التحليل الموضوعي للصورة الصحفية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية بالمواقع الإلكترونية للصحف العالمية

بحث للنشر ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام

من قسم الصحافة

إعداد الباحثة

إيمان طارق إمام أحمد

المدرس المساعد بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة بنها

إشراف

أ.د/ شريف درويش اللبان

أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال ورئيس قسم الصحافة-

كلية الإعلام- جامعة القاهرة

1447هـ/ 2025 م

مقدمة الدراسة:

تعد الحرب الروسية الأوكرانية من أبرز النزاعات الجيوسياسية في القرن الحادي والعشرين، وقد بدأت بشكل رسمي في 24 فبرار عام 2022، عندما شنت روسيا هجوما عسكريا واسع النطاق على الأراضي الأوكرانية، وقد جاء هذا التصعيد بعد سنوات من التوترات السياسية والعسكرية بين البلدين، خاصة بعد ضم روسيا لشبه جزيرة القرم في عام 2014، ودعمها للانفصاليين في شرق أوكرانيا، وأدت هذه الحرب إلى كارثة إنسانية وأزمات اقتصادية وسياسية عالمية، وأسفرت عن سقوط آلاف الضحايا ونزوح ملايين المدنيين، وأعادت رسم ملامح العلاقات الدولية، كما أعادت إلى الواجهة مفاهيم الحرب الباردة، والتحالفات العسكرية، وأزمة الطاقة، وتجاوزت هذه الحرب كونها صراعًا عسكريًا بين دولتين، لتصبح مواجهة معقدة تشمل أبعادًا اقتصادية، وإعلامية، حيث اتخذ كل طرف الفضاء الرقمي والإعلامي ساحة موازية للمعارك الميدانية، فالإعلام الغربي والروسي والآسيوي على حد سواء، لعب دورا محوريا في صياغة سرديات متباينة حول الأحداث، مما جعل الحرب ميدانًا للصراع المعلوماتي بقدر ما هي مواجهة عسكرية.

وأصبحت وسائل الإعلام –لا سيما المواقع الإلكترونية– من أبرز المنصات التي تسلط الضوء على مجريات النزاع، وتنقل صوره ومشاهده إلى العالم لحظة بلحظة، كما تزداد أهمية وسائل الإعلام في أوقات الحروب والأزمات، حيث لا يقتصر دورها على كونها مراقبا محايدا في تغطية الحروب والأزمات، ولكنها تمثل أحد الفاعلين الأساسين في تطور هذه الحروب سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، مما يجعل دراسة الصورة الصحفية في هذا السياق أمرًا بالغ الأهمية لفهم كيف تشكّل الرواية الإعلامية للحرب، وتُعَدُّ الصورة الصحفية واحدة من أهم الأدوات الاتصالية، حيث تمتلك قدرة فريدة على تجاوز الحواجز اللغوية والثقافية لتصل مباشرة إلى وعي المتلقي ومشاعره، فبينما يمكن للنصوص الإخبارية أن تُقدَّم في صياغات متعددة تتأثر بالتحليل أو الخطاب السياسي، تظل الصورة قادرة على نقل لحظة إنسانية أو مشهد مأساوي بعمق وصدق بصري مما يجعلها أداة مؤثرة في تشكيل المواقف والاتجاهات في سياق الحروب، وتكتسب الصورة بعدًا استثنائيًا، حيث تصبح أكثر من مجرد وسيلة توثيق للحدث؛ فهي تتحول إلى سلاح ناعم يُستخدم للتأثير في الرأي العام المحلي والعالمي، وكسب التعاطف أو تبرير المواقف السياسية والعسكرية، وقد أظهرت الحرب الروسية الأوكرانية بشكل واضح هذا الدور، إذ تنافست وسائل الإعلام العالمية على نشر صور الدمار والضحايا والمقاومة الشعبية، بما يعكس اختلافًا في الزوايا والرؤى بين الإعلام الغربي، الروسي، والآسيوي.

ومن منظور سيميولوجي، تُعتبر الصورة خطابًا بصريًا يتجاوز حدود النقل المباشر للحدث، فهي تُبنى وفق رموز ودلالات بصرية تعكس اختيارات المصور والمؤسسة الإعلامية التي تنشرها، وبالتالي فإن دراسة الصور الصحفية في الحرب الروسية الأوكرانية لا تقتصر على تحليل مضمونها الظاهر، بل تمتد إلى قراءة رسائلها الخفية، واستكشاف كيف تُستخدم لتشكيل سردية محددة تدعم أجندات سياسية أو أيديولوجية بعينها، كما يتيح التحليل السيميولوجي للصورة فهم كيفية بناء هذه السرديات البصرية، من خلال التفريق بين **الدال (**العناصر المرئية داخل الصورة)، و**المدلول (**المعنى أو الرسالة من وراء الصورة)، وبذلك تصبح السيميولوجيا أداة فعّالة لقراءة الأبعاد الخفية للصورة، وربطها بالدوافع السياسية والإعلامية التي توجه إنتاجها وتداولها.

ومن هنا جاءت أهمية هذه الدراسة للتعرف على سيميولوجيا الصورة الصحفية للحرب الروسية الأوكرانية في المواقع الإلكترونية الأربعة للصحف العالمية عينة الدراسة، وهي (موسكو تايمز الروسية، نيويورك بوست الأمريكية، تشاينا ديلي الصينية، الشرق الأوسط السعودية)، وذلك وفقا لمستويين، المستوى الأول يتعلق بتحليل مضمون الصورة الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية، وذلك بهدف التعرف على موضوع الصورة الرئيسي، والشخصيات الفاعلة في الحرب، ونوع الصورة من حيث المضمون، والوظيفة التي تؤديها الصورة، والاستمالات الإقناعية في الصورة، وكذلك القالب الصحفي المستخدم مع الصورة، ونوع مصدر الصورة، بالإضافة إلى التعرف على شكل الصورة ونوع الصورة وفقا لأسلوب عرضها، واستخدام الألوان ونوع الزاوية واللقطة في الصورة، والوسائط المتعددة المرفقة مع الصورة، أما المستوى الثاني يتعلق بالتحليل السيميولوجي للصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية في المواقع الأربعة للصحف عينة الدراسة، وذلك بهدف التعرف على الأبعاد والدلالات الضمنية والرموز، والكشف عن الرسائل الخفية التي تتضمنها الصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية.

مشكلة الدراسة:

تعتبر الحرب الروسية الأوكرانية من أهم القضايا التي تشغل الرأي العام العربي والعالمي في الوقت الحالي، لما لها من تأثير على العديد من المجالات والقطاعات وخاصة الاقتصاد العالمي، ومن جهة أخرى تعتبر الصورة الصحفية من أهم الوسائل التي تعتمد عليها الصحف والمواقع الإلكترونية في تقديم الأخبار ونقل الأحداث، وخاصة في حالة تغطية الحروب والأزمات، وبالرغم من كثافة التغطية الإعلامية للحرب الروسية الأوكرانية وتنوع المصادر البصرية التي رافقتها، إلا أن معظم الدراسات الإعلامية ركزت على تحليل الخطاب النصي أو معالجة الأبعاد السياسية والعسكرية للنزاع، في حين ظلّ البعد البصري، وخاصة الصورة

الصحفية، أقل تناولًا من منظور سيميولوجي معمّق، وعلى الرغم من أن الصورة شكّلت أداة محورية في تشكيل السرديات الإعلامية وصناعة الرأي العام العالمي تجاه الحرب، فإن كيفية توظيفها دلاليًا ورمزيًا لا تزال بحاجة إلى دراسة أكاديمية منهجية تكشف عن آليات إنتاج المعنى، وتوضّح الفروق في الخطاب البصري بين وسائل الإعلام ذات المرجعيات السياسية المختلفة.

ومن هنا نبعت مشكلة الدراسة من الحاجة إلى رصد وفهم الدور السيميولوجي للصورة الصحفية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية، والكشف عن الكيفية التي أعادت بها وسائل الإعلام صياغة الأحداث بصريًا بما يخدم أجنداتها الأيديولوجية والسياسية، كما تتمثل الإشكالية في توضيح ما إذا كانت الصورة الصحفية أداة نقل محايدة للحدث، أم خطابًا بصريًا موجّهًا يسهم في إعادة إنتاج الواقع وصناعة الرأي العام.

أهمية الدراسة:

- **الأهمية الأكاديمية (العلمية):**

1) تزامنت هذه الدراسة مع تحول المشهد الإعلامي نحو الرقمنة الكاملة واعتماد الجمهور بشكل أكبر على المواقع الإلكترونية كمصادر رئيسية للأخبار، وفي هذا السياق تزداد أهمية الصورة الصحفية باعتبارها وسيلة اتصال بصرية تحمل أفكار ودلالات ضمنية، مما يجعل تحليلها أمرا ضروريا لفهم آليات صناعة الرأي في العصر الرقمي.
2) تمثلت أهمية هذه الدراسة في كونها تجمع بين التحليل الإحصائي الكمي والتحليل السيميولوجي النوعي في مجال تحليل الصورة الصحفية، خاصة في سياق الحروب والنزاعات الدولية، مما يمنحها قيمة علمية مضافة في فهم الخطاب البصري للإعلام الرقمي.
3) تعد أداة التحليل السيميولوجي من الأدوات الحديثة نسبيا في مجال البحوث الإعلامية، ومن ثم فإن تطبيقها على تحليل الصورة الصحفية للحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف العالمية، يعد استكمالا للجهود العلمية الخاصة بالدراسات الإعلامية، كما أنها تعد من الدراسات القليلة التي تطبق مقاربة رولان بارث على عينة واسعة من الصور في سياق حرب معاصرة.

4) تحليل استخدام المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة للصورة الصحفية في معالجة الحرب الروسية الأوكرانية، ومعرفة تأثير الاتجاه السياسي للدول المالكة لهذه المواقع على توظيف الصورة الصحفية في عرض هذه القضية.

❖ **الأهمية التطبيقية (العملية):**

1) قدمت الدراسة مجموعة من المؤشرات الدقيقة من خلال أسلوب المقارنة التي تقوم به بين المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة حول كيفية توظيف هذه المواقع للصورة الصحفية في عرض قضية الحرب الروسية الأوكرانية، حيث تبرز أساليب التناول البصري، والزوايا واللقطات المستخدمة، مما يفيد العاملين في مجالات الصحافة الرقمية، وتدريب المصورين والصحفيين.
2) تساعد نتائج هذه الدراسة في تطوير أدوات التحليل المهنية التي تراعي التوازن بين التأثير البصري والحياد المهني.
3) أسهمت النتائج والأدوات المنهجية المعتمدة في هذه الدراسة في تقديم مادة علمية يمكن اعتمادها في برامج تدريس الإعلام والصحافة، خاصة في مجالات تحليل الصورة والسيميولوجيا والإعلام الرقمي، مما يمنحها بعدا أكاديميا وتربويا.

<u>أهداف الدراسة:</u>

تمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على "سيميولوجيا الصورة الصحفية للحرب الروسية الأوكرانية في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة"، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي مجموعة أهداف فرعية وهي:

1) معرفة نوعية وأهم الموضوعات التي ركزت عليها الصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة.
2) التعرف على الشخصيات الفاعلة في الصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة.
3) تحديد مضمون ووظيفة الصورة الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة.

4) تحديد طبيعة الاستمالات الإقناعية والقالب الصحفي المستخدمين في الصورة الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة.
5) تحديد أنواع الزوايا واللقطات المستخدمة في الصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بعمل مسح شامل للتراث العلمي المتمثل في الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة بموضوع الدراسة، وأسفر البحث في قواعد البيانات العربية والأجنبية ومختلف المصادر العلمية عن عدد لا بأس به من الدراسات والأبحاث التي تم تقسيمها إلى محورين رئيسيين.

أولا: الدراسات التي تناولت سيميولوجيا الصورة الصحفية.

ثانيا: الدراسات التي تناولت الحرب الروسية الأوكرانية.

❖ **المحور الأول: الدراسات التي تناولت سيميولوجيا الصورة:**

هدفت دراسة **(غادة شوقي 2025)**[1] إلى رصد أشكال السرد القصصي المصور فوتوغرافيا في المواقع المصرية والبريطانية، ومدى نجاح المواقع في تنفيذ التتابع السردي وتوظيف النص كعامل مساعد للصور، وتحليل الدلالات الكامنة في الزوايا واللقطات والألوان والديكورات والألبسة ولغة الجسد بالسرد المصور، وذلك من خلال دراسة تحليلية تعتمد على منهج المسح الإعلامي والمقارنة، وبأداة تحليل المضمون والتحليل السيميولوجي بشبكة التحليل السيميولوجي لجير فيرو، والتحليل السيميولوجي من خلال نماذج رولان بارث ويوروي لوتمان وميتشيل، وطبقت الباحثة دراستها على موقعي المصري اليوم واليوم السابع كممثلين لمجتمع الصحافة المصرية، وموقعي الجارديان والتلجراف كممثلين لمجتمع الصحافة البريطانية، وتمثلت الفترة الزمنية للدراسة على سنة من الحرب في أوكرانيا وسنة من الحرب على غزة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: تفوقت الصحافة البريطانية على الصحف المصرية من حيث العناية بالتتابع السردي ذو المغزى، أما عن توظيف النص مع الصور، فاستنتجت الباحثة أهمية وضع النصوص مع الكوضوعات الصحفية المصورة، فهي مادة إخبارية وليست فنية فقط متروكة للتأويل واسع النقاط، كما ساعدت الزوايا واللقطات والألوان والأطر ولغة الجسد ونظرات العيون في نقل دلالات السرد المصور بشكل أكبر وتفنيد مدى ارتباطه بالنص الصحفي.

بينما سعت دراسة **(ميادة محمد عرفة 2023)**[2] إلى التعرف على الأساليب والاستراتيجيات الدعائية السياسية التي تضمنتها الصور الفوتوغرافية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية

والمنشورة عبر موقع روسيا اليوم، وذلك من خلال التحليل السيميائي لتلك الصور للكشف عن بنية اللغة البصرية الموجودة بها، والوقوف على دلالات الأشياء والألوان، والرموز، ولغة الجسد، وحجم الصور، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الكيفي، وقامت بتحليل الصور الصحفية باستخدام أداة التحليل السيميولوجي وفقا لمقاربة رولان بارث، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: التنوع في الأساليب الدعائية الروسية التي تضمنتها الصور عينة الدراسة حيث شملت مجموعة من الأساليب منها: أسلوب التهديد والتخويف والتوعد 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 المسؤلية على العدو، بالإضافة إلى أسلوب حشد التعاطف والتضامن الشعبي، كما تبين استخدام الألوان في الصور عينة الدراسة وتوظيفها بشكل مخطط بما يخدم الأهداف الدعائية، ويجعلها ذات تأثير فعال من خلال ما تحمله من معاني ودلالات نفسية تجعل المتلقي على استعداد لتقبل هذه الرسائل، وتوصلت نتائج الدراسة أيضا إلى أن تنوع زوايا التصوير ساعد على تكوين سيميائية دلالية واضحة لهذه الصور من خلال إبراز ما تضمنته من أساليب دعائية خفية.

بينما سعت دراسة (**إسراء صابر عبدالرحمن 2022**)[3] إلى تحديد دلالات التغطية الصحفية المصورة لأزمة سد النهضة الأثيوبي في المواقع الإخبارية العربية والأجنبية، والكشف عن بنية اللغة البصرية في الصور الصحفية، ورصد الدلالات والرموز والمكونات الداخلية والخارجية للصور الصحفية، وكذلك التعرف على مضامين الصورة الصحفية المنشورة عن أزمة سد النهضة في المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية محل الدراسة، والتي تمثلت في مواقع صحف (الأهرام المصرية، والرأي الأردنية، ونيويورك تايمز الأمريكية، والجارديان البريطانية) خلال الفترة من الأول من أغسطس وحتى 30 سبتمبر 2022م، وذلك من خلال التحليل السيميولوجي بمستوييه "التعييني والتضميني" وفقا لمقاربة "رولان بارث" في التحليل السيميولوجي للصور، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: حازت الصور الخبرية على المرتبة الأولى بين أنواع الصور التي استخدمتها مواقع صحف الدراسة في تناولها لأزمة سد النهضة، كما جاءت صور المساعي الدبلوماسية لاحتواء الأزمة في المرتبة الأولى بين مجالات ومضامين الصور التي نشرتها مواقع صحف الدراسة عن أزمة سد النهضة، وأوضحت نتائج الدراسة أن وكالات الأنباء من أهم المصادر الصحفية للصورة التي اعتمدت عليها مواقع الصحف عينة الدراسة في تناولها لأزمة سد النهضة خلال الفترة الزمنية للدراسة.

وهدفت دراسة (**سمر خالد عبدالحميد 2022**)[4] إلى دراسة صور الرئيس الأمريكي جو بايدن على أغلفة المجلات المصرية، وتحليل دلالة لغة الجسد للصور، بالإضافة إلى تحليل دلالات الألوان والأشكال والخطوط، وكذلك دلالات الإضاءة، وأحجام اللقطات، والزوايا، وذلك للوقوف على الدلالات والمعاني الكامنة ورائها، ولتحقيق ذلك استخدمت أداة التحليل السيميولوجي وفقا لمقاربة مارتن جولي، والتي تقوم على استخراج ثلاث رسائل أساسية من الرسالة البصرية وهم: الرسالة التشكيلية والرسالة الأيقونية والرسالة اللغوية، وتمثلت عينة هذه الدراسة في جميع الصور الفوتوغرافية المنشورة للرئيس الأمريكي جو بايدن على أغلفة المجلات المصرية مجتمع الدراسة وهم (الأهرام العربي، روز اليوسف، المصور)، وذلك خلال الفترة الزمنية للدراسة التي بدأت من يناير 2021م حتى أبريل 2021م، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: حملت الصور الصحفية للرئيس الأمريكي جو بايدن والمنشورة على أغلفة المجلات المصرية عينة الدراسة مجموعة من الرسائل الضمنية التي تسعى المجلات إلى تمريرها في صورة منتقاه بعناية أبرزها ما جاء من موضوعات حول تولي بايدن رئاسة الولايات المتحدة الأمريكية وهو ما انعكس على تغيير لعبة السياسة الأمريكية بين رموز وقيادات العمل السياسي، كا أظهرت النتائج اهتمام عينة الدراسة بإبراز الوضع الجسدي وملامح وجه الرئيس الأمريكي، فالنظرة الحادة تحمل دلالات الترقب والحذر والحزم والجدية فيما سيتخذه من قرارات في ظل تلك التحديات، وجاء الوضع الجسدي ليعطي دلالات الثقة في النفس والتفاؤل في مواجهة التحديات التي تنتظره، وأوضحت النتائج أن زوايا التصوير ساعدت في تكوين سيميائية حقيقية للصور، حيث اتجهت غالبية الصور في عينة الدراسة إلى الزاوية المستوية العادية، وذلك لأن هذه الزاوية تظهر كشاهد موضوعي للحقيقة بينما وردت بعض الصور بالزاوية من أسفل والتي أظهرت الشخصية في مظهر القوة والسيطرة، كما جاءت بعض الصور بالزاوية الجانبية والتي أعطت دلالة المواجهة مع نظيره الرئيس الأمريكي السابق ترامب.

❖ **المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الحرب الروسية الأوكرانية:**

سعت دراسة (**Castrillo& Ramos 2025**)[5] إلى استكشاف خصائص ما تسميه "بما بعد التصوير الصحفي"، وذلك عن طريق تحليل كيفية توظيف الصور الفوتوغرافية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية، ودراسة التحديات التي يفرضها عصر ما بعد الحقيقة على المصداقية البصرية في الإلإعلام، وتمثل مجتمع هذه الدراسة في صحيفتي(Rossiyskaya Gazeta الروسية– Ukrayinska Pravda الأوكرانية)، وتم فحص المقالات التي تحتوي على مواد بصرية، وتم اختيار 706 صورة صحفية وتحليلها سيميولوجيا وسياقيا، وتوصلت هذه

الدراسة غلى عدة نتائج أهمها ما يلي: 80.8% من مقالات الصحيفة الأوكرانية اعتمدت على محتوى بصري، بينما الصحيفة الروسية اعتمدت بشكل كبير على معارض الصور المكررةالتي أعادت استخدام نفس الصور في تغطيات مختلفة، وجاءت النسبة الأكبر من الصور في كلا الصحيفتين من مصادر رسمية أو وكالات، بينما كانت مساهمة المصورين الصحفيين الأفراد محدودة، كما كشفت النتائج عن وجود تحيز في التمثيل البصري؛ حيث ركزت الصحيفة الأوكرانية على إظهار الدمار المدني والمعاناة والمدنيين، بينما ركزت الصحيفة الروسية على مشاهد الجيش والقوات الروسية وعرض الرواية الرسمية للحرب ك" عملية عسكرية خاصة".

بينما هدفت دراسة (**Gouliev, Zaur 2025**)[6] إلى تحليل استراتيجيات السرد والمشاعر التي تستخدمها الحسابات الدعائية الروسية والحسابات الغربية على منصة تويتر (إكس)، خلال الفترة من بداية الحرب في فبراير 2022 حتى منتصف مايو 2022، وذلك باستخدام تقنيات معالجة اللغة الطبيعية والتعلم الآلي، وتمثلت عينة الدراسة في تحليل تغريدات من حسابات مصنفة إلى: دعاية روسية (مرتبطة بوسائل إعلام مدعومة من الدولة وتنشر معلومات مضللة)، موثوقة غربية (تركز على التغطية الواقعية والتحقق من المصادر)، وتتبع أهمية هذه الدراسة في أنها تؤكد على أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت ساحة مركزية في حروب المعلومات الحديثة، كما أنها سلطت الضور على خطر التضليل الرقمي ، وأهمية التثقيف الإعلامي في مواجهة الدعاية، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي: ركزت الحسابات الروسية على استخدام لغة عاطفية ومشحونة، ونشر نظريات مؤامرة ومعلومات مضللة، كما استخدمت مقارنات تاريخية لتبرير الغزو، بينما الحسابات الغربية ركزت على نقل الحقائق والتقارير الإنسانية، ورفع الوعي بالفظائع ودعم الحكومة الأوكرانية.

ولكن هدفت دراسة (**كريمة كمال 2024**)[7] إلى التعرف على معالجة المواقع الإخبارية الدولية للحرب الروسية الأوكرانية، ومعرفة الأسباب التي أدت إلى تطور الأحداث في أوكرانيا والنتائج المترتبة عليها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وكذلك استخدمت أداة تحليل المضمون للأخبار والمواد التي تم نشرها عبر المواقع الإخبارية الدولية محل الدراسة وهي (موقع CNN- كوقع CTTV- موقع العربية- موقع فرانس 24- موقع RT)، وكشفت نتائج الادراسة عن تنوع الموضوعات الاقتصادية المقدمة من خلال التغطية الإخبارية للحرب الروسية الأوكرانية بالمواقع محل الدراسة، فجاءت العقوبات الدولية في المرتبة الأولى نظرا لقوة رد الفعل الغربي على الغزو الروسي لأوكرانيا، وما ترتب عليه من اختلافات اقتصادية دولية لاختلاف توجهاتهم نحو الحرب محل الدراسة، كما أوضحت النتائج أن أوكرانيا

وروسيا من أهم القوى الفاعلة الموجودة بالمواد التي خضعت للتحليل، بسبب طبيعة الصراع بين الطرفين الرئيسيين (روسيا وأوكرانيا)، وجاءت في المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي المنظمات الدولية والصين وأمريكا نظرا لردود فعل هذه المنظمات تجاه الغزو الروسي.

وهدفت دراسة **(Sulzhytski,Ilya 2024)**[8] إلى معرفة أطر التغطية الإعلامية للحرب الروسية الأوكرانية خلال الفترة من فبراير إلى يونيو 2022، وذلك من خلال مقاربة شبكة دلالية مختلطة، لاستخلاص الأنماط المفاهيمية المشتركة في الخطاب الإعلامي، مع التركيز على تغطية حصار ماريوبول ومصنع آزوفستال، وتمثل مجتمع هذه الدراسة في مجموعة قنوات من تليغرام تمثل توجهات إعلامية مختلفة: قناة (RIA) موالية للحكومة الروسية، وقناة (Mezuda) معارضة للحكومة الروسية، وقناة (UNIAN) موالية للحكومة الأوكرانية، (Legitimny) معارضة للحكومة الأوكرانية، وتوصلت الجراسة إلى عدة نتائج أبرزها: قناة (RIA) الموالية لروسيا صورت الحرب باعتبارها عملية تحرير ضد النازيين، وقدمت روسيا كفاعل شرعي، واعتبرت أوكرانيا مجرد ساحة معركة، وقناة (Mezdua) المعارضة لروسيا ركزت على الجانب الإنساني، وألقطت اللوم على السلطات الروسية، لكنها ظلت داخل إطار بيروقراطي يسلط الضوء على المسؤولين أكثر من الشعب، أما قناة (UNIAN) الموالية لأوكرانيا قدمت الأوكرانيين كأبطال ومدنيين مقاومين للاحتلال الروسي، مركزة على مشاعر الوحدة الوطنية ومأساة الضحايا، وقناة (Legitimny) المعارضة لأوكرانيا روجت لنظرية المؤامرة، وقللت من أهمية البطولة الأوكرانية، وقدمت الحرب كصراع بين نخب فاسدة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

1) المساعدة في فهم آليات توظيف الصورة كأداة دعائية، حيث أن أغلب الدراسات أظهرت كيف تستخدم الصورة لتشكيل اتجاهات الجمهور عبر الإيحاء بالخوف أو الحشد أو التهديد.
2) المساعدة في تحليل الصورة من حيث البناء الشكلي والدلالي، حيث ركزت معظم الدراسات على عناصر مثل: زاوية الالتقاط، الإضاءة، الألوان، الموقع، لغة الجسد.
3) توفير نماذج تحليل تطبيقية، حيث قدمت بعض الدراسات أدوات تحليل مفصلة (مثل استمارات تحليل السرد أو مقاربات تحليل الصور)، ولقد ساعدنا ذلك في تطوير أدوات التحليل الخاصة بالدراسة.
4) الكشف عن الفجوة البحثية، فالبرغم من تعدد الدراسات، لم تحظ الصورة الصحفية بتحليل سيميولوجي معمق يربطها بالسرد الإعلامي والنزعة الأيديولوجية في تغطية الحرب، مما يعزز من أهمية الدراسة الحالية في سد هذه الفجوة.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على مدخل التحليل السيميولوجي لتحليل الصورة الصحفية، فنحن نعيش في عصر حضارة الصورة كما يقول رولان بارث، إذ أصبحت الصورة مرتبطة الآن على نحو لم يسبق له مثيل بكل مناحي الحياة، إنها حاضرة في الشارع وفي المنزل وفي الأسواق وعبر وسائل الإعلام، والصورة الصحفية التي أصبح لها حضور قوي ودائم في وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها لما تمتلكه من قوة في الجذب والتأثير على المتلقي، لا يمكن عدها زخرفا تزيينيا أو تمثيلا جماليا فقط، بل هي عبارة عن نظام اتصالي يحمل عدة دلائل، فأصبح بالإمكان الآن تفكيكها ودراستها وفهم معناها فهما صحيحا، والعلم الذي استطاع أن يدرس هذه الدلائل هو علم السيميولوجيا الذي أرسى دعائمه الباحث فرناندو دي سوسير في كتابه محاضرات في اللسانيات عام 1916[9].

إن الهدف من مساءلة (قراءتها وتفكيك معانيها ودوافع إنتاجها وتأثيرها) الصورة الفوتوغرافية هو استخراج التمثلات (التصورات) الذهنية التي تبنين هذا النوع من الإنتاج، وهي تمثلات تتحكم في السلوكيات اليومية للإنسان وفي القيم التي ينتجها، واستطاع بارث بدراسته لهذا النوع من العلامات أن يكشف تلك الثقافة/ الأيديولوجيا التي تختبئ وراء ما يقدم نفسه كطبيعة يتداولها أفراد مجتمع ما بكل بداهة وعفوية، فبتحليله لبعض الصور، عمل بارث على تبيان السلطة المتحكمة في الصورة، لأن لها بعدين ملتصقين التقريري والإيحائي، فالنسبة إليه إذا كانت اللغة نتاج تواضع جماعي فهناك أيضا لغة فوتوغرافية متواضع عليها تشتمل على علامات وقواعد ودلالات لها جذور في التمثلات الاجتماعية والإيديولوجيا السائدة، وهكذا فإن كل الإشكالات النظرية والعراقيل المنهجية التي طرحها بارث بخصوص الصورة تجد جذورها في السلطة التي تمارسها اللغة على الإنسان وما حوله، والسلطة التي تمارسها الإيديولوجيا التي تقدم نفسها على أنها حالة طبيعية، وهي في العمق نتاج للتاريخ والثقافة واللغة[10].

❖ **توظيف نظرية التحليل السيميولوجي في الدراسة:**

انطلاقا مما سبق فقد اعتمدت هذه الدراسة على مدخل التحليل السيميولوجي كأساس نظري لها، حيث تعتبر السيميولوجيا مدخلا لتفسير معاني الدلالات والرموز والإشارات، ويتسق ذلك مع أهداف الدراسة التي تسعي لتحليل سيميولوجيا الصورة الصحفية للحرب الروسية الأوكرانية في مواقع الصحف عينة الدراسة، مما يساعد في الكشف عن حقيقة موقف مواقع الصحف عينة الدراسة من هذه القضية، ومعرفة اتجاهات هذه الصحف من خلال مضمون الصورة الصحفية التي ركزت عليه، وأيضا معرفة مدى تأثير الاتجاه السياسي للدول المالكة لمواقع هذه الصحف على معالجة الصورة الصحفية للحرب الروسية الأوكرانية، وذلك باستخدام

مقاربة رولان بارث في التحليل السيميولوجي للصورة الصحفية، والتي تقوم على المستويين التعييني والتضميني.

مفاهيم الدراسة:

1) **السيميولوجيا:** علم دراسة العلامات دراسة منظمة ومنتظمة، فهي تدرس مسيرة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية وقوانينها التي تحكمها مثل أساليب التحية عند مختلف الشعوب، وعادات الأكل والشرب عندهم[11].

وتعرفها الباحثة إجرائيا بأنها وسيلة أو طريقة للكشف عن المعاني والدلالات الخفية التي تتضمنها الصور الصحفية التي تتناول الحرب الروسية الأوكرانية في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية عينة الدراسة.

2) **الصورة الصحفية:** هي الصورة الفنية البيضاء أو السوداء أو الملونة، ذات المضمون الحالي الواضح والمهم والجذاب، والمعبرة وحدها أو مع غيرها بصدق وأمانة وموضوعية في أغلب الأحوال عن الأحداث أو الأشخاص أو الأفكار أو القضايا أو المناسبات المختلفة المتصلة غالبا بمادة تحريرية معينة، تنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات الجرائد والمجلات، وذلك للتوضيح والتفسير ولفت الأنظار وزيادة الاهتمام والقابلية للقراءة والإمتاع، وغالبا ما تكون إخبارية أو تسجيلية أو تجميلية أو وثائقية، ويمكن أن تكون قديمة ولكنها متجددة الأهمية[12].

وتعرفها الباحثة إجرائيا بأنها الصورة الصحفية الثابتة المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية محل الدراسة في إطار قضية الحرب الروسية الأوكرانية، سواء كانت صورة صحفية مستقلة بذاتها، أو مصاحبة لنص خبري.

3) **المواقع الإلكترونية:** هي مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديوهات المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل، يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما بحيث يكون الوصول إليها متاحاً عبر شبكة الإنترنت، ويتميز بعنوان فريد عن بقية المواقع[13].

وتعرفها الباحثة إجرائيا بأنها الصفحات الإلكترونية الصحفية، والتي تصدر عن مؤسسات صحفية عالمية تتيح الوصول إليها عبر شبكة الإنترنت، وتتميز هذه الصفحات بأنها انعكاس تام أو غير تام عن الصحيفة المطبوعة الصادرة عنها، وفي هذه الدراسة يقصد بها

المواقع الإلكترونية لصحف موسكو تايمز الروسية ونيويورك بوست الأمريكية وتشاينا ديلي الصينية والشرق الأوسط السعودية.

تساؤلات الدراسة:

تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في "كيف وظفت المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة الصورة الصحفية في تغطيتها للحرب الروسية الأوكرانية؟"، وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة تساؤلات فرعية وهي:

1) ما نوعية وأهم الموضوعات التي ركزت عليها الصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة؟
2) لماذا تميل بعض الصور إلى التركيز على الضحايا والدمار، بينما تبرز صور أخرى مشاهد المقاومة والبطولة؟
3) ما أهم الشخصيات الفاعلة في الصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة؟
4) ما طبيعة الاستمالات الإقناعية والقالب الصحفي المستخدمين في الصورة الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة؟

فروض الدراسة:

1) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية موضوعات الصورة الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة.
2) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين وظيفة الصورة الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة.
3) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة من حيث الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة بها.

نوع الدراسة:

انتمت هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، وسعت إلى وصف وتحليل وتفسير الصورة الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة، ومعرفة دلالات الزوايا واللقطات والألوان المستخدمة في الصور، بالإضافة إلى عمل مقارنة بين هذه المواقع، وذلك من أجل الوصول إلى نتائج وتعميمات تسهم في فهم كيفية توظيف المواقع الإلكترونية للصحف الأربعة محل الدراسة للصورة الصحفية في طرح قضية الحرب الروسية الأوكرانية، ومعرفة مدى تأثير الاتجاه السياسي للدول المالكة لهذه المواقع على معالجة الصور.

منهج الدراسة:

1) **منهج المسح الإعلامي:** يعتبر منهج المسح الإعلامي من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي لاعتبارات طبيعة الدراسة ومتطلباتها، وعليه فإنه ملائم لدراستنا حيث سيمكننا من الإجابة على مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، فالجانب الوصفي يهدف إلى جمع الحقائق والمعلومات المتعلقة بطبيعة المواد الصحفية (عينة الدراسة) والشخصيات المحورية الواردة فيها، والجانب التحليلي يسعى إلى تحليل تلك الاتجاهات والسمات واستخراج الدلالات.
2) **الأسلوب المقارن:** اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة أيضا على الأسلوب المقارن وذلك للمقارنة بين المواقع الإلكترونية للصحف العالمية الأربعة عينة الدراسة من حيث توظيفها للصورة الصحفية في طرح قضية الحرب الروسية الأوكرانية، ومعرفة أوجه التشابه والاختلاف بين السمات السيميولوجية للصورة الصحفية في كل موقع من هذه المواقع.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون للوقوف على خصائص مضمون الصور الصحفية التي نشرتها مواقع الصحف محل الدراسة، وكذلك رصد وتصنيف المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الصحف محل الدراسة في إطار تغطيتها لقضية الحرب الروسية الأوكرانية كما اعتمدت على أداة تحليل الشكل لتحليل شكل الصور والوقوف على الملامح الإخراجية للصور الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الصحف محل الدراسة في إطار تغطيتها لقضية الحرب الروسية الأوكرانية.

مجتمع الدراسة:

تمثل المجتمع التحليلي لهذه الدراسة في بعض المواقع الإلكترونية للصحف العالمية، وقد قامت الباحثة باختيار عدة دول لتحليل عينة من الصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية والمنشورة على المواقع الإلكترونية الخاصة بها خلال فترة زمنية محددة، وهذه الدول هي (روسيا والولايات المتحدة والصين والسعودية)، ويرجع اختيار هذه الدول لأنها تمثل قوى دولية ذات توجهات مختلفة من الحرب، فروسيا تمثل الطرف المباشر في النزاع، والولايات المتحدة تمثل الموقف الغربي الداعم لأوكرانيا سياسيا وعسكريا، والصين تمثل قوة دولية ذات موقف محايد ظاهريا لكنها تميل إلى دعم روسيا ضمنيا، والسعودية تمثل الإعلام العربي الدولي الذي يتبنى موقفا محايدا متوازنا دون الانحياز لأي طرف.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عدد من المواقع الإلكترونية للصحف العالمية وذلك لاختيار وتحديد عينة الدراسة، ومن خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية على نطاق عريض من المواقع الإخبارية ومع مراعاة التنوع في المواقع الإلكترونية للصحف العالمية، وقع الاختيار في النهاية على أربعة مواقع وهي: (موقع صحيفة موسكو تايمز الروسية، موقع صحيفة نيويورك بوست الأمريكية، موقع صحيفة تشاينا ديلي الصينية، موقع صحيفة الشرق الأوسط السعودية)، وتم اختيار أسلوب العينة العشوائية المنتظمة لتحليل الصور الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في هذه المواقع خلال الفترة الزمنية للدراسة، حيث تم عمل حصر شامل للصور المنشورة خلال الفترة الزمنية، ثم حساب الفاصل الزمني بين كل صورة والأخرى داخل كل موقع، واختيار الصور بناء على ذلك، ويعتبر هذا الأسلوب مناسبا للدراسة لأنه يعمل على تحقيق التوازن والتمثيل العادل لمجتمع الدراسة، مما يضمن أن تكون العينة معبرة عن التوزيع الفعلي للصور المنشورة خلال الفترة الزمنية، بالإضافة إلى تجنب التحيز في اختيار وحدات التحليل مما يعزز من مصداقية النتائج.

الفترة الزمنية للدراسة:

حددت الباحثة الفترة الزمنية لهذه الدراسة والتي تبدأ من (24 فبراير 2022 حتى 24 ابريل 2022) وهي فترة اندلاع الحرب، ومن (24 فبراير 2023 حتى 24 ابريل 2023) وهي فترة تصعيد الأحداث ودخول الحرب عامها الثاني، وهي مدة تراها الباحثة فترة زمنية كافية للخروج بمؤشرات عن الملامح الإخراجية للصور الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الصحف

محل الدراسة في إطار تغطيتها لقضية الحرب الروسية الأوكرانية، ومعرفة مدى تأثير الاتجاه السياسي للدول المالكة لهذه المواقع على طريقة معالجتها للصور.

مفهوم الصورة الصحفية:

تعرف الصورة الصحفية بأنها الصورة الفنية البيضاء أو السوداء أو الملونة، ذات المضمون الحالي الواضح والمهم والجذاب، والمعبرة وحدها أو مع غيرها بصدق وأمانة وموضوعية في أغلب الأحوال عن الأحداث أو الأشخاص أو الأفكار أو القضايا أو المناسبات المختلفة المتصلة غالبا بمادة تحريرية معينة، تنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات الجرائد والمجلات، وذلك للتوضيح والتفسير ولفت الأنظار وزيادة الاهتمام والقابلية للقراءة والإمتاع، وغالبا ما تكون إخبارية أو تسجيلية أو تجميلية أو وثائقية، ويمكن أن تكون قديمة ولكنها متجددة الأهمية[14].

خصائص الصورة الصحفية:

1) دورها الثنائي كوسيلة اتصال ورسالة اتصال قائمة بذاتها، ويمكن أن تقوم بدورها الجزئي أحيانا، والكامل أحيانا أخرى[15].
2) الأصالة التاريخية التي تتمتع بها الصورة: إن الصورة عرفت بقدم الإنسانية وهي من أقدم وسائل الاتصال التي عرفها الجنس البشري في عصوره المختلفة، حيث كان الإنسان ينقشها للدلالة على أنشطته أو تعريف الآخرين بها، وحفظها في شكل هذه الرسائل التي بقيت إلى يومنا هذا[16].
3) عمومية المعرفة: إن واقع الصورة بصفة عامة يؤكد أنها قادرة على إثارة انتباه القراء، ولفت أنظارهم إليها، كما يؤكد على أنها تلفت أنظار الفئات القارئة، وأنظار غير القراء، أو غير القادرين على القراءة، أي أنها تتوجه للجميع[17].

أسباب التحول من الصورة الصحفية التقليدية إلى الصورة الرقمية[18]:

إن الصورة الرقمية لم تكن بديلا ضعيفا للصورة التقليدية، بل على العكس فقد تضمنت العديد من المزايا التي أسهمت في تحويل أنظار الجميع نحوها والاعتماد عليها كبديل للصورة التقليدية، ويمكن تلخيص أهم الأسباب التي أدت إلى هذا التحول في النقاط التالية:

1) السرعة: في الماضي كان من الصعب التعامل مع الصورة الصحفية بسرعة حيث تتطلب معالجتها المرور بعدة مراحل من إظهار وتثبيت لحين الوصول إلى مرحلة إنتاجها على الورق، ثم إرسالها إلى المؤسسة الصحفية، ولكن الوضع اختلف مع وجود الكاميرات الرقمية، التي ساهمت وبشكل ملحوظ في تحقيق السبق الصحفي لكثير من المؤسسات الإعلامية، وذلك نظرا لسهولة وسرعة التعامل معها، فبمجرد التقاط المصور الصحفي للصورة تكون جاهزة للاستعمال من قبل المؤسسة دون الحاجة إلى المرور بجميع المراحل السابقة.
2) اختصار الوقت والجهد وقلة التكلفة المالية: كما أوضحنا أن الصورة الرقمية اختزلت الكثير من المراحل التي يتطلبها إنتاج الصورة التقليدية، وبالتالي أسهم هذا الأمر في تقليل الجهد والوقت المستغرق في عملية إنتاج الصورة الصحفية، فالصورة الرقمية لا تحتاج إلى شراء أفلام وتحميضها من أجل اختيار الصورة الأفضل للنشر، والتي تكلف المؤسسة الإعلامية تكاليف مالية إضافية[19].
3) إمكانية معالجة الصورة: يمكن معالجة الصورة الصحفية الرقمية بسهولة ويسر عن طريق أحد برامج المعالجة، مثل معالجة المشاكل المتعلقة بالإضاءة أو التباين في الألوان والظلال وغيرها من التفاصيل، الأمر الذي انعكس على إظهار الصور بدرجات وضوح وجودة عالية جدا.

نتائج الدراسة التحليلية:

جدول رقم (1) يوضح نوع الصورة الصحفية من حيث المضمون

الموقع / مضمون الصورة		The Moscow Times	NEW YORK BOST	CHINA DAILY	الشرق الأوسط	الإجمالي
صورة إخبارية مستقلة	ك	27	0	0	0	27
	%	12.9	0.0	0.0	0.0	4.3
صورة مصاحبة للخبر	ك	115	109	44	68	336
	%	54.8	62.3	33.8	56.7	52.9

صورة موضوعية	**ك**	68	66	86	52	272
	%	32.4	37.7	66.2	43.3	42.8
الإجمالي	**ك**	**210**	**175**	**130**	**120**	**635**
	%	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

- جاءت الصورة المصاحبة للخبر في المرتبة الأولى بنسبة (52.9%)، ثم يليها في المرتبة الثانية الصورة الموضوعية بنسبة (42.8%)، ثم في المرتبة الثالثة والأخيرة الصورة الإخبارية المستقلة بنسبة (4.3%)، وذلك من إجمالي حجم العينة، وترى الباحثة أن تصدر الصور المصاحبة للخبر المرتبة الأولى يرجع إلى أن الصور توظف كأدلة بصرية مباشرة تدعم النص الإخباري، وتعزز مصداقيته، وخاصة في حالة الحروب تصبح أداة توثيق وإثبات، بالإضافة إلى أن الصحفيين يعتمدون عليها بنسبة كبيرة لجذب انتباه القارئ إلى الخبر بسرعة، فهي تختصر حجما كبيرا من المعلومات والانفعالات، وجاءت الصور الموضوعية في المرتبة الثانية، لأنه مع استمرار الحرب وتطورها، بدأت وسائل الإعلام تلجأ للصور الموضوعية، لكي تبرز معاناة المدنيين واللاجئين الأوكرانيين، والدمار طويل الأمد.
- تصدر موقع صحيفة موسكو تايمز المواقع الأربعة عينة الدراسة من حيث استخدام الصورة الإخبارية المستقلة وذلك بنسبة (12.9%).
- تصدر موقع صحيفة نيويورك بوست المواقع الأربعة عينة الدراسة من حيث استخدام الصورة المصاحبة للخبر وذلك بنسبة (62.3%)، وترى الباحثة أن ذلك يرجع إلى أسلوب الصحيفة الصدامي والمباشر، وبالتالي اعتمدت على العناوين الجريئة والصور اللافتة لانتباه الجمهور، وخاصة الصور التي تظهر الدمار في المدن الأوكرانية، ومعاناة الضحايا المدنيين، وذلك لإثارة مشاعر الجمهور الأمريكي والعالمي، وتعزيز موقف أمريكا السياسي ضد روسيا.
- تصدر موقع صحيفة تشاينا ديلي المواقع الأربعة عينة الدراسة من حيث استخدام الصورة الموضوعية بنسبة (66.2%).

جدول رقم (2) يوضح القالب الصحفي المستخدم مع الصورة

الموقع / القالب الصحفي		The Moscow Times	NEW YORK BOST	CHINA DAILY	الشرق الأوسط	الإجمالي
خبر	ك	115	86	44	68	313
	%	58.4	64.2	33.8	56.7	53.9
تقرير	ك	25	36	39	37	137
	%	12.7	26.9	30	30.8	23.6
تحقيق	ك	0	0	0	0	0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
حديث	ك	11	5	0	0	16
	%	5.6	3.7	0.0	0.0	2.8
مقال	ك	19	7	47	15	88
	%	9.6	5.2	36.2	12.5	15.1
مواد مصورة فقط	ك	27	0	0	0	27
	%	13.7	0.0	0.0	0.0	4.6
الإجمالي	ك	197	134	130	120	581
	%	100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

- جاء الخبر الصحفي في المرتبة الأولى بنسبة (53.9%)، ثم يليه في المرتبة الثانية التقرير الصحفي بنسبة (23.6%)، ويأتي في المرتبة الثالثة المقال الصحفي بنسبة (15.1%)، وجاء في المرتبة الرابعة المواد المصورة فقط بنسبة (4.6%)، ثم في المرتبة الخامسة والأخيرة الحديث الصحفي بنسبة (2.8%) وذلك من إجمالي حجم العينة، ويتفق ذلك مع دراسة سحر الخولي والتي أكدت على أن الخبر الصحفي تصدر القوالب الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الصحف الأجنبية والعربية في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية بنسبة (69.6%)، ثم يليه التقرير الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة (24.9%)، ويأتي المقال في

المرتبة الثالثة بنسبة (5.5%) وذلك من إجمالي حجم عينة دراستها.

- وترى الباحثة أن تصدر المواد الإخبارية (الخبر والتقرير) في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية بالمواقع الإلكترونية للصحف هو أمر طبيعي، حيث يرجع ذلك إلى طبيعة النشر الإلكتروني الذي يعتمد على المحتوى الخبري بنسبة كبيرة، لأنه يتناسب مع سرعة نشر الأحداث ورصد آخر التطورات دون الدخول في تفاصيل كثيرة، ويتناسب أيضا مع هدف المواقع الإلكترونية التي تستهدف نشر أكبر عدد من الأخبار وتدعيمها بالصور والوسائط المتعددة للوصول إلى أكبر عدد من القراء، بالإضافة إلى طبيعة القارئ الإلكتروني الذي ليس لديه الوقت لقراءة تفاصيل الأحداث فهو يتصفح الموقع من أجل الحصول على معلومة معينة ومحددة، كما يمكن تفسير ذلك أيضا بأنه يرجع إلى طبيعة موضوع الدراسة الذي يتطلب في تغطيته السرعة والآنية لمعرفة آخر تطورات العمليات العسكرية التي تقوم بها القوات الروسية داخل أوكرانيا وما يترتب عليها من آثار، وذلك عن طريق جمع أكبر قدر من المعلومات ونشرها دون الدخول في التفاصيل.
- تصدر موقع صحيفة موسكو تايمز المواقع الأربعة عينة الدراسة من حيث الاعتماد على المواد المصورة فقط في تغطيته للحرب الروسية الأوكرانية وذلك بنسبة (13.7%).
- تصدر موقع صحيفة نيويورك بوست المواقع الأربعة عينة الدراسة من حيث الاعتماد على الخبر الصحفي في تغطيته للحرب الروسية الأوكرانية وذلك بنسبة (64.2%).
- تصدر موقع صحيفة تشاينا ديلي المواقع الأربعة عينة الدراسة من حيث الاعتماد على المقال الصحفي وذلك بنسبة (36.2%)، وترى الباحثة أن ذلك يرجع إلى موقف الصين المحايد من الحرب، حيث أتاح الموقع الفرصة لكتابه بعرض وجهة نظرهم عن الحرب، وإبداء رأيهم تجاه روسيا وأوكرانيا وتجاه ردود الفعل الدولية من الحرب.
- تصدر موقع الشرق الأوسط المواقع الأربعة عينة الدراسة من حيث الاعتماد على التقرير الصحفي وذلك بنسبة (30.8%).

جدول رقم (3) يوضح زاوية التصوير المستخدمة في الصورة

زاوية التصوير / الموقع		The Moscow Times	NEW YORK BOST	CHINA DAILY	الشرق الأوسط	الإجمالي
زاوية مستوية	ك	52	126	107	102	387
	%	24.8	72	82.3	85	60.9
زاوية علوية	ك	75	22	9	8	114
	%	35.7	12.6	6.9	6.7	18
زاوية سفلية	ك	83	27	9	10	129
	%	39.5	15.4	6.9	8.3	20.3
زاوية جانبية	ك	0	0	5	0	5
	%	0.0	0.0	3.8	0.0	0.79
الإجمالي	ك	210	175	130	120	635
	%	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج الآتية:

- جاءت الزاوية المستوية في المرتبة الأولى بنسبة (60.9%)، ثم تليها في المرتبة الثانية الزاوية السفلية بنسبة (20.3%)، ثم تأتي في المرتبة الثالثة الزاوية العلوية بنسبة (18%)، ثم تأتي في المرتبة الرابعة والأخيرة الزاوية الجانبية بنسبة (0.79%)، وذلك من إجمالي حجم العينة، وتعتبر زاوية التصوير واحدة من أفضل الطرق للوصول إلى صورة غير مألوفة تعبر عن وجهة نظر المصور أو الصحيفة، كما أن لها تأثير كبير على التكوين في الصورة، ويقصد بالزاوية المستوية هي الزاوية على مستوى العين وموازية للأرض وتستخدم مع الصور الشخصية، أما الزاوية العلوية فتنظر إلى الأسفل وتعطي شعور بالانهزامية ويطلق عليها منظور عين الطائر، أما الزاوية السفلية فهي تنظر إلى الأعلى باتجاه الموضوع وتعطي شعور بالقوة والسلطة، وهناك أنواع مختلفة من زاوية التصوير، والتحديد الجيد لهذه الزوايا في كثير من الأحيان يمنح الصورة معنى خاصا.
- وترى الباحثة أن الزاوية المستوية جاءت في المرتبة الأولى لأنها تضع القارئ في مكان

المصور مما يجعل القارئ يشعر وكأنه يقف في موقع الحدث، وذلك يعزز من شعور التعاطف مع الضحايا، كما أن الزاوية المستوية أكثر صدقا وموضوعية لأنها لا تحمل تحكما بصريا مثل (الزاوية العلوية أو السفلية) وذلك يتناسب مع التغطية الصحفية للحروب، لأنه يجعلها أكثر حيادية وواقعية، كما أنها تبرز معاناة المدنيين وحجم الدمار دون مبالغة أو تحيز بصري.

- تصدر موقع صحيفة الشرق الأوسط المواقع الأربعة عينة الدراسة من حيث استخدامه للزاوية المستوية وذلك بنسبة (85%).
- تصدر موقع صحيفة موسكو تايمز المواقع الأربعة عينة الدراسة من حيث استخدامه للزاوية السفلية وذلك بنسبة (39.5%)، كما تصدرهم أيضا من حيث استخدامه للزاوية العلوية وذلك بنسبة (35.7%).
- يعتبر موقع صحيفة تشاينا ديلي الموقع الوحيد من إجمالي المواقع الأربعة عينة الدراسة الذي استخدم الزاوية الجانبية وذلك بنسبة (3.8%).

أهم النتائج العامة للدراسة:

- جاءت صور الأطراف الفاعلة في المرتبة الأولى، ويليها في المرتبة الثانية صور قصف المباني والمؤسسات الأوكرانية، وفي المرتبة الثالثة القتلى والجرحى المدنيين الأوكرانيين، ثم في المرتبة الرابعة صور قوات الجيش الروسي، وفي المرتبة الخامسة قوات الجيش الأوكراني، وفي المرتبة السادسة صور اللاجئين الأوكرانيين، وفي المرتبة السابعة القتلى والجرحى من قوات الجيش الأوكراني، ثم في المرتبة الثامنة القتلى والجرحى من قوات الجيش الروسي، وفي المرتبة التاسعة صور الاحتجاجات والمعارضة، ثم في المرتبة العاشرة صور الأسلحة، وفي المرتبة الحادية عشر صور قصف المباني والمؤسسات الروسية، ثم تأتي في المرتبة الثانية عشر والأخيرة صور أخرى تذكر.
- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأربعة للصحف العالمية عينة الدراسة من حيث نوعية موضوعات الصورة الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية.

- احتل الرئيس الروسي المرتبة الأولى، واحتل الرئيس الأوكراني المرتبة الثانية بالنسبة للشخصيات الفاعلة في الحرب الروسية الأوكرانية في المواقع الأربعة عينة الدراسة، وذلك نظرا لأن روسيا وأوكرانيا طرفي النزاع الرئيسين في هذه الحرب.

- جاءت الصورة المصاحبة للخبر في المرتبة الأولى، ثم يليها في المرتبة الثانية الصورة

الموضوعية، ثم في المرتبة الثالثة والأخيرة الصورة الإخبارية المستقلة، وترى الباحثة أن تصدر الصور المصاحبة للخبر المرتبة الأولى يرجع إلى كونها ذات طابع خبري مباشر، ومرتبطة بالأحداث العاجلة مثل الحرب الروسية الأوكرانية، كما أن لها أهمية كبيرة في جذب انتباه القارئ إلى الخبر بسرعة، وتعمل أيضا على التعزيز من مصداقية الخبر.

- جاءت وظيفة الإخبار والإعلام في المرتبة الأولى بالنسبة لوظائف الصورة الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الأربعة عينة الدراسة، ثم يليها في المرتبة الثانية وظيفة التوضيح، ثم في المرتبة الثالثة وظيفة إظهار المعاناة، وفي المرتبة الرابعة وظيفة التوجيه السياسي المباشر، وتأتي في المرتبة الخامسة والأخيرة وظيفة التسجيل والتوثيق.
- جاءت الزاوية المستوية في المرتبة الأولى بالنسبة لزاوية التصوير المستخدمة في الصور الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في المواقع الأربعة عينة الدراسة، ثم تليها في المرتبة الثانية الزاوية السفلية، ثم تأتي في المرتبة الثالثة الزاوية العلوية، ثم تأتي في المرتبة الرابعة والأخيرة الزاوية الجانبية، وترى الباحثة أن تصدر الزاوية المستوية المرتبة الأولى يرجع إلى كونها تلتقط من نفس مستوى نظر القارئ، وذلك يعزز من الإحساس بالتقارب والتفاعل الواقعي بين القارئ والصورة، حيث يشعر القارئ بأنه داخل الصورة وليس متفرجا فقط، كما أنها من أكثر الزوايا حيادية وواقعية فهي تنقل المشهد كما هو، دون أي مبالغة أو تحيز بصري.

توصيات الدراسة:

بناء على النتائج السابقة تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها:

- يجب الدمج بين التحليل الإحصائي (الكمي) والتحليل السيميولوجي (الدلالي) في دراسة الصورة الصحفية، حيث أثبتت الدراسة أن الاعتماد على أحد المنهجين يؤدي إلى نتائج ناقصة أو أحادية، لذلك يجب اعتماد منهج تكاملي يجمع بين التحليل الكمي والسيميولوجي، لفهم توزيع السمات البصرية والدلالات الأيديولوجية العميقة للصورة.
- ضرورة دراسة الجمهور وتأثير الصورة عليه، حيث أن أغلب البحوث تكتفي بتحليل الصورة دون التطرق لكيفية تلقي الجمهور لها، لذلك يجب التوسع في دراسات تجمع بين التحليل السيميولوجي وتحليل استقبال الجمهور، وذلك لفهم كيف يتفاعل الجمهور مع الصورة، وكيف تتشكل استجاباته العاطفية والأيديولوجية تجاهها.
- يجب على المحررين التحلي بالموضوعية البصرية والابتعاد عن الصور التي تروج لسردية أحادية أو دعائية، والحرص على تقديم تمثيل بصري عادل ومهني لجميع أطراف النزاع، حيث أن بعض الصحف تسهم في بناء خطاب منحاز من خلال الصور الموجهة أو

المنحازة سياسيا.

مصادر ومراجع الدراسة:

أولا: مصادر الدراسة:

1) موقع صحيفة موسكو تايمز الروسية.
2) موقع صحيفة نيويورك بوست الأمريكية.
3) موقع صحيفة تشاينا ديلي الصينية.
4) موقع صحيفة الشرق الأوسط السعودية.

ثانيا: مراجع الدراسة:

1) غادة شوقي طه: التحليل السيميولوجي للسرد القصصي المصور في المواقع الصحفية المصرية والبريطانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2025.
2) ميادة محمد عرفة: التحليل السيميائي للصور الفوتوغرافية المستخدمة في الدعاية السياسية خلال الحرب الروسية الأوكرانية 2022، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مركز بحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج22، ع2، 2023.
3) إسراء صابر عبدالرحمن: سيميائية الصورة الصحفية لأزمة سد النهضة في المواقع الإلأكترونية للصحف العربية والأجنبية (دراسة سيميولوجية)، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ع24، 2022.
4) سمر خالد عبدالحميد: التحليل السيميولوجي لصور بايدن على أغلفة المجلات المصرية، **المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع12، 2022.
5) Fernández-Castrillo, Carolina, and Celia Ramos. "Post-Photojournalism: Post-Truth Challenges and Threats for Visual Reporting in the Russo-Ukrainian War Coverage."*Digital Journalism, vol.13,no.1, 2025, pp.37-60*
6) Gouliev, Zaur."Propaganda and Information Dissemination in the Russo-Ukrainian War: Natural Language Processing of Russian and Western Twitter Narratives." 5 June 2025.
7) كريمة كمال عبداللطيف: أطر معالجة المواقع الإخبارية الدولية للتداعيات الاقتصادية للحرب الروسية الأوكرانية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع86، 2024.
8) Sulzhytski, Ilya, . “Comparing Russian and Ukrainian Media Frames during the War: A Mixed–Method Semantic Network Approach.” *Studies in Communication Sciences*,vol.24,no.32024,pp.303–321
9) سيفون بايه: مدخل لسيميائية الصورة الصحفية، **دراسات أدبية**، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، ع18، 2015، ص49.

10) سيميولوجيا الصورة الفوتوغرافية: عبدالرحيم كمال، **مجلة علامات**، ع16، 2001، ص96،101.
11) عبيدة صبطي، نجيب بخوش، **مدخل إلى السيميولوجيا**، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2009، ص15.
12) محمود أدهم، **الصورة الإخبارية (دراسات في الصحافة المصورة)**، القاهرة، عالم الكتب، ص27.
13) سري محمد خالد شطناوي: توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية للصحف الأردنية واليومية، **رسالة ماجستير**، دار المنظومة، 2019، ص8.
14) محمود أدهم، **الصورة الإخبارية (دراسات في الصحافة المصورة)**، القاهرة، عالم الكتب، ص27.
15) علي ناصر كنانة، **إنتاج وإعادة إنتاج الوعي**، 2009، (ص29) نقلا عن سحر عبدالمنعم الخولي: سيميولوجية الصورة في الصحافة المصرية الورقية (دراسة تحليلية لصحف الأهرام)، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع16، 2019، ص372.
16) المرجع السابق نفسه، ص372.
17) حسنين شفيق، **الأساليب العلمية والفنية للتصوير الصحفي**، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص80.
18) حنين سعد سلمان: **توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية (دراسة تحليلية لموقع العربية .نت)** ،مرجع سابق، ص39،38.
19) سعيد الغريب النجار، **تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية**، مرجع سابق،ص33.