



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة تكريت
كلية الآداب
قسم الإعلام - الدراسات العليا

توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية - دراسة تحليلية لموقع العربية. نت

رسالة ماجستير تقدمت بها الطالبة

حنين سعد سلمان عبد الله

الى مجلس كلية الآداب في جامعة تكريت وهي جزء من متطلبات
الحصول على درجة الماجستير في الإعلام - الصحافة

بإشراف

الأستاذ الدكتور

فريد صالح فياض

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بَطَانَةَ مِن دُونِكُمْ لَا
يَأْلُونَكُمْ خَبَالًا وَدُّوا مَا عَنِتُّمْ قَدْ بَدَتِ الْبَغْضَاءُ مِنْ
أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمُ
الآيَاتِ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ (118)

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ
الْعِظِيمِ

سورة آل عمران الآية 118

اقرار المشرف

أشهد أن إعداد الرسالة الموسومة (توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الارهابية - دراسة تحليلية لموقع العربية.نت) التي تقدمت بها من الطالبة (حنين سعد سلمان) قد جرى تحت اشرافي في جامعة تكريت - كلية الآداب وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام - صحافة.

التوقيع:

المشرف: أ.د. فريد صالح فياض

التاريخ: / / 2019

بناءً على التوصيات المقررة أُرشح هذه الرسالة للمناقشة.

التوقيع:

الاسم: أ.م. عيسى عيال مجيد

رئيس قسم الإعلام

التاريخ: / / 2019

اقرار المقوم اللغوي

أشهد أن الرسالة الموسومة (توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الارهابية - دراسة تحليلية لموقع العربية.نت) التي تقدمت بها الطالبة (حنين سعد سلمان) قمت بتدقيقها ومراجعتها من الناحية اللغوية، وأصبحت ذات أسلوب لغوي سليم خالٍ من الأخطاء ولأجله وقعت.

التوقيع:

الاسم: أ.د. محمد خليل إبراهيم

التاريخ: / / 2019

اقرار الخبير العلمي

أشهد أن إعداد هذه الرسالة الموسومة (توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الارهابية - دراسة تحليلية لموقع العربية.نت) المرسلة من جامعة تكريت/ كلية الآداب/ قسم الإعلام قد جرى تقييمها علمياً وأصبحت مؤهلة للمناقشة ولأجله وقعت.

التوقيع:

الاسم: أ.م.د. حسن كامل محمد

التاريخ: / / 2019

اقرار لجنة المناقشة

نشهد أننا رئيس وأعضاء لجنة المناقشة قد اطلعنا على الرسالة الموسومة (توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الارهابية - دراسة تحليلية لموقع العربية.نت) وقد ناقشنا الطالبة (حنين سعد سلمان عبد الله) في محتوياتها وفيما لها علاقة بها ونعقد بانها جديرة بالقبول لنيل درجة الماجستير في الإعلام - صحافة بتقدير (امتياز).

التوقيع: الاسم: أ.د. حمدان خضر سالم
(رئيساً)
التاريخ: 2019/ /
التوقيع: الاسم: أ.د. فريد صالح فياض
(مشرفاً)
التاريخ: 2019/ /

التوقيع: الاسم: أ. ياسين طه موسى
(عضواً)
التاريخ: 2019/ /
التوقيع: الاسم: أ. جمال عسكر مضحي
(عضواً)
التاريخ: 2019/ /

صادق مجلس كلية الآداب- جامعة تكريت على قرار لجنة المناقشة

التوقيع: الاسم: أ.م.د. باسم صالح حسين
عميد كلية الآداب
التاريخ: 2019/ /

الإهداء

إلى أمرواح من دفعوا الفاتورة الأعلى

إلى ضحايا الحروب والإرهاب

حنين

الشكر والعرفان

الحمد لله حق حمده والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله محمد صلى الله عليه وعلى آله الطيبين الطاهرين وصحبه المنتجبين وبعد ... فأنتقدم بالشكر والثناء لأستاذي المشرف على هذه الرسالة كرمًا ومسؤولية (الأستاذ الدكتور فريد صالح فياض) الذي بذل جهداً كبيراً في متابعة مراحل إنجاز الرسالة ولم يبخل علي في تقديم المشورة العلمية.

والشكر موصول لوالدي (الأستاذ الدكتور سعد سلمان المشهداني) على إنضاج تجربة البحث العلمي إذ كان لإشارته لي ولزملائي وزميلاتي في مادة منهجية البحث الإعلامي للدراسات العليا في السنة التحضيرية دور في إنضاج تجربة البحث العلمي في هذه الرسالة العلمية.

والشكر موصول أيضاً لأساتذتي الأفاضل جميعهم في كلية الآداب قسم الإعلام، واخص منهم بالذكر (الاستاذ المساعد الدكتور يوسف حسن محمود) لما أبداه من مساعدة أثناء مرحلة الدراسة من خلال ملاحظاته العلمية القيمة، كما لا بد لي أن اشكر أساتذتي الذين كان لهم دور في تحكيم استمارة التحليل الخاصة ببحثي.

والشكر موصول لصديقي الصدوقة (ريم ضياء) التي كانت حاضرة لمساعدتي دائماً في تحميل عشرات المصادر الالكترونية فضلاً عن حضورها في الكثير من التفاصيل الصغيرة التي وفرت على كاهلي الكثير من الوقت لانجاز هذا الرسالة.

وأخيراً لا بد لي ان أشكر من جعلت الأمور المستحيلة حقيقة (والدتي) الغالية التي تحملت معي الكثير أثناء مرحلة الدراسة، فضلاً عن تحملها عناد السفر في العديد من المرات سواء داخل أو خارج البلد من أجل مساعدتي في جلب المصادر العلمية.

إلى هؤلاء جميعاً ... وأعتذر ممن فاتني ذكرهم

حنين

المستخلص

(توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية-دراسة تحليلية لموقع العربية. نت)

حنين سعد سلمان عبد الله

كلية الآداب/ جامعة تكريت

hanin.saad@tu.edu.iq

تهتم التنظيمات الإرهابية بالصورة الصحفية بوصفها عنصراً مهماً في إيصال رسائلها الإعلامية الى العالم، ويأتي تنظيم داعش في مقدمة التنظيمات التي اهتمت بالصورة الصحفية؛ نظراً لتأثيرها الكبير على المتلقي وقدرتها على تأكيد مصداقية النص الذي ترافقه في المحتوى الإعلامي. وتتلخص مشكلة هذه الدراسة في التساؤل الرئيس: كيف وظف تنظيم داعش صورته الصحفية في المحتوى الرقمي خلال مدة الدراسة؟

وقد تفرع من هذا التساؤل تساؤلات عدة على المستوى التحليلي ليتم الوصول من خلالها الى الهدف الرئيس من هذه الدراسة، وهو معرفة كيف وظف تنظيم داعش الصور الصحفية في محتواه الرقمي المنشور على شبكة الانترنت.

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على أداتين للوصول الى المعلومات والبيانات المطلوبة، مركزة على أداة تحليل المضمون لتحليل الصورة الصحفية الرقمية الخاصة بتنظيم داعش والتي تم إعادة نشرها في موقع العربية. نت خلال الاعوام 2014 و2015 و2016 و2017 وبواقع (362) صورة صحفية لعام 2014، و(367) صورة صحفية لعام 2015، و(101) صورة صحفية لعام 2016، و(79) صورة صحفية لعام 2017، كما اعتمدت على أداة المقابلة العلمية لاستكمال الوصول الى بعض المعلومات غير المنشورة والتي وثقت في جهات رسمية معنية بمتابعة التنظيمات الارهابية كالخلية الوطنية للعمليات النفسية.

وقد توصلت في نهاية هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج كان من أبرزها ما يأتي:

1. اهتم تنظيم داعش بتوظيف استمالات التخويف في الصور الصحفية المنشورة على شبكة الإنترنت، لكونه اعتمد على العنف والتخويف كاستراتيجية له في التعامل مع خصومه،

ففي كل مرة كان يبث صوراً صادمة مليئة بالوحشية؛ رغبة منه في إرعاب خصومه وكل من يقف ضده في إطار حرب نفسية يشنها ضدهم.

2. وظفت الصورة الصحفية لتخدم أسلوب التهويل والتضخيم لأغراض دعائية، من خلال إبراز المقاتلين بهيئة الرمي واستعمال الأسلحة الحديثة الخفيفة والمتوسطة، وإظهار المقاتلين مجتمعين وهم في وضع الجهوزية للقتال يرتدون الزي العسكري، ويعتلون مركبات عسكرية حديثة وأسلحة خفيفة متطورة غنمها التنظيم من المناطق التي سيطر عليها.

3. ركز تنظيم داعش في توظيفه لأغلب الصور الصحفية على راية التنظيم؛ لأنها تختزل فكرة الرسالة الاتصالية في جملة بسيطة وسهلة الحفظ والتذكر، أو في عبارة موجزة لا لبس فيها ولا غموض للتعبير عن فكرة أو قضية أو موقف أو رأي يتعلق بالشأن السياسي أو أي موضوع آخر.

4. اعتمد تنظيم داعش على توظيف صور قاداته في وسائل إعلامه كجزء من الاستمالات العقلية، وخاصة في مجلتي دابق ورومية، اللتين استهدفتا جمهوراً غربياً وبسبع لغات وهي: (الانكليزية والتركية والالمانية والروسية والباشتو والفرنسية والايغور).

المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية القرآنية
ب	إقرار المشرف
ج	إقرار المقوم اللغوي
د	إقرار الخبير العلمي
هـ	إقرار لجنة المناقشة
و	الإهداء
ز	الشكر العرفان
ح-ط	المستخلص
ي-ل	المحتويات
م-ن	قائمة الجداول
س-ع	قائمة الصور
3-1	المقدمة
15-4	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
4	أولاً مشكلة البحث
4	ثانياً أهمية البحث
5	ثالثاً أهداف البحث
6	رابعاً مجتمع البحث
7-6	خامساً مجالات البحث
8-7	سادساً نوع البحث ومدخله النظرية
8	سابعاً منهج البحث وأدواته
14-8	ثامناً دراسات سابقة
15-14	تاسعاً أهم المفاهيم والمصطلحات الواردة في البحث

الصفحة	الموضوع
70-16	الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها
35-16	المبحث الأول: ماهية الصورة الصحفية
21-16	أولاً تعريف الصورة الصحفية ونشأتها
23-21	ثانياً أهمية الصورة الصحفية
27-24	ثالثاً وظائف الصورة الصحفية
35-27	رابعاً أنواع الصورة الصحفية
52-36	المبحث الثاني: التطور التكنولوجي للصورة الصحفية
37-36	أولاً البدايات الأولى للصورة الصحفية الرقمية
39-38	ثانياً أسباب التحول من الصورة الصحفية التقليدية الى الرقمية
47-40	ثالثاً التطورات التكنولوجية للصورة الصحفية
52-47	رابعاً معايير انتقاء الصورة الصحفية
70-53	المبحث الثالث: ثقافة الصورة الرقمية وأخلاقياتها
56-53	أولاً ثقافة الصورة الرقمية
59-56	ثانياً تحرير ومعالجة الصورة الصحفية الرقمية
63-59	ثالثاً أخلاقيات الصورة الصحفية
70-64	رابعاً القضايا الأخلاقية المرتبطة بالصورة الصحفية الرقمية
-71	الفصل الثالث: الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية
88-71	المبحث الأول: ماهية الإرهاب والتنظيمات الإرهابية
77-71	أولاً تعريف الإرهاب وأنواعه وأسبابه
80-77	ثانياً ماهية التنظيمات الإرهابية
83-80	ثالثاً التداول الإعلامي لقضايا الإرهاب
88-84	رابعاً استعمال التنظيمات الإرهابية للإعلام الإلكتروني
105-89	المبحث الثاني: نشأة تنظيم داعش - جرائمه ومصادر تمويله

الصفحة	الموضوع
89	أولاً أصل التسمية
96-90	ثانياً جذور تنظيم داعش
100-97	ثالثاً جرائم تنظيم داعش
104-100	رابعاً مصادر تمويل تنظيم داعش
125-105	المبحث الثالث: الوسائل الإعلامية لتنظيم داعش
109-106	أولاً الوسائل الإعلامية الناطقة باسم تنظيم داعش
113-110	ثانياً استخدام تنظيم داعش للإعلام الإلكتروني
122-114	ثالثاً الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي لتنظيم داعش
125-122	رابعاً الدعاية المضادة لمحاربة تنظيم داعش
179-126	الفصل الرابع: الدراسة التحليلية لتوظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية
130-126	المبحث الأول: موقع العربية نت ... النشأة والتطور
138-131	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة
179-139	المبحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها
180	الخاتمة والاستنتاجات
181	التوصيات
202-182	المصادر والمراجع
208-203	الملاحق
206-203	أولاً استمارة تحليل المضمون
208-207	ثانياً استمارة المقابلة
a-b	المستخلص باللغة الإنكليزية

الجدول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
136	يوضح نسبة الاتفاق بين المحكمين لتحديد صدق الاستمارة حسب المرتبة العلمية للمحكمين وبالإعتماد على تسلسل حروف الهجاء لأسمائهم	1
147	يوضح الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	2
149	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في استمالات التخويف خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	3
151	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف أسلوب التهويل والتضخيم خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	4
153	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف العامل الديني خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	5
155	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في التأكيد على الانتصارات العسكرية خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	6
157	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في سرد الوقائع والاحداث خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	7
159	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في التجنيد والاستقطاب خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	8
160	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف أسلوب تحطيم المعنويات في الصورة الصحفية خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	9
162	يوضح الفئات الفرعية للترسيخ الذهني لرموز غير لفظية في الصورة الصحفية خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	10
164	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في الاستمالات العقلية خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	11

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
165	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف الأزياء في الصورة الصحفية خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	12
167	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في الاستمالات العاطفية خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	13
168	يوضح الفئات الفرعية للإيماءات ولغة الجسد خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	14
170	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف الألوان في الصورة الصحفية خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	15
171	يوضح الفئات الفرعية لتوظيف النصوص خلال المدة 2014-2017 والنسبة المئوية	16
173	يوضح الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي خلال المدة 2014 والنسبة المئوية	17
175	يوضح الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي خلال المدة 2015 والنسبة المئوية	18
177	يوضح الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي خلال المدة 2016 والنسبة المئوية	19
179	يوضح الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي خلال المدة 2017 والنسبة المئوية	20

جدول الصور

الصفحة	عنوان الصورة	رقم الصورة
19	The Yellow Kids صورة تمثل كاريكاتير للطفل الأصفر	1
20	صورة تمثل الأطفال العاملين في ولاية بنسلفانيا عام 1911	2
27	صورة تمثل الناجين من انفجار القنبلة النووية على هيروشيما عام 1945	3
29	صورة إخبارية توضح ظهور البغدادي لأول مرة بعد 5 سنوات من ظهوره الأول	4
30	صورة تمثل الصور ذات الطابع الإنساني لأيزيديين ينزحون من جبل سنجار	5
34	صورة تعبر عن كاريكاتير للرسام ناصر إبراهيم عن هروب تنظيم داعش	6
41	صورة لسقوط طائرة الإيرباص الأمريكية بتاريخ 2009/1/15	7
49	صورة لجثث الأطفال التي نشرت في صحيفة سكرامنتو بي عام 2006	8
62	على اليمين الصورة الأصلية التي التقطها عدنان الحاج وعلى اليسار الصورة بعد التلاعب بها ببرنامج الفوتوشوب	9
63	صورة تمثل أمين صندوق ولاية بنسلفانيا قبل ثوانٍ فقط من انتحاره عام 1987	10
79	صورة جثة السياسي (الدو مورو) التي وجدت في صندوق سيارة بالقرب من مقر الحزب الديمقراطي المسيحي	11
93	صورة جواز السفر الذي أصدره تنظيم داعش في مدينة الموصل	12
93	صورة لأحدى العملات الذهبية التي أصدرها تنظيم داعش	13
96	انفوغراف يوضح البناء الهيكلي لتنظيم داعش	14
97	صورة توضح حرق 4 أشخاص أحياء على يد تنظيم داعش بتهمة الجاسوسية	15
99	صورة توضح تفجير حسينية القبة في مدينة الموصل	16
108	صورة تمثل الصفحة الأولى لمطبوعات أخبار وتقرير الدولة الإسلامية	17
109	صورة تمثل أغلفة العدد الأول لمجلات تنظيم داعش	18
115	صورة تمثل أحد تمارين مادة الرياضيات التي درست للطلبة في المدارس	19

الصفحة	عنوان الصورة	رقم الصورة
	الواقعة بالمناطق التي سيطر عليها تنظيم داعش	
117	تمثل صورة جمالية لوقت الغروب في مدينة الموصل نشرت في مجلة دابق	20
117	صورة تمثل نماذج لصور تم استخدام برنامج الفوتوشوب لمعالجتها	21
118	صورة تمثل استعمال تنظيم داعش للاستمالات العاطفية في مضامين الصور	22
120	صورة تمثل انفوغراف ديني تم نشره في مجلة رومية	23
122	تمثل إحدى الصور الصحفية التي تم الترويج لها في الإعلام العربي لبيع تنظيم داعش للنساء في سوق النخاسة	24
125	صورة لواجهة موقع إصدارات الدولة الإسلامية في الإنترنت المظلم	25
149	صورة تمثل إحدى صور الإعدام البشع	26
151	صورة تمثل تركيز التنظيم على إبراز قوة المقاتلين	27
153	تمثل مصادرة التنظيم لرؤوس أثرية تابعة لمدينة تدمر السورية	28
154	صورة لأحد استعراضات التنظيم في المدن التي تمكن من السيطرة عليها	29
156	صورة لأحد التدريبات القتالية لتنظيم داعش	30
158	صورة لتجنيد الأطفال بتنظيم داعش	31
160	صورة تمثل أحد التفجيرات التي نفذها التنظيم بحق عدد من الضباط العراقيين	32
162	صورة تمثل تركيز التنظيم على الرامية	33
163	صورة تمثل تركيز التنظيم على إبراز قاداته	34
165	صورة تمثل أحد أعضاء التنظيم وهو يرتدي غطاء الرأس والوجه	35
166	صورة لأحد أعضاء تنظيم داعش مع طفله	36
168	صورة تمثل ابتسامة أحد أعضاء التنظيم	37
169	صورة تمثل أعضاء تنظيم داعش وهم يرتدون ملابس باللون الاسود	38
171	صورة تمثل أحد النصوص العقائدية التي وظفها التنظيم في صورته الصحفية	39

المقدمة

استغل تنظيم داعش الحرية المتاحة في الإعلام الرقمي ليوظف من خلاله أنواعاً مختلفة من الصور الصحفية غير الإنسانية والبعيدة تماماً عن القيم والأحكام الإسلامية، معتمداً فيها على استراتيجيته المسماة بـ(إدارة التوحش)؛ وذلك بهدف زرع الرعب والخوف في نفوس المتلقين، إذ عبرت تلك الصور عن توجهه المتطرف الهادف الى التغيير الجذري للواقع السياسي من خلال التسلسل الحركي الذي ارتآه أبو بكر ناجي في كتابه (إدارة التوحش)، الذي يرى فيه أن المجموعة القتالية تبدأ (بالشوكة) ضد الغرب وأعدائه، ثم يتحول بهذا السلوك في هذا المنهج الذي سيؤدي في اعتقاده إلى مرحلة (النكاية) والتي تفتح الأبواب نحو إقامة ما يسمى (الدولة الإسلامية).

ان توظيف التنظيمات الإرهابية للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي بتراكمها الكمي - أدى كما سنرى في الفصول اللاحقة من هذه الدراسة التحليلية- إلى ظهور الفعل الكيفي أو النوعي الذي أحدث حالة من الرعب والهلع قادت إلى انهيار قوات نظامية عسكرية كبيرة دون قتال، كما هو الحال في الموصل في ٢٠١٤/٦/٩ وما أعقبها من انهيارات للقوات المسلحة العراقية في محافظة صلاح الدين والأنبار وديالى وأجزاء من محافظة كركوك. وقد لعب الفضاء السيبراني دوراً مركزياً في نشر الصورة الصحفية للتنظيمات الإرهابية وإيصالها إلى دول العالم.

وكان توظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي ليس بهدف جمالي أو لشرح المضمون المكتوب في المادة الصحفية المقدمة للجمهور بحد ذاتها بقدر ما كان هدفة الفعل المرجو من الصورة في إحداث التأثير النفسي عن طريق استمالات التخويف واستمالات عاطفية وعقلية على الجمهور المستهدف لأغراض شتى، من بينها الاستدراج والتجنيد بالنسبة للشباب (فتيان أو فتيات) ومهاجمة سلطة معينة، أو مقاومة ممارسة معينة لا يوافق عليها التنظيم الإرهابي مستخدماً وموظفاً إياها سلاح الصورة الصحفية.

وقد استطاعت الباحثة في هذه الدراسة ان تقدم تحليلاً كمياً لأساليب عرض مضامين الصورة الصحفية وأساليب توظيفها في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية من خلال مجتمع البحث المتوفر للصورة الصحفية لتنظيم داعش الإرهابي على موقع العربية نت للأعوام ٢٠١٤، ٢٠١٥،

٢٠١٦، ٢٠١٧ وبواقع (٣٦٢) صورة صحفية لعام ٢٠١٤، و(٣٦٧) صورة صحفية لعام ٢٠١٥، و(١٠١) صورة صحفية لعام ٢٠١٦، و(٧٩) صورة صحفية لعام ٢٠١٧ واتباع أسلوب تحليل مضمون تلك الصور، لنتج تحليلاً للأفكار المتواترة بشكل جداول تكرارية، ومن ثم تفسير النتائج من خلال تطبيق مفاهيم نظرية التفاعل الرمزي التي تهتم بطبيعة اللغة والرموز في شرح عملية الاتصال من خلال نظام الرموز والمعاني الذي يبينه الفرد من خلال الصورة الصحفية والنص المرافق لها في المحتوى الرقمي على شبكة الإنترنت، فكلما اتسع إطار المعاني المشتركة كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة.

قسمت الباحثة هذا البحث إلى مقدمة وأربعة فصول وخاتمة، تناول الفصل الأول منه (الإطار المنهجي للبحث) الذي تضمن: (أهمية البحث، مشكلة البحث، أهداف البحث، منهج البحث، مجتمع البحث، دراسات سابقة، أهم المفاهيم والمصطلحات)، أما الفصل الثاني فقد جاء بعنوان: (نشأة الصورة الصحفية وتطورها وتوظيفها)، وقد احتوى على ثلاثة مباحث تناول الأول منه: ماهية الصورة الصحفية، أما المبحث الثاني فقد تناول التطور التكنولوجي للصورة الصحفية وتوظيفها، فيما تناول الثالث منه (ثقافة الصورة الرقمية وأخلاقياتها)، أما الفصل الثالث فقد جاء بعنوان (الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية)، وقد تضمن ثلاثة مباحث، تناول المبحث الأول منه: (ماهية الإرهاب والتنظيمات الإرهابية)، وضم المبحث الثاني منه نشأة تنظيم داعش (جرائمه ومصادر تمويله)، وخصص المبحث الثالث (الوسائل الإعلامية لتنظيم داعش) ويضم الفصل الرابع من هذا البحث (تحليل مضمون الصورة الصحفية التي استخدمها تنظيم داعش في المحتوى الرقمي المنشور على موقع العربية نت للأعوام ٢٠١٤، ٢٠١٥، ٢٠١٦، ٢٠١٧)، وقد تضمن هذا الفصل ثلاثة مباحث، تناول الأول منه: نشأة وتطور موقع العربية نت، فيما تناول المبحث الثاني منه: نتائج الدراسة التحليلية، وقد تضمن المبحث الثالث منه: تفسير نتائج التحليل.

واعتمدت الباحثة في هذا البحث على المنهج المسحي وهو من أبرز المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية، باتباع أسلوب تحليل المضمون للصور الصحفية التي نشرها موقع العربية نت خلال الاعوام ٢٠١٤ و ٢٠١٥

المقدمة

و٢٠١٦، ٢٠١٧ عن تنظيم داعش كأحد المواقع العربية الناشرة للمحتوى الرقمي باللغة العربية. وقد اختارت الباحثة هذا الموقع لكونه من المؤسسات الإعلامية التي تقع في إطار شبكات الإعلام العالمية، ومن المواقع المهمة التي تتيح للباحثين طرق الوصول إلى المحتوى الرقمي من خلال خدمة الأرشيف المحفوظ في الموقع لمدة متباعدة للأعوام المذكورة التي تضمنتها هذه الدراسة.

واستخدمت الباحثة أيضاً أداة المقابلة العلمية في الحصول على بعض المعلومات الميدانية المهمة من السيد (سعيد الجياشي) مدير وحدة العمليات النفسية في ديوان مجلس الوزراء، والتي افادتنني في الجانب النظري وفي تفسير النتائج.

واختتمت الباحثة هذه الدراسة بالخاتمة والاستنتاجات التي توصلت إليها، فضلاً عن التوصيات.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

ويشتمل هذا الفصل على النقاط الآتية:

- ❖ مشكلة البحث
- ❖ أهمية البحث
- ❖ أهداف البحث
- ❖ مجتمع البحث
- ❖ مجالات البحث
- ❖ نوع البحث ومداخله النظرية
- ❖ منهج البحث وأدواته
- ❖ الدراسات السابقة
- ❖ أهم المفاهيم والمصطلحات الواردة في البحث

أولاً: مشكلة البحث

تفرض الإجراءات المنهجية على الباحث التحديد الدقيق لمشكلة البحث والتوصل إلى سؤال بحثي رئيس عن هذه المشكلة. فلا يمكن البدء في البحث من دون بلورة سؤال بحثي دقيق وواضح، وما يتفرع عنه من أسئلة أساسية يسميها بعض الباحثين (أسئلة استراتيجية). وما يحصل عادةً هو أن الباحث عندما يختار مشكلة للبحث يأخذ وقتاً غير قصير في التفكير في هذه المشكلة في عملية تسمى (التقطير)، أي تضيق السؤال أو الاسئلة التي تدور في ذهنه إلى أن يصل إلى سؤال واضح ومحدد^(١). ويمكن تحديد السؤال المتعلق بالمشكلة في هذا البحث بالسؤال الآتي:

كيف وظف تنظيم داعش صورته الصحفية في المحتوى الرقمي خلال مدة الدراسة؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية هي:

١. ما مدى توظيف الاستمالات (التخويف، العقلية، العاطفية) في الصورة الصحفية الرقمية لتنظيم داعش؟
٢. ما مدى توظيف التنظيم لاسلوبي (التهويل والتضخيم وتحطيم المعنويات) في صورته الصحفية الرقمية؟
٣. كيف وظف تنظيم داعش (العامل الديني والانتصارات العسكرية) في صورته الصحفية؟
٤. ما (الألوان والازياء) التي وظفها التنظيم في صورته الصحفية الرقمية؟

ثانياً: أهمية البحث

تكتسب البحوث العلمية أهميتها من عناصر يرتبط بعضها بالمجتمع الذي يفترض أن تسهم في حل مشكلاته، فضلاً عما يمكن أن تمثله من إضافة مهمة إلى المعرفة في ميدان العلم والمجال التخصصي الذي ينتمي إليه، وينتمي هذا البحث إلى البحوث الإعلامية للقائم بالاتصال، ويعدُّ مهماً لكونه يهدف إلى التعرف على الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها القائم بالاتصال (تنظيم داعش) وراء

(١) باسم سرحان: طرائق البحث الاجتماعي الكمية، بيروت، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ٢٠١٧، ص ٩٦.

ما يقدمه من رسائل إعلامية للجمهور المستهدف، والتعرف كذلك على البيئة الإعلامية التي يعمل بها، ونمط التوجيه داخل المؤسسة الإعلامية^(١).

وتكمن أهمية هذا البحث في المجالات الآتية:

١. توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتتظيمات الإرهابية يجعل هذا البحث مهماً في فهم تأثير الصورة على الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية للأفراد، وهي في هذا البحث محاكاة ومقارنة من زاوية الدلالة، وليس من زاوية الإحساس والمتعة الجمالية.
٢. يمثل هذا البحث إضافة علمية مهمة في دراسات الصورة كاتجاه حديث في البحوث الإعلامية تلبي حاجة ماسة في دراسة الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الرقمي، من خلال إمكانية الوصول غير المحدد للمعلومات والمشاركة المتساوية في المناقشات في ساحات النقاش والفهم والثقة والوضوح في المحتوى الرقمي لتنظيم داعش في عملية توظيف الصورة الصحفية ضمن الفضاء الإلكتروني على شبكة الإنترنت.

ثالثاً: أهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيس لهذا البحث في معرفة كيف وظف تنظيم داعش صوره الصحفية في المحتوى الرقمي على الإنترنت خلال الاعوام ٢٠١٤، ٢٠١٥، ٢٠١٦، ٢٠١٧.

ويمكن تلخيص اهم أهداف هذا البحث بما يأتي:

١. معرفة مدى توظيف تنظيم داعش للاستمالات في صوره الصحفية.
٢. معرفة مدى توظيف اسلوبي (التهويل والتضخيم وتحطيم المعنويات) في الصورة الصحفية لتنظيم داعش.
٣. بيان كيفية توظيف التنظيم (للعامل الديني والانتصارات العسكرية) في صوره الصحفية.
٤. إيضاح أهم (الألوان والأزياء) التي وظفها التنظيم في صوره الصحفية.

(١) د. إسماعيل إبراهيم: مناهج البحوث الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ٣٠.

رابعاً: مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث بمجموعة الصور الصحفية المتعلقة بنشاط تنظيم داعش كأحد التنظيمات الإرهابية التي روجتها المنافذ الإعلامية للتنظيم المذكور على شبكة الإنترنت، والتي أعاد نشرها موقع العربية. نت.

وبعد الاطلاع على العديد من المواقع الإخبارية العربية وقع الاختيار على موقع العربية. نت ليقم جمع مجتمع البحث من خلاله، وذلك لعدة أسباب أهمها: تعرض المحتوى الرقمي لتنظيم داعش لحملة دولية أدت إلى محي أغلب الصور والمقاطع التسجيلية الخاصة بالتنظيم من مواقع التواصل الاجتماعي، ولم يبق للتنظيم أي تواجد بشكل كامل عدا تواجده بالإنترنت المظلم Dark Web الذي لا يمكن الوصول إليه إلا من خلال استعمال متصفح خاص. ومن الأسباب الأخرى التي دعت إلى اختيار موقع العربية. نت هو اهتمامه بتغطية أخبار تنظيم داعش مع الصور. وأخيراً ساعد احتواء الموقع على أرشيف يعود لفترة بعيدة خصوصاً وأن المدة التي يسلط عليها البحث تمتد من عام ٢٠١٤ ولغاية عام ٢٠١٧ فنجد أن غالبية المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية تحتفظ بأرشيف الأخبار دون الصور، حيث يؤثر بقاءها على سعة الموقع لذلك تفضل إزالة الصور مع الاحتفاظ بالخبر ضمن أرشيفها.

وقد بذلت الباحثة جهداً كبيراً في جمع مجتمع البحث من موقع العربية نت خلال مدة البحث؛ لكون جميع المواد الإعلامية المنشورة على هذا الموقع تستعمل الصورة الصحفية التي نشرها التنظيم عبر منافذه الإعلامية المتعددة في أغلب الفنون الصحفية المنشورة على موقع العربية نت، فقد واجهت تكراراً بالصور المنشورة، إذ استعمل الموقع - ومازال - الكثير من الصور الصحفية الارشيفية عند نشر الأخبار الخاصة بالتنظيم.

خامساً: مجالات البحث

ويمكن تقسيم مجالات البحث الى ثلاثة أقسام هي:

١. المجال المكاني: ويمثل الصور الصحفية الموجودة على موقع العربية نت المتعلقة بجميع

نشاطات تنظيم داعش الفعلية وللمدة الخاضعة للدراسة وكالاتي:

أ. الصور الصحفية لعام ٢٠١٤: بواقع (٣٦٢) صورة.

ب. الصور الصحفية لعام ٢٠١٥: بواقع (٣٦٧) صورة.

ت. الصور الصحفية لعام ٢٠١٦: بواقع (١٠١) صورة.

ث. الصور الصحفية لعام ٢٠١٧: بواقع (٧٩) صورة.

وبذلك يتكون مجتمع البحث من (٩٠٩) صورة صحفية موزعة حسب الأعوام (٢٠١٤، ٢٠١٥، ٢٠١٦، ٢٠١٧).

٢. **المجال الزمني:** ويمثل المدة الزمنية التي يغطيها مجتمع البحث البالغة أربع سنوات، تبدأ من ٢٠١٤/٦/٩ وتنتهي بـ ٢٠١٧/١٢/٣١، وقد اختارت الباحثة هذه المدة لتغطي مجمل نشاطات المنافذ الإعلامية لترويج الصور الصحفية التي رافقت جميع الأنشطة الإعلامية لتنظيم داعش على شبكة الإنترنت.

٣. **المجال الموضوعي:** ويمثل المجال الموضوعي للبحث الصور الصحفية لتنظيم داعش المنشورة على موقع العربية. نت خلال مدة البحث.

سادساً: نوع البحث ومداخله النظرية

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية لتفسير توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الإعلامي الرقمي لتنظيم داعش خلال الأعوام الممتدة من عام ٢٠١٤ ولنهاية عام ٢٠١٧. ويعتمد هذا البحث في بنائه الأساسي، على المداخل والنظريات الآتية في تفسير توظيف الصورة الصحفية التي نشرها تنظيم داعش لتعزيز الرسائل الاتصالية التي كان يرمي إليها لتحقيق أهدافه وهي^(١):

١. المدخل الاقناعي للاتصال: ويتم من خلاله تفسير توظيف الصورة الصحفية عن طريق استعمال نظريتي الدعاية والرصاصة السحرية.
٢. المدخل اللغوي والإدراكي للاتصال: ويتم من خلاله تفسير توظيف الصورة الصحفية عن طريق استعمال نظرية إدراك ومعالجة الصور.

(١) للتوسع أكثر في نظرية الدعاية والرصاصة السحرية يراجع: أ.د. حسني محمد نصر: نظريات الإعلام، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥، ص ٦٣-٧٧. وللتوسع أكثر في نظرية إدراك ومعالجة الصور يراجع المصدر نفسه، ص ٩١-٩٣.

٣. المدخل المعاصر: ويتم من خلاله تفسير توظيف الصورة الصحفية عن طريق استعمال نظريتي المجال الالكتروني العام ونظرية التفاعل الرمزي^(١).

سابعاً: منهج البحث وأدواته

١. منهج البحث: اتبعت الباحثة في هذا البحث المنهج المسحي لكونه "منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة، لتحديد، والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها؛^(٢) وذلك لتحليل مضامين الصورة الصحفية واعطاء وصف منهجي دقيق لها؛ وذلك بعد تصنيف الصورة الصحفية إلى فئات قابلة للدراسة.
٢. أدوات البحث: استخدمتُ أداتين من أدوات جمع البيانات والمعلومات في البحث العلمي هما: أداة تحليل المضمون، وأداة المقابلة العلمية.

ثامناً: دراسات سابقة

تكتسب الدراسات السابقة أهمية خاصة؛ لأنها تمثل الإطار المرجعي الأساس لمشكلة البحث، وتسهم في تحديد معالم المشكلة البحثية بوضوح والتعمق فيها وتقصي أبعادها. وقد اجرت الباحثة مسحاً شاملاً لجميع الدراسات التي تناولت الجوانب المرتبطة مباشرة بموضوع البحث، انطلاقاً من كونها درست في المجال الخاص نفسه للمشكلة التي يتم دراستها؛ بحيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية لها، وتمثل نتائج المشكلة المطروحة إضافة مباشرة إلى نتائج الدراسات السابقة، ولذلك تظهر أهميتها أكثر في تطوير المشكلة العلمية، أو الفرضيات البحثية، وصياغة الإطار النظري، وتفسير النتائج الخاصة بالبحث^(٣).

(١) للتوسع أكثر في (نظرية التفاعل الرمزي) يراجع: د. محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط٤، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٥، ص٣٧٤-٣٨٤.

وللتوسع أكثر في نظرية (المجال العام) يرجع المصدر السابق، ص٤٣٥-٤٥٠.

(٢) أ.د سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي، عمان، ط٢، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٩، ص٨٠.

(٣) أ.د سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، ط٢، دولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٩، ص١٠٦.

وفيما يأتي عرض لأبرز الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث وهي:

١. دراسة محمود علم الدين (١٩٨١) (١)

تعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات العربية عن إنتاج الصورة الفوتوغرافية المستعملة في ميادين ومجالات وسائل الإعلام المختلفة من صحافة، وإدارات إعلامية ووكالات العلاقات العامة ووسائل الدعاية والإعلان، وهي تتضمن مداخل نظرية وتطبيقات وممارسات عملية لشرح أسلوب استعمال الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام المختلفة. وجرى التركيز في هذه الدراسة على القواعد والأسس النظرية لإنتاج الصورة الصحفية داخل كل وسيلة بشكل محدد مع مجموعة من النماذج التطبيقية المصورة لاستعمالات الصورة في وسائل الإعلام والإعلان وأجهزة العلاقات العامة. وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، وقد توصل إلى مجموعة من النتائج كان الأبرز بينها:

١. أثبتت الدراسة أهمية الصورة في الصحافة من خلال الوظائف التي تؤديها الصورة وهي:

الوظيفة الإخبارية والوظيفة السيكولوجية ودورها كعنصر تيبوغرافي وكذلك كعنصر طباعي.

٢. أثبتت الدراسة أهمية الصورة في الإعلان ولاسيما في توصيل الرسالة الإعلانية إلى الجمهور

المستهدف، كما أثبتت الدور البارز الذي تلعبه الألوان في استكمالها لدور الصورة الصحفية

المقدمة من خلال الإعلان.

وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسة في المدخل النظري للبحث في موضوع ماهية الصورة

الصحفية والبدايات الأولى لنشأتها وتطورها فضلاً عن تغطية وظائف الصورة الصحفية ومصادرها

وأهميتها في عملية الاتصال الاتقاعي.

٢. دراسة نيران وليد جبار (٢٠١٧) (٢)

تتعلق مشكلة البحث في هذه الدراسة من تساؤل رئيس مفاده: ما طبيعة توظيف جريدتي الغد

والشرق الأوسط للصورة في تغريداتهما عبر موقع تويتر؟

(١) محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨١.
(٢) نيران وليد جبار: توظيف الصورة في تغريدات الصحف العربية عبر موقع تويتر، دراسة تحليلية في تغريدات جريدتي الشرق الأوسط والغد للمدة من ٢٠١٧/١/١ - ٢٠١٧/٣/٣١، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بالجامعة العراقية عام ٢٠١٧.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تقوم على وصف الظاهرة محل الدراسة وتبيان طبيعة العلاقات التي تربط بين عناصرها من جهة، وبينها وبين الظواهر الأخرى من جهة أخرى. وقد اقتضت منهجية البحث استعمال المنهج المسحي بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون للتغريدات في جريدتي العينة للتحليل وبأسلوب العينة نظراً لضخامة حجم تلك الصور المرافقة للتغريدات.

أما أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة فهي:

- أ. عملت صحيفتا الشرق الأوسط والغد الأردنية على توظيف الصورة في تغريداتهما من خلال موقع تويتر، وذلك باعتماد ثلاثة أنواع من التوظيف هي: التوظيف الإعلامي، والتوظيف التسويقي، والتوظيف الدعائي، إلا أن الجريدتين تختلفان في حجم هذا التوظيف في تغريداتهما عبر الموقع المذكور؛ وذلك بما يتناسب مع الأهداف الخاصة بكل جريدة.
- ب. اعتمدت كلتا صحيفتي العينة بصورة أساسية على الصور الثابتة في تغريداتهما عبر موقع تويتر، ويشير ذلك إلى عدم نجاحهما في الخروج من سياقات العمل الصحفي التقليدي الذي يعتمد الصورة الثابتة كالصور الخبرية في الصحافة المطبوعة.

وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسة في الإطار المنهجي للبحث، دون ان تسير على خطى الباحثة في وضع اجراءات البحث في الفصل المنهجي، حيث تم وضعها ضمن الفصل العملي للدراسة التحليلية.

٣. دراسة مارلين عويش هرمز (٢٠١٨) ^(١):

تناقش هذه الأطروحة موضوعاً حيويًا هو: "توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الحرب النفسية الموجهة إلى المجتمع العراقي -- رسائل تنظيم داعش على موقع تويتر انموذجاً. وتتمثل مشكلة البحث في هذه الأطروحة في كيفية توظيف تنظيم داعش للإمكانات الاتصالية لموقع تويتر في حرب نفسية إلكترونية، التي أسهمت في سيطرته على مدن ومحافظات عراقية عن طريق نشر الخوف الشديد بسبب استراتيجيته المعروفة باسم (إدارة

^(١) مارلين عويش هرمز: توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الحرب النفسية الموجهة إلى المجتمع العراقي - رسائل تنظيم داعش في موقع تويتر انموذجاً، أطروحة دكتوراة (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام ٢٠١٨.

التوحش) التي تعبر عن وحشيته ودمويته غير المألوفة. وقد جاءت نتائج هذه الأطروحة لتجيب عن التساؤلات الآتية:

أ. ما أساليب الحرب النفسية المستعملة في النصوص المكتوبة والأفلام المصورة لتنظيم داعش في موقع تويتر؟

ب. ما الأساليب الجديدة للحرب النفسية التي استخدمها تنظيم داعش في موقع تويتر؟

ت. كيف ساعدت تقنية الوسائط المتعددة المتوفرة في موقع تويتر في توظيفها من قبل تنظيم داعش؟

ث. ما الفنون الصحفية التي احتوتها رسائل تنظيم داعش على موقع تويتر؟

ج. ماهي الأساليب الدعائية المستعملة في أفلام المكاتب الدعائية لتنظيم داعش التي قام بنشرها التنظيم على موقع تويتر؟

لقد استطاعت الباحثة من خلال استخدام تحليل المضمون تحليل (٢٣٨٠) تغريدة نشرت في ثمانى حسابات مناصرة لفكر تنظيم داعش في موقع تويتر، وقد توصلت الباحثة إلى النتائج الآتية:

أ. احتل المكتب الدعائي لولاية الأنبار المرتبة الأولى، ما يؤكد تكثيف التنظيم لجهوده النفسية والدعائية على شبكة الإنترنت حينما يتعرض إلى عمليات عسكرية، إذ رافقت المجال الزمني للدراسة عمليات تحرير مدينة الرمادي.

ب. أكدت الدراسة التحليلية أن تنظيم داعش كان يركز على توظيف إمكانات موقع تويتر عن طريق استخدام الوسوم (#) Hashtags لنشر أخبار ونشاطات التنظيم، أو تلك التي تحصل على نسب تداول عالية.

ت. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ثمانية عشر أسلوباً للحرب النفسية ومن أهمها أسلوب الترسخ الذهني لرموز غير لفظية متبناة، إثبات الوجود، عرض الحقائق، التوسع والتمكين، التركيز على معلومات دقيقة، غسل الدماغ، بث الشائعات.

ث. اعتمد تنظيم داعش على توظيف الأناشيد الحماسية بهدف تعزيز الروح المعنوية لمقاتليه من جهة وإثارة مشاعر المناصرين من جهة أخرى، فضلاً عن استمالة العاطفة الدينية، واستخدام أيضاً المؤثرات الصوتية التي تخدم الصورة.

ج. وظف التنظيم العديد من الرموز غير اللفظية لدعايته من بينها: الزي الافغاني والعسكري، ومطلقو اللحي وذوو الشعر الطويل، فضلاً عن ذلك حرص التنظيم على إظهار (راية العقاب) التي تبناها بعدها بكثافة في أفلامه.

وقد استفادت الباحثة من هذه الأطروحة في بالمدخل النظري الخاص بإعلام تنظيم داعش، فضلاً عن الفصل التحليلي، وتختلف هذه الدراسة عن دراستي الحالية بأنها لم تهتم بتحليل مضامين الصورة الصحفية الخاصة بتنظيم داعش، إذ ركزت على معرفة أساليب الحرب النفسية التي استعملها التنظيم من خلال تحليل مضامين النصوص المكتوبة فضلاً عن الأفلام الدعائية التي نشرها التنظيم عبر موقع تويتر.

٤. دراسة زيد محمود سلمان (٢٠١٨) ^(١):

اهتمت هذه الأطروحة بمشكلة الرسائل الاتصالية لتنظيم داعش المتعلقة بالعراق، وقد تضمنت إجابة العديد من التساؤلات التي تتعلق بمضامين تلك الرسائل والتي يرمي الباحث من خلالها التوصل لحقائق بشأن الوسائل والأساليب الاتصالية المستعملة من قبل التنظيم، وقد حدد الباحث عدداً من الأهداف:

- أ. معرفة أهداف تنظيم داعش في العراق من خلال رسائله الاتصالية، فضلاً عن التقصي عن جذور التنظيم وبداياته.
- ب. التعرف على كيفية إقناع عناصر جديدة للانضمام إلى صفوفه، فضلاً عن معرفة الفئات المستهدفة التي يركز على كسبها.
- ت. الكشف عن نوعية خطاب التنظيم الدعائي أثناء تقديمه المضامين الدعائية والأساليب الإقناعية، من خلال منافذه الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- ث. تحديد الأساليب الدعائية التقليدية، فضلاً عن الشرعية وغير الشرعية ومعرفة آلية التنظيم وتحركاته في الفضاء الإعلامي.

^(١) زيد محمود سلمان: موضوعات الارهاب في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بإشاعة الخوف لدى الجمهور، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام ٢٠١٨.

ج. تحديد أنواع الرموز والدلالات المستعملة وتحديد أهم المواقع الالكترونية التي يعتمد عليها التنظيم في نشر رسائله الاتصالية.

وتمكن الباحث من تحليل مضمون (٤٠) فيلماً يتراوح طول الفيلم من (٩ - ٥١) دقيقة نشرتها مؤسسة الفرقان ووكالة أعماق التابعتين لتنظيم داعش وتوصل إلى نتائج عديدة أهمها:
أ. اهتم تنظيم داعش بإبراز طرق التخويف المستعملة كالتهديد الجسدي والمعنوي واللفظي واللالفظي، وقد احتلت طرق التخويف أولوية متقدمة في دعاية تنظيم داعش لتكريس مشاعر الخوف والتوتر عند المتلقين.

ب. بروز التهديدات اللفظية واللالفظية في طرق التخويف المستخدمة في إعلام تنظيم داعش كما تم استعمال المصطلحات الجامدة ونشر الأقوال التحريضية فضلاً عن استعمال لغة الجسد، يتوافق مع إجابات المبحوثين بأن المحتوى المتعلق بالتهديدات اللفظية يزيد من حالة الإحباط عندهم.

ت. أظهرت نتائج الدراسة أن طرق الاغتيال والإعدام البشع للتنظيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت سبباً لإحساس المبحوثين بالعزلة والابتعاد عن الآخرين، فضلاً عن مشاعر الخوف والقلق والتوتر والرعب حسب إجابات المبحوثين في الدراسة الميدانية.

ث. ركز تنظيم داعش على إظهار طرق التعذيب اتجاه معارضيه، مثل إعدام معارضيه أمام الأسرى أو إجبار معتقليه على حفر قبورهم بأيديهم قبل إعدامهم بطريقة بشعة.

ج. ركز تنظيم داعش في منشوراته في مواقع التواصل الاجتماعي على إظهار عملياته العسكرية وعمليات الإعدامات بصورة تفصيلية دقيقة مصحوبة بمؤثرات مختلفة.

ح. ركز تنظيم داعش على إبراز أساليب الترغيب والترهيب في أفلامه التسجيلية وزيادة المساحة الزمنية المحددة لها.

وقد استفادت الباحثة من هذه الأطروحة في تفسير بعض نتائج البحث التي توصلت إليها.

وقد استفادت الباحثة من الاطلاع على هذه الدراسات بشكل عام في النقاط الآتية:

١. معرفة هل سبق بحث أو دراسة بعض جوانب موضوع توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي لتنظيم داعش من قبل أم لا؟

٢. ما نقاط القوة والضعف فيما بُحث أو دُرس من موضوع توظيف الصورة الصحفية التي نشرها تنظيم داعش عن طريق منافذه الإعلامية خلال مدة البحث؟

٣. ما أوجه التشابه بين ما تم دراسته وأوجه الاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية؟

٤. ما الإضافة العلمية التي ستضيفه الدراسة الحالية للدراسات التي سبقتها؟

وبذلك يتحقق للباحثة عدم تكرار ما درسه الباحثين، وإنما ستبدأ من حيث انتهى الآخرون.

تاسعاً: اهم المفاهيم والمصطلحات الواردة في البحث

١. التوظيف **Function**: " هو مجموعة عمليات تتم تحت تخطيط دقيق وترتكز في الياحء واستخدام الرموز في بث الرسائل عبر وسائل الإعلام بهدف الإقناع والتغيير في الآراء والاتجاهات لدى الأفراد لتحقيق أغراض وأهداف دعائية كنوع من الحرب النفسية غير المعلنة".^(١)

٢. الصورة الصحفية **Press photo**: يمكن تعريف الصورة الصحفية تعريفاً مختصراً بأنها: "المكون البصري في الصحف والمجلات، الذي يشمل الصور الفوتوغرافية والرسوم الصحفية".^(٢)

٣. المحتوى الرقمي **Digital content**: الكم الهائل من المعلومات التي يحتاجها الانسان من مجتمع المعرفة لتنمية الأطراف المختلفة داخل المجتمع المحلي والمجتمع العالمي على حد سواء من العلوم الإنسانية والتطبيقية البحتة، ضمن بيانات رقمية مخزنة على شبكة الإنترنت.^(٣)

٤. المنظمات الإرهابية: وهي "مجموعة من الأفراد يجمعهم برنامج من الأهداف المشتركة، وينظم علاقتهم السرية لائحة داخلية تنظيمية ومالية، وهذا يعني أن أعضاء هذا التنظيم يؤمنون ببرنامجه ويحضرون اجتماعاته ويسددون اشتراكاته وينفذون تعليماته، والبرنامج عبارة عن

(١) علي عبد الفتاح رحيم: توظيف الشائعات في نشرات الأخبار التلفزيونية- دراسة تحليلية لنشرات أخبار قناتي التغيير والغربية للمدة من ٢٠١٤/٦/١م لغاية ٢٠١٤/٨/٣١، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام ٢٠١٦، ص ٢٨.

(٢) احمد عبيد: التحليل الموضوعي للصور الصحفية - الاسس والتطبيقات، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ٤٣.

(٣) د.رامي عيود: المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٣، ص ١٢١.

الأهداف الرئيسية والفرعية التي يسعى التنظيم لتحقيقها، ويبلورها البرنامج السياسي الذي تنفرد عنه برامج أخرى، مثل البرنامج التنظيمي والبرنامج الإعلامي وبرنامج العمل الجماهيري".^(١)

٥. داعش ISIS: اختلفت التسميات التي تم إطلاقها على تنظيم "الدولة الإسلامية في العراق والشام"، وأرى أن هناك اتفاقاً إعلامياً عالمياً على اختصار الاسم باستعمال الأحرف الأولى للتسمية (د، ا، ع، ش) ليصبح كلمة واحدة (داعش) جمعت للدلالة على " التوبيخ والتخويف والتهويل والترهيب والتأليب والتثديد"^(٢). أما التسمية باللغة الإنكليزية فهناك من أطلق على التنظيم اسم ISIS ، وهناك من يطلق عليها اسم ISIL ، كما كان يسميها الرئيس الأميركي السابق باراك أوباما، غير أن بعض الجهات تبنت استعمال اسم داعش أو Daesh بالإنكليزية. ويعرف تنظيم الدولة الإسلامية Islamic State in Iraq and Syria بأنه "تنظيم مسلح يتبع فكر جماعات السلفية الجهادية، ويهدف أعضاؤه - حسب اعتقادهم - إلى إعادة الخلافة الإسلامية وتطبيق الشريعة"، ويتواجد أفرادها وينتشر نفوذه بشكل رئيس في العراق وسوريا مع أنباء بوجوده في مناطق دول أخرى هي جنوب اليمن وليبيا وسيناء وأزواد والصومال وشمال شرق نيجيريا وباكستان، وزعيم هذا التنظيم هو أبو بكر البغدادي".^(٣)

(١) د. عمر إبراهيم بوسعدة وحمد بشير محمد: الإعلام الأمني والإنترنت- التصدي للتهديدات الإرهابية - داعش والقاعدة نموذجاً، الرياض، دار جامعة نايف للنشر، ٢٠١٧، ص ١٦-١٧.

(٢) مازن شندب: داعش - ماهيته، نشأته، إرهابه، أهدافه، إستراتيجيته، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، ٢٠١٤، ص ١٧.

(٣) ويكيبيديا الموسوعة الحرة: تنظيم الدولة الإسلامية (داعش)، موضوع منشور في الموقع على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2WSVBVX> ، تاريخ الزيارة: (٢٠١٩/٥/١).

الفصل الثاني

نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

ويشتمل هذا الفصل على المباحث الآتية:

المبحث الأول: ماهية الصورة الصحفية

- ❖ تعريف الصورة الصحفية ونشأتها
- ❖ أهمية الصورة الصحفية
- ❖ وظائف الصورة الصحفية
- ❖ أنواع الصورة الصحفية

المبحث الثاني: التطور التكنولوجي للصورة الصحفية

- ❖ البدايات الأولى للصورة الصحفية الرقمية
- ❖ أسباب التحول من الصورة الصحفية التقليدية الى الرقمية
- ❖ التطورات التكنولوجية للصورة الصحفية
- ❖ معايير انتقاء الصورة الصحفية

المبحث الثالث: ثقافة الصورة الرقمية وأخلاقياتها

- ❖ ثقافة الصورة الرقمية
- ❖ تحرير ومعالجة الصورة الصحفية الرقمية
- ❖ أخلاقيات الصورة الصحفية
- ❖ القضايا الأخلاقية المرتبطة بالصورة الصحفية الرقمية

المبحث الأول: ماهية الصورة الصحفية

تعريف الصورة الصحفية (لغةً واصطلاحاً)

اهتمت المعاجم اللغوية العربية بمصطلح الصورة، ففي المعجم الوسيط مثلاً وردت بمعنى: "الشكل والتمثال المجسم، وفي التنزيل العزيز: [الَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ (7) فِي أَيِّ صُورَةٍ مَا شَاءَ رَكَّبَكَ (8)]" وصورة المسألة أو الأمر: صفتها، وصورة النوع يقال هذا الأمر على ثلاث صور، وصورة الشيء: ماهيته المجردة، وصورته خياله في الذهن أو العقل" (١).

وقد وردت الصورة في مختار الصحاح بالنص الآتي: "الصور بكسر الصاد لغةً، جمع صورة (والصورة تصويراً) (فتصور)، وتصورت الشيء توهمت (صورته فتصور لي) و(التصاوير) التماثيل" (٢)، أما في المنجد فقد تم إيضاح معنى الصورة بالنص الآتي: "الصورة جمع صُورٍ وصُورٍ: الشكل، كل ما يُصوَّر يقال (صورة الأمر كذا) أي صفتها، النوع، الوجه يقال (صورة العقل كذا) أي هيئته" (٣).

أما قاموس روبرت Robert الفرنسي فيعرف الصورة على أنها "إعادة إنتاج شيء طبق الأصل أو تمثيل مشابه لكائن أو لشيء" (٤).

وقد وردت كلمة الصورة في قاموس المعاني بمعانٍ عدة باللغتين العربية والإنكليزية وهي (٥):

- | | |
|-----------------------------|---|
| ١. صُورَة (بمعنى): رَسْم | illustration; painting; picture ; portrait; image |
| ٢. صُورَة (بمعنى): شَبَه | image ; likeness ; picture |
| ٣. صُورَة (بمعنى): شَكْل | appearance; form; shape; figure; |
| ٤. صُورَة (بمعنى): طَرِيقَة | simulacrum |
| ٥. صُورَة (بمعنى): نُسخَة | copy ; reproduction |

(١) إبراهيم أنيس (وآخرون): المعجم الوسيط، ط٤، القاهرة، مجمع اللغة العربية - مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٤، مادة: (ص و ر)، ص٥٢٨.

(٢) الإمام محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٨٦، مادة: (ص و ر)، ص١٥٦.

(٣) لويس معلوف: المنجد في اللغة، بيروت، المطبعة الكاثوليكية، (د.ت)، مادة (ص ا ر)، ص ٤٤٠.

(٤) نقلاً عن أ. ساعد ساعد ود. عبيدة صبيتي: الصورة الصحفية - دراسة سيميولوجية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٢، ص٤١.

(٥) قاموس المعاني: ترجمة ومعنى صُورَة في قاموس المعاني منشور على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2K7kYfg> (تاريخ الزيارة: ٢٦/٥/٢٠١٩).

أما التعريف الاصطلاحي للصورة فيشير إلى أنها "الصورة الفنية، البيضاء والسوداء، أو الملونة ذات المضمون الحالي المهم الواضح والجذاب والمعبرة وحدها أو مع غيرها في صدق وأمانة وموضوعية في أغلب الأحوال عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق أو المناسبات المختلفة المتصلة غالباً لمدة تحريرية معينة تنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات جريدة أو مجلة أو توزعها وكالة أنباء أو صور على سبيل التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والإضافة ولفت الأنظار وزيادة الاهتمام والقابلية للقراءة والامتناع والمؤانسة وزيادة التوزيع، وكمعلم وركيزة إخراجية والتي تلتقطها عدسة مصورها بطريقة تعكس حساً فنياً اتصالياً وفهماً لوظيفتها بعد إعداد خاص أو بطريقة يدوية أو مفاجئة أو تحصل عليها بمعرفة المحرر أو الوكالات أو من مصدر محترف أو حر أو من يتصل بموضوعها عن قرب" (١).

نشأة الصورة الصحفية

كانت البدايات الأولى للصورة الصحفية عبارة عن رسوم يدوية يتم إنتاجها من قبل فنانيين يقومون في بداية الأمر برسم صورة تخطيطية للحدث، ومن ثم حفر تلك الصورة على الخشب ليتم بعد ذلك طباعتها على الورق، وذلك بعد غمسها بالحبر ووضعها في المكان المخصص لها في الصحيفة إلى جانب المحتوى، سواء كان خبراً أم تحقيقاً أو غيرها (٢).

وكان لصحيفة أخبار الاسبوع الانكليزية weekly news السابق في استعمال هذه الطريقة عام ١٦٣٨، بعد أن تمكنت من وضع صورة بجانب الخبر الذي تناول الحريق الذي نشب في جزيرة سانت مايكل بالمملكة المتحدة (٣).

لقد كانت عملية الحفر على الخشب تستغرق وقتاً طويلاً لذلك تم تطويرها من خلال تجزئة الصورة إلى عدة أجزاء لكي يتم توزيعها على مجموعة من الفنانين، وهذا الأمر مكن الصحيفة من الحصول على صور بأحجام كبيرة، فضلاً عن اسهامه في توفير الكثير من الوقت المطلوب لإنجاز العمل (٤).

(١) أ.م.د. سعد سلمان عبد الله: تطور شكل ومضمون الصورة الصحفية في الصحافة العراقية - دراسة تحليلية لصور الصفحة الأولى لصحيفة الصباح لعام ٢٠١٢، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد (٢١) لسنة ٢٠١٣، ص ٦٥.

(٢) د. لؤي سعيد خليل: الإعلام الصحفي، ط ١، عمان، دار سامية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ١٣٨.

(٣) عبد الجبار محمود علي: التصوير الصحفي، ط ١، بغداد، دار المعرفة، ١٩٨٠، ص ١٤.

(٤) طلعت همام: مائة سؤال عن الإخراج الصحفي: ط ١، عمان، دار الفرقان للنشر والتوزيع، ١٩٨٤، ص ٦١.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

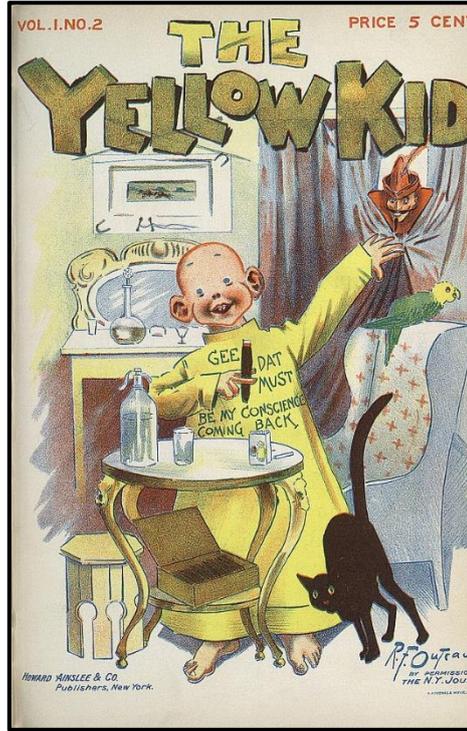
واستمر العمل بهذه الطريقة البدائية لغاية اختراع آلة التصوير إبان الثورة الصناعية، إذ شكل هذا الاختراع حدثاً هاماً في تاريخ الصحافة، فأصبح بإمكان من لا يجيد الرسم أن يسجل صورة الأشياء على لوح فوتوغرافي لتظهر بشكل يشبه الواقع إلى حد كبير، كما أصبح من الممكن نسخ الصورة خلال وقت قصير وبتكلفة أقل إذا ما قورنت بما كان يحدث في الماضي قبل هذا الاختراع، وفي عام ١٨٤٠ تمكن الأستاذ جون درابر John W. Draper في جامعة نيويورك من أن يلتقط ولأول مرة صورة لوجه إنسان لم تزد مدة تعرضها عن خمس دقائق^(١)، وشهد العام ذاته ظهور مجموعة كبيرة من المصورين المهتمين بالتصوير الإخباري والتسجيلي أكثر من المهتمين بالتصوير الجمالي.^(٢)

وتشير الكثير من المصادر المتعلقة بتاريخ الصحافة العالمية إلى أن أول مصور صحفي في العالم هو المحامي البريطاني روجر فنتون Roger Fenton الذي قام برحلته الشهيرة بحراً عام ١٨٥٥ لتغطية حرب القرم ليعود منها عام ١٨٥٦ بعد أن تمكن من تصوير أكثر من ٣٠٠ صورة، ركز فيها على الخدمات الإدارية والقيادية فضلاً عن طرق وأساليب النقل خلال الحرب المذكورة، ولكنه لم يتمكن من تصوير العمليات العسكرية؛ نظراً لاستحالة تثبيت ما يحدث في ساحة المعركة لمدة ٥ دقائق (وهو الوقت الذي يحتاج المصور لالتقاط أي صورة في ذلك الوقت)، وبذلك تم إدراج هذه الصور ضمن أنواع الصور التسجيلية الوثائقية، ولم يتم إدراجها ضمن أنواع الصور الإخبارية؛ كونها لا تتفق مع المحددات العلمية للصور الصحفية الإخبارية الصالحة للنشر^(٣).

وفي عام ١٨٨٠ تم ابتكار تقنية سميت بـ (أوتوتيبّي Autotype) التي ساعدت في طبع أول صورة فوتوغرافية بصحيفة الديلي جرافيك The daily graphic في نيويورك تحت عنوان بيوت الصفيح shantytown^(٤) لكنها لم تكن بالمستوى المطلوب، إذ ظهرت باهتة السواد وطباعتها رديئة، فضلاً عن كونها ضعيفة التباين إلى حد كبير^(٥).

(١) محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، مصدر سابق، ص ١٨-١٩.
(٢) د. إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٢، ص ٢٩٣.
(٣) د. محمد نبهان سويلم: التصوير والحياة، الكويت، عالم المعرفة، ١٩٨٤، ص ١١٣.
(٤) جيزيل فروند: التصوير الفوتوغرافي والمجتمع، ترجمة: وسام مهنا، ط ١، القاهرة، المركز القومي للترجمة، ٢٠١٠، ص ١٦٦.
(٥) د. سعيد الغريب النجار: التصوير الصحفي الفيلمي والرقمي: ط ١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨، ص ٣٤.

وتشير المصادر إلى ان العديد من الصحف الأمريكية قامت خلال المدة من ١٨٩٢ إلى ١٨٩٦ بتركيب طابعات ملونة، الأمر الذي ساعد على اكتساب جمهور جديد بفعل الألوان التي ساهمت في جذب انتباههم، أما أول صحيفة بدأت باستعمال الألوان هي صحيفة نيويورك وولد The New York World عام ١٨٩٣ إذ قامت بنشر كاريكاتير تم طبعه بملحق إضافي لعدد يوم الأحد، تضمن طفلاً مشرداً سمي بالطفل الأصفر The Yellow Kids لارتدائه ملابس صفراء كما في الصورة رقم (١)، ومن هنا جاءت تسمية الصحافة الصفراء Yellow journalism.^(١)



صورة رقم (١) تمثل كاريكاتيراً للطفل الأصفر The Yellow Kids

اما البدايات الأولى لاستعمال الصورة الصحفية كأداة للنقد الاجتماعي فكانت على يد الصحفي الدنماركي جاكوب أ. ريز Jacob A. Riis الذي عمل في صحيفة نيويورك تريبيون The New-York Tribune والذي كان يستعمل الصورة كوسيلة لإيضاح مقالاته التي تناولت الحياة البائسة التي يعيشها المهاجرون في الأحياء السفلى لمدينة نيويورك، ليتمكن في عام ١٨٩٠ من اصدار كتاب بعنوان (كيف يعيش النصف الآخر) الذي ساهم وبشكل فاعل في تحريك الرأي العام. اما الباحث في علم الاجتماع لويس هيني Lewis Hine فقد قام خلال الأعوام ١٩٠٨-١٩١٤

(١) د. محمد الباز: صحافة الإثارة - السياسة والدين والجنس في الصحف المصرية، ط١، القاهرة، مكتبة جزيرة الورد، ٢٠١٠، ص٢٢.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

بالسفر في أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية وذلك لدعم مهمة المجلس الوطني لحقوق الطفل من خلال تصوير الأطفال الذين يعملون لمدة اثنتي عشرة ساعة يومياً في المزارع والمصانع والمنازل الموبوءة، كما في الصورة رقم (٢)، حيث أيقظت هذه الصور الضمير الأمريكي مما أسهمت لاحقاً في تغيير قوانين عمل الأطفال^(١).



صورة رقم (٢) تمثل الأطفال العاملين في ولاية بنسلفانيا عام ١٩١١

وفي عام ١٩٢٥ تم اختراع آلة تصوير باسم (لايكا) التي استعملها المصورون الصحفيون بشكل واسع؛ نظراً لميزاتها العديدة، كخفة وزنها، وصغر حجمها الذي ساهم في عدم لفت أنظار الناس إليها ليتمكن المصورون بفعل ذلك من التقاط صور أكثر عفوية، ففي الماضي كان الناس غير معتادين على الكاميرات مما جعلهم يتحسسون من وجودها، الأمر الذي انعكس سلباً على صورههم، وجعلها تبدو خالية من التلقائية والحيوية والواقعية.^(٢)

وفي عام ١٩٢٨ نجحت التجارب التي قام بها ادوارد بلان حول كيفية نقل الصور الصحفية عبر اللاسلكي، من خلال وضعها في مواجهة ضوء باهر، لتقوم عدسات خاصة تمت صناعتها لتأدية هذا الغرض بمسح الصورة خطأً خطأً، ونقطة نقطة، وتحولها إلى نبضات كهربائية يتم حملها

(١) جيزيل فروند، مصدر سابق، ص ١٧١، وكذلك انظر:

Rare Historical Photos: (Child labor in America, 1908-1914) on the: <http://bit.ly/2XJyUjd> (Accessed: 29/5/2019)

(٢) د. إبراهيم إمام، مصدر سابق، ص ٢٧٨-٢٧٩.

عبر الاسلاك او موجات الراديو او اللاسلكي، لتقوم أجهزة أخرى بالتقاط الإشارات ومن ثم ترجمتها إلى نبض كهربائي، واخيراً يتم تحويلها إلى نقط بيضاء وسوداء ترسم الصورة (١).

وفي الماضي القريب لم يكن مصطلح صحافة المواطن وارداً كما هو اليوم؛ نظراً لكبر حجم الكاميرات وثقلها، مقارنة مع الكاميرات الموجودة اليوم، مما أدى إلى عدم اتاحتها للجميع، غير أن المواطن الأمريكي إبراهيم زابرودر Abraham Zapruder استثنى من ذلك، إذ تمكن في ٢٢ نوفمبر ١٩٦٣ من توثيق لحظة هامة في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية وهي لحظة اغتيال جون كينيدي John F. Kennedy الذي كان يتولى رئاستها في ذلك الوقت، ليتمكن بعد ذلك من بيع الصورة مقابل ١٥٠ ألف دولار أمريكي لمجلة Life الأمريكية (٢).

أهمية الصورة الصحفية

تتبع أهمية الصورة الصحفية من مزاياها المختلفة التي تتميز بها، ويأتي في مقدمتها كسر الحاجز اللغوي؛ كونها لغة عالمية يفهمها الجميع.

وقد اكتسبت الصورة الصحفية أهميتها من خلال سيطرتها على محتوى وسائل الإعلام الذي حولها إلى أداة ثقافية مهيمنة يتساوى الجميع في استقبالها؛ لأن الصورة هي إحدى أهم وسائل الإقناع للمتلقين، فهي ليست مجرد شكل وإنما هي مادة غنية بالرسائل والدلالات والخطابات، تجعل المتلقي أكثر استعداداً لتصديق ما يراه، سواء كانت صورة ثابتة أو متحركة، مما تمكنه من التفاعل مع المضمون الذي تنقله (٣).

وتكمن أهمية الصورة الصحفية في كونها تساهم وبشكل كبير في جذب انتباه المتلقي إلى قراءة الموضوع المنشور، فالعديد من المتلقين يقبلون على قراءة المحتوى المنشور بسبب الصورة المرفقة معه، ولكونها عنصر جذب كبير للقراء فقد شاع استعمال التقرير المصور كشكل من أشكال الفنون الصحفية المستعملة في الجرائد والمجلات على اختلاف أنواعها (٤).

(١) د. محمد نيهان سويلم: التصوير والحياة، مصدر سابق، ص ١١٤-١١٥.

(٢) أ.م.د. سعد سلمان المشهداني: الصحافة العربية والدولية - المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤، ص ١٦٣.

(٣) د. علي عباس فاضل: الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالية والإقناع، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ٢٤.

(٤) د. خالد محمد عزام: فن التقرير الصحفي، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع ونبلاء ناشرون وموزعون، ٢٠١٥، ص ١٠٥.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

ولا تقتصر أهمية الصورة الصحفية في كونها تؤدي وظيفة جمالية فقط، وإنما يتعدى ذلك إلى النواحي التوضيحية والتعبيرية، فالصورة مادة صحفية أساسية حية، وهذا الأمر ينطبق بشكل كبير على الصور المنشورة في صحافة الأطفال، فهي تعمل على تنمية ذوق الطفل وتوسع مداركه وخياله، كما تساهم في رسم صورة ذهنية حول الأفكار والمواقف والقيم في المواد الصحفية المنشورة^(١).

كما أن الصورة الصحفية تساهم في جعل المادة التحريرية - سواء كانت خبراً أو تحقيقاً أو تقريراً - أكثر حيوية ووقوعاً في نفس المتلقي من المحتوى الخالي من الصور، إذ تتمكن الصورة الصحفية من إيصال مضمون الرسالة بعمق، خاصة الموضوعات المتعلقة بالحوادث، ومثال على ذلك الصور المعبرة عن أحداث الشغب والعنف التي تحصل في الملاعب الرياضية، فنشر هذا النوع من الصور يعمل على إيضاح حجم الخسائر الحقيقية الناجمة عن هذه الأحداث، وبذلك تتمكن من إحداث تأثير يفوق في حجمه وعمقه تأثير أي من الأشكال التحريرية الأخرى^(٢).

وللصورة الصحفية قدرة عالية على إيصال الفكرة إلى المتلقي الذي لا يمتلك الوقت الكافي لقراءة النصوص وخاصة الطويلة منها ويكتفي بمشاهدة الصورة، كما أنها تسمح للأمين معرفة ما يدور من أحداث، ولذلك يجب استعمالها بكثرة في مختلف وسائل الإعلام ليتسنى لفئات المجتمع المختلفة الاطلاع على الأحداث ومتابعة مختلف الأخبار بسهولة ويسر^(٣).

ومن الأدوار المهمة التي تقوم بها الصورة الصحفية هي توجيه سلوك المتلقي والتأثير على ذوقه وعقله، من خلال الإعلانات الصحفية^(٤) ولا تقتصر أهميتها فقط في الجوانب الإعلانية وإنما تتخطى ذلك لتصل إلى الجوانب الدعائية، فمثلاً خلال حرب الخليج الثانية نجد أنه تم التركيز في التغطية المصورة على صور الأسلحة المستعملة من صواريخ وطائرات وقذائف ذكية وإبراز مزاياها، أي كانت الحرب فرصة للترويج والتسويق الخارجي لشركات صنع السلاح الأمريكي^(٥).

(١) سامي ندا جاسم الدوري: سبل الصحافة في فنون الصحافة، ط١، دمشق، تموز للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص٤٥٨.

(٢) أ.د. خير الدين علي عويس وعطار حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي: ج١، ط١، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٨، ص٢٥٣.

(٣) د. حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، ط١، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص١٤٢-١٤٣.

(٤) د. عبد الحميد الصائح: الإعلام وتشكيل الرأي العام حدود الحرية والمسؤولية، ط١، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، ٢٠١٧، ص١١٣.

(٥) د. سهام الشجيري: البناء الإعلامي للأزمات إشكاليات العرض والتناول، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨، ص٣١٨-٣١٩.

وللصورة الصحفية قدرة عالية على تثبيت المعلومات في ذاكرة المتلقي، فالذاكرة الإنسانية تتعرض إلى فقدان الكثير من مخزونها بمرور الأيام؛ وذلك بفعل التأثيرات البيئية وظروف الحياة المختلفة، إلا أن الصورة تساهم في الحفاظ عليها، وهذا ما أكد عليه إدوارد هريو حين قال بأن: "الصورة هي ما يبقى للإنسان عندما ينسى كل شيء"،^(١) وأيضاً تلعب الصورة دوراً أساسياً في توثيق مراحل التاريخ المختلفة.

وللصورة أهمية كبيرة في تسهيل المقروئية Readability بالنسبة للقارئ، إذ تساهم في ترتيب وتنسيق مواد الصفحة، كما تؤدي دوراً كبيراً في عملية الفصل بين العناوين سواء المختلفة أو المتشابهة فضلاً عن إسهامها في الفصل بين المواضيع، وكل هذه الأمور تؤدي في نهاية المطاف إلى زيادة فرصة فهم المتلقي لمضمون الرسالة الإعلامية^(٢).

وأخيراً لا أحد بإمكانه اليوم أن يتخيل صدور أي صحيفة بدون صور، سواء كانت هذه ورقية أم الكترونية، ولو حدث هذا لبدا شكلها مملاً ورتيباً وغامضاً وغير مرغوب به عند المتلقي، كونها عنصراً أساسياً من عناصر تكوين الصحيفة،^(٣) وهناك أمثلة حصلت في دول العالم أكدت أن صدور الصحيفة من غير صور يقلل وبشكل كبير من أهميتها، ففي عام ٢٠١١ قامت السلطات الجورجية باعتقال ثلاثة مصورين مشهورين بتهمة التجسس لصالح الاستخبارات الروسية، ومن بينهم المصور الشخصي لرئيس جورجيا السابق (ميخائيل ساكاشفيلي)، ورداً على هذا الأمر قامت صحف المعارضة بإصدار صفحتها في اليوم التالي خالية من أي صورة، وبهذا الإجراء أدرك المتلقون مدى أهمية الصورة في الصحافة، فغيابها قلل من أهمية النصوص المنشورة، والأمر ذاته تكرر مع صحيفة ليبراسيون Libération الفرنسية التي أصدرت عدداً خالياً من الصور بتاريخ ١٤ أكتوبر ٢٠١٣ احتجاجاً على تجاهل حقوق المصورين وعدم تقدير وتقييم جهودهم^(٤).

(١) أ.د. فاضل البدراني: التربية الإعلامية- صناعة فك تشفير الإعلام، ط١، مؤسسة النبأ ودار البداية ناشرون وموزعون، ٢٠١٨، ص ١١٩.

(٢) أ.د. تيسير أحمد أبو عرجة ونسرين رياض عبد الله: الإخراج الصحفي الحديث - الأسس العلمية والعملية، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٤، ص ١٦٠.

(٣) د. عزام محمد الجولي: القواعد الدولية للإعلام، ط١، عمان، دار المعتز للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٣٥٧.

(٤) جودت هوشيار: السلطة الخامسة-نبض الحياة في القرية العالمية، ط١، هولير، دار موكراني للطباعة والنشر، ٢٠١٤، ص ٦٨.

وظائف الصورة الصحفية

يتفق الكثير من الباحثين على أن الصورة الصحفية بإمكانها أن تؤدي وظائف عدة، فكل صورة لا بد أن يكون لها وظيفة تؤديها وإلا فقدت أهليتها للنشر، ويمكن تلخيص تلك الوظائف بما يأتي:

أولاً: الوظيفة الإخبارية

تعد الوظيفة الإخبارية واحدة من أهم الوظائف التي تؤديها الصورة الصحفية، فوجودها يؤدي إلى إيصال المعلومة بوضوح وبسرعة أكبر، ولا يقتصر على كونها مجرد شكل جمالي يزين الصحيفة،^(١) بل وأحياناً تتفوق الصورة على النص المكتوب لتتمكن من نقل الحدث الذي وقع بالفعل، إذ تجمع الصورة الصحفية مجمل رموز اللغة بما فيها من أدوات تجسيد الأفكار والموضوعات.^(٢) وتساعد الصورة الإخبارية في إعطاء تفاصيل أكثر دقة عن الحدث الواقع فعلاً، كما تساهم في إقناع المتلقي الذي أصبح من الصعب إقناعه بصحة الخبر مهما كان مؤثراً بمجرد إدراج تفاصيل عنه دون نشر صورة واضحة مرافقة له^(٣)، فالיום نجد أن العديد من الصحف والمواقع الإخبارية أصبحت تنشر العديد من الصور في الخبر الواحد، إذ إن إدراج مجموعة من الصور تساعد على التأكيد البصري للحدث.

ثانياً: الوظيفة السيكولوجية

تؤثر الصورة الصحفية في نفسية المتلقي بشكل كبير، ويرجع ذلك إما إلى شكل الصورة العام، أو إلى موضوعها أو لونها، أو إلى المساحة التي تحتلها في الصحيفة،^(٤) فكل هذه العوامل مجتمعة تعمل على لفت انتباه المتلقي والاستحواذ عليه، فضلاً عن إثارة اهتمامه حول القضية التي تتناولها الصورة، إذ ترتبط ارتباطاً وثيقاً بسيكولوجيته مستجيبة لبعض متطلباته العقلية والنفسية،^(٥)

(١) د. سمير أحمد خليل: فن الإخراج الصحفي، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص١٦٩.

(٢) د. خليل محمد الراتب: التصوير الصحفي، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص٨١.

(٣) د. لؤي سعيد خليل: مصدر سابق، ص١٤١.

(٤) عبد العزيز سعيد الصويعي: الإخراج الصحفي والتصميم بين الأقلام والأفكار والحواسيب، ط١، دار الآن للطباعة والنشر ودار الملتقى للطباعة والنشر، ١٩٩٨، ص١٠٦.

(٥) د. عظيم كامل الجميلي وثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، ط١، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص٢٤٩.

ويتفق مصممو الصحف على أن الصورة تعد أفضل وسيلة لجذب انتباه المتلقي إلى المحتوى الورقي أو الرقمي المنشور كالخبر والتقارير والتحقيق وغيرها (١). ويتم توظيف الصورة بشكل كبير في صحافة الأطفال؛ كونها عنصراً جذاباً مؤثراً في نفسية الطفل حيث ان استعمالها لا يأتي بدافع امتاعه وتسليته فقط، بل يتجاوز ذلك إلى إيضاح المعاني والمفاهيم فضلاً عن تنمية خياله مما يدفعه إلى التأمل والابداع (٢). وتساعد الصورة الصحفية في إعطاء المتلقي شعوراً بأنه يشترك بالحدث الذي تنقله، فهي تعبر عن عواطف ومشاعر الناس المختلفة من فرح وحزن وخوف وغضب، كما توضح ردود أفعال ومشاعر المشتركين بالحدث، وقد تثير بعض الصور عاطفة المتلقي وتجعله يسترجع ذكرياته (٣). وترى الباحثة ان أحد الأسباب الرئيسة وراء استعمال الصورة في صناعة الإعلانات هي قدرتها العالية على إقناع المتلقي ولفت انتباهه، فوجودها يساعد على إظهار مزايا السلعة وإبراز فوائدها وخصائصها وبالتالي تحقيق الأهداف الترويجية التي يسعى المعلن إلى تحقيقها.

ثالثاً: الوظيفة الجمالية

تؤدي الصورة الصحفية وظيفة جمالية تساهم بإضفاء الحيوية والجاذبية على المحتوى المنشور، فهي تستطيع خلق تأثير عاطفي واستجابة مواتية عند المتلقين، كما أن لها قيمتها الجمالية من حيث كونها عملاً فنياً يستوقف نظر المتلقي (٤). وتؤدي الصورة الصحفية وظيفتها بمختلف أنواع وسائل الإعلام، فمثلاً يتم استعمالها في صحافة الأطفال كونها تبعث السعادة والبهجة في نفس الطفل، (٥) كما أنها تجعل الصفحة - سواء في الصحافة الورقية أو الالكترونية - أكثر جمالية وجاذبية، إذ تعمل على راحة عين المتلقي من خلال تقليل النص (٦).

(١) د. سعيد الغريب النجار: مدخل إلى الإخراج الصحفي، ط٢، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩، ص ١٥٠.
(٢) د. عبد الرزاق الهيتي: الصحافة المتخصصة، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ١٣٩.
(٣) د. محمد منير حجاب: مدخل إلى الصحافة، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٣٩٩.
(٤) د. محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، ٢٠١٠، ص ٢١١.
(٥) د. مرفت الطرابيشي: مدخل إلى صحافة الأطفال ط١، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٣، ص ١١٧.
(٦) د. عبد الرزاق الهيتي، مصدر سابق، ص ١٤٠.

رابعاً: الوظيفة الاخبارية

يُجمع المحررون والناشرون على أن الصحف - سواء الورقية او الالكترونية- الخالية من الصور تكون أقل قدرة على إقناع المتلقيين بها، ولذلك يتم الاعتماد عليها كعنصر رئيس من العناصر التبوغرافية، فالصحف والمجلات التي توظف الصور مع المحتوى تنتج صفحة جذابة بعيدة عن الرتابة والملل، إذ تساهم الصور بمنحها شخصية متميزة عن بقية الوسائل الإعلامية الأخرى. (١) وتتشارك الصور مع العناصر الأخرى المكونة للمحتوى مثل (العناوين والحروف والمسافات البيضاء) في صناعة شكل الصفحة سواء في الإعلام الالكتروني او المطبوع (٢).

ويستعمل المخرجون الصحفيون الصورة وسيلة لإضفاء الحركة والحيوية، كونها عنصراً جرافيكياً، كما يتم استعمالها وسيلة مساعدة لتصنيف الأخبار حسب أهميتها وتوجيه حركة العين (٣).

خامساً: الوظيفة التوثيقية

ساهمت الصورة الصحفية وبشكل فاعل في توثيق حياة وتاريخ الشعوب على تنوعها واختلافاتها، سواء توثيق الجوانب السياسية أو الاجتماعية أو الطبيعية وغيرها. ويتفق غالبية الباحثين على أن الصورة تؤدي وظيفة توثيقية إلى جانب النصوص المقروءة، سواء كان التوثيق علمياً أو تاريخياً أو قانونياً أو غيرها من المجالات، فالصورة أصبحت توثق الأحداث والمناسبات سواء كانت الحزينة أم السعيدة، والرسمية أو غير الرسمية. (٤) بفعل قدرتها العالية على عزل لحظة من الزمن وتوثيقها بحياد وبدون أي تشويه أو تضليل (٥). ومن أشهر الصور التي أدت الوظيفة التوثيقية تلك التي التقطها المصور الياباني يوشيتو ماتسوشيغي Yoshito Matsushige بعد ثلاث ساعات من انفجار القنبلة النووية في هيروشيما

(١) د. مهند سيف الدين الصميدعي: فن الإخراج الصحفي، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨، ص ١٧١.

(٢) أحمد عبيد: مصدر سابق، ص ٥٣.

(٣) د. سعيد الغريب النجار: التصوير الصحفي الفيلمي والرقمي، مصدر سابق، ص ٤٣.

(٤) د. جمال نايف عدوي: الفيلم الوثائقي والصورة الفوتوغرافية كوسائل للتعليم "ذي معنى"، ط١، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ١٨١.

(٥) ا. كمال عبد الباسط الوحيشي: أسس الإخراج الصحفي- دراسة تطبيقية على الصفحات الأولى في الصحف اليومية الليبية ١٩٦٩-١٩٧٣م، ط١، منشورات جامعة قارونسن، بنغازي، ١٩٩٩، ص ٣٩٣.

للجرحى الناجين من النيران بالقرب من جسر ميوكي في ٦ أغسطس ١٩٤٥ لتكون شاهداً على ما حصل في اليابان آنذاك.^(١)

وعلى الرغم أن هذه الصورة كانت صادمة للعالم، إذ أظهرت حال الجرحى الصعب وهم حفاة بشعر أشعث وبملابس مهلهلة، إلا انها كانت وثيقة هامة ودليل على بشاعة الحرب.



صورة رقم (٣) تمثل الناجين من انفجار القنبلة النووية على هيروشيما عام ١٩٤٥

أنواع الصورة الصحفية

تتعد أنواع الصورة الصحفية إلا ان معظم الدراسات والبحوث تصنفها إلى نوعين أساسيين، يتناول التصنيف الأول الصورة من حيث الشكل الفني، أما التصنيف الثاني فيتناول الصورة من حيث المضمون أو الدلالة، وكما يأتي:

أولاً: الصورة من حيث الشكل الفني

تؤدي الصورة الصحفية كونها أحد العناصر التبوغرافية وظائف عدة، أبرزها تقديم أشكال إخراجية مختلفة تؤثر على حاسة البصر عند المتلقي، كما يساعد وجودها على خلق التوازن وإحداث التباين داخل صفحات الصحيفة، فضلاً عن مساهمتها في إضفاء الحركة والحيوية فيها.^(٢) ويمكن تقسيم أنواع الصورة من حيث الشكل الفني إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي^(٣):

(١) UN News: As Hiroshima observes 73rd anniversary of atomic bombing, UN notes 'stalled' progress on nuclear disarmament, 6 August 2018: <http://bit.ly/2RUVmug> (Accessed: 28/5/2019)

(٢) بيرق حسين جمعة الربيعي: الأساليب الإخراجية للصورة الصحفية في الجرائد اليومية العراقية- دراسة وصفية تحليلية للجرائد اليومية الصباح والزمان والبيان أنموذجاً، بحث منشور في مجلة آداب الفراهيدي العدد (١٩) آذار ٢٠١٤، ص ٢١٤.

(٣) محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، مصدر سابق، ص ٣٩.

أ. **الصورة المفردة:** أهم ما يميز هذا النوع من الصور أنها تؤدي وظيفتها من خلال نشرها بمفردها، فقد يتم نشر صورة بورتريت أي صورة مفردة لشخصية معينة، أو قد يتم نشر صورة لمكان أو أي شيء آخر المهم أن تكون صورة واحدة مرافقة للمحتوى. ويكثر استعمال هذا النوع من الصورة مع الأخبار كما يتم استعمالها أيضاً مع الموضوعات الصحفية الصغيرة.

ب. **سلسلة الصور:** يعبر هذا النوع من الصور عن موضوع واحد ومن وجهات نظر مختلفة، إذ يتم التقاط سلسلة من الصور في فترات زمنية طويلة، وسابقاً كان يكثر من استعمال هذا النوع في المجالات الأسبوعية المصورة؛ بسبب توفر المساحة الكافية، فمثلاً يتم نشر سلسلة من الصور عن لاعب معين توضح تطوره خلال مرحلة من الزمن.

ت. **صور المشهد المتعاقب:** وهي عبارة عن مشهد أو مجموعة من اللقطات لموضوع واحد يتم التقاطها خلال مدة زمنية قصيرة، إذ يعبر هذا النوع عن وجهة نظر واحدة، وهذا ما يميزه عن نوع سلسلة الصور، فمثلاً يتم نشر مجموعة صور لمسؤول وهو يلقي خطاباً وذلك من أجل إيضاح انفعالاته المختلفة خلال إلقاء الخطاب. ونجد اليوم أن أغلب الصحف الالكترونية تتنافس على نشر هذا النوع؛ نظراً لتوفر المساحة الكافية التي تتيح نشر عدد غير محدود من الصور. وهناك من يقسم الصورة الصحفية حسب الشكل الهندسي إلى أربعة أنواع هي^(١):

أ. الشكل المربع للصورة الصحفية.

ب. الشكل الدائري للصورة الصحفية.

ت. الشكل المستطيل للصورة الصحفية.

ث. الأشكال الهندسية غير التقليدية للصورة الصحفية، مثل: (المثلث، المعين، متوازي الأضلاع، شبه المنحرف).

ثانياً: الصورة من حيث المضمون أو الدلالة

تؤدي الصورة الصحفية من حيث المضمون عدة وظائف أهمها: نقل المعلومات وتأكيدتها، فضلاً عن إضفاء المتعة والترفيه للمتلقي. ويمكن تقسيم هذا التصنيف إلى أنواع عدة هي:

(١) د. فتحي إبراهيم إسماعيل: فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩، ص ١٢٩-١٣٢.

أ. الصورة الإخبارية

تعد الصورة الإخبارية من أبرز الصور المستعملة في الصحافة، فهذا النوع ينقل للمتلقي حادثة وقعت في زمان ومكان محدد تهمة وتمس مصالحه. (١) ويساهم وجودها في استكمال الخبر أو التقرير أو التحقيق، فهي تعمل على تأكيد الحقائق المنشورة عن الحدث، من خلال تسجيل وقائع محددة عنه، (٢) بصدق وموضوعية ووضوح بعد أن يلتقطها المصورون الصحفيون المحترفون أو المحررون أو قد يلتقطها أحد الهواة المتواجدين أثناء وقوع الحدث (٣).

ويشترط بهذا النوع من الصور أن يتوفر فيه عنصر الحالية، ولذلك يجب نشرها عقب التقاطها بأسرع وقت ممكن وإلا سيحقق سبق نشرها المنافسون، وهذا النوع إما يبين الحدث أثناء وقوعه، أو قد يوضح النتائج المترتبة على وقوعه، أو قد تكون صورة تم التقاطها لشخصية ما مع خبر سريع. ويشترط أيضاً أن تكون ذات إتصال وثيق بالحدث الذي يتم تناوله، كما يجب أن تتصف بالحيوية بكل ما تتناوله من عناصر مثل الأشخاص أو الأشياء أو الأماكن ... الخ. (٤)



صورة رقم (٤)

صورة اخبارية توضح ظهور البغدادي لأول مرة بعد ٥ سنوات من ظهوره الاول (٥)

(١) بيرق حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، ط١، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ٨١.

(٢) أ.د. فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، ط٤، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ١٨٥.

(٣) د. محمد منير حجاب: مصدر سابق ص ٣٩٢.

(٤) د. عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي- دراسة نظرية وتطبيقية، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص ٩٧-١٠٠.

(٥) العربية. نت: بعد العمامة وجبة "الخلافة" .. البغدادي مقاتل ميليشياوي خبر منشور على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2ECEug1> (تاريخ الزيارة: ٢٧/٥/٢٠١٩)

ب. صور الموضوعات

ويجسد هذا النوع من الصور موضوعاً معيناً، ويمتاز بتنوعه تبعاً لتنوع الموضوعات، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها، فقد يكون موضوع الصورة عن حادث معين كحوادث السيارات والقطارات أو سقوط الطائرات، أو قد يكون عن إحدى الكوارث الطبيعية مثل الأعاصير والزلازل والفيضانات، أو قد يكون موضوعها عن أحد الأعياد أو المناسبات الدينية أو الوطنية المختلفة (١)

ت. صور الموضوعات الإخبارية ذات الطابع الإنساني

تتشترك الصور ذات الطابع الإنساني مع الصور الإخبارية في مسألة ضرورة سرعة نشرها في الصحيفة؛ وذلك لأنها تكون غير صالحة للنشر بعد مرور مدة من وقوع الحادثة أو الواقعة الإنسانية. (٢)

ولكي تكون هذه الصورة مؤثرة لابد أن تتوفر فيها عدة معايير يأتي في مقدمتها التأثير، فالصورة المؤثرة هي التي تجذب انتباه القارئ وتؤثر في نفسيته، كما يجب أن يتوفر فيها عنصر آخر ألا وهو الاستمالة العاطفية. (٣)



صورة رقم (٥) تمثل الصور ذات الطابع الإنساني لأيزيديين ينزحون من جبل سنجار (٤)

(١) عامر إبراهيم قنديلجي: المعلومات الصحفية وتوثيقها، دار الرشيد للنشر، منشورات وزارة الثقافة والإعلام- الجمهورية العراقية، سلسلة دراسات ٢٥٣، ١٩٨١، ص ٤٢.

(٢) بيرق حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، مصدر سابق، ص ٨١.

(٣) د. محمد منير حجاب، مصدر سابق ص ٢٩٤.

(٤) العربية نت: "داعش" يتقدم صوب الأيزيديين في جبل سنجار بالعراق على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2JMB4eH>، (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٥/٣٠).

ث. الصور الشخصية (البورتريت)

ويقصد بها الصورة النصفية التي يتم استعمالها مع مختلف الأشكال الصحفية كالخبر والتقارير وغيرها، وغالباً ما يتم التقاطها في مقار أعمال الأشخاص المعنيين بالموضوع أو خلال مكان الحدث الذي يتم تغطيته^(١)، ويشترط أن يقوم المصور بالتقاط صورة عفوية للشخص المقصود أثناء تحدثه، أي لا يتم نشر صورة له وهو ينظر إلى عدسة الكاميرا، فهذا الأمر يجعل المتلقي يشعر بأنه غير مهتم بالحدث، أو قد يتم التقاط هذا النوع من الصور في الاستوديو كما يحدث مع الفنانين، فالغالبية يفضلون القيام بجلسات تصوير بهدف تزويد وسائل الإعلام بتلك الصور، أو قد تقوم بعض المجالات بعمل جلسة تصوير خاصة بالفنان بهدف نشر صور حصرية له.^(٢)

ويتم استعمال هذا النوع من الصور أيضاً في حال عدم توفر صورة للموضوع المنشور مثل خبر عن دولة معينة، إذ تقوم الجهة الناشرة بوضع صورة عن رئيس الدولة، ولكي تكون الصور معبراً بدقة يجب مراعاة ملامح الرئيس، فإذا كان الخبر عن مشاركته في مناسبة أو احتفال رسمي يجب اختيار صورة يظهر فيها مبتسماً، أو على أقل تقدير أن تظهر ملامحه اعتيادية مع الابتعاد عن الصور التي تظهر على ملامحه الغضب.^(٣)

ج. الصورة الإعلانية

تهدف الصورة الإعلانية إلى دعم المضامين الإعلانية، بل إن الكثير من الباحثين يؤكدون على أن وجود الصورة يُعد أكثر أهمية من الكتابة في الإعلان الصحفي؛ لأنها تقوم بإيصال المعلومات إلى المتلقي دفعة واحدة، والإعلانات اليوم لا تخلو من الصور، فهي لغة عالمية تؤثر بشكل فاعل بالمتلقين على اختلاف لغاتهم وجنسياتهم.^(٤)

وتساعد الصورة الإعلانية على تذكر الشيء المعلن عنه عند المتلقين، إذ يشير علماء النفس إلى سيطرة الذاكرة البصرية على البشر بشكل عام، فالصورة المرئية أكثر قدرة على إثارة الاهتمام

(١) د. حسن مصطفى حسن: التصوير الرقمي والتصوير بالموبايل، ط١، مكتبة الأفاق المشرقة، ٢٠١٦، ص١٩.

(٢) أ.د. عبد الباسط سلمان: التصوير السينمائي للصحفي المحترف، ط١، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر، ٢٠١٧، ص١٣٦-١٣٧.

(٣) عبد الجبار محمود علي: مصدر سابق، ص٢٥-٢٦.

(٤) أ.د. هادي نهر: دراسات في الإعلام والاشهار وثقافة الصورة، ط١، عمان، عالم الكتب الحديث، ٢٠١٦، ص٥٩-

وجذب الانتباه وتحقيق التذكر، أما إذا كانت الصورة مقدمة بطريقة سيئة فسيكون لها تأثير سلبي على المتلقين، وقد تأتي بنتائج عكسية تؤدي إلى نفورهم من الإعلان.^(١)

وتعمل الصورة الإعلانية على إبراز مزايا السلعة أو الخدمة المعلن عنها فضلاً عن تسليط الضوء على ملامحها وفوائدها وخصائصها، كما تضيف مصداقية أكبر على الإعلان، علماً أن الصور التي يتم استعمالها في الإعلان من الممكن أن تكون رسوماً أو صوراً فوتوغرافية.^(٢)

ح. الصور الفنية والجمالية

تلجأ وسائل الإعلام المقروءة والالكترونية إلى استعمال الصور الفنية والجمالية مع القصص والقصائد الشعرية والموضوعات الطويلة، كما يتم استعمال هذا النوع عندما لا تتوفر صورة تعبر عن الموضوع المنشور للقراء.^(٣)

ويشمل هذا النوع من الصور لوحات الرسامين، وصور التماثيل، والحرف اليدوية والمنحوتات، أما بخصوص الهدف من نشرها فيمكن في خاصيتها الفنية والجمالية وليس هناك هدف إخباري من ورائها، فنجدها تحتل مكانة بارزة في أغلفة المجلات، فضلاً عن الصفحات الأخيرة للصحف وملاحقها التي تصدر بشكل دوري.^(٤)

خ. الصور الدلالية أو الرمزية

يتم في هذا النوع إضفاء رموز للصورة، يكون الهدف منها إيصال فكرة معينة إلى ذهن المتلقي، ويتم استعمالها بشكل كبير في وسائل الإعلام ذات الطابع السياسي؛ وذلك من أجل التعبير عن رأي المؤسسة تجاه قضية أو موضوع ما.^(٥)

وتدهش الصور الدلالية أو الرمزية المتلقي في بعض الأحيان وتجذبه بشكل كبير، فالمتلقي يتعجب من رؤية الأشياء الغريبة وغير المألوفة، ولهذا تحتاج الصور الدلالية إلى كلمات أكثر لتشرح ما تحمله من معانٍ كامنة لتزيل دهشة المتلقي، وينجح المخرجون الصحفيون ولاسيما في الصحف

(١) أ.د. سعد سلمان المشهداني: الإعلان التلفزيوني وتأثيره في الجمهور، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص٥٦.

(٢) محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، مصدر سابق، ص٢٠١.

(٣) د. علي عقلة نجادات: الإخراج الصحفي- اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره، ط١، عمان، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع ودار اليازوري، ٢٠١٢، ص٢١٣.

(٤) أ.م. عامر إبراهيم قنديلجي: توثيق الصورة في الإعلام والصحافة، بغداد، دار الشؤون الثقافية، ١٩٩٦، ص١٦.

(٥) د. مهند سيف الدين الصميدعي: مصدر سابق، ص١٨٣.

المستقلة وصحف المعارضة بالقيام بهذه المهمة من خلال تركيب عدد من الصورة لغرض اعطائها دلالة معينة أو لغرض إبراز معنى معين وتضخيمه لدى المتلقي^(١).

د. الرسوم اليدوية

ويمكن تقسيمها إلى عدة أنواع هي:

١. الرسوم الساخرة: وتقسم الرسوم الساخرة إلى نوعين بارزين هما:

أ. الكاريكاتير: على الرغم من أن الكاريكاتير يأتي ضمن أنواع الفنون التشكيلية، إلا أنه يعد أحد أبرز الفنون الصحفية المؤثرة والشائع استعمالها كأداة للتعبير عن فكرة معينة بطريقة نقدية ساخرة؛ نظراً لاحتوائه على عناصر الرسم المختلفة من خط ولون وموضوع وفراغ، معتمداً على تقنيات الرسم ذاتها، إلا أن هذا الأمر لم يمنع من تصنيفه ضمن الفنون الصحفية. ويمتاز هذا الفن بقدرته على الوصول إلى جميع القراء على اختلاف مستوياتهم الفكرية والثقافية، مؤدياً دور المقال الصحفي ولكن بطريقة مصورة، إذ يستطيع الرسام إيصال الفكرة إلى المتلقي وتنظيم حملات صحفية ناجحة^(٢).

ولا تتحصر مهمة الكاريكاتير بالنواحي التثويرية والتثقيفية والترفيهية فحسب، وإنما يتعدى ذلك إلى كونه وسيلة ناجحة تلعب دوراً فعالاً في إنعاش الصحيفة اقتصادياً؛ نظراً لشعبيته الكبيرة بين القراء، والتي تفوق شعبية المواد الصحفية الأخرى، مما أدى إلى ظهور مجلات متخصصة بهذا الفن الصحفي، والتي حرصت على إنتاج مسلسلات كاريكاتيرية تتناول الكثير من المواضيع بطريقة ساخرة تهكمية^(٣).

(١) د. سعيد الغريب النجار: مدخل إلى الإخراج الصحفي، مصدر سابق، ص ١٥٦-١٥٧.
(٢) د. حمدان خضر السالم: الكاريكاتير في الصحافة، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع ونبلاء ناشرون وموزعون، ٢٠١٤، ص ٣٠-٣١.
(٣) د. نبيل راغب: أساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والسمعي، ط١، مكتبة لبنان ناشرون والشركة المصرية العالمية للنشر - لونجمان، ١٩٩٩، ص ٢٦١.



صورة رقم (٦) تعبر عن كاريكاتير للرسم ناصر إبراهيم عن هروب تنظيم داعش^(١)

ب. الكارتون **Cartoon**: هو أحد أنواع الرسوم الساخرة المستعملة في الصحافة، والذي يحمل رأياً ويسجل موقفاً، ويعبر هذا النوع عن وجهة نظر الرسام أو الصحيفة في أوجه الحياة المختلفة، وأهم ما يميزه أنه يعتمد على المبالغة في هيئة وملامح الشخصيات التي تطرح الفكرة من خلالها، ويضاف إليه كلمات قليلة لاذعة، ويقسمه التبوغرافيون إلى نوعين: يعتمد النوع الأول على الرسم بشكل أساسي، بحيث تكون الفكرة بالرسم لا بالكلام المصاحب له، أما النوع الثاني فيمثل العكس، أي تكون الفكرة في اللفظ لا في الرسم.^(٢)

الرسوم الشخصية اليدوية (البورتريت)

وهي رسوم شخصية ترسم يدوياً، تم استعمالها منذ البدايات الأولى للصحافة، ولكنها مازالت مستعملة لغاية اليوم؛ وذلك لأنها وسيلة لجذب انتباه المتلقي، كما أنها تكسر الرتابة والملل في الصفحة، وأيضاً فوجودها يمنع تكرار الصور الشخصية نفسها فضلاً عن إمكانية استعمالها كوسيلة للمبالغة في الرسم وذلك من أجل تحقيق أهداف معينة من قبل الصحيفة، وأخيراً قد يكون هناك سبب

(١) صفحة رسام الكاريكاتير ناصر إبراهيم على موقع تويتر على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2wQvQWL>

(تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٦/١).

(٢) د. إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٩٤.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

هام وراء استعمالها وهو عدم توفر صورة فوتوغرافية للشخصية التي يتم الحديث عنها في الموضوع كالشخصيات التاريخية.^(١)

الرسوم التوضيحية

يتم استعمال الرسوم التوضيحية في الصحافة بحالات عدة، مثلاً هناك بلاد تمنع التصوير داخل قاعات المحاكم، ولذلك تضطر الصحيفة في حال كان هناك محاكمة تهم الرأي العام إلى إرسال رسام ليحاول نقل أجواء المحاكمة وان كانت لا تتقل الواقع بشكل مطابق إلا أن وجودها يخدم الخبر المنشور.^(٢) ومن أبرز أنواع هذه الرسوم الخرائط الجغرافية والرسوم البيانية.

الرسوم التعبيرية

تستعمل الرسوم التعبيرية عادة في الموضوعات الطويلة والقصائد الشعرية والقصص القصيرة التي تنتشر في الصحف، وأهم ما يميزها المساحات البيضاء المحيطة بها، والتي تساهم في اراحة نظر المتلقي كما أنها تساعده على تخيل الأحداث التي يتم الحديث عنها.^(٣)

(١) م. نور الدين النادي: فن الإخراج الصحفي، ط٢، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص٩٤-

٩٥.

(٢) د. نبيل راغب: مصدر سابق، ص٢٥٢.

(٣) م. نور الدين النادي: مصدر سابق، ص٩٥.

المبحث الثاني: التطور التكنولوجي للصورة الصحفية

البدايات الأولى للصورة الصحفية الرقمية

شهدت الصورة الفوتوغرافية بشكل عام والصورة الصحفية بشكل خاص تحولاً كبيراً بفضل التلاقي بين عالم الحاسبات والكاميرات الذي أدى في نهاية المطاف إلى اندلاع ثورة في التصوير الرقمي، ليصبح موضع اهتمام الجميع سواء المصورون الصحفيون المحترفون أو الناس العاديون وهواة التصوير، وصارت الصورة الرقمية اليوم ركناً أساسياً من أركان الصحافة الإلكترونية.^(١)

وقد مرت الصورة الصحفية بمراحل مختلفة حتى وصلت إلى صيغتها الرقمية الحالية التي اختصرت الكثير من الأمور، فسابقاً كانت الصحف تعتمد على الصور التي يتم التقاطها من خلال التلفزيون وطباعتها على ورق خاص من خلال جهاز طبع الصور، ومن أبرز الصحف التي استعملت هذه الطريقة جريدة كوريير هيرالد courier herald معتمدة على كاميرات إلكترونية صغيرة الحجم وقليلة التكلفة، وكانت النتيجة أن أصبحت الصور المنشورة أكثر وضوحاً وتميزاً.^(٢)

ومع تحول الصورة الصحفية إلى مرحلة الإنتاج الرقمي، بدأت الصحف تستعمل طريقة لاستقبال الصورة من خلال وسيط الصور picture net المتصل بشبكة الانترنت، والذي يقوم بتلقي الصورة مباشرة لحظة وقوع الحدث، لتظهر بعد ذلك على شاشات الاستقبال في مقر الصحيفة، وقد ساهم هذا الجهاز في تقليل الجهد والوقت المبذول من خلال المزايا التي يوفرها، أبرزها أن الصورة التي يتم استقبالها تأتي مزودة بمكان وزمن وقوع الحدث مع شرح تفصيلي لمكونات الصورة، كما يوفر إمكانية مشاهدة جميع الصور المستقبلية واختيار الأجدر منها بالنشر دون الاضطرار إلى طباعة جميع الصور كما كان يحدث سابقاً، فضلاً عن إمكانية تخزين الصور الأخرى والإفادة منها لاحقاً، واستمر العمل بهذه الطريقة حتى تم اختراع آلات التصوير الرقمية المزودة بشاشة إلكترونية صغيرة، والتي يمكن من خلالها التقاط وإرسال وتخزين الصورة بصيغة إلكترونية ومن ثم إرسالها عبر جهاز (المودم) وخطوط الهاتف إلى أي مكان في العالم لحظة وقوع الحدث ومن هنا بدأت مرحلة جديدة في تاريخ الصورة الصحفية وهي مرحلة الصورة الرقمية.^(٣)

(١) جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجاً، ط١، دار الفجر للنشر والتوزيع ودار النفائس للنشر والتوزيع، بغداد، عمان، ٢٠١٣، ص ٢٠٣.

(٢) سمير محمد محمود: الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٧، ص ٧٤.

(٣) المصدر نفسه: ص ٧٥.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

ويمكن تعريف الصورة الرقمية بأنها "تلك الصورة التي تم تجزئة عناصرها إلى دقائق متناهية في الصغر، تسمى عناصر الصورة بيكسل (pixels)، وكل بيكسل مفردة يعبر عنها على حدة بأرقام ثنائية تحدد كل من إحداثياتها الأفقية والرأسية والقيم اللونية بها".^(١)

لقد شهدت الصور الصحفية تطورات تكنولوجية مختلفة أهمها ما توصلت إليه وكالة الاسوشيتيدبرس Associated Press الأمريكية، فقد تمكنت من تطوير نظام عرف باسم (الغرفة المظلمة الالكترونية)، يقوم بمعالجة جميع الصور الواردة إلى الوكالة وتحويلها إلى بيانات رقمية، بحيث تكون متاحة للمشاهدة على شاشات عرض ليتم معالجتها في الغرفة المذكورة ومن ثم نقلها إلى المشتركين، أما بخصوص أول صورة رقمية ملونة تم استعمالها في الصحافة فتشير المصادر إلى ان صحيفة USA Today الأمريكية كان لها سبق بذلك، حيث قامت بنشر صورة في عددها الصادر في تشرين الأول عام ١٩٨٧ وبالتحديد في طبعتها الأولى وعلى صفحتها الأولى للمباراة الثانية لدورة البيسبول التي حملت عنوان سلسلة العالم world series، وقد تم نقل هذه الصورة عبر الخطوط التلفزيونية إلى مقر الصحيفة بعد التقاطها على قرصين.^(٢)

وتشير المصادر إلى تمكن أحد المصورين العاملين في وكالة الاسوشيتيدبرس من التقاط صورة بكاميرته الرقمية للراحل بوش الاب أثناء تنصيبه رئيساً للولايات المتحدة في حزيران من عام ١٩٨٩، ولكون الصورة رقمية فقد ساهم هذا الأمر في إيصالها إلى صحف العالم خلال دقيقتين فقط متجاوزة بذلك حدود الزمان والمكان لتنتقل للمتلقي الحدث الذي وقع باللحظة ذاتها، على خلاف الكاميرا التقليدية التي استغرقت ٢٥ دقيقة.^(٣) ومن هنا نستنتج أن الصورة الرقمية ساهمت في تحقيق السرعة والسبق الصحفي للصحف حتى أصبحت تنافس القنوات التلفزيونية في سرعة تغطية الأحداث الجارية، بل والتفوق عليها في أحيان كثيرة في ظل وجود الصحافة الالكترونية، فلم تعد الصورة تمر بمراحل عدة قبل نشرها كما كان يحصل في الماضي، إذ اختصرت الكاميرا الرقمية تلك المراحل، ليشهد العالم بعد ذلك تحولاً حقيقياً في الصورة الصحفية.

(١) د. طارق بهاء الدين: التصوير الرقمي: الحقائق والاساسيات، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٩، ص ٢٨.

(٢) أ.م.د. سعد سلمان عبد الله: تطور شكل ومضمون الصورة الصحفية في الصحافة العراقية - دراسة تحليلية لصور الصفحة الاولى لصحيفة الصباح لعام ٢٠١٢، مصدر سابق، ص ٦٧-٦٨.

(٣) د. فوزي يوسف المخلف: التضليل والتدليس الإعلاني- الواقع والتأثير والمأمول، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧، ص ٦٦-٦٧.

أسباب التحول من الصورة الصحفية التقليدية إلى الرقمية

لم تكن الصورة الرقمية بديلاً ضعيفاً للصورة التقليدية، بل على العكس فقد تضمنت العديد من المزايا التي أسهمت في تحويل أنظار الجميع نحوها واتخذها بديلاً للصورة التقليدية، ويمكننا تلخيص أبرز الأسباب التي دفعت إلى هذا التحول بما يلي:

١. **السرعة:** في الماضي كان من الصعب التعامل مع الصورة الصحفية بسرعة إذ تتطلب معالجتها المرور بعدة مراحل من إظهار وتثبيت لحين الوصول إلى مرحلة إنتاجها على الورق، وأخيراً إرسالها إلى المؤسسة الصحفية، ولكن الوضع اختلف مع اختراع الكاميرات الرقمية، التي أسهمت وبشكل فاعل في تحقيق سبق صحفي لكثير من المؤسسات الإعلامية؛ نظراً لسرعة وسهولة التعامل معها، ففي لحظة التقاط المصور الصحفي للصورة تكون جاهزة للاستعمال من قبل المؤسسة دون المرور بمراحل المعالجة آنفة الذكر. (١)

٢. **اختصار الوقت والجهد وقلة التكلفة:** أشرت سابقاً إلى أن الصورة الرقمية اختزلت العديد 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 الأفلام وتحميضها من أجل اختيار الصورة الأفضل للنشر، والتي تكلف المؤسسة الإعلامية تكاليف مالية إضافية. (٢)

٣. **إمكانية معالجة الصورة:** أصبح اليوم من الممكن معالجة الصورة الصحفية الرقمية بسهولة ويسر وبسرعة كبيرة، كمعالجة المشاكل المتعلقة بالإضاءة أو التباين في الألوان والظلال وغيرها من التفاصيل، الأمر الذي انعكس على إظهار الصور بجودة عالية.

٤. **إمكانية العرض المباشر:** ساعد التطور التقني المستمر للكاميرات الرقمية على عرض الصور مباشرة بعد التقاطها، وذلك بفعل توفير شاشة LCD فيها، وهي اختصار لثلاث كلمات هي Liquid crystal و Display أي شاشة عرض الكريستال السائل Liquid crystal Display، وساعد

(١) د. طارق بهاء الدين، مصدر سابق، ص ٥٥.

(٢) د. سعيد الغريب النجار: تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، ط ٢، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩، ص ٣٣.

توفرها على مشاهدة محاسن ومساوئ الصورة، وتجنب العديد من الأخطاء التي من الممكن أن يرتكبها المصور. (١)

٥. **صغر حجم الذاكرة:** تخزين الصورة الرقمية في بطاقة ذاكرة صغيرة الحجم، يتم إفراغها من محتواها وإعادة استعمالها مرة أخرى، وهذا الأمر لم يكن متوفراً في الماضي، إذ كانت الصور تخزن على فيلم يتم إتلافه بعد طباعتها على الورق، مما يمنع من الافادة منه مرة أخرى، كما أن مسألة الطباعة أصبحت اختيارية بالنسبة للمصور الصحفي. (٢)

٦. **صديقة للبيئة:** تعتبر الصورة الرقمية صديقة للبيئة، فقد مكنت من الاستغناء عن استعمال المواد الكيميائية الضرورية لعملية إظهار الصورة، كما تم الاستغناء أيضاً عن ورق الطباعة، فأصبح المصور الصحفي مثيراً وليس مجبراً على طباعة الصورة. (٣)

٧. **التوافر:** باتت الكاميرات الرقمية متوفرة في الكثير من الأجهزة ولاسيما بالهواتف الذكية التي أوجدت تنافساً شديداً بين الشركات المصنعة لها من أجل تحسين وتطوير الكاميرات الملحقة بها، وفي النهاية إنتاج كاميرات بجودة عالية تنافس الكاميرا الرقمية، فضلاً عن الاهتمام الدائم بزيادة السعة التخزينية لها، مما مكنها من خزن صور بجودة عالية، كما باتت الهواتف الذكية تضم تطبيقات لمعالجة الصور من نواحي عديدة مثل تحسين درجة وضوحها، أو اقتصاص أجزاء منها، أو معالجة التشبع اللوني وغيرها من الأمور التي بإمكان المحرر أن يقوم بها ببساطة، والتي لا تحتاج إلى خبرة عالية مثل برنامج الفوتوشوب الذي يتطلب درجة عالية لمعرفة كيفية معالجة الصور من خلاله. (٤)

٨. وفرت الصورة الرقمية إمكانية المزج بينها وبين التصميمات الطباعية المتعلقة بمجال الصحافة والملصقات الإعلانية. (٥)

(١) د. عبد الباسط سلمان: ديجتال الإعلام مفهوم الصحافة والسينما والتلفزيون والملتيميديا رقمياً، ط١، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٨، ص٢٠٥.

(٢) فرنسوا لسلي ونقولا مكاريز: وسائل الاتصال المتعددة ((ملتيميديا))، ترجمة: د. فؤاد شاهين، ط١، بيروت، عويدات للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص٤٤.

(٣) زيد منير سليمان: الصحافة الالكترونية، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص٩٦.

(٤) د. وسام محمد أحمد: الوسائط المتعددة في الصحافة تصميمها وانتاجها، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨، ص١٠٥-١٠٦.

(٥) د. طالب الشمري: الصناعة الإعلامية- المقومات الفنية والمهنية لرجل الإعلام، ط٢، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص٥٢.

التطورات المصاحبة للصورة الصحفية الرقمية

لقد صاحب التحول إلى الصورة الرقمية عدة تطورات طرأت على الإعلام، إذ لعبت الصورة الرقمية دوراً في شيوع عدة ظواهر كصحافة المواطن كما أسهمت في دخول اتجاهات حديثة بالصحافة كالانفوغرافيك، ولذلك لا بد لنا من تناول تلك الظواهر والاتجاهات الحديثة كل واحدة على حدة ليتضح دور الصورة في ظل هذه التطورات الحالية وكما يأتي:

1. صحافة المواطن Citizen journalism

ساعد توافر الكاميرات الرقمية ولاسيما الأجهزة الالكترونية المختلفة كالهواتف المحمولة على انتشار صحافة المواطن التي جعلت من المواطن الذي توافق وجوده في مكان وقوع حدث ما صحفياً بعد أن تمكن من التقاط صورة أو تسجيل مقطع فيديو يوثق ذلك الحدث، ليحقق بذلك سبقاً صحفياً، وقد ساعد الهاتف المحمول على شيوع هذه الظاهرة بفعل المزايا التي يتمتع بها، كسرعة وسهولة التقاط الصور وإمكانية نشرها مباشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، فنجد اليوم أن وسائل الإعلام تقوم بإعادة نشر الصور أو الفيديوهات التي ترسل لهم من قبل المواطنين.⁽¹⁾

وعلى الرغم من حرص وسائل الإعلام الدائم على نشر صور صحفية بمواصفات معينة وبجودة عالية من ناحية الدقة والوضوح، إلا أن الأمر مختلف مع صحافة المواطن، فهذه التفاصيل غير مهمة بقدر أهمية الحدث الذي تمت تغطيته وتوثيقه بشكل حصري، فالمؤسسة لن تهتم فيما إذا كان ملتقط الصورة يمتلك مهارات تصويرية أو كانت لديه خبرة في المجال الإعلامي.⁽²⁾

ومن أبرز الأمثلة على ذلك السبق الصحفي الذي حققه (جانيس كرومس Janis Krums) وهو مواطن أميركي تمكن من تصوير سقوط طائرة الإيرباص الأميركية بتاريخ ٢٠٠٩/١/١٥ من خلال كاميرا هاتفه المحمول أثناء سقوطها فوق نهر «هدسون» قبالة مانهاتن في نيويورك، ليصبح بذلك أول شخص ينقل صورة الحدث للعالم ثم تناقلتها بعد ذلك وسائل الإعلام المختلفة.⁽³⁾

(1) د. فؤادة عبد المنعم البكري: الإعلام الدولي، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١١، ص١٧٢.
(2) د. عباس مصطفى محمود: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط١، القاهرة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص٣١٥.
(3) أ.م.د. سعد سلمان المشهداني: الصحافة العربية والدولية - المفهوم - الخصائص - المشاكل - النماذج - الاتجاهات، مصدر سابق، ص٤٨.



صورة (٧) تعبر عن سقوط طائرة الإيرباس الأمريكية بتاريخ ٢٠٠٩/١/١٥ (١)

٢. صحافة الموبايل Mobile Journalism

اتجهت أنظار الصحفيين في السنوات الأخيرة نحو استعمال الهواتف المحمولة كوسيلة فاعلة في خدمة العمل الصحفي خاصة بعد التطور الكبير الذي شهدته، مما جعلها وسيلة ناجحة في تغطية الأحداث سواء في كتابة التقارير الصحفية أو نشر الاخبار أو التقاط الصور أو تسجيل الفيديو، والذي أدى في نهاية المطاف إلى ظهور مصطلح (صحافة الموبايل)، والتي يطلق عليها اختصاراً موجو MOJO أي mobile journalism أما الصحفي الذي يستعمل هذه الوسيلة فيطلق عليه اسم (صحفي الموبايل). (٢)

وتشير المصادر إلى ان عام ٢٠١٥ شهد نقلة نوعية في صحافة الموبايل؛ بفعل المواقع والتطبيقات المتخصصة في مشاركة الصور والفيديوهات، التي أصبحت منصات لنقل الأحداث العاجلة بمختلف دول العالم. (٣)

أما فيما يتعلق بالصورة الصحفية، فقد ساعد توفر العديد من التطبيقات المجانية السهلة الاستعمال في ظهور شريحة من الصحفيين ممن يلجؤون إلى هذه التطبيقات لتحسين جودة الصورة،

(1) Janis Krums : Twitter, on this link: <https://twitter.com/jkrums/status/1121915133>

(Accessed: 1/6/2019)

(٢) د. فاطمة الزهراء عبد الفتاح: الاندماج الإعلامي، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص٥٢-٥٣.
(٣) سائد سعيد محمد علوان: اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قدمت إلى الجامعة الإسلامية في غزة عام ٢٠١٦، ص٩٦.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

ويأتي في مقدمتها تطبيقي سنابسيد Snapseed وفوتوشوب Photoshop المتوفران ضمن متجر أي او اس IOS واندرويد Android، إذ تحتوي هذه التطبيقات على أدوات التحرير الأساسية التي تساهم في إظهار الصورة بشكل أفضل من ناحية الوضوح والتباين وغيرها من الأمور، كما تمكن من مشاركة الصورة بعد تعديلها مباشرة في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، أو الاكتفاء بحفظها وإرسالها إلى الجهة المطلوبة.^(١)

وقد أصدرت كلية بيركلي لدراسات الصحافة في جامعة كاليفورنيا دليلاً ميدانياً خاصاً بصحفيي الموبايل تأكيداً على أهميته في العمل الصحفي، إذ تناول الدليل تفاصيل عن التطبيقات والأدوات التي بالإمكان استعمالها في الهواتف الذكية لشركة ابل (اليفون iPhone) كما ويتضمن تقييماً لجودة كل تطبيق ومدى ملاءمته للعمل الصحفي،^(٢)

٣.١. الانفوغرافيك

ساهمت التطورات التكنولوجية ما بين عامي ٢٠٠٥ و ٢٠٠٦ في بروز الانفوغرافيك في الصحافة الذي يعرف بأنه "التجسيد البصري للمعلومات أو الأفكار سعياً لتوصيل معلومات معقدة لجمهور ما بطريقة تمكنهم من فهمها واستيعابها بسرعة، إذ يمزج الانفوغرافيك ما بين البيانات والتصميمات للمساعدة في التعلم البصري وتساعد هذه العملية في توصيل المعلومات المعقدة بطريقة يمكن فهمها بسرعة ويسر".^(٣)

ويعتمد هذا الشكل الصحفي على التمثيل البصري كركيزة أساسية في إيصال الأرقام والبيانات بسهولة إلى المتلقي من خلال الأشكال البيانية والرسوم التوضيحية التي تساهم في جعل الأرقام أكثر وضوحاً.^(٤)

وهناك العديد من الأسباب التي دفعت إلى استعمال الانفوغرافيك في الصحافة، أبرزها قدرته العالية على جعل الموضوعات أكثر موضوعية ومصداقية، كما أن الجمهور أصبح يبحث عن الصور والرسوم أكثر من النصوص، لذلك نجد ان العديد من الصحف والمواقع الالكترونية باتت تهتم

(١) ديانا لايا ومنتصر مرعي: دليل صحافة الهاتف المحمول، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، ٢٠١٦، ص ١١.

(٢) د. فاطمة الزهراء عبد الفتاح: مصدر سابق، ص ٥٤.

(٣) سماح محمد عبد الرحمن: الوظيفة الاتصالية للانفوغراف في المواقع الالكترونية - دراسة تحليلية في موقع سكاى نيوز وروسيا اليوم للمدة من ١-٥ إلى ٢٠١٧/٥/٣١ رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام في الجامعة العراقية، ٢٠١٨، ص ٧٧-٧٨.

(٤) عمرو العراقي: صحافة البيانات - خطوات جمع وتحليل البيانات وتصميم الانفوجرافيك، ط ١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ٦٥.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

بالانفوغرافيك كونه أكثر جذباً للانتباه من النصوص والبيانات، ويساهم أيضاً في إيصال المعلومة بشكل أسرع للمتلقي، فهو يوضح الحقائق والعلاقات المعقدة مما يؤدي إلى نقل المعلومات والاختبار الجديدة والمعقدة بكل سهولة وسرعة.^(١)

أما البرامج المستعملة في تصميم الانفوغرافيك فهي كثيرة، مثل الاكسل Excel الذي يأتي ضمن أبسط البرامج المستعملة في تحويل البيانات والأرقام إلى رسوم بيانية، كما توفر شركة ادوبي مجموعة من البرامج التي يتم استعمالها في تصميم الانفوغرافيك مثل الفوتوشوب adobe Photoshop والايستريتور adobe illustrator والاندراين adobe InDesign، كما يعتمد بعض المصممين على المواقع الالكترونية المتخصصة في إنتاجه، والتي لا تتطلب منهم جهداً كبيراً؛ لكونها توفر قوالب جاهزة لا تحتاج منه سوى إدخال البيانات والأرقام وتنسيقها بشكل ملائم.^(٢) ويمكن تقسيم الانفوغراف إلى عدة أنواع هي^(٣):

- أ. **انفوغراف المعلومات:** يتم في هذا النوع التركيز على النص أكثر من العناصر المرئية.
- ب. **المخطط الزمني:** يركز هذا النوع على تناول الأحداث عبر ترتيب زمني لتوضيح تاريخ ما، سواء كان منتجاً أو فكرة ما وغيرها، ويكون تنسيقه إما عمودياً أو أفقياً أو متعرجاً، وتضاف إليه الصور والرسومات والمخططات والأيقونات.
- ت. **الرسم البياني:** ويحتوي هذا النوع على رسم بياني يمثل المحور الرئيس للمعلومات المعروضة، ويمكن إضافة صور لأشكال أو رموز معينة لغرض التأكيد أو الشرح.
- ث. **إنفوغراف الأرقام:** يتم في هذا النوع التعرف على معلومات محددة من خلال التركيز على الأرقام، وذلك من خلال رسم بياني تفصيلي بالأرقام، أو قد يكتفي بعرض صور وأرقام دون الرسم البياني.
- ج. **إنفوغراف المقارنة:** تتم في النوع المقارنة بين اثنين أو أكثر، سواء من المنتجات أو المواقع أو الأفكار أو الأحداث أو الأفراد، من خلال تقسيم الرسم إلى قسمين أو أكثر حسب عدد العناصر التي تتم المقارنة بينها وإبراز جوانبها الإيجابية والسلبية.

(١) بيرق حسين جمعة الربيعي: الانفوغرافيك وعلاقته بالإدراك عند مستخدمي المواقع الإخبارية - موقع السومرية نيوز، موقع سكاي نيوز، موقع الجزيرة نت انموذجاً، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام في جامعة بغداد، ٢٠١٨، ص ٤٦.

(٢) د. إسماعيل إبراهيم: مصدر سابق، ص ١٣١.

(٣) خالد كريزم: كيف تصمم إنفوغرافاً احترافياً؟ على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2Wr95Ht> (تاريخ الزيارة ٢٣/١٢/٢٠١٨).

٤. مواقع وتطبيقات الصور

شهدت السنوات الأخيرة شيوع مواقع وتطبيقات متخصصة بالصور الرقمية على اختلافها، والتي تم توظيفها في العمل الصحفي أيضاً، وستكتفي الباحثة بذكر الموقع الأكثر شيوعاً واستعمالاً وكما يلي:

أ. فليكر Flickr

يعد موقع فليكر من أهم المواقع المجانية المتخصصة بالصور الرقمية، التي تمكن المستخدمين من تحميل الصور ومشاركتها مع مواقع أخرى، فضلاً عن إمكانية التعليق عليها.^(١) تم تطوير فليكر عام ٢٠٠٢ من قبل شركة لودي كورب Ludicorp في مدينة فانكوفر Vancouver بكندا، واستمر العمل على تطويره حتى تم إطلاقه عام ٢٠٠٤ ليصبح بعد ذلك أشبه بجمعية لهواة التصوير.^(٢)

ولم يمضِ عام واحد على إطلاق فليكر حتى انتقلت حقوقه إلى شركة ياهو yahoo عام ٢٠٠٥.^(٣)

لقد أصبح موقع فليكر بمثابة البوم عالمي لتبادل الصور المختلفة بين المستخدمين، كما أسهم في إبراز مواهب هواة التصوير من دول العالم كافة، ولم يكتفِ الناشطون في هذا الموقع بنشر الصور الجمالية وإنما أصبح ساحة للتعبير عن الأحداث بالصور، إذ قامت وسائل الإعلام بإعادة نشرها الكثير من الصور، كأحداث كارثة تسونامي عام ٢٠٠٤، وأحداث تفجير قطارات الانفاق بلندن عام ٢٠٠٥ وغيرها من الأحداث التي غطاها المواطنون والهواة.^(٤) ويقدم الموقع خدمات عدة أبرزها^(٥):

١. يسمح لمستخدميه باستعمال الوسوم Hashtags التي تساعد على إيجاد الصور حسب موضوع معين مثل موقع التقاط الصورة.

(١) د. أميرة محمد محمد سيد أحمد: الإعلام الرقمي والحراك السياسي، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥، ص٣٥.

(٢) د. سيف السويدي وطارق برغاني: صناعة الهوية العلمية للعلماء والخبراء والباحثين، ط١، كوالالمبور، منصة اريد، ٢٠١٧، ص٢١٤.

(٣) أ.د. وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي: الإعلام الجديد - تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧، ص٢٣١.

(٤) د. عباس مصطفى محمود، مصدر سابق، ص٣٤٠.

(٥) أ.د. وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي، مصدر سابق، ص٢٣٢.

٢. يوفر للمستخدم إمكانية تنظيم الصور، إما بحسب مجموعات شخصية، أو مجموعات عامة، كما يمكن عدم إضافة الصور بمجموعة معينة، والهدف من إنشاء المجموعات هو تجمع الصور التي تشترك بصفات أو خواص أو اهداف معينة.

٣. يوفر للمستخدم إمكانية جعل حسابه عاماً، بحيث يسمح للجميع بمشاهدة محتواه، أو جعله خاصاً لا يمكن لأي شخص مشاهدته سوى المستخدم نفسه، أو الأشخاص الذين يحددهم مسبقاً.

ب. انستغرام Instagram

تأسس تطبيق انستغرام عام ٢٠١٠، ويعد أحد أبرز الشبكات الاجتماعية لتبادل الصور والفيديوهات القصيرة.^(١)

ومن الأسباب التي جعلت هذا التطبيق واحد من أكثر التطبيقات انتشاراً وفاعلية على مستوى العالم هو التجديد والتطوير المستمر، فعند متابعة قصة انستغرام على موقعه الرسمي نجد أنه في كل عام يتم ابتكار خدمات جديدة.

ويمكن تلخيص أبرز المزايا والخدمات التي يوفرها هذا التطبيق كما يأتي^(٢):

١. يمكن لمستخدم التطبيق التقاط الصور مباشرة من خلاله أو تحميل أحد الصور المحفوظة داخل استوديو الهاتف المحمول، أو الأجهزة اللوحية المختلفة ونشرها بعد ذلك، والأمر ذاته ينطبق على الفيديوهات شرط أن لا تزيد مدة الفيديو عن ٦٠ ثانية.

٢. يوفر التطبيق مرشحات جاهزة للصور (فلاتر Filters) تضيف عليها المزيد من الجمال، ونلاحظ أن القائمين عليه حرصوا خلال السنوات الماضية على تحديث وإضافة فلاتر جديدة باستمرار.

٣. يمكن للمستخدم التحكم بخصائص الصورة دون استعمال المرشحات كالإضاءة والتباين وغيرها من الأمور المتعلقة بمعالجة الصورة الرقمية.

٤. كان التطبيق في بداية انطلاقة متوفراً فقط على متجر ابل ستور App Store الخاص بأجهزة ابل Apple ليتم توفيره عام ٢٠١٢ في متجر قوقل بلي Google PLAY وهو المتجر الرسمي لأجهزة الاندرويد Android.

(١) أ.د. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، ط١، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص٦٦.

(٢) Instagram: our story, <https://instagram-press.com/our-story/> (Accessed: 7/6/2019)

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

٥. تم ربط انستغرام بموقع فيسبوك عام ٢٠١٢ بعد أن تمكنت شركة فيسبوك من شرائه مقابل مليار دولار.
 ٦. وفر انستغرام في عام ٢٠١٣ إمكانية إضافة إشارة Tags للأشخاص الموجودين في الصورة.
 ٧. تمكن انستغرام في عام ٢٠١٣ من ادخال خدمة جديدة باسم Instagram Direct تساعد المستخدم على إرسال رسالة خاصة لأي شخص يمتلك حساب في انستغرام، ويمكن أيضاً إنشاء مجموعة خاصة يتم فيها تبادل الأحاديث والصور والفيديوهات.
 ٨. أطلق التطبيق في عام ٢٠١٦ خاصية البث المباشر live stream بشكل فردي للمستخدم او البث بشكل مشترك مع صديق اخر، كما وفر إمكانية نشر القصص اليومية المشابهة لتطبيق سناب شات snapchat.
 ٩. أضاف انستغرام في عام ٢٠١٧ خدمة حفظ أي منشور بشكل خاص، كما وفر إمكانية أرشفة المنشورات الخاصة بكل مستخدم، وإعادة إظهارها مرة أخرى بأي وقت في حال رغب بذلك.
 ١٠. وفر التطبيق في عام ٢٠١٧ إمكانية مشاركة ١٠ صور وفيديوهات في المنشور الواحد.
 ١١. أطلق القائمون على التطبيق في عام ٢٠١٨ خدمة IGTV المختصة بنشر فيديوهات تصل مدتها إلى ساعة وبشكل رأسي وليس بشكل أفقي.
- تجدر الإشارة إلى ان آخر الاحصاءات المنشورة على موقع الانستغرام الرسمي تشير إلى وجود أكثر من مليار مشترك نشط شهرياً متوزعين على مختلف دول العالم.
٥. بنوك الصور

نشأت بنوك الصور في نهاية الثمانينيات من القرن العشرين من قبل المؤسسات والوكالات الدولية التي تحتكر إنتاج وتوزيع الصور على المستوى العالمي.^(١)

ومن أبرز الوكالات التي تقدم خدمة بنك الصور وكالة الصحافة الفرنسية (Agency France Press) المسمى بـ Image Bank Image Forum الذي يوفر صوراً تتناول عدة

(١) د. فوزي يوسف مخلف: تأثير البث التلفزيوني الفضائي على طلبة الجامعات، ط ١، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٣، ص ١٤٢.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

موضوعات هي: (السياسات والنزاعات، اقتصاد وأعمال، مجتمع، ثقافة وإعلام، رياضة، متفرقات)، كما توفر هذه المنصة رسوماً بيانية إلى كافة الصحف والمواقع الالكترونية والشركات المشتركة بهذه الخدمة، وتجدر الإشارة إلى أنها تقوم بتغطية يومية لأحداث العالم بالصور وعلى مدار الساعة بمعدل ٣٠٠٠ آلاف صورة يومياً، فضلاً عن احتوائها على ٣٦ مليون صورة إرشيفية تعود إلى البدايات الأولى للتصوير الصحفي. (١)

وعلى الرغم من الكميات الهائلة التي يوفرها بنك الصور إلا أنه أسهم في نزع الصورة عن سياقها (الزماني والمكاني)، وقد اتاحت التقنية الحديثة إمكانية التعديل والحذف والإضافة على الصورة، وأصبحت الصورة ضمن هذه البنوك تدخل في تقسيمات فرعية مثل الكتالوج catalogue والنوع Genre والمفهوم concept، ولذلك نجد ان الكثير من الصور يتم استعمالها ضمن عشرات ومئات الموضوعات ومن قبل العديد من المؤسسات، وهذا الأمر يجعل الصورة تحمل عشرات ومئات المعاني وأخيراً تسهم في جعل المتلقي يفهمها بعشرات ومئات المعاني المختلفة عن معناها الحقيقي. (٢)

وتتم عملية استعمال الصورة بعيداً سياقها الأصلي من خلال قيام المصور بتصوير عاصفة رعدية مصحوبة ببرق في أمريكا مثلاً، فإن هذه الصورة ستدخل ضمن أحد بنوك الصور لتباع إلى دول العالم المختلفة، ليتم بعد ذلك توظيفها في عدة موضوعات، فقد يتم استعمالها في فرنسا لتعبر عن موضوع سينمائي يتحدث عن هبوط او صعود نجم ما، وقد يتم توظيفها في اليابان لتعبر عن حالة الجو، مما يؤدي سيؤدي هذا الأمر إلى تشويه الحقائق. (٣)

معايير انتقاء الصورة الصحفية

تختلف معايير انتقاد الصور من دولة إلى أخرى ومن وسيلة إعلامية إلى أخرى، فعلى مستوى الوطن العربي نجد أن هناك تبايناً واضحاً في انتقاد الصور ونشرها داخل البلد الواحد،

(١) وكالة الصحافة الفرنسية: منتجاتنا وخدماتنا/ صورة على الرابط الآتي: <http://bit.ly/324RODZ>

تاريخ الزيارة (٢٠١٨/١٢/٢٢).

(٢) د. سهام حسن علي الشجيري: أنسنة الإعلام - جدلية التأثير والتغيير، ط١، الجزائر، الفا للوثائق، ٢٠١٥، ص ٧٢٢-٧٢٣.

(٣) د. فوزي يوسف مخلف: تأثير البث التلفزيوني الفضائي على طلبة الجامعات، مصدر سابق، ص ١٤٤-١٤٥.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

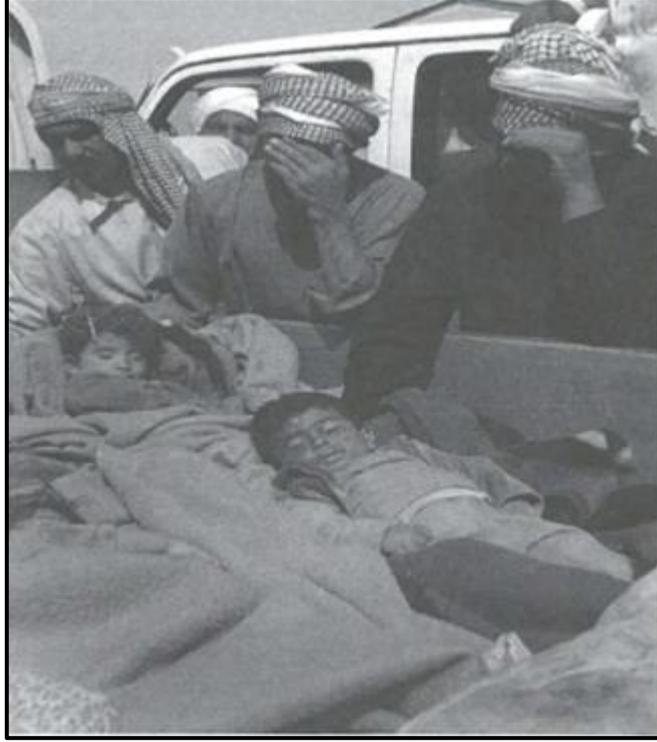
فبعض المؤسسات الإعلامية تضع ضوابط معينة حول نشر صور النساء مثلاً، ونجد ان مؤسسات أخرى لا تكثر لتلك الضوابط وتتمتع بمساحة أكبر من الحرية.

وتؤثر السياسة التحريرية للصحف بشكل أساس في اختيارها للصور، ففي الصحف الشعبية التي يكون هدفها تحقيق الاثارة نجدها تركز على نشر اكبر عدد ممكن من الصور وبمقاسات كبيرة، اما الصحف النصفية Tabloid فتتركز على نشر الصور المتنوعة، لكن الأمر مختلف فيم يتعلق ببعض الصحف، مثل صحيفة اللوموند الفرنسية التي كانت ترفض استعمال الصور حتى وقت قريب.^(١)

إن الأمثلة كثيرة فيما يتعلق باختلاف أيديولوجيات الصحف بما يصلح ولا يصلح للنشر بالنسبة للصور الصحفية، ففي عام ٢٠٠٦ مثلاً قامت صحيفة سكرامنتو بي الأمريكية Sacramento Bee بنشر صورة على صفحتها الأولى لجثث ثلاثة أطفال عراقيين ممددين على سيارة شحن، والدماء تلتخ ووجوههم وشعرهم، يحيطهم رجال بدت عليهم علامات الأسى بعد مقتل هؤلاء الأطفال نتيجة معركة حصلت بين القوات الأمريكية وبين عراقيين شمال العاصمة بغداد، وعلى الرغم من أن الضحايا أطفال أبرياء إلا انه لم يتم نشرها إلا في القليل من الصحف، وقد برر آرماندو آكوني محرر الشؤون العامة بصحيفة سكرامنتو بي نشره لها أنه كان يبحث الصحيفة على نشر الصور التي تكون أكثر واقعية عن حرب العراق، أما مديرة التحرير جويس ترهار فأشارت إلى أن سبب انزعاج الناس من هذه الصور كون القتلى أطفال، ولكنها رأت بأن أهميتها تكمن في كونهم أطفالاً.^(٢)

(١) د. غسان عبد الوهاب الحسن: أيديولوجيا الإخراج الصحفي، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص١١٩.

(٢) ليزا شنيلنغر ومهند الخطيب: حرب الكلمات، ترجمة: مفيد ديك، واشنطن، المركز الدولي للصحفيين، ٢٠٠٦، ص٤٦-٤٧.



صورة (٨) لجثث الأطفال التي نشرت في صحيفة سكرامنتو بي عام ٢٠٠٦

ومن خلال الاطلاع على العديد من المصادر المتعلقة بالصورة الصحفية لاحظت الباحثة أن هناك شبه اتفاق على معايير أساسية تؤثر في انتقائها، إذ تشترط العديد من المؤسسات على ضرورة توفرها قبل نشر الصورة، سواء في الصحافة الورقية أو الالكترونية، وبناءً على ذلك ستقوم الباحثة بتصنيفها إلى معيارين أساسيين هما: (المهنية والفنية) ويمكن إيضاح تلك المعايير كما يأتي:

أولاً: المعايير المهنية

يمكن تلخيص المعايير المهنية بما يأتي^(١):

١. أن تكون الصحف - سواء الورقية أو الالكترونية- على درجة عالية من المسؤولية، التي تحتم عليها عدم نشر أي صورة خادشه للحياء أو تتنافى مع أعراف وعادات وتقاليد المجتمع الذي تنشر فيه، ورغم أهمية هذا الأمر إلا أننا نجد اليوم الكثير من الصحف التي لا تعير أهمية لهذه المسألة، وخاصة الصحف والمواقع الإخبارية الالكترونية التي تسعى فقط لجذب أكبر عدد ممكن من الجمهور، مما يحقق عدد زيارات أكبر لموقعها.

(١) أحمد عبيد: مصدر سابق، ص ١٧٠-١٧١.

٢. عدم نشر الصورة المركبة أو المفبركة في الصحيفة، فقد أصبحت هذه المسألة بسيطة جداً مع توفر برامج معالجة الصور الرقمية، ولكن من الممكن نشر هذا النوع من الصور في حالة واحدة إذا كان سياق الموضوع الصحفي يتناول هذه الظاهرة.
٣. عدم نشر صور لا تمتلك المؤسسة الصحفية حقوق نشرها، إذ إن وجود الصورة بشكل رقمي سهل عملية سرقتها، إذ تقوم الكثير من المؤسسات غير المهنية بنشر صور دون الإشارة إلى مصدرها، عكس المؤسسات المهنية التي تذكر المصدر حتى وإن كان من مواقع التواصل الاجتماعي.
٤. ينبغي أن تكون الصورة الصحفية المنشورة متقنة مع سياسة الصحيفة المحددة مسبقاً،^(١) فنجد أن لكل صحيفة وجهة نظر معينة حول مسائل معينة، فقد ترفض نشر صورة لوجود ما يخالف ايديولوجيتها.
٥. تقتضي المعايير المهنية أن تكون الصورة الصحفية ذات صلة وثيقة بالموضوع المنشور، بحيث تضيف للوصف أو الشرح الذي يقدمه النص.^(٢)

ثانياً: المعايير الفنية

- يشترط توفر عدة معايير فنية في الصورة الصحفية، والتي يدفع توافرها إلى انتقائها من قبل القائمين في العمل الصحفي، سواء في الصحف الورقية أو الإلكترونية، ويمكن تلخيصها بما يأتي:
١. يشترط بالصورة الصحفية أن تكون واضحة المعالم، جيدة من الناحية الفنية، وتعطي دلالة معينة، سواء عن موضوعها أو حالها أو صاحبها، فليس هناك صور أقل تأثيراً وأضعف من الصورة غير واضحة المعالم للمتلقى.^(٣)
 ٢. أن تكون الصورة الصحفية جذابة بشكل يلفت انتباه المتلقي، ويؤثر فيه.^(٤)
 ٣. يشترط بالصورة الصحفية التي تنشر في الصحف الورقية أن تكون ذات جودة عالية لتصبح قابلة للطبع.^(٥)

(١) د. إبراهيم امام: مصدر سابق، ص ٣٠٣.

(٢) د. سعيد الغريب النجار: مدخل إلى الإخراج الصحفي، مصدر سابق، ص ٥٧.

(٣) د. محمد نبهان سويلم: التصوير الإعلامي، ط ١، القاهرة، دار المعارف، ١٩٨٥، ص ٥٧.

(٤) شمس عبد حرقش: دور الصور الصحفية في إبراز القيم الأخبائية في الصحف العراقية- دراسة تحليلية، ط ٢، بغداد، مكتب هاني للطباعة، ٢٠١٧، ص ٣٥.

(٥) د. حسنين شفيق: التصوير الصحفي، دليل المصور الصحفي لتصوير ومعالجة الصورة رقمياً، ط ١، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٤٠.

٤. أن لا تكون الصورة الصحفية شديدة التباين بين الظل والضوء.^(١)
٥. يجب ان يكون حجم الصورة الصحفية كبيراً ذا دقة عالية resolution، فكلما كانت دقتها عالية أتاحت للمخرج الصحفي إمكانية تكبيرها بالحجم المناسب، أما في حال لم تكن كذلك فإن تكبيرها إلى حجم أكبر من حجمها الأصلي يؤدي إلى إبراز عيوبها.^(٢)
٦. يجب مراعاة التوافق الزمني بين الصورة والمادة المنشورة في الخبر والمقال والتحقيق وغيرها، فمثلاً عند نشر لقاء صحفي لأحد الشخصيات المعروفة فيجب أن تكون الصورة المرافقة له حديثة، ولا يجب وضع صورة أرشيفية له قبل عشرة أعوام أو خمسة عشر عاماً، والأمر ذاته ينطبق على الموضوعات المتعلقة بالمدن والمواقع الجغرافية، فيجب نشر صور حديثة لها أيضاً، ولكن يتم استعمال الصور الارشيفية في حال كان سياق الموضوع يتطلب ذلك.^(٣)
٧. الحيوية: ويقصد بها اختيار صور صحفية مليئة بالحياة والحركة بحيث تكون غير تقليدية؛ وذلك لأن اختيار صور عكس ذلك يوحي للمتلقي بالملل.^(٤)
٨. يجب ان تكون الصورة الصحفية محققة للغرض الذي اختيرت من أجله، كما يجب نشر الصور المثيرة لاهتمام المتلقي، بحيث تزيد من رغبته وتعمل على شده من اجل قراءة الموضوع او المقالة.^(٥)
٩. يجب أن تكون الصورة تلقائية، فعلى المصور الصحفي أن يلتقط صوراً بشكل مفاجئ وغير متوقع من قبل الأشخاص الظاهرين فيها، فهذا النوع من الصور يضفي الحيوية على الصفحة، وعلى العكس منها نجد أن الصور غير التلقائية تضفي عليها الجمود وتشعر المتلقي بانعدام الحيوية.^(٦)
١٠. على الرغم من أهمية الكاميرات في الحصول على صورة فنية ممتازة إلا أن الكاميرا ليست مهمة بقدر أهمية من يقف وراءها، فالصورة الصحفية الجيدة فنياً تعتمد على اقتناص المصور الصحفي الفرص فضلاً عن إمكانيته في التقاط الصور الملفتة للحدث.^(٧) ويشير

(١) د. إسماعيل إبراهيم، مصدر سابق، ص ٩١.

(٢) علي عبد الفتاح علي: الحديث الصحفي والمقابلات، ط١، عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٧٨

(٣) أ.م. عامر إبراهيم قنديلجي: توثيق الصورة في الإعلام والصحافة، مصدر سابق، ص ٢٥.

(٤) م. نور الدين النادي، مصدر سابق، ص ٨٢.

(٥) أ.م. عامر إبراهيم قنديلجي: توثيق الصورة في الإعلام والصحافة، مصدر سابق، ص ٢٤.

(٦) د. حسنين شفيق: التصوير الصحفي، دليل المصور الصحفي لتصوير ومعالجة الصورة رقمياً، مصدر سابق، ص

٤٠.

(٧) د. جمال نايف عدوي، مصدر سابق، ص ١٩٥.

الدكتور إبراهيم إمام إلى ضرورة أن يتأكد المصور الصحفي من ان كل تفصيل يسهم في المعنى المحوري للصورة، وبالتالي ينبغي عليه ان يزيل أي تفصيل ينتقص من هذا المعنى المحوري،^(١) وان كان بالإمكان اليوم إزالة أي شي من الصورة عن طريق برامج المعالجة، لكن مع ذلك يفضل أن يلتقط المصور صوراً ملائمة قدر المستطاع دون تدخل تلك البرامج تحقيقاً لأخلاقيات المهنة التي تقتضي عدم التلاعب بالصورة الصحفية المنشورة سواء بالحذف أو الإضافة.

١١. يجب على المصور الصحفي أن يراعي زوايا التصوير بشكل كبير، فقد بحثت

دراسات عديدة في السنوات الأخيرة فيما إذا كان هنالك علاقة بين دلالات الصورة الصحفية وزوايا الكاميرا، وتم التوصل إلى وجود علاقة وثيقة بين العناصر الآتية^(٢):

أ. يؤثر اتجاه نظر الشخصيات في الصورة على القراء إما بشكل سلبي أو ايجابي، فنجد ان صور الأشخاص الناظرين إلى الامام تم تقييمها بمعايير إيجابية، اما صور الأشخاص الناظرين إلى الأعلى فقد تم تقييمها بمعايير سلبية، فالجمهور رأى بأنهم (متعالون، غير متعاطفون، سلبيون)، كما تم تقييم صور الأشخاص الناظرين إلى الأسفل بمعايير سلبية أيضاً (انخفاض معدلات الفاعلية).

ب. يعزز التصوير من مسافة بعيدة الجوانب الإيجابية للأشخاص أو الشخصية الظاهرة في الصورة، وعلى العكس يعزز التصوير من مسافة قريبة نسبياً القيم السلبية.

ت. يزيد التصوير الجانبي من الاسفل ولاسيما بالنسبة للذكور من نسبة الإيحاء بذكاء صاحب الصورة، فضلاً عن قدرته على حسم الأمور سواء السياسية أو الثقافية أو العلمية... وغيرها.

ث. هناك بعض الزوايا غير المعتاد استعمالها في العمل الصحفي، مثل زاوية التصوير من الأعلى، ما عدا الأعمال الإعلانية التي تستعمل هكذا زوايا خاصة عند تصوير الإناث؛ لأنها تضيف المزيد من الجاذبية على الصورة، ولا يتم استعمالها عند تصوير الساسة الرجال؛ وذلك لأنها توحى بالتقزيم ومن ثم تصغير القدر.

(١) د. إبراهيم امام: مصدر سابق، ص ٣٠١.

(٢) د. محمود عزت اللحام و(آخرون): مدخل إلى علم الصحافة، ط ١، عمان، الاعصار للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٣٦٤.

المبحث الثالث: ثقافة الصورة الرقمية وأخلاقياتها

ثقافة الصورة الرقمية

تعد الصورة من أبرز أدوات وسائل الإعلام، وذلك بفعل الدور الكبير الذي تقوم به في إنتاج الثقافة الحديثة، وأن كل ما يتم إنتاجه من صور يتأثر بالقيم الثقافية، فالثقافة البصرية أو ثقافة الصورة تتضمن كل جوانب الثقافة التي ترسل وتستقبل عن طريق وسيلة واحدة ألا وهي البصر، وتعني كل ما يراه المتلقي أو قد يكون رآه أو قد يتصوره، مثل (الصورة الفوتوغرافية، التلفزيون، الإعلانات، المواقع الإلكترونية، الرسوم البيانية، الخرائط، المناظر الطبيعية، الحداثق، البنايات، اللوحات الفنية، التماثيل، التحف الفنية، الثياب، الأثاث، الأدوات المنزلية، الدمى).^(١)

ويمكن تعريف ثقافة الصورة بأنها: "مصطلح يعنى برصد الرؤى المختلفة المحيطة بالصورة ودلالاتها ومعانيها وتأثيراتها، وكيفية النظر إليها كرمز، وكوسيلة تواصل وكنقل للمعرفة".^(٢)

وقد أشار العديد من الباحثين إلى أن الصورة قد مرت بعدة مراحل: أولها مرحلة ثقافة الصورة، والتي بدأت بالظهور أواخر القرن التاسع عشر، واستمرت حتى سبعينيات القرن العشرين، إذ تمكنت مؤسسات صناعة الصورة من تحميل الصورة خطاباً إضافياً يقوم بخدمة استراتيجيات سياسية أو اقتصادية معينة، فقد سعى منتجو هذا الخطاب إلى إشاعة الوعي المقلب (حسب تعبير هيربرت شيلر)، وبعد ذلك شهدت فترة الثمانينيات وحتى تسعينيات القرن العشرين مرحلة جديدة وهي مرحلة ثقافة الصورة الرقمية التي تمكنت من جعل الزيف حقيقة بفعل الغزو الثقافي الذي شهده العالم والذي سهل عملية تسويق التضليل، أما اليوم فنحن نعيش في مرحلة ثقافة ما بعد الصورة الرقمية التي تشكلت في السنوات الأخيرة بفعل طوفان العالم بالصورة، وهذه المرحلة التي انعدمت فيها الثقة بين المتلقي والصورة المنشورة.^(٣)

أصبحت الصورة حاضرة اليوم في الكثير من المجالات السياسية والعسكرية والاجتماعية والفنية والأدبية، كما أخذت تحتل حيزاً واسعاً في الخطاب الثقافي، فضلاً عن حضورها وتفوقها في الخطابين السياسي والاجتماعي؛ كونها أكثر تأثيراً من المثيرات الدلالية التي يحتويها الخطاب، سواء كان مقروءاً أو مسموعاً، وبرغم الحاجة المتزايدة لها إلا أن البعض من المختصين حذروا من خطورة

(١) عبد الجبار ناصر: ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١١، ص٧٣.

(٢) د. السيد بخيت: ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية – دراسة تحليلية، بحث منشور في كتاب ثقافة الصورة لمؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، ط١، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص٦٥.

(٣) د. سهام حسن علي الشجيري: أنسنه الإعلام – جدلية التأثير والتغيير، مصدر سابق، ص٧١٧.

ابتعادها عن الصفة الحيادية، فالصورة باتت تخبئ رؤية منتجها، وكأنها لغز لا يفهمه سواه، فضلاً عن تحولها إلى رسالة تعكس أفكاره.^(١)

وقد كان لشيوع ثقافة الصورة نتائج سلبية عديدة أبرزها: أن الصورة أصبحت تتلاعب بعقول المتلقين وتفصلهم عن العالم الحقيقي، كما أنها استطاعت أن تهيمن على المتلقي السلبي والذي تقتصر لذته على المتعة البصرية، وساهمت في تشكيل شخصيته، فضلاً عن تشكيل تصوراتهِ عن الواقع، لدرجة تفوق خبرته الفعلية، وتمكنت أيضاً من التوغل في وعيه، وأصبحت تؤسس لاختياراته وتفضيلاته، وأصبحت الصورة اليوم هي الأساس وليس الواقع، إذ إن الصورة أصبحت تقيم معادلاً خيالياً للواقع، بل إن الواقع يصبح أحياناً صورة شاحبة للصورة، كما أن الصورة أصبحت تسبق الواقع وتمهد له.^(٢)

ومن سلبيات ثقافة الصورة أيضاً اختفاء الابداع؛ وذلك بسبب هيمنة ثقافة التكرار و شيوع الاستهلاك والنقل والمحاكاة للكثير من الأعمال الإعلامية، فضلاً عن هيمنة ثقافة المظهر والشكل والإبهار والمهرجانات والاستعراضات على حساب ثقافة المضمون والجوهر والعمق والقيمة، وبمعنى آخر أصبحت الصورة بديلاً عن الواقع حيث يغيب الوعي ويزيف، ويتحول الإنسان إلى سلعة، وأخيراً هيمنة ثقافة صناعة النجوم؛ فشيوع ثقافة الصورة يعمل على تحويل البشر إلى سلع كما تساهم في تمييط أفكارهم، وهذا ما تقوم به إعلانات مساحيق التجميل النسائية وغيرها.^(٣)

تشمل ثقافة الصورة الكثير من المجالات، كالمجال التلفزيوني والإعلاني والسينمائي، وتستعمل في العديد من العلوم كالطب والقانون وغيرها، إلا أن ما يهنا في هذه الدراسة هي ثقافة الصورة الرقمية التي يتم توظيفها في وسائل الإعلام سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية.

ويعد جوناثان كيراري ووليم ميشيل مؤلفا كتاب: "الصور الفيديوية: الصورة في عصر الكمبيوتر" الذي صدر عام ١٩٩١ وتم توزيعه في لندن بمعرض المصورين من أوائل المستكشفين للتحدي الذي تمثله الصورة الرقمية، إذ تحدثا في كتابهما عن التحول الذي شهدته الصورة بعد انتقالها من الغرفة المعتمنة Dark Room إلى جهاز الكمبيوتر الذي مكن المتلقي من مشاهدة الصورة بشكل رقمي فضلاً عن صيغتها الورقية، كما تناول إمكانية نقل الصورة عبر أسلاك الهاتف، وقد

(١) أ.د. فاضل البدراني: مصدر سابق، ص ١١٧.

(٢) فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية- كيف نتعامل مع الإعلام، ط١، ٢٠١٠، ص ٨١.

(٣) أ.د. فاضل البدراني: مصدر سابق، ص ١٢١-١٢٢.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

شبهها ما حدث مع الصورة الرقمية الذي وصل إلى مرحلة الطوفان في أوائل التسعينيات من القرن العشرين بما حصل في ثلاثينيات القرن التاسع عشر من التحدي الذي حصل بين الصورة والرسم.^(١) تمكنت الصورة الرقمية من الاستحواذ على المتلقي، حتى صارت تستهويه أكثر من النص المكتوب، كما ظهرت شريحة كبيرة من الجمهور تشاهد الصورة وتستهلكها أكثر من النصوص، ولذلك نجد ان المنافسة شديدة بين وسائل الإعلام المختلفة من أجل الإنفراد بنشر صور تجذب انتباه الجمهور وتشده إلى الرسالة الإعلامية وبذلك تصبح عملية إقناعه والتأثير فيه أسهل بكثير.^(٢)

أصبحت الصورة الرقمية المبهرة من أكثر العناصر المؤثرة في ذهنية المتلقي، فقد جعلته يبتعد عن النص المكتوب وذلك لعدة أسباب من بينها: صفاء ألوانها وزوايا التصوير المختارة، وكل ذلك بهدف صياغة واقع جديد للنسق النفسي أولاً، والاجتماعي والثقافي ثانياً، وقد أحدثت التقنيات الحديثة الخاصة بالصورة الرقمية تغييراً كبيراً فيها، وأصبح التمييز بين الصورة الحقيقية والمفبركة أمراً مستحيلاً، وهذا ما أكد عليه (بيل جيتس) مشيراً إلى أن التقنية الحديثة جعلت من الممكن صناعة صورة كاذبة ولكنها تبدو في الوقت ذاته مطابقة للصور الحقيقية التي تم تصويرها بواسطة الكاميرا.^(٣)

لقد أحدثت الصورة الرقمية تحولات جوهرية في الثقافة الإنسانية؛ نظراً لدورها الأساس كمعلومة والخصائص التي تتمتع بها من سهولة الحصول عليها وسهولة التعامل معها وتخزينها، لكن تلك الخصائص كانت سبباً في تشكل طوفان المعلومات، الذي اعتبره بيل جيتس ثروته الحقيقية، فعندما سأله أحدهم عن ثروته التي تتعاضم أكد له بأن ثروته لا تكمن بالتقنية ذاتها، وإنما في المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت.^(٤)

لقد أصبح إنتاج الصور الرقمية وتوزيعها أمراً متوفراً بفعل أجهزة الكمبيوتر، كما أصبح امراً ممكناً لأي شخص وبسرعة كبيرة جداً، وهذا الأمر ساهم في طوفان العالم بهذا الكم الهائل من الصور.^(٥)

(١) د. محمد حسام الدين إسماعيل: الصورة والجسد- دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، ط٢، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٠، ص٧٦.

(٢) أ.د. محمد بن سعود البشر: ايدلوجيا الإعلام، ط١، الرياض، دار غيناء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص٣٩-٤٠.

(٣) د. فوزي يوسف مخلف: تأثير البث التلفزيوني الفضائي على طلبة الجامعات، مصدر سابق، ص١٣٣-٢٣٤.

(٤) د. جواد علي مسلماني: البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، ط١، عمان، دار أمجد لنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص١٢٠.

(٥) عبد الجبار ناصر: مصدر سابق، ص٧٤.

أصبحت الصورة اليوم مشاعة وفي متناول الجميع ومن هنا بدأ الحديث عن مصطلح (دمقرطة الصورة)، الذي نتج عن تظافر عدة عوامل، أبرزها: تنوع التقنية الحديثة، وانخفاض أسعارها، فضلاً عن التطوير المستمر لمنتجاتها وسهولة استعمالها، كما أدى كثرة استعمال الصورة الرقمية في مختلف المجالات إلى زيادة ملحوظة في عدد منتجي الصورة الرقمية، فلم تعد الصورة حكراً على فئة معينة، وإنما أصبح بإمكان أي شخص يمتلك كاميرا رقمية وكمبيوتر إنتاج تلك الصور الرقمية ونشرها، الأمر الذي انعكس على زيادة عدد المستفيدين منها، لكن هذا الأمر لم يخل من بعض الجوانب السلبية، فقد أصبح هناك تنافس شديد على ابتكار برامج وتطبيقات لمعالجة الصورة الرقمية التي سهلت إمكانية التلاعب بها، مما انعكس وبشكل كبير على مصداقيتها التي سيتم الحديث عنها لاحقاً.^(١)

تحرير ومعالجة الصورة الصحفية الرقمية

أحدثت برامج المعالجة الرقمية للصورة ثورة حقيقية في عالم الصورة، حتى أصبحت سلاحاً ذا حدين بيد مستعمليها، فهي "عبارة عن مجموعة من الأوامر والمعادلات الرياضية التي يتم بها التعامل عبر أجهزة الكمبيوتر لإجراء التعاملات المطلوبة على ملفات الصورة الرقمية، والتي تعطي تكويناً شكلياً على عناصر الصورة (pixels) ذات الإحداثيات الرأسية والأفقية، ومدلولات الدرجات اللونية بأحد أنظمة إعادة إنتاج اللون المتعارف عليها".^(٢)

وخلال الأعوام الماضية ظهرت الكثير من البرامج المختصة بتحرير ومعالجة الصورة الرقمية، وخاصة من قبل شركة ادوبي Adobe كبرنامج الفوتوشوب Photoshop ولايت روم Lightroom والتي تم توفيرها كتطبيقات على الهاتف المحمول أيضاً، كما تتوفر العديد من البرامج التي تساعد على أداء مهام هامة مثل برنامج الرسم paint المتوفر مع جميع إصدارات نظام التشغيل ويندوز Windows الذي تقدمه شركة مايكروسوفت Microsoft، فمن خلال هذا البرنامج البسيط يمكن قص أجزاء من الصورة أو تغيير حجمها أو تدويرها وغيرها من الأوامر.

وتوفر برامج المعالجة الرقمية للصورة أدوات تساعد على أداء عدة إجراءات مختلفة، مثل تحسين الصورة بشكل عام من خلال تغيير درجة سطوعها أو تباينها، كما يمكن اقتصاص جزء منها، وقد يكون الهدف من ذلك إخراجي، أي لإظهار الجانب البارز منها، أو تقليل حجم الصورة

(١) د. السيد بخيت: ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية – دراسة تحليلية، مصدر سابق، ص ٧١.

(٢) د. طارق بهاء الدين: مصدر سابق، ص ٢٤٥.

(عدد البيكسلات) والهدف من ذلك إمكانية إرسالها بسهولة سواء عبر البريد الإلكتروني أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو غيرها، كذلك بالإمكان استعمال المرشحات الفلاتر وذلك لإضفاء جمالية للصورة. (١)

ومع شيوع استعمال هذه البرامج في كافة المجالات وخاصة في المجال الإعلامي، ظهرت ثلاثة اتجاهات مختلفة حول استعمالها، وهي كما يأتي (٢):

١. اتجاه مؤيد: يتعامل أصحاب هذا الاتجاه مع الصورة الصحفية على أنها مجرد رسوم يدوية وليست مادة وثائقية لا يجوز التلاعب بمضمونها، ولهذا فهم يؤيدون فكرة معالجتها لتظهر بالشكل الذي يوافق الرأي المسبق للمحرر، ويبرر محررو الصحف التي تتعامل مع هذا الاتجاه أن المتلقي يتمتع بالذكاء الكافي الذي يجعله يدرك أن هذه الصورة قد تم إجراء بعض التعديلات عليها، وفي الواقع أن المتلقين يميلون إلى تصديق ما يرون، وتجدر الإشارة إلى أن معظم الصحف الأمريكية تؤيد هذا الاتجاه، إذ تتعامل مع الصورة الصحفية بحرية كبيرة.
٢. اتجاه معارض: يتعامل أصحاب هذا الاتجاه بشكل مغاير للاتجاه الأول، فهم يرفضون فكرة معالجة الصورة الصحفية بأي شكل من الأشكال، كونها جزءاً مكماً للنص في نقل الرسالة للمتلقي وليست عملاً فنياً إنتاجياً، ولذلك فهم يرون أن التلاعب بها بشكل يؤدي إلى تغيير مضمونها يعد عملاً غير أخلاقي.

٣. اتجاه محايد: يقف أصحاب هذا الاتجاه في المنتصف بين الاتجاهين السابقين، فهم يرون أنه من الممكن إجراء بعض التعديلات للصورة الصحفية كتركيب الصور التي يتم نشرها على أغلفة المجلات لإعطاء معنى معين للقارئ، ولكنهم يرفضون إجراء التعديلات التي تغير مضمون الصورة.

ويعد برنامج ادوبي فوتوشوب Adobe Photoshop واحد من أهم البرامج المختصة في معالجة الصورة الرقمية؛ نظراً لمزاياه المتعددة كتوفير المرشحات الجاهزة (الفلاتر Filters) وقدرته على معالجة النص المرافق للصورة بشكل منفصل عنها وغيرها من المزايا المختلفة. (٣)

(١) م.م. نبيل أحمد فؤاد ولينا عماد فتحي: توظيف الصورة الرقمية في الملصق الغذائي، بحث منشور في مجلة الأكاديمي في جامعة بغداد (العدد ٦٢، ٢٠١٢)، ص ١٤٧.

(٢) د. عظيم كامل الجميلي وثناء إسماعيل العاني: مصدر سابق، ص ٢٤٩.

(٣) ze-Nian & mark S.Drew: fundamentals of multimedia, peason prentice Hall, 2004, usa, P15.

ويعد برنامج فوتوشوب نقطة تحول حقيقية في تاريخ الصور بشكل عام والصورة الصحفية بشكل خاص، ففي عام ١٩٩١ تمكن مركز كوداك للصور الإبداعية من طرح مجموعة تعليمية تضم أدوات لمعالجة الصورة الرقمية، ومن هنا كانت بداية برنامج ادوبي فوتوشوب الذي كان متوفراً بشكل حصري ضمن نظام ابل ماكنتوش Macintosh، وقد لعب هذا البرنامج دوراً كبيراً في معالجة وتصميم الرسوم أيضاً. (١)

يتميز هذا البرنامج بإمكانيته العالية في معالجة الصور والرسوم وتصحيح الوانها، كما يتيح إمكانية تقسيم الصورة الواحدة إلى طبقات عدة بحيث يسهل التعامل معها بمرونة وبقدرة إبداعية عالية، ويوفر العديد من المرشحات ذات التأثيرات المتعددة والتي يمكن تطبيقها على جميع الصور، وطالما أن مستخدم البرنامج يقوم بإجراء أي تعديل على الصورة من خلاله سواء كان صغيراً أم كبيراً فإنه يظهره على الشاشة مباشرة. (٢)

ويمكن تلخيص أهم مجالات استعمال البرنامج في المجال الإعلامي كما يأتي (٣):

١. التعديل على الصورة الصحفية الرقمية: ويأخذ هذا الإجراء مسارين حسب المستخدم، يهدف المسار الأول - وهو مسار إيجابي - إلى تحسين جودة الصورة، أما المسار الثاني السلبي فيهدف إلى التلاعب بالصورة وفبركتها وصولاً إلى تضليل المتلقين.
٢. يستعمل برنامج فوتوشوب بشكل كبير في تصميم الإعلانات الصحفية.
٣. يستعمل في إنتاج صور غير موجودة على أرض الواقع، فبإمكان المصمم البدء من الصفر من خلال إنشاء صفحة فارغة واستعمال الأدوات التي يوفرها البرنامج للمصمم لخلق تلك الصورة.
٤. يساعد على تغيير هيئات الصورة Image Format، ففي الحاسوب تتوفر هيئات مختلفة للصورة مثل JPEG و PNG وغيرها.
٥. تحجيم الصورة Resizing Image: بإمكان مستخدم البرنامج تحجيم الصورة، أي القيام بتصغيرها أو تكبيرها من خلال زيادة أو تقليل عدد البكسلات، ويؤثر تكبير الصورة على جودة الصورة بشكل سلبي. (١)

(١) حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، مصدر سابق، ص ١٤٧.

(٢) سمير محمد محمود: مصدر سابق، ص ٨٤.

(٣) بيري حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، ط ١، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٤٩.

٦. قص الصورة Cropping Image: يساعد هذا البرنامج على قص أجزاء من الصورة، في حال وجد المصور تفاصيل يستوجب حذفها أو اقتطاعها، وذلك من أجل حذف عناصر تشوه شكل الصورة، أو من أجل تصحيح خط الأفق.^(٢) ولكن لا يجب استعمال هذه الأداة بشكل يؤدي إلى إخفاء حقيقة معينة وصولاً إلى تضليل المتلقي.

أخلاقيات الصورة الصحفية

في الماضي كان المعنيون بالصورة- بأشكالها المختلفة- جميعهم يتغنون بمصداقيتها وقدرتها على إيقاف لحظة من الزمن، وبأنها الشيء الذي يبقى للإنسان عندما ينسى كل شيء، وإنها لا تكذب أبداً، أما اليوم فالصورة أصبحت تكذب، بل وقد تكذب كثيراً وقد تعكس واقعاً مزيفاً تماماً، وكل ذلك بفعل برامج المعالجة الرقمية التي أتاحت فرصة للمعرضين لتحقيق أهداف معينة من جراء تزييف الصور ونشرها، وهذا الأمر أصبح يشكل تهديداً حقيقياً لأخلاقيات الصورة الصحفية. وقبل الحديث عن أخلاقيات الصورة الصحفية لابد لنا من إيضاح معنى الأخلاقيات، التي يمكن تعريفها على أنها: "مجموعة من المبادئ والقيم ومعايير الجماعة للسلوك المقبول، وهي مشتقة من العادات والأعراف الموجودة في مجتمع ما، وكلمة ethics مشتقة من الأصل اللاتيني ethos وتعني الشخصية القوية أو ما يجب أن تكون عليه الشخصية السوية وكيفية اكتسابها، وكلمة المبادئ الأخلاقية أو قواعد السلوك الاخلاقي Morality مشتقة من الأصل اللاتيني mores بمعنى العرف أو العادات، وتشير إلى الطريقة التي يتصرف بها الناس، كما تعني العادات الاجتماعية التقليدية أو الممارسات السلوكية أو كيفية تطبيق الأخلاقيات".^(٣)

وينجز بعض الصحفيين أعمالهم تحت شعار ماكيافيلي Machiavelli (الغاية تبرر الوسيلة) وذلك من أجل الوصول إلى الحقيقة على الرغم أنهم قد يتجاوزون الكثير من الأخلاقيات المهنية. فقد يلجأ بعض الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام -سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية- إلى استعمال كاميرات سرية صغيرة يتم إخفاؤها ببساطة مثلاً في دبوس ربطة العنق، مع أن المختصين في أخلاقيات الصحافة يؤكدون على أهمية أن يسأل الصحفي نفسه قبل اللجوء إلى الطرق الخادعة للحصول على المعلومة فيما إذا كانت هناك طريقة أخرى للحصول عليها، وهناك

(١) د. حسن مصطفى حسن: مصدر سابق، ص ١٥٨.

(٢) المصدر السابق: ص ١٥٩

(٣) د. ماهر عودة الشمالية وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط ١، عمان، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ١٩٧.

ثلاثة اختبارات اقترحها لويس هوجز Louis Hodges وهو أستاذ الأخلاقيات في جامعة واشنطن و Lee وهي (الأهمية، الدقة، السلامة) أي على الصحفي أن يسأل نفسه بخصوص المعلومات التي يود الحصول عليها، هل هي على قدر كبير من الأهمية العامة بحيث تساعد الناس على تفادي الضرر؟ وهل ستضع اشخاصاً أبرياء في مجازفة؟ وغيرها من الأسئلة التي يجب أن يسألها قبل أن يسلك طريق الخداع للحصول على المعلومة التي يريدها. (1)

ويشير الدكتور علي عباس إلى أن بعض المصورين قد يلجؤون إلى استعمال الخداع من أجل إرضاء مؤسستهم والاستمرار بعملهم، مشيراً إلى أنه لاحظ أن أحد المصورين يحمل في سيارته دائماً علم العراق؛ وذلك لغرض استعماله في المظاهرات التي تكون بسيطة وقليلة العدد؛ وذلك من أجل إضفاء القوة إليها، وأشار إلى بعض المصورين قد يبدؤون بالهتاف وسط المظاهرة أو قد يعطوا المتظاهرين بعض الهتافات، وفي بعض الحالات التي يجب عليهم تصوير جرحى انفجار ما ويتم منعهم من الدخول إلى المستشفى قد يلجأ المصور إلى تصوير أي مصاب يخرج من المستشفى على أنه أحد المصابين بالانفجار، (2) وكل هذه الحالات تجاوزاً على أخلاقيات المهنة التي تقتضي من العاملين في مجال الإعلام ان يلتزموا بها.

ومن الأمور التي تحصل في مختلف دول العالم هي إعادة تمثيل بعض المشاهد، فمثلاً في كولومبيا حصلت مذبحه بحق عدد من المدنيين، لكن المصورون لم يتمكنوا من تصوير ما حصل في الوقت المناسب، إذ تم إزالة الجثث من المكان بسرعة، الأمر الذي دفع المصورين الى إعادة تمثيل ما حصل بعد أن طلبوا من بعض الناس الاستلقاء على الأرض وقاموا بتغطيتهم بالشرشف المكان نفسه الذي تمت إزالة الجثث منه، دون أن يوضحوا للناس ان هذه الصورة ليست حقيقية وإنما مجرد مشهد تمثيلي، فهم يرون أن هذه الصور لا تمثل خرقاً لأخلاقيات الصحافة؛ لان الجثث المزيفة كانت بالمكان الحقيقي الذي تم إزالة الجثث الحقيقية منها. (3)

(1) كارول ريتش: كتابة الأخبار والتقارير الصحفية: ترجمة: عبد الستار جواد، ط1، العين، دار الكتاب الجامعي، 2002، ص404-405.

(2) د. علي عباس فاضل: مشكلات المصورين الصحفيين العاملين في المؤسسات المحلية والأجنبية في العراق – رابطة المصورين الصحفيين العراقيين – دراسة حالة 2012، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد (18)، لسنة 2012، ص148.

(3) باتريك بتلر وآخرون: أخلاقيات الصحافة – النقاش العالمي، ترجمة: عبد الرحمن، واشنطن، شبكة الصحفيين الدوليين، 2003، ص47.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

وقد يدفع المصورون الثمن غالباً جراء عدم التزامهم بأخلاقيات المهنة، فمثلاً تم عام ٢٠٠٣ سحب جائزة اتحاد المصورين الصحفيين في نورث كارولينا من باتريك شناير وهو مصور يعمل في صحيفة شارلوت اوبزرفر Charlotte Observer بعد أن اكتشف الاتحاد أنه قام بالتلاعب بالصور الخاصة بتغطيته المصورة للحرائق التي حدثت في ولايته، مركزاً في صوره على طريقة مكافحة حدة النيران الهائلة، فضلاً عن الخسائر البشرية، وتبين لاحقاً أنه زاد من حدة المناظر بطريقة صادمة مستعملاً برنامج ادوبي فوتوشوب آنف الذكر.^(١)

وقد تتخذ المؤسسة الصحفية إجراءات تشمل جميع المصورين الصحفيين في حال لم يلتزم أحدهم بأخلاقيات المهنة، كما حصل مع مصور وكالة رويترز (عدنان الحاج) بعد أن اكتشفت أنه قام بالتلاعب بصورتين التقطهما في ٧ آب من عام ٢٠٠٦ أثناء الاعتداء الاسرائيلي على لبنان، وبعد أسبوع من نشر الصورتين بدأت المدونات والمنتديات بالحديث عن التلاعب الذي اجراه على الصورتين، لتقوم الوكالة بعد ذلك من التأكد من مصداقية الصورتين، لتتبين لاحقاً أنه قام بالفعل بالتلاعب بهما، ففي الصور الأولى قام بزيادة حجم الدخان المتصاعد من أحد الأبنية بعد تعرض أحد الأحياء السكنية لضربة جوية من قبل الاسرائيليين، أما في الصورة الثانية فقد أظهر أن الطائرة الاسرائيلية قد اسقطت ثلاث طلقات مشعة بدل الواحدة فوق جنوب لبنان، وهذا الأمر دفع الوكالة إلى سحب جميع أعماله البالغ عددها ٩٢٠ صورة، كما نوهت على أن هذا الإجراء لا يعني أن جميع أعماله قد تم التلاعب بها، ولم تكتفِ بهذا الإجراء الوقائي بل قامت بالتشديد على جميع الصور التي تردها من مصوري الشرق الأوسط.^(٢)

(١) إدوارد هـ. سينس وآخرون: الإعلام والأسواق وأخلاقيات المهنة، ترجمة: شويكار زكي، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ١٧٣.

(٢) د. فوزي يوسف المخلف: التضليل والتدليس الإعلاني- الواقع والتأثير والمأمول، مصدر سابق، ص ٨٠-٨١.



صورة رقم (٩) على اليمين الصورة الأصلية التي التقطها عدنان الحاج وعلى اليسار

الصورة بعد التلاعب بها ببرنامج الفوتوشوب (١)

وتتباين المؤسسات الصحفية حول نشر بعض مضامين الصور مثل صور الحروب، فنجد أن بعض المؤسسات تلتزم بعدم نشر صور الضحايا، والبعض الآخر لا يكتث لذلك ويقوم بنشرها.

ويرى الدكتور (جورج صدقه) أن صور الحروب غالباً ما ينظر لها من زاويتين (٢):

١. الزاوية الإنسانية (الأخلاقية): وهنا يتساءل فيما إذا كانت الصور التي تظهر أهوال الحروب تعود بفائدة على الجمهور بنتائج الحروب أم إن هذا النوع من الصور لا يعود بأي مردود إيجابي سوى نشر الرعب وضرب القيم الإنسانية والحقد وانعكاسات نفسية تتركها على المشاهدين؟

٢. الزاوية الوطنية (الدعائية): وفي هذه الزاوية يتساءل فيما إذا كان هذا النوع من الصور يساهم في دعم الجيش الوطني في مواجهة العدو، أم أنها ستؤثر على معنوياته بشكل سلبي؟ وهل ستساهم في إظهار وحشية العدو ومن ثم كسب تأييد الرأي العام الدولي؟ وهل لها تأثير على مستوى الدعائية السياسية يتخطى انعكاساتها السيئة؟

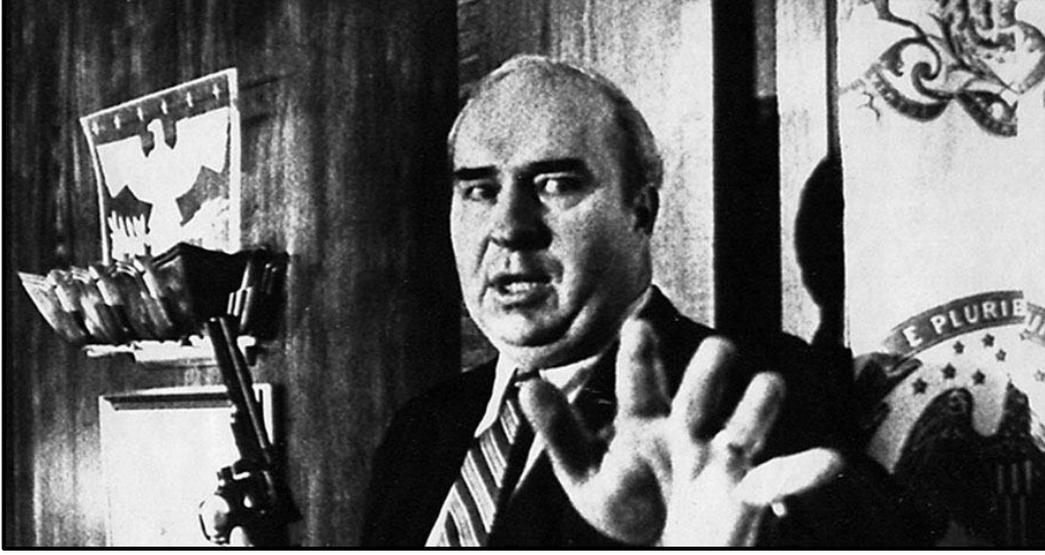
ونجد أن وسائل الإعلام تتباين حول نشر أو عدم نشر صور المنتحرين، وما حصل في عام ١٩٨٧ مع آر بود دوير R.Budd Dwyer أمين صندوق ولاية بنسلفانيا خير مثال على ذلك، عندما قام بعقد مؤتمر صحفي قبل يوم من الموعد المحدد لإصدار الحكم عليه في قضية تتعلق

(١) صحيفة الشرق الأوسط: لبنان.. «فضيحة» صور وسط الأمساء، على الرابط الآتي:

<http://bit.ly/2Iz2d1w> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٦/١٠).

(٢) د. جورج صدقه: الاخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، ط١، بيروت، مؤسسة مهارات، ٢٠٠٩، ص٨٦.

بالاحتفال البريدي والريح غير المشروع، فضلاً عن القسم الكاذب، وفور انتهاء المؤتمر أنهى حياته بنفسه بعدما وضع فوهة المسدس الذي أخرجه من حقيبته في فمه وأطلق النار على نفسه واردي قتيلاً، في هذا الوضع الصادم تمكن المصورون الحاضرون من التقاط صور وثقت تلك اللحظات الصعبة، لكن لاعتبارات أخلاقية اختلفت وسائل الإعلام حول نشر تلك الصور.^(١)



صورة رقم (١٠)

تمثل أمين صندوق ولاية بنسلفانيا قبل ثوانٍ من انتحاره عام ١٩٨٧^(٢)

وقد لا تتضمن الصور أي مشاهد قتل أو دم لكنها قد تكون صادمة وقاسية للكثير من المتلقين، ولذلك فإن أخلاقيات المهنة تحتم عدم نشر هذا النوع من الصور، ومن أبرز الأمثلة على ذلك ما حصل مع صحيفة الشرق الأوسط في عددها الصادر بتاريخ ١٣ يناير ١٩٨٧ عندما قامت بنشر صور قاسية على صفحتها الأولى من داخل غرفة الإعدام، وقبل لحظات من شنق امرأة قتلت زوجها في حين يقوم شخص بتجهيز الحبل الذي تم وضعه على رقبتها، وشخص آخر يساعده بتكثيف يديها.^(٣)

(١) كارول ريتش: مصدر سابق، ص ٤١٣.

(٢) ATI: R. Budd Dwyer And The Death Of An "Honest Man", on the link:

<http://bit.ly/2WxOv9c> (Accessed: 7/6/2019)

(٣) د. مرعي مذكور: الصحافة الإخبارية، ط١، القاهرة، دار الشروق، ٢٠٠٢، ص ١٥٢-١٥٣.

القضايا الأخلاقية المرتبطة بالصورة الصحفية الرقمية

١. المصادقية

تأتي المصادقية في مقدمة المبادئ الأخلاقية التي ينبغي على الصحفي أن يسعى إلى تحقيقها عند تقديم أي شكل من المعلومات للجمهور، إذ تقع عليه مسؤولية تقديم الأخبار بصدق، ويجب أن يكون هدفه من وراء ذلك تحقيق مصلحة الجمهور لا مصلحته الشخصية، كما يفترض عليه أن يحترم كرامة وذكاء الجمهور^(١).

وتأتي مصادقية الصورة الصحفية ضمن الأهداف التي يفترض أن يسعى أي صحفي لها، وتتضمن مصادقية الصورة الصحفية ثلاثة جوانب مختلفة، يمكن تلخيصها كما يأتي:

أ. إظهار الحقيقة كاملة من خلال الصورة الصحفية

إن أخلاقيات المهنة تحتم على المصور الصحفي أن يتعامل مع الحقيقة كما هي، لكن في بعض الأحيان قد يعتمد البعض على إظهار جزء منها؛ وذلك بسبب انحيازه إلى وجهة نظر معينة، مما يدفعه إلى إهمال وجهة النظر الأخرى والتي قد تكون جديرة بالنشر والتسجيل، وقد يقوم أيضاً بتشويه الصورة من خلال الحذف أو الإضافة، والذي سيؤدي في نهاية المطاف إلى ترك انطباع مغاير لحقيقة الصورة.^(٢)

إن إظهار الحقيقة يجب أن يكون في مقدمة أهداف المصور الصحفي، ومن ثم عليه أن يفكر في شكل الصور، فلا يجب أن يستبعد عنصراً هاماً في إبراز الحقيقة بحجة أن إظهاره سوف يحدث خللاً في توازن مكونات الصورة،^(٣) فالهدف الأساس من نشر الصورة الصحفية هو هدف إخباري في الدرجة الأولى وليس جمالياً.

وعلى الرغم من أن جميع المؤسسات تسعى إلى نقل الحقيقة كاملة تحقيقاً لجانب مهم من أخلاقيات المهنة لكن البعض منها قد لا يسمح أحياناً بذلك، وما حصل في حرب الخليج الثانية خير مثال على ذلك، فلم يسمح بالتصوير إلا من قبل مصوري قوات التحالف، فظهرت الحرب للعالم وكأنها حرب خالية من الموت، ولم يكن أمام وسائل الإعلام المهمة بتغطية أحداث الحرب إلا أن

(١) أ.د. عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٥، ص ١٨٢.

(٢) د. مرعي مذكور: مصدر سابق، ص ١٥١.

(٣) د. حسنين شفيق: التصوير الصحفي، دليل المصور الصحفي لتصوير ومعالجة الصورة رقمياً، مصدر سابق، ص ١٠٠.

تنقل الصور الواردة من قوات التحالف، علماً أنها تدرك أن تلك الصور لم تنقل الحقيقة كاملة، فهي لم تظهر المآسي التي سببتها قوات التحالف، وبذلك تعرض الجمهور لعملية تضليل كبيرة. (١) وهذا الأمر يحصل دائماً عندما ترد المعلومة من مصدر واحد.

ب. التلاعب الرقمي بالصورة الصحفية

أصبح من الصعب اليوم إدراك التعديلات التي تجرى على الصور؛ وذلك بفعل برامج المعالجة الرقمية، كما أن عدم توفر فيلم كما كان يحصل في الماضي كدليل على التقاط الصورة، وهو ما يطلق عليه الفنيون بالتغيير دون ترك أثر، لذلك أصبح من الممكن وبكل سهولة الدمج بين صورتين وتقديمها على أنها صورة واحدة، كما يمكن اختلاق صورة لم تلتقط من قبل. (٢) علماً أن تلك البرامج لم تعد متاحة في أجهزة الكمبيوتر فقط وإنما بمختلف الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية على اختلافها، بعد أن قام المبرمجون بتطوير تطبيقات مخصصة بتحرير الصورة الرقمية.

وترى الكثير من الدراسات أن أخلاقيات الإعلام تقتضي عدم التلاعب الرقمي بالصورة الصحفية بشكل يؤدي إلى تزيف الحقائق وتضليل الرأي العام، ففي هذه الحالة تكون الصورة قد فقدت عنصراً هاماً ألا وهو المصادقية، أما استعمال برامج المعالجة الرقمية بهدف تحسين جودة الصورة من حيث الإضاءة والتباين فيرى فريق أن هذه الحالة توفر الوقت والجهد للمصور الصحفي، الذي قد لا يضطر إلى إعادة ضبط إعدادات كاميرته الرقمية من أجل توضيح المضمون الذي تتضمنه صورته. (٣)

وقد يتم التلاعب الرقمي على صورة لأحد الشخصيات المعروفة، مثلما حصل مع (هيلاري كلينتون)، إذ قامت مجلة SPY بنشر صورة مفبركة لها على غلاف عددها الصادر في شباط من عام ١٩٩٣ بعد تركيب رأسها فوق جسم امرأة عارية الصدر، وظهرت الصورة في غاية الدقة والإتقان، وقد ذكرت المجلة في ذلك الوقت ملاحظة على أن الصورة تشكيلية أي مفبركة من خلال الكمبيوتر، مما دفع القانون الأمريكي إلى إضافة نص ضمن قانون العقوبات الأمريكي خاص بالقذف بالصورة. (٤)

(١) د. محمد عبد الحميد والسيد بهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية - النظرية والتطبيق، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤، ص٥٣.

(٢) د. شيرين محمد كدواني: مصادقية الإنترنت- العوامل المؤثرة ومعايير التقييم، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص٥٣.

(٣) المصدر السابق، ص٥٦.

(٤) د. فوزي يوسف المخلف: التضليل والتدليس الإعلاني- الواقع والتأثير والمأمول، مصدر سابق، ص٧٦.

وقد يؤثر التلاعب الرقمي في الصورة الصحفية على ملايين من الأشخاص، مثلما حدث مع الصورة التي نشرت في الصفحة الأولى من صحيفة لوس أنجلوس تايمز (Los Angeles Times) في عددها الصادر الأول من إبريل في عام ٢٠٠٣ عندما قام مصورها جولد فارب Gold Farb بإرسال صورة تظهر جندي بريطاني مع مدنيين عراقيين في مدينة البصرة، فقد أوحى هذه الصورة بسيطرة القوات البريطانية على المدينة، ليتبين بعد مرور عدة أسابيع على نشرها أن الصورة مفبركة بواسطة برنامج الفوتوشوب، وقد أحدثت ضرراً بالغاً في نفوس الملايين؛ نظراً للمشاعر السلبية التي شاعت في الوطن العربي آنذاك.^(١)

ج. استعمال الصورة الصحفية في سياقها الصحيح

تستعمل بعض المؤسسات الصحفية بشكل متعمد صوراً ارشيفية في سياقات بعيدة عن سياقها الحقيقي بهدف صناعة واقع يتلاءم مع ما يريدونه، وهذا الأمر يعد تضليلاً كبيراً للمتلقين، فقد تقوم بنشر صورة ارشيفية مع خبر يتناول تفجيراً ما مثلاً، وذلك لتوحي للقارئ ان حزباً ما أو جماعة معينة تقف وراء ما حصل دون أن يتم ذكرهم بمتن الخبر أو التقرير أو التحقيق المنشور.^(٢)

ويفترض من المؤسسات الصحفية أن تستعمل الصورة الصحفية في سياقها الصحيح، ولكن بعض المؤسسات ترتكب أخطاءً قد تكون مقصودة أو غير مقصودة، وأحياناً يكون الهدف وراء نشر صور بعيداً عن سياقها الأصلي هو تحقيق السبق الصحفي على حساب التأكد من الصورة، ومثال على ذلك ما قامت به صحيفة ليبراسيون الفرنسية عندما نشرت صورة لزلزال حدث في الصين في عام ٢٠٠٨ على أنها تعود لزلزال هايتي الذي حدث في عام ٢٠١٠، بعد أن قام شخص بنشرها على حسابه الخاص على موقع تويتر مدعياً انها في هايتي، ليتبين لاحقاً أنها ليست كذلك.^(٣)

التأكد من مصداقية الصورة

مع تزايد أعداد الصور الرقمية المفبركة، أصبح لا بد من التأكد من مصداقيتها قبل نشرها في وسائل الإعلام، لذلك لابد من إتباع مبادئ أساسية عدة، وهي كما يأتي^(٤):

(١) د. شيرين محمد كدواني: مصداقية الإنترنت- العوامل المؤثرة ومعايير التقييم، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص٥٣-٥٤.

(٢) أحمد عبيد: مصدر سابق، ص ٤٨.

(٣) أليس أنتوم: الصحافة الرقمية، ترجمة: سامي عامر وجورج سعيد، ط١، أبو ظبي، ثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ٩٥.

(٤) د. هالة حمدي غرابة: التغطية الاستقصائية لقضايا الواقع المعاصر، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨، ص ٦٨.

١. تحديد صاحب/ مصدر الصورة.
 ٢. التحقق من (المكان والتاريخ والوقت التقريبي لالتقاط الصورة).
 ٣. التأكد من أن الصورة هي بالفعل ما يزعم أنها تظهر.
 ٤. الحصول على تصريح صاحب/ مصدر الصورة لاستعمالها.
- وقد ظهرت في السنوات الأخيرة مواقع الكترونية متخصصة، تتيح إمكانية كشف أصل الصورة الرقمية وتبيان فيما إذا تم التلاعب بها أم لا، وأبرز تلك المواقع ما يأتي^(١):

١. موقع صور جوجل*

تعد أداة البحث الخاصة بالصور في محرك البحث جوجل أحد الأدوات المستعملة لمتابعة تاريخ نشر الصورة ذاتها في حال إذا كانت منشورة بمواقع أخرى، بمجرد وضع رابط الصور في مكان البحث أو عن طريق تحميلها من الكمبيوتر ليتم بعد ذلك البحث عن أصلها، والنتائج التي ستظهر ستوضح حقيقة فيما إذا كانت الصورة ملفقة أم لا، وسيكتشف الصحفي من خلال النتائج الظاهرة سياق الصورة الحقيقي، فستظهر جميع المواقع التي قامت بنشرها ليتمكن بعد ذلك من الوصول إلى حقيقتها من خلال المضامين المنشورة معها.

٢. موقع Fotoforensics*

يستعمل هذا الموقع لاكتشاف فيما إذا تم التلاعب بالصور أم لا، وذلك بواسطة طريقتين: من خلال وضع رابط الصورة، أو من خلال تحميل الصورة، ليقوم الموقع بعد ذلك بتحليلها واكتشاف فيما إذا تم التلاعب بها ببرامج المعالجة الرقمية كالفوتوشوب، وفي حال تم التلاعب بالصورة سيظهر الموقع للمستخدم ذلك مع معلومات بسيطة عن التغييرات.

٣. موقع tineye*

يعمل هذا الموقع بنفس آلية عمل الموقع سابق الذكر، إذ يبحث عن أصل الصور بواسطة وضع رابطها على الانترنت، أو من خلال تحميلها من الكمبيوتر والكشف عن مدى مصداقيتها، لتظهر النتائج بعد مدة قصيرة من الزمن، لتبين فيما إذا تم التلاعب بالصورة أم لا.

(١) مؤسسة ركنن الإعلامية: إليك ٤ أدوات للتأكد من صحة الصور موضوع منشور على الرابط الآتي:

<http://bit.ly/2Vx9rMm> تاريخ الزيارة (٢٠١٩/١/٦)

* رابط الموقع (<https://www.google.com/imghp?hl=ar&tab=wi>)

* رابط الموقع: (<http://fotoforensics.com>)

* رابط الموقع (<https://www.tineye.com>)

ح. خرق الخصوصية

يعد الشخص الظاهر في الصورة الصحفية هو المالك الأول لها بعد المصور الصحفي الذي يعد المالك الثاني لحقوق الصورة، لذلك يجب أن لا يغيب على المصور أن أخلاقيات المهنة تقتضي منه العودة إلى مالكها الأول قبل استعمالها، كما تفرض عليه عدم استعمالها بشكل يسيء إليه.^(١) ولا يقتصر حق الخصوصية على الشخصيات العامة فقط، وإنما يشمل ذلك الناس العاديين أيضاً، فهم يحملون المخاوف ذاتها التي يحملها المشاهير في تجاوز أحدهم على خصوصياتهم، ولذلك يجب على الصحفي أن يراعي الحياة الشخصية لأي إنسان.^(٢)

ولكون الخصوصية حق أساس لأي إنسان، فقد تم الإشارة إليه في المادة ١٢ ضمن الإعلان العالمي لحقوق الإنسان بتاريخ ١٠/١٠/١٩٤٨ بموجب القرار ٢١٧ ألف والتي نصت على "لا يجوز تعريض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو في شؤون أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، ولا حملات تمس شرفه وسمعته. ولكل شخص حق في أن يحميه القانون من مثل ذلك التدخل أو تلك الحملات"^(٣).

وعلى الرغم من أن الخصوصية تعد حقاً أساسياً من حقوق الإنسان إلا أنها أصبحت تواجه خطر كبيراً ولاسيما مع تطور الكاميرات الرقمية وانتشارها اليوم بأشكال وأحجام مختلفة وتوفرها أيضاً بأجهزة المحمول الذكية التي سهلت هي الأخرى عملية التقاط الصور دون ان يشعر الشخص المستهدف ولاسيما مع وجود العدسات المكبرة Zoom التي تسهل التقاط الصور واختراق خصوصية الآخرين وعدم مراعاتها سواء كان من يقوم بذلك مصور صحفي أم إنسان عادي.

وقد استطاع الكثير من المشاهير كسب قضايا ضد وسائل إعلام كبيرة نتيجة لتجاوزها على خصوصيتهم، مثل عارضة الأزياء ناعومي كامبل Naomi Campbell التي تمكنت من كسب القضية التي رفعتها ضد صحيفة ذي ديلي ميرور the Daily Mirror المعروفة بنشر الفضائح، إذ قام أحد مصوريها بالنقاط صورة لناعومي أثناء مغادرتها من اجتماع تعقده جمعية المدمنين

(١) د. جورج صدقه: مصدر سابق، ص ٨٩.

(٢) د. محمد الباز: مصدر سابق، ص ٣٦٥.

(٣) الأمم المتحدة: الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2Ic8Bx0> (تاريخ الزيارة ١٤/١٠/٢٠١٩).

المجهولين، فتمكنت في النهاية من كسب تعويض بسبب الأضرار التي سببتها الصحيفة لها بفعل انتهاك خصوصيتها.^(١)

وتقتضي الأخلاقيات الصحفية أيضاً عدم نشر صور حالات معينة؛ لأن نشرها يعد خرقاً لخصوصيتهم، كالمرضى النفسيين، ومدمني المخدرات، إلا في حال تم استحصال موافقة من قبلهم أو من قبل ذويهم، أو في حال تحقق مصلحة عامة في نشر تلك الصور.^(٢)

ومن الحالات التي يجب معها عدم نشر صور هي حالات الانتحار، لكن هذا الأمر لا تلتزم به كثير من المؤسسات، بل تسعى إلى تحقيق سبق على حساب الأخلاقيات الصحفية.

ومن الأمثلة البارزة على ذلك والذي عد بوقتها تجاوزاً على أخلاقيات الصورة الصحفية وخرقاً لخصوصية الأشخاص هي صورة للوزير (أوي بارشيل Uwe Barschel) التي نشرتها مجلة شتيرن stern الألمانية على غلافها في عام ١٩٨٧ أظهرت الوزير ميتاً في مغطسه بعد انتحاره.^(٣)

خ. حق الملكية الفكرية للصورة

أصبحت حقوق النشر والملكية الفكرية للصور في خطر في ظل التطورات التقنية الحديثة التي أتاحت إمكانية انتحالها؛ وذلك من خلال عدة طرق فمثلاً أصبح بالإمكان مسحها بواسطة آلات المسح الضوئي وادخالها في جهاز الكمبيوتر مما أتاح إمكانية تعديلها بوجود برامج المعالجة الرقمية، كما أصبح من الممكن توظيفها في إطار مختلف تماماً عن سياقها الحقيقي.^(٤)

إن سهولة نسخ الصور ونقلها من فرد لآخر، ومن مؤسسة إلى أخرى دون الرجوع إلى أصحاب حقوق ملكيتها، ودون معرفة من هم أصحابها الحقيقيون، يعد ضياعاً لحقوقهم وقد يتطور الأمر إلى ادعاء البعض بحقوق تلك الصور التي لم يقوموا بالتقاطها، ومع وجود الأنظمة المفتوحة Open system صار بإمكان أي شخص استعمال تلك الصورة التي تنشر صور مجانية دون ذكر تفاصيل تضمن حقوق أصحابها.^(٥)

(١) ريموند واكس: الخصوصية مقدمة قصيرة جداً: ترجمة: ياسر حسن، ط١، القاهرة، كلمات عربية للترجمة والنشر، ٢٠١٣، ص ٨٧.

(٢) د. السيد بخيت: الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة، ط٢، دولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠، ص ٥١٣.

(٣) د. جورج صدقه: مصدر سابق، ص ٨٣.

(٤) د. شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال - المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٠، ص ٢١٣.

(٥) د. السيد بخيت: أخلاقيات العمل الصحفي، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠، ص ٢٤٥.

الفصل الثاني: نشأة وتطور الصورة الصحفية وتوظيفها

كما تقوم بعض الصحف المحلية بإجراءات غير مهنية بخصوص ملكية الصورة الصحفية، ففي أحيان كثيرة تقوم بنشر الصورة دون ذكر اسم مصورها، أو قد تنتشر اسم المصور بجانب محرر الموضوع الصحفي، وفي هذا الإجراء إضاعة لحق المحرر والمصور في الوقت ذاته، ففي هذه الحالة لا يعرف المتلقي من هو المحرر ومن هو المصور^(١).

وتأكيداً على حقوق الملكية للصورة الصحفية تقوم الوكالات العالمية بوضع سطر يدرج فيه اسم المصور credit line على صورها مثل وكالة الاسوشيتيدبرس Associated Press، وأيضاً تقوم الصحف بإدراج اسم المصور أو مصدر الصورة مثل صحيفة USA Today حتى أصبح الأمر أشبه بتقليد صحفي تقوم به الصحيفة منذ صدورها^(٢).

كما أن الكثير من المؤسسات التي تعنى بالصور بدأت بوضع علامة مائية على صورها لمنع تقليدها، وفي حال رغبت إحدى الصحف أو المواقع الالكترونية في الحصول عليها دون علامة مائية فيجب ان تدفع مبلغاً مالياً مقابل الحصول عليها^(٣).

(١) د. خليل محمد الراتب: مصدر سابق، ص ٢١٨.

(٢) د. محمد عبد الحميد السيد بهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية – النظرية والتطبيق، ط ١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤، ص ٥٣.

(٣) د. السيد بخيت: أخلاقيات العمل الصحفي، مصدر سابق، ص ٢٤٥.

الفصل الثالث

الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية

ويشتمل هذا الفصل على المباحث الآتية:

المبحث الأول: ماهية الإرهاب والتنظيمات الإرهابية

- ❖ تعريف الإرهاب وأنواعه وأسبابه
- ❖ ماهية التنظيمات الإرهابية
- ❖ تناول الإعلام لقضايا الإرهاب
- ❖ استعمال التنظيمات الإرهابية للإعلام الإلكتروني

المبحث الثاني: نشأة تنظيم داعش - جرائمه ومصادر تمويله

- ❖ أصل التسمية
- ❖ جذور تنظيم داعش
- ❖ جرائم تنظيم داعش
- ❖ مصادر تمويل تنظيم داعش

المبحث الثالث: الوسائل الإعلامية لتنظيم داعش

- ❖ الوسائل الإعلامية الناطقة باسم تنظيم داعش
- ❖ استخدام تنظيم داعش للإعلام الإلكتروني
- ❖ الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي لتنظيم داعش
- ❖ الدعاية المضادة لمحاربة تنظيم داعش

المبحث الأول: ماهية الإرهاب والتنظيمات الإرهابية

تناولت في الفصل السابق ماهية الصورة الصحفية وتوظيفها في وسائل الإعلام، ولكون هذه الدراسة تتناول الصورة الصحفية الخاصة بالمحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية، وعلى وجه الخصوص صورة تنظيم داعش التي نشرها عبر منافذه الإعلامية، والتي أعادت نشرها وسائل الإعلام في مختلف دول العالم، لذلك لا بد لنا في هذا الفصل من تناول معنى الإرهاب في بادئ الأمر، فضلاً عن إيضاح ماهية التنظيمات الإرهابية، مع إعطاء نبذة عن البدايات الأولى لتنظيم داعش، وأصل تسميته وصولاً إلى جرائمه ومصادر تمويله، وفي المبحث الأخير من هذا الفصل سيتم الحديث عن الماكينة الإعلامية للتنظيم، مروراً بالدور الذي اضطلعت به الصورة الصحفية بالإعلام الإلكتروني في خلق مساحات ملائمة لنمو التنظيم وتغلغله والمساهمة في الترويج لأفكاره بين أوساط الشباب بهدف استقطابهم وتجنيدهم لصالح العمل الإرهابي.

تعريف الإرهاب

على الرغم من الاهتمام العالي الذي حظي به موضوع الإرهاب في السنوات الأخيرة من قبل الباحثين إلا أن الدراسات لم تتفق حتى وقتنا الحاضر على تعريف جامع مانع له، فمازال الجدل قائماً حوله.

ويرجع عدم الاتفاق على تعريف محدد للإرهاب إلى عدة أسباب، أهمها إنه ظاهرة بالغة التعقيد ومتداخلة مع مفاهيم أخرى قريبة جداً منه في المعنى كمفهوم المقاومة، فمثلاً هناك من يرى أن ما يقوم به الشعب الفلسطيني هو مقاومة مشروعة من أجل تحرير أراضيه وكفاح من أجل الحرية، وعلى الجانب الآخر هناك من يرى أنهم إرهابيون يقومون بأعمال إرهابية^(١). ويتداخل الإرهاب أيضاً مع مفاهيم أخرى مثل مفهوم العنف السياسي والجريمة المنظمة والجريمة السياسية وأعمال العنف الطائفي، وغيرها من المفاهيم.

وتشير إحدى الدراسات الغربية إلى أن أحد الأسباب التي جعلت من الصعب وضع تعريف متفق عليه دولياً للإرهاب، هو أن صفة الإرهابي يتم إطلاقها من قبل الناس على شخص معين، أو جماعة معينة دون أن يختار المطلق عليهم تلك الصفة طوعاً، فلا أحد يصف نفسه بتلك الصفة

(١) د. نبيل لوقا بباوى: الإرهاب صناعة غير اسلامية، ط١، القاهرة، دار البباوي للنشر، ٢٠٠٢، ص٥٦.

مطلقاً، وعادة ما تطلق حكومات الدول المختلفة هذه الصفة على أي شخص أو جماعة تمارس عنفاً أو إرهاباً في البلد الذي تهاجمه. (١)

ومن الأسباب الأخرى التي أسهمت بهذا الاختلاف، هي أن موضوع الإرهاب يعد أحد الموضوعات الحيوية التي يتم دراستها من قبل تخصصات مختلفة، مثل العلوم السياسية والاجتماعية والنفسية والإعلامية وغيرها من التخصصات، وهذا التنوع بالدراسات ساهم في طرح أفكار متعددة، مما أدى إلى طرح وجهات نظر متباينة. (٢)

ومن بين الكثير من التعريفات المتباينة للإرهاب تبنت الباحثة التعريف الذي تم إدراجه في الفقرة الثانية من المادة الأولى للاتفاقية العربية لعام ١٩٩٨، والذي عرفته بأنه: "كل فعل من أفعال العنف أو التهديد أياً كانت بواعثه أو اغراضه، يقع تنفيذاً لمشروع إجرامي فردي أو جماعي، ويهدف إلى إفساء الرعب بين الناس، أو تعريض حياتهم أو حرياتهم أو أمنهم للخطر، أو إلحاق الضرر بالبيئة أو بأحد المرافق أو الأملاك العامة أو الخاصة، أو احتلالها أو الاستيلاء عليها، أو تعريض أحد الموارد الوطنية للخطر أو التهديد". (٣)

ورغم التباين الكبير وعدم الاتفاق الدولي على تعريف محدد للإرهاب، إلا ان الكثير من الدراسات لا تختلف على ان الإرهاب يعد تعدياً صارخاً على الأمنين وترويع حياتهم، كما أن جميع الأديان السماوية لا تبيح لأي شخص حق سلب حياة الآخرين أو التعدي عليهم، حتى وإن اختلف معه في الدين أو العرق.

ويمكن تلخيص أهم المضامين المنفق عليها حول الإرهاب كما يلي:

١. الإرهاب عمل منظم، يعتمد على أسلوب الإعداد والتحضير المسبق من جميع النواحي، كمرقابة مكان وجود الضحية المستهدفة، ودراسة دقيقة لأدوات الفعل ووسائل تنفيذه. (٤)

(١) تشارلز تاوونزد: الإرهاب- مقدمة قصيرة جداً، ترجمة: محمد سعد طنطاوي، ط١، القاهرة، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، ٢٠١٤، ص٩.

(٢) د. حسين علي إبراهيم الفلاحي: الحرب النفسية التقليدية والرقمية- الآليات والأدوات والأساليب المساندة، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ص٤١٤.

(٣) أ. الغنجة هشام داود: اشكالية تعريف مفهوم الإرهاب، بحث منشور في كتاب مكافحة الإرهاب بين مشكلة المفهوم واختلاف المعايير عند التطبيق، ط١، ج١، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٧، ص١٥.

(٤) يوسف محمد صادق: الإرهاب والصراع الدولي، ط١، السلبيانية، دار سردم للطباعة والنشر، ٢٠١٣، ص٢٩.

٢. يرتبط الإرهاب ارتباطاً وثيقاً بالعنف، فهو استراتيجيته التي يتم تخطيطها لتحقيق أهداف معينة، من خلال بث الرعب والخوف في نفوس الأفراد داخل المجتمع الذي يعيشون فيه (١).
٣. يتألف الإرهاب من عناصر عدة، هي (٢):
 - أ. الجهة التي تقوم بالعمل الإرهابي.
 - ب. الجهة المتضررة من العمل الإرهابي.
 - ت. الأدوات المستعملة في تحقيق غاية العمل الإرهابي.
 - ث. الهدف الذي يسعى العمل الإرهابي إلى تحقيقه.
٤. يقوم الإرهاب على ركنين أساسيين، يمثل الركن الأول منه البعد النفسي المتعلق بمظاهر الخوف التي يزرعها في نفوس المجتمع الذي يستهدفه. أما الركن الثاني فيمثل البعد المادي ويقصد به الأداة المستعملة للوصول إلى هدفه (٣).
٥. جميع الأعمال الإرهابية التي ترتكبتها التنظيمات الإرهابية تسعى إلى تحقيق أهداف مختلفة، قد تكون دينية أو إيدولوجية أو اجتماعية (٤).
٦. يكون عدد المستهدفين من الأعمال الإرهابية أكبر بكثير من ضحايا الإرهاب المباشرين (٥).
٧. تتفق الدراسات على ان الإرهاب لا يتخذ شكلاً واحداً، فالتنظيمات الإرهابية لا تكتفي بأسلوب واحد لإرهاب المجتمع المستهدف، بل تتفنن في طرق إرهابه، مثل عمليات الاغتيال السياسي واستعمال السيارات المفخخة والقنابل الموقوتة، وقد تستخدم أسلوب خطف الطائرات، أو تفجير مراكز التسوق، أو قد تحتجز بعض الرهائن، وأحياناً تلجأ بعض التنظيمات إلى أسلوب حرب العصابات للوصول إلى غاياتها (٦).

(١) د. غادة ممدوح: العنف الإعلامي - سيكولوجية العدوان نفسياً واجتماعياً، ط١، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩، ص٢٩.

(٢) أ. رزاق فالح وحيد وحميد نعمة الصالحي: الإرهاب دراسة في المفهوم والدوافع والإسقاطات الدولية في كتاب الإرهاب محاولة أخرى لتشريح الظاهرة، ط١، بغداد، مركز العراق للدراسات، ٢٠١٧، ص ٥٥.

(٣) المصدر نفسه، ص ٥٥.

(٤) أ.د. ذياب موسى البدينة: التنمية البشرية والإرهاب في الوطن العربي، ط١، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٠، ص١٥١.

(٥) المصدر نفسه، ص١٥١.

(٦) د. ماجد موريس إبراهيم: الإرهاب.. الظاهرة وأبعادها النفسية، ط١، الابيار - بيروت، دار انيب ودار الفارابي، ٢٠٠٥، ص٨٧-٨٨.

انواع الإرهاب وأسبابه

وردت تصنيفات مختلفة لأنواع الإرهاب، وبناءً على ذلك أرى انه من الضروري إيضاح ماهية كل نوع من أنواعه حسب الآتي (١):

١. الإرهاب من حيث مرتكبه: ويضم:

أ. إرهاب الأفراد والجماعات: وهي العمليات الإرهابية التي يمارسها أفراد الجماعات ضد الدولة ومؤسساتها ومرافقها العامة، وضد أفراد الشعب، وذلك من أجل زعزعة أمن البلاد تمهيداً لإسقاط الحكومة، ويأخذ هذا النوع أشكالاً عدة هي: الإرهاب العادي والديني والثوري.

ب. إرهاب الدولة: ويقصد به "قيام سلطات الدولة بأنشطة إرهابية أو بالتشجيع على القيام بالأنشطة الإرهابية داخل إقليم دولة أخرى، أو تغاضي سلطات الدولة عن أنشطة منظمة ترمي إلى القيام بأعمال إرهابية داخل إقليم دولة أخرى".

٢. الإرهاب من حيث الهدف: ويضم النوعين الآتيين:

أ. العقائدي: وهو الإرهاب الذي يسعى الإرهابيون من ورائه إلى تحقيق أيديولوجية يؤمنون بها.
ب. القومي (العربي) أو العنصري: وهو الإرهاب الذي تمارسه بعض الجماعات القومية دفاعاً عما تراه حقوقها القومية المسلوبة.

٣. الإرهاب من حيث النطاق: ويضم:

أ. الإرهاب المحلي: وهو الإرهاب الذي تكون أجندة القائمين عليه محلية، وقد يكون الهدف من ورائه تغيير نظام الحكم في البلد.
ب. الإرهاب الدولي: وهو الإرهاب الذي تتميز إحدى عناصره أو أكثر بصفة اجنبية كالمكان أو الاشخاص أو الأشياء.

٤. الإرهاب من حيث الوسيلة المستعملة: ويضم:

أ. الإرهاب الكيميائي: ويقصد به العمليات الإرهابية التي يتم فيها استعمال الأسلحة الكيميائية.
ب. الإرهاب البيولوجي (الجرثومي): ويقصد به العمليات الإرهابية التي يتم فيها استعمال الأسلحة البيولوجية (الجرثومية).

(١) يوسف كوران: جريمة الإرهاب والمسؤولية المترتبة عنها في القانون الجنائي الداخلي والدولي، السليمانية، مركز كردستان للدراسات الاستراتيجية، ٢٠٠٧، ص ٤٦-٥٤.

ت. **الإرهاب النووي:** ويهدف هذا النوع إلى امتلاك المواد النووية من قبل بعض الدول، والتهديد بها بصورة غير قانونية وخارج المعاهدات الدولية.

ث. **الإرهاب الفكري:** وهو الإرهاب المتصل بحرية الفكر والرأي والتعبير، وبفعل التكنولوجيا الحديثة أصبح من السهل بث الرعب في نفوس الآخرين عن طريق بث خطابات أو أفكار بواسطة شبكة الإنترنت.

أسباب الإرهاب ودوافعه

لا تحدث الأعمال الإرهابية فجأة من غير مقدمات، وإنما هي أفعال لها أسبابها ودوافعها المختلفة، والتي لم يتفق الباحثون على تصنيف محدد لها، إلا أنهم لم يختلفوا على أن إقدام أي إنسان على الأعمال الإرهابية هو نتاج للكثير من التراكمات داخل النفس البشرية، كالفقر والكبت واليأس والظلم وغيرها من الأحاسيس الداخلية^(١).

ويمكن تصنيف أسباب الإرهاب على النحو الآتي:

١. **الأسباب السياسية:** تعد الأسباب السياسية واحدة من أهم أسباب انشاز ظاهرة الإرهاب، كالكبت السياسي الذي تمارسه بعض الدول ضد مواطنيها، والسياسات غير العادلة التي تنتهجها ضدهم، وانتهاك حقوقهم وتهميش دورهم فضلاً عن غياب العدالة الاجتماعية، والتفاوت في الخدمات وإهمال الرعاية أو التقصير في أمور الشعب^(٢).

٢. **الأسباب الاقتصادية:** تلعب الأسباب الاقتصادية دوراً كبيراً في تقشي ظاهرة الإرهاب، وتوجه الأفراد أو الجماعات نحو القيام بالأعمال الإرهابية، ومن أبرز الأمثلة على ذلك انتشار الفقر المدقع، والبطالة، والتوزيع غير العادل للثروات، فضلاً عن عدم توافر الضروريات الأساسية للعيش الكريم، أو قد تتبع الدولة سياسة غير رشيدة كالتعامل مع المجتمع بمعايير المحسوبية، فكل هذه الأمور تجعل الأفراد يشعرون بالظلم والقهر، مما ينتج عن ذلك انضمامهم للتنظيمات الإرهابية^(٣).

(١) د. علي بن فايز الحجني: الإرهاب - الفهم المفروض للإرهاب المرفوض، الرياض، مركز الدراسات والبحوث في أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠١، ص ٢٢.

(٢) مصطفى سعد حمد مخلف: جريمة الإرهاب عبر الوسائل الإلكترونية دراسة مقارنة بين التشريعين الأردني والعراقي، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، عام ٢٠١٧، ص ٢٢.

(٣) أ. لعربي بن أعمارة: تنامي الظاهرة الإرهابية - دراسة العوامل المسببة لانتشار الإرهاب بحث منشور في كتاب مكافحة الإرهاب بين مشكلة المفهوم واختلاف المعايير عند التطبيق، ط١، ج١، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٧، ص ١٧٥-١٧٦.

٣. الأسباب الاجتماعية: تساهم الأسباب الاجتماعية في توفير المناخ المناسب للإرهاب، مثل مشكلة التفكك الأسري الذي يعني انهيار الأدوار الأساسية للأسرة كالتنشئة الاجتماعية، والعلاقات الأسرية والزوجية، وأخيراً قد يؤدي التفكك الأسري إلى حدوث انحرافات بين أفراد الأسرة الواحدة، والذي قد يتم استغلاله من قبل التنظيمات الإرهابية^(١).

٤. الأسباب الدينية: تستغل العديد من التنظيمات الإرهابية الفهم الخاطئ للدين وأحكامه ومبادئه، فالفراغ الديني الذي تعاني منه بعض المجتمعات يعطي تلك التنظيمات فرصة لإشغال هذا الفراغ بالأفكار التي يعتقونها وبروجون لها، كما يساهم غياب الحوار من قبل رجال الدين في انتشار الأفكار المتطرفة والتشدد والغلو في الدين، مما يؤدي إلى حدوث الكثير من الأفعال والممارسات الإرهابية^(٢).

٥. الأسباب السيكولوجية: أظهرت الدراسات السيكولوجية مدى ارتباط العمل الإرهابي بالنمو العقلي والجسمي والانفعالي المضطرب، فضلاً عن البيئة الاجتماعية غير السليمة، وقد ظهرت ثلاث نظريات في علم النفس تفسر ظاهرة الإرهاب أولها (النظرية البيولوجية)، والتي ترى أن الشعور بالعدوانية أمر وراثي، والثانية (نظرية الإحباط - العدوان) ويرى أصحابها أن الإحباط يسبق العدوانية، وأخيراً (نظرية التعلم الاجتماعي) والتي ترى أن العدوان يتم تعلمه ولكن يمكن تصحيحه بعدة طرق كإزالة العوامل التي تساند هذا الفعل العدواني^(٣).

٦. الأسباب الخاصة بالتطورات العلمية والتكنولوجية: ساهمت التطورات العلمية في المجالات المختلفة، مثل تطور الاسلحة - على اختلاف أنواعها - واكتشاف اسرار الطاقة الذرية، فضلاً عن الثورة العلمية التي شهدتها العالم في علوم الحاسوب والاتصالات والمعلومات، في تسهيل مهمة تنفيذ العمليات الإرهابية، إذ وظفت التنظيمات الإرهابية تلك التقنية المتطورة في خدمة أعمالها التي تحتاج إلى الدقة والسرية في العمل^(٤).

(١) د. أحمد فلاح العموش: مستقبل الإرهاب في هذا القرن، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠٦، ص ٨٣-٨٤.

(٢) فارس ابراهيم خلف الكاتب: دور المواقع الالكترونية الأمنية والعسكرية في ترتيب أولويات الجمهور العراقي ازاء قضايا الإرهاب - دراسة تحليلية - ميدانية، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام في الجامعة العراقية، ٢٠١٨، ص ١٣٣.

(٣) د. أحمد فلاح العموش: مصدر السابق، ص ٩٢-٩٣.

(٤) عثمان علي حسن: الإرهاب الدولي ومظاهره القانونية والسياسية في ضوء احكام القانون الدولي العام، ط١، كوردستان، هولير، مطبعة المنارة، ٢٠٠٦، ص ٤٩-٥٠.

٧. الأسباب العنصرية والثقافية: تعد العنصرية والكراهية التي تسود لدى بعض الطوائف ضد الفئات الأخرى داخل البلد الواحد أحد أسباب الإرهاب، فضلاً عن التبعية الثقافية التي تخلق مجتمعاً متبايناً من الناحية الاجتماعية والثقافية، والتي تؤدي في النهاية إلى التناحر والصراع بين مختلف تياراته^(١).

٨. الأسباب الإعلامية: سيتم شرح الأسباب الإعلامية بشكل مفصل لاحقاً.

ماهية التنظيمات الإرهابية

أشرت فيما سبق إلى عدم وجود تعريف جامع مانع للإرهاب، كما أوضحت الأسباب التي جعلت من الصعب الاتفاق على هذا المفهوم دولياً، ولا يختلف الأمر بالنسبة للمنظمات أو التنظيمات الإرهابية في جميع دول العالم، إذ تتباين نظرة الدول لها، فبعض التنظيمات قد تكون إرهابية من وجهة نظر دولة معينة، وقد تكون رمزاً للمقاومة في الوقت ذاته من وجهة نظر دولة أخرى.

تمتاز التنظيمات الإرهابية بشكل عام بطابعها الجماعي المعولم البعيد عن الصفات الفردية، كما تمتاز بتعقيد تنظيمها ودقته، وقدرتها على التغلغل بالأوساط الشعبية للدرجة التي يتعدى تأثيرها الحدود الجغرافية والطبقية والقومية، وأيضاً تحرص تلك التنظيمات على استعمال أحدث وسائل الاتصال الإلكترونية وأكثرها تطوراً^(٢).

وقد تأخذ التنظيمات الإرهابية من حيث منشأها أحد الشكلين الآتين^(٣):

١. التنظيمات الإرهابية المحلية.

٢. التنظيمات الإرهابية الوافدة.

أما فيما يتعلق بالبدايات الأولى لهذه التنظيمات فترجع إلى فترة سابقة، فقد شهد التاريخ الإنساني ظهور العديد منها على مدى العصور والأزمان، فهي ليست وليدة اليوم ولا يقتصر وجودها على عرق أو دين أو دولة معينة دون أخرى.

(١) مخلد خلف النوافعة: اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قنوات الجزيرة والعربية الفضائيتين الإخباريتين دراسة ميدانية، رسالة ماجستير قدمت إلى جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عام ٢٠١٠، ص ٤٤.

(٢) إبراهيم الحيدري: سوسيو جيا العنف والإرهاب، ط١، بيروت، دار الساقى، ٢٠١٥، ص ٤٠-٤١.

(٣) رفاة عبد العظيم الدراجي: السياسات العامة للأمن الوطني لمكافحة الإرهاب، ط١، عمان، دار أمجد للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٩، ص ٨٤.

الفصل الثالث: الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية

وقد شهدت الفترة الماضية بروز تنظيمات عدة، فخلال القرن التاسع عشر ظهرت الجمعيات السرية التي نشأت في عدد من الدول الأوروبية، والتي كانت تستهدف الشخصيات الهامة من خلال الاعتداء عليها بواسطة الأجهزة المتفجرة والرسائل الملوغمة (١).

أما أشهر التنظيمات التي عرفها العالم فكانت (منظمة الجيش الأحمر) التي ظهرت في ألمانيا، و(الألوية الحمراء) التي ظهرت في إيطاليا، وعرف العالم في ذلك الوقت ما يسمى بالإرهاب اليساري، أو الإرهاب الأحمر الذي ارتبط بالتنظيمات اليسارية والشيوعية، وكانت عملياته تستهدف الدول الغربية وعلى وجه الخصوص الولايات المتحدة الأمريكية (٢).

ونجد أن التنظيمات الإرهابية اليوم قد اقتبست أفعالها من التنظيمات الغربية في القرون الماضية، أي خلافاً لما تظهره وسائل الإعلام الغربية على أن العمليات الإرهابية هي نتائج الثقافة الإسلامية، فمثلاً نجد ان عمليات الذبح التي قام بها أبو مصعب الزرقاوي ضد الرهائن في العراق مقتبسة بشكل مباشر من عمليات اليسار المتطرف في سبعينيات القرن الماضي، فهي تشبه إلى درجة كبيرة أسلوب اخراج محاكمة السياسي (ألدو مورو) Aldo Moro في عام ١٩٧٨ على يد منظمة الالوية الحمراء Brigate Rosse الإيطالية، ينظر الصورة رقم (١١) (٣).

(١) مخلد خالد النوافعة، مصدر سابق، ص ٤١.

(٢) مختار شعيب: خريف الإرهاب والفوضى الجديدة- الرايات السوداء ... من سيكارى إلى داعش، ط١، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠١٦، ص ٢٣.

(٣) علي فاضلي: التطرف وأزمة الحداثة - قراءة في موقف الشعوب العربية والإسلامية من التطرف وعلاقة انتشار مظاهره في الوسط الشبابي المسلم بالغرب بأزمة الحداثة في كتاب رهاب الإسلام - الاسلاموفوبيا، ط١، منتدى العلاقات العربية والدولية، ٢٠١٧، ص ٢٠٣.



صورة رقم (١١) تمثل جثة السياسي (الدو مورو) التي وجدت في صندوق سيارة بالقرب من مقر الحزب الديمقراطي المسيحي^(١)

أما في المنطقة العربية، فنجد أنها شهدت ظهور العديد من التنظيمات الإرهابية خاصة في السنوات الأخيرة، ويأتي في مقدمتها تنظيمي القاعدة وداعش.

وتتميز التنظيمات الإرهابية في العالم العربي بسمات معينة، فنجد أن أعضائها يمتازون بطابعهم التديني ويرفعون شعارات دينية، زاعمين انهم يعملون تحت مظلة دينية، كما يدعون أنهم يخدمون قضية معينة خدمة للمصلحة العامة، كما أن تلك التنظيمات تحاول استغلال الارتباك الحاصل في بعض الأنظمة العربية الغير قادرة على إنجاز مهامها الوطنية بشكل جيد، لتظهر هي بمظهر القوة، مدعية أنها تتبنى نضال الشعوب لإنجاز المهام المختلفة الوطنية والدينية والاقتصادية^(٢).

ونجد أن البعض من المنتمين للتنظيمات الإرهابية في العالم العربي يلجؤون وبكل قناعة إلى العمليات الانتحارية إيماناً منهم بقضيتهم، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل وهي على الشكل الآتي^(٣):

(1) Criminal Encyclopedia: Aldo Moro – 1978: <http://bit.ly/2NaLszE>
(Accessed: 20/6/2019)

(2) غادة نصار: الإرهاب والجريمة الالكترونية، ط١، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ٩٩.
(3) الفريق الحقوقي جليل طالب جعفر اليعقوبي: الإرهاب ومواجهة افي العراق وسيناريوهات ما بعد داعش – دراسة رؤيويه لمستقبل قلق، ط١، بيروت، دار الجيل، ٢٠١٦، ص ٨٣.

١. حملات التحريض الديني: وتشمل حملات التحريض التي يشنها التكفيريون، من أجل التأثير فكرياً على عقول المستهدفين باسم الدعوة إلى الجهاد في سبيل الله ضد الكفار ومحاربتهم من أجل نيل الشهادة والفوز بالجنة.

٢. ذوبان الشخص بالآخر: تستهدف التنظيمات الإرهابية عادة الشخصيات الضعيفة والمستلبة والمقموعة؛ وذلك لسهولة إخضاعها للطرف الأقوى للدرجة التي تتخلى فيها تلك الشخصية عن استقلالها الذاتي بسرعة، كما أنها تندمج مع ذلك الطرف الأقوى المسيطر وتذوب فيه لغرض الحصول على القوة التي تقنقدها، فهم يصبحون في نهاية المطاف أداة طيعة تنفذ الأوامر بدون تفكير وهذا ما تسعى إليه التنظيمات الإرهابية.

٣. غسل الدماغ **Brain Washing**: تسعى التنظيمات الإرهابية إلى غسل دماغ المنتمين إليها بشتى الوسائل والطرق، من أجل السيطرة على عقولهم وتوجيهها نحو فكر معين وإخضاعهم لهذا الفكر بدون وعي وإرادة.

٤. حبوب الهلوسة **Hallucination**: يعمل هذا النوع من الحبوب على تغييب وعي متناولها للدرجة التي يصبح فيها دماغه غير قادر على الاستيعاب والتحكم في سلوكه مما يسهل للآخرين التحكم به، فتلك الحبوب على اختلاف أنواعها تعطي احساساً بشيء متخيل وغير موجود.

التناول الإعلامي لقضايا الإرهاب

تهتم وسائل الإعلام على اختلافها - (المقروءة والمسموعة والمرئية)، وعلى المستوى الدولي والإقليمي والمحلي - في تغطية أخبار الإرهاب، والتي قد تساند من خلالها التنظيمات الإرهابية سواء كان ذلك بقصد أو من غير قصد، وذلك من خلال الترويج لأهدافها وغاياتها واعطائها تغطية إعلامية لا تستحقها، حتى تحولت تلك الوسائل أشبه بمسرح للصراعات^(١).

ويشير الناقد الأمريكي مايكل بارنتي Michael Parenti إلى ان وسائل الإعلام هي التي تحدد من هو الإرهابي ومن هو ليس كذلك، وهذا الأمر يقودنا إلى الإقرار بوجود علاقة وثيقة بين مختلف وسائل الإعلام وظاهرة الإرهاب.^(٢)

(١) د. رامي عطا صديق وآخرون: الإعلام والإرهاب - دراسة حالة واستراتيجية مواجهة، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ١١٨.

(٢) عامر وهاب خلف العاني: الإعلام ودوره في معالجة ظاهرة الإرهاب والموقف من المقاومة ط١، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٣، ص ١٧٣.

وتشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة منفعة تكافلية بين وسائل الإعلام والتنظيمات الإرهابية، فتلك التنظيمات تسعى إلى إيصال أفكارها والتأثير على الرأي العام، سواء المحلي أو الإقليمي أو العالمي، مستفيدة من وسائل الإعلام في إيصال ما تسعى إليه من خلال التغطية الإخبارية التي تقوم بها تلك الوسائل حول أحداث الإرهاب. (١)

أما وسائل الإعلام فتسعى وبشكل كبير إلى تحقيق الربح، ولذلك فهي تبحث وبشكل دائم عن القصص التي تحتوي على عدة عناصر، مثل الحوادث المثيرة، أو القصص التي تتناول جانب عاطفي أو جانب يثير قلق الناس، ولذلك فهي تغطي أخبار الإرهاب كونها تحقق مستوى عالياً من المقروئية أو المشاهدة، وهذا ما تسعى إليه وسائل الإعلام. (٢)

وبذلك نرى ان الطرفين (الإعلام والتنظيمات الإرهابية) أفاد أحدهما من الآخر، وهذا ما أكد عليه (بترس غالي) الأمين العام السابق للأمم المتحدة، فقد أشار في وقت سابق إلى أن وسائل الإعلام تمنح الإرهابيين الدعاية التي يسعون إليها، فهي تمثل أهمية كبيرة بالنسبة لهم؛ كونها تشكل أحد الدوافع المهمة لفعل الإرهاب. (٣) وهذا الأمر أيضاً دفع (مارغريت تاتشر Margaret Thatcher) إلى اعتبار وسائل الإعلام بمثابة أوكسجين الإرهابيين.

وعلى الرغم من أهمية التغطية الإعلامية لقضايا الإرهاب في تنوير الناس وكسر الحواجز التي تفرضها الدول، لاسيما الشمولية منها على شعوبها إلا أن لهذه التغطية بعض الآثار السلبية، فنجد أن الكثير من التغطيات التي تقوم بها وسائل الإعلام تساهم في التعريف بالتنظيمات الإرهابية ونقل أفكارها وآرائها من المستوى المحلي إلى المستوى العالمي، من خلال نشر أخبار نشاطاتها الإرهابية، والتي قد تحدث أحياناً في أماكن نائية يصعب الوصول إليها، كما تساهم تلك التغطية أحياناً في اظهار قوة تلك التنظيمات مقابل ضعف الحكومة وعدم قدرتها على توفير الامن.

(١) أ.د. بسيوني إبراهيم حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٨، ص٥٧٦.

(٢) د. مصطفى بخوش: الإعلام والإرهاب - اية علاقة؟ وأي مستقبل؟ في كتاب الإعلام والأزمات فن التلاعب والتضليل والدعاية، ط١، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، دار حنين للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص٢٥٦.

(٣) د. صباح جاسم الشمري: الآثار الاجتماعية للإرهاب في الصحافة العراقية، ط١، القاهرة، الحضارة للنشر، ٢٠١٥، ص٨٠.

ومن سلبيات التغطية الإعلامية لأخبار التنظيمات الإرهابية هي مساهمتها في ابقاء اسماء تلك التنظيمات أمام اعين الشعب، مما قد يؤدي إلى تشجع التنظيمات الأخرى الاقل نجاحاً على القيام بأعمال ارهابية أكثر جرأة^(١).

ونجد بشكل خاص أن أداء التغطية الإعلامية لقضايا الإرهاب في وسائل الإعلام العربية ضعيف، فهي تركز على الحدث أكثر مما تركز على الظاهرة وأسبابها، كما تمتاز بالسرعة مع غياب الطابع التحليلي والاستقصائي، وغياب الخبراء المتخصصين في تحليل الظاهرة ومعالجتها من عدة جوانب، سواء الأمنية والنفسية والثقافية والاجتماعية والدينية والتربوية، فضلاً عن عدم وجود استراتيجية إعلامية واضحة الأهداف والرؤية والأساليب والأدوات في مواجهة إعلام الإرهابيين الذي يستعمل التقنيات الحديثة في نشر المعلومات المضللة، وأخيراً عدم الاستمرار في تغطية الظاهرة، إذ يتم التركيز عليها في مدد معينة، ثم لا تلبث أن تضعف وتتوارى مما يؤثر سلباً في قوة تأثيرها^(٢).

ويذكر الدكتور أحمد الشاعر باسردة ان الإعلام العربي لا يستطيع القيام بدوره الحيوي في مواجهة الإرهاب إلا إذا توافرت لديه عدة عوامل هي^(٣):

١. ضرورة وجود بيئة ديمقراطية يتحرك فيها الإعلام من غير قيود أو عوائق.
٢. إعداد كوادر مؤهلة بشكل جيد، بحيث تفرض تأثيرها على النظم السياسية والإعلامية في العالم، فضلاً عن البحث الدائم عن القاسم المشترك بين الشعوب العربية ودول العالم الأخرى، مع ضرورة استعمال لغات العالم الدولية.
٣. إنشاء قناة فضائية تخاطب الآخر بمضامين إنسانية رفيعة، توضح مفهوم الدين الإسلامي مع إبراز الوجه المشرق للثقافة العربية الإسلامية.
٤. توفير الإمكانيات اللازمة وخاصة الأجهزة التكنولوجية الحديثة التي تواكب المتغيرات الجديدة في مختلف الجوانب.

(١) أديب خضور: الإعلام والإرهاب - التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية - الخبرة العالمية، ط١، دمشق، المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٩، ص٥٩.

(٢) د. هويدا مصطفى: الإعلام ومواجهة الإرهاب - دليل الممارسة المهنية، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨، ص١٨٦-١٨٧.

(٣) أ.د. أحمد الشاعر باسردة: الإرهاب والعولمة - مواجهة الإعلام العربي للإرهاب في عصر العولمة في كتاب الإرهاب والعولمة، ط١، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠٢، ص٣٢٦-٣٢٧.

وعلى الرغم من وجود الكثير من المعوقات التي تواجه الإعلام العربي إلا ان تجربته لم تخل من الأعمال الصحفية التي جابهت الإرهاب، فقد قدمت مؤسسات عدة اعمالاً كان لها دور فاعل في كشف مظاهر الإرهاب، كبرنامج صناعة الموت الذي انتجته قناة العربية في عام ٢٠٠٦ والذي ركز على الموضوعات المتعلقة بالإرهاب والتنظيمات الإرهابية ك (تنظيم القاعدة) (١).

أما وسائل الإعلام الغربية فتركز في تغطيتها الإعلامية لقضايا الإرهاب على الإرهاب الخارجي، فنجدها تتحدث بشكل دائم عن التنظيمات الإرهابية الأجنبية ولاسيما الموجودة داخل الدول العربية والإسلامية ولا تذكر الحركات الإرهابية داخل بلدانها، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تشير التقارير الاستخباراتية إلى وجود أكثر من أربعين ميليشيا متطرفة (تنظيم إرهابي) منتشرة داخل أمريكا، أما عن السبب وراء تركيزها على الإرهاب الخارجي أكثر من الداخلي فيرجع إلى تحقيق الاستقرار الداخلي وإيصال رسالة إلى شعوبها بأن حالهم أفضل بكثير من الدول الأخرى. (٢)

وبناءً على ذلك يجب توفر عدة أمور في التغطية الإعلامية لقضايا الإرهاب، سواء تمت التغطية على مستوى الإعلام العربي أو الغربي ألا وهي (٣):

١. تقديم معلومات دقيقة وواضحة وسريعة وذلك من أجل مساعدة المواطنين على ضمان أمنهم.
٢. يجب أن يكون عمل وسائل الإعلام مشتركاً وبالتوازي مع الأجهزة الرسمية، مثل الشرطة ومركز الأزمات وغير ذلك.
٣. يمكن لوسائل الإعلام والعاملين فيها ولاسيما مقدمو النشرات الإخبارية ان يطمئنوا الرأي العام من خلال المعالجة الدقيقة للمعلومات وتحكمهم بمشاعرهم وتعاطفهم، إذ تساهم نبرات اصواتهم واختيارهم للكلمات والصور المناسبة في تجنب الذعر ومنع الانتقام من قبل الأفراد أو الجماعات المرتبطة بمرتكبي الهجمات.
٤. من الضروري أن تقوم وسائل الإعلام بالتحقق من المعلومات وفرزها وتفسيرها ولاسيما المعلومات القادمة من شبكات التواصل الاجتماعي تجنباً لنشر الشائعات.

(١) كمال فرحان زغير الربيعي: دور الإعلام في إشعال وإطفاء قتيل الإرهاب (الصحافة والتلفزيون والإنترنت انموذجاً)، ط١، بغداد، المكتبة القانونية، ٢٠١٧، ص١١١-١١٢.

(٢) مسلم عباس هاشم عباس: المعالجة الإخبارية لموضوعات الإرهاب في الفضائيات العراقية (دراسة تحليلية لنشرات الاخبار والقائم بالاتصال في قنوات الاتجاه - السومرية - العراقية، ط١، بغداد، مركز العراق للدراسات، ٢٠١٦، ص١٢٩.

(٣) جون بول مارتوز: وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب- دليل للصحفيين، فرنسا، منظمة الامم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ٢٠١٧، ص٢٧.

استعمال التنظيمات الإرهابية للإعلام الإلكتروني

هناك اتفاق عام على أننا نعيش عصر الإعلام بامتياز، ذلك العصر الذي أصبحت فيه وسائل الإعلام المختلفة قوة حقيقية تتحكم بالقوى الأخرى، سواء كانت سياسية، أو اقتصادية، أو عسكرية، بل إنها يمكن أن تتحول إلى أسلحة دمار شامل عندما يتعلق الأمر بالأحداث التي تمارس ضغطاً على ثقافة الآخر أو الثقافة المحلية، كما أصبحت تلك الوسائل أداة لصناعة الرأي وتوجيهه في الاتجاه الذي يخدم غاياتها المختلفة^(١).

وقد أدركت التنظيمات الإرهابية أهمية وسائل الإعلام في نشر دعايتها، ولذلك نجدها تسعى وبشكل دائم إلى جذب انتباهها، وذلك من خلال تنفيذ بعض العمليات كاحتجاز الرهائن في المنطقة المستهدفة مما يؤدي إلى تحقق أحد المسائل الهامة ضمن استراتيجيتها، إذ تركز استراتيجية الإرهاب على مسألتين هما: نشر قضيته وإخافة عدوه^(٢). والامثلة كثيرة حول اهتمام التنظيمات الإرهابية بالنشاط الإعلامي كتنظيم القاعدة الذي أنشأ في عام ٢٠٠٥ مؤسسة السحاب المختصة بالإنتاج الإعلامي، والتي كانت تقوم بإرسال نسخاً من إصداراتها للقنوات الفضائية، مثل قناة الجزيرة القطرية، وبعد ذلك بدأت تروج لأفكارها من خلال نشر موادها عبر شبكة الإنترنت، إذ قامت بإصدار ١٦ تسجيلاً فيديو ونشرته عبر الشبكة المذكورة، ومع مرور السنوات تحسنت إصداراتها بشكل ملحوظ، كما بدأت تهتم بإصدار مواد بلغات مختلفة^(٣).

وقد حرص تنظيم القاعدة على التواجد الإعلامي في الكثير من الدول؛ ادراكاً منه لدور الإعلام الكبير في إيصال دعايته إلى مختلف دول العالم، فنجد فرع التنظيم في أفغانستان وباكستان لديه مؤسسة السحاب المشار إليها سابقاً، والتي اندمجت مع مركز الفجر الإعلامي، ونجد أيضاً مركز اللجنة الإعلامية الذي تحول إلى مؤسسة الأندلس للإنتاج الإعلامي تابع لتنظيم القاعدة في بلاد المغرب الإسلامي، أما فرع التنظيم في جزيرة العرب فلديه مركز صوت الجهاد، وبعد اندماج

(١) طيبي غماري: الإسلاموفوبيا - مصطلح زائف لظاهرة حقيقية في كتاب رهاب الإسلاموفوبيا، ط١، منتدى العلاقات العربية والدولية، ٢٠١٧، ص٣٣-٣٤.

(٢) د. بلهول نسيم: إدارة الأزمة الإرهابية بعيون القوات الخاصة، ط١، عمان، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص١٠١.

(٣) د. عمر خالد المسفري: الاتصال الجماهيري والإعلام الأمني، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣، ص٢٠٤-٢٠٥.

فرعي القاعدة في السعودية واليمن ظهرت مؤسسة صدى الملاحم ، وأخيراً مركز الفرقان التابع لتنظيم القاعدة في بلاد الرافدين (١).

وتحقق التنظيمات الإرهابية من وراء استعمالها لوسائل الإعلام أربعة أهداف هي (٢):

١. بث الرعب والخوف في نفوس الجماعات التي تستهدفها، وذلك من خلال الرسائل الدعائية التي تقدمها، والتي تركز فيها على حجم الخسائر في الأرواح والأموال، فضلاً عن التحذير من المستقبل المجهول.
 ٢. إحباط معنويات الحكومات المستهدفة من أعمالهم الإرهابية، فضلاً عن بث روح اليأس بين القوات الأمنية.
 ٣. السعي للحصول على تأييد الرأي العام الدولي من خلال شرح وجهة نظرهم ومحاولة كسب تعاطف الجماعات المؤثرة في الرأي العام.
 ٤. تقوم التنظيمات الإرهابية بمخاطبة الجماعات ذات الاهتمام المشترك معها، من خلال وسائل الإعلام، ومن ثم تقوم بالتعبئة وتجنييد عناصر جديدة.
- وتعد شبكة الإنترنت وسيلة الإرهابيين المفضلة، وذلك بسبب توفرها، وقلة تكلفتها، وسرعتها، فضلاً عن تجاوزها للحدود الزمانية والمكانية التي تساعد على إيصال المعلومات التي تريدها إلى الجمهور المستهدف، وخصوصاً مواقع التواصل الاجتماعي.
- وتمارس التنظيمات الإرهابية شكلاً آخر من أشكال الإرهاب يدعم أرهاها المادي التقليدي ألا وهو الإرهاب الإلكتروني، والذي يعرف على أنه: "نشاط أو هجوم متعمد، ذو دوافع سياسية بغرض التأثير على القرارات الحكومية والرأي العام، باستعمال الفضاء الإلكتروني كعامل مساعد ووسيط في عملية التنفيذ للعمل الإرهابي أو الحربي، أو من خلال ما يعد تأثيراً معنوياً ونفسياً من خلال التحريض على بث الكراهية الدينية وحرث الأفكار، أو أن يتم في صورة رقمية عبر استعمال آليات

(١) د. نديم منصور: سوسيولوجيا الإنترنت، ط١، بيروت، منتدى المعارف، ٢٠١٤، ص١٩٣-١٩٤.

(٢) أ.د. بيسوني إبراهيم حمادة: مصدر سابق، ص٥٧٦.

الأسلحة الإلكترونية الجديدة في معارك تدور رحاها في الفضاء الإلكتروني، والتي قد يقتصر تأثيرها على بعدها الرقمي، أو قد تتعدى لإصابة أهداف مادية تتعلق بالبنية التحتية الحيوية^(١).

ومن أبرز التنظيمات التي اعتمدت على شبكة الإنترنت في أداء العديد من المهام هي تنظيم القاعدة، حتى إن الكثيرين أشاروا إلى أنه يعد أول تنظيم يدار عبر شبكة الإنترنت، ففي وثيقة نشرت في عام ٢٠٠٣ بعنوان " القاعدة: المبادئ التسعة والثلاثون للجهاد" باسم شخص أطلق على نفسه (السالم) تم التأكيد فيها على الجهاد الإلكتروني في المبدأ الرابع والثلاثون، وعد هذا النوع من الجهاد واجباً مقدساً^(٢).

أما مجالات استعمال التنظيمات الإرهابية لشبكة الإنترنت فيمكن حصرها بما يأتي:

أولاً: جمع ونشر المعلومات

تتوافر في شبكة الإنترنت الكثير من المعلومات التي يسعى الإرهابيين للحصول عليها، تحقيقاً لأهدافهم وتنفيذاً لخططهم، مثل مواقع المنشآت النووية ومواعيد الرحلات الجوية وغيرها من المعلومات المتنوعة^(٣).

ولا تكتفي التنظيمات الإرهابية في جمع المعلومات من خلال شبكة الإنترنت، وإنما تقوم أيضاً بنشر أفكارها وآرائها المتطرفة إلى العالم، كما تضمن شبكة الإنترنت لها ديمومة نقل تلك الأفكار والمعلومات وتبادلها بين أعضاء التنظيم، وتجعلهم على اتصال مع بعضهم البعض بشكل مستمر^(٤).

ثانياً: التدريب النظري على العمليات الإرهابية

لا يقتصر عمل الأفراد المنتمين للتنظيمات الإرهابية على نشر أفكارها المتطرفة عبر شبكة الإنترنت وإنما يسعون أيضاً إلى نشر معلومات وفيديوهات حول كيفية تصنيع القنابل والأسلحة

(١) عادل عبد الصادق: الإرهاب الإلكتروني القوة في العلاقات الدولية نمط جديد وتحديات مختلفة، القاهرة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠٠٩، ص ٣٧٥.

(٢) عبد الباري عطوان: القاعدة التنظيم السري، ط٣، بيروت دار الساقى، ٢٠١٢، ص ١٥٦.

(٣) أ.د. وجيه الدسوقي المرسي: الأساليب الإلكترونية الحديثة التي تستخدمها التنظيمات الإرهابية في الجرائم الإرهابية، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٤، ص ١٤٦.

(٤) محمد انور البصول: الاتصال وأثره في عمليات الإرهاب في كتاب الإرهاب والعولمة، الرياض، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، ٢٠٠٢، ص ٢٨١.

والعبوات البدائية وطرق استعمالها، فضلاً عن كيفية تنفيذ العمليات الإرهابية، ونتيجة لذلك انتشر نوع آخر من الإرهابيين عرف باسم (الذئب المنفرد) Lonely Wolf وهو الشخص الذي يقوم بتنفيذ عمليات إرهابية فردية دون الانتماء إلى تنظيم معين، إذ يحصل هؤلاء الأشخاص على المعلومات والتدريبات وأماكن شراء الأسلحة من خلال شبكة الإنترنت بشكل عام، ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، ويفيدون من المقاطع التعليمية التي يتم نشرها على موقع يوتيوب YouTube من قبل التنظيمات الإرهابية حول طريقة صناعة الأسلحة والمتفجرات وغيرها من الأمور^(١).

ثالثاً: الحصول على التمويل

تسعى التنظيمات الإرهابية وبشكل مستمر للحصول على مصادر تمويل مختلفة، فتعمل على استغلال بعض الجمعيات الخيرية المساندة لها سراً للحصول على تبرعات الأفراد عبر شبكة الإنترنت، وذلك من خلال عرض رقم حسابها البنكي على مواقع الإنترنت المختلفة مما يتيح الفرصة للمؤمنين بأفكارها والمتعاطفين معها للتبرع لها^(٢).

رابعاً: تجنيد الأفراد

تسعى التنظيمات الإرهابية إلى اجتذاب عناصر جديدة من خلال شبكة الإنترنت لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع فيسبوك Facebook، ويتم ذلك من خلاله انشاء مجموعات Group لاستقطاب الأشخاص المتطرفين والمتوافقين مع تلك التنظيمات فكرياً، بحيث يتم نشر المواد المتطرفة بالتدريج وبطريقة لا تنتهك سياسة الموقع، وبعد ذلك يتم توجيه الأعضاء المتطرفين إلى المواقع المرتبطة بتلك التنظيمات الإرهابية^(٣).

ولا يقتصر التجنيد على الرجال فقط وإنما يشمل النساء أيضاً، ومن أبرز الأمثلة على ذلك موقع (الخنساء) المخصص لتجنيد النساء في تنظيم القاعدة عبر شبكة الإنترنت، والذي يتم الإشراف عليه من قبل نساء يؤمن بالسلفية الجهادية^(٤).

(١) إيهاب خليفة: حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص١٢٤.

(٢) د. إسماعيل محمود عبد الرحمن: الإعلام والإرهاب والثقافة البديلة، ط١، الاسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، ٢٠١٤، ص١٣٠-١٣١.

(٣) إيهاب خليفة: مصدر سابق، ص١٢٣.

(٤) د. نديم منصور: مصدر سابق، ص١٩٤.

خامساً: التخطيط والتنسيق للعمليات الإرهابية

تحتاج التنظيمات الإرهابية إلى تخطيط محكم وتنسيق شامل؛ لكون عملها على جانب كبير من التعقيد والصعوبة، ولذلك نجدها تلجأ إلى شبكة الإنترنت هذا الجانب؛ نظراً لما تتمتع به من مزايا توفر لها حرية التخطيط والتنسيق الشامل لشن الهجمات التي تسعى إلى تحقيقها في جو مريح وبعيد عن أعين الناظرين، مما يسهل ترتيب تحركات الإرهابيين وتوقيت هجماتهم^(١).

(١) أ.د. وجيه الدسوقي المرسي: مصدر سابق، ص ٤٦.

المبحث الثاني: نشأة تنظيم داعش - جرائمه ومصادر تمويله

قبل الحديث عن البدايات الأولى لتنظيم داعش لابد لي من إيضاح أسباب التسمية التي اختلفت المصادر في تسميته ما بين (داعش) و(تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام) وبين (تنظيم الدولة) و(تنظيم الدولة الإسلامية).

أصل التسمية

وردت عدة تسميات لتنظيم داعش، ففي بداية الأمر طرح التنظيم نفسه للعالم في عام ٢٠١٣ باسم (تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام) وبناءً على ذلك تم اطلاق اسم (داعش) اختصاراً للحروف الأولى من اسم التنظيم لتتبنى وسائل الإعلام، لكن التنظيم يرفض هذه التسمية ويعاقب بالجلد أي شخص يقوم باستعمالها في المناطق التي تمكن من السيطرة عليها، أما وسائل الإعلام الغربية فكانت تستعمل تسمية ISIS وهي تسمية مختصرة لاسم التنظيم وتعني (Islamic State of Iraq and Syria) كما تم استعمال اختصار ISIL وتعني (Islamic State of Iraq and Syria) والاختصاران يعنيان (تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام)، ولكن سرعان ما تبنت التسمية ذاتها التي استعمالها الإعلام العربي وهي داعش DAESH^(١).

وفي عام ٢٠١٤ غير التنظيم اسمه إلى (الدولة الإسلامية)، ولكن هذه التسمية تجنب استعمالها الكثيرين سواء في وسائل الإعلام أو المختصون والباحثون في مجال التنظيمات الإرهابية؛ وذلك لكونه يضيف على التنظيم صفة القوة والشرعية، إذ إن اختياره لهذا الاسم يدل على سعيه نحو إقامة خلافة عالمية^(٢).

وقد لاحظت الباحثة ورود تسميات أخرى تم إطلاقها في وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي مثل (تنظيم الدولة) و(دولة الخلافة)، كما وجدت الباحثة أن البعض كان يرفض وصف التنظيم بكونه (تنظيم إرهابي) وإنما كان يصفه بأنه (تنظيم جهادي)، ويطلق آخرون على نشاط التنظيم الإعلامي في شبكة الإنترنت مصطلح (الجهاد الإلكتروني).

(١) صابر سعد يقور: داعش برؤية الجزيرة عبر الفيسبوك لخطاب وأنماط الوعي الجماهيري، ط١ عمان، دار الخليج للصحافة والنشر، ٢٠١٧، ص١١٨.

(٢) محمد العبيدي وآخرون: الجماعة التي تسمى نفسها دولة- فهم تطور تنظيم الدولة الإسلامية وتحدياته، ط١، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ٢٠١٥، ص١٤.

جذور تنظيم داعش

عرف تنظيم داعش بأنه أحد التنظيمات الإرهابية المسلحة التي تدعي أنها تتبنى الفكر السلفي الجهادي المتطرف، وتسعى إلى تطبيق الشريعة الإسلامية فضلاً عن إحياء الخلافة الإسلامية مستعملة العنف والقتل، ومستغلة معنى الجهاد لتحقيق غاياتها^(١).

وترجع أسباب ظهور التنظيم وتوسعه إلى عدة عوامل، يأتي في مقدمتها الاحتلال الأمريكي للعراق عام ٢٠٠٣ وتداعياته التي أدت إلى حدوث انقسامات إثنية وعرقية داخل المجتمع العراقي، والتي خلقت بيئة مثالية لظهور تنظيم داعش من رحم تنظيم القاعدة الذي كان موجوداً قبل الاحتلال الأمريكي للعراق، فضلاً عن قيام ثورات الربيع العربي التي شهدتها عدة دول عربية، ولاسيما في سوريا، إذ أدت الحرب فيها إلى تحطيم مؤسسات الدولة، مما أدى إلى استغلال التنظيم لهذه الظروف لينشئ دولته المزعومة^(٢).

وتتفق الدراسات على أن الجذور الأولى لتنظيم داعش تعود إلى تنظيم القاعدة الذي تبنى نظرية الجهاد العالمي، والتي استندت إلى ما طرحه مؤسس التنظيم (عبد الله عزام)، الذي اعتبر أن قوة الإسلام العالمي يجب أن تتركز في أرض إسلامية واحدة، مشيراً إلى إمكانية الانتصار على الكافرين من خلال الجهاد وإقامة دولة الإسلام، وبذلك نجد أن مفهوم الخلافة هو الأساس والباعث لتلك التنظيمات المتطرفة من أجل تحقيق هدفهم في الوصول السلطة^(٣).

نشأة تنظيم داعش وتطوره

تعود البدايات الأولى للتنظيم إلى عام ٢٠٠٤ عندما قام (أبو مصعب الزرقاوي) بتأسيس تنظيم (التوحيد والجهاد)، والذي ضم مجموعة من المقاتلين من مختلف الجنسيات العربية الذين اختلفت مهامهم، فمنهم من كان مسؤولاً على تنسيق المتفجرات، ومنهم من اهتم بتنسيق العمليات، كما تم تكليف أشخاص ليكونوا مسؤولين عن جهاز الدعاية، وكانت أنشطة التنظيم موزعة على ٩ قواعد، تعمل كل واحدة منها بإمرة قائدها الخاص بها، أما القيادة العليا للتنظيم فكانت تتركز في

(١) فؤاد ابراهيم: داعش من النجدي إلى البغدادي - نوستالجيا الخلافة، ط١، بيروت، مركز اوال للدراسات والتوثيق، ٢٠١٥، ص١١٦.

(٢) د. فواز جرجس: داعش إلى أين - جهاديو ما بعد القاعدة، ط١، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٦، ص٥٩-٦٠.

(٣) د. طارق عبود: الشرق الأوسط وخرائط الدم - دور الولايات المتحدة في صناعة الإرهاب، ط١، بيروت، دار الفارابي، ٢٠١٨، ص١٧٤.

مدينة الفلوجة، كما تركز التنظيم في عدة مدن بإعداد متفاوتة في (بغداد والأنبار وديالى وسامراء والموصل)، فضلاً عن انتشارهم في المنطقة الشمالية (١).

وفي عام ٢٠٠٤ أعلن (أبو مصعب الزرقاوي) في بيان تم بثه عبر شبكة الإنترنت عن تغيير اسم تنظيمه من (التوحيد والجهاد) إلى (القاعدة في العراق) أو (القاعدة في بلاد الرافدين) معلناً مبايعته (لأسامة بن لادن)، وبعد شهرين أعلن الأخير في شريط تم بثه على شبكة الجزيرة بقبوله لبيعة الزرقاوي وإعلانه (أميراً) على (القاعدة في العراق) (٢).

وفي ١٥ كانون الثاني من العام ٢٠٠٦ تم تأسيس (مجلس شورى المجاهدين) الذي تولى قيادته (عبد الله راشد البغدادي)، وقد ضم عدداً من الفصائل المسلحة وهي (قاعدة الجهاد في بلاد الرافدين، وجيش الطائفة المنصورة، وسرايا أنصار التوحيد، وسرايا الغرياء، وسرايا الجهاد الإسلامي، وكتائب الأهوال، وجيش أهل السنة والجماعة) وكان الهدف الاساس من هذا المجلس -حسب ادعائهم- مواجهة الاحتلال الأمريكي، فضلاً عن العملاء والمرتبدين من وجهة نظرهم (٣).

وفي منتصف أكتوبر من عام ٢٠٠٦ أعلن (أبو حمزة المهاجر) في بيان له عن انشاء (دولة العراق الإسلامية) بقيادة (أبو عمر البغدادي) بعد حل (مجلس شورى المجاهدين) مشيراً إلى ان هذه الدولة ستكون بذرة لإعادة تأسيس الخلافة الإسلامية (٤).

تمركز التنظيم في محافظة الأنبار وكان له حضور قوي في مناطق جنوب بغداد وديالى وصلاح الدين وأجزاء من محافظة بابل، كما كان (للدولة الإسلامية في العراق ISI) حكومة كاملة، فضلاً عن وجود مسودة دستور لعراق ما بعد الاحتلال (٥).

وفي ١٩ نيسان من عام ٢٠١٠ وبعد مواجهات دامت ساعات أعلنت القوات الأمريكية عن مقتل (أبو عمر البغدادي) في منطقة الثرثار الواقعة جنوب غرب مدينة تكريت، فضلاً عن مقتل نائبه الأول (أبو حمزة المهاجر) الذي كان يعمل وزيراً للحرب في (الدولة الإسلامية) (١).

(١) د. فواز جرجس: مصدر سابق، ص ٧٠-٧١.

(٢) المصدر نفسه: ص ٧٧.

(٣) عابدة العلي سري الدين: الدولة الإسلامية جذورها ومستقبلها، ط ١، بيروت، دار الفارابي، ٢٠١٦، ص ٣٧.

(٤) موسوعة ويكيبيديا: مجلس شورى المجاهدين في العراق مقال منشور على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2Y9li0e> (تاريخ الزيارة: ٢٣/٣/٢٠١٩).

(٥) عبد الباري عطوان: القاعدة - التنظيم السري: مصدر سابق، ص ٢٥٧.

وبعد مقتل (أبو عمر البغدادي) وقع الاختيار على (أبو بكر البغدادي) ليكون زعيماً للتنظيم، ويكون (الناصر لدين الله) وزيراً للحرب، ليتم خلال هذه السنوات صناعة الدولة المزعومة قبل الإعلان عنها رسمياً.^(٢)

بعد أن تسلم (أبو بكر البغدادي) زعامة التنظيم قرر تكليف (أبو محمد الجولاني) مع عدد من المقاتلين العراقيين والسوريين ليؤسس فرعاً في سوريا باسم (جبهة النصرة)، كما أرسل معه المسؤول عن المجلس العسكري للتنظيم (حجي بكر)؛ من أجل التوجه إلى شمال سوريا لوضع استراتيجية عسكرية للتنظيم، فضلاً عن إرسال (أبو محمد العدناني) ليكون مسؤولاً عن منطقة إدلب، علماً أنه أصبح -لاحقاً- ناطقاً باسم تنظيم داعش^(٣).

وفي أواخر عام ٢٠١١ تم الإعلان عن تأسيس تنظيم (جبهة النصرة) الذي سمي لاحقاً بـ (جبهة فتح الشام)، وقد صدر بيانه الأول في ٢٤ كانون الثاني من عام ٢٠١٢ دعا فيه الشعب السوري للجهاد وحمل السلاح^(٤).

وفي ٨ نيسان عام ٢٠١٣ أعلن (أبو بكر البغدادي) نفسه أميراً للمؤمنين في (دولة العراق الإسلامية) واستمر في توسيع نشاط التنظيم إلى سوريا ليصبح اسمه لاحقاً تنظيم (الدولة الإسلامية في العراق والشام)، معلناً انضمام (جبهة النصرة) للتنظيم، الأمر الذي رفضه (أبو محمد الجولاني) الذي أعلن تبعيته لتنظيم القاعدة بقيادة (أيمن الظواهري)، ونتيجة لذلك توسع الخلاف بينهما مما دفع الظواهري إلى بث رسالة صوتية في ٩ حزيران من عام ٢٠١٣ طالب فيها البغدادي بحل تنظيم الدولة في سوريا واقتصار عمله على العراق، وأن يبقى الجولاني قائداً لجبهة النصرة في سوريا، لكن البغدادي رفض القرار متهماً الظواهري بارتكاب مخالفات منهجية وشرعية^(٥).

وفي العاشر من حزيران من عام ٢٠١٤ أعلن التنظيم إقامة حملة كبيرة لتحرير العراق من الخونة (حسب ادعائهم)، واستمروا بالتوسع حتى وقعت عدة مدن تحت سيطرتهم، ليعلن التنظيم في ٢٩ حزيران عام ٢٠١٤ دولة الخلافة، إذ أشار (أبو محمد العدناني) الناطق الرسمي باسم التنظيم

(١) عابدة العلي سري الدين، مصدر سابق، ص ٢٧.

(٢) د. رفعت السيد أحمد: داعش خلافة الدم والنار، ط ١، دمشق- القاهرة، دار الكتاب العربي، ٢٠١٥، ص ١٧.

(٣) هيثم مناع: جبهة النصرة - من فقه الدم إلى جهاد الغلبة، ط ١، بيروت، بيسان للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ٣٧-٣٨.

(٤) تعرف على جبهة فتح الشام.. "النصرة" سابقاً، تقرير منشور على موقع قناة الجزيرة على الرابط الآتي:

<http://bit.ly/2U2NjIX> (تاريخ الزيارة: ٢٤/٣/٢٠١٩).

(٥) فؤاد إبراهيم: مصدر سابق، ص ١٢٣-١٢٤.

الفصل الثالث: الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية

إلى إلغاء اسم العراق والشام من مسمى دولتهم المزعومة ليحل محلها اسم (الدولة الإسلامية) فقط، كما أشار إلى أن مقاتلي التنظيم قد ازالوا الحدود التي وصفها بالصنم^(١).

وفي بداية شهر تموز من عام ٢٠١٤ أعلن التنظيم عن إصدار جوازات سفر رسمية، مستعيناً بالمقرات الحكومية العراقية التي وقعت تحت سيطرته، إذ تشير التقارير إلى أن التنظيم قام بتقديم أكثر من ١١ ألف جواز رسمي للمدنيين العراقيين، كما في الصورة رقم (١٢)، وفي ١٣ تشرين الثاني أمر البغدادي بسك العملات باستعمال الذهب والفضة والنحاس من أجل أن تحل محل العملات المتداول استعمالها، كما في الصورة رقم (١٣)^(٢).



صورة رقم (١٢) لجواز السفر الذي أصدره تنظيم داعش في مدينة الموصل^(٣)



صورة رقم (١٣) تمثل أحد العملات الذهبية التي أصدرها تنظيم داعش^(٤)

(١) د. طارق عبود: مصدر سابق، ص ٣٢٧.

(٢) داعش صورة عن تنظيم إرهابي جهادي - رؤية صهيونية (باحث للدراسات الفلسطينية والاستراتيجية) ترجمة اسلام الريحاني، ط١، بيروت، ٢٠١٦، ص ١٠٨.

(٣) العربية.نت: "داعش" يصدر أول جواز سفر رسمي بالموصل على الرابط الآتي:

<http://bit.ly/2WVuWYC> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٦/٢١).

(٤) العربية.نت: "داعش" يعلن عن إصدار عملات جديدة.. دينار ودرهم وفسل، على الرابط الآتي: <http://bit.ly/31StyF9> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٦/٢١).

تمكن التنظيم في الأشهر الأولى من فرض سيطرته على محافظة نينوى بما فيها من ثكنات عسكرية ومراكز أمنية وسجون، فضلاً عن السيطرة على جميع الجهات التي أصبحت لاحقاً ضمن مصادر تمويلها، مثل آبار النفط، والمصارف، وكان ذلك خلال شهر حزيران، أما في شهر تموز فقد ركز التنظيم جهوده على تصفية الأقليات بالقتل والتهجير والسبي وأخذ الجزية، كما توسع في مناطق أخرى في ديالى والأنبار، أما في شهر آب فقد فرض سيطرته على المناطق المتنازع عليها، مثل سد الموصل، وسنجار، وزمار، وتلكيف، ومخمور، أمام انهيار قوات البيشمركة الكردية، مما أدى إلى الاستعانة بسلاح الجو الأمريكي الذي أعاد التوازن بين الأكراد وتنظيم داعش^(١).

امتدت دولة الخلافة المزعومة التي أعلنها البغدادي من الرقة في سوريا إلى الموصل في العراق لتشمل خريطة افتراضية ضمت حسب تسمياتهم (ولاية الرقة، ولاية الحسكة، ولاية دير الزور، ولاية الحدود، ولاية الأنبار، ولاية نينوى، ولاية الشمال، ولاية صلاح الدين، ولاية كركوك، ولاية ديالى، ولاية بغداد، ولاية الجنوب)^(٢).

بعد الإعلان عن دولة تنظيم داعش المزعومة أبدت بعض التنظيمات الإرهابية مبايعتها للتنظيم في عدة دول عربية، ففي مصر تم مبايعته من قبل أنصار بيت المقدس المتمركزة بالجزء الشمالي من شبه جزيرة سيناء، والتي أعيد تسميتها إلى ولاية سيناء، وفي ليبيا تم مبايعته من قبل مجموعة من المقاتلين في مدينة درنة، الذين قاموا لاحقاً بقطع رؤوس الأقباط المصريين، أما في نيجيريا فقد أعلن تنظيم بوكو حرام* مبايعته للتنظيم لتظهر ولاية السودان الغربي، أما في أفغانستان وباكستان فقد بايعته مجموعة أطلقت على نفسها (ولاية خراسان)، وفي اليمن ظهرت ولاية صنعاء، وأخيراً في الفلبين أعلنت جماعة (أبو سيف) مبايعتها للتنظيم أيضاً^(٣).

(١) هشام الهاشمي: عالم داعش- تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام، ط١، لندن- بغداد، دار الحكمة- دار بابل، ٢٠١٥، ص٢٥٩-٢٦٠.

(٢) د. ياسر عبد الحسين: الحرب العالمية الثالثة- داعش والعراق وإدارة التوحش، ط١، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠١٥، ص٣٥٤.

* بوكو حرام تعني (التعاليم الغربية حرام).

(٣) غوين داير: فوبيا داعش واخواته، ترجمة رامي طوقان، ط١، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، ٢٠١٦، ص٢٠٩-٢١١.

أما أبرز العوامل التي مكنت التنظيم من السيطرة على مساحات واسعة، هي امتلاكه المعدات العسكرية، من دبابات وصواريخ وسيارات مصفحة، فضلاً عن السيارات ذات الدفع الرباعي والأسلحة المتنوعة التي حصل عليها من الجيش العراقي والسوري^(١).

ومن العوامل الأخرى التي مكنت التنظيم من السيطرة بسرعة، وجود عدد كبير من المقاتلين ضمن صفوفه والذي بلغ عددهم حسب المرصد السوري لحقوق الإنسان في أغسطس من عام ٢٠١٤ حوالي ٥٠ ألف مقاتل في سوريا، مقابل ٣٠ ألف مقاتل في العراق، أما المقاتلون الأجانب فقد بلغ عددهم أكثر من ١٥ ألف مقاتل من ٧٤ دولة، جاءت روسيا في مقدمة الدول المصدرة للمقاتلين حسب المركز الدولي لدراسة العنف والتطرف السياسي، إذ انضم إلى التنظيم أكثر من ١٠٠٠ مقاتل، أما المرتبة الثانية فكانت لفرنسا بحوالي ٩٠٠ مقاتل، واحتلت بريطانيا والمانيا المرتبة الثالثة بحوالي ٥٥٠ مقاتلاً وأخيراً تركيا التي انضم منها إلى التنظيم حوالي ٥٤٠ مقاتلاً^(٢).

ولم يكتفِ التنظيم بتجنيد الرجال وإنما حرص على تجنيد النساء أيضاً، على الرغم من أنهن لم يحصلن على مناصب قيادية عليا، إلا أنه تم توكيل عدة مهام لهن بعد تأسيس كتيبة الخنساء في ٢ شباط من عام ٢٠١٤ والتي تولت مهمة التفنيس في الحواجز والسيطرات، فضلاً عن محاسبة النساء اللاتي يخطئن أو يخالفن الشريعة الإسلامية، وقد تطورت هذه الكتيبة وانضمت إلى ديوان الحسبة بعد سيطرة التنظيم على مدينة الموصل؛ لتعمل النساء بعد ذلك في مجالات عدة، مثل الإعلام والتعليم والأمن والدعوة وإقامة الحدود، كما شاركت الكتيبة في المجالات القتالية إذ كان لها دور مساند في ديوان الجند، وجهاز التنظيم العسكري، كتقديم الخدمات الطبية وإعداد الطعام^(٣).

وقد اعتمد تنظيم داعش على استراتيجية مزدوجة من أجل تحقيق البقاء والتمدد، ركزت الأولى على التوسع في الأراضي المحيطة بالمناطق المسيطر عليها من قبل التنظيم في العراق وسوريا من خلال قدراته العسكرية، أما الثانية فقد اعتمدت على التوسع العالمي من خلال نظام

(١) منصور عبد الحكيم: داعش ماردم العصر الأخير- السفيناني والرايات السود آخر الزمان، ط١، دمشق- القاهرة، دار الكتاب العربي، ٢٠١٥، ص ٢٨٠.

(٢) مختار شعيب: مصدر سابق، ص ١١٦- ١١٧.

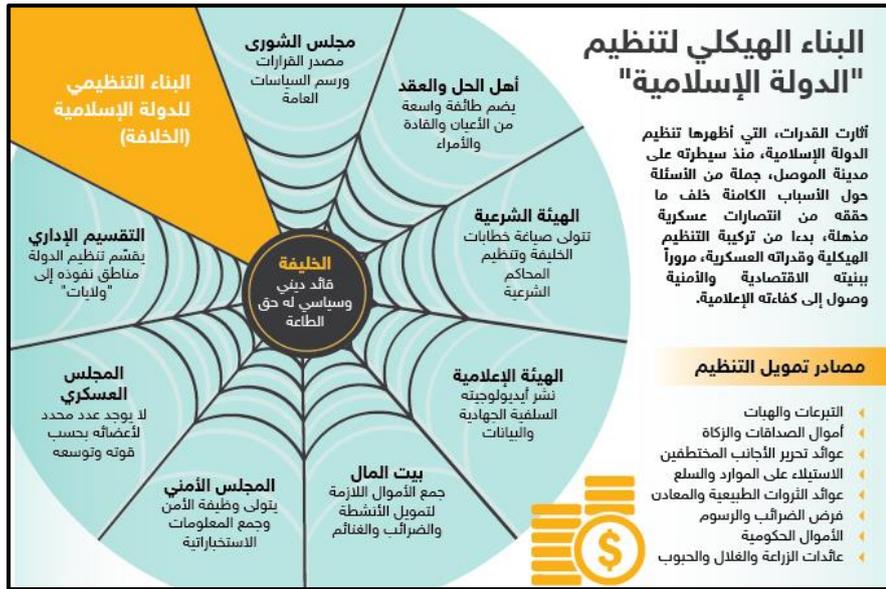
(٣) محمد أبو رمان وحسن ابوهنية: عاشقات الشهادة - تشكيلات الجهادية النسوية من القاعدة إلى الدولة الإسلامية، ط١، عمان، مؤسسة فريدريش ايبرت، ٢٠١٧، ص ١٥١-١٥٢.

الفصل الثالث: الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية

الولايات في المناطق التي تحظى بقبول فكر تنظيم داعش، ومحاولة الحصول على مبايعات من قبل التنظيمات الإرهابية الأخرى (١).

أما أسباب تمكن التنظيم من فرض نفسه والحصول على تأييد عدد كبير من الناس خلال مدة قصيرة ولاسيما من قبل فئة الشباب، فترجع إلى أسلوبه في التواصل ومهاراته في التكيف مع الثقافة الشبابية، وقدرته العالية في التأثير على عقول فئة كبيرة منهم، مما أدى إلى استمالتهم ولاسيما المتطوعون الأجانب؛ وذلك بفعل دعايته المعتمدة بشكل أساسي على رموز ثقافة الشباب (٢).

أما فيما يتعلق بالبناء الهيكلي لتنظيم داعش، فيعد من أكثر التنظيمات الإرهابية تطوراً من ناحية الهيكل التنظيمي؛ نظراً لمزاجته بين الأشكال التنظيمية الإسلامية التقليدية، والأشكال التنظيمية الحديثة للدولة، التي تستند على الجهاز العسكري الأمني، والجهاز الايديولوجي البيروقراطي، ويتألف البناء التنظيمي للتنظيم من تسعة أقسام هي: (الخليفة، مجلس الشورى، أهل الحل والعقد، الهيئة الشرعية، الهيئة الإعلامية، بيت المال، المجلس العسكري، المجلس الأمني، التقسيم الإداري)، وكما موضح في صورة رقم (١٤) (٣).



صورة رقم (١٤) انفوغراف يوضح البناء الهيكلي لتنظيم داعش

(١) حسن سالم بن سالم: تنظيم داعش والإرهاب العابر للحدود، بحث منشور في مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، دراسات، العدد (١١ - مايو ٢٠١٦) ص ١٤.

(٢) اوليفيه روا: الجهاد والموت، ترجمة: صالح الأشمر، ط ١، بيروت، دار الساقي، ٢٠١٧، ص ١٣٤.

(٣) حسن ابو هنية: البناء التنظيمي (للدولة الإسلامية)، بحث منشور في موقع مركز الجزيرة للدراسات على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2JEqZkX> (تاريخ الزيارة: ٢٥/٣/٢٠١٩)

جرائم تنظيم داعش الإرهابي

ارتكب تنظيم داعش الإرهابي جرائم وحشية بحق الإنسانية، أخذت عدة أشكال أبرزها:

١. القتل

تقن تنظيم داعش في قتل رهائنه بأساليب وطرق وحشية، فقد نفذ عمليات إعدام جماعي، كما حصل في مجزرة سبايكر من عام ٢٠١٤ في محافظة صلاح الدين، والتي راح ضحيتها ١٧٠٠ طالب متدرب في قاعدة سبايكر العسكرية، بعد أن تم رميهم بالرصاص ومن ثم رمي جثث البعض منهم في نهر دجلة، ودفن البعض الآخر في مقابر جماعية^(١).

نفذ التنظيم عمليات قتل بأشكال مختلفة، مثل عمليات الذبح التي نفذت بحق العديد من الصحفيين الأجانب، مثل الصحفي الأمريكي (ستيفن سوتلوف)، وقام التنظيم بإغراق البعض من الرهائن وتعجير البعض الآخر، ومنهم من احرقه، كما حصل مع الطيار الأردني معاذ الكساسبة، ومنهم من صُلبَ وآخرون دهسوا تحت الدبابات، وقد بدت بعض عمليات القتل غريبة للغاية، كالقيام بشي الرهائن كما في الصورة رقم (١٥).



صورة رقم (١٥) تمثل شي ؛ أشخاص أحياء على يد تنظيم داعش بتهمة الجاسوسية^(٢)

(١) المستشار القانوني عبد حسن ماشاف الكناني: احكام وصور الجرائم الدولية، ط١، بغداد، المكتبة القانونية، ٢٠١٨، ص١٥٩.

(٢) العربية.نت: #داعش "يشوي" ؛ عراقيين بتهمة التجسس على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2ZCdW6v> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٧/٦/٢١)

٢. جرائم ضد الأقليات

مارس تنظيم داعش أبشع أنواع الجرائم تجاه الأقليات في العراق جاء في مقدمتها سبي النساء الايزيديات، إذ كان أفراد التنظيم يتباهون بسبي النساء وبيعهن كجوارى في سوق العبيد، مبررين فعلتهم هذه بأنهن مشركات، وأن سبيهن من أوجه الشريعة الإسلامية، وبحسب تصريحات لناجيات أيزيديات لمنظمة مراقبة حقوق الإنسان human rights watch فإن أعضاء التنظيم قاموا بجر الكثير من الفتيات الصغيرات اللواتي تتراوح أعمارهن بين (١٢ - ١٥) سنة وسبيهن بالقوة، لتشهد البشرية أكبر عملية استعباد في القرن الحادي والعشرين^(١).

أما المسيحيون في مدينة نينوى فقد وضعهم التنظيم أمام ثلاثة خيارات، الدخول في الإسلام، أو دفع الجزية، أو الخروج من أراضي دولتهم المزعومة، لكن خيار قتل المسيحيين لم يكن مطروحاً عكس الأقليات الأخرى التي تعرضت للقتل والسبي، وبذلك لم يكن أمام المسيحيين إلا مغادرة المدينة^(٢).

٣. تفجير المعالم الأثرية ودور العبادة

شهدت المناطق التي وقعت تحت سيطرة تنظيم داعش في العراق وسوريا تدميراً وتخريباً ممنهجاً طال جميع معالمها الأثرية والحضارية والاجتماعية والتراثية، فضلاً عن تدمير دور العبادة المختلفة، فكان لجميع الأديان والطوائف نصيب من هذا التخريب.

ومن أبرز الأماكن التي تعرضت للتخريب على أيدي عناصر التنظيم هي متحف الموصل، الذي يضم عدداً كبيراً من القطع الأثرية النادرة، والتي تعود إلى الحضارة الآشورية والإسلامية، فضلاً عن تفجير مدينة النمرود بحجة أنها مدينة الملك الذي قام بمحاربة النبي إبراهيم عليه السلام، كما قام التنظيم أيضاً بتخريب مدينة الحضر العريقة^(٣).

وقد دمر التنظيم عشرات المساجد والحسينيات والأضرحة والمرقد الدينية والكنائس في محافظة نينوى، كما في الصورة رقم (١٦)، ومن الأمثلة على ذلك تفجير جامع وضريح الشيخ

(١) إبراهيم الحيدري: مصدر سابق، ص ١٧٨-١٧٩.

(٢) د. مازن شندب: مصدر سابق، ص ٦١.

(٣) دنون بن متي الموصل: الموصل بين احتلالين ٢٠٠٣-٢٠١٤ مذكرات مواطن عراقي، ط ١، بغداد، دار سطور، ٢٠١٦، ص ١٧٠.

فتحي، الذي يعود تاريخه إلى عام ١٠٥٠م، ومرقد الإمام الباهر، الذي يعود تاريخه إلى عام ١٢٤٠م، وجامع النبي يونس عليه السلام المشيد على تلة آشورية، والذي يرجع تاريخه إلى عام ١٣٦٥م، كما تم تفجير الكثير من المعالم الحضارية، مثل تمثال الشاعر أبي تمام، وعثمان الموصلية، وغيرها من المعالم (١).



صور رقم (١٦) لتفجير حسينية القبة في مدينة الموصل (٢)

٤. تجنيد واستغلال الأطفال

شهدت المناطق التي وقعت تحت سيطرة تنظيم داعش جريمة تجنيد الأطفال ممن تتراوح أعمارهم ما بين (١٣-١٧)، وترجع رغبة التنظيم في استقطاب وتجنيد الأطفال لعدة أسباب، أبرزها سهولة التأثير عليهم، مما يؤدي إلى إخضاعهم لأفكاره، إذ يصبح ولاؤهم غير مشكوك به، فضلاً عن قدرتهم للوصول إلى أماكن يصعب الوصول إليها من قبل الأعضاء الأكبر منهم سناً عند تنفيذ العمليات الانتحارية (٣).

وقد كشفت وزارة حقوق الإنسان العراقية أن تنظيم داعش يقوم بإرسال الأطفال إلى الأنبار، إذ يقوم مجموعة من الشباب باستقدامهم مقابل عدة مغريات يقدموها لهم، وبعد ذلك يتم بيعهم بسلسلة

(١) د. رفعت السيد أحمد: مصدر سابق، ص ٢٦-٢٧.

(٢) دنيا الوطن: العراق: بالصور.. داعش تنسف الأضرحة بالقنابل على لرابط الآتي: <http://bit.ly/2Fd4DSZ>

(تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٦/١٥)

(٣) حسين جاسم الخزاعي: الجيل الرابع للحركات السلفية الجهادية - الخارطة والملاحم، ط١، بغداد، دار الحكمة، ٢٠١٨، ص ٦٩-٧٠.

إجراءات بدءاً من \$٥٠٠ ووصولاً إلى \$٣٠٠٠ أمريكي، ومن ثم يتم تجنيدهم وغسل أدمغتهم، وقبل إرسالهم للقيام بالعمليات الانتحارية يتم إعطاؤهم عصائر يضاف إليها حبوب مخدرة^(١).

وطبقاً لدراسة تم نشرها في دورية دراسات الصراع والإرهاب فإن تجنيد الأطفال في تنظيم داعش يمر بست مراحل يتم الاعتماد عليها من أجل دمجهم داخل التنظيم وهي^(٢):

١. الإغواء Seduction: ويتم في هذه المرحلة عرض الأفكار والممارسات المتطرفة لأول مرة على الأطفال، وذلك من خلال اللقاءات غير المباشرة مع قادة التنظيم في المناسبات العامة.
٢. التعليم Schooling: في هذه المرحلة يتم تلقين الأطفال بشكل مكثف مبادئ تنظيم داعش وممارساته، كما يتم التقاؤهم مع قادته وجها لوجه.
٣. الاختيار Selection: يتم في المرحلة الثالثة إعطاء الأطفال مهام مختلفة وفقاً لاهتماماتهم وكفاءتهم، وكل ذلك من أجل اكتشاف مهاراتهم وقدراتهم.
٤. الإخضاع Subjugation: يتعرض الأطفال في هذه المرحلة لتدريبات مكثفة من الناحية الجسدية والنفسية، والتي تحتوي على قدر كبير من الوحشية، وتبدأ هذه المرحلة بعزلهم عن أسرهم، وإجبارهم على ارتداء زي موحد.
٥. التخصص Specialization: يسعى أعضاء التنظيم في هذه المرحلة إلى تعزيز الخبرات التي اكتسبها الأطفال خلال مدة التدريب، فضلاً عن اجتيازهم المزيد من التدريبات المتخصصة.
٦. التعيين Stationing: في المرحلة الأخيرة يتم وضع كل طفل في الدور المناسب له وفقاً لكل ما سبق، كما يتم اختيار أطفال لغرض المشاركة بالمناسبات العامة من أجل استقطاب أعضاء جدد.

مصادر تمويل تنظيم داعش

تشير الدراسات إلى اعتماد تنظيم داعش على مصادر تمويل مختلفة، ولاسيما بعد أن تمكن من السيطرة على عدة محافظات في العراق وسوريا، ففي محافظة نينوى -على سبيل المثال- تمكن

(١) فادي وليد عاكوم: داعش - الكتاب الأسود، ط ١، القاهرة، دار املي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ١٦٨.
(٢) جون جي هورجان وآخرون: صناعة الإرهابي: المراحل الست لتنشئة الاطفال في داعش، دراسة منشورة على موقع المستقبل للابحاث والدراسات المتقدمة، أبو ظبي، على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2U3xluo> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/١/١٩).

من الاستيلاء على عدة مؤسسات، كالمصارف، وغرفة تجارة الموصل، وغيرها من المؤسسات التي كانت تحوي على ملايين الدولارات، ويمكن تلخيص أهم مصادر تمويله على النحو الآتي:

١. مصادر الطاقة

ساهمت مصادر الطاقة في جعل تنظيم داعش التنظيم الأفضل تمويلاً في العالم، بعد أن تمكن من السيطرة على ستة حقول نفطية هامة في العراق، وهي: (النجمة، القيارة، عين زالة، بطمة، حميرين، عجيل)، والتي تحتوي على ٨٠ بئراً نفطية، فضلاً عن تمكنه من السيطرة على أنابيب تصدير النفط العراقي، فكانت التقديرات تشير إلى حصول التنظيم على ما يقارب من ٣ مليون دولار يومياً بفعل تلك الحقول النفطية، ولم يقتصر الأمر على النفط وإنما شمل الغاز الطبيعي أيضاً إذ تمكن من السيطرة على عدة حقول للغاز، سواء في العراق أو سوريا^(١).

وكانت الكهرباء ضمن مصادر الطاقة التي تم بيعها من قبل التنظيم، فقد كشفت تقارير نشرتها صحيفة نيويورك تايمز بتاريخ ١١/١٠/٢٠١٤ أن التنظيم كان يبيع الكهرباء من محطات توليد الطاقة في المدن الواقعة تحت سيطرته في سوريا إلى الحكومة السورية^(٢).

٢. الآثار

ذكرت سابقاً أن التنظيم قام بتدمير الكثير من المعالم الأثرية، سواء في سوريا أو العراق، ولكنه في الواقع قام بتلك العملية بعد تفريغ المواقع الأثرية من القطع الثمينة، إذ تشير المصادر إلى قيام داعش في العراق بتفريغ القطع الأثرية عبر وسطاء في الدول المجاورة إلى أوروبا، أي باستعمال الطرق التقليدية، كما تم استعمال شبكة الإنترنت من أجل القيام بهذه المهمة^(٣).

ومن الأمثلة على ذلك قيام تنظيم داعش في أواخر عام ٢٠١٤ بنهب كامل محتويات متحف كنيسة (مار توما) في مدينة الموصل الواقع في منطقة الساعة، بما فيه من مخطوطات سريانية وما يحتويه من تراث شعبي^(٤).

(١) صادق علي حسن: الهياكل المالية للتنظيمات الإرهابية- العراق انموذجاً، ط١، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠١٨، ص٧٢-٧٤.

(٢) محمد صادق الهاشمي: الحركات التكفيرية السلفية في العراق وسوريا وخطرها على خط المقاومة، ط١، بغداد، مركز العراق للدراسات، ٢٠١٤، ص٤٧.

(٣) صادق علي حسن، مصدر سابق، ص٧٦.

(٤) دنون بن متي الموصل، مصدر سابق، ص١٨٢.

٣. الاتجار بالبشر والأعضاء البشرية

قام تنظيم داعش بالاتجار بالبشر ولاسيما نساء الأقلية الايزيدية العراقية، فالتنظيم يرى أن الاتجار بالبشر ممارسة مشروعة، وهذا ما تم تأكيده في العدد الرابع من مجلة دابق في مقالة جاءت بعنوان "إحياء الرق قبل حلول الساعة" مؤكداً أن من حقهم التعامل مع النساء الأيزيديات مثل غنائم الحرب، إذ تم نقل خمسين إلى الأراضي المسيطرين عليها كما تم بيع عدد منهن، ولكن هذا الأمر لم يسر على النصارى واليهود الذين كان بإمكانهم دفع الجزية (١).

وقد اهتم التنظيم أيضاً بمسألة المتاجرة بالأعضاء البشرية، والتي كانت هي الأخرى تدر عليه مبالغ كبيرة، وتلك الجريمة تورطت فيها مافيات وشبكات متخصصة بالمتاجرة بالأعضاء البشرية، أما مصادر حصولهم على تلك الأعضاء فكانت إما من خلال قتلى التنظيم أو من الأشخاص المصابين والمخطوفين (٢).

٤. الضرائب

كان التنظيم خلال مدة سيطرته يبتز الناس مادياً من خلال عدة طرق، فقد قام بفرض ضرائب جمركية على سائقي الشاحنات في المعابر الحدودية (الوليد والتنف) مع الأردن وسوريا، تتراوح بين ٣٠٠ - ٨٠٠ دولار حسب الحمولة، كما كانوا يفرضون رسوم وقوف على سائقي سيارات الاجرة فضلاً عن فرض ضريبة على أصحاب المتاجر في الموصل والرقعة، وضرائب أخرى على الهواتف الأرضية في سوريا على الرغم أن الدولة تتيح هذه الخدمة مجاناً (٣).

وكان التنظيم يفرض نوعاً من الضرائب على الناس العاديين والتجار يسمى بـ (ضريبة الحماية)، إذ يقوم بجباية المال مقابل تقديم الحماية للسكان، أما من يتخلف عن دفع هذه الضريبة فيكون مصيره الإحالة إلى المحكمة الشرعية لتحكم عليه بإحدى العقوبات المعروفة، كالجلد والسجن في حال كان من السكان العاديين، أما إذا كان من التجار فتكون عقوبته بإغلاق محل عمله لمدة من الزمن أو بشكل نهائي إذا تكرر الأمر (٤).

(١) DABIQ: the failed crusade, issue 4, 1435, p14-15.

(٢) مختار شعيب: مصدر سابق، ص ١٢٢.

(٣) كريستوفر رويتر: السلطة السوداء - الدولة الإسلامية واستراتيجية الإرهاب، ترجمة محمد سامي الحبال، ط ١، منتدى العلاقات العربية والدولية، ٢٠١٦، ص ٢٧١

(٤) فادي وليد عاكوم: مصدر سابق، ص ٧٣.

٥. الفدية

قام تنظيم داعش بعمليات خطف ضد مواطنين وصحفيين وأجانب وموظفين دوليين أكسبته مبالغ كبيرة مقابل إطلاق سراحهم، ومن أبرز الأمثلة على ذلك، الرهائن الفرنسيين الأربعة الذين لم يطلق سراحهم إلا بعد أن حصل التنظيم على مبلغ قدره ١٨ مليون دولار أمريكي، على الرغم من نفي الحكومة الفرنسية ذلك، إلا أن مصادر من حلف شمال الأطلسي في بروكسل -لم يتم الإفصاح عن هويتها- أكدت الخبر^(١).

وفي المقابل نجد أن دولاً أخرى رفضت دفع الفدية للتنظيم، كالولايات المتحدة الأمريكية، كونهم يرون أن هذا الأمر يشجع على تكرار حالات الخطف، وقد ذكرت وكالة الاسوشيتد برس أن داعش طالب الحكومة بمبلغ قدره ١٣٢،٥ مليون دولار مقابل إطلاق سراح الصحفي الأمريكي جيمس فولي الذي تم قتله لاحقاً^(٢).

٦. عائدات الحبوب

وصلت عائدات الحبوب التي كان يطلق عليها من قبل التنظيم اسم (صومعة الحبوب) الى حوالي ٢٠٠ مليون دولار سنوياً، وذلك بعد سيطرة التنظيم على مخزون الحبوب من قمح وشعير في المناطق الخاضعة له، سواء في الأراضي العراقية في (نينوى والمناطق الخاضعة لسيطرته في محافظة صلاح الدين)، أو في الأراضي السورية إذ تمكن من السيطرة على إنتاج القمح في مدينتي الرقة ودير الزور^(٣).

٧. سرقة المصارف ومصادرة الأموال

استولى تنظيم داعش على المصارف العراقية الواقعة ضمن الأراضي التي تمكن من السيطرة عليها، فقد تم تقدير تلك الأموال بحدود ٤٩٥ مليون دولار^(٤).

(١) تشالز أليستر: تحديد معالم الدولة الإسلامية، دراسة تحليلية صادرة عن معهد بروكجز، الدوحة، ٢٠١٤، ص ١٨.

(٢) عبد الباري عطوان: الدولة الإسلامية - الجذور، التوحش، المستقبل: مصدر سابق، ص ٤٩.

(٣) نجلاء مكايي وآخرون: تنظيم الدولة - دراسة تحليلية في بنية الخطاب، ط١، بيروت، مركز صناعة الفكر للدراسات والابحاث، ٢٠١٦، ص ٤٦.

(٤) د. ياسر عبد الحسين: الحرب العالمية الثالثة- داعش والعراق وإدارة التوحش: مصدر سابق، ص ٣٥٤.

كما أمر التنظيم بمصادرة أموال وممتلكات جميع الأقليات (المسيحيين، الايزيديين، الشبك، والمسلمين الشيعة، فضلاً عن السنة الذين قرروا ترك منازلهم خوفاً من بطش التنظيم، وعدت هذه الأموال غنائم حرب من حق التنظيم التصرف بها بالشكل الذي يرغب به، كما قام أعضاء التنظيم بإغراق الأسواق بممتلكات هؤلاء الأشخاص من أثاث وماشية وممتلكات نفيسة، وقاموا ببيعها بثمن بخس، وذلك من أجل الحصول على مصدر تمويل إضافي للتنظيم^(١).

٨. التبرعات

اعتمد التنظيم على التبرعات كوسيلة هامة لتمويله، معتمداً بذلك على شبكة الإنترنت، ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي، فقد تم رصد عدة صفحات لتمويل التنظيم مثل صفحة (هبة) التي أسهمت في الحصول على تمويل من قبل المتعاطفين مع التنظيم^(٢).

أسهمت مصادر تمويل التنظيم في ملء خزانة التنظيم أو كما يسموه (بيت المال) في رفع سقف رواتب المقاتلين في صفوفه، فضلاً عن المكافآت والعمليات العسكرية، مما أدى إلى زيادة أعداد المنتمين إليه بدافع الحصول على تلك الامتيازات المادية^(٣).

(١) ذنون بن متي الموصلبي: مصدر سابق، ص ١٥٩.

(٢) الفريق الحقوقي جليل طالب جعفر اليعقوبي: مصدر سابق، ص ٢٤٨.

(٣) محمد علوش: داعش وأخواتها - من القاعدة إلى الدولة الإسلامية، ط ١، بيروت، رياض الريس للكتب والنشر، ٢٠١٥، ص ١٦٥.

المبحث الثالث: الوسائل الإعلامية لتنظيم داعش

شن تنظيم داعش إلى جانب حربه العسكرية حرباً أخرى بلا دماء وبتأثير واسع جداً مستعملاً فيها شبكة الإنترنت؛ ليبث من خلالها نوعين من المحتوى الرقمي، وهما المحتوى النصي الذي ضم مجموعة من الفنون والأشكال الصحفية، كالأخبار والتقارير الإخبارية والتحقيقات والتغريدات، أما النوع الآخر فهو المحتوى البصري الذي ضم الصورة الصحفية والأفلام التسجيلية، والتي كان لها تأثير أكبر بكثير من النوع الأول النصي.

يُعدُّ ما قام به تنظيم داعش من خلال شبكة الإنترنت شكلاً من أشكال الحروب الإلكترونية التي تعرف بأنها: " نظام قائم على الرعب المنتشر في الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، والتي تهدف إلى تنفيذ العديد من الأعمال لترويع أمن الأفراد والجماعات والمؤسسات والدول، وإرهاقهم اقتصادياً، وإدخالهم في أزمات نفسية واجتماعية ناتجة عما يعرف بالإرهاب الصامت "silent Terror" (١).

أدرك التنظيم أهمية الإعلام في حربه الإلكترونية، لذلك عمد إلى تأسيس ديوان خاص به، أطلق عليه اسم (ديوان الإعلام المركزي) وتم تعيين (أبو محمد العدناني) مسؤولاً عليه وناطقاً رسمياً باسم التنظيم، وقد تم إنشاء مكاتب إعلامية في المناطق التي ينشط بها التنظيم تقدم وبشكل أسبوعي (تقارير مصورة، تقارير إخبارية، إصدارات مرئية)، أما أسماء تلك المكاتب فهي: (نينوى، الجزيرة، دجلة، البادية، كركوك، ديالى، صلاح الدين، شمال بغداد، بغداد، الجنوب، الفلوجة، الأنبار، الرقة، حلب، البركة، الفرات، حمص، الخير، دمشق، حماة، الطبقة، تل أبيب، الميادين، سيناء، برقة، صنعاء، حضرموت، بنغازي، البيضاء، سرت، طرابلس، الحجاز، عدن، شبوة، نجد، غرب إفريقية، شرق آسيا، خراسان، القوقاز) (٢).

وقد شن تنظيم داعش من خلال إعلامه حرباً نفسياً أشغلت العالم مستعملاً أساليب عدة، كأسلوب الترويع وإثارة الرعب، والتضليل الإعلامي، والخداع، والتهديد بالقوة، واستغلال العاطفة الدينية، وتشويه وتحسين الصورة في عدة مجالات، والتكرار، والابتنال، والاسقاط، والتبديد،

(١) وليد غسان سعيد جلعود: دور الحرب الإلكترونية في الصراع العربي الإسرائيلي، رسالة ماجستير (غير منشورة) مقدمة إلى جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ٢٠١٣، ص ٨٣.
(٢) سعيد الجياشي: مقابلة علمية أجرتها الباحثة مع السيد سعيد الجياشي امين سر الخلية الوطنية للعمليات النفسية بتاريخ ٢٠١٩/٤/٨، ص ١-٢.

والتعويض، واستثارة الجوانب النفسية والاجتماعية، فضلاً عن استثارة روح الكراهية والسخط، كل ذلك من أجل الوصول إلى أهدافه^(١).

الوسائل الإعلامية الناطقة باسم تنظيم داعش

استعمل التنظيم في حربه الإلكترونية عدة أذرع إعلامية شكلت العمود الفقري لجيشه الإلكتروني، فكانت له عدة مراكز متخصصة بإنتاج المواد الإعلامية المختلفة كالصور والافلام التسجيلية والمواد الإخبارية، وهي كالتالي^(٢):

١. مؤسسة الفرقان للإنتاج الإعلامي: وهي أقدم مؤسسة إعلامية تابعة للتنظيم تأسست في عام ٢٠٠٦، وقامت بإنتاج العديد من المواد الدعائية المختلفة، ويأتي خطاب البغدادي في جامع النوري بالموصل الذي تم بثه من خلال موقع اليوتيوب ضمن أبرز الأعمال التي أنتجتها هذه المؤسسة.
٢. مؤسسة الاعتصام الإعلامية: تأسست في عام ٢٠١٣، وركزت هذه المؤسسة جهودها نحو إنتاج الفيديوهات الخاصة بالتنظيم.
٣. مركز الحياة الإعلامي: وهو مركز متخصص بإنتاج المواد المختلفة الموجهة لغير الناطقين باللغة العربية.
٤. مؤسسة أجناد الإعلامية: تم إطلاقها في كانون الثاني من عام ٢٠١٤ ويقتصر عملها على إنتاج الصوتيات الدعائية والأناشيد الجهادية.

تمكن تنظيم داعش من إطلاق **إذاعة** باسم **(البيان)** في مدينة الموصل على إحدى موجات FM إذ كانت تغطي المدينة بأكملها، فضلاً عن جميع المناطق المحيطة بها، ومن ثم تم نقلها إلى مدينة الرقة، أما برامجها فقد كانت مختصة بنشر أخبار وأفكار التنظيم، فضلاً عن خطب (أبو بكر البغدادي) فضلاً عن خطب عقائدية وآيات من القرآن الكريم^(٣).

(١) سامية أبو النصر: الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة واستراتيجية المواجهة، ط١، القاهرة، دار النشر للجامعات، ٢٠١٠، ص ٦٥.

(٢) داعش صورة عن تنظيم إرهابي جهادي - رؤية صهيونية، مصدر سابق، ص ٢٦٣-٢٦٥.

(٣) حنان أبو الضياء: جواسيس الجيل الرابع من الحروب، ط١، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع ٢٠١٥، ص ١٣.

كما تمكن التنظيم من إطلاق قناة تلفزيونية باسم (الخلافة الإسلامية في نينوى) بثت برامجها أرضياً وبساعات محددة في مدينة الموصل، مركزة جهودها على الترويج لأفكار التنظيم وتغطية أعماله القتالية، فضلاً عن بث المحاضرات الدينية^(١).

ولكن طموح التنظيم لم يتجاوز أبعد من إطلاق قناة أرضية والسعي نحو إطلاق قناة فضائية باسمه؛ نظراً لاستحالة الحصول على موافقة من أي قمر صناعي بإطلاقها، لذلك نجد أنه قام بتركيز جهوده على شبكة الإنترنت، وعلى وجه الخصوص مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي ليغرق العالم بمحتواه الرقمي، كما سنرى ذلك لاحقاً.

حرص التنظيم على تأسيس وكالة أنباء خاصة به فأطلق (وكالة أعماق الإخبارية) في أغسطس من عام ٢٠١٤، والتي عنيت بنشر أخبار التنظيم على مدار الساعة، فضلاً عن نشر التسجيلات والتقارير المصورة والانفوغرافيك بشكل مستمر^(٢).

وأطلق تنظيم داعش فضلاً عن وكالة الأنباء تطبيقاً للهواتف الذكية التي تعمل بنظام أندرويد باسم أعماق، والذي اهتم هو الآخر بإيصال آخر أخبار التنظيم إلى مستخدميه كنمط الحياة في الدولة الإسلامية المزعومة، والأراضي التي تمكن التنظيم من السيطرة عليها، واحتوى أيضاً على بوابة لوكالة أنباء أعماق^(٣).

وأصدر ديوان الإعلام المركزي للتنظيم صحيفة أسبوعية بنسختين، ورقية وإلكترونية في عام ٢٠١٤ باسم (النبا) عنيت بأخبار التنظيم وأفكاره المتطرفة، من خلال توظيف مختلف الأشكال الصحفية، كالصورة الصحفية والخبر والمقال والانفوغرافيك، وقد بلغ عدد صفحاتها ١٢ صفحة، ومن ثم زاد عددها إلى ١٦ صفحة، وقد كُتب في آخر صفحة لها تحذير يقول: "هذه الصحيفة تحتوي على الفاظ الجلالة وآيات قرآنية وأحاديث أحذر من تركها في مكان مهين"^(٤).

(١) د. نصيف جاسم حمدان: داعش وحرب العقول - كيف سخر داعش الدبابة الإعلامية، ط١، بغداد، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص١٥٢.

(٢) "دابق" و"أعماق" .. أذرع إعلامية لتنظيم الدولة، موضوع منشور على موقع الجزيرة على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2Kkqdd2> (تاريخ الزيارة ١٠/٤/٢٠١٩).

(٣) د. حسنين شفيق: الحروب الإعلامية بين شهوة السبق الإعلامي وتلغيم الاخبار، ط١، القاهرة، دار فكر وفن، ٢٠١٧، ص٣٣٨.

(٤) ينظر:

١. صحيفة النبا: العدد الأول، الصادر بتاريخ ٣ محرم ١٤٣٧ هـ.
٢. صحيفة النبا: العدد الحادي عشر، الصادر بتاريخ ١٧ ربيع الأول ١٤٣٧ هـ.

الفصل الثالث: الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية

وقد أشارت دراسة قام بها (مرصد الفتاوى التكفيرية والآراء المتشددة) التابع لدار الإفتاء المصرية إلى أن صحيفة النبأ كانت مرآة عاكسة لفكر التنظيم، كما أنها تحترف التضليل في أخبارها ومقالاتها الافتتاحية، وتنتهج استراتيجية التنظيم ذاتها في الصدمة والرعب، من خلال عنواناتها وصورها التي امتازت بكونها صادمة لمتصفحها بـ«الدماء والأشلاء والتكفير»^(١).

وكان التنظيم يصدر مطبوعات باللغة الإنكليزية باسم ISN وهي اختصار لـ Islamic State News أي (أخبار الدولة الإسلامية) والذي تم تغيير اسمها لاحقاً إلى اسم (تقرير الدولة الإسلامية) Islamic State Report والذي كان يركز على أخبار التنظيم بالصور مع وصف بسيط لكل صورة، وتتراوح عدد صفحاته حوالي ٧ - ١١ صفحة حسب كل عدد، علماً أن هذه المطبوعات تصدر عن مركز الحياة. ينظر الصورة رقم (١٧) ^(٢).



صور رقم (١٧) تمثل الصفحة الأولى لمطبوعات أخبار وتقرير الدولة الإسلامية

وتمكن التنظيم من إصدار مجلات ورقية وإلكترونية عدة وبلغات مختلفة هي:

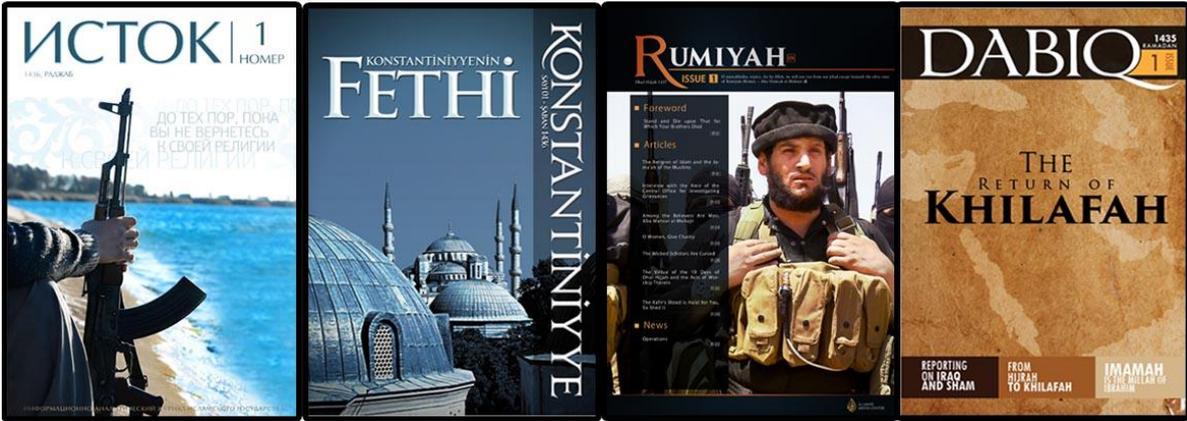
(١) وليد عبد الرحمن: «داعش» يقاوم «فرار» عناصره بأكاذيب «النبأ»- الجريدة احترفت التضليل وهاجمت التنظيمات الأخرى، موضوع منشور في صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ ٢٠١٨/١١/٥ على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2K5wYzq> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٤/٣).

(٢) ينظر:

1. ISN:(ISLAMIC STATE NEWS), ISSUE1, SHABAN 1435, P1.
2. ISN (ISLAMIC STATE NEWS), ISSUE 2, SHABAN 1435, P1.
3. ISN (ISLAMIC STATE REPORT), ISSUE 2, SHABAN 1435, P1.

الفصل الثالث: الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية

١. **مجلة دابق DABIQ**: وهي أول مجلة أصدرها التنظيم في عام ٢٠١٤ عن مركز الحياة، وصدر عددها الأول بواقع ٥٠ صفحة باللغة الإنكليزية، وحمل غلافها عنوان (عودة الخلافة)، أما سبب اختيار اسم دابق، فيعود إلى مدينة دابق السورية التي وقعت فيها معركة عين دابق وانتهت بانتصار العثمانيين على المماليك وسيطرتهم لأربعة قرون تحت حكم الخلافة الإسلامية^(١).
٢. **مجلة المنبع ИСТОК**: وهي مجلة الكترونية أصدرها تنظيم داعش عام ٢٠١٥ باللغة الروسية عن مركز الحياة، وصدر العدد الأول منها بواقع ٢٤ صفحة^(٢).
٣. **مجلة القسطنطينية KOSTANTINIYYE**: أصدر تنظيم داعش هذه المجلة في عام ٢٠١٥ باللغة التركية عن مركز الحياة وبنسخة الكترونية فقط، وقد جاء عددها الأول بعنوان (فتح القسطنطينية) وضم الغلاف صورة لمسجد (آيا صوفيا) الشهير في مدينة إسطنبول التركية^(٣).
٤. **مجلة رومية RUMIYAH**: صدرت هذه المجلة في عام ٢٠١٦ عن مركز الحياة أيضاً وبلغات عدة كالإنكليزية والروسية والألمانية والأندونيسية والأويغورية وغيرها، وسعى التنظيم من خلالها إلى رفع معنويات مقاتليه من خلال تناول موضوعات مختلفة معززة بالصور، كالإشارة إلى الهجمات الإرهابية التي نفذها التنظيم، وما يميز هذه المجلة عن مجلة دابق التي سبقتها أنها لم تظهر بعنوان رئيس في كل عدد، مثلما فعلت الأخيرة وإنما اكتفت بوجود صورة في غلافها^(٤).



صور رقم (١٨) تمثل أغلفة العدد الأول لمجلات تنظيم داعش، وهي من اليمين:

(دابق، رومية، قسطنطينية، المنبع)

(١) عمرو فاروق: داعش سفراء جهنم- الحياة في أحضان الدم، ط١، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ١١٥-١١٦.

(٢) مجلة المنبع ИСТОК: العدد الاول، ١٤٣٦، ص ١.

(٣) Konstantiniyye :Konstantiniyye'nin fethi, sayı 1, Şaban 1436, s 1.

(٤) د. نصيف جاسم حمدان: الدعاية والحرب النفسية لتنظيم داعش، ط١، بغداد، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ١٤٢-١٤٣.

استخدام تنظيم داعش للإعلام الإلكتروني

وظف تنظيم داعش آلة دعائية متطورة ضخت كميات هائلة من المواد الإعلامية، وذلك من أجل تحقيق العديد من الأهداف التي يسعى إليها، وقد تمكن من توظيف مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بشكل خاص في بث أفكاره وتهويل أعماله من أجل كسب الهيبة والتضخيم لاستدراج المتطرفين وجذبهم للتنظيم، فضلاً عن استعمال تلك المواقع في التنسيق والترويج والاتصال والتشديد^(١).

وتؤكد التقارير الخاصة بموقع Bustle * أن تنظيم داعش يعد واحداً من أكثر التنظيمات الإرهابية استعمالاً لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد ساهمت تلك المواقع وبشكل فاعل في الترويج له، وقد حرص التنظيم على توظيف مجموعة كبيرة من الكوادر المؤهلة تكنولوجياً بهدف بث العنف والرعب في نفوس المتلقين، وذلك من خلال التقارير المصورة ومقاطع الفيديو التي كانت تحوي على مناظر وحشية لأعمال قطع الرؤوس وحرق الأجساد، والتي ساعدت في انتشار التنظيم وبسط نفوذه على مساحة واسعة من الأرض خلال مدة وجيزة^(٢).

أما الهدف الأساس من وراء استعمال تنظيم داعش لهذه المواقع والتطبيقات في حربه الإلكترونية، فقد لخصتها الدراسة التي أعدها مركز أبحاث الأمن القومي الإسرائيلي، والتي أشارت إلى أن الهدف الأول يكمن في (الحرب النفسية)، مستهدفة من وراء ذلك ضرب معنويات الخصوم، أما الهدف الثاني فيكمن في سعيها نحو الحصول على تأييد من قبل جهات إسلامية غربية من أجل استمالة تلك الجهات وجلبها للحرب في سوريا والعراق من أجل إقامة دولتهم المزعومة^(٣).

ويذكر المختصون أن المسؤولين في التنظيم عن نشر الدعاية بمواقع التواصل الاجتماعي كانوا على دراية كبيرة في آلية عملها، فهم يعرفون جيداً كيف تدار وكيف يمكن استعمالها بشكل فاعل، كما أنهم يتسمون بالحيلة والخداع في التواصل مع الجيل الجديد، ويعرفون جيداً من هم

(١) هشام الهاشمي: التطرف أسبابه وعلاجه، ط١، بغداد، دار ومكتبة عدنان، ٢٠١٦، ص ٩٤.
* أحد المواقع الأمريكية الشهيرة المهتمة بتقديم المواضيع المختلفة من اخبار وسياسة إلى جانب مقالات عن الجمال والمشاهير، وصل عدد زيارات الموقع بحلول عام ٢٠١٦ إلى ٥٠ مليون زائر شهرياً.
(٢) د. فنسنت الغريب: حروب فنزلة- اذا سقطت دمشق، ط١، بيروت، (د. ن)، ٢٠١٧، ص ٢٠٠-٢٠١.
(٣) د. سارا محسن قادر: داعش في الصحافة الكردية، ط١، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، ٢٠١٨، ص ١٢٤.

جمهور تلك الوسائل، فمثلاً إذا أرادوا إيصال رسالة معينة إلى دول الخليج فهم يستعملون موقع تويتر من غير تردد، أما إذا أرادوا التوجه إلى سوريا فسيلجؤون إلى موقع الفيسبوك^(١).

ومن أبرز نتائج توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الدعاية لتنظيم داعش هي هجرة عدد يقدر بأكثر من ٣٠٠٠ من مواطني الدول الغربية إلى المناطق التي وقعت تحت سيطرة التنظيم، إذ اتاحت تلك المواقع امكانية الوصول إلى آلاف الناس من مختلف دول العالم، وأيضاً أتاح الاتصال الشخصي إمكانية الوصول إلى أعداد من الأشخاص الراغبين بالانضمام إلى التنظيم، وأيضاً إمكانية التنسيق مع الأشخاص الراغبين في التعاون مع التنظيم من مكانهم، وذلك من خلال القيام بأعمال إرهابية داخل البلد الذي يقيمون فيه، ومن أبرز الأمثلة على ذلك التفجيرات التي حصلت في العاصمة الفرنسية باريس في ١٣ تشرين الثاني من عام ٢٠١٥ والتي راح ضحيتها المئات بين قتيل وجريح^(٢).

أما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تم استعمالها من قبل تنظيم داعش فهي:

أولاً: تويتر Twitter

يأتي تويتر في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي نشط فيها تنظيم داعش، إذ تشير إحدى الدراسات إلى أن عدد الحسابات المرتبطة بالتنظيم قد وصلت خلال عام ٢٠١٤ إلى ٤٦ ألف حساب، ورصدت دراسة أخرى عدد التغريدات والردود التي وصلت إلى أكثر من ٩٠ ألف تغريدة ورد في اليوم الواحد^(٣). فقد تم استعمال تويتر بشكل أساسي في تنسيق العمليات الإرهابية والتفاعل بين أعضاء التنظيم، ويكمن السبب وراء اعتمادهم على هذا الموقع؛ كونه يوفر مجتمعات افتراضية متغيرة تتكون خلال الأحداث الكبرى بصورة تلقائية^(٤).

ومن الأسباب الأخرى التي دفعت التنظيم إلى استعمال هذا الموقع بشكل مكثف، وجود الوسم Hashtag فقد كان أعضاء التنظيم نشطين على تلك الوسوم Hashtags الشعبية المرتبطة

(١) هشام الهاشمي: التطرف أسبابه وعلاجه: مصدر سابق، ص ٩٥-٩٦.
(٢) د. حسن نيازي الصيفي: استخدام داعش للإعلام الاجتماعي، بحث منشور في مجلة Arab Media & Society العدد (٢١) لعام ٢٠١٦، ص ٥.
(٣) علي الطالقاني: سنوات الرعب: من القاعدة إلى داعش، ط١، بغداد، مؤسسة النبا للثقافة والإعلام، ٢٠١٩، ص ١٥٧.
(٤) غادة نصار: مصدر سابق، ص ٩٢.

بموضوعات دعائية ورياضية، فضلاً عن وسوم المواسم التي تجذب الشباب بكثافة، مثل كأس العالم^(١)؛ وذلك بهدف استقطاب مجموعة جديدة من الشباب وضمهم للتنظيم.

وقد شن التنظيم عدة حملات من خلال استعمال الوسوم والتي لقيت تجاوباً كبيراً جداً، مثل الحملة التي جاءت تحت شعار (جمعة دعم الدولة الإسلامية) #Friday_off_supporting_isis والتي طلب فيها التنظيم من أنصاره تصوير أنفسهم مع علم التنظيم وهو مرفوع في أي مكان عام، وتحميل تلك الصورة على حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي، وخلال يوم واحد وصل عدد التغريدات التي حملت هذا الهاشتاق أكثر من ٢٠ ألف تغريدة^(٢).

ومن المسائل الهامة التي جعلت التنظيم يلجأ إلى هذا الموقع هي مجانية التسجيل، فهذه الخاصية جعلت أعضاء التنظيم لا يكتفون فيما إذا ما قامت الجهات المسؤولة عنه بإغلاق حساباتهم فإنهم سيقومون وبكل بساطة بإنشاء حساب جديد، الأمر الذي حال دون إمكانية ردع دعاية التنظيم فيه بسهولة.

ثانياً: فيسبوك Facebook

استعمل تنظيم داعش هذا الموقع بشكل أساس في تجنيد أتباع جدد، مستفيداً من سعة انتشاره في نشر أفكاره المتطرفة.

وقد ساهم أتباع ومؤيدي التنظيم أيضاً في نشر أفكاره وزيادة أعداد مؤيديه من خلال هذا الموقع، فقد تم انشاء الكثير من الصفحات أطلق عليها البعض (بالبيعة الإلكترونية) لـ (أبو بكر البغدادي)، وقد حملت تلك الصفحات عدة تسميات مثل (بيعة أمير المؤمنين أبي بكر البغدادي) وصفحة (إعلان الولاء الشرعي لأمير المؤمنين أبي بكر البغدادي)^(٣).

ثالثاً: يوتيوب YouTube

استغل تنظيم داعش موقع يوتيوب في رفع فيديوهات باتجاهين، تضمن الاتجاه الأول فيديوهات تعنى بالتدريب النظري للمقاتلين، فكان الموقع ساحة افتراضية للتدريب من خلال نشر فيديوهات عن كيفية استعمال الأسلحة والمتفجرات وغيرها من الأمور، أما الاتجاه الثاني فقد استغله

(١) د. فنسنت الغريب: مصدر سابق، ص ٢٠٢.

(٢) حنان أبو الضياء: مصدر سابق، ص ٢٢.

(٣) إيهاب خليفة: مصدر سابق، ص ١٢٦.

التنظيم في نشر مقاطعه الترويجية لنشاطات التنظيم، فضلاً عن نشر مقاطعه المثيرة للرعب والخوف في أغلب الأحيان.

أما أشهر إصدارات التنظيم التي تم نشرها على موقع يوتيوب والتي حظيت بمشاهدة عالية فكانت إصدار بعنوان (كسر الحدود) بتاريخ ٢٩ حزيران في عام ٢٠١٤ و(خطبة البغدادي في مدينة الموصل) بتاريخ ٥ تموز ٢٠١٤، كما نشر التنظيم من خلاله سلسلة من الإصدارات مثل (رسائل من أرض الملاحم) والتي تناولت إنجازات التنظيم وعملياته، وسلسلة أخرى بعنوان (فشردهم من خلفهم) الذي تضمن جزءين تناول الأول معركة تحرير اللواء ٩٣ في سوريا أو كما يسمونها (ولاية الرقة) بتاريخ ٢٣ اب في عام ٢٠١٤، أما الجزء الثاني فقد نشر بتاريخ ٧ أيلول في عام ٢٠١٤ تناول معركة تحرير مطار الطبقة في الولاية المذكورة آنفاً^(١).

أما فيما يتعلق بتطبيقات التواصل الاجتماعي فقد استعمل التنظيم العديد من التطبيقات الإلكترونية ولاسيما تطبيق واتساب **Whatsup** الذي احتل مكانة خاصة لدى تنظيم داعش، إذ تم استعماله بشكل أساس في تجنيد عناصر جديدة، إذ تشير المصادر إلى وصول رسائل عن طريقه إلى الناس من رقم هاتف محمول دولي يطلب منه الانضمام للتنظيم^(٢). كما استعمله التنظيم وسيلة للاتجار بالفتيات والنساء الايزيديات، من خلال عرض صورهن وأسعارهن، وأصبحت تلك الرسائل لاحقاً ضمن الدلائل على الإبادة الجماعية التي تعرض لها الايزيديين^(٣).

وأشار تقرير لمعهد دراسة الإعلام في الشرق الأوسط MEMRI المختص بمراقبة نشاط المتطرفين في شبكات التواصل الاجتماعي إلى أن قادة تنظيم داعش يفضلون تطبيق kik و surespot الذي يسمح بتشفير الرسائل النصية، إذ يتيح للمرسل إمكانية التحكم بالرسالة من خلاله، وقد دعا المروجون للتنظيم إلى ضرورة استعماله ولاسيما الأشخاص الراغبين في السفر من أجل الانضمام إلى صفوف التنظيم^(٤).

(١) د. طارق عبود: مصدر سابق، ص ٣٣٧.

(٢) حنان أبو الضياء: مصدر سابق، ص ٢٠.

(٣) صور ورسائل تنشر لأول مرة .. هكذا باع داعش النساء الايزيديات عبر "واتساب": شفق نيوز، 18 Saturday, August 2018 خبر منشور على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2UImaLE> تاريخ الزيارة (٢٠١٩/٣/٨).

(٤) د. محمد علوش: مصدر سابق، ص ٣٢٤-٣٢٥.

الصورة الصحفية لتنظيم داعش في المحتوى الرقمي

على الرغم من أن التنظيمات الإرهابية المتشددة ولاسيما تلك (التي تتخذ من الدين الإسلامي غطاءً لتحقيق أهدافها) تحرم الصور، إلا أن تنظيم داعش أدرك أننا نعيش في (عصر الصورة) ذلك العصر الذي سادت فيه الصورة على الكلمة، محاولاً إيصال رسالته، سواء من خلال الصورة الثابتة أو المتحركة (الفيديوية) التي تم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تلقفتها لاحقاً وسائل الإعلام المحلية والدولية لتكون جزءاً من صورتها الصحفية المنشورة.

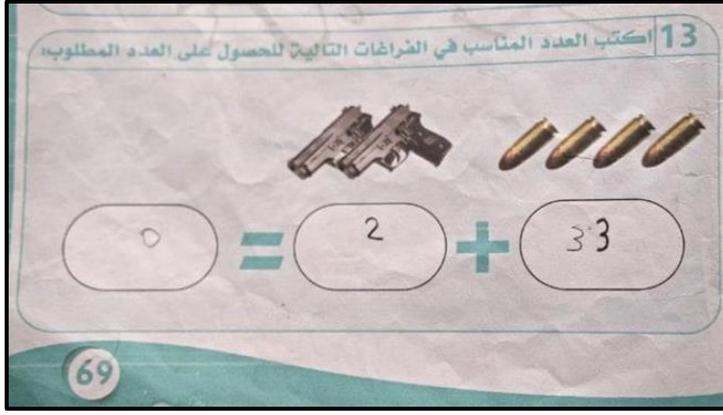
ومن الأسباب التي دفعت تنظيم داعش إلى الاهتمام العالي في استعمال الصور في حملته الدعائية، هي اتفاق العاملين في مجال الإعلام على أن الصور تثير انتباه الجمهور بشكل كبير، ولذلك يزداد اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بها في أوقات الحروب والأزمات، فمثلاً خلال أحداث ١١ سبتمبر نجد أن صحيفة نيويورك تايمز قد اهتمت بالصور بشكل ملحوظ، فقد نشرت خلال تلك المدة ضعف العدد الذي كانت تنشره في أوقات السلم، فبعد الأيام الأولى للانفجار نشرت الصحيفة أكثر من ٣٠ صورة يومياً، وانخفض هذا العدد تدريجاً إلى ٦ صور^(١).

ومن الأسباب الأخرى التي دفعت التنظيم للاهتمام بالصورة هي كثرة الدراسات التي أثبتت أهميتها وقدرتها العالية في التأثير على الرأي العام، فهي أفضل بكثير من الكلمات عند استعمالها في الدعاية والحرب النفسية، فضلاً عن قدرتها الكبيرة على الرسوخ في ذاكرة الإنسان، وهذا ما أثبتته (جيروم برونر) عالم التربية الأمريكي في إحدى دراساته، مبيناً أن الناس يتذكرون فقط ١٠٪ مما يسمعون، و ٣٠٪ مما يقرؤونه، أما ما يرونه فيصل إلى ٦٠٪^(٢).

أدرك التنظيم أهمية توظيف الصورة في الإرهاب، وقد استعملها في مجالات عدة أبرزها المناهج الدراسية، بعد أن قام باستبدال المناهج السابقة بمناهج جديدة في مدارس المناطق التي تمكن من السيطرة عليها كمدينة الموصل، فنجد في مادة الرياضيات -على سبيل المثال- أن الصور الإيضاحية المستعملة كانت لأسلحة ومعدات حربية كالرصاص والمسدسات والدبابات، كما في الصورة رقم (١٩)، وذلك بقصد التأثير سلبياً على نفسية الأطفال، وليمزيدوا من عدوانيتهم؛ ليجعلوا منهم إرهابيين بالمستقبل.

(١) د. حسنين شفيق: مصدر سابق، ص ٢٠٢.

(٢) عبد الحليم حمود: كواليس الدعاية الأمريكية، ط١، بيروت، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١٦-١٧.



صورة رقم (١٩) تمثل أحد تمارين مادة الرياضيات التي درست للطلبة في المدارس الواقعة بالمناطق التي سيطر عليها تنظيم داعش^(١).

حرص التنظيم على توظيف مصورين في جميع المناطق التي سيطر؛ وذلك من أجل توثيق الأحداث الحاصلة في تلك المناطق، ولم يكونوا يكتفون بالصور الرقمية فقط وإنما يسجلون مقاطع فيديو تحتوي على لقاءات مع المواطنين؛ وذلك لأخذ تصريحات منهم تعبر عن دعمهم للتنظيم^(٢).

كانت الصور الصحفية التي نشرها التنظيم مليئة بالعنف، فهم يدركون أن العنف هو أحد أكثر طرق العمليات النفسية خطورة وتأثيراً في الأشخاص المستهدفين، وهو أحد أشكال الإكراه الفكري، والاستعمال المحسوب للعنف أو التهديد به، وذلك لتحقيق أهداف سياسية بهدف إيقاع الاضطراب وخلخلة التوازن النفسي، فضلاً عن خلق حالة من الرعب والخوف عند المستهدفين من أجل إجبارهم على اتخاذ سلوك محدد يحقق الهدف الذي يسعى له التنظيم^(٣).

ونجد أن التنظيم قد برع في تقديم صور صحفية صادمة، متبنياً من خلالها أسلوب صدمة المشاهد، فكل صورة تنشر تكون أكثر عنفاً وقسوة من التي سبقتها؛ وذلك لإشاعة الخوف والقلق في نفوس المتلقين^(٤)، وهذه الصور الصحفية الصادمة المليئة بالعنف التي بثها التنظيم ساهمت بشكل فاعل في خلق انطباع لدى الرأي العام الدولي عن التنظيم، مما سهل احتلال الكثير من المناطق من دون أي مقاومة تذكر.

(1) The Telegraph: news, Islamic State textbooks featuring guns and tanks used to teach children math's in school, on the link: <http://bit.ly/2X6lmCn> (Accessed: 20/6/2019)

(2) د. فنسنت الغريب: مصدر سابق، ص ٢٠٢.

(3) سامية أبو النصر: مصدر سابق، ص ٥٦-٥٧.

(4) د. مريم وحيد: الخطاب السياسي بالصورة: داعش انموذجاً، بحث منشورة في كتاب آفاق سياسية الصادر عن المركز العربي للبحوث والدراسات، العدد (٢٤) ديسمبر ٢٠١٥، ص ٦٨.

أما على المستوى التقني فتشير الدراسات إلى أن التنظيم قد وظف مختصين في إنتاج الصورة الصحفية ولاسيما المقاتلون الأجانب، الذين برعوا في إنتاج صور ثابتة ومتحركة تحاكي أسلوب هوليوود من الناحية الإخراجية، كما تم استعمال أحدث التقنيات في إنتاج الفيديوهات^(١). ففي الفيديو الذي بثه التنظيم بعنوان (رسالة إلى أمريكا) الخاص بذيح الصحفي الأمريكي جيمس فولي James Foley الذي أثار موجة غضب عارمة إثر نشره، فنجد أنه قد تم إنتاجه باحترافية عالية من خلال عدد الكاميرات المستعملة التي صورت الفيديو بعدة زوايا وبثبات عال من غير اهتزاز، كما ان جودة الصوت كانت عالية جداً^(٢).

وقد شكك الكثيرون في مدى مصداقية تلك الفيديوهات بفعل التقنية العالية المستعملة والتي تحولت لاحقاً إلى صور غزت مواقع التواصل الاجتماعي، فمثلاً في فيديو حرق الطيار الأردني معاذ الكساسبة تم استعمال لهب الغرافيكس Alpha Fire على الرغم من أن ذلك لا يعني أبداً وجود نار حقيقة في المقطع الذي عرض والذي تم اجتزاء صور منه، ولكن استعمال هذه التقنية زاد من الشعور بالرهبة لدى المتلقين^(٣).

وقد سجلت الباحثة عدة ملاحظات على الصور الصحفية المنشورة في وسائل إعلام التنظيم المختلفة وهي كالتالي:

١. نوع الصورة: حرص التنظيم على استعمال عدة أنواع من الصورة الصحفية مثل الصور الإخبارية، كصور القتلى من الأطفال، والصور الشخصية (البورتريت)، إذ نجد هناك اهتماماً كبيراً بصور المقاتلين الفردية، وعلى الرغم من أن كمية العنف التي اشتهر التنظيم بنشره من خلال الصور إلا أنه عمد إلى نشر بعض الصور جمالية وتعبيرية كما في الصورة رقم (٢٠) التي نشرت لمدينة الموصل وقت الغروب في العدد الثامن من مجلة دابق^(٤).

(١) د. مريم وحيد: مصدر سابق، ص ٦٨.

(٢) أ.د. فاضل البدراني: مصدر سابق، ص ١٢٣.

(٣) صلاح الدهني: خبراء: فيديو حرق الكساسبة حقيقي بطريقة سينمائية، موقع عربي ٢١ على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2Fi3Pv2> تاريخ الزيارة (٢٠١٩/٣/١٩).

(٤) DABIQ: shari'ah alone will rule adrica, issue 8, 1436, p34.



صورة رقم (٢٠) تمثل صورة جمالية لوقت الغروب في مدينة الموصل نشرت في مجلة دابق .^٢ استعمال برامج المعالجة: استعمل التنظيم ومؤيدوه برنامج فوتوشوب آنف الذكر من أجل التلاعب في العديد من الصور، وأبرز مثال على ذلك صورة الغلاف التي نشرت في العدد الثالث من مجلة دابق، والتي ظهر فيها علم تنظيم داعش يرفرف فوق المسلة المصرية الموجودة في ميدان القديس بطرس بالفاتيكان^(١).

وقد استعمل تنظيم داعش برامج المعالجة في دمج الصور وإضافة المؤثرات عليها، كما في الصورة رقم (٢١).



صورة رقم (٢١) تمثل نماذج لصور تم استعمال برنامج الفوتوشوب لمعالجتها

(1) DABIQ: The Return of Khilafah, issue 1, 1435.

٣. حرصت مجلة دابق ورومية على نشر صور بدقة عالية جداً، وهذا الأمر يتضح لنا عند تكبير الصور إلى أكثر من ١٠٠٪، فنلاحظ أنها تبقى واضحة جداً، مما انعكس هذا الأمر على حجم المجلة، فنجد أن العدد السابع من مجلة دابق مثلاً وصل حجمه إلى 89.3 MB^(١).

٤. استعمال الاستمالات العاطفية: استعمل التنظيم صوراً تحتوي على استمالات عاطفية كصورة المقال الذي يحمل بيده قطعة، والتي تم نشرها في العدد ١٥ من مجلة دابق الموجهة للمتلقي الغربي المهتم بشكل كبير بالحيوانات الأليفة كالكقط والكلاب. ينظر صورة رقم (٢٢)^(٢). وقد وظف التنظيم الاستمالات العاطفية في الكثير من الصور والفيديوهات؛ وذلك بهدف كسب تعاطف الناس معه، مثل صور توزيع المساعدات الإنسانية في المناطق التي وقعت تحت سيطرتهم، فضلاً عن توزيع المبالغ النقدية للعوائل، وتوزيع الوقود، كالبنزين والنفط، سواء في محطات التعبئة أو القيام بإيصالها إلى المنازل^(٣).



صورة رقم (٢٢) تمثل استعمال تنظيم داعش للاستمالات العاطفية في مضامين الصور

٥. التقارير المصورة: وهي عبارة عن تصوير للأحداث التي يروم التنظيم الترويج لها، وغالباً ما تكون عمليات إرهابية أو ممارسات لتطبيق الشريعة والحدود الإسلامية وأيضاً تصوير الحياة الطبيعية في الولايات المسيطر عليها من قبل التنظيم^(٤).

أدرك التنظيم أهمية التقارير المصورة في إيصال رسالتهم بشكل مؤثر، ولذلك نجد أنه حرص على نشر تلك التقارير بشكل مكثف، فخلال عام ٢٠١٥ بلغ عدد التقارير المصورة (١٨٩٣)

(١) DABIQ: from hypocrisy to apostasy: the extinction of the Grayzone, issue 7, 1436.

(٢) DABIQ: Break the cross, issue 15, 1437, p9.

(٣) م.د. اسراء شاكر حسن: الأساليب الدعائية لتنظيم داعش في شبكات التواصل الاجتماعي، بحث منشورة في مجلة أهل البيت، العدد: (٢٢) الصادر بتاريخ ٣ مارس ٢٠١٨، ص ٦٤.

(٤) سعيد الجياشي: مصدر سابق، ص ٣.

تقريباً، إذ بلغ عدد التقارير المصورة الصادرة عن المكتب الإعلامي في العراق (٨٢٥) تقريراً، و(٨٣٠) تقريراً عن المكتب الإعلامي في سوريا، أما التقارير المصورة للمكاتب الإعلامية خارج العراق وسوريا فقد بلغ عددها (٢٣٨) تقريراً^(١).

وشهد التنظيم تراجعاً ملحوظاً في إنتاج التقارير المصورة خلال عامي ٢٠١٦ و ٢٠١٧، فقد تم رصد (٤٧٦) تقريراً مصوراً خلال عام ٢٠١٦، بلغ عدد التقارير المصورة في العراق (١٩٧) تقريراً، أما عدد التقارير المصورة في سوريا فقد بلغ عددها (٢٠٧) تقرير، كما تم رصد (٧٢) تقريراً مصوراً خارج العراق وسوريا، وخلال عام ٢٠١٧ بلغ عدد التقارير المصورة في جميع المكاتب الإعلامية والمؤسسات (٤٢٨) تقريراً، منها (١٢٤) تقريراً مصوراً في العراق، و(٢١٥) تقريراً في سوريا، أما التقارير المصورة خارج العراق وسوريا فقد بلغ عددها (٧٩) تقريراً، كما بلغ عدد التقارير المصورة للمؤسسات (١٠) تقارير^(٢).

وقد لاحظت الباحثة أن التقارير المصورة كانت تدرج في أول صورة من كل تقرير عنواناً رئيسياً يشرح مضمونه، مع إدراج اسم الولاية وسنة التقاط الصور وفق التقويم الهجري مع دمج عدة مصغرات للصور التي يتم نشرها بالتقرير تباعاً، أما بقية الصور فنجد أنها تحمل شريطاً يضم اسم الولاية وتفاصيل توضح سياق الصورة، وعلى اليسار يتكرر اسم الدولة الإسلامية.

٦. استعمال الانفوغرافيك: عزز جهاز الدعاية لتنظيم داعش محتواه الرقمي باستعمال الانفوغرافيك؛ كونه أحد أشكال صحافة البيانات التي تعتمد على جمع وإخراج بيانات ومعلومات على شكل صورة تتناول موضوعاً واحداً بشكل مختصر سهل الاستيعاب من قبل المتلقي.

حرص التنظيم على نشر هذا النوع بشكل دائم في جريدة النبا الأسبوعية، بعدد انفوغرافين في العدد الواحد يتم نشره في صفحتها الثانية والأخيرة، وقد يأخذ صفحة كاملة، كما في الانفوغراف المنشور في عددها الأول أو قد يأخذ جزء من الصفحة كما في العدد الثاني^(٣).

أما المضامين التي تناولها الانفوغراف فقد ركزت على إبراز إنجازات التنظيم ولاسيما المنشورة في الصفحة الثانية من جريدة النبا أنفة الذكر، ففي العدد السابع منها نجد أنه تم التركيز على

(١) المصدر نفسه: ص ٣.

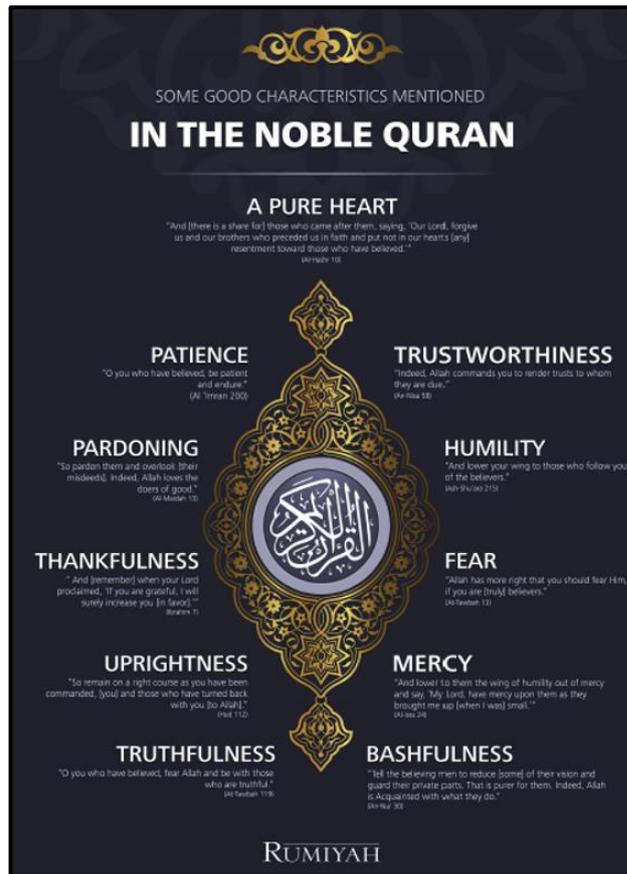
(٢) المصدر نفسه: ص ٣-٤.

(٣) صحيفة النبا، العدد الأول، الصادر بتاريخ ٣ محرم ١٤٣٧ هـ، والمصدر نفسه، العدد الثاني، الصادر بتاريخ ١٠ محرم ١٤٣٧ هـ.

الفصل الثالث: الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية

العمليات العسكرية التي يقوم بها التنظيم، وتم التركيز أيضاً على مضامين تهدف إلى تحطيم معنويات القوات الأمنية من خلال التركيز على خسائرها، كما في العدد الثالث عشر الذي ركز على خسائر الجيش، كما لم يخلُ هذا الانفوغراف من الألفاظ الطائفية إذ جاء بعنوان: (خسائر الجيش الرفض في الرمادي)، وروج بعض المضامين إلى مؤسسات التنظيم الإعلامية، كما في العدد السادس^(١).

ولم يقتصر نشر الانفوغراف على جريدة النبأ، بل تم التركيز على نشره بشكل دائم في مجلة رومية الصادرة بعدة لغات، ففي النسخة الإنكليزية من العدد السابع تم نشر (٥) انفوغراف موزعة على عدة صفحات تناولت مضامين مختلفة^(٢).



صورة رقم (٢٣) تمثل انفوغراف ديني تم نشره في مجلة رومية^(٣).

(١) ينظر:

١. صحيفة النبأ، العدد السادس، الصادر بتاريخ ٩ صفر ١٤٣٧ هـ.
٢. صحيفة النبأ، العدد السابع، الصادر بتاريخ ١٦ صفر ١٤٣٧ هـ.
٣. صحيفة النبأ، العدد الثالث عشر، الصادر بتاريخ ١ ربيع الآخر ١٤٣٧ هـ.

(2) RUMIYAH: issue 7, JAMAD-AL- AKIRAH, 1438.

(3) RUMIYAH: issue 13, DHUL-HIJJAH, 1438.

٧. مضامين الصور الصحفية: أشارت الباحثة سابقاً إلى اهتمام التنظيم ببث الصور الصحفية ذات المضامين العنيفة والقاسية في جميع وسائل إعلامه، ولاسيما عمليات الإعدام التي نفذها التنظيم بحق العديد من الرهائن، فنجد على سبيل المثال في العدد ١٥ من مجلة دابق نشر صور لأحد أعضاء التنظيم وهو ينفذ حكم الإعدام بحق أحد المدنيين، يظهر فيها الرأس مفصلاً عن الجسد، والدماء تتطاير من رأسه من غير أي تمويه للصورة^(١).

واهتم التنظيم أيضاً بالتركيز على الصور التي تبرز المعدات الحربية المختلفة التي يمتلكها من دبابات ورشاشات وصواريخ، والتي تعطي المتلقي شعوراً زائفاً بالقوة والسيطرة، كما تم التركيز بشدة على صور مقاتلي التنظيم.

ومن المضامين التي ركز عليها التنظيم في صوره الصحفية التي نشرها إظهار الحياة في ظل دولتهم المزعومة، فنجد مثلاً في العدد ٢ من **صحيفة ISN** نشر صور للأسواق في مدينة حلب أو ولاية حلب كما يطلقون عليها، كمحاولة لإظهار سير الحياة بشكل طبيعي في المنطقة. أما فيما يتعلق بتعامل الإعلام الدولي مع صور تنظيم داعش الصحفية فنجد أن الكثير من وسائل الإعلام الدولية قد وفرت دعاية مجانية له، وذلك من خلال تحويل أخباره إلى الخبر رقم واحد، حتى أصبح تنظيمياً عالمياً، كما ساهم الإعلام في جذب المهتمين إلى الانخراط في التنظيم من خلال الصور الصحفية المنشورة^(٢).

وأسهمت الكثير من وسائل الإعلام في بث الشائعات المصورة ضد التنظيم، والتي أثارت سخط الرأي العام، والتي جاء في مقدمتها صور اقتياد النساء في العراق بزعم أنه سيتم بيعهن في سوق النخاسة، والتي أثارت جدلاً واسعاً بفعل نشرها في صحف عريقة كصحيفة السفير اللبنانية، وصحف عربية أخرى لتبين لاحقاً أن هذه الصورة قد تم التقاطها في عام ٢٠٠٧ من مسرحية بمناسبة عاشوراء في لبنان، ومن الصور الصحفية الأخرى التي أثارت سخط الناس هي صورة لأحد مقاتلي داعش الذي تزوج طفلة في التاسعة من عمرها لتبين لاحقاً أن الصورة تم التقاطها ضمن مخيم دعوي للأطفال في سوريا^(٣).

(١) DABIQ: Break the cross, issue 15, 1437, p79

(٢) سلامة كية: صور الجهاد من تنظيم القاعدة إلى داعش، ط١، إيطاليا، منشورات المتوسط، ٢٠١٦، ص٤٠.

(٣) فادي وليد عاكوم: مصدر سابق، ص١٠٩.



صورة رقم (٢٤) تمثل احدى الصور الصحفية التي تم الترويج لها في الإعلام العربي لبيع

تنظيم داعش النساء في سوق النخاسة

وساهمت وسائل الإعلام العربية في إعادة نشر الكثير من مشاهد العنف التي بثها التنظيم، بل إنها كانت سبابة في عرضها على الرغم من أنه كان الأجدر بهم عدم بثها؛ نظراً لتأثيرها العالي وخطورتها الكبيرة على المتلقي، فقد ساهم عرض تلك المشاهد في زيادة إعجاب البعض من أصحاب الأفكار المتطرفة بما يحصل في المنطقة من قتل خراب ودمار، كما أسهمت في زيادة تجنيد الكثيرين سواء كانوا من البلدان العربية أو الأجنبية^(١).

الدعاية المضادة لمحاربة التنظيم

أشارت الباحثة سابقاً إلى الحرب الإلكترونية الشرسة التي شنها تنظيم داعش الذي اتصف بالبيشاعة على الشبكة العنكبوتية ليعطي شعوراً للمتلقي بأنه مسيطر، ولذلك كان لا بد أن تتكاتف الجهود من أجل شن حرب مضادة لمواجهة حرب داعش الإلكترونية.

ومن أبرز الحملات التي نفذت على المستوى الدولي كانت الحملة التي شنها التحالف الدولي المؤلف من ٧٩ دولة بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية، الذي مازال يؤكد أن داعش هُزم عسكرياً في العراق وسورية، لكن دعايته لاتزال تشكل تهديداً ولذلك فإن مواجهة دعاية التنظيم كانت من ضمن مهامه؛ وذلك بهدف التقليل من قدرة التنظيم على استعمالها في التجنيد والتحريض وإلهام مؤيديها،

(١) رفيق نصر الله: ميديا الحرب الناعمة – فن السطوة على الرأي العام، ط١، بيروت، بيسان للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ١٩١.

وقد ركز التحالف الدولي جهوده من أجل تعطيل قدرة التنظيم على العمل عبر الإنترنت، مؤكداً على أن منتجات التنظيم الدعائية قد تقلصت في تشرين الأول من عام ٢٠١٧ بنسبة ٨٥٪ عما كانت عليه في آب من عام ٢٠١٥، وأيضاً قام التحالف بدعم المنتدى العالمي للإنترنت لمكافحة الإرهاب الذي يهدف إلى تبادل الخبرات بخصوص إزالة المحتوى الإرهابي والمتطرف من شبكة الإنترنت، وتعزيز مكافحة التطرف العنيف بالاشتراك مع الحكومات والمجتمع المدني^(١).

أما الحملات التي شنت لمواجهة دعاية التنظيم على مستوى الوطن العربي، فقد أُقيمت حملات عدة بقيادة جهات أمنية مختلفة في العراق، فقد تم تأسيس خلايا وأجهزة متخصصة بالعمليات النفسية في وزارتي (الدفاع والداخلية)، فضلاً عن أجهزة (الأمن الوطني والمخابرات ومكافحة الإرهاب)، كما تم تشكيل خلية باسم (الخلية الوطنية العراقية للعمليات النفسية) وذلك بهدف رصد ومواجهة المضامين الدعائية المختلفة التي يبثها تنظيم داعش^(٢).

وفي المملكة العربية السعودية أقيمت حملة السكينة برئاسة وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، التي أسهمت في تنفيذ عمليات وقائية ضد المواقع الإلكترونية التي تستهدف تحريض الشباب السعودي على القتال تحت لواء الجماعات المتطرفة في الخارج^(٣).

ومن أبرز المشاركين أيضاً في الحرب ضد داعش (مجموعة المخترقين العالمية الانونيموس) Anonymous، فقد شنت حملة ضد الحسابات الموالية للتنظيم، متمكنة من إغلاقها ومسح كل محتوياتها، كالحسابات الفاعلة في مواقع فيسبوك وتويتر، وقد كشفت هذه المجموعة لاحقاً بأن أعضاء التنظيم كانوا يتبادلون رابط تطبيق أعماق أنف الذكر عبر تلك المواقع^(٤).

وكان للقراصنة الإلكترونيين المسلمين مساهمة بارزة في الحرب المضادة لتنظيم داعش، فقد تعهد هؤلاء القراصنة بمحو التنظيم إلكترونياً بعد أن أطلقوا حملة بعنوان #كسر_السيوف على تويتر، متمكنين من خلالها من اختراق المواقع الإلكترونية التابعة للتنظيم بما في ذلك وكالته الإخبارية، كما

(١) موقع التحالف الدولي: على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2V7uxNV> (تاريخ الزيارة ٢٠١٩/٣/٣١).

(٢) مارلين عويش هرمز: توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الحرب النفسية الموجهة إلى المجتمع العراقي- رسائل تنظيم داعش في موقع تويتر انموذجاً، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام في جامعة بغداد، ٢٠١٨، ص ٣٥-٣٦.

(٣) فداء البديوي: "«السكينة»: موقوفو الإرهاب ١١ ألفاً بينما لا يتجاوز المنضمون لـ«داعش» على الرابط الآتي:

<http://bit.ly/2Hq8GOy> تاريخ الزيارة (٢٠١٩/٣/١٥).

(٤) د. حسنين شفيق: مصدر سابق، ص ٣٣٩.

قاموا بشن هجمات على عدة مواقع جديدة كان التنظيم يحاول إطلاقها، إلا أن جهود القراصنة حالت دون إطلاقها^(١). وقد أسهمت شركات مواقع التواصل الاجتماعي في تلك الحملة المضادة، وأبرزها موقع تويتر، وذلك من خلال اغلاق الكثير من الحسابات الدعائية الخاصة بالتنظيم، فضلاً عن إزالة الكثير من المحتويات الداعمة لفكر التنظيم.^(٢)

تعرضت صفحات التنظيم والصفحات المؤيدة لفكره إلى الأغلاق المستمر بفعل الحملة الدولية التي شنت ضدهم، لكن التنظيم مازال ينشط في الإنترنت المظلم Dark Web الذي يعرف بأنه: جزء من الشبكة العنكبوتية الذي يضم العديد من المعلومات غير القانونية، والتي لا يمكن الوصول إليها إلا من خلال متصفحات متخصصة، وأبرز المضامين التي يتم تداولها من خلال هذه الشبكة هي (المواد الإباحية للأطفال، التسريبات غير المصرح بها للمعلومات الحساسة، غسل الأموال، التعدي على حقوق النشر، الاحتيال على بطاقات الائتمان، سرقة الهوية، المبيعات غير القانونية للأسلحة، استئجار قتلة، أسواق المخدرات، وما إلى ذلك)، ولكنها في الوقت ذاته قد تكون وسيلة للعديد من الأشخاص للتعبير عن آرائهم السياسية دون خوف من انتقام الحكومة، أو تمكين الناس من التواصل الاجتماعي دون خوف من مراقبة الشركات^(٣).

لقد أصبح الإنترنت المظلم ملاذاً آمناً للتنظيم؛ وذلك بسبب عدم إمكانية كشف هوية عناصره، فقد أشارت العديد من الأبحاث إلى تخصيص التنظيم قسماً خاصاً مسؤولاً عن التواصل واستعمال الإنترنت المظلم بصورة احترافية؛ وذلك بهدف حماية أعضائه من الملاحقة والاختراق، فضلاً عن تأمين تبادل المعلومات والتمويل، ولذلك نجد ان الاستخبارات الأميركية تسعى للتصدي له، ولاسيما في ظل وجود العديد من الملفات النصية التي تشرح آلية تحويل النقود عبر الإنترنت المظلم وتشير إلى أهمية التبرع للجهاد^(٤).

(١) أعماق أم اختراق؟ هذا ما آلت إليه أحوال داعش إلكترونيا، خبر منشور بتاريخ ٢٠١٧/١١/١٧ على الرابط الآتي: <https://arbne.ws/2Luagjs> تاريخ الزيارة (٢٠١٩/٣/١٥).

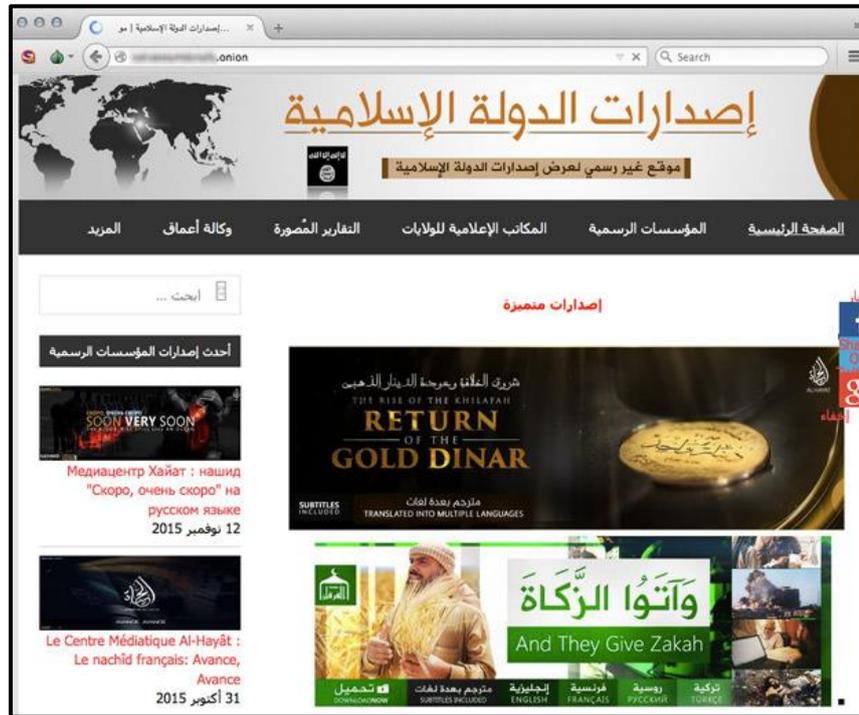
(٢) هشام الهاشمي: التطرف أسبابه وعلاجه، مصدر سابق، ص ٩٥.

(٣) Robert W. Gehl: Weaving the Dark Web (Legitimacy on Freenet, Tor, and I2P), Cambridge, The MIT Press 2018, p7.

(٤) روسيا اليوم: كيف يتواصل القائلون على التنظيمات الإرهابية دون كشفهم؟ على الرابط: <http://bit.ly/2X02jVn> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٦/٢٥).

الفصل الثالث: الاستراتيجية الإعلامية لتنظيم داعش في توظيف الصورة الصحفية

وقد أطلق تنظيم داعش موقع باسم (إصدارات الدولة الإسلامية) في الإنترنت المظلم، يعني بنشر أخباره وأفكاره المتطرفة إلى العالم، لكن لا يمكن الوصول إليه إلا من خلال متصفح يعرف باسم Tor، ويضم الموقع ستة أقسام رئيسية (الصفحة الرئيسية، المؤسسات الرسمية للتنظيم، المكاتب الإعلامية للولايات، التقارير المصورة، وكالة أعماق، المزيد) كما في الصورة رقم (٢٥) (١).



صورة رقم (٢٥) لواجهة موقع إصدارات الدولة الإسلامية في الإنترنت المظلم (٢)

أفاد تنظيم داعش من ممارسة العديد من الأنشطة غير القانونية عن طريق الإنترنت المظلم أبرزها الاتجار بالبشر، إذ قام ببيع النساء المختطفات مقابل أسعار زهيدة بحسب عمر الفتاة ومظهرها، وتم أيضاً بيع العديد من القطع الأثرية المسروقة من محافظة نينوى، علماً أن جميع عمليات الشراء تتم مقابل عملة الكترونية مشفرة يطلق عليها اسم (بتكوين Bitcoin) ويكون تداول تلك العملة بشكل مباشر من غير وسيط بين الطرفين، مما دفع التنظيمات الإرهابية في العالم إلى التعامل بها لصعوبة متابعتها (٣).

(1) Ibtimes: OpParis(Anonymous pursuit of Isis sees jihadists retreat to the dark web) on the link: <http://bit.ly/2Li4RMq> (Accessed: 25/6/2019).

(2) Infowars: ISIS Launches Site on Dark Web, on the link: <http://bit.ly/2FtHNpZ> (Accessed: 25/6/2019)

(٣) السومرية نيوز: داعش يتاجر بالنساء والقطع الأثرية على مواقع دارك ويب Dark Web على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2IHBUYy> (تاريخ الزيارة: ٢٥/٦/٢٠١٩).

الفصل الرابع

الدراسة التحليلية لتوظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية

ويشتمل هذا الفصل على المباحث الآتية:

- المبحث الأول: موقع العربية نت ... النشأة والتطور
- المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة
- المبحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها

المبحث الأول: موقع العربية. نت

قناة العربية

تعد قناة العربية أحد القنوات المتخصصة بالمضمون الإخباري في العالم العربي والمهتمة بالأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية، والتي بدأت البث في ٣ آذار من عام ٢٠٠٣، منطلقاً من مدينة دبي للإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة.^(١)

تولى إدارة القناة في بادئ الأمر (صالح القلاب) وزير الإعلام الأردني الأسبق، وبعد مرور عام على تأسيس القناة تولى ادارتها الإعلامي (عبد الرحمن الراشد)، بعد أن ترك رئاسة تحرير صحيفة الشرق الأوسط.^(٢) أما المدير العام الحالي للقناة فهو الدكتور (نبيل الخطيب)، ويتأسس مجلس تحريرها (عبد الرحمن الراشد)، مع عضوية كل من (سلمان الدوسري، ومازن تركي السديري، وعلي الحديثي، وفيصل عباس).^(٣) وتمتلك هذه القناة مجموعة آرا السعودية ARA، وعلى الرغم من أن قناة العربية تابعة لمجموعة MBC إلا أن ميزانيتها مستقلة عنها، وتسعى قناة العربية الفضائية إلى تحقيق مجموعة من الاهداف أهمها:^(٤)

١. تغطية الأحداث العالمية والعربية وتقديمها إلى المواطن بموضوعية وأنية.
٢. الوصول إلى أكبر قدر من الجماهير العربية وإشباع حاجتهم من المعلومات ورغبتهم في التعبير عن آرائهم.
٣. تقديم الأخبار بأسلوب شيق ومميز عن باقي القنوات.
٤. التركيز على الموضوعات التي تهم الشارع العربي وتقديمها من جوانبها المختلفة ووجهات النظر المتعددة.

نشأة موقع العربية.نت

انطلق موقع العربية.نت في ٢١ فبراير من عام ٢٠٠٤ دعماً لما تقدمه قناة العربية الفضائية، وليصبح وسيلة للمتلقين للحصول على المزيد من التفاصيل حول الموضوعات والتقارير

(١) محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام والاتصال- دراسة في النشأة والتطور، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٢، ص٣٢٦.

(٢) المصدر السابق، ص٣٢٦-٣٢٧.

(٣) العربية.نت: العربية: تأسيس مجلس للتحرير والخطيب مديراً عاماً، ١ يناير ٢٠١٩، على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2VWPBLt> (تاريخ الزيارة: ٢١/٥/٢٠١٩).

(٤) احمد عبد الستار حسين الربيعي: التفاعلية في مواقع القنوات الفضائية ودورها بتعزيز حرية الرأي والتعبير، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى مجلس كلية الإعلام في جامعة بغداد عام ٢٠١٦، ص١٤٦.

والصور، واستمر بهذه الهيئة حتى عام ٢٠٠٩، إذ حصلت فيه عملية تحول ليتكامل مع القناة الفضائية ويصبح موقعاً متلفزاً ناقلاً لما تبثه القناة من لقاءات وأخبار وبرامج، فضلاً عن إمكانيات التوسع في التفاصيل والصور والفيديوهات^(١).

أهم مميزات الموقع

يتميز موقع العربية.نت بالعديد من الخدمات ابرزها^(٢):

١. يتميز بواجهة جذابة توفر للمستخدم سهولة في التصفح والتنقل بين أقسامه المختلفة.
٢. يوفر الموقع خدمة البث المباشر لقناة العربية، والعربية الحدث، وللعربية FM.
٣. الربط بين الموقع وبين عدد من شبكات التواصل الاجتماعي وهي (تويتر وفيسبوك وانستغرام وسناب شات، واليوتيوب وتلغرام).
٤. يوفر الموقع خدمة RSS التي تمكن المستخدم من الحصول على الأخبار فور نشرها على الموقع.
٥. يهتم الموقع بتقييم القراء من خلال عرض المواضيع الأكثر قراءة.
٦. يوفر الموقع ارشيفاً كاملاً للعديد من أقسامه.

أقسام الموقع

ويتكون الموقع من عدة أقسام رئيسة يحتوي القسم الواحد بداخله على عدة صفحات متنوعة وهي كالآتي^(٣):

١. الصفحة الأولى: وتحتوي على أهم الأخبار وآخرها، كما تضم أقساماً وزوايا للتعرف على كل ما ينشر على صفحات الموقع الأخرى، فضلاً عن تفاصيل أخرى مثل (الاستفتاء الأسبوعي) وقسم (اختيارات القراء) وغيرها.
٢. الأخبار: ويضم هذا القسم آخر وأهم الأخبار موزعة حسب الصفحات التسع الفرعية وهي: (العرب والعالم، الخليج العربي، المغرب العربي، مصر، سوريا، اليمن، أمريكا، إيران، العراق)، ففي صفحة (العرب والعالم) يتم نشر الأخبار والتقارير السياسية المتعلقة بالعالم العربي بشكل عام، والأمر ذاته

(١) العربية.نت، حول العربية.نت على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2IWdmvt> (تاريخ الزيارة: ٢٤/٤/٢٠١٩).

(٢) ينظر:

١. محمد سيد ريان: الإعلام الجديد، ط١، القاهرة، مركز الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع، ٢٠١٣، ص ١١٧.

٢. العربية.نت: على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2J7Xqob> (تاريخ الزيارة: ٢٤/٤/٢٠١٩).

(٣) العربية.نت، حول العربية.نت على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2IWdmvt> (تاريخ الزيارة: ٢٤/٤/٢٠١٩).

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

ينطبق على صفحتي الخليج العربي والمغرب العربي إذ يتم من خلالها نشر الأخبار والنشاطات المختلفة للدول الواقعة ضمن الخليج والمغرب العربي، أما بقية الصفحات فمخصصة فقط في

أخبار الدول المذكورة (مصر، سوريا، اليمن، أمريكا، إيران، العراق).^(١)

٣. **السعودية:** أنشئت هذه الصفحة نظراً للإقبال الواسع والاهتمام الكبير لقراء السعودية على الموقع، إذ ينشر فيها الأخبار المتعلقة بكل مناطق المملكة العربية السعودية وعلى مدار الساعة، ويضم القسم ثلاث صفحات فرعية هي: (الأخبار، نشرة الرابعة، الآراء).^(٢)

٤. **أسواق:** وتضم هذه الصفحة أخباراً ومقالات وتقارير عن السوق والمال والبورصة، وتحتوي على ١١ صفحة فرعية وهي: (الأخبار، النشرات الاقتصادية، أسواق المال، شركات، عقار، إسكان، بنوك وتمويل، اقتصاد، سياحة، طاقة، بيزنس لايف ستايل).^(٣)

٥. **رياضة:** وتختص هذه الصفحة بنشر الأخبار والمقالات والتقارير الرياضية، كما تقدم تغطيات متكاملة للبطولات الرياضية المهمة، مرفقة بالصور والفيديوهات والملفات التفاعلية، كما تقدم خدمة البث المباشر لنتائج المباريات في البطولات السعودية وتبث أيضاً نتائج معظم الدوريات العالمية مثل (الإنجليزي والإسباني والإيطالي)، كما تنشر الإحصائيات المتعلقة بكل مباراة، وتضم هذه الصفحة ٨ أقسام فرعية هي: (كأس آسيا، جدول المباريات، رياضة سعودية، رياضة عالمية، رياضة عربية، رياضات أخرى، الآراء، في المرمى).^(٤)

٦. **منوعات:** وتضم هذه الصفحة أخباراً وتقارير متنوعة حسب الأقسام الثمانية المختلفة وهي: (صحة، تكنولوجيا، سوشيال ميديا، العربية_المعرفة، ثقافة وفن، ستايل، علم).^(٥)

٧. **البرامج:** وتختص هذه الصفحة بنشر فيديوهات للبرامج التي تعرضها قناة العربية، كما تحتوي على جدول للبرامج التي يتم بثها.^(٦)

٨. **فيديو العربية:** وتضم هذه الصفحة الفيديوهات التي تنشر في الموقع جميعها.^(٧)

(١) العربية نت، صفحة أخبار على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2HDZUtS> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٥/١٩).
(٢) العربية نت، صفحة السعودية، على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2VN0SxV> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٥/١٩).
(٣) العربية نت، صفحة أسواق على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2VBKLy6> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٥/١٩).
(٤) العربية نت، صفحة رياضة على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2VBKLy6> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٥/١٩).
(٥) العربية نت، صفحة منوعات على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2JYFsXx> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٥/١٩).
(٦) العربية نت، صفحة برامج على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2YFVglX> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٥/١٩).
(٧) العربية نت، صفحة فيديو العربية على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2QexkTB> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٥/١٩).

٩. مقالات: وتحتوي هذه الصفحة على مقالات سياسية ضمن صفحة (آراء سياسية)، ومقالات رياضية ضمن صفحة (آراء رياضية)، وصفحة مختصة بكتاب المقالات من المملكة العربية السعودية باسم (آراء سعودية).^(١)

١٠. الأخيرة: تمتاز هذه الصفحة بأخبارها الخفيفة والمتنوعة والبعيد عن المضامين السياسية.^(٢)

١١. القافلة: وتضم هذه الصفحة موضوعات علمية مختلفة، كما تضم منوعات عن الشعر والأدب والثقافة والفن والفلسفة.^(٣)

لغات الموقع

يستخدم موقع العربية.نت لغات أخرى هي (الإنكليزية، والفارسية، والأوردية)، ولا تتطابق هذه المواقع مع النسخة الرئيسية الناطقة باللغة العربية، فنجد ان النسخة الإنكليزية للموقع تحتوي على تسعة أقسام، وأخيراً النسخة الأوردية فتضم أربعة أقسام فقط.^(٤)

١. العربية باللغة الإنكليزية: يتألف هذا الموقع الذي تم إطلاقه في أغسطس من عام ٢٠٠٧ من عشرة أقسام، ليستهدف المتحدثين باللغة الإنكليزية، سواء كانوا عرباً أم غير ذلك ممن لديهم شغف بمتابعة أخبار منطقة الشرق الأوسط. وينشر الموقع بشكل يومي أخبار وكالات الأنباء، كما يقوم فريق الموقع بترجمة التقارير الخاصة بالعربية.نت والقصاص الاجتماعية.

٢. العربية باللغة الفارسية: يتألف هذا الموقع الذي تم إطلاقه في مارس من عام ٢٠٠٨ من ثمانية أقسام، ليستهدف بالدرجة الأولى الجاليات الناطقة بالفارسية في الوطن العربي، كما يستهدف جميع الدول الناطقة بالفارسية وفي مقدمتها إيران.

٣. العربية باللغة الأوردية: يتألف هذا الموقع الذي تم إطلاقه في مارس من عام ٢٠٠٨ أيضاً من أربعة أقسام فقط، ليستهدف سكان الشرق الأوسط في عدة دول إسلامية، مثل باكستان وأفغانستان وقطاعات من شبه القارة الهندية، ويهدف الموقع نقل الصوت العربي إلى تلك الدول، ويتيح في المقابل الاستماع إليهم عبر تعليقاتهم على الأخبار.

(١) العربية نت، صفحة مقالات على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2VMeKrW> (تاريخ الزيارة: ١٩/٥/٢٠١٩).

(٢) العربية نت، صفحة الأخيرة على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2EmL5eq> (تاريخ الزيارة: ١٩/٥/٢٠١٩).

(٣) العربية نت، صفحة القافلة على الرابط الآتي: <http://bit.ly/2nC4qTt> (تاريخ الزيارة: ١٩/٥/٢٠١٩).

(٤) ينظر:

<https://english.alarabiya.net>

<https://farsi.alarabiya.net>

<https://urdu.alarabiya.net>

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: مجتمع البحث

ويقصد بمجتمع البحث "جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء كانت هذه المفردات بشراً أم مؤسسة أم أنشطة تربية أو غير ذلك" (١).

وقد تمثل مجتمع البحث الذي استهدفته الباحثة في دراستها التحليلية للصورة الصحفية الرقمية لتنظيم داعش، والذي تمكنت من الحصول عليه من خلال موقع العربية. نت، إذ سبق وأوضحته الباحثة بالمبحث الثالث من الفصل السابق، ان محتوى تنظيم داعش الرقمي قد واجه حملة كبرى من قبل عدة جهات من أجل ازالته، لذلك كان لابد للباحثة من اختيار وسيلة إعلامية من أجل جمع الصور التي نشرها تنظيم داعش عبر منافذه الإعلامية، ومن هنا وقع الاختيار على موقع العربية.نت الذي أعاد نشر تلك الصور من خلال تغطيته الإخبارية للمحتوى الرقمي لتنظيم داعش.

أما السبب الرئيس وراء اختيار موقع العربية.نت دون غيره من المواقع، فيعود إلى ما يسمى منهجياً (حدود الاتاحة لمجتمع البحث) لاحتفاظ الموقع بالصور الصحفية المرفقة مع الأخبار، فالعديد من المواقع الالكترونية تهتم بحفظ أرشيف الأخبار من غير الاحتفاظ بالصور، إذ تقوم بإزالة الصور المرفقة مع الخبر بعد مرور مدة من الزمن؛ لكونها تكلف الموقع مساحة كبيرة تؤثر إذا ما اتسعت على سرعة الولوج إلى الموقع وسرعة التجوال داخل الموقع.

ثانياً: عينة البحث

يستعمل الباحثون عادة نوعاً من أنواع العينات تشمل جزءاً أو جانباً من وحدات المجتمع الأصلي للبحث، تحمل صفاته المشتركة بحيث تكون ممثلة له، (٢) ولكن الباحثة لم تعتمد على نوع معين من العينات، فقد آثرت أخذ مسحٍ شاملٍ لجميع صور تنظيم داعش التي أعاد نشرها موقع العربية. نت واستبعدت الباحثة جميع الصور المكررة التي رافقت المحتوى الرقمي المقدم للجمهور وذلك بهدف الوصول إلى نتائج علمية متميزة. فقد وصل إجمالي عدد الصور إلى (٩٠٩) صورة خلال مدة البحث من عام ٢٠١٤ ولغاية عام ٢٠١٧ وكان عدد الصور خلال سنوات البحث كالاتي:

(١) أ.د. سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٩، ص١٠٩.
(٢) أ.د. عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي في الصحافة والإعلام، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٥، ص١٤٣.

١. (٣٦٢) صورة لعام ٢٠١٤.
٢. (٣٦٧) صورة لعام ٢٠١٥.
٣. (١٠١) صورة لعام ٢٠١٦.
٤. (٧٩) صورة لعام ٢٠١٧.

ثالثاً: أدوات البحث

اعتمدت الباحثة على أداتين للوصول إلى المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع الدراسة على وفق ما يأتي:

1. أداة تحليل المضمون

اتبعت الباحثة أثناء استعمال أداة تحليل المضمون الخطوات الآتية:

أ. تحديد وحدات التحليل

لما كان تحليل المضمون يسعى إلى وصف المحتوى الرقمي للصورة الصحفية وصفاً كمياً، فكان من الضروري أن تقوم الباحثة بتقسيم هذا المضمون إلى وحدات تحليل تقوم على أساس ما ذهب إليه الباحث بيرلسون من تقسيم وحدات التحليل إلى خمس وحدات أساسية هي^(١):

١. وحدة الكلمة Word
٢. وحدة الموضوع أو (الفكرة) Theme
٣. وحدة الشخصية character
٤. وحدة المادة الإعلامية Item
٥. وحدة المساحة والزمن Space & Time

وقد اختارت الباحثة وحدة الموضوع (الفكرة) وحدة لتحليل هذه الدراسة؛ كونها تتسجم مع متطلباتها واجراءاتها وأهدافها فيما يتعلق بتوظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي لتنظيم داعش.

(١) د. منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٤، ص٣٨٨.

ب. تحديد فئة التحليل

اعتمدت الباحثة على تحليل المضمون البعدي بالاعتماد على فئة المضمون، وهي فئة (ماذا قيل في مادة الاتصال؟)، وقد استبعدت الباحثة فئة الشكل وهي فئة (كيف قيل في مادة الاتصال؟) كون موقع العربية.نت يعرض صورته الصحفية بشكل واحد، كما في الملحق رقم (١).

وجرى خلال هذه العملية بناء التصنيف الذي ارتبط بعملية تحويل الكل إلى أجزاء (فئات ذات خصائص مشتركة) وقد اعتمدت الباحثة في ذلك على تصنيف بعدي لهذه الصور من غير أن تتقيد بتصنيف قبلي للفئات، أي أنها طبقت التصنيف البعدي لكي تحصل على فئات تحليل أقرب لفهم وتحليل الأفكار السائدة في صور العينة. وكانت نتائج هذه الخطوة كما يأتي:

١. توظيف استمالات التخويف: ويقصد بها صور الإعدام البشع التي نفذها التنظيم، مثل صور الإعدام الجماعي، وحرق واغراق الرهائن، وغيرها، وكذلك تتناول هذه الفئة صور التخويف لمشير عقابي، مثل صور الرجم، ورمي الشواذ من المباني، وقطع اليد، كما تتضمن صور التخويف باستعمال آلات جارحة، وأخيراً صور الجلد.
٢. توظيف أسلوب التهويل والتضخيم: ويقصد بهذه الفئة الصور التي تضمنت إبراز مقاتلي التنظيم وقدرتهم في حرب الشوارع، فضلاً عن تضخيم الإمكانيات العسكرية للتنظيم، كما تتناول هذه الفئة صوراً توحى بتواجد التنظيم في ساحات جديدة بدول أخرى.
٣. توظيف العامل الديني: ويقصد بها الصور التي تناولت مضامين دينية، كدعوة التنظيم إلى التوحيد من خلال تحطيم الآثار والتماثيل، وصوراً تتضمن تطبيق أحكام الشريعة، فضلاً عن صور الافتاء الديني.
٤. توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية: ويقصد بها الصور التي تناولها التنظيم بقصد إبراز انتصارهم كصور السيطرة أو الاستيلاء على المدن، وصور الاستعراضات العسكرية في تلك المدن التي تمكنوا من السيطرة عليها، وصور الاحتفال بالشوارع فضلاً عن عرض انتصاراتهم اللوجستية في سبايكر واغتنام أسلحة، سواء من الجيش العراقي أو السوري.
٥. توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث: ويقصد بها الصور التي تتناول أحداثاً ووقائع عامة وصور التدريبات القتالية، وأنشطة القطاع الطبي والتعليمي، كما تتضمن صور سيطرة التنظيم على آبار النفط، وانتشار الشرطة الإسلامية في المدينة، فضلاً عن صور خطف النساء.

٦. توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب: ويقصد بها الصور المتضمنة تجنيد الأطفال والنساء، فضلاً عن الصور المعبرة عن دعوة المقاتلين إلى الهجرة إلى الأراضي التي يسيطر عليها التنظيم لغرض استقطاب المزيد من المؤيدين لدولتهم المزعومة.
٧. توظيف أسلوب تحطيم المعنويات: ويقصد بها الصور التي تناولت مضامين تهدف إلى تحطيم المعنويات، مثل التفجيرات الإرهابية، وتدمير المنشآت، وحرق آليات ومقرات الجيش، وإسقاط وتفجير طائرات، وأسر وقتل المنتسبين والاحتياطيات.
٨. توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية: ويقصد بها الصور التي تضمنت رمزاً معيناً، مثل راية التنظيم، وصور العملة التي أصدرها تنظيم داعش، وصور الهويات، وجواز السفر، فضلاً عن رمزية الخلفيات المستعملة في بعض الصور.
٩. توظيف الاستمالات العقلية: ويقصد بها الصور التي تضمنت استمالات عقلية مثل الصور المعبرة عن أدلة وحجج وبراهين، والصورة المدعومة بالأرقام والوثائق.
١٠. توظيف الأزياء: ويقصد بها الصور التي تم من خلالها التركيز على أزياء معينة، كأزياء المقاتلين العسكرية، والزي الأفغاني، والنقاب، فضلاً عن غطاء الوجه الذي ارتداه بعض المقاتلين.
١١. توظيف الاستمالات العاطفية: ويقصد بها الصور التي حملت مضامين ذات استمالات عاطفية، مثل صور الأطفال وصور (اللى والشعر الطويل، وارتداء الساعة باليد اليمنى) والصور التي تم من خلالها الترويج الدعائي لأنشطة وخدمات التنظيم المدنية، وأسماء مستوحاة من التراث الإسلامي مثل الحسبة، وإطلاق الكنى.
١٢. توظيف الإيماءات ولغة الجسد: ويقصد بها الصور المتضمنة إيماءات معينة وهي (ابتسامة الانتحاريين، ورفع السبابة اليمنى، وعلامة النصر).
١٣. توظيف الألوان: ويقصد بها الصور التي تم من خلالها التركيز على ألوان معينة، وهي (البرتقالي والأسود والأزرق والأصفر).
١٤. توظيف النصوص: ويقصد بها الصور التي تتناول نصوصاً توحى بأفكار عقائدية وطائفية.

ت. تحديد وحدة العد والقياس

إن وحدات العد والقياس هي وحدات شكل أو مضمون داخل المحتوى، تقيد في التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل التي يتم عليها العد والقياس.

وقد اختارت الباحثة وحدة الموضوع (الفكرة) داخل كل صورة من الصور التي رافقت المضمون الخبر المتعلق بتنظيم داعش في موقع العربية.نت خلال مدة البحث المذكورة.

ث. تحديد التحليل الأولي للبحث (الدراسة الاستطلاعية)

يعد التحليل التمهيدي (أو ما يسمى بالدراسة الاستطلاعية) خطوة أولية قبل البدء في إجراءات التحليل النهائي، وقد شاع استعمال هذه الخطوة في العديد من البحوث، إذ تدرج ضمن الإجراءات الأساسية لمشروع التحليل.

والتحليل التمهيدي هو تحليل كفي يتم على عينات أصغر؛ لغرض تحديد العناصر المكونة لوحدات التحليل النهائي التي ستتخذ أساساً للتصنيف، فضلاً عن ذلك فإن التحليل التمهيدي هو خطوة ضرورية يلجأ إليها أي باحث لاستخراج فئات التحليل للاستدلال عن المعاني الظاهرة للمحتوى.

ومن أجل الكشف عن المتغيرات في توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي من قبل تنظيم داعش خلال مدة البحث، فقد تم اختيار عينة عشوائية منتظمة من الصور الصحفية التي رافقت المحتوى الرقمي على موقع العربية نت بواقع (٩١) صورة، سُحبت من مجتمع البحث الكلي مثلت نسبة ١٠ % من إجمالي صور الحصر الشامل على موقع العربية نت خلال مدة البحث المذكورة.

وقد ساعدني هذا الإجراء على بناء التصنيف وتحديد وحدات التحليل واستخراج فئات التحليل ووحدات العد والقياس. كذلك ساعد هذا الإجراء على بناء التصنيف على أساس استخراج المضامين من خلال تحليل المضمون البعدي، أي من غير الاعتماد على التصنيف القبلي الذي يبني تصنيفاً جاهزاً قبل التحليل.

٢. أداة المقابلة العلمية

تعد المقابلة العلمية إحدى أدوات البحث العلمي المستعملة في العلوم الإنسانية والتي تستهدف جمع الحقائق لغرض الاستفادة منها في توجيه البحث، وتعد إحدى طرق الحصول على معلومات وبيانات محددة، والتي يسعى الباحث للوصول إليها.^(١) وقد تمكنت الباحثة من إجراء مقابلة علمية مع السيد (سعيد الجياشي) أمين سر الخلية الوطنية للعمليات النفسية في مجلس الوزراء (راجع استمارة المقابلة العلمية في الملحق رقم (٢)).

(١) أ.د. سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٩، ص ١٥٦.

رابعاً: اختبارات الصدق والثبات

١. اختبار الصدق

يسعى اختبار الصدق لتأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المستعمل فيه، ومدى صلاحيته، سواء في قياس المتغيرات أو جمع البيانات وبدرجة عالية من الدقة والكفاءة. ولتحقيق اختبار الصدق اتبعت الباحثة الخطوات الآتية^(١):

أ - التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته، إذ قامت الباحثة بتعريف كل فئة من فئات التحليل تعريفاً دقيقاً وواضحاً كما موضح سابقاً.

ب- اعتمدت الباحثة على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة في دراسات الصورة الصحفية وتحليل المضمون في الدراسات الإعلامية للحكم على مدى صلاحية فئات التحليل ووحدات العدّ والقياس في عملية التحليل. وقد استجابت الباحثة لآراء المحكمين، وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وفي ضوء آراء المحكمين تم تعديل بعض الفقرات في استمارة التحليل، من حيث الحذف أو الإضافة والتعديل، لتستقر الاستمارة في صورتها النهائية كما هو موضح في الملحق رقم (١).

ويمكن إيضاح نسبة الاتفاق بين المحكمين لتحديد صدق استمارة التحليل من خلال احتساب مجموع الفئات الصالحة التي اتفق عليها المحكمون مع المجموع الكلي للفئات وباستعمال المعادلة الاحصائية لنسبة الاتفاق التي يمكن استخراجها من حاصل ضرب عدد الفقرات الصالحة بالرقم (١٠٠) مقسوماً على العدد الكلي للفقرات، الذي استخرجته من حاصل ضرب عدد الفقرات مع عدد المحكمين، كما مبين في الجدول والمعادلتين الإحصائيتين الآتيتين^(١) :

(١) أ.د سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، ط٢، دولة الامارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٩، ص ٢٦٦ - ٢٦٩.
(١) المصدر نفسه، ص ٢٦٧ - ٢٦٨.

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

جدول رقم (١)

يوضح نسبة الاتفاق بين المحكمين لتحديد صلق الاستمارة حسب المرتبة العلمية للمحكمين وبالاعتماد على تسلسل حروف الهجاء لأسمائهم

ت	الأساتذة المحكمون ومكان عملهم	مجموع الفئات الصالحة	مجموع الفئات غير الصالحة	مجموع الفئات التي تم تعديلها
١	أ.د. حمدان خضر السالم كلية الإعلام جامعة بغداد	٧١	-	-
٢	أ.د. سعد سلمان عبد الله كلية الآداب جامعة تكريت	٦٩	-	٢
٣	أ.د. محمود علم الدين كلية الإعلام جامعة القاهرة	٦٨	-	٣
٤	أ.ياسين طه موسى كلية الآداب جامعة تكريت	٧١	-	-
٥	أ.م.د. حسن كامل محمد كلية الإعلام جامعة بغداد	٧١	-	-
٦	أ.م. عيسى عيال مجيد كلية الآداب جامعة تكريت	٦٩	-	٢
٧	أ.م.د. يوسف حسن محمود كلية الآداب جامعة تكريت	٦٨	١	٢
٨	أ.م.د. يسرى خالد إبراهيم كلية الإعلام الجامعة العراقية	٧١	-	-
٩	م.د. نصيف جاسم حمدان رئيس قسم الإعلام في جامعة المصطفى الأمين	٦٧	١	٣
	المجموع	٦٢٥	٢	١٢

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

العدد الكلي للفقرات = عدد الفقرات × عدد المحكمين (١)

$$639 = 9 \times 71 =$$

عدد الفقرات الصالحة

$$100 \times \frac{\text{العدد الكلي}}{\text{عدد الفقرات الصالحة}} = \text{نسبة الاتفاق} =$$

العدد الكلي

٦٢٥

الجزء

$$\text{نسبة الاتفاق بين المحكمين} = 100 \times \frac{625}{639} = 97,809\%$$

لتحديد

صدق استمارة التحليل

٦٣٩

الكل

٢. اختبار الثبات

ويقصد بثبات التحليل "إمكانية الوصول إلى النتائج نفسها عند إعادة تطبيق المقياس المستعمل على المادة نفسها في المواقف والظروف نفسها". وتسعى هذه العملية إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق حسب البعدين الآتيين^(٢):

أ - الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل: ويعني توصل محللين يعملان بشكل منفرد أحدهما عن الآخر إلى النتائج نفسها، أو إلى نتائج متقاربة عندما يستعملان التصنيف نفسه، ويتبعان خطوات وقواعد التحليل نفسها. وقد قامت الباحثة بحساب الاتساق بينها وبين محلل خارجي خبير في تحليل المضمون من خلال اعطائه فئات التحليل والصور التي اخضعت للتحليل في مجتمع البحث نفسه، والذي قام بإعادة التحليل مرة أخرى*.

وبعد ذلك قامت الباحثة باستخراج نسبة الثبات مستعينة بمعادلة هولستي وكما يأتي:

(١) أ.د. سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، مصدر سابق، ص ٢٦٧ - ٢٦٨.

(٢) المصدر نفسه، ص ٢٦٦ - ٢٦٩.

* تمت الاستعانة بالأستاذ الدكتور سعد سلمان عبد الله الحاصل على شهادة الدكتوراه في مجال الصحافة من كلية الإعلام في جامعة بغداد والتدريسي في قسم الإعلام بجامعة تكريت.

$$\begin{aligned} \text{معامل ثبات هولستي} &= \frac{m^2}{n+1} \\ &= \frac{2^2}{26} = \frac{4}{26} = 0.1538 \\ &= \frac{2^2}{13+13} = \frac{4}{26} = 0.1538 \end{aligned}$$

ب- **الاتساق الزمني:** وهو أن تتوصل الباحثة إلى النتائج نفسها، أو إلى نتائج مقارنة بتطبيق فئات التحليل نفسها على الصور التي أخضعت للتحليل (مجتمع البحث) في المرة الأولى. إذ أعادت الباحثة التحليل للمرة الثانية بعد مضي شهر على إجرائه في المرة الأولى واستخرجت الباحثة نتائج مقارنة مع نتائج التحليل الأول والثاني. وتبين بعد تطبيق التحليلين السابقين أن هناك اتفاقاً عالياً بين الباحثة مع نفسها، والباحثة مع الباحث الثاني، وإن التغيرات التي حدثت في النتيجة بين الباحثة مع نفسها بمرور مدة زمنية عندما تعيد التحليل مرة ثانية وبين الباحثة والباحث الآخر كانت طفيفة، ويتم ذلك عن طريق استعمال معادلة رياضية إحصائية تعرف بمعادلة هولستي ويقصد به توصل الباحث إلى النتائج ذاتها أو إلى نتائج مقارنة بعد تطبيق فئات ووحدات التحليل ذاتها وعلى المضمون ذاته بعد مدة من إجراء التحليل الأولي.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها

في ختام هذا البحث يمكن للباحثة استعراض نتائج الدراسة التحليلية التي اجريت على الصور الصحفية التي رافقت الموضوعات الصحفية المتعلقة بتنظيم داعش خلال المدة من عام ٢٠١٤ ولغاية عام ٢٠١٧ كما يأتي:

أولاً: نتائج الفئات الرئيسة للدراسة التحليلية وتفسيرها

١. جاءت فئة (توظيف استمالات التخويف) بالمرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٢٥٣)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٧.٨٣ %) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، ويمكن تفسير ذلك أن التنظيم اعتمد على العنف والتخويف كاستراتيجية له في التعامل مع خصومه، ففي كل مرة كان يبث صوراً صادمة مليئة بالوحشية؛ رغبة منه في إرعاب خصومه وكل من يقف ضده، في إطار حرب نفسية يشنها ضدهم.

ان الطبيعة السيكولوجية لقادة تنظيم داعش تتراكم على أساس القوة وعبور الخط الانساني الأحمر (أي الرأفة أو الرحمة) معتمدين في ذلك على ما يسمى في علم الدعاية بـ (نظرية الرعب) تلك النظرية التي اعتمدها الكثير من القادة، سواء أكانوا قداماء أم معاصرين ولكن بشكل محدود، فجنكيزخان وموسوليني وهتلر وغوبلز والكثير من الديمويين، قد مروا على نظرية الرعب، لتسويق صورة النظام المبني على التصفية السريعة والعاجلة؛ لإحداث خلل نفسي لدى الآخر. وإذا ما نظرنا بالتحليل إلى نظرية الرعب، نراها الأنسب لدى تنظيم داعش، فالرعب أصبح الهوية التي ينطلق بها التنظيم، إذ يمتلك أعضائه نزعة الشذوذ الفكري الذي يجعل من القتل والقسوة والدمار، واستباحة الدم والحرب والوعيد والفوضى... الخ، ميادين وحواضن بغاية التوافق والإنتاج، لذا فان أسلوب الصدمة، أو الخروج عن المألوف أو تحطيم القيم، ماهي إلا عوامل رمزية واتصالية ودعائية، لكسب النصر، ومن ثم التجنيد والتماهي، مع فكر يرى فيه تنظيم داعش أن لغة الدم والرعب، جزء من تسويق الدعاية والحرب النفسية للتنظيم. (١)

٢. جاءت فئة (توظيف أسلوب التهويل والتضخيم) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٩٩)، وبنسبة مئوية بلغت (١٠.٨٩ %) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، ويمكن تفسير ذلك من خلال تركيز التنظيم على أسلوب التهويل والتضخيم متعمداً في إبراز المقاتلين بهيئة

(١) أ.م.د. كامل القيم: حرب الرموز وتسويق مثيرات العنف والإرهاب - رؤية في تسويق الدعاية والحرب النفسية لتنظيم داعش، بحث منشور في مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، المجلد (٥) العدد (٢)، ص ٢٦٧.

الرمي، واستعمال الأسلحة الحديثة الخفيفة والمتوسطة، وإظهار المقاتلين مجتمعين وهم في وضع الجهوزية للقتال يرتدون الزي العسكري والأفغاني، كذلك التركيز على الإيحاء بفتح ساحات جديدة في دول أخرى، فضلا عن صور صحفية أبرزها التنظيم المذكور تبرز مقاتليه وهم يعتلون مركبات عسكرية حديثة وأسلحة خفيفة متطورة غنمها التنظيم من المناطق التي سيطر عليها، ويتطابق هذا التفسير مع نتائج أحدث الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع نفسه (١).

٣. احتلت فئة (توظيف العامل الديني) المرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٩١)، ونسبة مئوية بلغت (١٠.٠١%)، من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، ويمكن تفسير ذلك أن الصورة الصحفية التي وظفها التنظيم في المحتوى الرقمي كانت تركز على نشر تنظيم داعش صورا أظهرت عمليات هدم وتفجير لمجموعة من المراقد والأضرحة ودور العبادة في محافظة نينوى قام بها عناصره. ومن أبرز الأضرحة التي تم نسفها، ضريح الشيخ فتحي، وقبر البنت، ومزار وقبر شيخ الطريقة الصوفية أحمد الرفاعي، وقد هدمت هذه المراقد بواسطة الجرافات. وفي الوقت نفسه، أظهرت الصور تفخيخ وتفجير مساجد وحسينيات في الموصل وتلعفر، وبينها حسينيتا (جواد وقدو) في تلعفر، وحسينية القبة وسط الموصل تحت ذريعة " أن الإسلام يؤكد على هدم الأضرحة حتى تسوى بالأرض"، ويعتقدون كذلك أن القباب التي على القبور يجب هدمها كلها؛ لأنها أسست على معصية الرسول محمد (صلى الله عليه وسلم). وقوبلت هذه العمليات باستياء عارم بين أبناء سكان الموصل، إذ عدوها طمسا لحضارة مدينتهم (٢). ويشير الباحث ذنون بن متي الموصلية أن المعالم الحضارية والآثرية والدينية كانت تمثل أثرا تعود إلى العصر الآشوري الحديث وأبرز مثال على ذلك تفجير العاصمة الآشورية كلخو (النمرود) في ناحية النمرود وتجريف العاصمة الآشورية دورشروكين (خرسباد) في قرية خرسباد، وتفجير جامع النبي يونس عليه السلام في مدينة الموصل تل النوبة، وتفجير جامع النبي شيت بن آدم عليه السلام في مدينة الموصل، وكذلك تفجير جامع النبي جرجيس في مدينة الموصل ولم تتج كنائس والأديرة والمقابر المسيحية كذلك، كما قاموا بتدمير مزارات الطائفة الأيزيدية. (٣)

(١) مارلين عويش هرمز، مصدر سابق، ص ٣٠٥.

(٢) موقع العربية نت: إرهاب داعش يفجر أضرحة وحسينيات في العراق، تقرير مصور منشور على الرابط الآتي: <http://bit.ly/30Lnttg> (تاريخ الزيارة: ٢٦/٥/٢٠١٩).

(٣) ذنون بن متي الموصلية: مصدر سابق، ص ١٧١ - ١٩١.

٤. جاءت فئة (توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية) بالمرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (٨٩)، وبنسبة مئوية بلغت (٩.٧٩ %) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل؛ ويمكن تفسير ذلك أن تنظيم داعش قد ركز على إبراز ونشر الصور التي توثق الانتصارات العسكرية؛ بغية إبراز قوة التنظيم؛ كذلك فإن عرض انتصارات التنظيم في المناطق التي سيطر عليها في سوريا والعراق كان لها الأثر الأكبر في استقطاب أعداد كبيرة للتنظيم، ولاسيما بعد سقوط الموصل يوم ٢٠١٤/٦/٩ وما تلتها من أحداث أظهرت قوة التنظيم وضعف القوات العسكرية العراقية التي تركت مواقعها وتجهيزاتها العسكرية، وكان هدف التنظيم من نشر الصور التي تؤكد على الانتصارات العسكرية " لكي تعطي صورة لمتابعي منافذ داعش الإعلامية بأن التنظيم على درجة عالية من التسليح والتجهيز ويستحق الانضمام إليه".^(١)

٥. جاءت فئة (توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث) بالمرتبة الخامسة بتكرار مقداره (٦٤)، وبنسبة مئوية بلغت (٧.٠٤ %)، من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل؛ ويمكن تفسير ذلك أن تنظيم داعش قد استعمل منذ بداياته الأولى توظيف الصورة في سرد الوقائع للدعاية بين الأعوام ٢٠١٢ و ٢٠١٤. ومن المفيد أن نذكر أن فيديو غزوة الأسير رقم (١) كان أول مادة إعلامية يصدرها تنظيم (الدولة الإسلامية) في العراق لسرد الوقائع والأحداث، وهو عبارة عن شريط فيديو مدته (٣٦) دقيقة أصدرته مؤسسة الفرقان للإعلام في كانون الثاني من العام ٢٠١٢ ويضم مجموعة من المقاطع الفيديوية يتوجه بمحتوى دعائي طائفي إلى الجمهور لسرد وقائع وأحداث بأسلوب طائفي مقيت؛ لدق إسفين بين المسلمين. وبعد ستة أشهر، أي في تموز من العام ٢٠١٢ أصدرت مؤسسة الفرقان فيديو (صليل الصوارم، الجزء الأول) وهو نسخة دراماتيكية أكثر طائفية في سرد الوقائع والأحداث. وعرض الفيديو صوراً لمقاتلين يحضرون لتنفيذ عمليات انتحارية، ويقدمون شهاداتهم الشخصية، ويشاركون في العمليات.^(٢)

٦. احتلت فئة (توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب) المرتبة السادسة، بتكرار مقداره (٥٨)، وبنسبة مئوية بلغت (٦.٣٨ %)، من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، ويمكن تفسير ذلك من خلال اعتماد التنظيم على توسيع حضوره على شبكة الإنترنت من خلال وسائل

(١) د. اسراء شاكر حسن: الاساليب الدعائية لتنظيم داعش في شبكات مواقع التواصل الاجتماعي، بحث منشور في مجلة اهل البيت عليهم السلام، العدد (٢٢) الصادر بتاريخ السبت ٣ آذار ٢٠١٨، جامعة أهل البيت، ص ٦٣.
(٢) البرتو فرنانديز: مواجهة شبكات الدعاية الخاصة بداعش، واشنطن، معهد بروكنجز، (د.ت)، ص ٤-٥.

التواصل الاجتماعي؛ بهدف تجنيد المزيد من الأعضاء، ويذكر مختصون تقنيون بشؤون الجماعات المتطرفة أن فريق الدعاية الالكترونية لتنظيم داعش كبير ومنظم وموزع على جميع مواقع التواصل الاجتماعي ولاسيما (فيسبوك، يوتيوب، تويتر) ولكل ولاية حسابها الالكتروني الخاص بها، ويتابعه عشرات الالاف. على الرغم من أن تنظيم داعش ليس الجماعة المتطرفة الوحيدة ولا الجماعة الأولى التي تستغل وسائل التواصل الاجتماعي فإنها تتميز بكثافة استعمالها لتلك الوسائل واعتمادها على استراتيجيات إعلامية متطورة وخطط ترويجية أكثر تقدماً من غيرها. ومن بين الخطط الترويجية، أن التنظيم يستعمل أساليب غير شائعة في قلب الثغرات الأمنية لتحميل مواده على شبكات التواصل الاجتماعي، مثل خدمات تتيح لمستخدميها نشر مدونات من حسابات سرية، ويعتمد التنظيم كذلك على فتح حسابات احتياطية في حال إغلاق حسابهم من مديري الصفحات. وقد تنبته الجهات الرسمية في الدول الغربية لخطورة الدعاية الالكترونية لداعش في تجنيد واستقطاب الشباب المقيم في تلك البلدان من خلال انخراطهم بصفة مقاتلين في صفوف داعش، ووجود كثير من المؤيدين والنشطاء على شبكات التواصل الاجتماعي الذين يعملون على ترويج أفكار التنظيم ودعايته.^(١) كذلك فإن خطورة التجنيد هو في انتقاله من الطريقة الشبكية إلى التجنيد الفردي خاصة بالنسبة للأطفال إذ لا يتم الالتحاق لمجموعات متطرفة بشكل تنظيمي هيكلي؛ "ولذلك فإن التعرف عليهم وتعقبهم يكون عسيراً في الغالب؛ بسبب غياب السمات الشخصية أو العلامات الدالة، ومن طبيعة هؤلاء المجندين الصغار غير المرتبطين هيكلياً حرصهم على الانضمام السريع إلى العراق أو اليمن أو سوريا عبر وسطاء في دول مجاورة، كما تحرص الجماعات المتطرفة على تجنيد هذه النوعية لسهولة التأثير عليها وإقناعها بالقيام بعمليات انتحارية من غير تفكير أو فحص للعواقب".^(٢)

٧. احتلت فئة (توظيف أسلوب تحطيم المعنويات) المرتبة السابعة بتكرار مقداره (٥٦)، وبنسبة مئوية بلغت (٦.١٦%)، من إجمالي العدد الكلي للصور، ويمكن تفسير ذلك من خلال الإشارة إلى استراتيجية إدارة التوحش التي اتبعتها تنظيم داعش، فهي تقوم على مصطلح التوحش

(١) تويتر ويوتيوب سلاحاً داعش في تجنيد المتطرفين، موضوع منشور في صحيفة الشرق الاوسط (لندن) العدد الصادر بتاريخ ٢٠١٤/١٠/٦ على الرابط الآتي: <https://aawsat.com/home/article/195361> تاريخ الزيارة (٢٠١٩/٦/٧).

(٢) د. فنسنت الغريب، مصدر سابق، ص ٢٠٤.

الذي يعني حالة من الفوضى المتوقعة التي ستدب في أوصال دولة ما أو منطقة بعينها، إذا ما زالت عنها قبضة السلطات الحاكمة تحت ضربات التنظيم. ففي كتاب إدارة التوحش الذي يعد من أخطر كتب تنظيم القاعدة في استراتيجيات المواجهة مع العدو تحدث الكاتب (أبو بكر ناجي) عن قيام الدولة بمرحلتين: الأولى هي مرحلة النكاية والشوكة تتبعها المرحلة الثانية التي هي مرحلة إدارة التوحش قبل أن تولد الدولة (مرحلة التمكين) التي يصلب عودها وتتمدد، لتصبح نقطة مركزية تستقطب كل من حولها، وتهضم كل الكيانات التي حولها حتى تجمع الأمة الإسلامية في كيان واحد قد يطلق عليه (دولة الخلافة أو دار الإسلام) التي يقابلها دار حرب، وفي كلتا المرحلتين يلجأ التنظيم في فرض سيطرته على الدول والمناطق التي يسيطر عليها إلى أسلوب تحطيم معنويات أعداء التنظيم المستهدفة.^(١)

٨. حازت فئة (توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية) على المرتبة الثامنة، بتكرار مقداره (٥٣)، وبنسبة مئوية بلغت (٥.٨٣%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، ويمكن تفسير ذلك من خلال تركيز تنظيم داعش على راية التنظيم في توظيفه لأغلب الصور الصحفية؛ لأنها " تختزل فكرة الرسالة الاتصالية في جملة بسيطة وسهلة الحفظ والتذكر ، أو في عبارة موجزة لا لبس فيها ولا غموض للتعبير عن فكره أو قضية أو موقف أو رأي يتعلق بالشأن السياسي أو أي موضوع آخر"^(٢) وكذلك فإن استعمال تنظيم داعش لرموز غير لفظية جاء انطلاقةً من كون "الرموز هي اختصار لفكرة الرسالة الدعائية في جملة أو رمز سهل الحفظ والتذكير بمضمون الفكرة الدعائية ، بحيث تخلق نوعاً من التأثير النفسي وجذب انتباه المتلقي ، وأن الغاية من استعمال الشعارات هي تجسيد المعاني والأفكار وجعلها قابلة للانتقال، فضلاً عن منحها الديمومة، وإضفاء صفة الاستمرارية لمدة زمنية معينة"^(٣)، بهدف تحقيق عنصر الجذب والتأثير النفسي وتوظيف هذه الرموز في كسب الأنصار .

٩. حلت فئة (توظيف الصورة في الاستمالات العقلية) بالمرتبة التاسعة، بتكرار مقداره (٤١)، وبنسبة مئوية بلغت (٤.٥١%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، ويمكن تفسير ذلك أن تنظيم داعش قد اعتمد على توظيف صور قادة التنظيم في وسائل إعلامه كجزء

(١) محمد علوش: داعش واخواتها من القاعدة الى الدولة الاسلامية، بيروت، رياض الريس للكتب والنشر، ٢٠١٥، ص ٢٩٠ - ٢٩١.

(٢) محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ط٢، عمان، دار مجدلاوي، ٢٠٠٨، ص ١٣٥.

(٣) منال طلعت محمود: مدخل إلى علم الاتصال، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٢، ص ١٨٤.

من الاستمالات العقلية ولاسيما في مجلتي دابق ورومية اللتين تستهدفان جمهوراً غريباً من قبل دعاية داعش. وعلى الرغم من الفرق بين دعاية دابق التي صدر عددها الاول في ٢٠١٤/٧/٨ باللغتين العربية والانكليزية^(١) والتي كانت تعتمد أهداف استراتيجية طويلة الأمد وبين دعاية رومية التي صدرت كتعديل لاستراتيجية تنظيم داعش الإعلامية، إذ اعتمدت على إعادة تدوير أخبار التنظيم المنشورة في المنافذ الإعلامية وبسبع لغات وهي: (الإنكليزية والتركية والألمانية والروسية والباشتو والفرنسية والإيغور)، ورغم هذه الفروقات إلا أن المجلتين كانتا تركزان على إبراز صور قادة التنظيم لتوظيفها في الاستمالات العقلية.^(٢)

١٠. جاءت بالمرتبة العاشرة فئة (توظيف الأزياء)، بتكرار مقداره (٣٤)، وبنسبة مئوية بلغت (٣.٧٤%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، ويمكن تفسير ذلك أن الصور الصحفية المتعلقة بقطع رؤوس الرهائن الأمريكيين والبريطانيين ونشر صور غطاء الوجه والرأس الأسود والزي العسكري الأسود والزي الأفغاني التي نشرها تنظيم داعش عبر منافذه الإعلامية المتعددة واقتحامها في نشرات الأخبار الدولية قد كانت سلاح ذا حدين فمن جهة اكسبت تلك الصور أخبار داعش مكانة متميزة في دورة الأخبار الدولية، ولكنها من جهة أخرى كانت اللبنة الأساسية لإطلاق تسمية (داعش وجه الشر) في الإعلام الدولي.^(٣)

١١. أما المرتبة الحادية عشرة فقد نالتها فئة (توظيف الصورة في الاستمالات العاطفية)، بتكرار مقداره (٣٠)، وبنسبة مئوية بلغت (٣.٣١%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، ويمكن تفسير ذلك من خلال قيام إعلام تنظيم داعش بتوظيف الصورة الصحفية في الاستمالات العاطفية التي استهدف منها التأثير على وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف التنظيم، معتمداً في ذلك على استعمال عدة أمور، كالاسماء المستوحاة من التراث الإسلامي، فنجد أن التنظيم قد ركز في الكثير من الصور على تسمية الحسبة، كما تم توظيف بعض النصوص في الصور من قبل القائمين على دعاية تنظيم داعش، مستعملين فيها التشبيه والاستعارة والكناية، وانتقاء النصوص التي تقدم

(1) DABIQ: The Return of Khilafah, issue 1, 1435.

(2) Peter Wignell, Sabine Tan, Kay L. O'Halloran & Rebecca Lange: A Mixed Methods Empirical Examination of Changes in Emphasis and Style in the Extremist Magazines Dabiq and Rumiya, Perspectives on terrorism, Vol 11, No 2, 2017, p.1-2.

(3) Kanar Patruss: 'The Face of Evil': The Discourse on ISIS and the Visual Complexities in the ISIS Beheading Videos, Politik, Nummer 4, Årgang 19, 2016, p.67-68.

الرأي على أنه حقيقة واستعمال غريزة القطيع، ويقصد بها، استغلال الضغط الذي يجعل الجمهور المستهدف يتوافق مع ما يريده قادة التنظيم من الجمهور.

١٢. أما فئة (توظيف الإيماءات ولغة الجسد) فقد جاءت بالمرتبة الثانية عشرة، بتكرار مقداره (١٧)

وبنسبة مئوية بلغت (١.٨٧%)، من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، ويمكن تفسير ذلك أن الصور المنشورة التي روجها التنظيم عكست اهتمام تنظيم داعش بالتعبير الناطق من خلال لغة الجسد، التي تشمل لغة العيون، وإيماءات اليدين، ومختلف أنواع الاتصال غير اللفظي داخل الصورة من غير اللجوء إلى الكلمات.

١٣. وجاءت فئة (توظيف الألوان) مشاركة مع فئة (توظيف النصوص) بالمرتبة الثالثة عشرة، بتكرار

مقداره (١٢)، وبنسبة مئوية بلغت (١.٣٢%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل. ويمكن تفسير ذلك في كون اللون يعد اسلوباً للتأثير في سلوك الجمهور المستهدف؛ كونه يتمتع بخاصية الجذب التي يمكن عدها الحلقة الأولى في سلسلة التأثير لما للون من إمكانية في جذب الانتباه، فضلاً عن وظائف أخرى، كالقدرة على نقل الانفعالات والمشاعر وتوجيه الانتباه، ويكمن ذلك في الأثر النفسي للون الذي يتضح من خلال إثارة الوان معينة لاستجابات انفعالية محددة وقدرتها على الإيحاء بأفكار وتصورات معينة، كما أن للون قدرة على التذكير بسبب تأثيره على ذاكرة الشخص بواسطة انفعالات نفسية تمكن من الاسترجاع والاستدعاء المتحقق بفعل تنبيه اللون المحرك للذاكرة^(١).

١٤. جاءت فئة (توظيف النصوص) مشاركة فئة (توظيف الألوان) بالمرتبة الثالثة عشرة، بتكرار

مقداره (١٢)، وبنسبة مئوية بلغت (١.٣٢%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل. ويمكن لي ان أفسر توظيف الصورة الصحفية للنصوص المستعملة في داخل الصورة

(١) ستار حمادي علي الجبوري: العلاقات اللونية وتأثيرها على حركة السطوح المطبوعة في الفضاء التصميمي للمطبوع العراقي، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى اكااديمية الفنون الجميلة بجامعة بغداد عام ١٩٩٧، ص ٢١.

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

نفسها انطلاقاً من التشابه بين هذا الأسلوب الذي استعمله القائمون على إعلام داعش، وبين أسلوب توظيف النصوص في الصورة الإعلانية، إذ يعد نص الرسالة الإعلانية العنصر الأساس الذي تنقل بواسطته الأفكار والدعاوى الإعلانية إلى القراء، بهدف دفعهم إلى تحقيق الهدف الرئيس للإعلان، وتزداد أهمية التركيز والاهتمام بالنص الإعلاني في حالة الإعلان المقروء ولاسيما في الصحف والمجلات. ويتضمن إعداد النص للرسالة الإعلانية ضرورة اتخاذ قرار هام هو اختيار وتحديد استمالات الدعوة الإعلانية موضع التركيز، والدعوة الإعلانية هي الفكرة الأساسية أو خط التفكير الرئيس الذي يريد كاتب النص الإعلاني أن يوصله إلى جمهور القراء من المستهلكين المرتقبين. ويتضمن النص الإعلاني نوعين من الدعاوى الإعلانية هي الدعاوى العاطفية التي تخاطب عواطف الفرد ومشاعره، والدعوة الرشيدة التي تخاطب العقل وتمس تفكير المستهلك^(١). وقد تجلّى ذلك حينما نشر التنظيم إحدى صور قطع الرؤوس، وأرفقها بالنص القرآني " فاذا لقيتم الذين كفروا فضرب الرقاب " الذي وصفه أسفل الصورة.^(٢)

ويمكن إيضاح نتائج الفئات الرئيسة للدراسة التحليلية التي أجريتها على الصور الصحفية التي رافقت المحتوى الرقمي للموضوعات الصحفية المتعلقة بتنظيم داعش على موقع العربية نت خلال المدة من عام ٢٠١٤ ولغاية ٢٠١٧ عن طريق الجدول الآتي:

(١) أ. د صفوت محمد العالم: فن الاعلان الصحفي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ١٣٣.
(٢) منصور عبد الحكيم: داعش مارء العصر الاخير- السففاني والرايات السود آءر الزمان، دمشق والقاهرة، دار الكتاب العربي، ٢٠١٥، ص ١٩٩.

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

جدول رقم (٢)

يوضح الفئات الرئيسة لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي على موقع العربية نت خلال المدة من عام ٢٠١٤ حتى عام ٢٠١٧ والنسبة المئوية

ت	الفئات الرئيسة	التكرار	النسبة	المرتبة
١.	توظيف استمالات التخويف	٢٥٣	٢٧.٨٣%	الأولى
٢.	توظيف أسلوب التهويل والتضخيم	٩٩	١٠.٨٩%	الثانية
٣.	توظيف العامل الديني	٩١	١٠.٠١%	الثالثة
٤.	توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية	٨٩	٩.٧٩%	الرابعة
٥.	توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث	٦٤	٧.٠٤%	الخامسة
٦.	توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب	٥٨	٦.٣٨%	السادسة
٧.	توظيف أسلوب تحطيم المعنويات	٥٦	٦.١٦%	السابعة
٨.	توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية	٥٣	٥.٨٣%	الثامنة
٩.	توظيف الاستمالات العقلية	٤١	٤.٥١%	التاسعة
١٠.	توظيف الأزياء	٣٤	٣.٧٤%	العاشرة
١١.	توظيف الاستمالات العاطفية	٣٠	٣.٣١%	الحادية عشرة
١٢.	توظيف الإيماءات ولغة الجسد	١٧	١.٨٧%	الثانية عشرة
١٣.	توظيف الألوان	١٢	١.٣٢%	الثالثة عشرة
١٤.	توظيف النصوص	١٢	١.٣٢%	الثالثة عشرة
-	المجموع	٩٠٩	١٠٠%	-

ثانياً: نتائج الفئات الفرعية للدراسة التحليلية وتفسيرها

١. حصلت الفئة الرئيسية (توظيف استمالات التخويف) خلال المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ على أعلى

مجموع للتكرارات، بمجموع مقداره (٢٥٣) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (٢٧،٨٣%)، وقد

ظهرت للباحثة أربع فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت صور الإعدام البشع بالمرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٢١٢)، وبنسبة مئوية بلغت

(٨٣،٨٠%) من إجمالي العينة، وقد أشرت الباحثة سابقاً إلى أن استراتيجية تنظيم

داعش تقوم على إثارة الرعب والخوف، وقد لاحظت الباحثة تنوعاً في طرق إعدام

الرهائن لدى التنظيم، فقد نفذ العديد من عمليات الإعدام الجماعي بحق رهائنه، كما قام

بتنفيذ عمليات حرق ونحر وصلب وذبح الكثير منهم، و نفذ بعض عمليات الإعدام غير

المألوفة والنشعة في الوقت ذاته، مثل: (ذبح المعتقلين وتعليقهم كأضاحي العيد، وإجبار

البعض منهم على حفر قبورهم بأيديهم قبل تنفيذ حكم الإعدام بحقهم، وتم أيضاً إعدام

عسكري بعد دهسه بأحد دباباتهم، وقام التنظيم أيضاً بإغراق البعض منهم بعد وضعهم

بقفص حديدي، وتم إعدام ضباط في الرقة ركلاً بالأقدام ثم سحلهم بالشوارع، وتم أيضاً

شي بعض الأشخاص بحجة التجسس)، وقد نشر التنظيم صوراً تمثلت قسوتها في

استغلال الأطفال بتنفيذ عمليات إعدام جماعي بحق السجناء، كما نشر التنظيم صوراً

لطفل لم يتجاوز عمره الثلاث سنوات وهو يقوم بقتل أحد المعتقلين لديهم بمسدس، كما

سعى التنظيم إلى إبقاء قتلاه أمام مرأى ومسمع من الناس في المدن التي سيطر عليها،

فقد قام التنظيم بذبح الدكتور خالد الأسعد عالم الآثار السوري الذي رفض التعاون معهم،

وتعليقه على أحد الأعمدة بالطريق، كما قام التنظيم بتعليق قتلاه على مدخل مدينة

الحويجة في العراق، كما في الصورة رقم (٢٦)

ب. حصلت (صور تخويف لمثير عقابي) على المرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٢١)، وبنسبة

مئوية بلغت (٨،٣٠%).

ت. حصلت فئة (صور التخويف باستعمال آلات جارحة) على المرتبة الثالثة بتكرار مقداره

(١٨)، وبنسبة مئوية بلغت (٧،١١%).

ث. جاءت فئة (الجلد) بالمرتبة الأخيرة، بتكرار مقداره (٢)، وبنسبة مئوية بلغت

(٠،٧٩%).



صورة رقم (٢٦)

تمثل إحدى صور الإعدام البشع

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (٣) يبين الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في استمالات

التخويف خلال المدة ٢٠١٧-٢٠١٤ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	توظيف الصورة في استمالات التخويف	ت
الأولى	٨٣.٨٠%	٢١٢	صور الإعدام البشع	١.
الثانية	٨.٣٠%	٢١	صور تخويف لمثير عقابي (الرجم وإعدام الشواذ وقطع اليد)	٢.
الثالثة	٧.١١%	١٨	صور التخويف باستعمال آلات جارحة	٣.
الرابعة	٠.٧٩%	٢	جلد	٤.
-	١٠٠%	٢٥٣		المجموع

٢. جاءت فئة (توظيف أسلوب التهويل والتضخيم) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٩٩)، ونسبة

مئوية بلغت (١٠.٨٩ %) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت

للباحثة أربع فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت فئة (إبراز قوة المقاتلين) بالمرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٣٧)، وبنسبة مئوية بلغت (٣٧.٣٧٪)، فقد سعى التنظيم إلى نشر صور تركز على مقاتليه وتبالغ في اظهار مدى قوتهم، فتلحظ في الكثير من الصور الصحفية المنشورة اظهار المقاتل الداعشي على أنه يمتلك جسداً ممتلئاً وقامة فارعة، والهدف من وراء ذلك هو إشاعة الخوف لدى المتلقين.

وأبرز الصور الصحفية التي تم الترويج لها كانت صور ما يعرف باسم (البلدورز)، الذي تم استعماله في ترهيب الأطفال الراضين للانضمام للتنظيم والانصياع لأوامره، إذ يقوم بقطع رؤوس الرجال والأطفال في إطار ما يسمى (لجنة التقطيع)، وقد ظهرت لبلدورز العديد من الصور، منها الصورة التي ظهر بها وهو يقوم بقطع رؤوس اثنين من المشتبه بهم أمام الكثير من الرجال والأطفال في محافظة الأنبار العراقية، مستعملاً سيفه الكبير، أما أول صورة ظهرت له فكانت في حزيران من العام ٢٠١٤، فقد تم الترويج له وهو يحمل مدفعاً رشاشاً يزن ٥٢ كلغ، ومزوداً برصاصات خارقة للدروع الواقية، وعادة ما يتم تثبيت هذا السلاح على الطائرات والأبراج والدبابات، كما في الصورة رقم (٢٧)^(١).

ب. جاءت فئة (الإيحاء بفتح ساحات جديدة في دول أخرى) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٣٢)، وبنسبة مئوية بلغت (٣٢.٣٢٪).

ت. جاءت فئة (بيان قوة التنظيم في حرب الشوارع) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (١٧)، وبنسبة مئوية بلغت (١٧.١٧٪).

ث. جاءت فئة (تضخيم الإمكانيات العسكرية) بالمرتبة الأخيرة، بتكرار مقداره (١٣)، وبنسبة مئوية بلغت (١٣.١٤٪).

(١) العربية. نت: شاهد.. "بلدورز" داعش الذي جلب الرعب للمدن العراقية على الرابط الآتي:
<http://bit.ly/2XEnRLm> (تاريخ الزيارة: ٢٠١٩/٦/٢٧)



صورة رقم (٢٧) تمثل تركيز التنظيم على إبراز قوة المقاتلين
ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (٤)

يبين الفئات الفرعية لتوظيف أسلوب التهويل والتضخيم خلال المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	توظيف أسلوب التهويل والتضخيم	ت
الأولى	٣٧.٣٧%	٣٧	إبراز قوة المقاتلين	١.
الثانية	٣٢.٣٢%	٣٢	الإيحاء بفتح ساحات جديدة في دول أخرى	٢.
الثالثة	١٧.١٧%	١٧	بيان قوة التنظيم في حرب الشوارع	٣.
الرابعة	١٣.١٤%	١٣	تضخيم الإمكانيات العسكرية	٤.
-	١٠٠%	٩٩	المجموع	

٣. احتلت فئة (توظيف العامل الديني) المرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٩١)، وبنسبة مئوية بلغت (١٠٠.١%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت للباحثة ثلاث فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت فئة (الدعوة إلى التوحيد) بالمرتبة الأولى بتكرار مقداره (٧٧) وبنسبة مئوية بلغت (٨٤.٦١%)، إذ شهد عامي ٢٠١٤ و ٢٠١٥ تفجيراً ونسفاً لمختلف دور العبادة، سواء (المساجد أو الحسينيات أو المزارات أو الاضرحة أو الكنائس) في محافظة نينوى، وفيما يتعلق بالآثار فقد قام التنظيم بهدم وتخريب الآثار الآشورية الموجودة في متحف الموصل، والتي تعود إلى آلاف السنين قبل الميلاد تحت ذريعة أنها أوثان يجب إزالتها كجزء من دعوتهم إلى التوحيد، وقد روج في عدة صور صحفية إلى قيامه بضبط تماثيل مهربة من تدمر في سوريا، إذ أوضحت الصور قيام أعضاء التنظيم بتحطيم رؤوس تلك التماثيل، ويبدو أن التنظيم أظهر تلك الصور بعد أن كشفت الكثير من التقارير الصحفية عن قيام تنظيم داعش بتهريب الآثار، ليبين للعالم أنه لم يقم بهذا الأمر، كما في الصورة رقم (٢٨).

ب. جاءت فئة (تطبيق أحكام الشريعة) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٨)، وبنسبة مئوية بلغت (٨.٧٩%)، سعى التنظيم وبشكل دائم إلى الترويج عن قيامه بتطبيق أحكام الشريعة، فقد تم فرض العديد من الأمور التي بدت غريبة بحجة تطبيق أحكام الشريعة الإسلامية، إذ روج التنظيم من خلال صورته الصحفية القيام بتغطية وجوه عارضات الأزياء في المحال التجارية بالموصل (المانيكان) بحجاب أسود يغطي وجهها بالكامل، وشمل هذا القرار عارضات الملابس الخاصة بالذكور والإناث بحجة ان هذه العارضات تشبه الاصنام، فضلاً عن قيامه بمنع التدخين، فقد أظهر صوراً تبين حرق الآلاف من علب السكائر في المدن التي سيطرة عليها بحجة تطبيق أحكام الشريعة الإسلامية.

ت. جاءت فئة (الإفتاء الديني) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٦)، وبنسبة مئوية بلغت (٦.٦٠%).



صورة رقم (٢٨)

تمثل مصادرة التنظيم لرؤوس أثرية تابعة لمدينة تدمر السورية

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (٥)

يبين الفئات الفرعية لتوظيف العامل الديني خلال المدة ٢٠١٧-٢٠١٤ والنسبة المئوية

ت	توظيف العامل الديني	التكرار	النسبة	المرتبة
١.	الدعوة إلى التوحيد	٧٧	٨٤.٦١%	الأولى
٢.	تطبيق تعاليم الشريعة	٨	٨.٧٩%	الثانية
٣.	صور الإفتاء الديني	٦	٦.٦٠%	الثالثة
	المجموع	٩١	١٠٠%	-

٤. جاءت فئة (توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية) بالمرتبة الرابعة، بتكرار

مقداره (٨٩)، ونسبة مئوية بلغت (٩٠.٧٩%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة

للتحليل، وقد ظهرت للباحثة خمس فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت فئة (الاستعراضات العسكرية في المدن المسيطر عليها) بالمرتبة الأولى، بتكرار

مقداره (٣٦)، ونسبة مئوية بلغت (٤٠.٤٤%)، نظم تنظيم داعش عدة استعراضات

كبيرة في المدن التي سيطرة عليها، فقد أوضحت إحدى الصور الصحفية التي نشرها

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

التنظيم الاستعراض الذي تم تنظيمه في شوارع الموصل، والذي شاركت فيه مدرعات ومدافع وهاونات وعربات عسكرية نوع همر، وقذائف صاروخية، وأسلحة خفيفة ومتوسطة، تمكن التنظيم من الحصول عليها بعد السيطرة على مقرات الجيش العراقي في المدينة.

وقد جاب أعضاء تنظيم داعش طرقات المدينة رافعين رايات التنظيم، كما بينت الصور أن بعض أعضاء التنظيم كانوا مكشوفى الوجه، فيما ارتدى بعضهم الآخر أغطية تخفي وجوههم منعاً من التعرف عليهم، كما في الصورة رقم (٢٩).

ب. جاءت فئة (السيطرة أو الاستيلاء على المدن) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٢١)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٣.٥٩%).

ت. جاءت فئة (الاحتفال بالشوارع) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (١٢)، وبنسبة مئوية بلغت (١٣.٤٨%).

ث. جاءت فئتا (عرض انتصارات التنظيم اللوجستية في سبايكر) و (اغتنام أسلحة) بالمرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (١٠)، وبنسبة مئوية بلغت (١١.٢٣%).



صورة رقم (٢٩) لأحد استعراضات التنظيم في مدينة الموصل

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

جدول رقم (٦)

يبين الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في التأكيد على الانتصارات العسكرية خلال
المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

ت	توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية	التكرار	النسبة	المرتبة
١.	الاستعراضات العسكرية في المدن المسيطر عليها	٣٦	٤٠.٤٤%	الأولى
٢.	السيطرة أو الاستيلاء على المدن	٢١	٢٣.٥٩%	الثانية
٣.	الاحتفال بالشوارع	١٢	١٣.٤٨%	الثالثة
٤.	عرض انتصارات التنظيم اللوجستية في سبايكر	١٠	١١.٢٣%	الرابعة
٥.	اغتنام أسلحة	١٠	١١.٢٣%	الرابعة
	المجموع	٨٩	١٠٠%	-

٥. جاءت فئة (توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث) بالمرتبة الخامسة، بتكرار مقداره (٦٤)،
وبنسبة مئوية بلغت (٧.٠٤%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت
للباحثة سبع فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. حازت فئة (التدريبات القتالية) على المرتبة الأولى ضمن الفئات الفرعية لفئة (توظيف
الصورة في سرد الوقائع والأحداث) بتكرار مقداره (١٨)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٨.١٢%)،
فقد حاول التنظيم إظهار اهتمامه بالتدريبات العسكرية لأعضائه، كما حرص على إبرازهم في
صوره الصحفية وهم يرتدون زياً موحداً أثناء التدريب، وقد كشف البعض منهم عن وجهه،
فيما أخفى بعضهم الآخر وجهه بغطاء أسود منعاً لكشف هويته، كما في الصورة رقم (٣٠).
ب. جاءت فئة (أحداث ووقائع عامة) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (١٣)، وبنسبة مئوية بلغت
(٢٠.٣١%).

ت. جاءت فئة (أنشطة في القطاع الطبي) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (١٠)، وبنسبة مئوية
بلغت (١٥.٦٢%).

ث. جاءت فئة (السيطرة على آبار النفط) بالمرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (٨)، وبنسبة مئوية
بلغت (١٢.٥%).

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

ج. جاءت فئة (انتشار الشرطة الإسلامية) بالمرتبة الخامسة، بتكرار مقداره (٧)، ونسبة مئوية بلغت (١٠.٩٣%).

ح. جاءت فئة (أنشطة في القطاع التعليمي) بالمرتبة السادسة، بتكرار مقداره (٥)، ونسبة مئوية بلغت (٧.٨٤%)، فقد روج التنظيم من خلال صورهِ الصحفية لاهتمامه بجانب تعليم الطلبة من خلال نشر صور تضمنت إعلانات نشرها التنظيم في شوارع مدينة الرقة السورية، وجاء نص الإعلان "يعلن ديوان التعليم في ولاية الرقة عن استقبال أبناء المسلمين بمدارس المدينة ضمن النشاط المدرسي بالولاية" كما نشر التنظيم صوراً تعبر عن أحد مقراته الخاصة بالتعليم باسم (مكتب التربية والتعليم)، وأيضاً حرص التنظيم على الترويج لصور المناهج الدراسية الجديدة التي تم طبعها وتدرسيها في المناطق التي تمكن من السيطرة عليها، فقد أمر التنظيم بإلغاء المناهج السابقة، مع إلغاء العديد من المواد بحجة مخالفتها للدين الإسلامي، ليتمكن من خلال مناهجه الجديدة من غسل أدمغة الأطفال بأفكاره المتطرفة.

خ. جاءت فئة (خطف النساء) بالمرتبة السابعة، بتكرار مقداره (٣)، ونسبة مئوية بلغت (٤.٦٨%).



صورة رقم (٣٠) لأحد التدريبات القتالية لتنظيم داعش

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

جدول رقم (٧) يبين الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في سرد الوقائع والأحداث خلال المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث	ت
الأولى	٪٢٨.١٢	١٨	التدريبات القتالية	١.
الثانية	٪٢٠.٣١	١٣	أحداث ووقائع عامة	٢.
الثالثة	٪١٥.٦٢	١٠	أنشطة في القطاع الطبي	٣.
الرابعة	٪١٢.٥	٨	السيطرة على آبار النفط	٤.
الخامسة	٪١٠.٩٣	٧	انتشار الشرطة الإسلامية	٥.
السادسة	٪٧.٨٤	٥	أنشطة في القطاع التعليمي	٦.
السابعة	٪٤.٦٨	٣	خطف النساء	٧.
-	٪١٠٠	٦٤	المجموع	

٦. احتلت فئة (توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب) المرتبة السادسة، بتكرار مقداره (٥٨)، وبنسبة مئوية بلغت (٦.٣٨ %) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت للباحثة ثلاث فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت فئة (تجنيد الأطفال) بالمرتبة الأولى ضمن الفئات الفرعية لتوظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب خلال مدة البحث، بتكرار مقداره (٤٢)، وبنسبة مئوية بلغت (٧٢.٤١ %)، فقد حرص التنظيم على تجنيد الأطفال بمراحلهم العمرية المختلفة، فقد أظهرت الصور الصحفية التي نشرها التنظيم بأنه كان ينشئ معسكرات لتدريب وتجنيد الأطفال، سواء في سوريا أو العراق، يطلق عليهم اسم (أشبال الخلافة) يتم من خلالها غسل أدمغة الأطفال وغرس أفكار التنظيم المتطرفة في عقولهم ليتم بعد ذلك تكليفهم بعمليات إعدام بحق المعتقلين لدى التنظيم، وكان الأطفال يرتدون زياً موحداً تماماً مثل الذي يرتديه أعضاء التنظيم البالغون، كما في الصورة رقم (٣١).

ب. جاءت فئة (الدعوة للهجرة إلى الأراضي التي يسيطر عليها التنظيم) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٩)، وبنسبة مئوية بلغت (١٥.٥١ %).

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

ت. جاءت فئة (تجنيد النساء) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٧)، وبنسبة مئوية بلغت (١٢.٠٨ %)، وقد نالت هذه الفئة على المرتبة الأخيرة؛ ليس لأن التنظيم لم يكن يهتم بتجنيد النساء، بل على العكس فقد خصص كتبية باسم (كتيبة الخنساء) مهمتها ملاحقة ومعاقبة النساء المخالفات للتعليمات التي فرضها التنظيم على النساء، وتراوحت العقوبات بين العض، فأطلق اسم (العضاضات) على النساء اللاتي يقمن بهذه المهمة، وما بين الاقتياد إلى القضاة الشرعيين لدى داعش لتوجيه العقوبة للمخالفات والتي غالباً ما تكون الجلد، وأبرز تلك المخالفات مرتبطة باللباس الشرعي الذي فرضه التنظيم على نساء المدينة، فضلاً عن منع ارتداء المرأة لأي شكل من أشكال الزينة، ولكن السبب وراء قلة عدد صور النساء هو عدم رغبة التنظيم بنشر صورهن؛ وذلك لأسباب دينية، فضلاً عن أن المرأة تتشج بالسواد، لذلك فإن أي صورة سيتم الترويج لها لن تبدو مثيرة للانتباه، لذلك نجد أن أبرز مجلات التنظيم لم تنشر أية صورة لاي امرأة بالغة سواء مجلة (دابق أو رومية أو قسطنطينية أو المنبع).



صورة رقم (٣١) لتجنيد الأطفال بتنظيم داعش

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (٨) يبين الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في التجنيد والاستقطاب خلال المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

ت	توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب	التكرار	النسبة	المرتبة
١.	تجنيد الأطفال	٤٢	٪٧٢.٤١	الأولى
٢.	الدعوة للهجرة إلى الأراضي التي يسيطر عليها التنظيم	٩	٪١٥.٥١	الثانية
٣.	تجنيد النساء	٧	٪١٢.٠٨	الثالثة
	المجموع	٥٨	٪١٠٠	-

٧. احتلت فئة (توظيف أسلوب تحطيم المعنويات) المرتبة السابعة، بتكرار مقداره (٥٦)، وبنسبة مئوية بلغت (٦.١٦ ٪) من إجمالي العدد الكلي للصور، وقد ظهرت للباحثة ست فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت فئة (التفجيرات الإرهابية) بالمرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٢٠)، وبنسبة مئوية بلغت (٣٥.٧١ ٪)، فقد سعى التنظيم إلى تحطيم معنويات أعدائه من خلال التفجيرات المختلفة التي نفذها ولاسيما بعد تكرار هزائمه وخسارته للعديد من المناطق التي تمكن من السيطرة عليها، فقد أظهرت بعض الصور الصحفية التي تم روج التنظيم لها إلى قيامهم بتفجير إحدى السيارات الخاصة بالجيش العراقي، مينة تطاير أجساد الضباط العراقيين من شدة الانفجار، كما في الصورة رقم (٣٢).

ب. جاءت فئة (تدمير المنشآت) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (١١)، وبنسبة مئوية بلغت (١٩.٦٤ ٪).

ت. جاءت فئة (حرق آليات ومقرات الجيش) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٩)، وبنسبة مئوية بلغت (١٦.٠٧ ٪).

ث. جاءت فئة (إسقاط وتفجير طائرات) بالمرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (٧)، وبنسبة مئوية بلغت (١٢.٥ ٪).

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

ج. جاءت فئة (أسر وقتل المنتسبين) بالمرتبة الخامسة، بتكرار مقداره (٥)، ونسبة مئوية بلغت (٨.٩٢%).

ح. جاءت فئة (الاغتيالات) بالمرتبة السادسة بتكرار مقداره (٤) ونسبة مئوية بلغت (٧.١٦%).



صورة رقم (٣٢) تمثل أحد التفجيرات التي نفذها تنظيم داعش بحق عدد من الضباط العراقيين

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (٩)

الفئات الفرعية لتوظيف أسلوب تحطيم المعنويات في الصورة الصحفية خلال
المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	توظيف أسلوب تحطيم المعنويات	ت
الأولى	٣٥.٧١%	٢٠	التفجيرات الإرهابية	١.
الثانية	١٩.٦٤%	١١	تدمير المنشآت	٢.
الثالثة	١٦.٠٧%	٩	حرق آليات ومقرات الجيش	٣.
الرابعة	١٢.٥%	٧	إسقاط وتفجير طائرات	٤.
الخامسة	٨.٩٢%	٥	أسر وقتل المنتسبين	٥.
السادسة	٧.١٦%	٤	الاغتيالات	٦.
-	١٠٠%	٥٦	المجموع	

٨. حازت فئة (توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية) على المرتبة الثامنة، بتكرار مقداره (٥٣)، وبنسبة مئوية بلغت (٥.٨٣٪) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت للباحثة خمس فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:
- أ. جاءت فئة (راية التنظيم) بالمرتبة الأولى ضمن الفئات الفرعية لفئة (الترسوخ الذهني لرموز غير لفظية) بتكرار مقداره (٣٩)، وبنسبة مئوية بلغت (٧٣.٥٨٪).
- حاول التنظيم أن يرسخ رايته في أذهان المتلقين، من خلال تكرار نشرها في صورهِ الصحفية، وبأحجام مختلفة، وقد اختار التنظيم أن تكون رايته باللون الأسود وتحمل شهادة (لا إله إلا الله) التي تمثل جوهر الإسلام، كما احتوت على ختم الرسول محمد (صلى الله عليه وسلم) الذي يضم عبارة (محمد رسول الله) من الأسفل إلى الأعلى.
- وقد اختار التنظيم أن تكون رايته سوداء؛ أسوة براية الرسول محمد (صلى الله عليه وسلم) السوداء والمسماة بالعقاب.^(١) كما في الصورة رقم (٣٣)
- ب. جاءت فئة (صور العملة التي أصدرها داعش) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٧)، وبنسبة مئوية بلغت (١٣.٢٠٪).
- ت. جاءت فئتا (صور الهويات) و(إجاءات الخلفية والديكور) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٣)، وبنسبة مئوية بلغت (٥.٦٦٪).
- ث. جاءت فئة (صور الجواز الذي أصدره داعش) بالمرتبة الرابعة والأخيرة، بتكرار مقداره (١)، وبنسبة مئوية بلغت (١.٩٪).

(١) أ.د. طلب صبار محل: رسوم دار الخلافة في العصر العباسي الأول ١٣٢ - ٢٤٧ هـ، ط١، دمشق، دار تموز للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٣، ص ٢٩.



صورة رقم (٣٣)

تمثل تركيز التنظيم على الراية

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (١٠)

يبين الفئات الفرعية للترسيخ الذهني لرموز غير لفظية في الصورة الصحفية خلال المدة

٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	الترسيخ الذهني لرموز غير لفظية	ت
الأولى	٪٧٣.٥٨	٣٩	راية التنظيم	١.
الثانية	٪١٣.٢٠	٧	صور العملة التي أصدرها داعش	٢.
الثالثة	٪٥.٦٦	٣	صور الهويات	٣.
الثالثة	٪٥.٦٦	٣	إحياءات الخلفية والديكور	٤.
الرابعة	٪١.٩	١	صور الجواز الذي أصدره داعش	٥.
	٪١٠٠	٥٣	المجموع	

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

٩. حلت فئة (توظيف الصورة في الاستمالات العقلية) بالمرتبة التاسعة، بتكرار مقداره (٤١)، وبنسبة مئوية بلغت (٤.٥١%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت للباحثة ثلاث فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:
- أ. جاءت فئة (إبراز صور قادة التنظيم) بالمرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٢٠)، وبنسبة مئوية بلغت (٤٨.٧٨%)، ركز التنظيم من خلال وسائله الإعلامية المختلفة على نشر صور صحفية لقادته، فنجد أن مجلتي (دابق ورومية) قد احتوتا على العديد من الصور البورتريت لقادة التنظيم، فقد حرصوا على الكشف عن وجوههم وإبرازهم للعالم، علماً أن قادة التنظيم لا ينتمون إلى دولة واحد، بل إلى عدة دول عربية وغربية.
- ب. جاءت فئة (التدعيم بالأرقام والوثائق) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (١٣)، وبنسبة مئوية بلغت (٣١.٧٠%).
- ت. جاءت فئة (صور تعبر عن أدلة وحجج وبراهين) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٨)، وبنسبة مئوية بلغت (١٩.٥٢%).



صورة رقم (٣٤)

تمثل تركيز التنظيم على إبراز قاداته

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (١١)

يبين الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في الاستمالات العقلية خلال المدة
٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

ت	توظيف الصورة في الاستمالات العقلية	التكرار	النسبة	المرتبة
١.	إبراز صور قادة التنظيم	٢٠	٤٨.٧٨%	الأولى
٢.	التدعيم بالأرقام والوثائق	١٣	٣١.٧٠%	الثانية
٣.	صور تعبر عن أدلة وحجج وبراهين	٨	١٩.٥٢%	الثالثة
	المجموع	٤١	١٠٠%	-

١٠. جاءت بالمرتبة العاشرة، فقد احتلتها فئة (توظيف الأزياء) بتكرار مقداره (٣٤)، وبنسبة مئوية بلغت (٣.٧٤%) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت للباحثة أربع فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت فئة (غطاء الرأس والوجه) بالمرتبة الأولى، بتكرار مقداره (١٣)، وبنسبة مئوية بلغت (٣٨.٢٣%)، ويمكن تفسير حصول هذه الفئة على المرتبة الأولى هو حاجة التنظيم إلى إخفاء هوية أعضائه، لذلك فقد تم اللجوء إلى هذا الغطاء من أجل إخفاء ملامحهم.

ب. جاءت فئة (الزي العسكري) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٩)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٦.٤٧%).

ت. جاءت فئة (الزي الأفغاني) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٨)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٣.٥٤%).

ث. جاءت فئة (النقاب) بالمرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (٤)، وبنسبة مئوية بلغت (١١.٧٦%).



صورة رقم (٣٥) تمثل أحد أعضاء التنظيم وهو يرتدي غطاء الرأس والوجه

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (١٢) الفئات الفرعية لتوظيف الأزياء في الصورة الصحفية خلال المدة

٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

ت	توظيف الأزياء في الصورة	التكرار	النسبة	المرتبة
١.	غطاء الرأس والوجه	١٣	٣٨.٢٣٪	الأولى
٢.	الزي العسكري	٩	٢٦.٤٧٪	الثانية
٣.	الزي الأفغاني	٨	٢٣.٥٤٪	الثالثة
٤.	النقاب	٤	١١.٧٦٪	الرابعة
	المجموع	٣٤	١٠٠٪	-

١١. أما المرتبة الحادية عشرة فقد نالتها فئة (توظيف الصورة في الاستمالات العاطفية)

بتكرار مقداره (٣٠)، وبنسبة مئوية بلغت (٣.٣١٪) من إجمالي العدد الكلي للصور

الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت للباحثة خمس فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت فئة (صور الأطفال) بالمرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٩)، وبنسبة مئوية بلغت

(٣.٣٠٪)، فنجد أن التنظيم سعى إلى نشر صور المقاتلين مع أطفالهم، خاصة الأطفال

بأعمار دون الخمس سنوات؛ وذلك بهدف استقطاب المزيد من الأعضاء الجدد وخاصة

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

الفتيات، إذ استطاع التنظيم جذب الكثير من الفتيات دون سن الـ ١٨ عاماً ولاسيما من الدول الغربية، من خلال الاستمالات العاطفية، المتمثلة بصور الأطفال الصغار، كما في الصورة رقم (٣٦).

ب. جاءت فئة (صور اللحي والشعر الطويل وارتداء الساعة باليد اليمنى) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٧)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٣.٣٣%).

ت. جاءت فئة (الترويج الدعائي لأنشطة وخدمات التنظيم المدنية) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٦)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٠%).

ث. جاءت فئة (أسماء مستوحاة من التراث الإسلامي) بالمرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (٥)، وبنسبة مئوية بلغت (١٦.٦٧%).

ج. جاءت فئة (إطلاق الكنى) بالمرتبة الخامسة، بتكرار مقداره (٣)، وبنسبة مئوية بلغت (١٠٪)، إذ استعمل التنظيم الكنى لأنها جزء من التاريخ الإسلامي، فنجد أن التنظيم قد وظف العديد من الكنى على أساس الانتماء الوطني، مثل (أبو دجاجة التونسي) أو على أساس القومية مثل (أبو مسلم التركماني) نائب البغدادي في العراق أو حسب المحافظة التي ينتمي لها الشخص مثل (أبو علي الأنباري) وهو نائب البغدادي في سوريا وهكذا، وقد استعمل التنظيم الكنى ليضفي طابعاً تشريفياً لرموزه القيادية كذلك ليعطي من خلالها اسماً حركياً لا تستطيع المنظمات المعنية بمكافحة الإرهاب تعقبهم بسهولة، وأميل إلى تفسير ذلك من خلال نهج تنظيم داعش الطائفي والعنصري والمناطقية، محاولاً استقطاب المزيد من الأعضاء من خلال تغذية هذه النزعات.



صورة رقم (٣٦) لأحد أعضاء تنظيم داعش مع طفله

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (١٣) الفئات الفرعية لتوظيف الصورة الصحفية في الاستمالات العاطفية خلال
المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

ت	توظيف الاستمالات العاطفية	التكرار	النسبة	المرتبة
١.	صور الأطفال	٩	٣٠٪	الأولى
٢.	صور (اللقى والشعر الطويل وارتداء الساعة باليد اليمنى)	٧	٢٣.٣٣٪	الثانية
٣.	الترويج الدعائي لأنشطة وخدمات التنظيم المدنية	٦	٢٠٪	الثالثة
٤.	أسماء مستوحاة من التراث الإسلامي	٥	١٦.٦٧٪	الرابعة
٥.	إطلاق الكنى	٣	١٠٪	الخامسة
	المجموع	٣٠	١٠٠٪	-

١٢. جاءت فئة (توظيف الإيماءات ولغة الجسد) فقد جاءت بالمرتبة الثانية عشرة، بتكرار

مقداره (١٧)، وبنسبة مئوية بلغت (١.٨٧٪) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت للباحثة ثلاث فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت فئة (ابتسامه الانتحاريين) بالمرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٩)، وبنسبة مئوية بلغت

(٥٢.٩٤٪)، فقد نشر التنظيم العديد من الصور الصحفية التي تظهر الانتحاريين مبتسمين

بشكل لافت للانتباه قبل تنفيذهم للعملية الانتحارية المكلفين بها، كما قام بنشر صور

تظهرهم مبتسمين بعد وفاتهم، فهم يلعبون بعواطف المتلقين تحت ذريعة مغفرة الذنوب

ودخول الجنة، ويرجع التنظيم سبب ابتسامه الانتحاريين بعد مقتلهم إلى لقائهم بالهور العين

اللاتي وعدوا بهن، وعلى الرغم من عدم صحة هذا الأمر، فقد أظهرت فيديوهات مسربة عن

التنظيم بقيامهم بتكليف أحد الأعضاء ويتم تصويره على ان قد قتل لذلك يبدو الانتحاريين

مبتسمين بعد مقتلهم.

ويرجع المختصون السبب وراء ابتسامه الانتحاريين قبل تنفيذهم العمليات الانتحارية إلى

تعاطيهم لمواد مخدرة تُغيب وعيهم، فضلاً عن تعرضهم لغسيل دماغ ممنهج على يد

التنظيم. كما في الصورة رقم (٣٧).

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

ب. جاءت فئة (رفع السبابة اليمنى) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٧)، ونسبة مئوية بلغت (٤١.١٧٪).

ت. جاءت فئة (علامة النصر) بالمرتبة الثالثة بتكرار مقداره (١) ونسبة مئوية بلغت (٥.٨٩٪).



صورة رقم (٣٧)

تمثل ابتسامه أحد أعضاء التنظيم

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (١٤)

يبين الفئات الفرعية لتوظيف الإيماءات ولغة الجسد خلال المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

ت	توظيف الإيماءات ولغة الجسد	التكرار	النسبة	المرتبة
١.	ابتسامه الانتحاريين	٩	٥٢.٩٤٪	الأولى
٢.	رفع السبابة اليمنى	٧	٤١.١٧٪	الثانية
٣.	علامة النصر	١	٥.٨٩٪	الثالثة
	المجموع	١٧	١٠٠٪	-

١٣. جاءت فئة (توظيف الألوان) مشاركة لفئة (توظيف النصوص) بالمرتبة الثالثة عشرة

بتكرار مقداره (١٢)، ونسبة مئوية بلغت (١.٣٢٪) من إجمالي العدد الكلي للصور

الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت للباحثة ثلاث فئات فرعية، وكانت النتائج كما يلي:

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

أ. جاءت فئة (اللون الأسود) بالمرتبة الأولى ضمن الفئات الفرعية لتوظيف الالوان خلال مدة البحث، بتكرار مقداره (٥)، وبنسبة مئوية بلغت (٤١.٦٦٪)، فنجد أن أغلب الصور الصحفية التي نشرها التنظيم يسودها اللون الأسود، والسبب في اختيارهم هذا اللون يعود إلى محاولتهم إضفاء طابع سيرهم على خطى الرسول الكريم محمد (محمد صلى الله عليه وسلم)، بعد أن روجوا في وسائل إعلامهم إلى إحيائهم دولة الخلافة الإسلامية رافعين شعار (خلافة على منهاج النبوة) لذلك اتخذوا من السواد لوناً أساسياً لثيابهم ورايتهم.

ب. جاءت فئة (اللون البرتقالي) بالمرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٤)، وبنسبة مئوية بلغت (٣٣.٣٤٪)، وهذا اللون اختاره التنظيم ليكون لون الزي الذي يرتديه رهائنه، ويأتي اختيار التنظيم هذا اللون رداً على الولايات المتحدة الأمريكية التي اختارت اللون ذاته لسجناء جوانتنمو، فالدراسات تتفق على أن التنظيم لم يختار هذا اللون بشكل عشوائي وإنما بشكل متعمد مستعملين أسلوب المعاملة بالمثل مع السجناء الغربيين.

ت. جاءت فئة (اللون الازرق والاصفر) بالمرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٣)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٥٪). ينظر صورة رقم (٣٩)



صورة رقم (٣٨) تمثل أعضاء تنظيم داعش وهم يرتدون ملابس باللون الأسود

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (١٥)

يبين الفئات الفرعية لتوظيف الألوان في الصورة الصحفية خلال المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

ت	توظيف الألوان	التكرار	النسبة	المرتبة
١.	اللون الأسود	٥	٤١.٦٦%	الأولى
٢.	اللون البرتقالي	٤	٣٣.٣٤%	الثانية
٣.	اللون الأزرق والأصفر	٣	٢٥%	الثالثة
	المجموع	١٢	١٠٠%	-

١٤. جاءت فئة (توظيف النصوص) مشاركة لفئة (توظيف الألوان) بالمرتبة الثالثة عشرة، بتكرار مقداره (١٢)، ونسبة مئوية بلغت (١.٣٢٪) من إجمالي العدد الكلي للصور الخاضعة للتحليل، وقد ظهرت للباحثة فئتين فرعيتين، وكانت النتائج كما يلي:

أ. جاءت فئة (نصوص توحى بأفكار عقائدية) بالمرتبة الأولى، بتكرار مقداره (١٠)، ونسبة مئوية بلغت (٨٣.٣٣٪)، فنجد أن التنظيم قد وُظف في صورته الصحفية العديد من النصوص القرآنية، إذ أوهموا الناس بأنهم يسرون على نهج القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، لذلك نجد أن العديد من الصور قد احتوت على نصوص قرآنية، كما في

الصورة رقم (٣٩)

ب. جاءت فئة (نصوص توحى بأفكار طائفية) بالمرتبة الثانية بتكرار مقداره (٢) ونسبة مئوية بلغت (١٦.٦٧٪)، لا غرابة في وجود النصوص الطائفية في الصور الصحفية الخاصة بتنظيم داعش، فقد أشرت سابقاً إلى احتواء العديد من (الانفوغرافيك) المنشور في صحيفة دابق ورومية على الألفاظ الطائفية، كوصفهم للجيش العراقي بالجيش (الرافضي)، والأمر ذاته ينطبق على الصور الصحفية الخاصة بالتنظيم، والتي احتوت في أسفلها على شريط يضم ألفاظاً طائفية بشكل بارز.



صورة رقم (٣٩)

تمثل أحد النصوص العقائدية التي وظفها التنظيم في صورة

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (١٦)

يبين الفئات الفرعية لتوظيف النصوص خلال المدة ٢٠١٤-٢٠١٧ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	توظيف النصوص	ت
الأولى	٨٣.٣٣%	١٠	نصوص توحى بأفكار عقائدية	١.
الثانية	١٦.٦٧%	٢	نصوص توحى بأفكار طائفية	٢.
-	١٠٠%	١٢	المجموع	

ثالثاً: نتائج الدراسة التحليلية حسب أعوام مدة البحث

١. نتائج الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي

على موقع العربية نت خلال عام ٢٠١٤ والنسبة المئوية

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن إجمالي الصور الصحفية لتنظيم داعش المنشورة في موقع العربية نت ضمن عينة البحث قد بلغ عددها (٣٦٢) صورة خلال عام ٢٠١٤، وقد حظيت فئة (توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية) على المرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٧٧)، وبنسبة مئوية بلغت (١٩.٣٣ %) من إجمالي العينة، تليها فئة (توظيف الصورة في استمالات التخويف)، والتي حازت على المرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٥٥)، وبنسبة مئوية بلغت (١٥.١٩ %) من إجمالي العينة، أما فئة (توظيف أسلوب التهويل والتضخيم) فقد جاءت في المرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٤٣)، وبنسبة مئوية بلغت (١١.٨٧ %) من إجمالي العينة، كما نجد أن فئة (توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب) فقد حازت على المرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (٣٧)، وبنسبة مئوية بلغت (١٠.٢٢ %) من إجمالي العينة، وجاءت فئة (توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث) بالمرتبة الخامسة، بتكرار مقداره (٣٤)، وبنسبة مئوية بلغت (٩.٣٩ %) من إجمالي العينة، أما فئة (توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية) فقد احتلت المرتبة السادسة، بتكرار مقداره (٣٠)، وبنسبة مئوية بلغت (٨.٢٨ %) من إجمالي العينة، أما المرتبة السابعة، فقد احتلتها فئة (توظيف الاستمالات العقلية) بتكرار مقداره (٢٥)، وبنسبة مئوية بلغت (٦.٩٨ %) من إجمالي العينة، في حين حازت فئة (توظيف العامل الديني) على المرتبة الثامنة، بتكرار مقداره (١٨)، وبنسبة مئوية بلغت (٤.٩٧ %) من إجمالي العينة، في حين حلت فئة (توظيف أسلوب تحطيم المعنويات) بالمرتبة التاسعة، بتكرار مقداره (١٥)، وبنسبة مئوية بلغت (٤.١٤ %) من إجمالي العينة، أما المرتبة العاشرة فقد احتلتها فئة (توظيف الأزياء) بتكرار مقداره (١١) وبنسبة مئوية بلغت (٣.٠٣ %) من إجمالي العينة، أما المرتبة الحادية عشرة فقد نالتها فئتا (توظيف الاستمالات العاطفية) و(توظيف النصوص) بتكرار مقداره (٧)، وبنسبة مئوية بلغت (٣.٣١ %) من إجمالي العينة، أما فئتا (توظيف الإيماءات ولغة الجسد) و(توظيف الألوان) فقد جاءتا بالمرتبة الثانية عشرة وهي الأخيرة، بتكرار مقداره (٣)،

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

وبنسبة مئوية بلغت (٠.٨٢ %) من إجمالي العينة. ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

جدول رقم (١٧)

يوضح الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي خلال عام ٢٠١٤ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات الرئيسية	المرتبة
الأولى	٪١٩.٣٣	٧٠	توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية	١.
الثانية	٪١٥.١٩	٥٥	توظيف استمالات التخويف	٢.
الثالثة	٪١١.٨٧	٤٣	توظيف أسلوب التهويل والتضخيم	٣.
الرابعة	٪١٠.٢٢	٣٧	توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب	٤.
الخامسة	٪٩.٣٩	٣٤	توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث	٥.
السادسة	٪٨.٢٨	٣٠	توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية	٦.
السابعة	٪٦.٩٨	٢٥	توظيف الاستمالات العقلية	٧.
الثامنة	٪٤.٩٧	١٨	توظيف العامل الديني	٨.
التاسعة	٪٤.١٤	١٥	توظيف أسلوب تحطيم المعنويات	٩.
العاشرة	٪٣.٠٣	١١	توظيف الأزياء	١٠.
الحادية عشرة	٪٢.٤٨	٩	توظيف الاستمالات العاطفية	١١.
الحادية عشرة	٪٢.٤٨	٩	توظيف النصوص	١٢.
الثانية عشرة	٪٠.٨٢	٣	توظيف الإيماءات ولغة الجسد	١٣.
الثانية عشرة	٪٠.٨٢	٣	توظيف الألوان	١٤.
-	٪١٠٠	٣٦٢	المجموع	

٢. نتائج الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي

على موقع العربية نت خلال عام ٢٠١٥ والنسبة المئوية

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن إجمالي الصور الصحفية لتنظيم داعش المنشورة في موقع العربية نت ضمن عينة البحث قد بلغ عددها (٣٦٧) صورة خلال عام ٢٠١٥، وقد حظيت فئة (استمالات التخويف) على المرتبة الأولى، بتكرار مقداره (١٢١)، وبنسبة مئوية بلغت (%٣٢.٩٧) من إجمالي العينة، تليها فئة (توظيف العامل الديني) والتي حازت على المرتبة الثانية، بتكرار مقداره (٧٢)، وبنسبة مئوية بلغت (%١٩.٦١) من إجمالي العينة، أما فئة (توظيف أسلوب التهويل والتضخيم) فقد جاءت في المرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٢٩)، وبنسبة مئوية بلغت (%٧.٩٠) من إجمالي العينة، كما نجد ان فئة (توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث) فقد حازت على المرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (٢٦)، وبنسبة مئوية بلغت (%٧.٠٨) من إجمالي العينة، وجاءت فئة (توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب) بالمرتبة الخامسة، بتكرار مقداره (٢١) وبنسبة مئوية بلغت (%٥.٧٢) من إجمالي العينة، أما فئة (توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية) فقد احتلت المرتبة السادسة، بتكرار مقداره (١٩)، وبنسبة مئوية بلغت (%٥.١٧) من إجمالي العينة، أما المرتبة السابعة فقد احتلتها فئة (توظيف أسلوب تحطيم المعنويات) بتكرار مقداره (١٨) وبنسبة مئوية بلغت (%٤.٩٠) من إجمالي العينة، في حين حازت فئة (توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية) على المرتبة الثامنة، بتكرار مقداره (١٧)، وبنسبة مئوية بلغت (%٤.٦٣) من إجمالي العينة، أما المرتبة العاشرة فقد احتلتها فئة (توظيف الأزياء) بتكرار مقداره (١١) وبنسبة مئوية بلغت (%٢.٤٥) من إجمالي العينة، في حين حلت الفئات (توظيف الإيماءات ولغة الجسد) و(توظيف الصورة في الاستمالات العاطفية) و(توظيف الصورة في الاستمالات العقلية) بالمرتبة الحادية عشرة، بتكرار مقداره (٩)، وبنسبة مئوية بلغت (%٢.٤٥) من إجمالي العينة، وحلت فئة توظيف الألوان بالمرتبة الأخيرة، بتكرار مقداره (٧)، وبنسبة مئوية بلغت (%١.٩٠) من إجمالي العينة. ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

جدول رقم (١٨)

يوضح الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي خلال عام ٢٠١٥ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات الرئيسية	المرتبة
الأولى	٣٢.٩٧%	١٢١	توظيف الصورة في استمالات التخويف	١.
الثانية	١٩.٦١%	٧٢	توظيف العامل الديني	٢.
الثالثة	٧.٩٠%	٢٩	توظيف أسلوب التهويل والتضخيم	٣.
الرابعة	٧.٠٨%	٢٦	توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث	٤.
الخامسة	٥.٧٢%	٢١	توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب	٥.
السادسة	٥.١٧%	١٩	توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية	٦.
السابعة	٤.٩٠%	١٨	توظيف أسلوب تحطيم المعنويات	٧.
الثامنة	٤.٦٣%	١٧	توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية	٨.
التاسعة	٢.٧٧%	١٠	توظيف الأزياء	٩.
العاشرة	٢.٤٥%	٩	توظيف الإيماءات ولغة الجسد	١٠.
العاشرة	٢.٤٥%	٩	توظيف الصورة في الاستمالات العاطفية	١١.
العاشرة	٢.٤٥%	٩	توظيف الصورة في الاستمالات العقلية	١٢.
الحادية عشرة	١.٩٠%	٧	توظيف الألوان	١٣.
-	١٠٠%	٣٦٧	المجموع	

٣. نتائج الفئات الرئيسة لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي على موقع العربية نت خلال عام ٢٠١٦ والنسبة المئوية:

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن إجمالي الصور الصحفية لتنظيم داعش المنشورة في موقع العربية نت ضمن عينة البحث قد بلغ عددها (١٠١) صورة خلال عام ٢٠١٦، وقد حظيت فئة (توظيف الصورة في استمالات التخويف) على المرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٤٥)، وبنسبة مئوية بلغت (٤٤.٥٦%) من إجمالي العينة، تليها فئتا (توظيف أسلوب التهويل والتضخيم) و(توظيف أسلوب تحطيم المعنويات) اللتان حازتا على المرتبة الثانية، بتكرار مقداره (١١)، وبنسبة مئوية بلغت (١٠.٨٩%) من إجمالي العينة، أما فئات (توظيف الأزياء) و(توظيف الصورة في الاستمالات العقلية) و(توظيف الصورة في الاستمالات العاطفية) فقد جاءت في المرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (٧)، وبنسبة مئوية بلغت (٦.٩٣%) من إجمالي العينة، كما نجد ان فئتي (توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث) و(توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية) حازتا على المرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (٤)، وبنسبة مئوية بلغت (٣.٩٦%) من إجمالي العينة، وجاءت فئتا (توظيف النصوص) و(توظيف الإيماءات ولغة الجسد) بالمرتبة الخامسة، بتكرار مقداره (٢)، وبنسبة مئوية بلغت (١.٩٨%) من إجمالي العينة، أما فئة (توظيف العامل الديني) فقد احتلت المرتبة السادسة وهي الأخيرة، بتكرار مقداره (١)، وبنسبة مئوية بلغت (٠.٩٩%) من إجمالي العينة.

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

جدول رقم (١٩)

يوضح الفئات الرئيسة لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي خلال
المدة ٢٠١٦ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات الرئيسة	المرتبة
الأولى	%٤٤.٥٦	٤٥	توظيف الصورة في استمالات التخويف	١.
الثانية	%١٠.٨٩	١١	توظيف أسلوب التهويل والتضخيم	٢.
الثانية	%١٠.٨٩	١١	توظيف أسلوب تحطيم المعنويات	٣.
الثالثة	%٦.٩٣	٧	توظيف الأزياء	٤.
الثالثة	%٦.٩٣	٧	توظيف الصورة في الاستمالات العقلية	٥.
الثالثة	%٦.٩٣	٧	توظيف الصورة في الاستمالات العاطفية	٦.
الرابعة	%٣.٩٦	٤	توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث	٧.
الرابعة	%٣.٩٦	٤	توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية	٨.
الخامسة	%١.٩٨	٢	توظيف النصوص	٩.
الخامسة	%١.٩٨	٢	توظيف الإيماءات ولغة الجسد	١٠.
السادسة	%٠.٩٩	١	توظيف العامل الديني	١١.
-	%١٠٠	١٠١	المجموع	

٤. نتائج الفئات الرئيسية لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي على موقع العربية نت خلال عام ٢٠١٧ والنسبة المئوية:

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن إجمالي الصور الصحفية لتنظيم داعش المنشورة في موقع العربية نت ضمن عينة البحث قد بلغ عددها (٧٩) صورة خلال عام ٢٠١٦، وقد حظيت فئة (توظيف الصورة في استمالات التخويف) على المرتبة الأولى، بتكرار مقداره (٣٢)، وبنسبة مئوية بلغت (٤٠.٥٠٪) من إجمالي العينة، تليها فئة (توظيف أسلوب التهويل والتضخيم) والتي حازت على المرتبة الثانية، بتكرار مقداره (١٦)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٠.٢٥٪) من إجمالي العينة، أما فئة (توظيف أسلوب تحطيم المعنويات) فقد جاءت في المرتبة الثالثة، بتكرار مقداره (١٢)، وبنسبة مئوية بلغت (١٥.١٨٪) من إجمالي العينة، كما نجد ان فئتي (توظيف الصورة في سرد الوقائع والأحداث) و(توظيف الصورة في الترسيح الذهني لرموز غير لفظية) فقد حازت على المرتبة الرابعة، بتكرار مقداره (٤)، وبنسبة مئوية بلغت (٣.٩٦٪) من إجمالي العينة، وجاءت فئتي (توظيف النصوص) و(توظيف الإيماءات ولغة الجسد) بالمرتبة الخامسة، بتكرار مقداره (٢)، وبنسبة مئوية بلغت (١.٩٨٪) من إجمالي العينة، أما فئتا (توظيف الألوان) و(توظيف الصورة في الترسيح الذهني لرموز غير لفظية) فقد احتلت المرتبة السابعة، بتكرار مقداره (٢)، وبنسبة مئوية بلغت (٢.٥٣٪) من إجمالي العينة، أما فئة (توظيف النصوص) فقد احتلت المرتبة الثامنة بتكرار مقداره (١) وبنسبة مئوية بلغت (١.٢٦٪) من إجمالي العينة.

ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الجدول الآتي:

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

جدول رقم (٢٠)

يوضح الفئات الرئيسة لتوظيف تنظيم داعش للصورة الصحفية في المحتوى الرقمي خلال
المدة ٢٠١٧ والنسبة المئوية

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات الرئيسة	المرتبة
الأولى	%٤٠.٥٠	٣٢	١. توظيف الصورة في استمالات التخويف	
الثانية	%٢٠.٢٥	١٦	٢. توظيف أسلوب التهويل والتضخيم	
الثالثة	%١٥.١٨	١٢	٣. توظيف أسلوب تحطيم المعنويات	
الرابعة	%٧.٥٩	٦	٤. توظيف الأزياء	
الخامسة	%٦.٣٧	٥	٥. توظيف الصورة في الاستمالات العاطفية	
السادسة	%٣.٧٩	٣	٦. توظيف الإيماءات ولغة الجسد	
السابعة	%٢.٥٣	٢	٧. توظيف الألوان	
السابعة	%٢.٥٣	٢	٨. توظيف الصورة في الترسخ الذهني لرموز غير لفظية	
الثامنة	%١.٢٦	١	٩. توظيف النصوص	
-	%١٠٠	٧٩	المجموع	

الخاتمة والاستنتاجات

الخاتمة والاستنتاجات

في ختام هذه الرسالة، وبناءً على ما تقدم من نتائج فقد توصلت الباحثة إلى الاستنتاجات الآتية:

١. أوجدت الصورة الصحفية التي نشرها تنظيم داعش عبر منافذه الإعلامية مشهداً مخادعاً لأعين الناس ومبرراً للتدخل الأمريكي في المنطقة العربية.
٢. بالقدر الذي عملت فيه الصورة الصحفية على نشر أفكار داعش المتطرفة وأعماله المشينة، إلا أنها أساءت إلى صورة الإسلام بشكل عام لاسيما في العقل الغربي وزادت صورة الإسلام تشويهاً في أنظار من لم يطلع على حقيقة منهج الدين الإسلامي.
٣. مثلت الصور الصحفية الخاصة بإخراج المسيحيين من ديارهم بحجة امتناعهم عن دفع الجزية ووضع إشارة (ن) على منازلهم في الموصل، انحرافاً عن الشريعة الإسلامية وتجاوزاً عليها.
٤. مثلت الصور التي نشرها تنظيم داعش لجريمته في قتل الأسرى في سبايكر اعتداءً صارخاً على حقوق الأسرى في الإسلام.
٥. استنتجت الباحثة من خلال اطلاعها على موضوع الانترنت المظلم Dark Web أن التنظيم عمل على اقتباس بعض الجرائم البشعة بحق ضحاياه منه، وبالتحديد فيما يتعلق بإجبارهم على حفر قبورهم قبل قتلهم.
٦. استنتجت الباحثة من خلال عملية جمع مجتمع البحث أن عشرات الصور الصحفية التي نشرها تنظيم داعش قد تم تمويهها من قبل القائمين على موقع العربية.نت؛ ومراعاة لأخلاقيات المهنة الصحفية التي تقتضي عدم نشر صور من هذا النوع مراعاة لمشاعر الناس.
٧. لاحظت الباحثة أن التنظيم لم يرق خلال مدة البحث بأي عملية تمويه للصور الصحفية التي نشرها عبر منافذه الإعلامية إلا في بعض الحالات التي اقتضت عدم إظهار بعض وجوه قادة التنظيم أو القادة الميدانيين لأسباب أمنية لا يريد التنظيم الكشف عنها، لذلك لجأوا إلى تمويهها عمداً.

التوصيات

توصي الباحثة بالآتي:

١. التوسع في دراسة توظيف الصورة الصحفية للتنظيمات الإرهابية، لاسيما الصورة التي توظفها تلك التنظيمات في منافذها الإعلامية على شبكة الإنترنت العلميات النفسية أو في الدعاية والترويج لأهدافها ومشاريعها.
٢. ضرورة إجراء دراسات مستقبلية معمقة من قبل الباحثين تتعلق بدراسة الصورة في صحيفة النبأ الناطقة باسم تنظيم داعش؛ كونها تهتم بشكل واسع في توظيف أنواع مختلفة من الصور الصحفية كالصور الإخبارية والاعلانية والدعائية وغيرها من الأنواع.
٣. إجراء دراسات تتعلق بصحافة البيانات (الانفوغرافيك) كشكل جديد من أشكال الصحافة الحديثة التي وظفها تنظيم داعش بشكل كبير في احدى وسائل إعلامه (مجلة رومية، صحيفة النبأ).
٤. ضرورة اقامة مؤتمرات وندوات توعوية موجهة لأطياف الشعب العراقي كافة تتبناها الجهات الرسمية المعنية، لإيضاح مدى خطورة وتأثير الصورة التي تنشرها التنظيمات الارهابية عبر منافذها الإعلامية.

المصادر والمراجع

القرآن الكريم

أولاً: الموسوعات والقواميس والمعاجم

١. إبراهيم انيس (وآخرون): المعجم الوسيط، ط٤، القاهرة، مجمع اللغة العربية - مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٤، مادة: (ص و ر).
٢. الإمام محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٨٦، مادة: (ص و ر).
٣. محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، ٢٠١٠.
٤. لويس معلوف: المنجد في اللغة، بيروت، المطبعة الكاثوليكية، (د.ت)، مادة (ص ا ر).

ثانياً: المصادر العربية

١ - الكتب

١. إبراهيم الحيدري: سوسيوجيا العنف والإرهاب، ط١، بيروت، دار الساقى، ٢٠١٥.
٢. إبراهيم امام: دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٢.
٣. أحمد الشاعر باسردة: الإرهاب والعولمة - مواجهة الإعلام العربي للإرهاب في عصر العولمة في كتاب الإرهاب والعولمة، ط١، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠٢.
٤. أحمد عبيد: التحليل الموضوعي للصور الصحفية- الاسس والتطبيقات، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦.
٥. أحمد فلاح العموش: مستقبل الإرهاب في هذا القرن، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠٦.
٦. أديب خضور: الإعلام والإرهاب - التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية - الخبرة العالمية، ط١، دمشق، المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٩.
٧. إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٨. إسماعيل إبراهيم: مناهج البحوث الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.
٩. إسماعيل محمود عبد الرحمن: الإعلام والإرهاب والثقافة البديلة، ط١، الاسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، ٢٠١٤.
١٠. أميرة محمد محمد سيد أحمد: الإعلام الرقمي والحراك السياسي، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥.

المصادر

١١. إيهاب خليفة: حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦.
١٢. باسم سرحان: طرائق البحث الاجتماعي الكمية، بيروت، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ٢٠١٧.
١٣. بسيوني إبراهيم حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٨.
١٤. بلهول نسيم: ادارة الازمة الإرهابية بعيون القوات الخاصة، ط١، عمان، امواج للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
١٥. بيريح حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، ط١، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٦.
١٦. _____: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الالكترونية، ط١، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
١٧. تيسير أحمد أبو عرجة ونسرين رياض عبد الله: الإخراج الصحفي الحديث - الأسس العلمية والعملية، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٤.
١٨. جليل طالب جعفر اليعقوبي: الإرهاب ومواجهة افي العراق وسيناريوهات ما بعد داعش - دراسة رؤيويه لمستقبل قلق، ط١، بيروت، دار الجيل، ٢٠١٦.
١٩. جمال عبد ناموس القيسي: الاخبار في الصحافة الالكترونية موقعا BBC العربية وايلاف انموذجاً، ط١، دار الفجر للنشر والتوزيع ودار النفائس للنشر والتوزيع، بغداد، عمان، ٢٠١٣.
٢٠. جمال نايف عدوي: الفيلم الوثائقي والصورة الفوتوغرافية كوسائل للتعليم "ذي معنى" ط١، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠١٦.
٢١. جواد علي مسلماني: البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، ط١، عمان، دار أمجد لنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٢٢. جودت هوشيار: السلطة الخامسة -نبض الحياة في القرية العالمية، ط١، هولير، دار موكرياني للطباعة والنشر، ٢٠١٤.
٢٣. جورج صدقه: الاخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، ط١، بيروت، مؤسسة مهارات، ٢٠٠٩.
٢٤. حسن مصطفى حسن: التصوير الرقمي والتصوير بالموبايل، ط١، مكتبة الافاق المشرقة، ٢٠١٦.

المصادر

٢٥. حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، ط١، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.
٢٦. _____: التصوير الصحفي، دليل المصور الصحفي لتصوير ومعالجة الصورة رقمياً، ط١، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٩.
٢٧. _____: الحروب الإعلامية بين شهوة السبق الإعلامي وتلغيم الاخبار، ط١، القاهرة، دار فكر وفن، ٢٠١٧.
٢٨. حسين جاسم الخزاعي: الجيل الرابع للحركات السلفية الجهادية - الخارطة والملاحم، ط١، بغداد، دار الحكمة، ٢٠١٨.
٢٩. حسين علي إبراهيم الفلاحي: الحرب النفسية التقليدية والرقمية- الاليات والأدوات والأساليب المساندة، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي.
٣٠. حمدان خضر السالم: الكاريكاتير في الصحافة، ط١، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع ونبلاء ناشرون وموزعون، ٢٠١٤.
٣١. حنان أبو الضياء: جواسيس الجيل الرابع من الحروب، ط١، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٣٢. خالد محمد عزام: فن التقرير الصحفي، ط١، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع ونبلاء ناشرون وموزعون، ٢٠١٥.
٣٣. خليل محمد الراتب: التصوير الصحفي، ط١، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
٣٤. خير الدين علي عويس وعطار حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، ط١، ج١، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٨.
٣٥. ديانا لايا ومنتصر مرعي: دليل صحافة الهاتف المحمول، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، ٢٠١٦.
٣٦. ذنون بن متي الموصللي: الموصل بين احتلالين ٢٠٠٣-٢٠١٤ مذكرات مواطن عراقي، ط١، بغداد، دار سطور، ٢٠١٦.
٣٧. ذياب موسى البداينة: التنمية البشرية والإرهاب في الوطن العربي، ط١، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٠.
٣٨. رامي عبود: المحتوى الرقمي العربي على الانترنت، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٣.
٣٩. رامي عطا صديق وآخرون: الإعلام والإرهاب - دراسة حالة واستراتيجية مواجهة، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦.

المصادر

٤٠. رفاه عبد العظيم الدراجي: السياسات العامة للأمن الوطني لمكافحة الإرهاب، ط١، عمان، دار أمجد للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٩.
٤١. رفعت السيد أحمد: داعش خلافة الدم والنار، ط١، دمشق- القاهرة، دار الكتاب العربي، ٢٠١٥.
٤٢. رفيق نصر الله: ميديا الحرب الناعمة - فن السطوة على الرأي العام، ط١، بيروت، بيسان للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.
٤٣. زيد منير سليمان: الصحافة الالكترونية، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.
٤٤. سارا محسن قادر: داعش في الصحافة الكردية، ط١، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، ٢٠١٨.
٤٥. ساعد ساعد وعبيدة صبطي: الصورة الصحفية -دراسة سيميولوجية، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٢.
٤٦. سامي ندا جاسم الدوري: سبل الصحافة في فنون الصحافة، ط١، دمشق، تموز للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١.
٤٧. سامية أبو النصر: الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة واستراتيجية المواجهة، ط١، القاهرة، دار النشر للجامعات، ٢٠١٠.
٤٨. سعد سلمان المشهداني: الإعلان التلفزيوني وتأثيره في الجمهور، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
٤٩. _____: مناهج البحث الإعلامي، ط٢، دولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٩.
٥٠. _____: الصحافة العربية والدولية -المفهوم - الخصائص - المشاكل - النماذج - الاتجاهات، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤.
٥١. _____: منهجية البحث العلمي، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٩.
٥٢. سعيد الغريب النجار: التصوير الصحفي الفيلمي والرقمي: ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨.
٥٣. _____: تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، ط٢، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩.

المصادر

٥٤. _____ : مدخل الى الإخراج الصحفي، ط٢، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩.
٥٥. سلامة كية: صور الجهاد من تنظيم القاعدة الى داعش، ط١، إيطاليا، منشورات المتوسط، ٢٠١٦.
٥٦. سمير أحمد خليل: فن الإخراج الصحفي، ط١، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٥٧. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٦.
٥٨. سمير محمد محمود: الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٧.
٥٩. سهام الشجيري: البناء الإعلامي للامتيازات إشكاليات العرض والتناول، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨.
٦٠. _____ : أنسنة الإعلام - جدلية التأثير والتغيير، ط١، الجزائر، الفا للوثائق، ٢٠١٥.
٦١. السيد بخيت: اخلاقيات العمل الصحفي، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠.
٦٢. _____ : الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، ط٢، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠.
٦٣. سيف السويدي وطارق برغاني: صناعة الهوية العلمية للعلماء والخبراء والباحثين، ط١، كوالالمبور، منصة اريد، ٢٠١٧.
٦٤. شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال - المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٠.
٦٥. شمس عبد حرفش: دور الصور الصحفية في ابراز القيم الإخبارية في الصحف العراقية - دراسة تحليلية، ط٢، بغداد، مكتب هاني للطباعة، ٢٠١٧.
٦٦. شيرين محمد كدواني: مصادقية الانترنت - العوامل المؤثرة ومعايير التقييم، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.
٦٧. صابر سعد يقور: داعش برؤية الجزيرة عبر الفيسبوك لخطاب وأنماط الوعي الجماهيري، ط١ عمان، دار الخليج للصحافة والنشر، ٢٠١٧.
٦٨. صادق علي حسن: الهياكل المالية للتنظيمات الإرهابية - العراق انموذجاً، ط١، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠١٨.

المصادر

٦٩. صباح جاسم الشمري: الآثار الاجتماعية للإرهاب في الصحافة العراقية، ط١، القاهرة، الحضارة للنشر، ٢٠١٥.
٧٠. صفوت محمد العالم: فن الاعلان الصحفي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩.
٧١. طارق بهاء الدين: التصوير الرقمي: الحقائق والاساسيات، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٩.
٧٢. طارق عبود: الشرق الأوسط وخرائط الدم - دور الولايات المتحدة في صناعة الإرهاب، ط١، بيروت، دار الفارابي، ٢٠١٨.
٧٣. طالب الشمري: الصناعة الإعلامية- المقومات الفنية والمهنية لرجل الإعلام، ط٢، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
٧٤. طلب صبار محل: رسوم دار الخلافة في العصر العباسي الأول ١٣٢ - ٢٤٧ هـ، ط١، دمشق، دار تموز للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٣.
٧٥. طلعت همام: مائة سؤال عن الاخراج الصحفي: ط١، عمان، دار الفرقان للنشر والتوزيع، ١٩٨٤.
٧٦. طيبي غماري: الاسلاموفوبيا - مصطلح زائف لظاهرة حقيقية في كتاب رهاب الاسلاموفوبيا، ط١، منتدى العلاقات العربية والدولية، ٢٠١٧.
٧٧. عادل عبد الصادق: الإرهاب الالكتروني القوة في العلاقات الدولية نمط جديد وتحديات مختلفة، القاهرة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠٠٩.
٧٨. عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الالكتروني، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٥.
٧٩. _____: البحث العلمي في الصحافة والإعلام، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٥.
٨٠. _____: المعلومات الصحفية وتوثيقها، دار الرشيد للنشر، منشورات وزارة الثقافة والإعلام- الجمهورية العراقية، سلسلة دراسات ٢٥٣، ١٩٨١.
٨١. _____: توثيق الصورة في الإعلام والصحافة، بغداد، دار الشؤون الثقافية، ١٩٩٦.
٨٢. عامر وهاب خلف العاني: الإعلام ودوره في معالجة ظاهرة الإرهاب والموقف من المقاومة ط١، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٣.
٨٣. عايدة العلي سري الدين: الدولة الإسلامية جذورها ومستقبلها، ط١، بيروت، دار الفارابي، ٢٠١٦.

المصادر

٨٤. عباس مصطفى محمود: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط١، القاهرة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.
٨٥. عبد الباري عطوان: القاعدة التنظيم السري، ط٣، بيروت دار الساقى، ٢٠١٢.
٨٦. عبد الباسط سلمان: التصوير السينمائي للصحفي المحترف، ط١، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر، ٢٠١٧.
٨٧. _____: ديجتال الإعلام مفهوم الصحافة والسينما والتلفزيون والملمتديا رقمياً، ط١، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٨.
٨٨. عبد الجبار محمود علي: التصوير الصحفي، ط١، بغداد، دار المعرفة، ١٩٨٠.
٨٩. عبد الجبار ناصر: ثقافة الصورة قي وسائل الإعلام، ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١١.
٩٠. عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي - دراسة نظرية وتطبيقية، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥.
٩١. عبد الحليم حمود: كواليس الدعاية الامريكية، ط١، بيروت، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.
٩٢. عبد الحميد الصائح: الإعلام وتشكيل الرأي العام حدود الحرية والمسؤولية، ط١، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، ٢٠١٧.
٩٣. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، ط١، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٩٤. عبد الرزاق الهيتي: الصحافة المتخصصة، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١.
٩٥. عبد العزيز سعيد الصويعي: الاخراج الصحفي والتصميم بين الاقلام والافكار والحواسيب، ط١، دار الان للطباعة والنشر، دار الملتقى للطباعة والنشر، ١٩٩٨.
٩٦. عبد حسن ماشاف الكنانى: احكام وصور الجرائم الدولية، ط١، بغداد، المكتبة القانونية، ٢٠١٨.
٩٧. عثمان علي حسن: الإرهاب الدولي ومظاهره القانونية والسياسية في ضوء احكام القانون الدولي العام، ط١، كوردستان، هولير، مطبعة المنارة، ٢٠٠٦.
٩٨. عزام محمد الجولي: القواعد الدولية للإعلام، ط١، عمان، دار المعتر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٩٩. عظيم كامل الجميلي وثناء إسماعيل العاني: صناعة الاخبار الصحفية والتلفزيونية، ط١، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١١.

١٠٠. علي الطالقاني: سنوات الرعب: من القاعدة الى داعش، ط١، بغداد، مؤسسة النبأ للثقافة والإعلام، ٢٠١٩.
١٠١. علي بن فايز الحنجني: الإرهاب - الفهم المفروض للإرهاب المرفوض، الرياض، مركز الدراسات والبحوث في أكاديمية نايف العربية للعلوم الامنية، ٢٠٠١.
١٠٢. علي عباس فاضل: الصورة في وكالات الانباء العالمية بين لاستمالية والاقناع، ط١، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
١٠٣. علي عبد الفتاح علي: الحديث الصحفي والمقابلات، ط١، عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
١٠٤. علي عقله نجادات: الاخراج الصحفي - اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره، ط١، الاردن، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع ودار اليازوري، ٢٠١٢.
١٠٥. علي فاضلي: التطرف وأزمة الحداثة - قراءة في موقف الشعوب العربية والإسلامية من التطرف وعلاقة انتشار مظاهره في الوسط الشبابي المسلم بالغرب بأزمة الحداثة في كتاب رهاب الإسلام - الاسلاموفوبيا، ط١، منتدى العلاقات العربية والدولية، ٢٠١٧.
١٠٦. عمر إبراهيم بوسعدة وحمدى بشير محمد: الإعلام الأمني والانترنت - التصدي للتهديدات الإرهابية - داعش والقاعدة نموذجاً، الرياض، دار جامعة نايف للنشر، ٢٠١٧.
١٠٧. عمر خالد المسفري: الاتصال الجماهيري والإعلام الأمني، ط١، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣.
١٠٨. عمرو العراقي: صحافة البيانات - خطوات جمع وتحليل البيانات وتصميم الانفوجرافيك، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦.
١٠٩. عمرو فاروق: داعش سفراء جهنم- الحياة في أحضان الدم، ط١، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
١١٠. غادة ممدوح: العنف الإعلامي - سيكولوجية العدوان نفسياً واجتماعياً، ط١، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩.
١١١. غادة نصار: الإرهاب والجريمة الالكترونية، ط١، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.
١١٢. غسان عبد الوهاب الحسن: أيديولوجيا الإخراج الصحفي، ط١، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
١١٣. فادي وليد عاكوم: داعش - الكتاب الأسود، ط١، القاهرة، دار املي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
١١٤. فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، ط٤، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠.

المصادر

١١٥. فاضل البدراني: التربية الإعلامية- صناعة فك تشفير الإعلام، ط١، مؤسسة النبأ ودار البداية ناشرون وموزعون، ٢٠١٨.
١١٦. فاطمة الزهراء عبد الفتاح: الاندماج الإعلامي، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦.
١١٧. فتحي إبراهيم إسماعيل: فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩.
١١٨. فنسنت الغريب: حروب قذرة- اذا سقطت دمشق، ط١، بيروت، (د . ن)، ٢٠١٧.
١١٩. فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية- كيف نتعامل مع الإعلام، ط١، ٢٠١٠.
١٢٠. فؤاد ابراهيم: داعش من النجدي إلى البغدادي . نوستالجيا الخلافة، ط١، بيروت، مركز اوال للدراسات والتوثيق، ٢٠١٥.
١٢١. فؤادة عبد المنعم البكري: الإعلام الدولي، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١١.
١٢٢. فواز جرجس: داعش الى اين - جهاديو ما بعد القاعدة، ط١، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٦.
١٢٣. فوزي يوسف المخلف: التضليل والتدليس الإعلاني- الواقع والتأثير والمأمول، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧.
١٢٤. _____: تأثير البث التلفزيوني الفضائي على طلبة الجامعات، ط١، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٣.
١٢٥. كمال عبد الباسط الوحيشي: اسس الاخراج الصحفي- دراسة تطبيقية على الصفحات الاولى في الصحف اليومية الليبية ١٩٦٩-١٩٧٣م، ط١، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، ١٩٩٩.
١٢٦. كمال فرحان زغير الربيعي: دور الإعلام في اشعال واطفاء فتيل الإرهاب (الصحافة والتلفزيون والانترنت انموذجاً)، ط١، بغداد، المكتبة القانونية، ٢٠١٧.
١٢٧. لؤي سعيد خليل: الإعلام الصحفي، ط١، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
١٢٨. ماجد موريس إبراهيم: الإرهاب.. الظاهرة وابعادها النفسية، ط١، الابيار - بيروت، دار انيب ودار الفارابي، ٢٠٠٥.
١٢٩. مازن شندب: داعش - ماهيته، نشأته، إرهابه، أهدافه، إستراتيجيته، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، ٢٠١٤.
١٣٠. ماهر عودة الشماليه وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط١، عمان، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.

المصادر

١٣١. محمد أبو رمان وحسن ابوهنية: عاشقات الشهادة - تشكيلات الجهادية النسوية من القاعدة الى الدولة الإسلامية، ط١، عمان، مؤسسة فريدريش ايبيرت، ٣٠١٧.
١٣٢. محمد الباز: صحافة الاثارة - السياسة والدين والجنس في الصحف المصرية، ط١، القاهرة، مكتبة جزيرة الورد، ٢٠١٠.
١٣٣. محمد العبيدي وآخرون: الجماعة التي تسمي نفسها دولة- فهم تطور تنظيم الدولة الإسلامية وتحدياته، ط١، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ٢٠١٥.
١٣٤. محمد أنور البصول: الاتصال وأثره في عمليات الإرهاب في كتاب الإرهاب والعولمة، أكاديمية نايف للعلوم الامنية، ٢٠٠٢.
١٣٥. محمد بن سعود البشر: ايدلوجيا الإعلام، ط١، الرياض، دار غيناء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.
١٣٦. محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ط٢، عمان، دار مجدلاوي، ٢٠٠٨.
١٣٧. محمد حسام الدين إسماعيل: الصورة والجسد- دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، ط٢، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٠.
١٣٨. محمد سيد ريان: الإعلام الجديد، ط١، القاهرة، مركز الازهرام للنشر والترجمة والتوزيع، ٢٠١٣.
١٣٩. محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام والاتصال- دراسة في النشأة والتطور، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٢.
١٤٠. محمد صادق الهاشمي: الحركات التكفيرية السلفية في العراق وسوريا وخطرها على خط المقاومة، ط١، بغداد، مركز العراق للدراسات، ٢٠١٤.
١٤١. محمد عبد الحميد والسيد بهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية - النظرية والتطبيق، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤.
١٤٢. _____: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط٤، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٥.
١٤٣. محمد علوش: داعش واخواتها - من القاعدة الى الدولة الإسلامية، ط١، بيروت، رياض الريس للكتب والنشر، ٢٠١٥.
١٤٤. محمد منير حجاب: مدخل الى الصحافة، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
١٤٥. محمد نبهان سويلم: التصوير الإعلامي، ط١، القاهرة، دار المعارف، ١٩٨٥.
١٤٦. _____: التصوير والحياة، الكويت، عالم المعرفة، ١٩٨٤.
١٤٧. محمود حسن إسماعيل: مناهج البحث الإعلامي، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠١١.

المصادر

١٤٨. محمود عزت اللحام وآخرون: مدخل الى علم الصحافة، ط١، عمان، الاعصار للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
١٤٩. محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨١.
١٥٠. مختار شعيب: خريف الإرهاب والفوضى الجديدة- الرايات السوداء ... من سيكارى الى داعش، ط١، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠١٦.
١٥١. مخد خلف النوافعة: اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قناتا الجزيرة والعربية الفضائيتان الإخباريتان دراسة ميدانية، رسالة ماجستير قدمت الى جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، ٢٠١٠.
١٥٢. مرعي مذكور: الصحافة الإخبارية، ط١، القاهرة، دار الشروق، ٢٠٠٢.
١٥٣. مرفت الطرابيشي: مدخل الى صحافة الأطفال ط١، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٣.
١٥٤. مسلم عباس هاشم عباس: المعالجة الإخبارية لموضوعات الإرهاب في الفضائيات العراقية (دراسة تحليلية لنشرات الاخبار والقائم بالاتصال في قنوات الاتجاه - السورية - العراقية)، ط١، بغداد، مركز العراق للدراسات، ٢٠١٦.
١٥٥. مصطفى بخوش: الإعلام والإرهاب - ابة علاقة؟ وأي مستقبل؟ في كتاب الإعلام والأزمات فن التلاعب والتضليل والدعاية، ط١، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، دار حنين للنشر والتوزيع، ٢٠١٦.
١٥٦. منال طلعت محمود: مدخل إلى علم الاتصال، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٢.
١٥٧. منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، ط١، عمان، دار المسيرة النشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٤.
١٥٨. منصور عبد الحكيم: داعش مارد العصر الأخير- السفيناني والرايات السود آخر الزمان، ط١، دمشق- القاهرة، دار الكتاب العربي، ٢٠١٥.
١٥٩. مهند سيف الدين الصميدعي: فن الاخراج الصحفي، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨.
١٦٠. نبيل راغب: أساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والسمعي، ط١، مكتبة لبنان ناشرون والشركة المصرية العالمية للنشر - لونجمان، ١٩٩٩.
١٦١. نبيل لوقا بباوى: الإرهاب صناعة غير اسلامية، ط١، القاهرة، دار البباوي للنشر، ٢٠٠٢.

١٦٢. نجلاء مكايي وآخرون: تنظيم الدولة - دراسة تحليلية في بنية الخطاب، ط١، بيروت، مركز صناعة الفكر للدراسات والابحاث، ٢٠١٦.
١٦٣. نديم منصورى: سوسيولوجيا الانترنت، ط١، بيروت، منتدى المعارف، ٢٠١٤.
١٦٤. نصيف جاسم حمدان: الدعاية والحرب النفسية لتنظيم داعش، ط١، بغداد، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٧.
١٦٥. _____: داعش وحرب العقول - كيف سخر داعش الدبابة الإعلامية، ط١، بغداد، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٦.
١٦٦. نور الدين النادي: فن الإخراج الصحفي، ط٢، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦.
١٦٧. هادي نهر: دراسات في الإعلام والاشهار وثقافة الصورة، ط١، الاردن، عالم الكتب الحديث، ٢٠١٦.
١٦٨. هالة حمدي غرابية: التغطية الاستقصائية لقضايا الواقع المعاصر، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨.
١٦٩. هشام الهاشمي: التطرف أسبابه وعلاجه، ط١، بغداد، دار ومكتبة عدنان، ٢٠١٦.
١٧٠. _____: عالم داعش- تنظيم الدولة الاسلامية في العراق والشام، ط١، لندن- بغداد، دار الحكمة- دار بابل، ٢٠١٥.
١٧١. هويدا مصطفى: الإعلام ومواجهة الإرهاب - دليل الممارسة المهنية، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨.
١٧٢. هيثم مناع: جبهة النصرة - من فقه الدم الى جهاد الغلبة، ط١، بيروت، بيسان للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.
١٧٣. وجيه الدسوقي المرسي: الاساليب الالكترونية الحديثة التي تستخدمها التنظيمات الإرهابية في الجرائم الإرهابية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، ٢٠١٤.
١٧٤. وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي: الإعلام الجديد - تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط١، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧.
١٧٥. وسام محمد أحمد: الوسائط المتعددة في الصحافة تصميمها وانتاجها، ط١، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨.
١٧٦. ياسر عبد الحسين: الحرب العالمية الثالثة- داعش والعراق وإدارة التوحش، ط١، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠١٥.

١٧٧. يوسف كوران: جريمة الإرهاب والمسؤولية المترتبة عنها في القانون الجنائي الداخلي والدولي، السليمانية، مركز كردستان للدراسات الاستراتيجية، ٢٠٠٧.
١٧٨. يوسف محمد صادق: الإرهاب والصراع الدولي، ط١، السليمانية، دار سردم للطباعة والنشر، ٢٠١٣.

٢- الكتب المترجمة الى اللغة العربية

١. ليزا شنيلنغر ومهند الخطيب: حرب الكلمات، ترجمة: مفيد ديك، واشنطن، المركز الدولي للصحفيين، ٢٠٠٦.
٢. أليس أنتوم: الصحافة الرقمية، ترجمة: سامي عامر وجورج سعيد، ط١، الإمارات، ثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.
٣. ادوارد هـ. سبنس وآخرون: الإعلام والأسواق واخلاقيات المهنة، ترجمة: شويكار زكي، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
٤. اوليفيه روا: الجهاد والموت، ترجمة: صالح الاشمر، ط١، بيروت، دار الساقى، ٢٠١٧.
٥. باتريك بتلر وآخرون: اخلاقيات الصحافة - النقاش العالمي، ترجمة: عبد الرحمن اياس، واشنطن، شبكة الصحفيين الدوليين، ٢٠٠٣.
٦. تشارلز تاونزند: الإرهاب- مقدمة قصيرة جداً، ترجمة: محمد سعد طنطاوي، ط١، القاهرة، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، ٢٠١٤.
٧. جون بول مارتوز: وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب- دليل للصحفيين، فرنسا، منظمة الامم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ٢٠١٧.
٨. جيزيل فروند: التصوير الفوتوغرافي والمجتمع، ترجمة: وسام مهنا، ط١، القاهرة، المركز القومي للترجمة، ٢٠١٠.
٩. داعش صورة عن تنظم إرهابي جهادي - رؤية صهيونية (باحث للدراسات الفلسطينية والاستراتيجية) ترجمة اسلام الريحاني، ط١، بيروت، ٢٠١٦.
١٠. ريموند واكس: الخصوصية مقدمة قصيرة جداً، ترجمة: ياسر حسن، ط١، القاهرة، كلمات عربية للترجمة والنشر، ٢٠١٣.
١١. غوين داير: فوبيا داعش واخواته، ترجمة: رامي طوقان، ط١، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، ٢٠١٦.
١٢. فرنسوا لسلي ونقولا ماكاريز: وسائل الاتصال المتعددة ((ملتيميديا))، ترجمة: د. فؤاد شاهين، ط١، بيروت، عويدات للنشر والتوزيع، ٢٠٠١.

١٣. كرول ريتش: كتابة الاخبار والتقارير الصحفية، ترجمة: عبد الستار جواد، ط١، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٢.
١٤. كريستوفر رويتر: السلطة السوداء - الدولة الاسلامية واستراتيجية الإرهاب، ترجمة محمد سامي الحبال، ط١، منتدى العلاقات العربية والدولية، ٢٠١٦.

٣- البحوث

١. اسراء شاكر حسن: الاساليب الدعائية لتنظيم داعش في شبكات مواقع التواصل الاجتماعي، بحث منشور في مجلة اهل البيت عليهم السلام، العدد (٢٢) الصادر بتاريخ السبت ٣ آذار ٢٠١٨، جامعة اهل البيت.
٢. البرتو فرنانديز: مواجهة شبكات الدعاية الخاصة بداعش، واشنطن، معهد بروكنجز.
٣. بيرق حسين جمعة الربيعي: الأساليب الاخراجية للصورة الصحفية في الجرائد اليومية العراقية- دراسة وصفية تحليلية للجرائد اليومية الصباح والزمان والبيان انموذجاً، بحث منشور في مجلة آداب الفراهيدي العدد (١٩) آذار ٢٠١٤.
٤. تشالز ليستر، تحديد معالم الدولة الاسلامية، دراسة تحليلية صادرة عن معهد بروكنجز، الدوحة، ٢٠١٤.
٥. حسن سالم بن سالم: تنظيم داعش والإرهاب العابر للحدود، بحث منشور في مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الاسلامية، دراسات، العدد (١١ - مايو ٢٠١٦).
٦. حسن نيازي الصيفي: استخدام داعش للإعلام الاجتماعي بحث منشور في مجلة Arab Media & Society (العدد ٢١، ٢٠١٦).
٧. رزاق فالح وحيد حميد نعمة الصالحي: الإرهاب دراسة في المفهوم والدوافع والاسقاطات الدولية في كتاب الإرهاب محاولة أخرى لتشريح الظاهرة، ط١، بغداد، مركز العراق للدراسات، ٢٠١٧.
٨. سعد سلمان عبد الله: تطور شكل ومضمون الصورة الصحفية في الصحافة العراقية . دراسة تحليلية لصور الصفحة الاولى لصحيفة الصباح لعام ٢٠١٢، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد (٢١) في (س ٢٠١٣).
٩. السيد بخيت: ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية - دراسة تحليلية، بحث منشور في كتاب ثقافة الصورة لمؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، ط١، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.

١٠. علي عباس فاضل: مشكلات المصورين لصحفيين العاملين في المؤسسات المحلية والأجنبية في العراق - رابطة المصورين الصحفيين العراقيين - دراسة حالة ٢٠١٢، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي (العدد ١٨، ٢٠١٢).
١١. الغنجة هشام داود: اشكالية تعريف مفهوم الإرهاب، بحث منشور في كتاب مكافحة الإرهاب بين مشكلة المفهوم واختلاف المعايير عند التطبيق، ط١، ج١، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٧.
١٢. كامل القيم: حرب الرموز وتسويق مثيرات العنف والإرهاب (رؤية في تسويق الدعاية والحرب النفسية لتنظيم داعش)، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، المجلد (٥) العدد (٢).
١٣. لعربي بن أعمارة: تنامي الظاهرة الإرهابية - دراسة العوامل المسببة لانتشار الإرهاب بحث منشور في كتاب مكافحة الإرهاب بين مشكلة المفهوم واختلاف المعايير عند التطبيق، ط١، ج١، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٧.
١٤. مريم وحيد: الخطاب الساسي بالصورة: داعش انموذجاً، بحث منشورة في كتاب آفاق سياسية الصادر عن المركز العربي للبحوث والدراسات، (العدد ٢٤ ديسمبر ٢٠١٥).
١٥. نبيل أحمد فؤاد ولينا عماد فتحي: توظيف الصورة الرقمية في الملصق الغذائي، بحث منشور في مجلة الأكاديمي في جامعة بغداد (العدد ٦٢، ٢٠١٢).

٤ - الرسائل الجامعية

١. أحمد عبد الستار حسين الربيعي: التفاعلية في مواقع القنوات الفضائية ودورها بتعزيز حرية الرأي والتعبير، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى مجلس كلية الإعلام في جامعة بغداد عام ٢٠١٦.
٢. بيرق حسين جمعة الربيعي: الانفوغرافيك وعلاقته بالإدراك عند مستخدمي المواقع الإخبارية - موقع السومرية نيوز، موقع سكاى نيوز، موقع الجزيرة نت انموذجاً، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى كلية الإعلام في جامعة بغداد، ٢٠١٨.
٣. سائد سعيد محمد علوان: اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الازمات، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قدمت الى الجامعة الاسلامية في غزة، ٢٠١٦.
٤. ستار حمادي علي الجبوري: العلاقات اللونية وتأثيرها على حركة السطوح المطبوعة في الفضاء التصميمي للمطبوع العراقي، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى أكاديمية الفنون الجميلة بجامعة بغداد عام ١٩٩٧.

المصادر

٥. سماح محمد عبد الرحمن: الوظيفة الاتصالية للانفوغراف في المواقع الالكترونية - دراسة تحليلية في موقع سكاي نيوز وروسيا اليوم للمدة من ١-٥ الى ٣١/٥/٢٠١٧ رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت الى كلية الإعلام في الجامعة العراقية، ٢٠١٨.
٦. فارس ابراهيم خلف الكاتب: دور المواقع الالكترونية الامنية والعسكرية في ترتيب اولويات الجمهور العراقي ازاء قضايا الإرهاب - دراسة تحليلية - ميدانية، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت الى كلية الإعلام في الجامعة العراقية، ٢٠١٨.
٧. علي عبد الفتاح رحيم: توظيف الشائعات في نشرات الأخبار التلفزيونية- دراسة تحليلية لنشرات أخبار قناتي التغيير والغربية للمدة من ١/٦/٢٠١٤م لغاية ٣١/٨/٢٠١٤، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام ٢٠١٦.
٨. مارلين عويش هرمز: توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الحرب النفسية الموجهة الى المجتمع العراقي- رسائل تنظيم داعش في موقع تويتر انموذجاً، رسالة ماجستير (غير منشورة) مقدمة الى مجلس كلية الإعلام في جامعة بغداد، ٢٠١٨.
٩. مصطفى سعد حمد مخلف: جريمة الإرهاب عبر الوسائل الالكترونية دراسة مقارنة بين التشريعين الاردني والعراقي، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت الى جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، الاردن، ٢٠١٧.
١٠. وليد غسان سعيد جلعود: دور الحرب الالكترونية في الصراع العربي الاسرائيلي، رسالة ماجستير (غير منشورة) مقدمة الى جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ٢٠١٣.

٥- الصحف والمجلات

١. صحيفة النبأ: العدد الأول، الصادر بتاريخ ٣ محرم ١٤٣٧ هـ.
٢. صحيفة النبأ: العدد الثالث عشر، الصادر بتاريخ ١ ربيع الاخر ١٤٣٧ هـ.
٣. صحيفة النبأ: العدد الثاني، الصادر بتاريخ ١٠ محرم ١٤٣٧ هـ.
٤. صحيفة النبأ: العدد الحادي عشر، الصادر بتاريخ ١٧ ربيع الاول ١٤٣٧ هـ.
٥. صحيفة النبأ: العدد السابع، الصادر بتاريخ ١٦ صفر ١٤٣٧ هـ.
٦. صحيفة النبأ: العدد السادس، الصادر بتاريخ ٩ صفر ١٤٣٧ هـ.
٧. مجلة المنبع ИСТОК: العدد الاول، ١٤٣٦.

٦- مواقع الانترنت

١. "دابق" و"أعماق".. أذرع إعلامية لتنظيم الدولة، موضوع منشور على موقع الجزيرة على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2Kkqdd2>

٢. أعماق أم اختراق؟ هذا ما آلت إليه أحوال داعش إلكترونيا، خبر منشور بتاريخ ١٧/١١/٢٠١٧ على الرابط الاتي: <https://arbne.ws/2Luagjs>
٣. الامم المتحدة: الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2lc8Bx0>
٤. التحالف الدولي: على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2V7uxNV>
٥. تعرف على جبهة فتح الشام.. "النصرة" سابقا، تقرير منشور على موقع قناة الجزيرة على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2U2NjIX>
٦. تويتر ويوتيوب سلاحاً داعش في تجنيد المتطرفين، موضوع منشور في صحيفة الشرق الاوسط (لندن) العدد الصادر بتاريخ ٦/١٠/٢٠١٤ على الرابط الاتي: <https://aawsat.com/home/article/19536>
٧. جون جي هورجان وآخرون: صناعة الإرهابي: المراحل الست لتنشئة الاطفال في داعش، دراسة منشورة على موقع المستقبل للابحاث والدراسات المتقدمة، أبو ظبي، على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2U3xluo>
٨. حسن ابو هنية: البناء التنظيم (للدولة الإسلامية)، بحث منشور في موقع مركز الجزيرة للدراسات على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2JEqZkX>
٩. خالد كريزم: كيف تصمم إنفوغرافا احترافيا؟ على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2Wr95Ht>
١٠. دنيا الوطن: العراق: بالصور.. داعش تنسف الأضرحة بالقنابل على لرابط الاتي: <http://bit.ly/2Fd4DSZ>
١١. روسيا اليوم: كيف يتواصل القائمون على التنظيمات الإرهابية دون كشفهم؟ على الرابط: <http://bit.ly/2X02jVn>
١٢. السومرية نيوز: داعش يتاجر بالنساء والقطع الاثرية على مواقع دارك ويب Dark Web على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2IHBUYy>
١٣. صحيفة الشرق الاوسط: لبنان.. «فضيحة» صور وسط المأساة، على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2lz2d1w>
١٤. صفحة رسام الكاريكاتير ناصر إبراهيم على موقع تويتر على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2wQvQWL>
١٥. صلاح الدهني: خبراء: فيديو حرق الكساسة حقيقي بطريقة سينمائية، موقع عربي ٢١ على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2Fi3Pv2> .

المصادر

١٦. صور ورسائل تنشر لأول مرة .. هكذا باع داعش النساء الايزيديات عبر "واتساب":
شفق نيوز، Saturday, 18 August 2018 على الرابط الاتي:
<http://bit.ly/2UImaLE>
١٧. العربية.نت: "داعش" يتقدم صوب الإيزيديين في جبل سنجار بالعراق على الرابط
الاتي: <http://bit.ly/2JMB4eH>
١٨. العربية نت، حول العربية.نت على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2IWdmvt>
١٩. العربية نت، حول العربية.نت على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2IWdmvt>
٢٠. العربية نت، صفحة أخبار على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2HDZUtS>
٢١. العربية نت، صفحة أسواق على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2VBKLy6>
٢٢. العربية نت، صفحة الاخيرة على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2EmL5eq>
٢٣. العربية نت، صفحة السعودية، على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2VN0SxV>
٢٤. العربية نت، صفحة برامج على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2YFVgIX>
٢٥. العربية نت، صفحة رياضة على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2VBKLy6>
٢٦. العربية نت، صفحة منوعات على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2JYFsXx>
٢٧. العربية نت، صفحة فيديو العربية على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2QexkTB>
٢٨. العربية نت، صفحة مقالات على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2VMeKrW>
٢٩. العربية.نت: #داعش "يشوي" ٤ عراقيين بتهمة التجسس على الرابط الاتي:
<http://bit.ly/2ZCdW6v>
٣٠. العربية.نت: العربية: تأسيس مجلس للتحريروالخطيب مديراً عاماً، ١ يناير
٢٠١٩، على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2VWPBLt>
٣١. العربية.نت: بعد العمامة وجبة "الخلافة" .. البغدادي مقاتل ميليشياوي خبر منشور
على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2ECEug1>
٣٢. العربية.نت: شاهد.. "بلدوزر" داعش الذي جلب الرعب للمدن العراقية على الرابط
الاتي: <http://bit.ly/2XEnRLm>
٣٣. العربية.نت: "داعش" يصدر أول جواز سفر رسمي بالموصل على الرابط الاتي:
<http://bit.ly/2WVuWYC>
٣٤. العربية.نت: "داعش" يعلن عن إصدار عُملات جديدة.. دينار ودرهم وفسل، على
الرابط الاتي: <http://bit.ly/31StyF9>
٣٥. العربية.نت: على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2J7Xqob>

المصادر

٣٦. فداء البديوي: "السكينة»: موقوفو الإرهاب ١١ ألفاً بينما لا يتجاوز المنضمون لـ«داعش»، تقرير اخباري منشور في صحيفة الحياة على الرابط الاتي:
<http://bit.ly/2Hq8GOy>
٣٧. قاموس المعاني: ترجمة ومعنى صُورَة في قاموس المعاني منشور على الرابط الاتي:
<http://bit.ly/2K7kYfg>
٣٨. مؤسسة ركنن الإعلامية: اليك ٤ أدوات للتأكد من صحة الصور موضوع منشور على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2Vx9rMm>
٣٩. موسوعة ويكيبيديا: مجلس شوري المجاهدين في العراق مقال منشور على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2Y9li0e>
٤٠. العربية نت: إرهاب داعش يفجر أضرحة وحسينيات في العراق، تقرير مصور منشور على الرابط الاتي: <http://bit.ly/30Lnttq>
٤١. وكالة الصحافة الفرنسية: منتجاتنا وخدماتنا/ صورة على الرابط الاتي:
<https://www.afp.com/ar/products/picture>
٤٢. وليد عبد الرحمن: «داعش» يقاوم «فرار» عناصره بأكاذيب «النبأ»- الجريدة احترفت التضليل وهاجمت التنظيمات الأخرى، موضوع منشور في صحيفة الشرق الاوسط بتاريخ ٢٠١٨/١١/٥ على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2K5wYzq>
٤٣. ويكيبيديا الموسوعة الحرة: تنظيم الدولة الاسلامية (داعش)، موضوع منشور على الرابط الاتي: <http://bit.ly/2WSVBVX>

ثالثاً: المصادر الأجنبية

١- الكتب

1. DABIQ: Break the cross, issue 15, 1437.
2. DABIQ: Break the cross, issue 15, 1437.
3. DABIQ: from hypocrisy to apostasy: the extinction of the Grayzone, issue 7, 1436.
4. DABIQ: shari'ah alone will rule adrica, issue 8, 1436.
5. DABIQ: the failed crusade, issue 4, 1435.
6. DABIQ: The Return of Khilafah, issue 1, 1435.
7. DABIQ: The Return of Khilafah, issue 1, 1435.

8. ISN (ISLAMIC STATE NEWS), ISSUE 2, SHABAN 1435.
9. ISN (ISLAMIC STATE REPORT), ISSUE 2, SHABAN 1435.
10. ISN:(ISLAMIC STATE NEWS), ISSUE1, SHABAN 1435.
11. Kanar Patruss: ‘The Face of Evil’: The Discourse on ISIS and the Visual Complexities in the ISIS Beheading Videos, Politik, Nummer 4 , Årgang 19 , 2016.
12. Konstantiniyye: Konstantiniyye’nin fethi, sayı 1, Şaban 1436.
13. Peter Wignell, Sabine Tan, Kay L. O’Halloran & Rebecca Lange: A Mixed Methods Empirical Examination of Changes in Emphasis and Style in the Extremist Magazines Dabiq and Rumiya , Perspectives on terrorism , Vol 11, No 2 , 2017.
14. Robert W. Gehl: Weaving the Dark Web (Legitimacy on Freenet, Tor, and I2P), Cambridge, The MIT Press 2018.
15. RUMIYAH: issue 13, DHUL-HIJJAH, 1438.
16. RUMIYAH: issue 7, JAMAD-AL- AKIRAH, 1438.
17. ze-Nian & mark S. Drew: Fundamentals of multimedia, Pearson Prentice Hall, 2004, USA.

٢- مواقع الانترنت

1. ATI: R. Budd Dwyer And the Death Of An “Honest Man”, on the link: <http://bit.ly/2WxOv9c>
2. Criminal Encyclopedia: Aldo Moro – 1978: <http://bit.ly/2NaLszE>
3. ibtimes: OpParis (Anonymous pursuit of Isis sees jihadists retreat to the dark web) on the link: <http://bit.ly/2Li4RMq>
4. Infowars: ISIS Launches Site on Dark Web, on the link: <http://bit.ly/2FtHNpZ>
5. Instagram: our story, <https://instagram-press.com/our-story>
6. Janis Krums: Twitter, on this link: <https://twitter.com/jkrums/status/1121915133>

7. Rare Historical Photos: (Child labor in America, 1908–1914) on the: <http://bit.ly/2XJyUjd>
8. The Telegraph: news, Islamic State textbooks featuring guns and tanks 'used to teach children math's in school, on the link: <http://bit.ly/2X6lmCn>
9. UN News: As Hiroshima observes 73rd anniversary of atomic bombing, UN notes 'stalled' progress on nuclear disarmament, 6 August 2018: <https://news.un.org/en/story/2018/08/1016412>

الملاحق

ملحق رقم (١)



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة تكريت / كلية الآداب

قسم الاعلام – الدراسات العليا

م/تحكيم استمارة تحليل المضمون

المحترم

الدكتور

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

نظراً إلى المكانة العلمية التي تتمتعون بها، من خبرة علمية وأكاديمية عاليتين، أرجو تفضلكم بإبداء الرأي والملاحظة العلمية بشأن تقويم الاستمارة الخاصة بتحليل فئات البحث الموسوم (توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الإرهابية .. دراسة تحليلية لموقع العربية.نت) للتعرف على مدى صلاحية الاستمارة وإجراءاتها المنهجية لإجراء الدراسة التحليلية في إطار دراستي للحصول على درجة الماجستير في الاعلام من كلية الآداب بجامعة تكريت، راجية أن تسهم ملاحظاتكم في تعزيز هذه الدراسة.

وتقبلوا فائق التقدير والاحترام.

حنين سعد سلمان

الباحثة

أ.د فريد صالح فياض

المشرف

ت	الفئات الرئيسية	الفئات الفرعية	تصحح	لا تصحح	التعديل
١	توظيف الصورة للتأكيد على الانتصارات العسكرية	يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي: ١. عرض انتصارات التنظيم اللوجستية في سبايكر ٢. الاستعراضات العسكرية في المدن المسيطر عليها ٣. اغتنام أسلحة ٤. السيطرة او الاستيلاء على المدن ٥. الاحتفال بالشوارع			
٢	توظيف الصورة في سرد الوقائع والاحداث	يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي: ١. انتشار الشرطة الاسلامية ٢. التدريبات القتالية ٣. أنشطة في القطاع التعليمي ٤. أنشطة في القطاع الطبي ٥. السيطرة على ابار النفط ٦. احداث ووقائع عامة ٧. خطف النساء			
٣	توظيف الصورة في الاستمارات العاطفية	يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي: ١. الترويج الدعائي لأنشطة وخدمات التنظيم المدنية ٢. اطلاق الكنى (ابو بكر البغدادي) ٣. اسماء مستوحاة من التراث الإسلامي (ديوان الحسبة) ٤. صور (اللى والشعر الطويل وارتداء الساعة باليد اليمنى والنقاب) ٥. صور الأطفال			
٤	توظيف الصورة في الاستمارات العقلية	يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي: ١. التدعيم بالأرقام والوثائق ٢. صور تعبر عن ادلة وحجج وبراهين (صور دوائر تعود للتنظيم) ٣. ابراز صور قادة التنظيم			

			<p>يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي:</p> <p>١. صور الإعدام البشع (النحر، الدهس، الاغراق، حفر القبور)</p> <p>٢. صور تخويف لمثير عقابي (الرجم واعدام الشواذ وقطع اليد)</p> <p>٣. صور التخويف باستخدام آلات جارحة</p> <p>٤. صور الجلد</p>	<p>٥</p> <p>توظيف الصورة في استمالات التخويف</p>
			<p>يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي:</p> <p>١. تجنيد الاطفال</p> <p>٢. تجنيد النساء</p> <p>٣. الاستقطاب عن طريق الدعوة للهجرة الى الاراضي التي يسيطر عليها التنظيم</p>	<p>٦</p> <p>توظيف الصورة في التجنيد والاستقطاب</p>
			<p>يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي:</p> <p>١. صور راية التنظيم</p> <p>٢. صور الجواز الذي اصدره داعش</p> <p>٣. صور العملة التي اصدرها داعش</p> <p>٤. صور الهويات</p> <p>٥. ابحاث الخلفية والديكور</p>	<p>٧</p> <p>الترسيخ الذهني لرموز غير لفظية</p>
			<p>يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي:</p> <p>١. اللون البرتقالي.</p> <p>٢. اللون الأسود.</p> <p>٣. اللون الازرق والاصفر</p>	<p>٨</p> <p>توظيف الألوان</p>
			<p>١. نصوص توحى بأفكار عقائدية</p> <p>٢. نصوص توحى بأفكار طائفية</p>	<p>٩</p> <p>توظيف النصوص</p>
			<p>١. ابتسامة الانتحاريين</p> <p>٢. رفع السبابة</p> <p>٣. علامة النصر</p>	<p>١٠</p> <p>توظيف الايماءات ولغة الجسد</p>

			<p>١. الأزياء العسكرية ٢. الزي الافغاني ٣. غطاء الرأس والوجه ٤. النقاب</p>	<p>توظيف الازياء</p>	١١
			<p>١. الدعوة الى التوحيد (تدمير الاثار والتماثيل) ٢. تطبيق احكام الشريعة ٣. الإفتاء الديني</p>	<p>توظيف العامل الديني</p>	١٢
			<p>يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي: ١. بيان قوة التنظيم في حرب الشوارع ٢. تضخيم الإمكانيات العسكرية ٣. الايحاء بفتح ساحات جديدة في دول اخرى لمواجهة اعداء داعش ٤. ابراز قوة المقاتلين</p>	<p>توظيف أسلوب التهويل والتضخيم</p>	١٣
			<p>يراد بها الصور التي تتناول ما يأتي: ١. تدمير المنشآت ٢. حرق آليات ومقرات الجيش ٣. اسقاط وتفجير طائرات ٤. التفجيرات الإرهابية ٥. الاغتيالات ٦. اسر وقتل المنتسبين</p>	<p>توظيف أسلوب تحطيم المعنويات</p>	١٤



ملحق رقم (٢)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة تكريت / كلية الآداب

قسم الاعلام – الدراسات العليا

م/استمارة المقابلة العلمية

الأستاذ الفاضل: سعيد الجياشي المحترم

امين سر الخلية الوطنية للعمليات النفسية

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

أضع أمام انظار جنابكم الكريم استمارة المقابلة العلمية للأسئلة المتعلقة برسالة الماجستير الموسومة: (توظيف الصورة الصحفية في المحتوى الرقمي للتنظيمات الارهابية - دراسة تحليلية لموقع العربية نت) في إطار دراستي للحصول على درجة الماجستير في الاعلام من كلية الآداب بجامعة تكريت.

وتهدف الدراسة التحليلية الى التعرف على عملية توظيف الصورة الصحفية من قبل تنظيم داعش والتي روجتها وسائل اعلامه الرقمية لتخدم العمليات النفسية لاحتلال الموصل عام ٢٠١٤ والانبار وصلاح الدين وبعض المناطق في ديالى وكركوك والسنوات اللاحقة. وكلي أمل في مساعدتكم في الاجابة على اسئلة المقابلة العلمية الواردة في أدناه، وستكون اجابتم على الاسئلة بمثابة معلومات ميدانية دقيقة يوثقها رجل المسؤولية الميداني في عمليات التصدي للعمليات النفسية التي استخدمها تنظيم داعش في عملية احتلال الموصل وما تلاها من احداث، ولاسيما ما يتعلق منها بتجربة الخلية الوطنية للعمليات النفسية كونها تجربة عراقية متميزة حققت نجاحاً على مستوى صناعة، وتوحيد الرسالة الاعلامية الامنية والعسكرية خلال عمليات تحرير الارض. وتفضلوا بقبول خالص الشكر لتكرمكم بالإجابة على اسئلة المقابلة العلمية .. مع وافر التقدير والاحترام.

حنين سعد سلمان

الباحثة

أ.د فريد صالح فياض

المشرف

الأسئلة

١. بصفتكم أحد القادة الميدانيين للتصدي للعمليات النفسية لتنظيم داعش في احتلال الموصل عام ٢٠١٤ وما تلاها في السنوات اللاحقة نرجو بيان أهمية استخدام الصورة الصحفية وتأثيرها في العمليات النفسية لإضعاف الروح المعنوية لسكان المدنيين والمقاتلين في مدينة الموصل والمحافظات التي سيطر عليها لاحقاً؟
(يرجى تعزيز الاجابة بالصور المستخدمة من قبل التنظيم الارهابي ان توفر ذلك).
٢. هل وظف تنظيم داعش أساليب الحرب النفسية في استخدامه للصورة الصحفية في مطبوعاته الورقية والالكترونية؟ وكيف اسهمت الامكانيات التقنية الرقمية التي استخدمها في ممارسة الحرب النفسية من خلال الصورة؟
٣. هل وظف تنظيم داعش نشره لبعض الصور الصحفية لإضعاف الروح المعنوية للمقاتلين في قواتنا المسلحة في عملية احتلال الموصل عام ٢٠١٤ ، كذلك في عمليات تحرير الموصل عام ٢٠١٦ - ٢٠١٧؟
(يرجى تعزيز الاجابة بالصور المستخدمة من قبل التنظيم الارهابي ومتى استخدمت وفي اي مكان وكيف تم التصدي لتلك العمليات من قبلكم قواتنا الامنية والمسلحة؟)
٤. هل استخدم التنظيم بعض الصور الصحفية في عملية تدعيم نشره للشائعات الالكترونية؟
(يرجى تعزيز الاجابة بالصور المستخدمة من قبل التنظيم الارهابي ومتى استخدمت وفي اي مكان وكيف تم التصدي لتلك العمليات من قبلكم؟)
٥. هل روج تنظيم داعش بعض الصور لغرض الدعاية له وما هي اجراءات الخلية الوطنية للعمليات النفسية في شن حملات حرب نفسية مضادة وهجومية ضد تنظيم داعش في نشر تلك الصور؟
(يرجى تعزيز الاجابة بالصور المستخدمة من قبل التنظيم الارهابي ان توفرت)

(Employing the press image in the digital content by terrorist organizations- An Analytic Study of Arabia.net site)

Hanin Saad Salman Abdullah

College of Arts/ Tikrit University

hanin.saad@tu.edu.iq

Terrorist organizations are interested in press images as a basic typographic element in both electronic and paper newspapers and magazines. This is no longer considered an aesthetic element, but rather a media and functional one. It gives an appeal to the form of the page and increases the reader's attention to the subjects that accompany it.

The problem of this study is summarized in the main question: **How had ISIS employed its press photo in the digital content during the duration of the study?** A number of questions are raised in the analytical level in order to reach the main objective of this study, namely, knowing the contents of the press images used by ISIS organization in its digital content on the Internet.

In this study, the researcher chooses two techniques to get access to the required information and data, focusing on the content analysis technique for the analysis of the digital press image of ISIS organization, which has been republished in the Arabia.net site during the years of 2014, 2015, 2016 and 2017 with (346) press image for 2014, (361) press image for 2015, (121) press image for 2016, and 84 press photo for 2017. It also relied on the scientific interview technique for completing access to some unpublished information that has been documented by official bodies concerned with the follow-up of terrorist organizations such as the National Cell for Psychological Operations.

At the end of this study, the researcher reached a number of conclusions, they can be summarized as follows:

1. ISIS was interested in employing inducements of fear in the press images published on the Internet, since it relied on violence and fear as a strategy in dealing with opponents. In each time, it broadcasted

Abstract

- shocking images filled with brutality in the desire to elude opponents and all who stand against it in the context of a psychological warfare against the opponents.
2. The press image has been employed to serve as a means of magnification and intimidation for propaganda purposes. This is done by highlighting fighters in a position of firing, using modern light and medium weapons, and showing the fighters together in a state of readiness to fight in military and Afghani uniform. They are armed with modern military vehicles and sophisticated light weapons taken by ISIS from the areas they control.
 3. ISIS focused on employing of most press images on the banner of its organization since it shortens and reduces the idea of the communication message in a simple and memorable sentence, or in a brief and unambiguous expression of the idea, issue, position or opinion related to the political issue or any other subject.
 4. ISIS focuses on employing images of its leaders in its media as part of the mental inducement, especially in the magazine DABIQ and RUNIYAH, which targeted a Western audience with seven languages: (English, Turkish, German, Russian, Pashto, French and the Uighurs).

Ministry of Higher Education
and Scientific Research
University of Tikrit
College of Arts
Media Department



Employing the press photo in the digital content by
terrorist organizations- An Analytic Study of Arabia.net
site

A Thesis Submitted
By
Hanin Saad Salman

The Council of the college of Arts
University of Tikrit in partial Fulfillment of the Requirements for
the Master degree in Journalism.

Supervised by
Dr. Prof.
Farid Saleh Fayadh

2019 A.D

1440 A.H