضخامة،

ولتعزيز المبالغة في سيطرتهم على أبعاد الصورة، ولتوحي بالتمجيد والعظمة لهم، وقد خدمت هذه الزاوية الهدف الدعائي من وراء الصورة.

- **نوع اللقطة: Medium shot** وذلك للمبالغة في إبراز طول وحجم أجسام الرئيس الشيشاني قديروف ورجاله، ومدى قوتها وضخامتها.

- **سيمائية الألوان:** يظهر الرئيس الشيشاني مرتديا بدلته العسكرية الخاصة ذات اللون الزيتي عليها نياشين رسمية تدل على أنه صاحب أعلى رتبة عسكرية في الشيشان، كما يظهر خلف الرئيس الجنود بالزي العسكري البني والزيتي الخاص بالجيش الشيشاني، وقد طغى اللون الأسود على خلفية الصورة، وجاء مختلطا باللون الأصفر الناري الذي يدل على الفناء والهلاك مع لون الدخان الرمادي الغامق؛ للدلالة على التخويف، وأن جنود قديروف قادرون على تدمير كل من يقف في طريقهم وتحويل حياته إلى حطيم ودمار.

- **سيمائية الأشياء:**

● الأسلحة: يظهر في الصورة أربعة جنود شيشانيون يرتدون الزي العسكري، حاملون السلاح للإشارة إلى استعدادهم للدخول في ساحة القتال، وأنهم جاهزون لدعم الرئيس الروسي ضد القوات الأوكرانية.

● المباني المدمرة والنيران المصحوبة بالدخان: يظهر في خلفية الصورة وراء الجنود مبنياً مدمراً للدلالة على خبراتهم العسكرية، وخوضهم العديد من الحروب والمعارك، وقدرتهم على تدمير أعدائهم، كما يشير الدخان الكثيف للنار خلف الجنود إلى قسوتهم وقوتهم، وأنهم موجودون دائماً في ساحات الحرب تحت أي ظروف.

- **سيمائية لغة الجسد:**

● تشير وضعية وقوف الرئيس الشيشاني في المقدمة أمام جنوده للدلالة على إقدامه وعدم خوفه من الحرب في أوكرانيا، وأنه سيكون معهم في مقدمة الصفوف، ووقوف جنوده وراءه للإشارة إلى دعمهم له والدفاع عنه، كما تُظهر وفتهم بهذا الشكل ضخامة أجسادهم وقوة عضلاتهم، مما يثير الخوف والرعب في قلوب أعدائهم، كما تدل وضعية يد الجنود على السلاح وإمساكه بقوة على استعدادهم وجاهزيتهم للقتال في أي وقت.

● وتظهر على ملامح وجه قديروف ابتسامة خفيفة بها دهاء تحمل وراءها الكثير من المعاني منها: شعوره بالارتياح بالإقدام على هذه الخطوة بإرسال جنوده للحرب في أوكرانيا؛ للتعبير عن ولائه المطلق للرئيس الروسي، بالإضافة إلى شعوره بالفخر بجنوده.

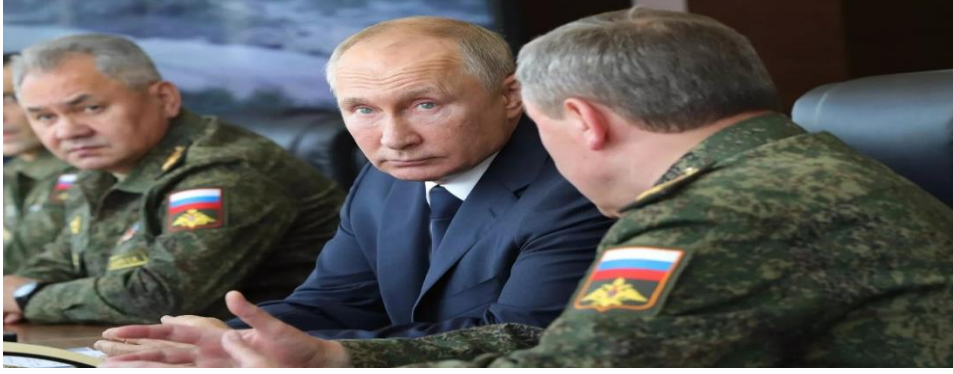
● ويكشف اثنان من جنود قديروف بالصورة وجوههما، حيث يظهر لهما لحية طويلة تدل على الخلفية الدينية للمجاهدين الإسلاميين الشيشانيين، وتبدو على ملامح وجههما الجمود للدلالة على قسوتهم وقوتهم، أما الاثنان الآخران فهما ملثمان للإشارة إلى

أنهما قد يكونان من عناصر قوات العمليات الخاصة الشيشانية الذين يشتهرون بالعنف والقتل وإراقة الدماء، ودائما يعرض قديروف صور ومقاطع فيديو لجنوده على حساباته الخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بأجساد ضخمة وعضلات مفتولة؛ ليثبدهم بقوتهم، ويفتخر بصلابتهم وإقدامهم، وولائهم له.

- الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة:

تُظهر الصورة الحرب النفسية التي تعمل بها روسيا ضد أوكرانيا من خلال تهريب وتخويف الشعب الأوكراني بدخول رجال قديروف المعروفين بقوة أجسادهم ووحشيتهم والمشهورين بالعنف والقتل، ومحاولة الدعاية لهم بهدف تحطيم الروح المعنوية للجنود الأوكرانيين، وبث الرعب في قلوبهم، وحثهم على الاستسلام أمام الجيش الروسي.

- الصورة الثالثة:



المستوى التعيني للصورة (الوصفي):

نُشرت هذه الصورة بتاريخ ٢٠٢٢/١٢/١٧ تحت عنوان: (بوتن يطلع على عمل قيادات القوات المشاركة في العملية العسكرية الخاصة) ويظهر بوتن في الصورة مع أهم قائدين في روسيا بعده وهما: وزير دفاعه، ورئيس الأركان، بالإضافة إلى عدد من قيادات الجيش، وذلك خلال استعراضهم لنتائج العملية العسكرية في أوكرانيا.

• أبعاد الصورة: ١٠٨٠×١٩٢٠

• شكل الصورة: مستطيل

• حجم الصورة: 259 KB

المستوى التضميني للصورة (الدلالي):

- **زاوية التصوير:** وُظِّفت زاوية فوق الكتف Over Shoulder لدمج شخصيات الحدث، وإظهار تلقي الرئيس بوتن لتحديثات الوضع العسكري من قبل رئيس الأركان، كما ساعدت الزاوية على تركيز انتباه المشاهد صوب الهدف وهو شخصية الرئيس بوتن

وإظهار ملامحه المتأهبه نحو ما يتلقاه من معلومات هامة حول العملية العسكرية في أوكرانيا.

- **نوع اللقطة:** اللقطة متوسطة القرب Medium close up حيث استُخدمت هذه اللقطة للتركيز على ملامح وجه بوتن وما يحمله من تعبيرات.

- **سيمائية الألوان:** سادت الألوان الغامقة على الصورة للدلالة على رسميتها، حيث إن الحدث هو اجتماع كبار الشخصيات العسكرية الروسية بقيادة بوتن، ويظهر بوتن مرتدياً بدلة كلاسيكية رسمية زرقاء اللون ورابطة عنق بنفس اللون، بينما يظهر كل من وزير الدفاع ورئيس الأركان وهما يرتديان البدلة العسكرية الروسية ذات اللون الأخضر الداكن.

- **سيمائية الأشياء:**

● المكان: إحدى قاعات مقر قيادة القوات العسكرية الروسية، حيث يدل انتقال الرئيس بوتن إلى هناك للاجتماع بالقادة العسكريين على دعمه وتقديره لجيشه، وللدور الهام الذي يقوم به من أجل الدفاع عن روسيا وأمنها، بالإضافة إلى رغبته في إظهار نفسه بمظهر القائد الديمقراطي الذي يستمع لمن حوله، ويشاركهم في اتخاذ القرارات المصيرية، وأنه متفهم لطبيعة المسؤولية العظيمة الملقاة على عاتقهم، ويشاركهم في تحمل نتائج وتبعات قرار العملية العسكرية لأوكرانيا، والذي يؤكد في جميع خطاباته على أنه كان قراراً مصيرياً لا بد منه.

- **سيمائية لغة الجسد:**

يظهر في الصورة الرئيس بوتن جالسا وسط كل من وزير دفاعه ورئيس الأركان الروسي، ويظهر على وجهه علامات التركيز الشديد والتفكير العميق فيما يقال له من جانب رئيس الأركان (فاليري غيراسيموف) الذي يقدم له تقريراً شاملاً عن سير العملية العسكرية، ونتائج مفصلة حول ما تم تحقيقه في أوكرانيا، بالإضافة إلى عرض مقترحات قادة العملية العسكرية للخطط والأهداف المستقبلية، ويظهر في الصورة إنصات بوتن الجيد خلال استماعه لرئيس الأركان مما يدل على احترامه وتقديره له وثقته فيه، حيث لعب غيراميسوف دوراً رئيساً في الحملات العسكرية لبوتين منذ أن قاد الجيش الروسي في حرب الشيشان عام ١٩٩٩ كما تولى منصب رئيس هيئة الأركان العامة للقوات المسلحة والنائب الأول لوزير الدفاع منذ عام ٢٠١٢، وكان في طليعة القائمين بالتخطيط لغزو أوكرانيا والإشراف على التدريبات العسكرية الخاصة به.

- **الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة :**

يتضح من خلال التحليل السيميائي لمكونات الصورة أن الأسلوب الدعائي الغالب عليها هو أسلوب دعم الجيش ورفع الروح المعنوية للجنود من خلال إبراز بوتن نفسه بأنه مقدر لجهود جيشه، ويثق في خيراتهم العسكرية وآرائهم، ويثمن دورهم في الدفاع عن أمن روسيا ضد المتآمريين عليها، بالإضافة إلى طمأنة الشعب الروسي بأن قرار الحرب لم يكن قراراً دكتاتورياً منه وإنما نابع من رؤية قيادات المؤسسة العسكرية لكيفية حماية روسيا وشعبها.

الصورة الرابعة:



المستوى التعييني للصورة (الوصفي):

تم نشر هذه الصورة بتاريخ ٢٠٢٢/١٢/٢٥ تحت عنوان: (بدلة جندي المستقبل الروسية ستتحكم بالدرونات والروبوتات العسكرية) ويظهر في الصورة نموذج غير حقيقي لجندي مقنع يرتدي بدلة عسكرية متطورة تكنولوجيا وممسكا بسلاحه، حيث يشتمل الخبر على معلومات تفيد قيام خبراء روس بتطوير بدلة عسكرية جديدة يطلق عليها اسم (جيونير) تصنع من دروع مركبة مضادة للرصاص، وتغطي جسم الجندي بالكامل، وتعمل باستخدام تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز بحيث تجعله يستطيع التحكم بالدرونات والروبوتات العسكرية عن بعد، وأنه سيتم الانتهاء من تصنيعها خلال عام واحد بعد أن كان مقررا الانتهاء منها خلال ثلاثة أعوام.

- أبعاد الصورة: ٩٨٠ × ٥٥١
- شكل الصورة: مستطيل
- حجم الصورة: 139 KB

المستوى التضميني للصورة (الدالي):

- **زاوية التصوير:** وُظِّفت الزاوية الجانبية المنخفضة Low angle حيث تستخدم هذه الزاوية لبيان الأشياء أكثر ضخامة وأكبر حجما، وقد استطاعت هذه الزاوية بالفعل إظهار البدلة العسكرية بمظهر يوحي بالقوة والسيطرة.
- **نوع اللقطة:** متوسطة Medium shot وقد ساعد حجم اللقطة على إظهار تفاصيل البدلة العسكرية أمام عين المشاهد، مع إظهار البيئة المحيطة بمركز الاهتمام في الكادر، فلم تقتصر اللقطة على التركيز على تصوير الجندي فقط، وإنما سعت لبيان

الجزء الأيمن من الصورة وهو المكان الذي يتم فيه عرض البدلة والذي يُشبه المصنع أو المختبر؛ للدلالة على أن الحكومة بالفعل بدأت خط إنتاجها.

- **سيمائية الألوان:** طغت الألوان الفاتحة على الجانب الأيمن من الصورة متمثلة في الحوائط الزجاجية، بالإضافة إلى المنضدة البيضاء، والتمثال الأبيض الموجود فوقها والذي يشبه الروبوت؛ لإضفاء الشكل والصبغة التكنولوجية على المكان، كما امتزجت الألوان الفاتحة في الجانب الأيمن مع اللون الداكن للسترة الواقية للجندي على الجانب الأيسر من الصورة مما يُظهر قيمة فنية جمالية على الصورة باستخدام الألوان المتقابلة في إبراز قدرة البدلة على حماية الجندي، حيث أدى التباين اللوني إلى تحقيق عنصر التأكيد.

- **سيمائية الأشياء:**

● يظهر في الصورة شاشة عرض الكترونية توجد في الجانب الأيمن منها ويظهر بداخلها شخصان يجلسان أمام شاشة كمبيوتر توحى بتواجدهما داخل مختبر تكنولوجي يقومان بتصنيع أو متابعة إنتاج شيء ما، بالإضافة إلى منضدة ومقاعد وواجهات زجاجية توحى أيضا بالتواجد داخل معرض أو مصنع عسكري، وقد اهتمت زاوية التصوير بإبراز هذا الجزء للتأكيد على البدء في تصنيع البدلة والإسراع في إنتاجها، مما يزيد شعور الجنود الروس بالأمان، ويزيد شعور الجنود الأوكرانيين بالخوف.

● كما يظهر الجندي المقنع ببدلة واقية تغطي جميع أجزاء جسده؛ للإشارة إلى التصميم الواقى الجيد للبدلة وقدرتها على حماية الجندي من الرصاص.

- **سيمائية لغة الجسد:** يقف الجندي بوضعية تُظهر قوته وسيطرته، ويشير إمسাকে بالسلاح في وضع الاستعداد إلى إقدامه وعدم خوفه من الحرب.

- **الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة:**

جمعت هذه الصورة بين أكثر من أسلوب دعائي حيث يظهر من خلالها استخدام أسلوب التخويف، وذلك من خلال الإعلان عن استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية في الملابس العسكرية الخاصة بالجنود الروس بهدف عمل حرب نفسية للجنود الأوكرانيين، وزعزعة الثقة في نفوسهم عندما يشعرون بأن جنود الجيش الروسي مزودون بأسلحة وملابس قوية تجعلهم لا يتأثرون بالرصاص، كما يظهر أيضا أسلوب دعائي آخر وهو دعم الجيش الروسي وطمأننة الجنود الروس بإبراز مدى اهتمام قياداتهم بتوفير بدل عسكرية تكون أكثر حماية لهم خلال الحرب.

الصورة الخامسة:



المستوى التعيني للصورة (الوصفي):

نُشرت هذه الصورة يوم ٢٠٢٢/١٢/٢١ تحت عنوان (الرئيس الروسي فلاديمير بوتين يعلن دخول فرقاطة "الأميرال غورشكوف" في البحرية الروسية)، ويظهر في الصورة سفينة روسية حربية عملاقة تسير في البحر، وجاء هذا الخبر في ضوء إعلان الرئيس بوتين عن تزويد القوات العسكرية الروسية بأحدث أنواع الأسلحة الحربية، وهذه الفرقاطة هي فئة جديدة من السفن الحربية الروسية، وتختلف عن سابقتها المصنوعة في عصر الاتحاد السوفيتي، وتتميز بقدرتها على تنفيذ ضربات طويلة المدى، وسميت بذلك نسبة إلى سيرجي غورشكوف قائد الأسطول الحربي في الاتحاد السوفيتي.

- أبعاد الصورة: ٩٨٠×٥٥١
- شكل الصورة: مستطيل.
- حجم الصورة: 134 KB

المستوى التضميني للصورة (الدالي):

- **زاوية التصوير:** وُظِّفت زاوية التصوير الجانبية المنخفضة جدا **very low angle** للمبالغة في التضخيم الشكلي للفرقاطة البحرية، ومحاولة التأثير النفسي على الجمهور من خلال إظهار مدة قوتها، وبراعتها القتالية التي ترمز إلى مدى ضراوة الجيش الروسي في حربه ضد أوكرانيا.
- **نوع اللقطة:** Extreme Long Shot وذلك بهدف إظهار أبعاد السفينة كلها من ناحية الطول والارتفاع للدلالة على ضخامتها وقوتها بسبب ما تحمله من أسلحة حربية فتاكة.
- **سيميائية الألوان:** طغى اللون الأزرق بدرجاته على الصورة سواء لون البحر أو السماء أو الفرقاطة نفسها، فاللون الأزرق من الألوان الباردة، وينتمي إلى مجموعة الألوان الأساسية، ويدل على الفخامة والقوة والسلطة والسيطرة، وهذا يظهر بشكل كبير في الصورة.

- **سيمائية الأشياء:** يظهر في الصورة ثلاثة أشياء وهي (السماء، والبحر، والسفينة الحربية العملاقة) بما يوحي بعظمة جميع مكونات الصورة، حيث أضفت عظمة كل من السماء والبحر عظمة وفخامة على السفينة مما يعطي دلالة على قوتها هي الأخرى بسبب ما تحمله من صواريخ وأسلحة مدمرة تدعي روسيا أنه لا مثيل لها في العالم.

- **سيمائية لغة الجسد:**

تتضح دلالة لغة الجسد في هذه الصورة من خلال منظر السفينة العملاقة الذي يوحي بالقوة والسيطرة، حيث تحمل هذه الفرقاطة صواريخ "تسيركون" البحرية الفرط صوتية التي تصل سرعتها إلى تسعة أضعاف سرعة الصوت، ويصل مداها إلى ألف كيلومتر، كما يمكن إطلاقها من الجو والبر والبحر من خلال السفن والغواصات، ويمكن أيضاً تزويدها برؤوس حربية مختلفة.

- **الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة:**

يتضح من خلال التحليل السيميائي لمكونات الصورة السابقة أن الهدف الدعائي الذي تسعى روسيا إلى تحقيقه من وراء استخدام صورة الفرقاطة هو عمل حرب نفسية لأمريكا والغرب بصفة عامة - باعتبارهم ألد أعداء روسيا- وللجيش الأوكراني بصفة خاصة عن طريق تخويفه وإثارة رعبه عندما يرى ويسمع عن قوة هذه السفينة الحربية العملاقة والمدمرة التي تحمل رؤوساً حربية ونووية وأسلحة فتاكة لا مثيل لها، فتتهنز ثقة الجيش بنفسه ويشعر أن القوى العسكرية والاستراتيجية غير متوازنة، وأن انتصار روسيا في هذه الحرب قادم لا محالة.

الصورة السادسة:



المستوى التعيني للصورة (الوصفي):

نُشرت هذه الصورة بتاريخ ٢٢/١٢/٢٠٢٢ تحت عنوان (بوتن يتوعد بتدمير منظومة باتريوت) حيث يشتمل الخبر على تهديد بوتن لواشنطن خلال مؤتمر صحفي له بأن يقوم بتدمير منظومة باتريوت إذا سلمتها لأوكرانيا، وجاء ذلك خلال زيارة الرئيس الأوكراني للولايات المتحدة الأمريكية والإعلان عن تقديم مساعدات عسكرية أمريكية لأوكرانيا متمثلة

في منظومة صواريخ باتريوت، فهدد بوتن بتدمير هذه المنظومة الصاروخية والتي اعتبرها منظومة قديمة وأقل كفاءة من المنظومة الروسية S ٣٠٠ .

- أبعاد الصورة: ٢٥٦٠×١٤٤٠
- شكل الصورة: مستطيل
- حجم الصورة: 334 KB

المستوى التضميني للصورة (الدلالي):

- **زاوية التصوير:** وُظفت الزاوية الأفقية الأمامية بجانب الزاوية الرأسية المنخفضة، لإظهار مدى سيطرة وهيمنة الرئيس بوتن وللتضخيم المعنوي لتهديده لواشنطن والتعبير عن مدى جدية تنفيذ وعيده بتدمير منظومة باتريوت.
- **نوع اللقطة:** اللقطة المتوسطة القريبة Medium close up Shot واستخدمت لإبراز استحواذ الرئيس بوتن على أبعاد الصورة مما يدل على هيمنته، وإظهار ملامحه ودلالات لغة جسده خلال المؤتمر الصحفي، والتي يظهر فيها التوعد والتحذير من رد الفعل.
- **سيمائية الألوان:** طغت ألوان العلم الروسي الثلاثة على خلفية الصورة مما يدل على سيطرة وهيمنة الدولة الروسية ممثلة في رئيسها بوتن، كما استطاعت هذه الألوان أن تجعل الصورة مفعمة بالحيوية مما يجعلها تستحوذ على عين المشاهد واهتمامه، ويعطي الصورة مزيدا من الإقناع بمضمونها وما تحويه من دلالات.
- **سيمائية الأشياء:** يظهر في الصورة عدد (٢) ميكروفون أمام بوتن يتحدث فيهما، وخلفه العلم الروسي يمينا ويسارا، مما يدل على أن هذه الصورة تم التقاطها خلال مؤتمر صحفي معه داخل الكرملين، وهذا يشير إلى رغبة بوتن في قيام الصحفيين بنقل تهديداته لأمريكا ونشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة، وإبراز مدى قدرته في الرد على كل من يريد أن يقف أمام روسيا أو يسعى لزعزعة أمنها واستقرارها، حيث أكد بوتن خلال هذا المؤتمر أن أمريكا تفعل ذلك عبثا بهدف إطالة الصراع، وأنها منخرطة في تأجيج الأوضاع في دول الاتحاد السوفيتي، وأشار إلى أن روسيا تريد إنهاء الحرب وليس تأجيجها.
- **سيمائية لغة الجسد:**
 - يشير رفع بوتن لسبابته إلى التوعد؛ للتأكيد على تحذيره من قيام أمريكا بتزويد أوكرانيا بهذه المنظومة الصاروخية كما أعلنت.
 - يدل وقوف بوتن وسط العلمين الروسيين على أن قوته وسيطرته ناتجة عن قوة وهيمنة وسيطرة روسيا العظمى - كما يقول دائما -.
 - لم تظهر على ملامح وجه بوتن تعابير الغضب أو عدم الارتياح، وإنما ظهرت عليه ملامح الثقة بالنفس والثبات الانفاعلي والسيطرة والتأكيد على قدرته على فعل ما يقول، وهذا يوحي بدلالة عدم خوفه من الأنظمة الدفاعية الأمريكية، بل بهيمنته وسيطرته وقوته من خلال الاعتماد على منظومته الدفاعية المتطورة.

- الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة:

يتضح من خلال التحليل السيميائي لمكونات الصورة السابقة أن هناك أكثر من هدف دعائي يسعى بوتن لتحقيقه، منها: تهديد أمريكا، وإبراز القوة العسكرية الروسية والتأكيد على تفوقها وتطورها أمام الأنظمة الدفاعية الصاروخية الأمريكية، حيث إنه قادر على تدمير أنظمة باتريوت الأمريكية، ويتوعد أمام الجميع أن يفعل ذلك إذا قامت أمريكا بإرسالها لأوكرانيا، كما يسعى لبيان أن أمريكا هي المسؤولة عن تطور الحرب واستمرارها بدعمها لأوكرانيا بالرغم من أن روسيا لا تسعى لذلك، وهذا يعد من أساليب تحويل الانتباه وإلقاء المسؤولية على الآخرين، من خلال إقناع المجتمع الدولي بأن روسيا لا تريد حربا وإنما تفعل ذلك بسبب دعم الغرب وأولهم أمريكا للإرهاب والنازية في أوكرانيا.

الصورة السابعة:



المستوى التعييني للصورة (الوصفي):

نشرت هذه الصورة بتاريخ ١٨ مارس ٢٠٢٢ تحت عنوان (وزير الدفاع الروسي: العملية في أوكرانيا مستمرة) ويظهر في الصورة بوتن وهو يستمع بإنصات شديد لوزير دفاعه (سيرغي شويغو)، وغالبا يدور الحديث حول آخر تطورات الوضع في أوكرانيا ومدى ما أحرزه الجيش من تقدم هناك، كما يظهر خلفهما سفينة حربية عملاقة ضمن الأسطول الحربي الروسي.

ويشتمل الخبر على تصريح لوزير الدفاع الروسي (سيرغي شويغو) أكد فيه أن القوات المسلحة الروسية ستواصل القيام بعملها في أوكرانيا حتى تحقيق أهدافها، وأضاف أن حماية روسيا من التهديد العسكري الغربي هي الهدف الأساسي من هذه العملية، وشدد على أن الجيش الروسي لا يحتل الأراضي الأوكرانية، بل يتخذ كافة الإجراءات للحفاظ على أرواح

المدنيين وسلامتهم، مؤكداً أن الضربات لا تستهدف إلا المنشآت العسكرية وتتفقد باستخدام أسلحة عالية الدقة، كما أشار إلى أن الجانب الأوكراني يستخدم المدنيين كدروع بشرية خلال الاشتباكات والأعمال القتالية.

- أبعاد الصورة: ٦٤٥×٣٣٤
- شكل الصورة: مستطيل
- حجم الصورة: 49.4 KB

المستوى التضميني للصورة (الدالي):

- **زاوية التصوير:** وُظفت الزاوية الأمامية الجانبية التي أظهرت جانباً واحداً فقط من وجه الرئيس بوتن ووزير دفاعه، فساعدت على توضيح ملامح وجهيهما أثناء حديثهما عن تطور الوضع العسكري في المنطقة، كما أظهرت أريحية الرئيس بوتن حيال ما يستمع إليه.

- **نوع اللقطة:** Close Up حيث استخدمت هذه اللقطة لبيان مدى قرب بوتن من وزير دفاعه، ومدى ثقته فيه واحترامه وإنصاته له.

- **سيمائية الألوان:** سادت الألوان الدافئة على الصورة، ويبدو أنه تم معالجتها رقمياً من خلال إحدى برامج تعديل الصور، حيث جاءت خلفية الصورة متمثلة في البحر والسفينة الحربية بإضاءة هادئة باهتة بهدف إبراز بوتن ووزير دفاعه بصورة أدق وأوضح بهدف التركيز عليهما.

سيمائية الأشياء:

• يشير وجود البحر والسفينة الحربية خلف بوتن ووزير دفاعه إلى وجودهما بإحدى الموانئ الحربية وذلك في إطار متابعة بوتن للجيش الروسي بهدف معرفة تطورات العملية العسكرية وما أحرزته من نتائج، مما يشير إلى اهتمام بوتن ودعمه ووقوفه خلف جيشه، وإبراز تقديره للدور الذي يقوم به الجيش لحماية بلده.

سيمائية لغة الجسد:

• تُظهر سيميائية لغة جسد بوتن وإنصاته لوزير دفاعه مدى ثقته فيه، ولا عجب في ذلك حيث يعرف (شويغو) بأنه ذراع بوتن اليمنى، ومهندس حروبه العسكرية في سوريا وأوكرانيا، ورجل المعارك الحاسمة، وصديق وحليف رجل الكرملين، والجوكر الروسي، ودائماً يحاول بوتن أن يظهر معه في صور ومقاطع فيديو مختلفة لمحاولة رسم صورة ذهنية جيدة له باعتباره أمضى عقداً كاملاً في بناء الجيش الروسي بعد أن تولاه عام ٢٠١٢ بالرغم من كونه رجلاً مدنياً لم يخدم في الجيش من قبل، ولكنه استطاع أن يحقق نجاحات عسكرية متتالية منها ضم شبه جزيرة القرم عام ٢٠١٤، ودخول روسيا إلى سوريا عام ٢٠١٥، وهذا بسبب تربيته للاستراتيجية العسكرية والجاهزية الميدانية، كما اهتم بالضباط ورفع رواتبهم، واستبدل الزي العسكري الروسي بزي آخر شبيه بالزي السوفيتي عام ١٩٤٥، وتبنى ابتكارات تقنية وسيبرانية

عالية، ودمج القوة الفضائية بالقدرة العسكرية والقتالية، ومنح الجيش مقعداً في مركز صنع القرار السياسي.

- الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة:

يتضح من خلال التحليل السيميائي لمكونات الصورة حرص بوتين على الظهور المتكرر مع الشخصية التي استطاعت تحقيق نجاحات عسكرية سابقة متتالية لروسيا على أرض الواقع قبل غزو أوكرانيا، وظهور بوتين في الصورة وهو يستمع له بإنصات للدلالة على إبراز ثقته فيه وفي تحقيق النصر المنشود في أوكرانيا، وبيان أن القيادة الروسية على قلب رجل واحد، وأن بوتين يدعم الجيش الروسي بكل قوته، وفي المقابل أيضاً يلتزم الجيش الروسي ممثلاً في قائده وزير الدفاع بتحقيق آمال بوتين بحماية روسيا من النازية الأوكرانية التي يدعمها الغرب.

الصورة الثامنة:



المستوى التعييني للصورة (الوصفي):

نُشرت هذه الصورة بتاريخ ١٠/١/٢٠٢٢ تحت عنوان (بوتن يشبك اليدين مع قادة المناطق الأربعة ويهتف: روسيا روسيا) حيث تم التقاطها خلال تصديق الرئيس الروسي بوتين على ضم أربعة مناطق أوكرانية لروسيا وهي دونيتسك ولوغانسك (شرق أوكرانيا) ومقاطعتا زابوروجيا وخيرسون (جنوب أوكرانيا) بعد إعلان نتائج استفتاء أُجري على مواطنين أوكرانيين حول مدى رغبتهم في الانفصال والانضمام لروسيا، واستمر الاستفتاء لمدة خمسة أيام أعلن بعدها رغبة غالبية مواطني هذه المناطق (حسب النتائج الرسمية المعلنة للاستفتاء) في الانفصال عن أوكرانيا، ويظهر في الصورة بوتين متوسطاً زعماء المناطق الأربعة مشبكاً يديه مع أيديهم.

- أبعاد الصورة: ٩٠٠×١٦٠٠
- شكل الصورة: مستطيل

• حجم الصورة: 625 KB

المستوى التضميني للصورة (الدلالي):

- **زاوية التصوير:** التقطت الصورة بالزاوية المواجهة الأمامية للإشارة إلى استحوادهم وسيطرتهم على الأمر ونجاحهم في تحقيق ما أرادوه.
- **نوع اللقطة:** وُظف حجم اللقطة المتوسطة Medium Shot بهدف إبراز ملامح وجه ولغة جسد بوتن والزعماء الأربعة وتعبيرهم عن مدى سعادتهم بهذا الحدث.
- **سيمائية الألوان:** يظهر بوتن مع الزعماء الأربعة مرتدين ملابس رسمية كلاسيكية سوداء؛ نظراً لأن الحدث هنا عبارة عن احتفال رسمي على مستوى رئاسي وقيادي فمن الطبيعي ارتداء مثل هذه الملابس وإضفاء صفة الرسمية على الصورة، كما ساهمت الخلفية البيضاء مع ألوان العلم الروسي في إضفاء المزيد من الحيوية والانسيابية والحركة على الصورة مما يوحي بالموقف الاحتفالي.
- **سيمائية الأشياء:**
- المكان: التقطت الصورة داخل قاعة سانت جورج بالكرملين والتي تم فيها الاحتفال بهذا الحدث في حضور نخبة من كبار الشخصيات السياسية الروسية حيث أعلن فيها نتائج الاستفتاء قائلًا: (هذه هي إرادة الملايين من الناس)، وقد حرص بوتن على الاحتفال وإعلان الخبر داخل الكرملين وفي حضور السياسيين ليوحيل بأنه التزم بمبادئ الديمقراطية، وأن الأمر لا يتعلق به وإنما بإرادة المواطنين الروس الذين يعيشون في أوكرانيا ويتعرضون للاضطهاد، أو المواطنين الأوكرانيين الذين لا يريدون الانضمام إلى حلف الناتو، حيث أصر على التأكيد بأن ضم هذه المناطق بمثابة الخلاص بالنسبة لهم
- علم الجيش الروسي:



- يظهر خلف بوتن والزعماء علم الجيش الروسي وعليه شعار الامبراطورية الروسية (وهو عبارة عن نسر برأسين على خلفية حمراء اللون، وفوق النسر توجد ثلاثة تيجان، تاج صغير على كل رأس، وتاج كبير فوق هذين التاجين، ويمسك النسر بمخالبه الصولجان ورمز الدولة، وعلى صدر النسر يوجد صورة تذكارية للقديس مار جرجس وهو جندي مسيحي في الجيش الروماني^{٦٧} تم تكريمه كقديس حيث حُكم عليه بالإعدام عند رفضه التخلي عن المسيحية فأصبح من القديسين في المسيحية، ويشير اللون

الأحمر خلف النسر إلى الدم الذي يدافع به الجنود الروس عن بلدهم، كما يشير وضع صورة القديس مار جرجس في المنتصف إلى أن الديانة السائدة في روسيا هي المسيحية، وأن الدفاع عن الوطن من الدين، وأن القديس كان في الأصل جنديا مدافعا عن بلده.

- سيمائية لغة الجسد:

- يظهر بوتن في الصورة مشبكا يديه وممسكا بقوة بيد الزعماء الانفصاليين الأربعة؛ لإبراز أنهم جميعا يد واحدة، وأن أمنهم وحمايتهم مرهون بأمن روسيا، وأنهم أصبحوا الآن جزءا لا يتجزأ من روسيا، وأن حمايتهم والدفاع عنهم وتبعيتهم لروسيا ومنحهم حقوقهم كمواطنين روس أمر لا جدال فيه نتيجة لاختيارهم هذا بإرادتهم من خلال الاستفتاء، وهو ما أكدته خلال الاحتفال بقوله: (أهلا بكم في وطنكم).
- وتشير وضعية وقوف بوتن في المنتصف وحوله الزعماء الأربعة إلى اصطفاقتهم خلف قيادته وخضوعهم لسلطانه، وفيه دلالة على شعورهم بالأمان وهم متواجدون بجانبه.
- كما تظهر ملامح السعادة والارتياح على وجه الزعماء الأربعة للإشارة إلى شعورهم بالأمان تحت سلطة بوتن، وأنهم غير نادمين على القيام بهذه الخطوة، وأن هذا الانضمام جاء بناء على رغبة مواطني المناطق التي يتزعمونها، وهذا فيه إشارة لأمريكا والغرب والمجتمع الدولي بأكمله بأن بوتن ليس محتلا لهذه المناطق، وإنما يدافع عن رغبة من يريد أن ينضم لروسيا، ويكون تحت سلطته، وفي حماية روسيا.

- الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة:

من خلال التحليل السيميائي لمكونات الصورة يتضح أن الأسلوب الدعائي الغالب عليها هو التأكيد على أن بوتن ليس محتلا، بدليل مجيء زعماء هذه المناطق الأربع إليه بأنفسهم في الكرملين لإعلان نتائج الاستفتاء الذي أجري على مواطنيهم، وإبداء رغبتهم في الانضمام لروسيا، وفيه إبراز لانتصار بوتن، كما تتضمن هذه الصورة توجيه رسالة استفزازية إلى الغرب بأنه سيتم ضم باقي أوكرانيا تباعا كما تم ضم هذه المناطق الأربع بسهولة، وبدون حرب، وبناء على استفتاء شعبي.

الصورة التاسعة



المستوى التعيني للصورة (الوصفي):

نُشرت هذه الصورة بتاريخ ٢٠٢٢/١٢/٢٢ تحت عنوان: (الشعب الروسي يدعم بوتين في الاستمرار بالحرب على أوكرانيا) وكان هذا الخبر في إطار الإعلان عن نتائج احصائية جديدة لمركز ليفادا الروسي (مركز احصائيات مستقل غير حكومي) ^{٦٨} حيث أفاد بأن ٨٣% من الروس يؤيدون سياسة بوتين تجاه أوكرانيا، مقابل ١٥% يرفضونها، و ٢% امتنعوا عن التصويت، فبحسب النتائج أظهر الاستطلاع ارتفاع شعبية الرئيس الروسي، وهو ما أيدته استطلاعات رأي أخرى لمراكز تابعة للكرملين توصلت إلى أن نسبة تأييد بوتين تجاوزت ٨٠% لدى شعبه، ويظهر في الصورة عدد من المواطنين الروس مجتمعين أمام الكرملين حاملين العلم الروسي خلال احتفالهم بضم مناطق أوكرانية إلى روسيا وهنأهم لدعم بوتين.

- أبعاد الصورة: ١٠٨٠×١٦٢٠
- شكل الصورة: مستطيل
- حجم الصورة: 938 KB

المستوى التضميني للصورة (الدالي):

- **زاوية التصوير:** التقطت الصورة بزاوية أمامية بهدف إبراز الأشخاص الموجودين فيها وبيان تعبيرات وجوههم وتحديد المكان المتواجدين فيه.
- **نوع اللقطة:** اللقطة المتوسطة Medium shot حيث تم استخدام هذه اللقطة لإظهار أكبر عدد من الأفراد المتجمعين من الشعب الروسي مع بيان مدى سعادتهم وتضامنهم وتأييدهم لرئيسهم.
- **سيميائية الألوان:**
 - سادت الألوان الفاتحة والمبهجة على الصورة مما يثير انتباه المشاهد لها سواء من خلال ألوان ملابس الأشخاص أو ألوان العلم الروسي.
 - يتضح من الصورة أنه تم التقاطها في وضوح النهار أثناء السطوح الواضح للشمس مما يوحي بالأمل والنشاط والحيوية، وهذا يتفق مع مناسبة الصورة التي تضم عددا من المواطنين الروس الذين يُظهرون تأييدهم وتشجيعهم لرئيسهم، وأنهم يشعرون معه بالأمل في المستقبل، والسعادة والأمان والحماية تحت رئاسته.
- **سيميائية الأشياء:**
 - تغطي الأعلام الروسية خلفية الصورة مما يوضح اعتزاز المواطنين بدولتهم وشعورهم بالفخر والاعتزاز برئيسهم.
 - تظهر إحدى السيدات في المقدمة يسار الصورة مرتدية ألوان العلم الروسي للإشارة إلى افتخارها واعتزازها ببلدها.
 - يشير تنوع الفئات العمرية الموجودة في الصورة إلى أن بوتين يحظى بشعبية واسعة سواء على مستوى الشباب أو كبار السن، وكذا باختلاف النوع من ذكور وإناث.

سيمائية لغة الجسد:

- يظهر في الصورة مجموعة من المواطنين الروس حاملين علمهم، تعلق وجوههم ملامح الفرحة والسعادة، حيث يقفون أمام الكرملين ينظرون بفخر وسعادة، ويلوحون ويصفقون للرئيس الروسي الذي ينظر إليهم من إحدى شرفات الكرملين.
- ويتضح من خلال لغة جسد المواطنين وتصفيقهم بحرارة ناظرين إلى بوتن رضاهم عن سياسته ودعمهم له، ووقوفهم مع ما يراه في مصلحة روسيا.

الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة:

من خلال التحليل السيميائي لمكونات الصورة يتضح أن الأسلوب الدعائي الغالب عليها هو بيان مدى شعبية الرئيس بوتن، وتأييد جميع فئات الشعب له ودعمهم لقراراته، كما يتضح نجاح استراتيجية حشد التعاطف والتضامن الشعبي التي اعتمد عليها منذ بدء غزوه على أوكرانيا، ويبدو أن هذا الدعم الكبير ناتج عن الأيدلوجية السائدة التي ينتهجها والمتمثلة في معاداة الغرب وإظهارهم دائماً بمظهر مهدي أمن روسيا واستقرارها، وقد يرجع هذا الدعم أيضاً إلى شعور المواطنين وإيمانهم العميق بفكرة (روسيا العظمى) التي يحرص بوتن على التأكيد عليها في جميع خطباته من أجل حشد التأييد الداخلي، حيث يتبنى بوتن نهجاً قومياً واضحاً من خلال إحياء ذكريات القوة التي كانت تتمتع بها البلاد إبان الحقبة السوفيتية، والترويج لفكرة استعادة مجد الامبراطورية الروسية والتي تعتبر حلم بوتن الذي يحارب لاستعادته، كما يقدم بوتن نفسه بوصفه زعيماً قوياً أنقذ روسيا من الأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي شهدتها في تسعينيات القرن الماضي، ومدافعاً عن مصالح روسيا الحيوية خصوصاً في مواجهة الغرب.

الصورة العاشرة:



المستوى التعييني للصورة (الوصفي):

تم نشر هذه الصورة بتاريخ ٢٥/١١/٢٠٢٢ تحت عنوان (الأمم المتحدة تؤكد صحة فيديو إعدام الأسرى الروس على يد جنود أوكرانيين) وجاء هذا الخبر عقب نشر مقطع فيديو لعدد من الجنود الأوكرانيين يطلقون النار على ما لا يقل عن إحدى عشر جندياً روسياً تم أسرهم على أراضي جمهورية لوغانسك الشعبية – والتي تم استقلالها فيما بعد- حيث قام المفوض السامي رئيس بعثة المراقبة التابعة للأمم المتحدة في أوكرانيا بعمل تحقيق موسع حول مقطع الفيديو المنشور، وأكد على أن القوات الأوكرانية نفذت هذا الإجراء الانتقامي ضد الجنود الروس الذين تم أسرهم، وشدد على ضرورة إصدار تعليمات واضحة للقوات بعدم جواز الأعمال الانتقامية ممن يعتبرون أسرى حرب، وضمن الامتثال الكامل لهذه التعليمات نظراً لأن اتفاقيات جنيف تنص على شرط المعاملة الإنسانية للأسرى.

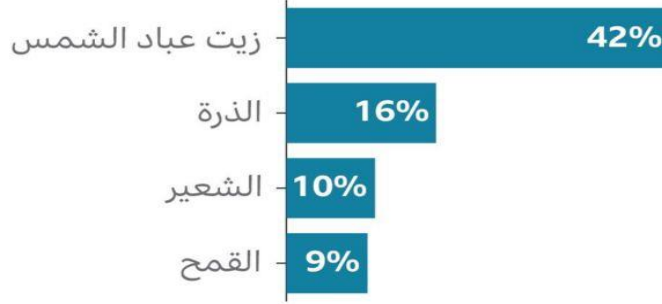
- أبعاد الصورة: ٥٥١×٩٨٠
- شكل الصورة: مستطيل
- حجم الصورة: 131 KB

المستوى التضميني للصورة (الدالي):

- **زاوية التصوير:** التقطت هذه الصورة بزاوية المواجهة الأمامية لبيان أبعاد الصورة وجميع عناصرها بشكل واضح.
- **نوع اللقطة:** Close Up وتم الاعتماد على هذه اللقطة لإبراز نقاط الدم المبعثرة على العلم الأوكراني؛ للإشارة إلى دم الجنود الروس الذين قامت القوات الأوكرانية بإعدامهم بالرغم من أنهم أسرى حرب.
- **سيميائية الألوان:**

• يظهر في الصورة العلم الأوكراني الذي يتألف من لونين فقط متساويين في الحجم هما اللون الأزرق في الأعلى ليبدل على لون السماء والعلو والارتفاع، والأصفر في الأسفل ليبدل على سنابل القمح والذرة والتي تشتهر أوكرانيا بزراعتها وتصديرهما للعديد من دول العالم، حيث تلعب أوكرانيا دوراً كبيراً كمصدر للغذاء فتسهم بتوفير نحو ١٦% من الذرة، و ١٠% من الشعير، ٩% من القمح اللذان يتم تداولهما في الأسواق العالمية.

أوكرانيا مزود رئيسي لعدد من المحاصيل المهمة النسبة المئوية من الصادرات العالمية، 2019



BBC

المصدر: OWID ومنظمة الأغذية والزراعة التابعة للأمم المتحدة

- كما يظهر اللون الأحمر (لون الدم) الذي يشير إلى القتل وإزهاق الأرواح، وفيه دلالة على دم الجنود الروس الذين تم قتلهم.

سيميائية الأشياء:

- العلم الأوكراني: اعتمد هذا العلم في عشرينيات القرن الماضي وأعيد استخدامه رسمياً عقب انهيار الاتحاد السوفيتي، ويشير استخدام العلم كخلفية للصورة وراء اليد للدلالة إلى أن أوكرانيا هي السبب في الحرب والقتل والدمار.
- اليد المملوطة بالدماء: وترمز إلى أوكرانيا وجنودها الذين قاموا بقتل الجنود الروس؛ لتشير إلى أنهم المسؤولون عن إزهاق أرواح هؤلاء الجنود، وأن أوكرانيا هي السبب وراء استفزاز روسيا للقيام بهذه الحرب، حيث تسعى روسيا دائماً للتأكيد على أنها دولة ليست معتدية وإنما مدافعة عن أمنها ضد النازية الأوكرانية وأنصارها الموالين للغرب ضد روسيا.

الأسلوب الدعائي الذي تتضمنه الصورة:

يشير التحليل الدلالي لمكونات الصورة إلى أن الأسلوب الدعائي الغالب عليها هو بيان الإجرام الذي تمارسه أوكرانيا ضد الجنود الأسرى الروس، وأنها بذلك تخترق القواعد الدولية للحرب المتمثلة في اتفاقيات جنيف، والتي تقضي بحسن معاملة أسرى الحرب، وتستهدف الصورة أيضاً التأكيد على أن أوكرانيا هي المسؤول الأول والسبب الرئيس في العملية العسكرية الحالية وليس روسيا؛ وذلك بسبب الأعمال الاستفزازية لها ولحلف الناتو وأمريكا وغيرها من الدول الغربية، مصورة أوكرانيا باليد المملوطة بدماء الأبرياء، حيث تؤكد روسيا في العديد من خطاباتها الرسمية إلى أن أوكرانيا أصبحت حقل تجارب للأسلحة الغربية حيث تقدم هذه الدول لأوكرانيا الأسلحة الحربية بهدف تجربتها على أرض الواقع ومعرفة مدى تأثيراتها، وليس بهدف دعمها وتزويدها بالأسلحة للقتال ضد روسيا، كما تؤكد على أن المدنيين الأوكرانيين هم ضحايا الغطرسة الأوكرانية والتمويه الغربي، وأن القيادة الأوكرانية لا تهتم بوقف القتال ولا

تسعى للحفاظ على أرواح شعبها، وإنما تسيير خلف المخططات الأمريكية والغربية التي سوف تُلقى بأوكرانيا في الهاوية.

نتائج الدراسة:

يتضح من خلال العرض السابق للدراسة التحليلية السيميائية التي أجريت على الصور محل الدراسة والمنشورة بموقع قناة روسيا اليوم (RT) والمتضمنة لأساليب الدعاية الروسية خلال الحرب على أوكرانيا ٢٠٢٢ ما يلي:

١- أن الدعاية الروسية متجذرة في التاريخ الروسي الحديث خاصة خلال فترة الاتحاد السوفيتي وما بعدها، بالإضافة إلى أنها قائمة على أسس علمية واستراتيجيات مدروسة ومخططة تمنحها خبرات متراكمة وقدرة على التحور والتكيف من حيث التكنولوجيا المستخدمة والأساليب والمحتوى.

٢- تختلف الدعاية السياسية الروسية عن الدعاية السياسية الدولية السائدة في غيرها من الدول من حيث كونها دعاية وظيفية في الأساس تمثل جزءاً لا يتجزأ من مكونات الدولة، وهو ما يتفق مع دراسة (هبة الله نصر ٢٠٢٣)^٩ والتي أكدت على أن الدعاية الروسية تعد وسيلة رئيسية وضرورية لممارسة الحكم، حيث تخضع للتطوير والتقييم المستمر، مثلها مثل بقية مكونات الدولة.

٣- أظهرت نتائج التحليل أن لغة جسد بوتن في الصور محل الدراسة مليئة بالعديد من الدلالات والإيحاءات المقصودة، وأن لديه قدرة عالية على استخدام لغة جسده بشكل يدل على معرفة تامة ودراسة وخبرة بهذا المجال، ولا عجب في ذلك فقد درس بوتن لغة الجسد منذ أكثر من ٣٠ عاماً على يد الاسترالي آلان بيس خبير لغة الجسد المشهور عالمياً والذي كان يقوم بتدريبه منذ أن كان بوتن نائباً لرئيس بلدية سان بطرسبرج^٧ وقد اهتمت وزارة الدفاع الأميركية بدراسة التواصل غير اللفظي للعديد من زعماء العالم وعلى رأسهم الرئيس الروسي بوتن، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه أندرو مارشال^{٧١} مدير مكتب الدراسات الاستخلاصية التابع للبيتاجون الذي أشرف على دراستين تم إجراؤهما حول لغة الجسد والتواصل غير اللفظي عند بوتن خلال عامي ٢٠٠٨ و٢٠١٢ وجرت الاستعانة بهما في تحليل شخصية بوتن أثناء الحرب على أوكرانيا عام ٢٠١٤ حيث أكدت الدراسات أن بوتن لديه قدرة عالية في التحكم واستعمال لغة جسده بشكل مدروس.

٤- يحرص بوتن على التقاط صورته الرسمية وإلقاء خطابه من داخل مكتبه الرئاسي في الكرملين على يمينه العلم الروسي (ذو الألوان الأبيض والأزرق والأحمر)، وعلى يساره العلم الرئاسي الذي يتوسطه النسر ذو الرأسين مما يشير إلى حرصه المستمر على إظهار الهيبة الروسية والقوة والسيطرة والتفوق.

٥- ظهر التنوع في الأساليب الدعائية الروسية التي تضمنتها الصور عينة الدراسة حيث شملت مجموعة من الأساليب المؤثرة في مجال الدعاية السياسية خلال الحرب منها: (أسلوب التهديد والتخويف والتوعد بالانتقام، وأسلوب الحرب النفسية وترويع الجيش الأوكراني وزعزعة ثقته بنفسه، وأسلوب دعم الجيش الروسي ورفع الروح المعنوية للجنود، وأسلوب الافتخار بالقوة العسكرية والأنظمة الدفاعية الصاروخية التي لا مثيل لها في العالم والتلويح بالردع النووي، وأسلوب التبرير وتحويل الانتباه وإلقاء اللوم

والمسئولية على أوكرانيا، والتأكيد على وحدة الصف بين القيادة السياسية والعسكرية، بالإضافة إلى حشد التعاطف والتضامن الشعبي من خلال التأكيد على فكرة روسيا العظمى والترويج لفكرة استعادة مجد الإمبراطورية الروسية إبان حقبة الاتحاد السوفيتي)، وهو ما يتفق مع دراسة (هبة الله نصر ٢٠٢٣) ^{٧٢} التي أكدت على حرص روسيا على استخدام مختلف الأساليب الدعائية الممنهجة لتحقيق أهداف محددة مسبقاً.

٦- بالرغم من أن بوتن يحرص دائماً على ظهوره بمظهر الرجل القوي الصارم رئيس دولة روسيا العظمى الذي لا يهاب شيئاً إلا أنه خلال الحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢ نجده يفضل استخدام أسلوب التبرير وإلقاء اللوم على الآخرين، حيث يحرص في العديد من المناسبات على التأكيد بأن أوكرانيا هي السبب وراء الحرب، وأن روسيا لم تكن تريد هذا وإنما اضطرت لذلك للدفاع عن نفسها، بالإضافة إلى تأكيده في العديد من الخطابات الرسمية على دور الغرب وأمريكا في تطور واستمرار الحرب، وهذا ما أكدته دراسة (الأميرة سماح صالح ٢٠٢٠) ^{٧٣} التي توصلت إلى أن كثيراً من الحكومات تبرر أفعالها للجمهور بالحماية ضد الخوف والتهديد والعنف والإرهاب المتخيل من القوى السياسية المخالفة للسلطة، وتحويلها إلى قوى معادية للشعب ومصالح الأمة.

٧- يوجد تعليق أسفل جميع الصور عينة الدراسة، وهذا يعد محاولة من الموقع لاستخدام النص ليؤدي وظيفة تكاملية مع الصورة وهي وظيفة الشرح والتوضيح، وبالتالي المساهمة في توصيل المعنى المراد، مما يقدم فهماً أوسع، ويعطي تأثيراً أعمق للأساليب الدعائية الكامنة وراء استخدام هذه الصور، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (سالي نصار ٢٠٢٠) ^{٧٤}، (Jonathan Ilan 2017) ^{٧٥} اللتان أكدت على أهمية وجود تعليق مصاحب للصور المنشورة عبر المواقع الإخبارية بحيث يدعمها بمجموعة من المعاني اللغوية التي تؤثر في عملية قراءة الصورة وتحليلها، وتحقيق فهم أعمق لما تحتويه من عناصر.

٨- تميزت غالبية الصور عينة الدراسة بالحجم الكبير نسبياً مما ساعد في ضم المزيد من العناصر المرئية، ووجود الكثير من التفاصيل الضرورية اللازمة لتحقيق الهدف الدعائي من وراء استخدامها من خلال ما تحمله هذه التفاصيل من معاني ضمنية كامنة، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة كل من (سالي نصار ٢٠٢٠) ^{٧٦}، (حسين الربيعي ٢٠١٤) ^{٧٧} واللذان أكدت على أن الصور الأكبر حجماً تشتمل على المزيد من التفاصيل مما يجعلها الأقدر على جذب انتباه عين القارئ والتأثير عليه بشكل يفوق قدرة الكلمات والألفاظ.

٩- ساعد تنوع زوايا التصوير التي تم التقاط الصور عينة الدراسة بها على تكوين سيميائية دلالية واضحة لهذه الصور من خلال إبراز ما تضمنته من أساليب دعائية خفية كامنة بها، حيث استُخدمت الزاوية الأمامية في كثير من الصور لإبراز ملامح الوجه وتفاصيله بشكل أدق وأوضح بهدف توصيل رسالة دعائية من خلال تعبيرات الوجه ولغة الجسد، كما استُخدمت الزاوية الجانبية التي سعت للتركيز على شيء ما أو شخص معين في الصورة دون غيره لإعطاء دلالة محددة، واستُخدمت أيضاً الزاوية المنخفضة لإظهار الأشياء والأشخاص بشكل أكثر طولاً وضخامة فتوحي بالعظمة أو القوة

وتعزيز المبالغة في سيطرتهم على أبعاد الصورة ومن ثم السيطرة والاستحواذ على الموقف، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نشوى اللواتي ٢٠٢١) ^{٧٨} التي أكدت على قدرة زوايا التصوير على إبراز الدلالات الرمزية في الصور الصحفية المنشورة عبر المواقع الإخبارية، وهو أيضاً ما أكدته دراسة (منى عبد الجليل ٢٠٢٠) ^{٧٩} التي توصلت إلى أهمية تنوع زوايا التصوير في تكوين دلالات سيميائية مختلفة حول صورة المرأة في المواقع الإلكترونية.

١٠- أظهر التحليل السيميائي استخدام الألوان في الصور وتوظيفها بشكل مخطط بما يخدم الأهداف الدعائية المرجوة من ورائها ويجعلها مضمونة التأثير من خلال ما تحمله من معاني ودلالات نفسية تجعل المتلقي على استعداد لتقبل هذه الرسائل الدعائية، وهو ما يتفق مع دراسة (Anggraeni, Y ٢٠٢١) ^{٨٠} التي أكدت على أن استخدام الألوان في الصور الصحفية يحقق العديد من التأثيرات السيكولوجية في نفس المتلقي، حيث تستطيع الألوان أن تخلق حالة نفسية ومزاجية تجعل المشاهد أو القارئ أكثر استعداد لاستقبال الرسالة الإعلامية، وهذا ما توصلت إليه أيضاً دراسة (حسين ربيع ٢٠١٧) ^{٨١} التي أكدت على أن الصور التي ينشرها تنظيم داعش في مجلة دابق تستخدم الألوان، ويقوم التنظيم بتوظيفها في الصور بما يخدم أغراضه بحيث يجعل الرسائل البصرية التي تحملها هذه الصور مؤثرة على المتلقي، وتختلف هذه النتيجة عن ما توصلت إليه دراسة (وفاء ثروت ٢٠١٧) ^{٨٢} بأن الألوان لم يتم توظيفها كما ينبغي في الصور محل الدراسة مما أفقدها القدرة على توصيل دلالتها المطلوبة.

توصيات الدراسة:

- ١- بناء على النتائج السابقة تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات من أهمها:
- ضرورة الاهتمام بدراسة وتحليل ونقد الصور الخاصة بالدعاية السياسية التي تمارسها الدول خلال الأزمات والحروب؛ نظراً لما لها من دور هام في فهم الأهداف التي تسعى هذه الدول لتحقيقها من وراء هذه الدعاية.
- ٢- توجيه اهتمام الباحثين لإجراء المزيد من الدراسات السيميائية في مجال الدعاية السياسية بشكل أعمق، بالتطبيق على عينات صغيرة أو حالات فردية، بعيداً عن فكرة التعميم التي تعتمد على الأرقام والإحصاءات.
- ٣- التأكيد على دور الإعلام الجديد في التوعية بمخاطر الدعاية السياسية الدولية الموجهة والتي تكون أغلبها مضللة، وتعتمد على الشائعات، وتشويه الحقائق، وتستهدف أمن واستقرار الدول.
- ٤- تفعيل دور المنظمات والمؤسسات السياسية من خلال إجراء البحوث، وإقامة المؤتمرات والندوات التي تهتم بتوعية الجمهور وتعريفه بأهداف الدعاية السياسية الموجهة.
- ٥- تعزيز الاهتمام بالصور في وكالات الأنباء المحلية والإقليمية، ومؤسسات الإنتاج الإعلامي، والمكاتب الإعلامية العربية؛ للخروج من سيطرة الوكالات العالمية المصورة، والتصدي للدعايا التي يبثها الإعلام الموجه.

- ٦- تأهيل كوادر إعلامية متخصصة في التصوير الصحفي بشكل احترافي، وتنمية هذه الكوادر لتكون مؤهلة للتعامل مع مختلف القضايا بما يحقق أهداف المؤسسات والحكومات.
 - ٧- إنشاء مكتبة أرشيفية للصور المتعلقة بالدعاية السياسية يمكن الرجوع إليها في إعداد المقالات والتقارير والموضوعات الصحفية، أو الدراسات والبحوث الجامعية.
- ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:**
- ١- دراسة تأثير الدعاية الروسية على الجمهور الروسي بصفة خاصة، والجمهور والحكومات الدولية بصفة عامة.
 - ٢- دراسة دور الأساليب الدعائية الروسية في دعم اتخاذ القرارات في الحكومة الروسية.
 - ٣- دراسة دور الأساليب الدعائية الروسية في تشكيل الصورة الذهنية الدولية لروسيا.
 - ٤- دراسة الأساليب الدعائية للحكومات خلال الأزمات السياسية الدولية التي تتعرض لها.

الهوامش والمراجع:

- ^١ هبة الله نصر مصطفى: "آليات توظيف سرديات الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الإخبارية الروسية خلال الصراع الأوكراني" *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، جامعة بني سويف، كلية الإعلام، المجلد ٥، العدد ١، يناير ٢٠٢٣.
- ^٢ Dimtry Chernobrov & Emma Briant (2022): *Competing propagandas: How the United States and Russia represent mutual propaganda activities*, Political Studies Association, Vol. 42(3). 2022, 393–409.
Available at : <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0263395720966171>
- ^٣ يسرا حسني عبد الخالق: "التحولات الجديدة في آليات الاتصال السياسي في البيئة الرقمية: الدعاية والتسويق السياسي المبني على تحليل البيانات والاستهداف الدقيق للجمهور" *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد ٢٠، العدد ٣، الجزء ٢، ٢٠٢١.
- ^٤ هبة محمد شفيق: "خطاب الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية عبر تويتر في مواجهة خطاب التلاعب السياسي – دراسة للعدوان الإسرائيلي على غزة ٢٠٢١" *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٩، الجزء ٣، ٢٠٢١.
- ^٥ محسن الكناني، محمد مبارك، علي الكرار صالح: "سيمائية الخطاب الدعائي في مواقع التواصل الاجتماعي – دراسة سيميائية للتقارير الإخبارية في قناة مكان الإسرائيلية" بحث مستل من رسالة ماجستير، *مجلة الباحث الإعلامي*، العراق، جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلد ٢١، العدد ٥، ٢٠٢١.
- ^٦ Sumonu Mongrine: *Mass media political propaganda and the 2019 General Election in Nigeria*. Academia.edu, 2019.
https://www.academia.edu/38824451/Mass_media_political_propaganda
- ^٧ Zorica Trajkova & Silvana Neshkovska: *Online hate propaganda during election period: The Case of Macedonia*, De Gruyter Academic Publishing, online published ٢٠١٨
Degruyter.com/document/doi/10.1515/ipp-2018.
- ^٨ Dan Arnaudo: "Computational Propaganda in Brazil, social bots during elections", **Computational Propaganda Research Project**, University of Washington, 2017.
<https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:e88de32c-baaa-4835-bb76-e00473457f46>
- ^٩ Saied Abu Mualla: "Palestinian –Israeli Cyber Conflict A: Analytical study of the Israeli propaganda on Facebook Adraei's page as an example" **Journal of the Arab University**, Vol 3, NO 2, 2017, p.p. 52- 75.
- ^{١٠} Robert Faris, Hal Roberts, Bruce Etling: "Partisanship, Propaganda, and Disinformation: Online Media and the 2016 U.S. Presidential Election, **The Berkman Klein Center for Internet & Society Research Publication Series**, No.6 August 2017.
<http://nrs.harvard.edu/urn-3:HUL.InstRepos:33759251>
- ^{١١} Matt Evans: *Information dissemination in new media: YouTube and the Israeli-Palestinian conflict*, Media, War&Conflict, Vol.9, NO3, ٢٠١٦, p.p.325 -343.
- ^{١٢} Bahar Satar, Pour Kolahi: *What does Daesh want you to know? A study of Daesh's propaganda through their online-magazine Dabiq*, Unpublished Master

Thesis, Lund, Sweden, Lund University, Center for Middle Eastern Studies, 2016.

^{١٢} سلوى سليمان الجندي، إيناس عبد الحميد الخريبي: "الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الدعاية الانتخابية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي- دراسة على الانتخابات المصرية ٢٠١٤" **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٣، ٢٠١٥.

¹⁴ Irom.P, Borah. P & Gippons.S: "The Rohingya Refugee Crisis: A Social Semiotic Study of Visuals in The New York Times and The Washington Post" SAGE JOURNALS, Journalism & Mass Communication Quarterly, First published online February 13, 2023.

Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/10776990221132559>.

^{١٥} إيسراء صابر عبد الرحمن: "سيمائية الصورة الصحفية لأزمة سد النهضة في المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد ١١، العدد ٢٤ يوليو ٢٠٢٢.

¹⁶ Anggraeni, Y.: Representation of the Indonesia Government in Handling COVID-19 Case on Tempo Magazine Cover, **E-Journal of Linguistics**, Vol.15, No.1, ٢٠٢١, P.19.

^{١٧} نشوى يوسف اللواتي: " التحليل السيميولوجي لصور جائحة كورونا في المواقع الإخبارية - دراسة مقارنة بين موقعي DW الألماني، France 24 الفرنسي في نسختها الناطقة بالعربية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٨، ج ٤، ٢٠٢١، ص.ص. ١٧٠٤ - ١٧٦٤.

^{١٨} سارة عبد الفتاح السيد: " التحليل السيميولوجي للصورة الإعلانية السياحية في الصحف الإلكترونية المصرية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٨، ج ٤، ٢٠٢١، ص.ص. ١٨٦٦ - ١٩٠٢.

^{١٩} منى محمود عبد الجليل: " صورة المرأة في إعلانات الصحف الإلكترونية المصرية" **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٩، ٢٠٢٠.

^{٢٠} سحر عبد المنعم الخولي: " سيميولوجية الصورة في الصحافة المصرية الورقية دراسة تحليلية لصفح الأهرام والوفد والمصري اليوم" **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٦٦، يناير ٢٠١٩، ص ٣٥٧ - ٤٠٩.

^{٢١} محمد حسين محمد عيسى: " سيميائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي" **مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية**، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، العدد ١٠، ٢٠١٨.

^{٢٢} حسين محمد ربيع: " سيميائية الصورة في الخطاب الصحفي للتنظيمات المتطرفة- دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الرسائل البصرية بمجلة دابق وفقا لمقاربة رولان بارت"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٤٨، ٢٠١٧، ص.ص. ٢٩٣ - ٣٤٤.

^{٢٣} علاء الدين أحمد عباس: " صناعة الخوف في خطاب الصورة الدعائي لتنظيم داعش الإرهابي عبر مواقع الإنترنت"، **مجلة الباحث الإعلامي**، العراق، جامعة بغداد، كلية الإعلام، العدد ٣٨، ٢٠١٧، ص.ص. ٦٧ - ٩٤.

^{٢٤} وفاء عبد الخالق ثروت: " دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية في مصر" **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٥٩، ٢٠١٧، ص.ص. ٩٥ - ١٦٨.

^{٢٥} منى محمود عبد الجليل: مرجع سابق ٢٠٢٠ ص ٥٤١.

^{٢٦} على عبد الرازق جلبي: "المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع" (مصر، دار المعرفة الجامعية ٢٠١٢) ص ١٩.

²⁷ Daniel Chandler: Semiotics: The Basics, (London, Routledge,2002) p15.

- ²⁸ Sri Hesti Heriwati: "Semiotics in Advertising as A Way to Play Effective Communications", 4th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries, volume 41,2017.
- ²⁹ Aiello Giorgia: Visual Semiotics: Key Concepts and New Directions, 2nd The SAGE Handbook of Visual Research Methods,2020.
- ³⁰ حسام الهامي: " سيميولوجية التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية لبنية الرموز غير اللفظية على موقع فيس بوك"، بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، السعودية، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، ٢٠١٥ .
- ³¹ سعيد بنكراد: " السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها" (المغرب، الدار البيضاء، منشورات الزمن ٢٠٠٣) ص ٤١ .
- ³² Sri Hesti Heriwati: "Semiotics in Advertising as A Way to Play Effective Communications", 4th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries, volume 41.,2017.
- ³³ محمد أسامة العبد، الإشارات والرموز والأيقونات البصرية، سوريا، مجلة الثورة، مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر . Available at: <http://www.thawra.gov.s, 2820/4/>
- ³⁴ Ahmed Hussein & Lina Nabil: COVID-19 humor in Jordanian social media: A Socio-Semiotic approach, Heliyon, Vol.6, Issue 12, 2020.
- ³⁵ محمد أسامة العبد: مرجع سابق، بدون تاريخ.
- ³⁶ عبد الجليل مرتاض: " المقاربة السيميائية لتحليل الخطاب الإشهاري" مجلة الأثر للأدب واللغات، الجزائر، جامعة قاصدي مرباح، العدد ٧، ٢٠٠٨ ص ٧.
- ³⁷ دانيال تشاندلر: أسس السيميائية، ترجمة: طلال وهبة، (لبنان، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط ٨، ٢٠١٢) ص ٤.
- ³⁸ سعيد بنكراد: " السيميائيات النشأة والموضوع"، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مجلة عالم الفكر، العدد ٣، المجلد ٣٥، ٢٠٠٧ .
- ³⁹ مخلوف حميدة: "سلطة الصورة - بحث في إيديولوجيا الصورة وصورة الأيديولوجيا"، تونس: دار سحر للنشر، ط ١، ٢٠٠٤) ص ١.
- ⁴⁰ عبد الجليل مرتاض: " المقاربة السيميائية لتحليل الخطاب الإشهاري" الجزائر، جامعة قاصدي مرباح، مجلة الأثر للأدب واللغات، العدد ٧، ٢٠٠٨، ص ٢، ٣.
- ⁴¹ Kelly McKay-Semmler: The Photographs Are Us: A Sociological Reflection on Images of Abu Ghraib", A Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, CA, May 23, 2007.
- ⁴² نشوى يوسف اللواتي: مرجع سابق ٢٠٢١ ص.ص ١٧٠٤ - ١٧٦٤ .
- ⁴³ محمد سالم: التواصل الثقافي للصورة المرئية، أعمال ندوة الصورة والخطاب - قضايا النقد الأدبي بين النظرية والتطبيق- المغرب، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، مركز الدراسات والبحوث الإنسانية 2009 ص ٣٥ .
- ⁴⁴ محمد أسامة العبد، الإشارات والرموز والأيقونات البصرية، سوريا، مجلة الثورة، مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر . Available at: <http://www.thawra.gov.s, 2820/4/>
- ⁴⁵ برنار توسان: "ما هي السيميولوجيا" ترجمة: محمد نظيف (لبنان، بيروت: أفريقيا الشرق ط ٢، ٢٠٠٠) ص ٨٠ .
- ⁴⁶ إبراهيم محمد سليمان: " مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة" الجزائر، المجلة الجامعة، جامعة الزاوية، كلية الآداب، قسم الإعلام، المجلد الثاني، العدد ١٦، ٢٠١٤ ص ١٧٠ .

- ⁴⁷ Gervereau Lauren, Voir, comprendre: Analyser les images. Paris, Edition La de couverte 1997.
- ⁴⁸ سمير محمد حسين: "الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام" (مصر، القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع 1984) ص ٢٣، ٢٤.
- ⁴⁹ هادي فليح، حامد فأرة: " نشأة وتطور الدعاية السياسية المداخل النظرية" مجلة ذي قار، العراق، الناصرية، جامعة ذي قار، مجلد ٣ العدد ٣، ٢٠٠٧، ص ١٤٣.
- ⁵⁰ جمال عسكر، ياسين طه: " الدعاية مفهومًا، وتعريفًا، وأسلوباً -دراسة تحليلية عن الدعاية الإسرائيلية خلال حربها على غزة ٢٠٠٨ - ٢٠٠٩" مجلة آداب الفراهيدي، العراق، جامعة تكريت، العدد ١، ٢٠٠٩، ص ٥٥٩ - ٥٦٠.
- ⁵¹ هادي فليح، حامد فأرة: مرجع سابق ٢٠٠٧ ص ١٤٦.
- ⁵² Jacques Ellul's (1969): Propaganda, The Formation of Men's Attitudes, ١٩٦٩ p.62
- ⁵³ نشأت الأقطش: الدعاية الإعلامية (فلسطين، الخليل، مركز الوطن ١٩٩٩) ص ١٦.
- ⁵⁴ سبأ باهيري: قراءات واجتهادات في الحرب النفسية (السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط ١، ٢٠٠١) ص ٧٢.
- ⁵⁵ Dennis Kux: Soviet Active Measures and Disinformation: Overview and Assessment," Parameters, 15, No.1, ١٩٨٥, p 20.
- ⁵⁶ Peter Pomerantsev: Ukraine at War: Truth against Russian Propaganda, (Materials of the conference, Brussels, European Parliament, June 2015, p 23.
- ⁵⁷ Media Ajir and Bethany Vaillant: "Russian Information Warfare: Implications for Deterrence Theory" **Strategic Studies Quarterly**, Vol.12, No.3, 2018, p 72.
- ⁵⁸ Steve Abrams: Beyond Propaganda: Soviet Active Measures in Putin's Russia, Partnership for Peace Consortium of Defense Academies and Security Studies, Vol. 15, No.1, 2016, p. 5-31
- ⁵⁹ Greg Simons: "Russian public diplomacy in the 21st century: Structure, means and message" Uppsala Centre for Russian and Eurasian Studies, Uppsala University, Swedish National Defence College, Department of Communication Sciences, Turiba University, Riga, Latvia, 2014.
- ⁶⁰ أنا بورشفسكايا وكاترين كليفلاند: الدعاية العربية الروسية- ماهيتها وأهميتها (أمريكا، معهد واشنطن ٢٠١٨) ص ٥.
- متاح على الرابط: <https://www.washingtoninstitute.org/media/4210>
- ⁶¹ إيمان زهران: "تحولات السياسة الأمريكية تجاه الشرق الأوسط في ضوء الحرب الروسية الأوكرانية" مجلة آفاق عربية وإقليمية، الهيئة العامة للاستعلامات، مجلد ٦، العدد ١١، أكتوبر ٢٠٢٢ ص ١٠٣ - ١٨٣.
- ⁶² أسماء حداد: " الاستراتيجية الروسية في إدارة الأزمة الأوكرانية- تحليل نموذج الحرب الهجينة- "دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، قسم الدراسات الدولية ٢٠١٩ ص ٣.
- ⁶³ - أبرز تصريحات الرئيس فلاديمير بوتين مع القادة الروس - موقع العاصمة (elasimah.com)
- الحرب "الروسية-الأوكرانية.. "هكذا كذب الغرب وصحافته على العالم ! - كتابات (kitabab.com)
- كيف حول الإعلام الروسي غزو أوكرانيا إلى رواية أخرى؟ - شبكة رؤية الإخبارية (roayahnews.com)

- روسيا وأوكرانيا: ما سبب الأزمة بين البلدين؟ BBC News - عربي
<https://www.bbc.com/arabic/world-60471536>

^{٦٤} - من هم القوميون المتطرفون؟

<https://hi-in.facebook.com/almayadeen/posts/8066096773415801/>

⁶⁵ <https://arabic.rt.com/> الموقع الرسمي لقناة روسيا اليوم

^{٦٦} أنا بورشفسكايا وكاثرين كليفلاند: الدعاية العربية الروسية- ماهيتها وأهميتها- (أمريكا، معهد واشنطن ٢٠١٨) ص٥. متاح على الرابط:

<https://www.washingtoninstitute.org/media/4210>

⁶⁷

[https://web.archive.org/web/20201105220116/https://snl.no/Russlands_flagg_og_v%](https://web.archive.org/web/20201105220116/https://snl.no/Russlands_flagg_og_v%g)

منشور بتاريخ : ٩ ديسمبر ٢٠٢٢ [C3%A5pen](https://www.levada.ru/en/ratings/)

⁶⁸ <https://www.levada.ru/en/ratings/>

^{٦٩} هبة الله نصر مصطفى: مرجع سابق ٢٠٢٣ ص ٤٧٦.

⁷⁰ منشور بتاريخ ٢٢ مارس ٢٠٢٢. <https://aawsat.com/home/article/3546466>

⁷¹ <https://www.dw.com/ar>.

^{٧٢} هبة الله نصر مصطفى: مرجع سابق ٢٠٢٣ ص ٤٧٦.

^{٧٣} الأميرة سماح صالح: " التوظيف السياسي لاستمالات التخويف في وسائل الإعلام كما يدركها الجمهور المصري - الحرب على الإرهاب أنموذجاً- " مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام العدد ٥٤، الجزء ٥ يوليو ٢٠٢٠ ص: ٢٨٤٤- ٢٩٣٠.

^{٧٤} سالي نصار: "الصورة الإخبارية المنشورة على حسابات وكالات الأنباء العالمية على مواقع التواصل الاجتماعي(أنستجرام نموذجاً) دراسة تحليلية سيميائية" المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الأعلام، العدد ٤، مجلد ١٩ ديسمبر ٢٠٢٠ ص ٣٣٥.

⁷⁵ Jonathan Ilan: News and the word-image problematic: A (key) word on international news pictures' production, Journalism, Vol 18, N:8, 2017, p.989-990

^{٧٦} سالي نصار: مرجع سابق، ٢٠٢٠، ص ٣٣٦.

^{٧٧} حسين الربيعي: الأساليب الإخراجية للصورة الصحفية في الجرائد اليومية العراقية - دراسة وصفية تحليلية للجرائد اليومية (الصباح والزمان والبيان أنموذجاً)، مجلة آداب الفراهيدي، العراق، العدد ١٩، ٢٠١٤، ص ٢٢٢.

^{٧٨} نشوى يوسف اللواتي: مرجع سابق، ٢٠٢١، ص ١٧٥٢.

^{٧٩} منى محمود عبد الجليل: مرجع سابق، ٢٠٢٠، ص ٥٦٧.

⁸⁰ Anggraeni, Y.: Representation of the Indonesia Government in Handling COVID-19 Case on Tempo Magazine Cover, E-Journal of Linguistics, Vol.15, No.1, ٢٠٢١, P.19.

^{٨١} حسين محمد ربيع: مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ٣٣٥.

^{٨٢} وفاء عبد الخالق ثروت: مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ١٦٤.